

Lolista



Um passeio pelo comércio lojista de Teresina

A realidade de quem vai montar uma loja virtual

As características essenciais que uma loja virtual precisa ter

4-A A A • .2: A. 11



para ser um negócio rentável e que sobreviva a longo prazo no mercado da internet.

Página 11

Numa reportagem especial, **O LOJISTA** foi as compras e confirmou como o nosso comércio lojista, do centro, dos bairros e dos shoppings está bem preparado para atender ao consumidor de todos os gostos e idades.

Veja você também como as compras podem se transformar num passeio bem interessante por nossa cidade.

Página 4



Em tempo de preparação

Novembro é um mês chave para o comércio lojista, porque é quando acontecem os últimos preparativos para a chegada das vendas de natal, o grande momento do varejo.

Esse ano, a expectativa de boas vendas renova-se com a chegada do século 21, desta vez sem controvérsias.

Muitas lojas preparam estoques, arrumam as vitrines e investem na propaganda para garantir a preferência do consumidor, que, nessa época do ano, fica, mais do que nunca, cortejadíssimo. Afinal, os lojistas, bem preparados, já aprenderam, há tempos, a grande lição de que "o cliente é o rei".

Antes que chegue o fim de ano, porém, nossa equipe saiu às compras para ver como está se comportando o varejo local confirmou o que já esperávamos encontrar: um comércio lojista amadurecido e com todas as opções de compras para os mais variados públicos.

Uma dos motivos que tornam possibilitado esse amadurecimento do varejo, sem dúvida, é a maior participação de lojistas em feiras, congressos e convenções,

como aconteceu recentemente em Brasília, com a realização da 41ª Convenção Nacional Lojista. Se você não pode participar, acompanhe a matéria com a programação de palestras e fique por dentro do que está sendo discutido pelos companheiros lojistas de todo o Brasil.

Ainda nesta edição, uma entrevista com um dos mais respeitados homens de comércio de Teresina, Raimundo Araújo Rios. Retratamos o seu perfil como em-

presário de sucesso e mostramos, também, um pouco do lado particular do homem simples e de poucas palavras, que acredita no caráter como a maior característica para se obter sucesso na profissão.

Esperamos que você aproveite mais esta edição do seu jornal, que continua trazendo dicas de serviço, informações sobre as vantagens de ser associado ao SPC, entre outros assuntos relativos à atividade lojista.

Novos associados (Novembro)

*Hac Export Import Comercios e Representação
PPA Teresina Ltda.*

Claudeci Alves de M. Oliveira - ME

Portal Empreendimentos Ltda.

Sociedade Piauiense de Ensino Superior

Associação Teresinense de Ensino s/c Ltda.

M. L. Neiva Cavakante - ME

Centro Cultural Anglo Americano do Piauí

União Norte Distribuidora de Produtos Plásticos

J. A. Rocha Filho Serviços

Spectrum Telecomunicações Ltda.

Condomínio Riverside Walk Shopping

Virginia Costa de Vasconcelos Lima



Lojista

Informativo da Câmara de Dirigentes
Lojistas de Teresina - CDL
Rua Desembargador Freitas, nº 990
Fone: 221-6969 Teresina - PI
Circulação mensal
Diretor-Presidente: Jesus Tajra Filho
Revisão: Adala Carnib

redação
e editoração eletrônica:

m-r

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

Impresso em Sistema Digital:

HALLEY S.A.
Gráfica e Editora

SPC

Solucao Para quem Vende

O Servico de Protecao ao Credit^o - SPC, alem de ser uma ferramenta importante para confirmar o credit^o aos bons pagadores, é urn apoio importante a rotina de servicos de urn estabelecimento comercial.

Se para o consumidor SPC é solucao para quem compra, para os lojistas ele pode ser definido como seguranca para quem vende.

Com o auxilio do SPC o lojista pode garantir a venda a prazo, atraves de consultas aos cadastros do Servico, que indica o comportamento do consumidor em compras anteriores, ou pela confirmacao da existencia ou nao de algum impedimento em relacao a cheques, com a pesquisa feita pelo SPCheque.

