



> Pág 4

7º Tecnovidro leva mais de 400 participantes ao Minascon

Amvid entrevista



Veja as dicas de William Caldas para melhorar as suas vendas

> Pág 3

Amvid conta pra você



AMVID está em nova sede

> Pág 7

Amvid em Cursos



Confira a agenda de Cursos em BH e em Governador Valadares

> Pág 8

A culpa é só da crise?

É o último trimestre de 2016 já está em curso. Os custos com 13º salários, férias coletivas e todos os demais fixos que permeiam nossa operação, somados à persistente redução de demanda, sinalizam que não vai ser fácil encarar esses últimos meses.

Que foi um ano de mudanças no âmbito político e de muitas dificuldades na economia, já podemos afirmar. Que foi um ano difícil para a maioria dos empresários brasileiros também é certo! Mas é certo que lições ficarão desse período e eu aposto que não serão poucas.

Nesta coluna, vou chamar atenção a uma delas, que me parece uma das mais importantes e para a qual a Amvid trabalha constantemente: preparar-se para atravessar períodos de crise, esperados ou inesperados, é imprescindível para garantir a existência do negócio. Durante os momentos áureos de nosso mercado, enquanto a demanda superava nossa capacidade produtiva, quantos de nós capitalizamos nossas empresas? Quantos de nós modernizamos nossas plantas e linhas de produção? Quanto investimos no treinamento e capacitação de nossos colaboradores? Quantos administramos nossas empresas de forma profissional e cuidadosa, sem se descuidar dos custos e desperdícios? Quantos nos importamos realmente com nosso maior bem, o cliente?

Em 2009, quando a Amvid fechou a primeira parceria com o Sebrae para trabalhar com o setor por meio do programa Varejo Forte, que abordou os setores de marketing, vendas, finanças e recursos humanos, cerca de quinze empresas se propuseram a participar. Já dentro do programa, em que após os workshops o empresário precisava voltar para o escritório e levantar números, pesquisar informações, fazer contato com contadores, colocar a cabeça para pensar e colocar em prática o que aprenderam, as empresas foram desistindo. Vários outros cursos, eventos e programas foram propostos de lá para cá com parceiros diversos e a dificuldade enfrentada foi a mesma — não aplicar o conhecimento, transformando-o na rotina da empresa. A maioria dos empresários não tem controle do seu negócio, não sabe realmente quanto ganha e muito menos consegue executar o planejamento anual de suas empresas.

Enquanto a curva está ascendente e vendemos sem grande esforço, esse planejamento parece ser desnecessário, mas o que ficou claro durante este ano é que aqueles que se encontravam fortes, que conheciam seus números, conseguiram administrar melhor a situação. Aqueles que conheciam pouco o seu negócio entraram na guerra de preço, sem planejamento e, portanto, nada estratégico, acabaram por trabalhar ainda mais sem alcançar outro resultado, que não o de pagar a conta do dia.

Todos os programas e treinamentos promovidos pela Amvid para os empresários têm a seguinte característica: não funcionam sozinhos. É importante que sejam praticados. É importante que aqueles que participam saibam que terão de pensar, mudar processos e, em algumas situações, mudar sua própria cultura para encontrar o rumo a seguir.

2016, que nos meses que restam pouco mudará no resultado de nossas empresas, serviu para sacudir as estruturas e mostrar que não há lugar no mundo empresarial para aqueles que não se preparam para conduzir seu negócio diante da fatura ou das adversidades. Conhecer cada detalhe de nossa operação, independente do tamanho de cada organização, e manter o controle em cada um dos processos é se preparar para enfrentar períodos difíceis com menos sofrimento.

