



Lojista

Ano XVIII Nº 201 Informativo da Câmara de Dirigentes Lojistas de Teresina
Fevereiro de 1999 - Teresina - Piauí



Preparativos finais para a 7ª Convenção

Ampliando a visão de mercado

Centro de Convenções
15, 16 e 17 de abril de 99
Teresina - Piauí

Convenção Lojista do Piauí



O Piauí e a crise

Jesus Elias Tajra Filho em entrevista a O LOJISTA fala sobre suas metas para a nova gestão frente à CDL e faz uma análise geral sobre a conjuntura econômica nacional e seus reflexos na atividade comercial lojista, em particular no que se refere à nossa realidade local.

4

SPC

O Serviço de Proteção ao Crédito-SPC garante ao lojista e ao consumidor vários serviços que podem dar maior segurança e agilidade nas compras. Agora com sua nova sede funcionando, localizada na Rua Rui Barbosa, ao lado da sede da CDL de Teresina, lojistas e consumidores podem usufruir de muitos outros



serviços, além do acesso ao banco de dados sobre informações cadastrais.

7



Lojistas visitam ruas do centro

Técnicos da Prefeitura de Teresina e lojistas percorrem as ruas do centro da cidade para discutirem por onde deve começar a revitalização.

3

Analizando o momento

A pesar da crise do Real e do quadro de recessão que pinta na atual conjuntura econômica do Brasil e do mundo, o que podemos constatar no comércio lojista para o início de 99 é que, pelas consultas ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), o início de 98 foi quase igual ao que estamos vivendo hoje. No mês de janeiro de 98 tivemos 74.147 consultas ao SPC, enquanto este ano o número ficou em 71.050. Já o número de consultas de cheques, em janeiro de 98 foi de 34.906, bem abaixo do computado em janeiro de 99, que ficou em 41.848.

Os dados mostram que existe uma

pequena diferença no número de consultas e que os lojistas conseguiram resistir ao ano que passou. Nesta edição de O Lojista o presidente da CDL de Teresina, Jesus Tajra Filho, fala que o novo momento de crise veio para mostrar aos lojistas o quanto é necessário ter calma e persistência para se obter, mais uma vez êxito nos negócios.

Jesus Filho comenta também, da importância da revitalização do centro, com empresários e poder público

ESTATÍSTICA JANEIRO/99

Quantidade de Informações Solicitadas ao SPC:	
SPC	71.050
SPCheque	41.848
Total.....	112.898

ESTATÍSTICA FEVEREIRO/99

Quantidade de Informações Solicitadas ao SPC:	
SPC	68.673
SPCheque	41.611
Total.....	110.284

pensando em se unir para melhorar a situação das ruas e calçadas de Teresina, aproveitando o desafogamento do centro, provocado pela migração de muitos consumidores para os shoppings, para incrementar o comércio lojista do local.

Ainda nesta edição fazemos um apanhado do comércio da vez, as livrarias e papelarias, e apresentamos um pouco do que vai ser a 7ª Convenção Lojista do Piauí, para que você comece a se preparar para um dos melhores eventos do Brasil.

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

Edição, redação e editoração eletrônica:



Diretoras: Lena de Oliveira

Neulza Bangoim

Fone: 222-6133/981-2271

Fotolito e Impressão:

Gráfica do Povo

Fone: 225-3369

JELTA

LÍDER EM ELETRODOMÉSTICOS

Técnicos e empresários discutem melhorias no centro

Fotos: SECOM

Uma equipe técnica da Prefeitura de Teresina deu início aos estudos preliminares para a implantação do Projeto de Revitalização do centro da cidade. A idéia é padronizar uma área central, compreendida pelas ruas Rui Barbosa, Félix Pacheco, Areolino de Abreu e David Caldas, dando ao centro de Teresina um novo mobiliário urbano, mais moderno, funcional e bonito.

O projeto, que vai começar pela rua Rui Barbosa, inclui padronização de calçadas e fachadas de algumas lojas, além de pavimentação, iluminação, sinalização e recuperação das bocas de lobo. Os secretários municipais, o presidente da Empresa Teresinense de Desenvolvimento Urbano (Eturb) e empresários locais visitaram toda a área, definindo e estudando as possíveis mudanças.

