

**Empresa
do mês**

Pág. 05

Digital

Pág. 12

**Casa em
pauta**

Pág. 17

ATENDIMENTO E FIDELIZAÇÃO

Pág. 13

CDL

Jovem

Pág. 22

CME

Pág. 25



**PENSOU EM COMPRAR, VENDER OU ALUGAR?
PENSOU EM APACHE IMÓVEIS: PONTE NOVA, VIÇOSA BH!**

 www.apacheimoveis.com.br




**TUDO EM SEGUROS PARA VOCÊ,
SUA FAMÍLIA E SEU PATRIMÔNIO!**

VAMOS FAZER SUA COTAÇÃO?

 3874-4212

 99870-4030

  apachecorretoradeseguros

**ENTRE EM CONTATO CONOSCO
E SAIBA MAIS.**

 [apacheimoveisinternacional](https://www.instagram.com/apacheimoveisinternacional)

NOVIDADE!!!



**Imóveis em Portugal é o melhor investimento
do momento! Contate-nos para saber mais e fique
ligado em nossas redes sociais!**

EDITORIAL



Palavra do Leitor:

Envie opiniões, dúvidas e sugestões de matérias para o e-mail: comunicacao@casadoempresario.org.br ou na caixa de mensagens de nossa página no Facebook!

Queremos ouvir você!



Informação na palma da mão!

Receba a newsletter semanal da Casa do Empresário em seu WhatsApp!

Basta adicionar o número 98892-3557 em sua agenda e enviar uma mensagem solicitando a sua inclusão!

EXPEDIENTE

Esta é uma publicação da Casa do Empresário de Viçosa.

ENDEREÇO

Rua Benjamim Araújo, 56, 11º andar
Ed. Panorama, Centro - Viçosa-MG.
(31) 3899-8650

EDIÇÃO:

Aline Gomes, João Pedro Mageste e diretoria Casa do Empresário

comunicacao@casadoempresario.org.br
www.casadoempresario.org.br

atendimento@casadoempresario.org.br
Curta a Casa do Empresário de Viçosa no Facebook

Diagramação:
Interminas Comunicação



Diogo Motta

Diretor da Casa do Empresário

Esteja pronto para o novo começo

Apesar de possuir empresas em ramos diferentes e já ter passado por vários segmentos, vejo que, ambos os negócios, tiveram que passar por mudanças nos canais de comercialização. Tanto em questão de produtos quanto de serviços, se tornou necessário que nos reinventássemos não somente no meio físico, mas também no meio digital.

Também é perceptível que a forma de consumir dos nossos clientes mudou. Assim, para além do para além da qualidade e preço dos produtos ou serviços, se tornou necessário dar ainda mais atenção ao cliente durante o ato da compra e no pós-venda, para garantir sua fidelização.

Nesse novo mundo "pós-pandemia", para nós empresários, essas e outras questões, vem como uma série de desafios diferentes em um cenário de

negócios ainda incerto. Muitas das estratégias que nos colocaram na posição que estamos hoje, com certeza não serão suficientes para nos manter no mercado.

Portanto, é hora de repensar e colocar o "novo consumidor" em análise. Estamos vivendo um momento mais humano, mesmo que digitalmente, e ainda mais exigente, tornando assim necessário inovar na nossa forma de negociar, apresentar e comercializar nossos produtos. Para aqueles que pesquisam e estudam o mercado, este é o momento de focar nas tendências e em como aplica-las no seu negócio.

Essa é a receita de sucesso para o momento: Abraçar e investir na necessidade de se reinventar, sempre acreditando neste novo começo que promete prosperidade e crescimento para o setor comercial.



[/casadoempresariovicosa](https://www.facebook.com/casadoempresariovicosa)



[@casadoempresariovicosa](https://www.instagram.com/casadoempresariovicosa)

SUMÁRIO



5

Empresa do mês

Laticínio FUNARBE - Produtos Viçosa



7

A importância de investir em treinamento - Paulo Chequer

Paulo Chequer



9

Comunicação Empresarial

A voz do seu negocio



12

Figital

a tendência que invadiu o mercado



13

Atendimento e fidelização

Dentre as principais questões que rondam um empreendedor, como adquirir novos clientes é, possivelmente, a mais frequente delas.



17

Casa em pauta

- Casa do Empresário realiza jantar empresarial um novo começo

- Em cada presente uma explosão de alegria



25

CME

Reencontro, Recomeço e Perspectivas 2022

LATICÍNIO FUNARBE - PRODUTOS VIÇOSA



Tendo como principais valores a reciprocidade, o respeito e a cooperação, a marca que hoje conhecemos como Produtos Viçosa recebeu, inicialmente, o nome de Usina Piloto de laticínios. Fundada em 15 de julho de 1971, pelo professor Dinamarquês Beck Anderson, tinha como objetivo primário ser um laboratório de apoio às aulas práticas em leite e derivados do Departamento de Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal de Viçosa.

Obtidos através de matéria-prima fornecida pela fazenda da Universidade e fabricados de forma artesanal, os produtos, até então oferecidos apenas aos estudantes da instituição, passaram a ser comercializados para a população em geral em 1973, sendo o leite o primeiro deles.

A aceitação dos produtos foi imediata, visto que sempre foram sinônimos de qualidade e riqueza em sabor. Cada vez ganhando mais espaço no mercado por suas qualidades, viu-se a necessidade de aumentar a capacidade de produção que, àquela época, ainda operava em pequena escala.

Visando então, otimizar o processo produtivo, a UFV e a Cooperativa Central dos produtores de leite desenvolveram uma parceria para o gerenciamento da Usina. Em 1980, após o fim deste primeiro contrato, uma nova parceria se iniciou, desta vez com a Fundação Arthur Bernardes (FUNARBE), pela qual é

administrada até os dias de hoje.

Nesta época deu-se início a produção do Doce de Leite, atualmente, principal produto comercializado pela empresa. Em um primeiro momento, quando lançado no mercado em 1988, foi nomeado com a marca FUNARBE e, desde então, tem estado presente em estabelecimentos e moradias de todo Brasil.

Apenas em 1992 os produtos do portfólio do Laticínio receberam a marca Viçosa, que hoje estamos familiarizados. A mudança veio da necessidade de um posicionamento de mercado e de concessão à gestão do departamento e maior autonomia para o departamento de Laticínios. Apesar de ainda priorizar a qualidade e o sabor, neste momento, a Usina ganhou um ar de competitividade, buscando a consolidação vitalícia no mercado.