Este ano, dentre as várias ações que realizamos junto ao setor vidreiro mineiro, uma me chamou especial atenção: em parceria com o Sebrae, a Amvid executou um programa chamado CLIENTE OCULTO. Nesse projeto, um consultor se passa por um cliente que gostaria de ter suas necessidades

e expectativas superadas ao se decidir a adquirir alguns de nossos produtos em nossa cadeia de lojas. O resultado foi preocupante! O despreparo, a falta de cuidado na lida com o cliente, a falta de informações sobre os produtos de maior valor agregado e seus benefícios, a falta de compromissos em cumprir os prazos previamente combinados e o péssimo estado de conservação e apresentação de nossas lojas foram os principais quesitos não atendidos por nossas empresas. Reflita comigo: será mesmo que não precisamos nos qualificar? Será mesmo que está tudo sob controle? Os resultados colhidos hoje têm a ver exclusivamente com a crise econômica? É a baixa atividade do setor a única responsável pelas noites maldormidas de alguns dos empresários de nosso setor?

Essa ação desencadeou uma série de reuniões e discussões com o mercado e nossos parceiros. Debatem os resultados obtidos e desenhamos um projeto visando a reverter esse quadro. Contando mais uma vez com a parceria do Sebrae, criamos o SELO DE QUALIDADE AMVID, que será conquistado pelas empresas de nosso setor após passarem pelo ciclo de treinamento proposto pelo Sebrae, envolvendo oficinas, workshops e consultorias in loco. Esse é o primeiro passo em busca de um mercado sustentável, preparado contra as adversidades, e que reconhece que qualidade não se restringe a um aspecto de determinado produto, mas sim a busca pela excelência em todas as etapas do processo produtivo. A primeira turma já irá iniciar os trabalhos em breve. Esperamos manter essa atividade de forma permanente em nosso calendário. Aproveitem as oportunidades que a associação proporciona e, mais do que isso, que todos nós possamos colocar o aprendizado em prática para que tenhamos um futuro diferente!

Leonardo Braz Vieira Santos
Presidente da Amvid



Divinal, um mundo de vidros
www.divinalvidros.com.br

Vidros de Proteção solar para residências você encontra na Divinal Vidros

VIDROS
temperados · laminados · de proteção solar
refletivos · comuns · espelhos · duplos insulados
termoacústicos · aramados · anti-Reflexo · extra clear
lapidados · bisotados · tampos de mesa · pintados
esmaltados · opacos · acidatos e muitos outros

habitat sebrae

[31] 2103-9633
Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 10680
Califórnia Belo Horizonte - MG

DIVINAL VIDROS

Entrevista

O seu cliente mudou! E sua empresa?

Nos dias 7 e 8 de setembro, William Caldas participou do 7º Tecnovidro como palestrante da oficina *Estratégias de Negociação para Vender Mais que Produto*. Durante o encontro, ele passou aos participantes informações importantes sobre as mudanças ocorridas nas relações comerciais modernas, decorrentes, principalmente, da facilidade de acesso à informação e da velocidade com que os negócios acontecem. Convidamos William para dar dicas que possam ajudar o vidrazeiro, leitor do *Informativo Amvid*, a se posicionar comercialmente diante dessa nova realidade.

O que mudou no perfil do cliente?

— As mudanças comportamentais dos clientes nos últimos anos foram muitas. Citarei as três que a meu ver são importantes para que qualquer empresa do mercado brasileiro reflita sobre seu atendimento: a) Os clientes querem tudo para “anteontem”. Isso significa que temos de ser rápidos no “todo” (no atendimento, no envio do orçamento, no retorno ao cliente, na entrega, no pós-venda etc.); b) Os clientes exigem com propriedade. Eles sabem hoje bem mais que no passado sobre seus direitos como consumidores; c) Os clientes dão consultoria “de graça” para a empresa. Quando? Quando eles reclamam. Passe a ouvir seus clientes, você perceberá que muitos deles reclamam para que você melhore e, com isso, eles possam continuar a comprar. Quando eles perce-

bem que você não os escuta, trocam de fornecedor.

