

Índice de inadimplência do consumidor cresce 15% em 2012

Para economia que passou a depender do consumo, dados preocupam. Descontrole foi maior com as chamadas dívidas não bancárias.

Muita gente virou o ano ainda enrolada com as dívidas de 2012. A dificuldade para pagar as contas aparece nos dados da inadimplência. O índice já tinha disparado em 2011. No ano passado, desacelerou um pouco, mas, mesmo assim, foi de 15%.

As explicações para a alta na inadimplência começam lá atrás, em 2010. Segundo a Serasa Experian, os consumidores se animaram com o bom momento da economia e foram comprando cada vez mais, a prazos longos. Os anos se passaram e a renda ficou muito comprometida, até que não deu mais para pagar todas as dívidas. A inadimplência bancária, que inclui cheque especial, crédito e financiamento, subiu 8,2% em 2012, mas o descontrole foi maior com as chamadas dívidas não bancárias, que subiram 28,8%. O cartão de crédito foi o maior vilão. O economista da Serasa alerta para o que ele chama de "crise da inadimplência". Se os atrasos nos pagamentos das contas continuarem, a tendência é de que os juros ao consumidor subam. Essa é uma forma dos credores compensarem os calotes.

Fonte: Jornal do Comércio



SRC – Serviço de Recuperação de Crédito

UMA SOLUÇÃO QUE VAI DIMINUIR A INADIMPLÊNCIA DE SUA EMPRESA DE FORMA ÁGIL E RÁPIDA



Visando agilidade e diminuição de perdas nos processos de cobrança, a Associação Comercial de São Roque acaba de criar o **SRC – Serviço de recuperação de Crédito**, que vai oferecer aos associados mais facilidade para o recebimento de suas dívidas. Atuando como intermediador entre o devedor e o credor, a **ACIA São Roque** realizará as cobranças em nome das empresas que aderirem ao serviço. Nesta primeira etapa, no momento em que uma consulta for realizada no balcão da Associação Comercial e o cliente for comprovado como "negativado", ele será convidado a conhecer o **SRC** e renegociar suas dívidas com todas as empresas onde estiver inadimplente; posteriormente, faremos contato com os associados via telefone e mala-direta. Para isso é muito importante que tenhamos o maior número de empresas possível aderentes ao programa, já que assim o devedor ficará convencido de que é vantajoso e prático quitar suas dívidas em uma só negociação, e por fim, ter seu nome limpo na praça. Tal serviço demonstra-se cada vez mais eficaz, principalmente diante da crescente alta da inadimplência e do aumento de consultas feitas pelo atendimento da Associação Comercial de São Roque.

LIGUE 4784-9022 E FAÇA JÁ SUA ADESÃO

Visão, foco e ação Garantindo o futuro da empresa

Aproveite o início do ano para planejar. Mas, por favor, não complique. Não faça planejamentos sofisticados demais. Planeje com os pés no chão; com base na realidade concreta da sua empresa; tendo em conta suas reais possibilidades de caixa e das pessoas com quem realmente poderá contar. Planejamento não é exercício de sonho. Pense grande, mas não sonhe demais a ponto de nem você mesmo acreditar no que planejou.

Para planejar bem, faça uma análise do que deu certo na sua empresa nos anos passados. Das coisas que os clientes elogiavam, gostavam. Você verá que há muitas coisas excelentes que você deixou de fazer e nem sequer sabe os motivos. Reveja o seu baú de velhas ideias e veja lá quantas coisas podem ser revividas com sucesso. Pense também no que você já tem dentro da sua empresa e que pode se transformar num produto ou serviço. Há muitas oportunidades escondidas den-

tro de uma empresa e que podem ser fonte de resultados importantes. Lembre-me, por exemplo, de uma empresa que tinha um enorme auditório ocioso e que passou a alugá-lo para terceiros, criando uma fonte de recursos que não existia. Lembro-me de outra que desenvolveu um software para uso próprio e descobriu que poderia vendê-lo a outras empresas com pequenas modificações. Pense no grupo de pessoas que você sempre considerou como aquelas que jamais comprarão de você. Aí podem es-

tar seus futuros e mais lucrativos clientes. Lembre-se que a classe C já está chegando a 60% da população e isso é muito recente. Há clientes hoje, que não eram nossos clientes ontem e nem sempre estamos acostumados a pensar nessa nova classe como novos clientes. Enfim, faça uma parada estratégica para planejar com simplicidade. Sem planejamento eficaz não há ação que leve empresas ao sucesso. Pense nisso. Sucesso!