Os lojistas associados ao SPC sao beneficiados com uma serie de servicos, que the trazem informacao e oferecem comodidade, agilizam o processo de aprovacao de credit^o, proporcionando condicoes favoraveis ao desempenho otimizado de suas vendas.

Para incrementar ainda mais a prestacao dos seus servicos, o SPC ja conta com uma pagina na internet, facilitando o acesso dos lojistas, que atraves de suas senhas podem acessar as informacoes necessarias, com rapidez e a urn custo baixo, ja que o sistema adotado pela CDL de Teresina, e o "wireless", conhecido

como internet sem fio, que dispensa o uso de linhas telefonicas aos usuarios que dispOem do mesmo tipo de equipamento.

E importante ressaltar que todo o servicoe feito com sigilo, ten-

do como prioridade o respeito ao cliente, jamais submetendo-o a qualquer especie de constrangimento.

Veja no quadro abaixo algumas vantagens de ser urn associado do SPC.

check-up *Agiliza a consulta de creditos de cheques, atraves de um micro-terminal. Esta consulta e feita, traves da linha telefonica na empresa interligada via EMBRATEUSERASA. Isto representa: fcicil operactio, rapidez na consulta, discricao, nao causando constrangimento ao cliente e baixo custo, com utilizacao de uma linha de telefone comum.*

macs... *Servico de inclusdo ou exclusao de clientes: efetuado, somente, mediante boletim informativo enviado pelo associado, sendo que a seguranca do sistema e total, com mecanismos de senhas que permitem urn amplo controle as operac "des efetuadas.*

Historico diario de todas as operaciks realizadas, fornecendo data, hora, codigo do operador e informacoes solicitadas.

Relatortios totais de consultas didrias, mensais e anuais.

Servico de xerox para todos os associados.



Um passeio pelo comercio

Para realizar essa materia especial, a equipe de **O LOJISTA** foi as compras e constatou com grande satisfacao que, em Teresina, o varejo tem amadurecido bastante e a cada dia mostra-se melhor organizado para dar o atendimento ideal ao publico, oferecendo as ultimas novidades do mercado brasileiro e internacional.

Uma circulada pelo centro, pelos bairros da cidade ou pelos shoppings pode resultar

em boas surpresas causadas pelas lojas bem instaladas, uma variedade de produtos e segmentos de varejo que estao a disposicao para o consumo.

Se a cidade tem uma vocação nata para a prestacao de servicos e para o comercio, é natural que o varejo demonstre vitalidade, a despeito de todas as dificuldades economicas por que passa o pais.

Nossos lojistas sao antenados com o que acontece de novo no

mercado global e trazem essas novidades para nossa comunidade. Ja vai longe o tempo em que fazer compras nas cidades do sul era grande vantagem. Hoje existe o "Ka°" para todas as idades, gostos e faixas de rendas, bem aqui mesmo, nas ruas e shoppings de nossa capital.

A Camara de Dirigentes Lojistas de Teresina - CDL, sempre teve participacao direta no processo de desenvolvimento de nosso comercio lojista. Ao longo de