Quais as principais características que o vendedor de uma vidraçaria precisa ter para atender esse novo cliente? — As equipes de vendas precisam conhecer — no mínimo — na região em que atuam o perfil dos clientes daquela localidade, os concorrentes que atuam na região e **em detalhes os produtos e serviços que vendem.**

Quais as três principais estratégias que uma vidraçaria varejista precisa incluir no seu relacionamento com o cliente para conseguir atingir de maneira assertiva esse público? — **A empresa precisa entender quem são seus clientes NOVOS, ATIVOS e INATIVOS.** Clientes NOVOS devem ser muito bem-orientados no início

da relação com a empresa. Clientes ATIVOS são a base do faturamento do negócio, merecem uma estratégia de vendas focada em fidelização que produza mais vendas ou indicações. Clientes INATIVOS precisam ser reativados por meio de uma estratégia bem-definida para que voltem a comprar.

Qual é a sua dica de ouro para os empresários do segmento vidreiro para o ano de 2017? Há algo que quem quer ter sucesso não pode deixar de fazer de forma nenhuma?

— A dica de ouro é: **jamais deixe de treinar seu time de vendas e atendimento.** Treine frequentemente. Eles são o elo entre sua empresa e seu cliente. Priorize seu maior ativo (as pessoas da empresa) para que elas priorizem quem faz a roda girar (os clientes que compram da empresa).



Fale com **WILLIAM CALDAS**
contato@williamcaldas.com.br
(31) 3024-9405 — BH
(11) 3090-0654 — SP

Bacharel em relações públicas, possui extensão em gestão do conhecimento pela Fundação Getúlio Vargas e extensão em disneylogia e psicologia positiva pelo Seeds Of Dreams Institute e Disney Institute – Orlando/EUA (2013). Vendedor por mais de dez anos no mercado brasileiro. Atuou como consultor especialista para a multinacional americana Equifax, atendendo empresas de diversos segmentos

7º TECNOVIDRO leva mais de 400 participantes ao Minascon

Inovar e executar com recursos limitados foi o maior desafio enfrentado pela Associação Mineira do Comércio Atacadista, Varejista e dos Beneficiadores do Vidro (Amvid) e Sindicato das Indústrias de Beneficiamento e Transformação de Vidros e Cristais Planos do Estado de Minas Gerais (Sinvidro-MG) na 7ª edição do Tecnovidro.

O programa de oficinas de atualização tem como objetivo levar novidades ao setor vidreiro e aos especificadores. Para isso duas oficinas gerenciais foram realizadas, ambas direcionadas a vendas e atendimentos. Também contamos com as oficinas técnicas promovidas pelas indústrias, AGC, Cebrace, Guardiam, Saint-Gobain Glass, UBV e Vivix.

Manhã divertida

A oficina *Como encantar seu cliente* foi um experimento prático. Atores contratados pela Amvid abriram o evento apresentando uma stand-up comedy com situações e termos bastante conhecidos dos vidraceiros. A manhã divertida foi a forma que a associação encontrou de mostrar aos participantes que, para encantar um cliente, não existe segredo: basta recebê-lo com alegria, atenção e carinho. Preparar o espaço, o produto e as pessoas para atender não apenas as suas necessidades, mas, principalmente, para entender a melhor maneira de satisfazê-las!

O encerramento, seguindo a mesma proposta de inovar e de fazer os empresários e profissionais do vidro e especificadores pensar suas posturas, foi realizado pelo palestrante William Caldas. À sua palestra assistiram mais de 140 pessoas em cada um dos dias. Caldas



parabenizou os participantes que, mesmo após seis horas de treinamento, ainda permaneciam, em peso, para a oficina final.

Um dos pontos mais importantes ressaltados pelo palestrante, foi a mudança do perfil cliente. Se, antes, para adquirir um produto, o cliente precisava ir ou ligar para uma vidraçaria, hoje, sem sair de casa ele pode conhecer várias vidraçarias, estudar a localização, ver obras por ela realizadas e, por que não, saber tanto ou até mais do que o profissional do vidro sobre o produto que ele quer para uma determinada obra.