Essas mudanças geraram bons resultados e, em 2001, o Doce de Leite Viçosa foi premiado nacionalmente pela primeira vez. De lá para cá, foram outras nove premiações como melhor do Brasil, sendo o maior vencedor da história da premiação.

O Doce de Leite Viçosa é reconhecido pelo público e por especialistas como o melhor doce de leite do Brasil e agora é Patrimônio Cultural Imaterial. Recentemente, o projeto de lei, idealizado pelo Deputado Coronel Henrique, que reconhece o Doce de Leite Tradicional Viçosa como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado, foi aprovado pela Assembleia Legislativa de Minas Gerais em novembro deste ano. A proposta segue agora para sanção do Governador.

Para o Diretor Presidente da FUNARBE, Rodrigo Gava, “o reconhecimento do processo de fabricação do produto como Patrimônio Cultural Imaterial traz um



orgulho imensurável para todos que estão envolvidos nessa cadeia produtiva. Além de reafirmar a importância de garantir a preservação da herança cultural, a conservação da memória e a valorização da identidade mineira”.

Com auxílio de seus parceiros e se mantendo sempre fiel ao objetivo de fazer a diferença para a sociedade, ao longo de sua trajetória, a marca Produtos Viçosa conquistou um lugar de destaque no ramo de fabricação de produtos lácteos e vem fidelizando um número cada vez maior de clientes que confiam na empresa.

Atualmente, operando com mais de 80 funcionários diretos e mais de 30 produtos compoendo seu portfólio, se tornou sinônimo de sucesso, sendo referência não apenas na região, mas em todo país.

Aline Gomes
Estudante de Jornalismo e Publicidade

O MUNICÍPIO DE VIÇOSA, DESDE 2019, CONTA COM A LEI 2.762 QUE ESTABELECE O ATENDIMENTO PRIORITÁRIO PARA PESSOAS COM TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA (TEA).



NAS PLACAS DE ATENDIMENTOS PRIORITÁRIOS EM ESTABELECIMENTOS PÚBLICOS E PRIVADOS DEVEM CONSTAR O SÍMBOLO MUNDIAL DO AUTISMO, QUE É UMA FITA “QUEBRA-CABEÇA”.

A medida é válida para supermercados, bancos, farmácias, bares, restaurantes, lojas em geral e similares.

Como ter direito ao atendimento?

Para o atendimento preferencial, a pessoa autista deve apresentar a carteirinha que garante os benefícios previstos na lei municipal. O documento pode ser solicitado na Secretaria Municipal de Assistência Social. Os interessados devem apresentar laudo médico indicando CID; solicitação preenchida pelo médico; cópias do RG e CPF da pessoa autista e do representante legal; cópia do comprovante de residência atualizado; foto 3x4 recente; exame comprovando o tipo sanguíneo; e o contato do beneficiário ou representante legal.

Secretaria de Assistência Social

Rua Gomes Barbosa, 942, Edifício Plaza Center, 5º andar, Centro.

Contato: (31) 3892-7004

O que acontece com os estabelecimentos que descumprirem a lei?

Os estabelecimentos poderão ser penalizados da seguinte forma: advertência; multa de 30 UFM (Unidade Fiscal do Município), em caso de reincidência; e até a suspensão do Alvará de Licenciamento para estabelecimento na terceira constatação, até o cumprimento desta lei.

*Em 2021, a UFM tem valor de R\$ 54,77.



PREFEITURA
DE VIÇOSA

Instagram e Facebook: [prefsvicosas](#)



Ouvidoria Casa do Empresário

Conecte-se com a gente e deixe suas **SUGESTÕES, RECLAMAÇÕES, ELOGIOS E DÚVIDAS.**

A Casa do Empresário é resultado do associativismo e da participação de todos.



Acesse nosso site:
casadoempresario.org.br

Casa
do empresário
de Viçosa

80 ANOS
SOPRINTENDÊNCIA DE VIÇOSA
DEFENDENDO OS SEUS INTERESSES

ESTAMOS
JUNTOS
PELO SEU BEM-ESTAR



A IMPORTÂNCIA DE INVESTIR EM TREINAMENTO PARA SUA EMPRESA

especialistas externos.

Os treinamentos in company são aqueles realizados na sede da empresa, ou em algum local reservado para tal, com os membros da equipe. Geralmente são treinamentos personalizados de acordo com a necessidade da empresa e da equipe, para o desenvolvimento coletivo. Este tipo de treinamento pode, e deve, ser realizado pelo próprio líder ou por algum membro da equipe. Uma outra forma, como já citado, pode ser através de contratação de um treinador e mentor externo.

Já os treinamentos externos são aqueles realizados por especialistas em um determinado assunto, no qual a empresa faz um investimento para que os colaboradores possam participar. Em alguns casos, são treinamentos com o valor do investimento mais baixo, pela falta de personalização e foco maior no número de pessoas.

Por fim, como já citado, os treinamentos in company podem ser realizados tanto por líderes ou membros qualificados, assim como por treinadores externos ou especialistas em um determinado

assunto. O grande diferencial de se contratar alguém externo é a visão que este profissional tem de mercado, com experiências e didática em relação ao desenvolvimento da equipe.

Independente de qualquer coisa, invista em capacitação e treinamentos, mesmo que seja somente tempo e energia, escolhendo membros da equipe para ministrá-los. Agora, caso queira uma visão externa, um trabalho realizado por um especialista, você pode investir em um treinador externo.

Paulo Chequer
Treinador e Mentor de Líderes
instagram: @paulochequer

Em meus trabalhos ouço constantemente líderes reclamando da falta de mão de obra qualificada disponível no mercado e o quanto está cada vez mais difícil encontrar. Quero te dizer que isso acontece não só no Brasil, mas também em diversos países pelo mundo afora, inclusive em países desenvolvidos. Então, se este problema é global, o que fazer?

A resposta para este questionamento é: contrate por valores e comportamentos, e invista em treinamentos. Investir não só financeiramente, mas também tempo e energia. Uma tendência global é que as empresas que estão prosperando são aquelas que, além de focar em seus segmentos de negócio, estão se tornando empresas de educação, capazes de qualificar, desenvolver e reter talentos.

Quando falamos em treinamento e desenvolvimento, estamos falando de treinamentos in company e treinamentos externos, e que os mesmos podem ser ministrados tanto por membros e líderes da empresa, quanto por treinadores e





O Clube de Vantagens é uma solução criada pela Casa do Empresário e que tem como objetivo reunir empresas que oferecem descontos diferenciados.

Todos os associados fazem parte dessa solução!