Luiz Marins

Dia 08 de Março

**Parabéns
mulheres
comerciárias...**

Cada vez mais os acontecimentos no mundo mostram exemplos de coragem, perseverança e disposição de conquista das mulheres. Hoje elas se ascenderam na sociedade, no trabalho, no comércio e indústria, na administração de seus lares, fazendo diferença e deixando sempre o melhor de si.

Reunião prática e objetiva

Passo 1

Defina o objetivo da reunião: tomada de decisão, alinhamento ou encontro meramente informativo. Assim fica fácil decidir quem participa.

Passo 2

Escolha o líder da reunião, mas nem sempre esse papel caberá a você. Ele deve ler a pauta e direcionar as discussões.

Passo 3

Convide as pessoas certas. Não adianta chamar o analista se vai ser preciso tomar uma decisão no nível de diretoria.

Passo 4

Caso necessário, envie com antecedência o material do encontro (apresen-



tação, gráficos, vídeos) para que todos possam analisá-lo.

Passo 5

Durante a reunião, muita atenção para que o foco no tema principal seja mantido.

Passo 6

O líder da reunião deve cobrar os desdobramentos decorrentes do encontro.

Beatriz Fernandes, gerente da área regulatória da farmacêutica Boehringer Ingelheim, reconhecida por fazer reuniões práticas e eficientes

Como eu monto uma equipe de vendas?

A estrutura do departamento de vendas de uma pequena empresa depende dos seguintes fatores:

- Dimensão da empresa;
- Produto, ou serviço a ser comercializado;
- Especificidades do produto, ou serviço;
- Grau tecnológico do produto, ou serviço;
- Clientes: dispersão geográfica dos atuais clientes;
- Modelos de organização da equipe de vendas.

Ao montar uma equipe de vendas é preciso levar em conta os seguintes fatores

Geográficos: distribua os elementos da sua equipe pelas regiões mais relevantes. Cada vendedor tem uma região, podendo vender todos os produtos da empresa. Os vendedores passam a conhecer melhor os clientes,

criam uma relação mais próxima e conseguem gerir melhor os deslocamentos. Porém, com o tempo, trabalhar sempre na mesma região pode causar saturação pois o profissional poderá entrar em uma rotina desgastante. Se a empresa tiver muitos produtos ou se estes exigirem conhecimentos técnicos, o vendedor pode sair perdendo por não ter um conhecimento aprofundado de cada um deles.

Produtos: cada vendedor é responsável por um produto ou por um conjunto de produtos da empresa. No caso da comercialização de produtos que exigem conhecimentos técnicos específicos, os clientes têm que ser bem informados e o vendedor não pode demonstrar ignorância sobre o que está vendendo. Isso obriga o vendedor a percorrer o país todo, ou toda a área coberta pela empresa, correndo o risco de causar saturação nos clientes que recebem a visita de vários ven-

dedores da mesma firma. Portanto, é recomendável que haja a troca entre os vendedores e uma boa coordenação no escalonamento das visitas.

Tipo de cliente: se a empresa tem clientes diferenciados, que obrigue a diferentes abordagens por parte do departamento, os vendedores devem se especializar nos ramos de cada um deles. Por exemplo, pode ter pessoas que se dediquem apenas aos atacadistas e outras só para o varejo. Esta é uma boa opção para prestar uma maior atenção às necessidades de cada tipo de cliente. Mas, se os clientes com características semelhantes estiverem muito dispersos no país, o trabalho pode tornar-se mais complicado.

Sistema misto: se a sua empresa já atingiu uma dimensão considerável, o empresário pode optar pela distribuição complexa por região/produto, região / cliente ou região / produto /

cliente. A organização não é tudo. É importante também ter flexibilidade para manter os funcionários motivados. O roteiro de visita deve ser rigoroso e é indispensável analisar cuidadosamente cada cliente verificando as compras médias e a última compra de cada um deles. A motivação da equipe de vendas também, não pode ser deixada de lado.