Zona Sul: Parque Piauí

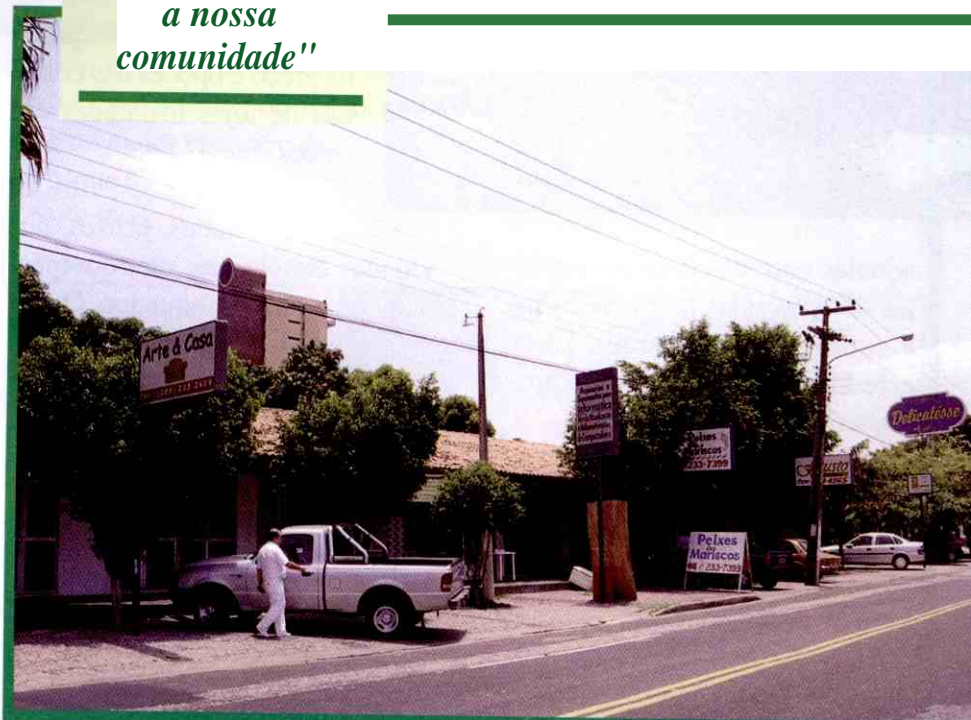
seus 30 anos de existencia, a CDL promoveu encontros, debateu questOes importantes, aproximou os lojistas e o poder ptblico, apoiou a realizacao das convencOes locais e incentivou a participacao de seus associados nas convencOes nacionais. Tudo isso, aliado ao intenso trabalho de fortalecimento da categoria pela uniao de seus associados, proporcionou condicoes para que o nosso varejo se consolidasse.

Se voce ainda tem duvidas sobre isso, aceite nosso convite para uma ida as compras e veja se temos ou nab razoes para acreditar que tudo o que precisamos esta pertinho de nos.

Primeiro vamos ao centro. Aproveitando uma bela manha de novembro, iremos passear pelas

"Nossos lojistas sao antenados com o que acontece de novo no mercado global e trazem essas novidades para a nossa comunidade"

pracas, sentir o cheiro das bancas de frutas, fazer urn lanche no seu Cornelia para lembrar os velhos tempos, e depois seguir caminhando, sem "stress", pelas calcadas, olhando vitrines sortidas, o semblante dos vendedores atentos a nossa entrada, as lojas historicas que continuam sendo referencia de comercio naquela area. Caminhando pela Rui Barbosa, desviando das bancas na Simplicio Mendes, passando pela Paissandti, pela Barroso, dando urn giro na Alvaro Mendes, urn pulo na Eliseu Martins, enfim, percorrendo



Samira

1º lugar em movei MM.



Teresina Shopping

sumidor faça suas pesquisas de prego e opgOes nas centenas de lojas instaladas em ambos.

Muitas luzes, vitrines bem montadas, griffes, novidades eletronicas, eletrodomesticos de ponta, brinquedos. O que voce desejar, pode contar que es-

ses paraisos de consumo tem para oferecer.

Cansou de tanto bater perna por af? Entao que tal um bate-papo na praga de alimentagdo para comentar como foi essa experiencia de saber que o melhor lugar para compras é aqui em Teresina e agora?

aquelas entradas e saidas repletas de boas lojas que nos levam a caminhar pelo tempo. Pode acreditar, podemos fazer um programa e tanto.