Você pode comprar com descontos especiais das empresas participantes ou oferecer seus produtos a preços diferenciados, fazendo parte desta lista de fornecedores. Fique de olho no próximo edital e envie sua proposta.

Universidades/Escolas

Saúde

Escritórios Engenharia/Contabilidade

Laboratórios e diagnóstico por imagem

Ópticas

Finanças

Oficinas mecânicas/postos

Idiomas

Qualidade de Vida

Delivery

Restaurantes

Informática/Tecnologia

Psicologia e RH

Publicidade

Beleza e estética

Energia

Dentistas

Construção

Auto escolas

Vestuário/Moda

**Acesse www.casadoempresario.org.br
e saiba mais detalhes de todos os descontos.**

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL: A VOZ DO SEU NEGÓCIO

O ato de comunicar está diretamente ligado a qualquer atividade social que desenvolvemos. O diálogo é responsável por transmitir ideias, conceitos e convicções, e, por esse motivo, deve acontecer da forma mais assertiva possível.

Quando falamos do setor empresarial, essa premissa não é diferente.

É da necessidade de diálogo interno e externo, que naturalmente rondam as organizações modernas, que surge o termo comunicação empresarial.

O QUE É COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

A comunicação empresarial consiste no processo de construção de imagem e a transmissão clara de informações sobre a empresa. Para além disso, também engloba a criação de canais de contato entre todas as partes envolvidas nos processos de produção, seja com os líderes, funcionários, fornecedores, investidores, clientes ou a sociedade em geral.

Imagine a comunicação empresarial como a voz da sua empresa. É por meio dela que você conseguirá demonstrar quem é você para o mercado e, se o seu discurso for eficaz e estiver alinhado com os demais aspectos do seu negócio, poderá se destacar dos concorrentes a sua volta.

COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA

A comunicação empresarial pode se dividir em duas ramificações: interna ou externa.

A comunicação interna, ou endomarketing se refere a transmissão de informações dentro da própria organização. Seja de forma vertical, entre supervisores e subordinados e vice-versa, ou de forma horizontal entre pessoas que ocupam o mesmo nível na empresa.

Tem um papel de destaque ao ser responsável por alinhar valores e objetivos entre os membros da equipe, otimizando os processos e melhorando o ambiente de trabalho.

Já na comunicação externa a empresa é a emissora da mensagem que pode atingir múltiplos receptores. Neste caso, é ela quem irá construir uma imagem positiva da empresa para o público, estando sempre alinhada ao que a marca se compromete a ser e a realizar.

COMO OTIMIZAR A COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Para garantir os resultados proporcionados pela comunicação, é importante estar atento a alguns pontos que podem otimizar este setor da sua empresa:

■ Esteja atento aos seus resultados

Analisar os resultados que seu modelo de comunicação está alcançando é de extrema importância. É essa consulta de dados frequente, que te mostrará se suas ações estão sendo efetivas ou não e quais mudanças você deve implantar.

Esteja disposto a escutar clientes e funcionários através de pesquisas de satisfação e a implementar possíveis mudanças, internas ou externas, com base em suas colocações.



■ Tenha uma comunicação coesa e transparente

Não adianta transmitir ao público uma imagem que não condiz com a realidade da sua empresa ou regular radicalmente as informações que são passadas para seus colaboradores.

Como já mencionamos, a comunicação construirá sua identidade para o público. E, por isso, é importante demonstrar exatamente o que a marca é ou busca alcançar, evitando qualquer tipo de impasse futuro.

Quanto à sua equipe busque, na medida do possível, mostrar o que acontece na empresa, os resultados, metas alcançadas e etc.

Com isso, você conquistará credibilidade para a sua gestão e para sua empresa.

■ Escolha os canais de comunicação com sabedoria

Tanto para questões externas quanto internas é importante se atentar em qual canal a sua mensagem tem maior alcance e gera um melhor retorno. E aqui retomamos a primeira dica que mencionamos, pois você só conseguirá identificar as preferências dos receptores se analisar os dados de alcance da sua empresa.

Hoje em dia temos uma gama imensa de ferramentas que você pode utilizar de acordo com o que considerar se encaixar melhor com o cotidiano da sua empresa. Além do mais, essa decisão não precisa ser eterna, desde que você se planeje bem antes de fazer uma mudança radical, garantindo que nenhuma informação será perdida ou que uma parcela do seu público deixe de ser alcançada.

Além destes três quesitos que destacamos, tenha um bom planejamento e o objetivo que deseja alcançar bem delimitado. Como destacamos, a comunicação empresarial é a voz da sua empresa e, quando bem trabalhada, pode ser a mudança que o seu negócio precisava para alavancar.



Aline Gomes
Estudante de Jornalismo e Publicidade



Casa
do empresário
de Viçosa

ASSOCIE-SE!

MAIS INFORMAÇÕES: 3899-8650
casadoempresariodevicosa

FORTALECIMENTO EMPRESARIAL, POR MEIO DO ASSOCIATIVISMO, E MUITAS SOLUÇÕES PARA O SEU NEGÓCIO!



*Mais um ano vencido com muitos
desafios e realizações.
Agradecemos a você, cliente e amigo,
pela confiança e parceria!*

*Desejamos a todos um Natal repleto de
paz e amor e um Ano Novo
de muita prosperidade!*



COLUNA

**PRIMEIRO
A SABER**

f @primeirosaber



**PESQUISA INTERNACIONAL
APONTA UFV COMO A
2ª MELHOR UNIVERSIDADE
DE MG E A 15ª DO BRASIL.**



**COVID-19:
É PRECISO LIMPAR OS
CELULARES QUE LEVAMOS
PARA A RUA**



**AÇÕES DE COMBATE
À DENGUE SÃO
REALIZADAS EM VIÇOSA**

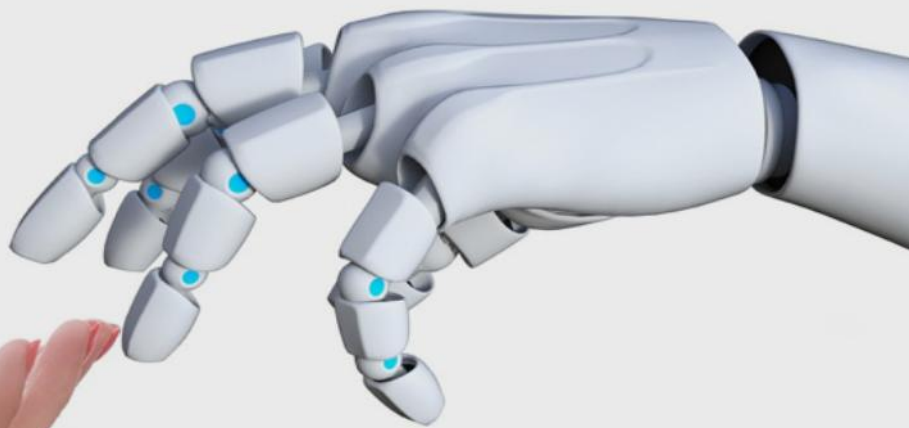


ACESSE

primeirosaber.com.br



FIGITAL:



a tendência que invadiu o mercado

Tomando cada vez mais espaço nas rodas de conversa sobre negócios, o figital nomeia uma das tendências mais fortes do mercado atualmente e é o modelo perfeito para a relação entre empresas e o cliente omnichannel, um perfil de consumidor cada vez mais comum no nosso cotidiano.