Ter consciência dessa mudança é o primeiro passo para organizar a empresa para atender o cliente com este novo perfil, além, claro de

melhorar os mecanismos para atendimento das necessidades daqueles clientes que não têm esse tipo de acesso ao mundo virtual. Ao final da oficina, os participantes que receberam no início da palestra uma pesquisa para se auto avaliar e para avaliar o negócio, saíram carregando nas mãos o direcionamento para dar os primeiros passos para realizarem melhorias imediatas para as vidraçarias.

Participação intensa

A outra novidade dessa do Tecnovidro foi a intensa participação dos especificadores. Tanto profissionais formados como alunos dos dois últimos anos dos cursos de engenharia e arquitetura parti-

Novidades para o setor vidreiro e para os especificadores, foi o objetivo das oficinas de atualização

ciparam da palestra Projetos especiais exigem vidros especiais, que foi parte do projeto dessa edição. Ao final da palestra, os participantes puderam conversar com os representantes das indústrias e tirar dúvidas institucionais e sobre produtos.

Caravanas

Com apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), a Amvid levou vidraceiros das cidades de Muriaé, Juiz de Fora e Patos de Minas ao encontro. Todos ficaram hospedados para descansar no dia 6 de setembro no IBIs Budget, na Savassi, bairro nobre de Belo Horizonte. Após participar das oficinas e da confraternização do estande do Sinvidro-MG, os visitantes retornaram para casa no fim da noite do dia 7 de setembro.

Especificadores ávidos por informação sobre vidro

A participação intensiva dos estudantes dos últimos períodos dos cursos de engenharia civil e de arquitetura foi tão significativa que, logo após o término do evento, novas atividades já foram programadas. Em novembro, a Amvid participará da Semana de Engenharia do Centro Universitário Newton Paiva e também levará os alunos para uma visita técnica à Cebrace. Para o ano de 2017, novas ações já estão sendo estudadas, dentre elas um laboratório de vidros dentro da instituição para que os alunos possam ter mais contato com os tipos de vidros.

Leonardo Braz, presidente da Amvid, ressaltou que esse era um desejo da associação já há algum tempo, pois esse é o público que estará consolidado no momento promissor, daqui a dois anos aproximadamente, quando o País já não mais se encontrar nesse quadro de crise político-econômica grave. Trabalhar com o público em formação é um dos caminhos importantes para desenvolvimento de mercado, afirma Braz.



O impacto do planejamento tributário para a sustentabilidade das empresas ante a recessão

Em meio à crise econômica que o nosso país atualmente vive, com a forte queda nas vendas e prestações de serviços e alta de impostos, juros e desemprego, você deve se perguntar: “O que devo fazer para que o meu negócio continue lucrativo e prospere oferecendo os melhores preços e condições para o meu cliente, mesmo em tempos de crise?”. Sugiro que sua empresa realize um estudo de planejamento tributário acerca de suas operações.

Para que isso aconteça, sua empresa precisa reavaliar toda a estrutura comercial ou industrial, desde a aquisição da mercadoria ou insumos, passando pelos setores de produção, pessoal, até chegarmos à venda, no seu preço final. E nada melhor para auxiliar nessa balança de custos, que sua empresa carregue nos ombros, do que realização de um estudo aprofundado acerca dos impostos pagos atualmente, e o que pode ser praticado, para onerar menos o preço final na venda de seus produtos e serviços.

No entanto, você deve estar se perguntando: “Mas minha empresa não está preparada, como vou fazer isso?”. Perguntas como essa são repetidas a todo o momento por empreendedores de todos os ramos. De fato, para fazer sua empresa funcionar bem, mantendo as obrigações em dia com o fisco e praticar uma carga tributária menor que a praticada atualmente, faz-se necessário, além de um profissional tributário, estruturar sua empresa como um todo.