Como eu motivo meu pessoal de vendas? Através de concursos e premiações, de acordo com o desempenho individual, ou do grupo. Entretanto, é fundamental que a empresa ofereça condições adequadas para o desenvolvimento das vendas. Tanto no material de apoio a vendas e condições oferecidas para o desempenho da função, como, principalmente, em treinamentos, capacitação e subsídios para cursos de interesse de sua área.

Fonte: Sebrae

Fique por dentro dos benefícios e prazos tributários

– As empresas optantes pelo regime tributário do MEI Micro Empreendedor Individual devem fazer a entrega das declarações de informações anuais até o dia 31 de maio. O programa está disponível no site da Receita Federal do Brasil.

– As empresas inativas tem até 28 de março para fazer as entregas de declarações de renda, estando o programa disponível no site da Receita Federal do Brasil.

– Os informes de rendimentos em geral para declarações de renda devem ser enviados aos declarantes até o dia 28 de fevereiro.

– As declarações de renda pessoa física poderão ser entregues a partir de 01 de março, com prazo de entrega até 30 de abril.

– O governo federal, conforme o ato declaratório 7/2013, disponibiliza o parcelamento de débitos em até 60 parcelas, para empresas do simples nacional o valor mínimo de cada parcela é de R\$300,00.

– O Governo Paulista, através da minuta do decreto 58.811/2012 e o convênio 108/12, instituiu o PEP Programa Especial de Parcelamento de débitos estaduais, com redução de multas e juros, com prazos maiores para parcelamento, válido para débitos vencidos até 31 de julho de 2012, o período de adesão e pagamentos iniciará em 01/03 e encerrará em 31/05.

– Créditos de nota fiscal paulista também são possíveis para empresas, associações e entidades em geral. Consultas podem ser feitas no site www.nfp.fazenda.sp.gov.br

Por que o leão é o símbolo do IR?

No final de 1979, a Secretaria da Receita Federal encomendou uma campanha publicitária para divulgar o Programa Imposto de Renda. A escolha do leão levou em consideração algumas de suas características:

1. É o rei dos animais, mas não ataca sem avisar
2. É justo
3. É leal
4. É manso, mas não é bobo

Tire mais lucros da liquidação

Saiba como aproveitar ao máximo a temporada de ofertas



Liquidações são uma boa oportunidade não só para engordar as vendas e desovar o estoque, como para aumentar a clientela cativa. Veja dicas para sua empresa tirar o máximo de proveito da temporada de descontos:

- Aumente a quantidade de mercadorias à mostra. "Quanto mais itens expostos, maior a percepção de preços baixos", diz George Homer, sócio da GH & Associados, empresa especializada em merchandising visual com escritórios em São Paulo e Nova York.

- Reorganize a forma de exposição dos produtos. No caso de roupas ou sapatos, por exemplo, você pode agrupá-los conforme a numeração ou desconto de cada peça.

- Exponha as ofertas mais atraentes à direita da entrada da loja. É para lá que o consumidor tende a dirigir o olhar logo que passa pela porta.

- Alinhe a vitrine ao perfil da clientela. No comércio mais popular, é importante anunciar o tamanho dos descontos. Para lojas mais sofisticadas, a simples indicação de liquidação pode ser suficiente.

- Deixe sua loja com ar movimentado: faça os vendedores circularem perto da entrada. Outra sugestão é ocupar espaços internos vazios com manequins, como se eles fossem clientes.

- Incentive as compras por impulso expondo itens de menor valor e preço cheio em locais

estratégicos, como ao lado do caixa. Com maior margem de lucro, esses produtos ajudam a compensar a rentabilidade menor das mercadorias em oferta.

- Monte pacotes promocionais oferecendo vários itens por um só preço.

- Aproveite a liquidação para coletar dados para ampliar sua mala direta.

- Fuja da tentação de anunciar a liquidação com estardalhaço mas sem estoque suficiente para dar conta do recado. "Se for para fazer a promoção com meia dúzia de itens é melhor não fazer nada, pois o cliente se sente enganado e acaba não voltando", diz Ricardo Pastore, coordenador do núcleo de estudos do varejo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), de São Paulo.

- Analise a possibilidade de adotar cartões de fidelidade para oferecer descontos à clientela cativa. "Utilizá-los na liquidação incentiva quem só comprou pelo preço a voltar à loja mesmo que não haja ofertas", diz Marco Aurélio Morsch, autor do livro Comportamento do Consumidor (editora Pearson)

Pequenas Empresas Grandes Negócios

Clube do Desconto é simples e vantajoso Participe!