MAS AFINAL, O QUE É FIGITAL?

O termo phygital ou em sua versão abrigada, figital, consiste na integração entre o meio físico e digital dentro do universo de compras e vendas.

Com o advento da pandemia em que as empresas precisaram passar a ocupar vários espaços ao mesmo tempo para conseguir alcançar seus clientes, o formato traz benefícios, pois amplia a superfície de alcance do negócio, sempre mantendo uma conexão entre os ambientes.

Como vou me adaptar ao modelo figital?

Tendo em vista o papel central do cliente omnichannel nesse novo contexto, é fundamental investir em abordagens em múltiplos canais, otimizando o atendimento. Este tipo de cliente, pode ser adepto aos seguintes comportamentos:

- **webrooming** — ele pesquisa online antes de comprar em uma loja física;
- **clique e colete** — faz compras online para retirar no estabelecimento;
- **scanning/scramming** — em suas pesquisas, ele pode digitalizar um produto na loja para encontrar uma oferta melhor online;
- **showrooming** — finaliza a compra no site após ver o produto na loja;
- **clique e enviar** — compra um produto online enquanto está na loja física.

Como você pode ver, existem muitas possibilidades para o cliente e a forma como ele escolherá finalizar a jornada de compra é imprevisível. Por isso, estar preparado para atender suas expectativas, seja qual for o cenário escolhido por ele, é essencial e pode ser um fator de definição para a fidelização dele a sua empresa.

Para se adaptar a esse modelo múltiplo, é necessário criar estratégias e utilizar ferramentas que te auxiliam no processo. Confira as ferramentas que se destacam na hora de colocar o modelo híbrido em prática:

■ ERP

Um Enterprise Resource Planning (ERP) é o sistema pelo qual uma empresa integra diferentes setores, processos e instâncias em uma única plataforma. Assim sendo, quem pretende ser figital não pode deixar de lado este tipo de recurso. Entre as suas funcionalidades, está a coleta, armazenamento, gestão e tratamento de dados.

■ CRM

No novo contexto figital, não existe relacionamento com o cliente sem uma plataforma de Customer Relationship Management (CRM). Esse tipo de solução é igualmente valiosa para oferecer experiências melhores porque, com isso, a empresa se habilita a decidir com mais inteligência.

Um CRM pode, por exemplo, apoiar no momento de fazer ofertas e promoções, ajudando a reconhecer leads

promissores e aumentando as chances de conversão. Sua marca poderá estar ainda mais próxima dos seus clientes em potencial. Eles terão suas necessidades melhor compreendidas, fazendo com que suas ofertas sejam relevantes.

■ BUSINESS INTELLIGENCE (BI)

A inteligência artificial desponta como um recurso necessário na hora de se adaptar ao figital. Isso porque as empresas mais competitivas tomam decisões essencialmente baseadas em dados.

Em um cenário no qual a disponibilidade de dados é colossal, quem tem BI desenvolvido sai na frente na hora de definir estratégias voltadas a um consumidor que anseia por experiências melhores.

Um totem de autoatendimento se adapta a diversos modelos de negócios no ambiente físico. Além de trazer praticidade e rapidez para o cliente, ainda evita a formação de filas ou aglomerações durante a jornada de compras.

■ AUTOATENDIMENTO

Em um mundo cada vez mais conectado, o seu negócio precisa estar pronto para atender o cliente que agora possui um novo estilo de consumo e que busca conexão com a marca em múltiplos canais. Por isso, se adaptar ao figital, conseguindo integrar o ambiente físico com o digital, vem se tornando uma necessidade cada vez maior para as empresas que buscam se destacar no mercado.

Aline Gomes

Estudante de Jornalismo e Publicidade

ATENDIMENTO E FIDELIZAÇÃO

Dentre as principais questões que rondam um empreendedor, como adquirir novos clientes é, possivelmente, a mais frequente delas.

Porém, por mais que encontrar novos caminhos para a geração de leads e a conversão de novos negócios seja fundamental, existe outra pergunta importante a ser feita: “como vou fidelizar meus clientes atuais e evitar que esqueçam a minha empresa?”.

"Manter um cliente custa 5 a 7 vezes menos do que conquistar um novo", essa é uma das frases mais emblemáticas de Philip Kotler, importante consultor de marketing, e traduz bem o porquê é tão necessário investir na fidelização do seu consumidor e confirmam uma realidade que muitos desconhecem: fidelizar é mais barato do que conquistar.



MAS, POR QUE É MAIS VANTAJOSO FIDELIZAR O CLIENTE?

A principal questão que desregula a balança de gastos entre fidelizar e conquistar um novo cliente está nas ações que precisam ser tomadas para alcançar

estes resultados.

Enquanto que, para alcançar um possível futuro comprador, a empresa precisa investir em diversas áreas de atuação ao mesmo

tempo, e que muitas vezes só surtem efeito a curto prazo. Decidir por fidelizar seu comprador pode render muito mais quando olhamos para o futuro do seu negócio,

pois um cliente satisfeito sempre voltará para futuras negociações.

Não estamos falando aqui para

você parar de gerar novos leads devido ao custo mais alto. O grande desafio é ir equilibrando em sua estratégia a energia para

os dois lados, de forma a garantir não só a sustentabilidade financeira, mas também o crescimento da empresa.



COMO FIDELIZAR MEU CLIENTE

JÁ SABEMOS QUE A FIDELIZAÇÃO É UM CAMINHO EXTREMAMENTE VANTAJOSO. MAS, COMO ALCANÇÁ-LA?