Para isso, devemos observar alguns pontos:

- **ATIVIDADE EXERCIDA** — Atualmente, você sabe identificar qual atividade sua empresa exerce? A pergunta parece estranha. Porém, nos dias atuais, diversas empresas têm sido atuadas por exercer atividade diversa do que consta em seu objeto social. Portanto, identificar quais operações sua empresa pratica, facilita o estudo do profissional na possibilidade de encontrar na legislação benefícios para reduzir a carga tributária.
- **REGIME DE TRIBUTAÇÃO** — Você sabe, hoje, quanto paga de tributo? Se



você não tem ideia, aconselho buscar informações acerca daquilo que se paga. Se você já sabe quanto paga e está observando que a carga tributária está alta, pode ser que o regime de tributação praticado hoje não seja o ideal. Nesse caso, deve-se avaliar qual regime poderia trazer menos onerosidade a seu negócio e, a partir dessa avaliação, o profissional tributário pode sugerir caminhos para que a empresa pague um tributo menor, com base nas legislações existentes e sem lesar o fisco.

- **CUSTO** — Agregar o seu custo total ao valor final de venda de seus produtos e serviços ajuda a empresa a manter as obrigações em dia, além de se retirar o lucro. Hoje em dia, a maioria das empresas, por não possuir mão de obra qualificada dedicada a essa atividade, acaba praticando um custo errado ou muito superficialmente, não incluindo todas as despesas, o que acaba impactando na sustentabilidade do negócio. Portanto, praticar bem o custo é essencial para que a empresa permaneça sustentável.
- **ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL** — Isso se torna fundamental para quem quer ter uma empresa lucrativa, sólida e próspera. Uma empresa organizada, que cumpre as legislações e mantém seus controles inter-

nos atualizados, pode traçar metas a partir dos números apresentados, além de que será menos observada pelo fisco, ensejando possíveis aplicações de multas.

Esses pontos são essenciais para que uma empresa se mantenha sustentável, seja em tempos de lucratividade ou de recessão como agora estamos vivendo. Os empresários devem ficar atentos: prática de sonegação, o não cumprimento com as obrigações com o fisco, a prática errada de custos e a má estruturação empresarial levam as empresas a fechar seus empreendimentos, pois não conseguem se manter devido as autuações e o não cumprimento das obrigações, sejam elas, trabalhistas ou tributárias.

Portanto, nos dias atuais, o planejamento tributário ajuda as empresas a manter sua funcionalidade, gerar emprego, obter lucro e, claro, diminuir a onerosidade ante essa carga tributária tão alta existente no País.



Antônio Márcio Botelho
Botelho e Castro Advogados
marcio@bcadvogados.adv.br
Tels.: (31) 3295-0497
(31) 3295-0564

Sinvidro-MG marca presença na Ilha da Infraestrutura no Minascon e no 7º Tecnovidro

O Sindicato das Indústrias de Beneficiamento de Vidros e Cristais Planos do Estado de Minas Gerais (Sinvidro-MG), mais novo membro da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg) teve em seu estande, no período de 7 a 9 de setembro da Ilha da Infraestrutura no Minascon, o ponto de encontro do setor. O sindicato, parceiro da Amvid em todas as ações de desenvolvimento de mercado, aglomerou os participantes do 7º Tecnovidro, promovendo a descontração ao final das oficinas e favorecendo a troca de contatos.

Eduardo Sales, presidente do Sinvidro-MG, satisfeito com a participação da entidade no evento, salienta que participar de ações como o Minascon é importante em qualquer momento, mas que em um ano difícil para a construção civil, como 2016, é ainda mais interessante para mostrar a união e a força da cadeia. Nesse momento, qualquer resultado positivo deve ser comemorado e isso tem acontecido com o Sinvidro-MG, reforça Sales.

Ao todo, mais de 5 mil pessoas visitaram o congresso e a Ilha da Infraestrutura em três dias de programação. A participação do Sinvidro-MG, além de ser importante para marcar a presença da entidade junto à sua federação, também teve como finalidade dar informações sobre o segmento vidreiro, cursos e alguns produtos para o setor especificador.



Mudança de Sede da Amvid, Sinvidro-MG e Vidrosind-MG

A partir do dia 3 de outubro, as entidades patronais do setor vidreiro de Minas Gerais passaram a atender no novo endereço: Avenida Barão Homem de Melo, 2.028, sala 4, Jardim América (Belo Horizonte, MG). O novo espaço, na região mais central da capital mineira, é de fácil acesso por diversas linhas de ônibus que passam na porta.