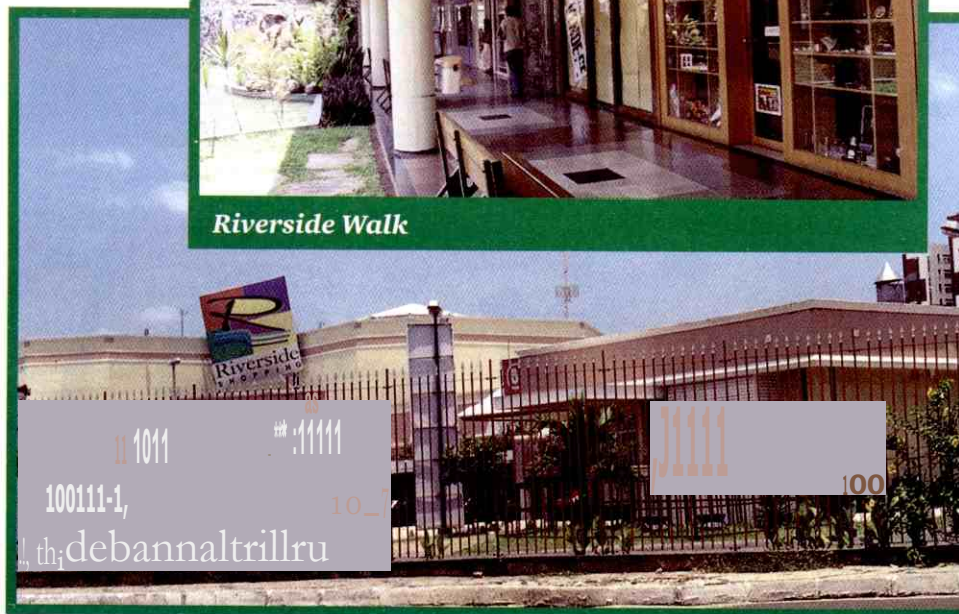
Depois disso, é hora de entrar em algum dos imimeros restaurantes self-services e saborear comidas tipicas, tomando cajuina gelada para refrescar.

Depois, para relaxar, uma volta de carro pela cidade ate os bairros mais populosos, nos mostra um comercio variado e completamente adequado a demanda atual. Dirceu, Parque Piaui e Mocambinho sao exemplos de crescimento do varejo, corn qualidade e eficiencia. Como ja acontecia anteriormente no Jockey Club, que tem urn comercio firmado a partir da decada de 80.

Ao cair da tarde, hora de bater ponto nos shoppings, que estao localizados bem proximos urn do outro, permitindo que o con-



Riverside Walk



1011 11111
100111-1, 10_ th:debannaltrillru 100

Convencao: Lojistas de todo o pais encontram-se em Brasilia

Entendendo as perspectivas do varejo

Sendo o primeiro grande evento realizado na capital federal, depois que a sede da Confederacao Nacional de Dirigentes Lojistas transefriu-se para la, a 41 a Convencao Nacional Lojista foi realizada em clima muito especial, contando com a presenca macica de representantes de todas as cidades brasileiras.

Os lojistas piauienses participaram com uma caravana representativa, que incluiu lojistas da capital e do interior.

Os presidentes da Camara de Dirigentes Lojistas de Teresina - CDL, Jesus Filho, e da Federa-

cao das Camaras de Dirigentes Lojistas do Piaui - FCDL - PI, Ulysses Moraes, participaram do grupo, que incluiu ainda alguns funcionarios do SPC, participantes do 59' Seminario Nacional de SPCs, realizado no mesmo periodo, de 26 a 29 de outubro.

A Convencao deste ano, a Ultima do seculo 20, primou por debater assuntos ligados as perspectivas do varejo, incluindo questoes como sucesso familiar, comportamento do consumidor, novidades do varejo mundial, com a analise do que foi discutido no maior encontro desse segmento, que é a NRF.com, acontecida em New York, no ink() do mes pas-

sado, alem de tocar em temas relacionados a politica nacional, aproveitando a proximidade com o Congresso Nacional e a Presidencia da Republica.

No Seminario de SPCs, foi apresentado um painel sobre "Casos MercadoLogicos de Sucesso", e foram debatidos temas como politica de preco, concorrencia, potencial de mercado, distribuicao (canal de vendas e promocao) e as necessidades de mercado. tudo isso, claro, referente aos servicos do SPC, que ainda discutiu novos avancos para a proposta do SPC Brasil, que pretende interligar todo o pais.