Esse resultado só será possível caso seu cliente apresente uma satisfação total com o que você oferece. Para isso, um conjunto de ações devem ser introduzidas na rotina da empresa, agregando valor a cada etapa do seu processo de vendas. Vivemos, atualmente, a chamada “era da

experiência” isso porque além do produto de qualidade e preço justo, o cliente está interessado nas empresas que são capazes de oferecer um atendimento personalizado e satisfatório, que demonstre sua importância e vise o estabelecimento de vínculos entre ambas as partes.

VEJA ALGUMAS AÇÕES QUE TE AJUDARAM NO PROCESSO DE FIDELIZAÇÃO, MELHORANDO A EXPERIÊNCIA DO SEU CLIENTE:

CONHEÇA SEU PÚBLICO

Antes de implementar qualquer mudança, é importante que você conheça as preferências e necessidades do público alvo da sua empresa.

Neste caso, pesquisas de satisfação são uma ótima estratégia e podem te ajudar a traçar um perfil eficiente, oferecendo plataformas que possibilitem ao seu cliente manifestar suas críticas e elogios.

Isso pode ser feito de forma digital, por meio de uma área específica no site e mensagens nas redes sociais ou disponibilizando no próprio estabelecimento um banco para coletar estas informações. Leia mais sobre no artigo

"Relacionamento e Fidelização: Como mensurar a satisfação dos seus clientes" - pág 16
Ou no artigo "Expectativa versus realidade: o dilema do marketing" - Pag 22

CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIVERSIFICADOS

Sabemos que o mundo está cada vez mais conectado e as preferências dos consumidores acompanharam esses avanços tecnológicos. Por isso, tem sido cada vez mais importante diversificar os canais de atendimento para melhorar a relação com seu cliente. Usando as informações que

conseguiu conhecendo seu público alvo, escolha as plataformas que te darão maior alcance, levando em conta também o perfil da sua empresa.

É importante estar sempre de olho em todos os canais que você decidir aplicar no seu negócio, garantindo um atendimento rápido

e eficiente. Caso tenha uma equipe reduzida ou não tenha tanta disponibilidade, dê preferência para as plataformas que tenham retorno certo e depois abranja mais canais. Leia mais sobre no artigo "Comunicação Empresarial: a voz da sua empresa" - pag 09

Invista na capacitação da sua equipe

Ter profissionais bem treinados para o atendimento é essencial. Seja de forma presencial ou online, o consumidor irá finalizar sua compra no estabelecimento onde receberá o melhor atendimento e onde sentir que teve suas expectativas atendidas.

É importante lembrar que os clientes estão cada vez mais bem

informados e tem plena consciência do que procuram. Por isso, garantir que sua equipe esteja pronta para ouvir, identificar necessidades e apresentar uma boa solução, também é garantir uma boa experiência.

Leia mais sobre no artigo "A importância de investir em Treinamento para sua empresa" - pág07

Pense em todas as etapas da venda

Por fim, é preciso compreender que a experiência do cliente vai muito além do momento em que ele finaliza a compra. A jornada do consumidor abrange também o antes e o depois do negócio.

Usando todas as dicas que demos anteriormente você poderá iniciar um contato mais humanizado com seu cliente, conquistando o interesse não apenas no produto ou serviço que oferece, mas também na sua empresa.

Além disso, também é importante pensar no pós-vendas. Oferecer programas de fidelidade, se

mostrar interessado na opinião do consumidor sobre o produto adquiridos e compartilhar conteúdos relevantes são apenas algumas das formas de se mostrar presente.

Aplicando este conjunto de ações ao dia a dia do seu negócio, temos certeza que você terá cada vez mais clientes fidelizados a sua empresa. Afinal, é sempre bom lembrar que o cliente satisfeito voltará a realizar futuras compras ou contratar serviços e ainda poderá te indicar para outras pessoas, garantindo assim um retorno cada vez maior e o alcance de um novo público.

Aline Gomes

Estudante de Jornalismo e Publicidade



RELACIONAMENTO E FIDELIZAÇÃO: COMO MENSURAR A SATISFAÇÃO DO SEU CLIENTE

Sabe-se que o Mercado tem se desenvolvido constantemente e que cada vez mais os produtores devem buscar maneiras de cativar sua clientela. Nesse sentido, mediante a necessidade de acompanhar essa evolução, surge o Marketing de Relacionamento, que basicamente pode ser explicado como as estratégias e ações, realizadas pelas empresas, que possuem o objetivo de criar ou manter uma relação sólida e positiva com os consumidores. No marketing de relacionamento o foco é a fidelização de seus consumidores, tendo em vista que, fidelizar é mais viável do que conquistar novos clientes, lembrando que um não ameniza a importância do outro. A fim de exemplificar, para conquistar um novo consumidor, é necessário investir na publicidade do produto vendido, enfatizando seu diferencial perante a concorrência, gerando confiança nos serviços e produtos ofertados. No entanto, ao investir na fidelização, toda aquela etapa já estaria cumprida e o cliente fiel retornaria a consumir os produtos ou serviços ofertados por já conhecer e aprovar a qualidade dos mesmos. Não obstante, quando o consumidor é fiel, normalmente não é influenciado por aspectos como menor preço dos concorrentes, pois acreditam na qualidade daqueles que já conhecem, e se sentem mais valorizados e próximos à marca. Nesse viés, existem várias maneiras de realizar a fidelização de clientes e felizmente muitas são acessíveis.

Uma das ferramentas que trouxemos foi o Net Promoter Score (NPS). Criado em 2003, por Frederick F. Reichheld, o NPS é um indicador utilizado para medir o nível de satisfação que os clientes possuem acerca dos serviços prestados pela empresa. Por meio de uma pesquisa mista (quanti-qualitativa), o NPS é mensurado por notas que vão de 0 a 10, havendo espaços para observações escritas. Na CACE Consultoria Jr. utilizamos o NPS, pois o seu resultado permite com clareza e lisura, avaliar qual é o cenário em que a empresa se encontra em relação a fidelidade dos seus clientes, assim como o quão jubilosos os



mesmos estão com os serviços adquiridos.

A ideia principal do NPS consiste na seguinte pergunta: Em uma grandeza de 0 a 10, quanto você indicaria a empresa para outrem? Os clientes que avaliam com uma nota de 0 a 6, de um modo geral, não estão satisfeitos com a empresa. Os clientes que avaliam com nota 7 ou 8 são caracterizados como neutros, pois não estão descontentes, todavia, também não são fiéis. Já os clientes que notificam a empresa com 9 ou 10 são considerados promotores, ou seja, são aqueles que gostam da sua empresa e naturalmente irão recomendá-la para os amigos e demais interessados.