ACADEMIAS

MILLENIUM ACADEMY

20% de desconto na mensalidade para associados e funcionários Av. Santa Rita, 45 - São Roque Centro Comercial Cidade Tel. 4784-1760

FISIOMED FISIOTERAPIA

20% desc. na avaliação do PMS - Programa de Musculação Supervisionada - 10% desc. nas mensalidades até o vencimento - 10% desc. nas sessões de fisioterapia, RPG, pilates e estética (drenagem e massagem) Av. Bandeirantes, 224 São Roque - Tel. 4712-9424

IMPRESSÃO

MI BALÕES DECORATIVOS

(impressões em balões) - 10% de desconto para associados. Estrada São Roque / Araçariguama, 144 - Tel. 4712-7235

PETS / VET.

DOGS WASH

20% de desconto nos serviços de ofurô Associados e funcionários Tel. 4784-3488 Rua Prof. Joaquim de Oliveira, 116 - São Roque

S.O.S. ANIMAL

10% de desconto em produtos anti-pulga, anti-carrapato, vermífugos e produtos de higiene - Associados e funcionários Rua Sotero de Souza, 425 Tel. 4712-6129 - São Roque

CLUBE

GRÊMIO UNIÃO

SANROQUENSE

Isonção do valor do título para associados R. José Bonifácio de Andrada e Silva, 452 São Roque - Tel. 4712-2088

INGLÊS

NOVIDADE FISK SÃO ROQUE

MAY I HELP YOU? Curso rápido e prático de conversação em inglês (para quem trabalha em hotelaria, turismo e outros) 20% de desconto (associados e funcionários) Av. Antonino Dias Bastos, 160 Centro - São Roque Tel. 4784-6844

FIRST IDIOMAS

Cursos de inglês para associados e funcionários 50% de desconto Rua José Brenha Ribeiro, 24 Centro - São Roque Tel. 4784-2200

CURSOS

PREPARA CURSOS

PROFISSIONALIZANTES

Associados e funcionários. Cursos Profissionalizantes. 20% de desc. Rua Padre Marçal, 53 - Sobreloja - Centro - São Roque - Tel. 4712-7984

ENFERMED

CURSOS TÉCNICOS - Isonção de matrícula - 10% de desconto na mensalidade. CURSOS RÁPIDOS - 5% de desconto no valor dos cursos realizados pela Enfermed. Rua Dr. José Juni Filho, 43 - Jardim Esther - Tel. 4784-6925 / 9-6393-2984

DENTISTAS

DR. RIOVALDO CASTELANI

DRA. ANA CAROLINA D. CASTELANI

10% de desconto - exceto prótese e implantes - Associados e funcionários Av. Tiradentes, 491 São Roque - Tel. 4712-3601

DR. CELSO DOS SANTOS ABREU

10% de desconto - exceto próteses - Associados e funcionários Rua Cap. José Vicente de Moraes, 37 São Roque - Tel. 4784-1340

DRA. JULIE L. D. M. RABELO NEVES

20% de desconto nos tratamentos odontológicos Associados e funcionários R. José Bonifácio de A. Silva, 501 - São Roque - Tel. 4712-4053

DR. GUSTAVO

CARVALHO ROSA

10% de desconto nos implantes odontológicos - Associados e funcionários Rua Dr. Stevaux, 25 - Centro São Roque - Tel. 4712-6904

CLÍNICA DENTÁRIA

RODOVIÁRIA

15% de desconto em tratamentos e implantes (exceto ortodontia e prótese) - Associados e funcionários Av. Santa Rita, 11 - Tel. 4784-5013

INFORMÁTICA

CTI - INFORMÁTICA E INGLÊS

Isonção de Matrícula e 20% de desconto nas mensalidades para informática e idiomas - Associados, funcionários e dependentes. Rua Rui Barbosa, 519 - Centro Tel. 4712-9720

TROFÉUS

TROFÉUS SÃO ROQUE

Troféus, medalhas personalizadas, shows pirotécnicos, fogos de artifícios. 10% de desconto em todos os produtos. Rod. Raposo Tavares, Km 63,5 - N1.628 - Jardim Marieta - São Roque Fone: 4712-8154 / 99931-4381 trofeu@trofeusaoroque.com.br