Antes de fechar um plano empresarial é born consultar o MEDPLAN

MEDPLAN empresarial é mais negocio

para as empresas, porque os planos e precos sao ajustaveis a cada necessidade. Alem disso, soma-se a experiencia do MEDPLAN que atende de pequenas empresas a grandes empresas, com altos indices de satisfacao.

É mais saude para seus funcionarios

Garante consultas e examen sem limites, internacoes, inclusive em UTI. Mais que isso, o MEDPLAN conta com dois pronto-socorros privados e ampla rede credenciada.

É mais vantagem

PROGRAMA EMPRESA SAUDEL

Medicina Preventiva e Medicina do Trabalho PCMSO que previne doencas e acidentes de trabalho atraves de palestras e campanhas educacionais.

MEDICAMENTOS MAIS BARATOS

Desconto de ate 40% (quarenta por cento) em medicamentos na farmacia do MEDPLAN (ALO FARMACIA : 226-2424).

URGENCIA NACIONAL ABRAMGE

Usuarios do MEDPLAN estando fora de seus domicilios, contam com ampla rede nacional de atendimento nos casos de urgencia e emergencia. Ligue gratis (24:00 hs): 0800-127511



MEDPLAN DENTAL

Um plano odontologico completo, criado para cuidar da sua saude bucal e garantir o sorriso de toda a familia.

MAIOR FIDELIDADE DOS FUNCIONARIOS COM A EMPRESA

É mais saude para a sua empresa

Voce escolhe um plano especifico de acordo com a sua necessidade.

mEdplan®

Rua Coelho Rodrigues, 1921
Teresina - Piaui

e-mail: medplan@redespectrum.com.br

(86)221-8888

segredo do sucesso está no bom caráter

Dono de um estilo simples de ser, o empresário Raimundo Araújo Rios é o grande responsável por uma das histórias de maior sucesso no meio lojista de Teresina.

Em 40 anos de atividades, ele conseguiu consolidar a sua Casa Rios que, além dos calçados, também ganhou destaque no setor de movelaria e emprega, em suas quatro lojas, cerca de 90 funcionários. Para o ano que vem, ele começa a ampliação do espectro de atividades

alargando seus negócios para além do varejo, partindo para o ramo de hotelaria, com a construção de um hotel no centro da cidade.

Coordenando as atividades de suas lojas, que ele não quer, por enquanto, denominar de "Grupo", Rios divide com a família o trabalho e os momentos de lazer no sítio, onde gosta de lidar com animais ou nas águas de nossos rios, onde não abre mão das lanchas e do "jet-ski", que pilota com grande paixão.

O senhor está no comércio lojista de Teresina há 40 anos. Como percebeu as mudanças ocorridas durante esse tempo?

Acho que hoje tudo é muito rápido. Os lojistas têm que acompanhar essas mudanças, estar atento a tudo, participar do que surge de novidade para poder acompanhar a evolução. Também a exigência do consumidor ficou maior e, por isso, a preciso dar o máximo para atender da melhor maneira.

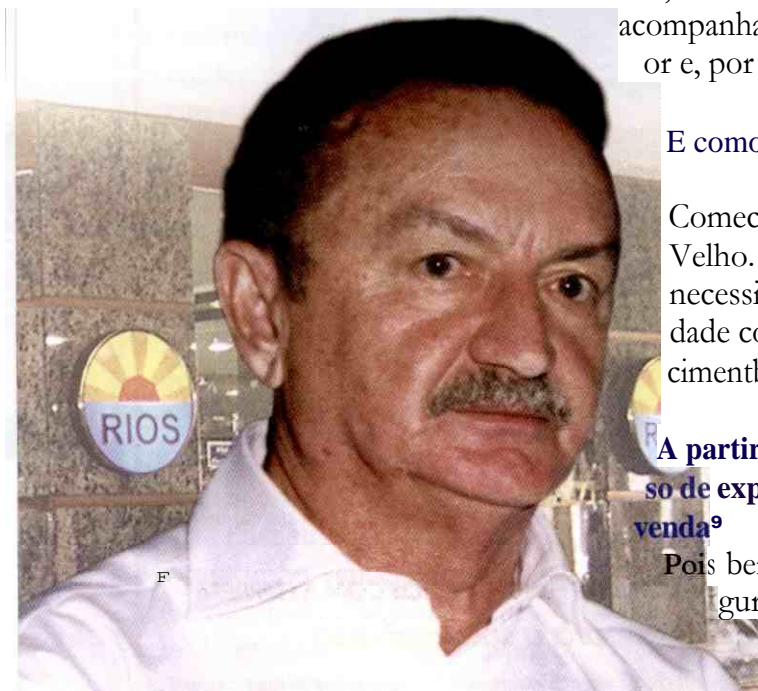
E como era no começo? Como foi sua entrada nesse ramo de negócio?