Portanto, baseado nessa resposta, é possível que a empresa avalie seus serviços internos e foque em melhorias, caso sejam necessárias. Como virtude estratégica, é interessante comparar as notas do NPS com os resultados

da concorrência para mensurar como os clientes visualizam a empresa, como a mesma pode melhorar e quais pontos carecem de mais atenção por parte dos gestores. Somado a isso, é possível traçar metas para a empresa, haja vista que o principal objetivo do marketing e por conseguinte da empresa, é atender os anseios dos clientes e permitir que os mesmos se regozijem em função dos serviços contratados/ produtos adquiridos.



CACE Consultoria Jr.

Soluções inteligentes para o seu negócio

@ caca@ufv.br

@caceconsultoria

in caceconsultoria

CASA EM PAUTA

CASA DO EMPRESÁRIO REALIZA JANTAR EMPRESARIAL UM NOVO COMEÇO



A Casa do Empresário realizou nesta quinta-feira, 11 de novembro, o jantar Empresarial “Um Novo começo”. Seguindo todas as novas de segurança, o evento reuniu mais de 100 empresários de diversos ramos e teve como objetivo proporcionar um momento para troca de experiências e de aprendizados que ajudassem nesta retomada que vivenciamos.

O evento ainda contou com um bate-papo entre Fernando Cardoso, Vice-presidente de Shopping centers e regiões comerciais da CDL BH, e a Diretora associada da Casa do Empresário e Presidente da CDL Jovem Viçosa, Fernanda Oliveira. Durante o painel os convidados abordaram assuntos como inovação e perspectivas para o setor comercial pós período de pandemia. O ex-presidente da CDL Jovem BH, Rafael Rocha,

também esteve presente e contribuiu com o momento.

O Jantar aconteceu no Espaço Moinho de Vento e contou com o Patrocínio das empresas Apache, Sicoob Uni Sudeste e Oriantec. Também parceiros como Mundial Interiores, Clorofitum, Produtos Viçosa, Israel Shoyti, Sandra cerimonialista e Bristol Hotel contribuíram para a realização deste evento.

A Casa do Empresário está sempre em busca de proporcionar as melhores experiências para seus associados e auxiliar no crescimento de suas empresas. O Jantar Empresarial “Um Novo Começo” é um marco que representa esperança e crescimento para o setor e faz parte das ações da instituição que visam um futuro próspero para os Empresários de Viçosa e região.

 **JANTAR EMPRESARIAL** **UM NOVO COMEÇO**



CASA EM PAUTA

CASA DO EMPRESÁRIO ENTREGA PRÊMIOS DO SORTEIO DA SEMANA DO CLIENTE



Pensando em nossos Associados, nossos maiores e mais motivadores clientes, a Casa do Empresário promoveu o Sorteio da Semana do Cliente. Visando valorizar os nossos Associados, dando a eles o valor que lhes é merecido. A Casa presenteou quatro sortudos com prêmios em dinheiro que totalizaram R\$1100,00. Além dos vencedores da Campanha, os nossos Associados também saíram ganhando. O valor de consumação seria todo revertido aos nossos Associados, como uma forma de exaltar aquele que nos movem.

Nos últimos dias, a Casa do Empresário de Viçosa entregou, nas empresas Associadas escolhidas e aos ganhadores do Sorteio da Semana do Cliente, os prêmios concedidos durante essa semana especial. Para participar do Sorteio, os participantes precisavam interagir e compartilhar o post oficial da Campanha no Instagram. Com passos simples e rápidos, era possível gerar várias "fichas" para que concorressem um número maior de vezes. O sorteio rendeu à Casa mais de 9.300 (nove mil e trezentos) comentários, com marcações de

empresas Associadas nas quais os clientes queriam comprar, caso ganhassem.

O sorteio ficou no ar durante alguns dias e no Dia do Cliente, 15 de setembro, uma live para comunicar os vencedores foi feita. Na live, comandada por diretores da Casa, o resultado foi divulgado e os participantes já poderiam entrar em contato o mais rápido possível.

Com os prêmios agora entregues, a Casa ressalta: continue participando dos Sorteios e Campanhas da Casa! Aos Associados, manter-se engajado e presente em nossos projetos pode te garantir muitos benefícios e momentos especiais! A Casa do Empresário de Viçosa, fica contemplada em gerar bons momentos para os nossos Associados e celebra mais uma Campanha de grande sucesso.

EM CADA PRESENTE UMA EXPLOÇÃO DE ALEGRIA

Confira os ganhadores da nossa campanha de dia das crianças:



1º lugar - VALE-COMPRAS de R\$1.000,00: Larissa Karla S. S. Almeida, cliente da Loja Bem Me Quer Presentes



2º lugar - VALE-COMPRAS de R\$300,00: Ana Paula M. F. Toma, também cliente da Loja Bem Me Quer Presentes



3º lugar - VALE-COMPRAS de R\$200,00: José Salvador Campos, cliente do Supermercado Amantino

Agradecemos aos nossos patrocinadores que foram parte essencial do sucesso desta campanha: Cicle Minas, Bem Me Quer Presentes, Ápice Elevadores

Amigo da cidade doa aqui

A Casa do Empresário, em parceria com a Prefeitura Municipal e a Câmara Municipal, deu início a Campanha "Amigo da Cidade Doa aqui". O objetivo da ação é conscientizar a população da necessidade de dar preferência para instituições locais quando decidirem realizar doações.

Como parte do projeto, foram realizadas reuniões entre representantes das instituições e associados da Casa; principais incentivadores da campanha; instalação de

faixas no calçadão, local com fluxo alto de pessoas diariamente; e uma série de entrevistas nas rádios locais, para transmitir maiores informações sobre o assunto.

Além disso, panfletos contendo as instituições filantrópicas e Entidades de Ajuda Humanitária do município, cadastradas e de finalidade atestada pelos órgãos públicos, foram disponibilizados em diversas empresas, possibilitando que a comunidade conheça os locais propícios para doações e o

trabalho que realizam.

A campanha seguirá como uma ação contínua da Casa do Empresário e faz parte dos seus projetos em prol da melhoria da cidade de Viçosa e o bem-estar da população.

Vale destacar, que doando para instituições locais, você ajuda pessoas em situação de vulnerabilidade social do nosso município.

INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS DE VIÇOSA PARA AS QUAIS VOCÊ PODE DOAR:

Centro de Educação Infantil D. Tereza do Nascimento de Jesus

Centro de Educação Infantil Moria João de Deus

Centro de Educação Infantil Moria Tereza

Centro de Educação Infantil Myriam de Oliveira Fernandes SOS

Centro de Educação Infantil Pingo de Luz

Centro de Educação Infantil Santa Rita

Centro de Educação Infantil Santa Terezinha

Centro de Educação Infantil São João Batista

Centro de Educação Infantil São Sebastião

Centro de Educação Infantil Três Pastorinhos - AMARBEM

Centro de Educação Infantil Nossa Senhora de Lourdes

Associação Comunitária Padre Geraldo Paiva

APAE - Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais

INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS DE VIÇOSA PARA AS QUAIS VOCÊ PODE DOAR:

Associação Assistencial e Promocional da Pastoral da Oração de Viçosa - APOV

Associação de Proteção aos Condenados de Viçosa - APAC

Associação de Proteção e Amparo Social - APAS

Ação Social Evangélica Viçosense - REBUSCA

Centro de Prevenção Terapêutica Amor e Esperança Jesus é o Caminho - CTAJEC

Lar dos Velhinhos

Mobilização Educativa de Profª Maria da Conceição Gomes Batalha - MÓBILE

Comunidade Terapêutica Divina Providência

Sociedade Viçosense de Proteção aos Animais - SOVIPA

Casa de Promoção e Caminho Bezerra de Menezes

Associação Odontológica Jesus é o Caminho - AOJEC

Casa da Caridade Dom Luciano

ENTIDADES DE AJUDA HUMANITÁRIA

Rotary Club de Viçosa

Rotary Club de Viçosa - Cidade Universitária

Lions Clube de Viçosa

Amigo da
cidade doa
aqui!



**ANTES DE DOAR, BUSQUE
CONHECER A ENTIDADE!**

Quando você doa para ONGs e instituições de Viçosa, você ajuda a cuidar e acolher pessoas em situação de vulnerabilidade da nossa cidade. Vamos juntos nessa campanha pela nossa cidade.



REALIZAÇÃO
Casa
do empresário
de Viçosa

APOIO



FUNCIONÁRIO DO MÊS



ISRAEL LANA REIS BARBOSA



Israel Lana Reis Barbosa, de 32 anos, exerce há 8 anos, com dedicação e comprometimento, o cargo de vendedor na empresa Fercon, que atua no ramo de materiais de construção.

Já conhecendo a empresa antes de iniciar sua jornada como parte importante da equipe, Israel percebeu, desde o começo, ter valores e objetivos

compatíveis aos que o estabelecimento propõe, facilitando sua adaptação e tornando seu trabalho cada vez mais satisfatório.

E por falar em equipe, Israel destaca que além do profissionalismo e eficiência, o ambiente de trabalho é leve e amistoso, considerando todos parte da mesma família.

Ele ainda destaca que adquiriu valores pessoais e profissionais atuando no cargo, considerando o constante desenvolvimento do setor e as oportunidades proporcionadas pela Fercon, indispensáveis para seu crescimento.

Indicado por seus colegas e superiores como

Funcionário do mês, Israel esbanja profissionalismo e visão de futuro, afirmando

que muito mais do que expectativas para si próprio dentro da empresa, procura idealizar metas que ajudarão no sucesso coletivo.

"Estou sempre buscando estabelecer metas de melhoria e lutando para alcançá-las. Assim, posso colaborar o máximo possível com o crescimento da Fercon e sempre proporcionar o melhor atendimento aos nossos clientes", finaliza.

Aline Gomes
Estudante de Jornalismo e Publicidade


UMA MESTRE DE CERIMÔNIAS OUTLIER

Seus eventos nunca mais serão os mesmos!



A COMBINAÇÃO DE DIVERSÃO,
DINAMISMO, SIMPATIA,
VERSATILIDADE E
PROFISSIONALISMO.

*Você nunca imaginou que iria precisar
tanto de uma mestre de cerimônias até
me contratar.*

Sandra Mendes (31) 9 8447-7967 



Meu nome é Mayne ,e eu decidi mostrar o que eu amo fazer, Earchei Festas e Balões é o meu sonho e tanto sonhar decidi criar...e sabe o que é mais legal?! Criei algo que ajuda outras pessoas também a criarem seus sonhos , seus sonhos de uma festa temática linda e divertida ,com os mais lindos balões, transformando a mais simples reunião familiar em uma divertida lembrança. E para facilitar a comunicação com nossos clientes além das nossas rede social como Instagram e Whatsapp temos uma loja online onde você pode escolher os balões e enviamos para todo o Brasil,porque se você quer comprar felicidades nós enviamos pra você ,pelos correios Você merece terapia de balões e Earchei é a especialista em Festa.



**MONTAGEM E MANUTENÇÃO
DE ELEVADORES**

Atendimento ao cliente
(31) 3892-9530 / 98599-6463

Plantão 24 horas:
(31) 99780-1647 / (31) 99606- 6463

apiceelevadores@gmail.com

Rua José de Freitas Filho, 189 - B. Santa Clara - CEP 36570-000 - Viçosa/MG

A CDL Jovem Viçosa, realizou em setembro 3 eventos com o objetivo de fomentar o empreendedorismo, a capacitação, desenvolvimento e formação de novos jovens líderes no ecossistema empresarial de Viçosa.

O primeiro evento, a Rodada de Negócios, aconteceu no dia 15/09, no Távola Lúdica, contou com a presença de cerca de 30 participantes, entre jovens empresários da cidade e diretores da CDL Jovem. Os participantes tiveram um pitch de 5 minutos para apresentar sua empresa, bem como os produtos e serviços que oferecem, tendo a oportunidade de realizar novos negócios entre os participantes, troca de experiências e muito networking.



No segundo e terceiro dia do evento, foram realizadas duas masterclass, com as temáticas: Inovação – Ministrada por Paulo Márcio da Cientec Aceleradora, Gestão com Danilo Superbi da Super Selfie, Marketing Digital



na prática com Marco Antonio Marota da CPT Cursos e Tráfego Pago com Rodrigo Máximo da Máximo Aceleradora.

Todos os participantes da Rodada de Negócios foram contemplados com um passe livre para participar das 4 aulas da Masterclass, recebendo muita capacitação e a possibilidade de receber uma mentoria dos alunos da UFV, pela LIGA UFV, sob a supervisão dos mentores, para colocarem em prática todo o aprendizado recebido.

A CDL Jovem é uma é um órgão complementar, criado em 1988 em Belo Horizonte, com o propósito de oferecer às CDLs um espaço para o desenvolvimento de jovens empresários lojistas com espírito de liderança empreendedorismo, para a vida profissional e para seguirem carreira nas entidades.