A sede também possui uma sala de reunião para até 15 pessoas e uma sala de treinamento para 25 pessoas em formato escolar. Ambas podem ser locadas e, claro, para os associados, com descontos especiais!

Para conhecer o espaço, agende uma visita!



Informações

Amvid: (31) 2551-4447

Sinvidro-MG: (31) 3018-2938

Vidrosind-MG: (31) 2516-4445

ANÚNCIOS DE MAQUINÁRIOS USADOS

TEMPERVIDROS BH

Vende

- 1 Embaladora a gás

Marca PROJEPACK – Modelo TE 450



- 3 Lapidadoras

Marca MAKIVETRO – Modelo 44

Manutenção em dia



Telefone para Contato – (31) 99166-9384



NO INTERIOR, TREINAMENTO EM GOVERNADOR VALADARES

TreinaVID – Últimas turmas terão início em 3 de novembro!

Terão início em 3 de novembro as duas últimas turmas do programa TreinaVID na cidade de Governador Valadares. Promovido pela Amvid, o curso que encerra o programa — **Especialização em Medição e Instalação de Vidros Temperados e Especiais — Nível II: Guarda-corpos e Sistemas de Envidraçamento de Sacada** — terá turmas à tarde e à noite.

GRATUITO, o curso ainda tem vagas para a turma da tarde, das 13h30 às 17h30. Para participar é necessário ser maior de 18 anos, apresentar Certificado de Conclusão do Ensino Fundamental e ter experiência em sistemas de instalação de vidro de baixa complexidade, demonstrado com a apresentação da Carteira de Trabalho com a função de instalador ou vidraceiro com experiência mínima de 6 meses, ou por meio de prova específica sobre vidros, acessórios e normas técnicas.

Para mais informações e inscrições, acesse: www.amvid.org.br ou ligue (31) 2551-4447

O treinamento acontece em parceria com o Sesi e Escola Senai Paulo de Tarso e conta com o patrocínio das usinas vidreiras AGC, Cebrace, Guardiam, Saint-Gobain Glass, UBV e Vivix. Em Valadares os cursos contam com o apoio da Alclean, Belga Metal, Tec-Vidro e Temperaço.



Em Belo Horizonte – Última turma do ano!

Curso de Especialização em Medição e Instalação de Vidros Temperados e Especiais Nível I – Boxes, Janelas e Pequenos Vãos – 20 VAGAS

PERÍODO

7/11 e 9/12 | **Carga Horária:** 60 h
Aulas de segunda a sexta-feira, das 18h30 às 22h30

PRÉ-REQUISITO

> Ter concluído o Ensino Fundamental e ser maior de 18 anos

As aulas acontecem na Escola Senai Paulo de Tarso, na Via Expressa, 3.200, Padre Eustáquio, Belo Horizonte

INVESTIMENTO

R\$ 600,00 – Em até 5 vezes no cartão de crédito

INSCRIÇÕES e INFORMAÇÕES

AMVID – Av. Barão Homem de Melo, 2.028, sala 4, Jardim América, Belo Horizonte, MG



Informativo **Amvid**

Publicação da

Associação Mineira do Comércio Atacadista, Varejista e dos Beneficiadores do Vidro (Amvid)

Presidente da Amvid:

Leonardo Braz Vieira Santos

Vice-presidente da Amvid:

Alexandre Pestana da Silva

Jornalista-responsável:

Alessandra Rodrigues

Produção editorial:

Verbus Comunicação

Tiragem: 3.000 exemplares



Associação Mineira do Comércio Atacadista, Varejista e dos Beneficiadores do Vidro (Amvid)

Rua Mirabela, 478, 1º andar, sala 1
Bairro Santa Inês, Belo Horizonte, MG
Contato: (31) 2551-4447

E-mail: contato@amvid.org.br

Facebook: www.facebook.com.br/amvidmg

Twitter: www.twitter.com/amvidmg

www.amvid.com.br