Comecei com um pequeno negócio na Rua Riachuelo, no Mercado Velho. Já era a Casa Rios e o que me levou a montar essa loja foi a necessidade de trabalhar. Achei que poderia ser uma boa oportunidade começar no Mercado Velho e montei aquele pequeno estabelecimento em 1960.

A partir daí, como seguiu sua trajetória? Como é que se deu o processo de expansão dos seus negócios, que hoje incluem quatro pontos de venda?

Pois bem, nessa loja do Mercado Velho fiquei até 1962, quando inaugurei uma outra loja no centro da cidade, na Rua Alvaro Mendes. A partir daí, mudei de endereço algumas vezes, mas sempre mantendo duas lojas, até que em 1978 abri a terceira loja.

Suas lojas sempre mantiveram a característica de comercializar um tipo de produto, que são os calçados, mas na década de 80, o senhor passou a investir em outro segmento, que é o de móveis. Isso foi



uma estratégia para crescer no mercado?

Eu tinha um amigo que trabalhava com móveis e sempre me chamava para uma sociedade. Como não efetivamos a sociedade ele acabou por abrir sua própria loja e, mesmo assim, continuou me incentivando a entrar no ramo. Nos anos 80, eu resolvi investir na loja de móveis da João XXIII, pois achei interessante diversificar o meu setor de atuação, que estava centralizado nos calçados. Isso é importante, porque nos possibilita mais opções para enfrentar as mudanças do mercado.

E agora, quais são os próximos planos para expansão do Grupo?

Não chamo minhas lojas de Grupo, mas posso anunciar que para 2001 estaremos entrando em um novo segmento, o de hotelaria, com a construção de um hotel três estrelas, na Rua 24 de Janeiro, no centro de Teresina.

Como é a estrutura profissional de suas empresas hoje? O senhor coordena tudo, mas quem o auxilia?

Minha esposa Ana Maria, com quem estou casado há 26 anos, me ajuda a tocar os negócios, que contam com a participação de minhas três filhas mais velhas, já que o meu filho, ainda menor de idade, não está trabalhando conosco. Também tenho o auxílio de funcionários em cargos de responsabilidade e que não são membros da família para ajudar a conduzir o trabalho nas lojas do centro, do Riverside e da João XXIII.

Pelo que observamos, a sucessão na sua empresa já está muito bem encaminhada?

É verdade, eu sempre incentivei minhas filhas a trabalharem comigo, mesmo elas tendo feito faculdade. E o que ensino a elas que para ter sucesso no comércio é preciso ter bom caráter e força de vontade.

O slogan da sua loja diz: "respeito ao cliente". Explique-nos a intenção dessa frase.

Acredito que o cliente é a nossa principal fonte de atenção e, mais ainda, que o consumidor piauiense é idôneo e, portanto, merece a nossa confiança. Por isso, nossa política é facilitar a

despesas. Dessa forma, contribuimos para que ele organize o seu orçamento e possa voltar a comprar normalmente.

Que análise o senhor faz da sua participação no Movimento Lojista e o que o senhor acha que pode ser feito para melhorar o comércio da cidade?