Para fomentar esse

propósito, a CDL Jovem promove fórum de discussões, integrando ideias, conceitos e experiências a partir de reuniões regulares, palestras, seminários e eventos.

A CDL Jovem Viçosa atua na cidade desde 2018, como um braço da Casa do Empresário e está de portas abertas para jovens empreendedores, empresários que desejem se conectar a nossa entidade e juntos promovermos um ecossistema empresarial que contribua para todos.

Siga-nos no instagram para mais informações e para acompanhar a agenda das nossas programações: @cdljovemvicosa



Para saber como se tornar um membro da CDL Jovem Viçosa entre em contato com a Casa do Empresário pelo telefone: 3899-8650.



EXPECTATIVA VERSUS REALIDADE: O DILEMA DO MARKETING

Você, empresário, certamente já se perguntou qual a expectativa do cliente quanto ao produto ou serviço ofertado por sua empresa. Se não pensou nisso, corra: esse deve ser um questionamento recorrente de quem se dispõe a atuar e se manter num mercado cada vez mais competitivo, dinâmico e exigente.

Mas, afinal, o que o cliente busca quando procura a sua empresa? Independente do que você comercializa, o cliente está em busca da solução para um problema e, muitas vezes, ele espera uma resposta perfeita para suprir uma necessidade. E a forma como se dá este atendimento reflete na expectativa acerca da solução ofertada.

A respeito disso, Philip Kotler, um dos principais pensadores do Marketing, afirma que “satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”. A definição evidencia que a satisfação de uma necessidade tem relação direta com o desempenho percebido e as expectativas do cliente. Se o desempenho atender às expectativas, o consumidor estará satisfeito.

Assim, conhecer as necessidades e as expectativas do cliente é condição primordial para que haja a tão desejada satisfação. Ele precisa perceber que a empresa empenhou-se ao máximo em descobrir a sua necessidade e que desenvolveu a solução adequada para atendê-lo. Segundo Kotler, os consumidores são “maximizadores de valor, limitados pelos custos, conhecimento, mobilidade e renda. Eles formam uma expectativa de valor e agem sobre ela e sua satisfação. A probabilidade de recompra depende dessa expectativa de valor ser ou não superada”.

Eis aí o grande dilema do marketing, conciliar a expectativa do cliente com a realidade. A expectativa é cercada de incertezas e, em geral, quanto maior ela é, maior é o risco de haver decepção. Por outro lado, quando a realidade supera o esperado, diz-se que determinada coisa ou situação “superou as



expectativas”.

Atualmente, é interessante que o pequeno negócio agregue valor à experiência do cliente, conquistando sua fidelização a partir da oferta de serviços e produtos que proporcionem mais conforto e praticidade. Nesse contexto, a conectividade e a facilidade de interação com as marcas têm forçado os profissionais do marketing a evoluírem da simples entrega de campanhas para a gestão de experiências personalizadas, que buscam engajar o cliente desde o primeiro contato com a empresa.

Mas, como tornar a experiência do cliente algo marcante a ponto de fidelizá-lo? Confira dicas:

- Fique atento às promessas da sua empresa ao mercado.
- Assegure que a entrega seja exatamente igual ou superior à promessa. A maioria dos consumidores está cansada de promessas que não são atendidas.
- Esteja disponível e se antecipe às necessidades do cliente, sempre que possível. Isso inclui usar todos os meios de comunicação possíveis para interagir com o

seu mercado.

■ Atue como um facilitador de soluções. Elimine os obstáculos que, muitas vezes, separam seu cliente da solução desejada. Torne sua empresa mais ágil e eficiente. Invista na melhoria dos processos, em especial naqueles que afetem diretamente o seu consumidor. Assim, além de conhecer melhor seus clientes, você terá capacidade de atendê-los satisfatoriamente.



Galvão Emerick,
Analista do Sebrae Minas

Nosso **SITE** está de cara nova!



- + dinamismo
- + agilidade
- + informação

VISITE: WWW.CASADOEMPRESARIO.ORG.BR

Casa
do empresário
de Viçosa

**CERTIFICAÇÃO
DIGITAL SPC**
Transações virtuais, segurança real

**COM BOM PREÇO É NA
CASA DO EMPRESÁRIO!**

O NÚMERO DE WHATSAPP DO
CERTIFICADO DIGITAL MUDOU.

O NOVO NÚMERO É:
📞 (31) 3899-8657

FALE CONOSCO
E FAÇA SEU
CERTIFICADO!

www.casadoempresario.org.br



Por que conferir a vitrine virtual antes de sair de casa?

- mais praticidade
- otimização de tempo
- compra mais assertiva



Acesse a vitrine em:
apoeiocomerciodevicosa.com.br

Casa
do empresário
de Viçosa

**ESTAMOS
juntos**
PELO SEU NEGÓCIO



Cme

CÂMARA DA MULHER
EMPREENDEDORA
DE VIÇOSA

REENCONTRO, RECOMEÇO E PERSPECTIVAS 2022



Aconteceu no dia 25 de novembro mais um evento realizado pela Câmara da Mulher Empreendedora, com o tema “Reencontro, Recomeço e Perspectivas 2022”. Após muito tempo de encontros e capacitações online, esse foi o primeiro momento de Confraternização. A proposta do evento foi o reencontro das Associadas, para trocas, network, parcerias e principalmente para darmos início ao planejamento

das ações do próximo ano, buscando atender às expectativas e demandas das participantes.

A Câmara da Mulher Empreendedora é uma instituição agregada à Casa do Empresário e tem como objetivo desenvolver ações, eventos e encontros entre mulheres empreendedoras. A associação contribui para o crescimento e desenvolvimento do empreendedorismo. Além de favorecer a sororidade, parcerias e

a representatividade feminina.

As reuniões da CME acontecem toda segunda terça-feira do mês, às 19h. Para se associar e/ou conhecer um pouco mais sobre as ações que são desenvolvidas é só nos acompanhar através do nosso Instagram @vicosacme ou entrar em contato com a Casa do Empresário ou diretamente com uma de nossas associadas.

Mariane Saraiva
presidente CME





Natal Mágico



Sorteio
Principal:

08
de Janeiro

imagens meramente ilustrativas



+11
VALES-COMPRA

R\$300
R\$500



O sorteio acontece às 12h30 na praça
Silviano Brandão e será transmitido ao vivo

Realização:

Casa
do empresário
de Uçosa



Patrocinadores:

