

1A0iiSta



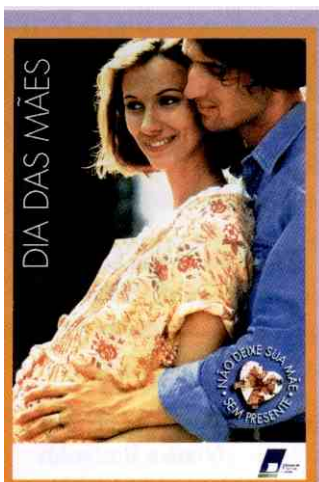
Mudanca de rumos



página 3

O encerramento da 8a Convencao foi, mais uma vez, a constatacao de urn born trabalho. Com o intuito de reciclar a categoria, os lojistas acornpanharam, atentamente mais uma Convencao. Muito se pode tirar de licao durante o evento. Os palestrantes foram

claros nas mudancas que o mercado lojista vem sofrendo e foram enfaticos quanto as transformacOes que os lojistas devem fazer em seas empresas para nao perderem o bonde da historia. O principal, segundo os conferencistas, é a formacdo profissional.



Datas e promocoes para movimentar o comercio lojista

página 8

O Dia das Maes, maio mes das noivas, bons motivo para acreditar no aquecimento das vendas no comercio. Tanto no interior quanto na capital, os presidentes de CDLs criam eventos, promocoes e outran motivacoes para incentivar as cornpras, mas nessas epocas é born ter muita atencao corn a venda a prazo. Conheça algumas dicas de como garantir o born credit^o.



SPC: Dia das Maes muda horcirio de atendimento

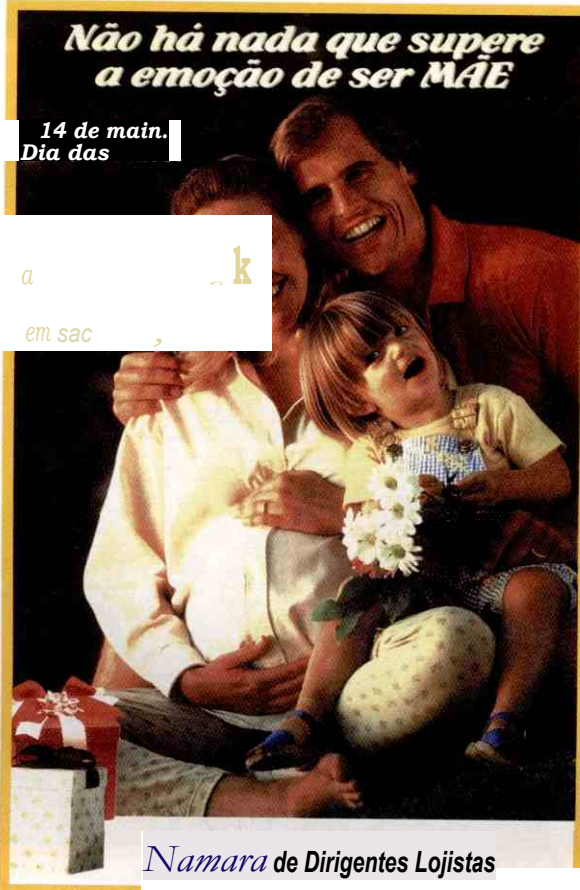
Horario especial para o Dia das Maes

O Dia das Maes chega novamente agitando o comercio lojista, particularmente as lojas que trabalham com artigos voltados ao publico feminino.

No centro, nos bairros ou nos shoppings centers, vitrines alusivas a epoca substituem os coelhos de pascoa e os simbolos referentes ao recém festejado 500 anos de descobrimento do Brasil.

A data que celebra as maes é, para o calendario lojista, a mais importante depois do [natal](#). Com isso, cresce o numero de vendas a prazo e o volume de consultas no SPC aumenta consideravelmente.

Um horario especial para atendimento, inclusive do publico externo, foi determinado para o sabado, 13, vespera do Dia das Maes, acompanhando



o alargamento dos turnos de funcionamento das lojas do centro, que ficam abertas ate as 18h, sendo que para o comercio dos shoppings, que fica aberto ate as 22h e no domingo tambem, que antece o dia, o comercio nao vai funcionar.

Novos associados

Nossas boas vindas as empresas recentemente associadas ao SPC de Teresina. A todas o nosso desejo de muito sucesso e vida longa no mercado.

- TBM - Textil Bezerra de Meneses S/A
- Drogasmore Com. de Produtos Farmaceutico
- S.A. Costa & Cia Ltda
- Belcom Comercial e Distribuidora Ltda
- Lopes & Brito Cia Ltda
- Maria Conceicao Silva Comercio Precos Se
- Jordal - I. Orlando Distribuidora Ltda
- I F. Malhas Ltda
- Maria Jose Carvalho Castro Ltda
- Teresina Industria Comercio Confeccoes Ltda - v
- J. R. F. Sousa Pecas e Servicos
- Antares Veiculos Ltda
- Luauto Factoring e Fomento Mercantil Ltda
- Adail Mesquita Santos - Me
- Centro de Motos e Pecas Ltda - Me



Lojista

Informativo da Camara de Dirigentes Lojistas de Teresina - CDL.
Rua Desembargador Freitas, n° 990.
Fone: 221-6969 Teresina - Pi.
Circulacao mensal
Diretor-Presidente: Jesus Tajra Filho

Edicao, redacao e editoracao eletrônica:



Diretoras: Lena de Oliveira
Neulza Bangoim
Fone: 222-6133/981-2271

Lojistas discutem o futuro do mercado



J.C.Bemvenutti muita criatividade para sobressair

A 8ª Convenção Lojista do Piauí, realizada de 13 a 15 de abril último, no Centro de Convenções de Teresina foi, na opinião do grande público presente, um verdadeiro sucesso.

Seis palestras abrangendo alguns dos mais importantes temas relacionados ao varejo atraíram a atenção de um público cativo, que lotou o auditório e participou ativamente dos debates.

Lojistas da capital e do interior dividiram a plateia com

profissionais de outros setores e estudantes, além de representantes **políticos** que prestigiaram o evento não apenas na noite de abertura, mas em vários outros momentos, como por exemplo durante o painel sobre reforma tributa-

ria, que reuniu o deputado Mussa Demes e o ex-secretário da Receita Federal, Osires Lopes Filho.

O presidente da Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Piauí - FCDL, Ulysses Moraes, conta que houve um cuidado de todos que ajudaram a montar a programação da Convenção em colocar temas e palestrantes que ajudassem a clarear a visão dos empresários sobre questões importantes a respeito do comportamento do mercado daqui por diante. "Afinal, hoje temos o varejo ganhando espaço

O varejo ganha espaço com as mudanças na tecnologia



Celso Winik: a internet é inevitável no processo comercial por causa da comodidade

em meios que, até bem pouco tempo, não se imaginava estivessem em competição frontal com as lojas convencionais. Televisão aberta, TV por assinatura, Internet são alguns exemplos de como o consumidor pode fazer compras de maneira diferenciada do que habitualmente costuma-se ver. Daí então, perguntarmos e o que fazer com nossa realidade de lojas de rua, de shoppings, etc?", explica.

De acordo com Ulysses Moraes, também não poderia deixar de ser debatido na Convened^o os assuntos que estão em pauta na vida atual, como o emprego e a reforma tributária, por exemplo. "Nossa maior preocupação foi montar um fórum de debates abrangente, que servisse aos participantes como uma fonte de reflexão, conhecimento e provocasse transformações que viam beneficiá-los em suas atividades pessoais e

em relação à coletividade de uma maneira mais ampla", declarou.

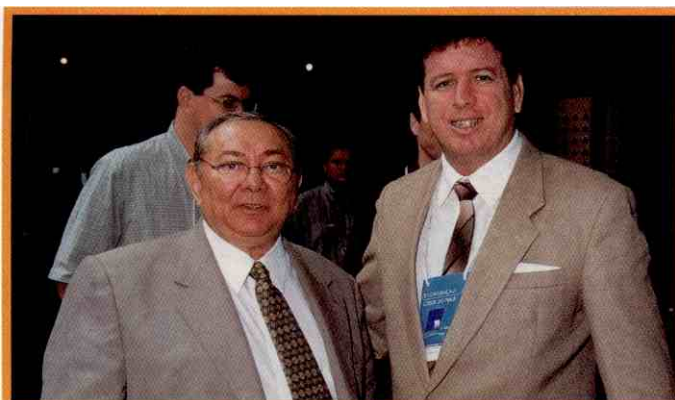
Gilberto Dimenstein, Mussa Demeis, Osires Lopes Filho, Fernando Lucena, João De

Ensino fundamental,
programas sociais,
acesso a tecnologia,
proximidade com os
meios de informação
e comunicação, estímulo da inteligência emocional, busca por soluções criativas são essenciais para a formação de qualquer profissional

Simoni, Celso Winik e J.C. Bemvenuti foram os palestrantes deste ano, que através de suas experiências pessoais e profissionais ajudaram a responder a questão colocada como tema da 8^a Convenção: "**O Futuro chegou. E agora?**"

Instigante, o assunto sobre o que fazer diante de tantas transformações porque passa o mundo na entrada do terceiro milênio, chamou a atenção dos dirigentes lojistas piauienses que abriram a sua Convened^o para que os empresários do setor e a comunidade de modo geral pudessem discutir as perspectivas para a evolução da sociedade em que estamos inseridos.

A educação em suas formas mais amplas de entendimento apareceu como fonte principal de caminho ao encontro da sobrevivência no merca-



Musa Demes: a Reforma vai beneficiar o Piauí

do de trabalho e em relação a convivência diante de um mundo globalizado.

Ensino fundamental, programas sociais, acesso à tecnologia, proximidade com os meios de informação e comunicação, estímulo da inteligência emocional, busca por soluções criativas são ingredientes apontados como essenciais na formação do profissional e do empresário que deseja manter-se em atividade.

Os participantes saíram da Convenção com um sentimento muito bom de ânimo renovado e acreditando que daqui para frente e preciso estar mais atento ainda, porque as coisas vão acontecer cada vez mais rapidamente e quem não se preparar bem vai ter muitas dificuldades de alcançar resultados positivos.

O que foi dito

Vários pontos foram abordados durante a 8ª Convenção Lojista e, aqui, sintetizamos alguns

que devem ser registrados. Não podendo transpor todas as palestras, escolhemos algumas passagens, para lembrar aos que participaram da Convenção e deixar um gostinho de água na boca aos que perderam este grande evento. A seguir, o que foi dito:

"Uma pesquisa feita nos Estados Unidos revelou que (...) é cada vez maior o número de empresas que vão à falência, porque param no tempo, não se reciclam. Lojas quebram por falta de conhecimento. As empresas que não inovam, não oferecem nada para os seus funcionários e clientes vão morrer".

Gilberto Dimenstein.

"O grande benefício da Reforma

para os estados pequenos como o Piauí, que consomem muito menos produtos, onde quase tudo que se arrecada vem de fora, é a mudança na forma de partilha do ICMS. Hoje a parcela maior fica com o estado produtor e a menor com o estado consumidor. Na Reforma, haverá o benefício do imposto exclusivo no estado onde vem a ser consumido e isso acarretará num crescimento da arrecadação, sem que o Estado tenha que aumentar as vendas".

Mussa Demes.

"O consumidor mudou, a forma de comprar mudou. As máquinas jamais irão fornecer melhor atendimento do que o ser humano".

Fernando Lucena.

"As ideias é que salvam as coisas. Todas as empresas têm obrigação de investir em tecnologia. Hoje os produtos são iguais. Geladeiras, carros, fogões. A diferença são as pessoas. Por isso, é preciso fazer a diferença no atendimento e criatividade e fundamental na hora de atender um cliente".

João De Simoni.



Gilberto Dimenstein: o busto precisa investir em conhecimento

Ultimo dia: noite de confraternizado



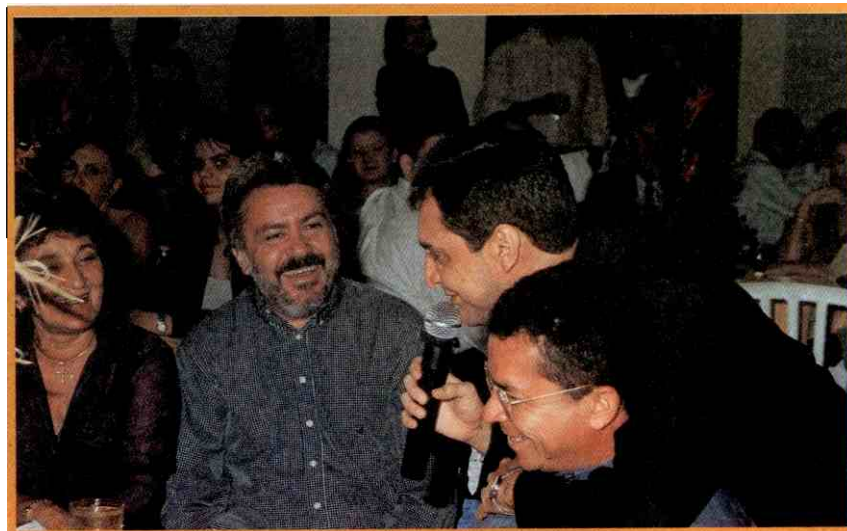
O humorista Joao Claudio fez a festa de encerramento da Convencao Lojista

Caravana de Floriano a maior e recebe homenagem

para comemorar mais uma etapa de sucesso na história da Convenção Lojista, os participantes foram convidados para uma grande confraternizado no late Clube de Teresina, na noite do sábado, 15, onde o humorista Joao Claudio foi a atração principal.

Divertidas histórias de tipos pitorescos do Piauí, principalmente políticos fizeram a alegria do animado show que Joao Claudio fez para fechar a 8ª Convenção Lojista do Piauí.

Uma homenagem especial, também, foi feita aos lojistas de Floriano, que trouxeram a





maior caravana para participar da 8ª Convened°. Foram 54 empresários vindos daquela importante cidade do sul do Piauí, prestigiando o evento.

Os organizadores da Convened° ficaram muito satisfeitos com a participação dos lojistas do interior, que este ano estiveram representados pelas oito CDLs instaladas, além de Floriano, nas cidades de Picos, Parnaíba, Piripiri, Campo Maior, Água Branca, Valença e São João do Piauí.

Na festa de encerramento da Convened° Lojista, o diretor, Marco Pinto, e o presidente da FCDL, Ulysses Moraes, homenageiam a caravana de Floriano, com 54 participantes, entregando uma placa para o presidente da CDL de Floriano, Carlos Bucar.



O presidente da CDL de Brasília Antonio Augusto Carvalho de Moraes e o presidente da Confederação Nacional das CDLs, Carlos Stapp, trocaram figurinhas com o lojista Simedo Evandro.



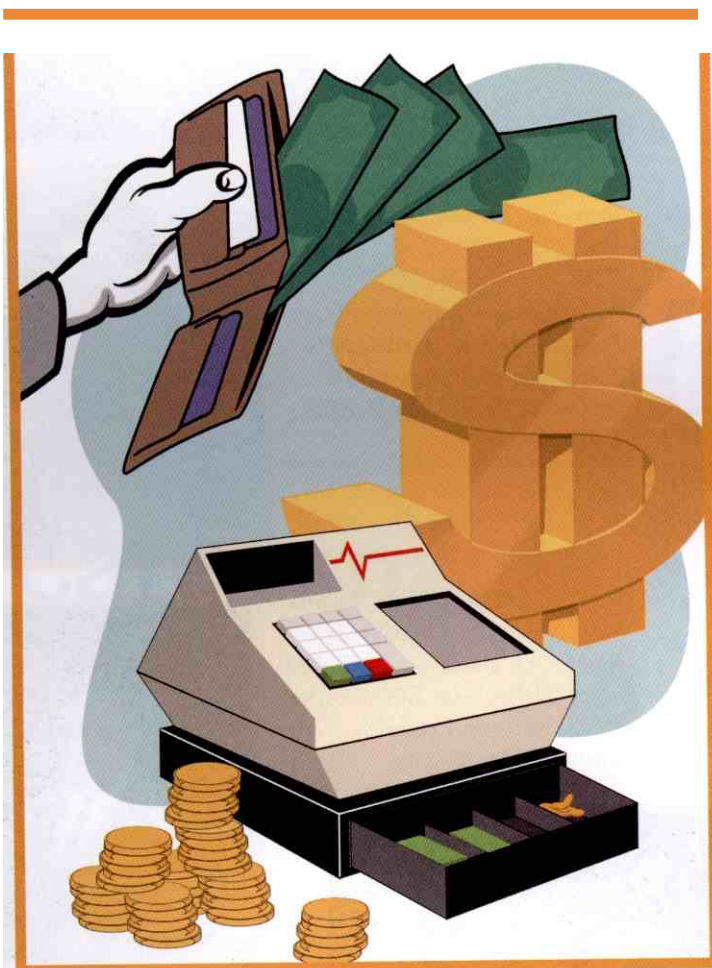
Empresários, dirigentes e colaboradores do setor lojistas do Piauí confraternizaram-se para celebrar mais uma realização coroada de sucesso.



Picos promove vendas e espera bater recordes de participacao

Picos entra em ritmo de expectativa com a chegada da abertura de uma grande promoção realizada pela CDL local e que deve levantar o movimento nas lojas participantes.

O presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Picos, José Rivaldo conta que a meta é atingir os 500 mil cupons distribuídos durante os dois meses de promoção. "A campanha fica valendo até meados de junho, porque assim pegamos o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, datas que favorecem o crescimento das vendas



no comércio e possibilita o aumento da participação de todos", comenta.

José Rivaldo conta que a promoção será feita nos mesmos moldes das outras três realizadas nos últimos anos. Ele explica que nas compras efetuadas nas lojas participantes, durante o período determinado, o consumidor terá direito de trocar o valor investido por cupons que irão a sorteios diários.

Os prêmios são uma atração a parte. Além de um carro e duas motos, todos os dias milhares de outros produtos serão entregues aos ganhadores. Bicyc-

Samira

1º lugar em moveis

tas, eletroeletronicos e muito mais estarao fazendo a alegria dos picoenses, que ja estao na contagem regressiva para participar.

Ainda em fase de preparacao, a campanha esta sendo toda planejada com base na opiniao dos lojistas locais e, de acordo com o presidente da CDL de Picos a adesao dos associados deve ser muito representativa, ja que "como tem sido observado nos anos anteriores, quando o comercio adere a promocao as vendas crescem, chegando em alguns casos a aumentarem 25% em relacao aos meses normais", informa.

O sucesso das promocoes realizadas pela CDL em Picos tem aumentado gradativamente a cada edicao. No primeiro ano, foram distribuidos 45 mil cupons, enquanto no segundo esse numero pulou para 180 mil, chegando a 365 mil em 1999. Dai a confianca de acreditar que o dinheiro a ser investido na realizacao da promocao de 2000 tera um retorno garantido.



Jose Rivaldo: apostando nas promoes para aquecer o mercado de Picos

Para viabilizar o sucesso total da promocao, o presidente Jose Rivaldo,

esta articulando os setores ligados a midia local, para que engagem-se na campanha que promete mexer com a cidade e com as localidades vizinhas.

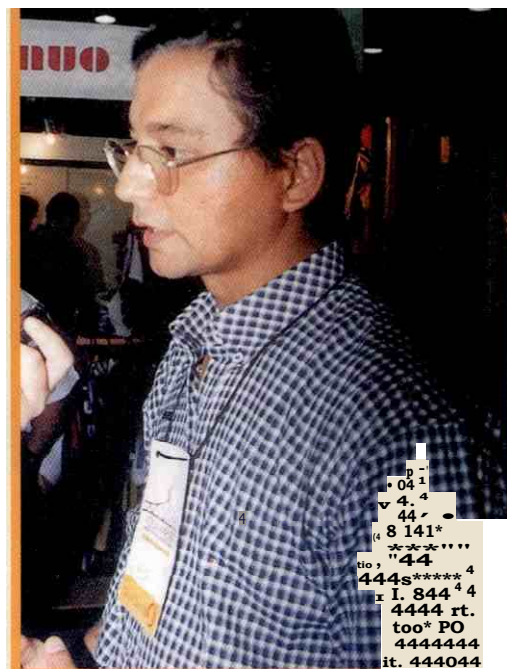
Intercambio

s presidentes das CDLs de Piripiri, Jorge Ivan Teles de Sousa e de Picos, Jose Rivaldo, firmaram um acordo para intercambio de negocios entre empresarios das duas cidades.

Sem data definida, mas devendo acontecer ainda no primeiro semestre deste ano, 20 lojistas de Picos serao convidados a visitarem o polo industrial de confeccoes que esta instalado em Piripiri.

Uma mini-feira de moda, com o apoio do SEBRAE, sera montada para apresentar aos lojistas a producao de Piripiri.

A intencao e fortalecer a relacao de negocios entre as empresas das duas cidades, "o que e extremamente vantajoso para todos, porque gera oportunidades de empregos e mantem as divisas dentro do Piaui", analisa o presidente da CDL de Piripiri, Jorge Ivan.



Jorge Ivan: unindo esforcos para gerar oportunidades



O mundo em suas mãos

**Pecas para montagem
Bijouterias prontas
Artigos para carnaval
Presentes e brinquedos**

Obs: Pregos especiais para revendedores

Rua Rui Barbosa, 56 - S Loja - 8 Fone: 221-8070 Fax: 221-7452 Teresina



Mercado: Vendas a prazo exigem procedimentos de cautela.

Como agir quando o consumo cresce e as vendas a credit() tambem

Maio, mes de Maria, de maes, de noivas que casam-se nesta epoca, seguindo a tradicao de suas avos e maes e, assim, mais motivo para celebrar e, conseqüentemente, mais motivos para comprar.

As lojas de produtos para o lar sao as mais procuradas neste periodo, juntamente com as de vendas de tecidos, cama, mesa e banho, tambem as floriculturas faturam melhor e as lojas de decoracao, alem de urn segmento que ganha cada dia mais espaco no mercado, os buffes.

Todos esses segmentos tern uma preocupacao em comum. Trabalhar melhores vendas corn mais garantia na aprovacao do credit() e, por isso, hoje, o Servico de Protecao ao Credit° - SPC tern entre os seus



associados, inclusive, \rati-dos, pequenos estabelecimentos desses tipos e que, antes, tinham a caracteristica de vender de maneira informal.

As vendas a credit°, em especial corn cheques pre-datados, foram as grandes responsaveis pelo fato de algumas empresas, de natureza familiar e que atendiam, primordialmente, a clientele do bairro ou pessoas conhecidas, tornarem-se mais organizadas na pratica dos criterios de concessao de credit°.

Como o volume de dinhei-

ro em circulacao é cada dia menor e a situacao financeira do brasileiro, em media, nao permite que ele compre a vista, torna-se cada vez mais comum o ato de consumir produtos e servicos que possum ser pagos parceladamente.

Para os pequenos e pequenos lojistas, cotidianamente, repete-se a situacao de alguem que deseja comprar a credit°, mas a grande duvida dos empresarios é como garantir o retorno sobre a concessao dense credit°. Afinal, primeiro satisfaz-se o desejo do consumidor de levar o bem para pagar depois, mas como ter certeza de que o compromisso do pagamento sera honrado?

O SPC é urn servico aberto a todas as pessoas juridicas legalmente ins tituidas e que tem como principal caracteris-

..11ELITA

LIDER EM ELETRODOMESTICOS

tica o fornecimento de dados sobre pessoas físicas e/ou jurídicas que tenham efetuado compras a crédito no mercado.

Os cadastros do SPC são totalmente informatizados e sua atualização é feita periodicamente, sendo uma entidade reconhecida em todo o território nacional pela credibilidade das informações prestadas e pela agilidade com que os dados são acessados.

Em Teresina, o SPC está completando 30 anos de atividades e, de acordo com o secretário executivo da instituição, Adala Carnib, em pouco tempo ele estará interligado às demais cidades brasileiras e do interior piauiense, através do programa SPC Brasil, que a Confederação Nacional das Câmaras de Dirigentes Lojistas está implantando em todo o país.

O secretário informa que "o grande mérito do SPC está em falar bem dos consumidores, que honram seus compro-

missos e, lógico, apoiar os lojistas na sua rotina de vendas a prazo, que hoje representam uma parte considerável do volume de negociações feitas", esclarece.

Os lojistas, que já trabalham há tempos com o SPC, demonstram um grau de satisfação muito grande e o crescimento do número de empresas associadas é um ótimo indicativo dessa realidade.

Não são poucas as histórias que contam como o SPC já ajudou muita empresa a livrar-se de sérios inconvenientes como, por exemplo, vender a pessoas que utilizavam-se de

car sabendo todos os dados pertinentes ao documento, a conta e o correntista.

Em períodos de maior movimentação no comércio, a procura pelas vendas a prazo aumenta e a atenção com a liberação do crédito deve ser redobrada, por isso, recomenda-se que alguns procedimentos de segurança sejam tomados por parte dos lojistas para evitar riscos de prejuízo, que podem afetar o rendimento e o futuro da loja.

Um aspecto, entretanto, é fundamental ressaltar. Acima de tudo deve estar o cuidado e o respeito com o consumidor, a

quem devem ser dadas as mais claras explicações sobre o procedimento adotado. Lembrando que isso serve para proteger pessoas honestas como ele e que, no futuro, as informações colhidas ali servirão de fonte

para que boas referências sejam fornecidas, quando estiver fazendo novas compras.

O SPC de Teresina aproveita para dar algumas dicas im-



SPC: falando bem dos consumidores

cheques roubados.

Para os cheques, em especial, o SPC tem um serviço específico, que é o SPCheque e através dele o lojista poderá fi-

DROGARIAS PIAUI
X497X5'

800-1414

Rua 7 de Setembro, 100 - sul
221-4232

Rua Coelho de Resende, 310
222-6836

Rua Rui Barbosa 68 - sul
221-5002

Av N. Senhora de Fátima
232-4410

Pabx: **223-1844 / 223-1132**

Uma Farmácia
Denim de Casa

RECEBEMOS TODOS OS CARTÕES
DE CRÉDITO E CHEQUE PRE-DATADO

portantes sobre como preparar um cadastro para avaliacao das possibilidades de fechar uma venda a prazo e quais os cuidados que devem ser tomados, quando o lojista receber pagamentos em cheque.

Essas sugestoes valem para todos os tipos e tamanhos de estabelecimentos comerciais, desde as grandes lojas de departamentos ate as menores que pretendem aproveitar as datas comemorativas como o Dia das Maes, os casamentos de maio, ou o Dia dos Namorados para melhorar o faturamento. Fique atento e aproveite para fazer otimos negocios

0 CADA STRO DEVE CONTER

Nome: A comprovacao correta dos dados pessoais é fundamental para que possa ser feita a identificacao do comprador. A cartei-

ra de identidade é o documento que comprova a identificacao e, portanto, nao pode conter qualquer tipo de irregularidade ou apresentar condicoes de mal conservacao, que dificultem a conferencia dos dados ou possam sugerir ou indicar fraudes.

CPF: Principalmente no aceite de cheques é importante conferir os dados com os constantes da identidade ou de outros documentos.

ENDERECO: Sempre peca urn comprovante de residencia, que pode ser uma conta de luz, telefone ou um contrato de locacao e certifique-se se a residencia é propria ou alugada e ha quanto tempo o comprador reside no mesmo endereço.

IDADE: A idade minima para uma negociacao a credit() é de 18 anos e maxima de 65 anos.

ESTADO CIVIL: É importante

saber se o comprador é casado, solteiro, divorciado, se tern filhos, paga pensao ou vive com os pais.

RENDA: Neste caso existem varios aspectos a serem analisados, como tempo de servico, comprovacao do cargo ou funcao exercida, salario fixo e comissoes.

Os dados sobre a empresa onde o comprador trabalha, bem como os documentos corroboratorios de seus vinculos empregaticios e renda devem ser checados cuidadosamente, observando-se detalhes como o valor da renda fixa em rein do ao montante da prestacao.

Em geral é preciso fazer um cadastro mais apurado junto ao SPC para saber se o cliente ja tern outros debitos acertados com outras lojas e quanto da sua remuneracao mensal ja esta comprometida.

TODA ATEKAO E POUCA COM OS CHEQUES

Compare a assinatura do cheque com a do cartao do banco e o RG, para ver se elas sa iguais.

Anote o telefone do emittente no verso do cheque e de preferencia para os telefones fixos residenciais e comerciais

Ao receber o cheque confira o valor extenso e o valor numerico, alem da data de emissao.

Evite receber cheques com inscricoes de moedas fora de circulacao como CR\$, Cz\$, NCz\$. Esses cheques podem ser de con-

tas antigas e encerradas.

Nunca aceite cheques previamente preenchidos e assinados, nem rasurados. Na grande maio-

evitar cheques adulterados é voce saber como conferir os dados contidos nas sequencias de nilmeros em codigo de barras

presences na parte inferior do cheque. Veja o exemplo na demonstracao ilustrativa ao lado e lembre-se que se voce tiver alguma diwida sobre a validade do documento que esta recebendo tome precaucoes para certificar-se de que pode recebe-lo. Uma boa ideia e

confirmar o telefone na hora em que estiver fechando a venda e caso fique alguma ditvida condicione-a a previa compensacao do cheque.



Numero do Agencia Banco / Praca de Minerº do compresacao cheque / Ntimero da conta corrente desconsiderando o ultimo digito

ria das vezes eles sao roubados.

Muita atencao ao receber cheques desbotados e os que nao es-tao personalizados.

Urna dica importante para