Estou na CDL como diretor há seis anos e, nesse tempo, senti que muita coisa melhorou. A troca de experiências com os companheiros, a participação em convênios, tudo isso ajuda muito a fortalecer nosso comércio, que acredito que ainda vai melhorar mais a partir de agora, quando o nosso prefeito re-



compra, dando um voto de confiança ao nosso cliente de que ele vai honrar os seus compromissos.

Dentro dessa sua política de honrar a confiança nos seus clientes, o senhor auxilia-se dos serviços do SPC?

Claro, o SPC tem sido um grande aliado, principalmente, porque ele reforça os dados do bom cliente. Agora, quando acontece de haver alguma restrição informada pelo SPC, aí temos o cuidado de conversar com o cliente para que ele não compre mais, em fungal; de não aumentar suas

alízar as obras de recuperação do centro, que vai beneficiar a toda a população.

Fale-nos um pouco do senhor fora do comércio. Existe tempo para um hobby ou lazer, ou as lojas são mesmo o seu vício?

Gosto de estar com a família também fora do trabalho e não deixo de ter minhas atividades de lazer, como cuidar de meus bichos ou praticar meus esportes preferidos, que são passear de lancha e pilotar o "jet-ski". É isso que renova minhas energias para seguir lutando no dia-a-dia do comércio.

Planejando o natal para garantir boas vendas

Todo ano é a mesma coisa, sempre se diz que vai-se começar a preparar o natal com antecedência, que não se vai deixar para a última hora as compras, que vai-se arrumar a casa com os enfeites mais cedo, para não correr riscos de perder as boas ofertas

de comprar com descontos ou, mesmo, de ficar sem o que se precisa para fazer um natal bonito, que encante os que dele vierem participar.

Alguma semelhança com a sua história na loja? Sem meras coincidências, é quase sempre isso que acontece com quem insiste em não se planejar para a data comemorativa mais importante do ano.

O que vale para o consumidor, em sua casa, vale para o lojista, já que o princípio é o mesmo: se não agir com programação, cumprindo a risca prazos, e organizando o orçamento, o resultado será um natal bem distante daquele sonhado.

Em casa, o consumidor precisa, com antecedência, olhar se sua árvore não está quebrada, se os enfeites estão em ordem, se vai haver necessidade de reposição de alguma peça. Também precisa fazer uma lista de quantos presentes terá que comprar, quantas pessoas farão parte da ceia, para poder medir a quantidade de comida e bebida que vai precisar, para não faltar nada.

Com o lojista é mais ou menos a mes-

ma coisa. Ele tem que analisar, com tempo suficiente, a sua necessidade de reposição do estoque, para não faltar mercadoria nem haver excessos. Tem que avaliar, com base nos anos anteriores, a estimativa do número de clientes em sua loja e o volume de vendas. Tem que arrumar a casa, fazendo uma vitrine muito atraente, enfeitando as dependências da loja, comprando papas de presentes, lagos, etc, para oferecer ao cliente belos pa-

cotes, que no natal são imprescindíveis. O lojista precisa organizar sua equipe de entrega, para que ninguém fique sem receber o eletrodoméstico ou o móvel que comprou. Se possível, deve planejar uma boa estratégia de propaganda, avaliando bem em que vai alocar os recursos disponíveis.

Algumas lojas da cidade já entraram este mês de novembro trazendo o natal como atrativo de vendas. São empresas que oferecem aos consumidores artigos da época, como árvores, bolas e demais enfeites. A estratégia é começar cedo para que o consumidor possa exatamente se preparar para organizar um natal de sucesso, evitando os atropelos de última hora.

"Algumas lojas da cidade já entraram este mês de novembro trazendo o natal como atrativo de vendas"



Temas reais do mundo virtual

A internet ainda é um mistério para uma grande maioria de pessoas, embora ela seja comentada com frequência.

No segmento varejista, existem casos de grande repercussão, com lojas virtuais que ganharam notoriedade e aumentaram, em muito, o seu faturamento, através dos negócios via e-commerce. São os casos, por exemplo, do site Submarino e das Lojas Americanas, que processam milhares de pedidos por dia.

A maioria das lojas, entretanto, ainda está muito longe dessa realidade. Algumas experimentaram grandes dessabores por entrarem na rede sem a preparação adequada ao meio. Sim, porque uma loja virtual vai muito mais além do que simplesmente montar um site bonito e atraente.

A logística é fundamental para que o sucesso de uma loja virtual aconteça. Nada pior do que oferecer algo que você não

pode entregar no prazo que o seu cliente internauta espera. Nada mais chato do que sua página não ser reformulada constantemente, tornando-se repetitiva para quem o visita mais de uma vez, demonstrando a fraqueza de seu estoque, por exemplo.

Prometer e não cumprir é o princípio básico de uma negociação fracassada em qualquer nível de acordo e, na internet, não é diferente. O que é mais difícil, nesse caso, é que na percepção do consumidor de internet, o seu pedido deve chegar em muito menos tempo do que compra de outras formas.



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

As lojas virtuais deparam-se a todo momento com problemas bem reais, já que apenas o pedido é feito pela rede, o restante do processo é físico, envolvendo pessoas, transportes, estradas mal cuidadas, burocracia legal, enfim, dificuldades comuns a todas as empresas.

Outro ponto importante é a segurança que o site oferece a quem está disponibilizando seus dados na internet. Existem programas específicos que ajudam a controlar o sigilo das informações, como o que é usado pela CDL de Teresina em sua página de atendimento aos associados.



Para new cair na rede

Lembre-se de que planejamento é a palavra-chave para o sucesso de qualquer negócio, seja no mundo real ou virtual.

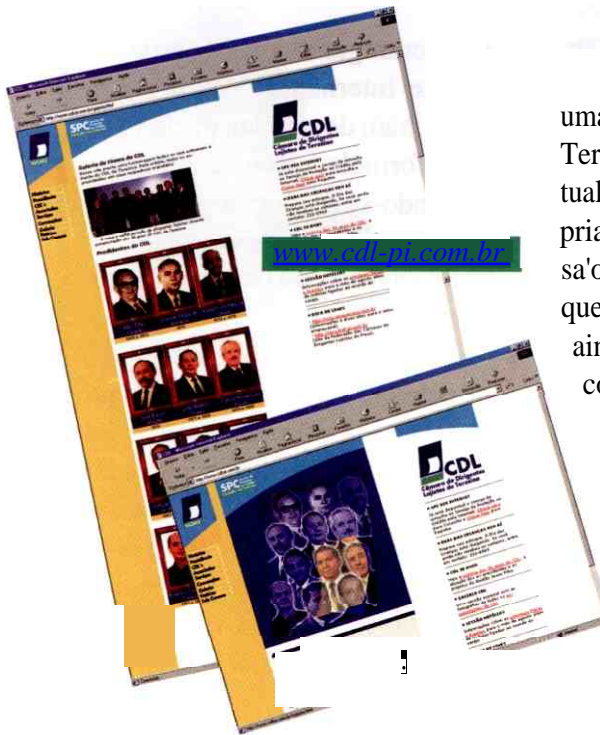
Antes de inaugurar o seu site, tenha certeza de que você vai conseguir cumprir os prazos de entrega das encomendas.

Garanta uma estrutura de atendimento ao cliente internauta, com canais de comunicação eficientes.

Mantenha um depósito próprio, com controle rigoroso dos estoques.

Garanta a segurança dos dados dos seus clientes.

Rica um site bonito e, principalmente, fácil de navegar.



Na página da CDL, aliás, há uma boa possibilidade dos lojistas de Teresina ingressarem no mundo virtual, através de "links" para suas próprias páginas ou mesmo pela inclusão de sua publicidade na página, o que já é um bom começo para quem ainda não tem contato mais estreito com os detalhes do e-commerce.

Veja algumas dicas importantes que reproduzimos da revista Dirigente Lojista, que podem ajudá-lo no caso de você estar querendo entrar nesse mercado fundamental para o futuro do varejo.

Agregue valor à sua marca, anuncie em

Lojista

ligue: (86) 221-6969

www.cdl-pi.com.br