A partir desse levantamento inicial a Prefeitura vai apresentar um projeto de custos aos empresários teresinenses, com o objetivo de conseguir do empresariado local a parceria necessária para o trabalho, a exemplo do que aconteceu em outras capitais. O Projeto de Revitalização do Centro inclui, também, a construção do Shopping Teresina, até o ano



Empresários e técnicos da Prefeitura de Teresina percorrem o centro da cidade e analisam a atual situação das ruas e calçadas.

2000, para acomodar adequadamente os camelôs, a reforma do Mercado Central e construção do Mercado do Produtor Rural.

O presidente da CDL de Teresina, empresário Jesus Filho, acompanhou a visita dos técnicos da Prefeitura e demonstrou interesse em conhecer os detalhes da proposta de parceria entre o executivo municipal e os lojistas para visibilizar a reestruturação de centro. Ele considera "fundamental que se realize um amplo trabalho de melhoria no local, para beneficiar, não só o comércio ali instalado, mas a cidade como um todo".

A Prefeitura informou que os trabalhos já tiveram início com



a recuperação de algumas bocas de lobo e terão continuidade pela rua Rui Barbosa, devido a ausência de camelôs. Os vendedores ambulantes da rua Simplício Mendes, por enquanto, não precisarão ser retirados. A mudança ocorrerá apenas quando das obras na área e sua remoção para o Shopping Teresina.

"É preciso manter a calma"

Com 15 de experiência como empresário e mais de 10 anos fazendo parte ativamente do movimento de classe lojista, Jesus Elias Tajra Filho, 39 anos, Bacharel em Direito, diretor do Grupo Jelta, casado, pai de três filhas, foi eleito recentemente para mais um biênio, como presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Teresina (CDL). Nesta entrevista, ele falou sobre suas metas para a nova gestão frente à entidade e fez uma análise geral sobre a conjuntura econômica nacional e seus reflexos na atividade comercial lojista, em particular no que se refere à nossa realidade local.

O LOJISTA - O senhor está há mais de uma década atuando no movimento de dirigentes lojistas. Nesse tempo, o senhor já viu o país atravessar vários momentos diferentes da economia, como o senhor avalia essas transformações?

JF - Ingressei no movimento lojista em 1988 a convite do Sr. Agostinho Pinto, que era o presidente da CDL naquele período. Daí para cá não parei mais e já estive na presidência da nossa Federação e, agora, novamente ocupo a direção da CDL de Teresina, o que me enche de orgulho. Durante esse tempo pude participar de perto de muitos acontecimen-



Jesus Filho: "Já pude participar de perto de muitos acontecimentos e diferentes estágios da economia brasileira, que já alternou curtos momentos de euforia com outros de crise".

tos e diferentes estágios da economia brasileira, que já alternou curtos momentos de euforia com outros de crise, estes últimos sempre mais constantes. Recentemente tivemos um período de sucesso com a estabilidade da moeda e, hoje, vivemos uma instabilidade que ainda não pode ser totalmente avaliada em suas repercussões, mas que, acima de tudo, deve ser encarada com serenidade, sem desespero e com muito trabalho.

O LOJISTA - Os momentos de crise tendem a gerar insegurança em muitos empresários, principalmente nos dias atuais, com a velocidade da informação transformando as coisas tão rapidamente. Como o senhor enten-

de o fenômeno desta crise globalizada, atingindo nossa economia e afetando diretamente as empresas?

JF - A consequência maior de uma crise como esta é o desemprego, porque a instabilidade gerada dentro das empresas acaba por obrigar o enxugamento de custos, que desemboca em demissões e, este, é o grande problema da Nação. O que é preciso num momento assim, é o empresário tomar consciência de que ele não depende somente de suas ações, mas também do cenário em que atua. É preciso rever conceitos, estratégias, adequar-se à nova ordem do mercado e manter a calma para tomar as decisões mais acer-

tadas. A rapidez dos acontecimentos altera até as mais aprofundadas teorias econômicas, que já não contemplam com segurança a nova realidade, não sendo capazes de prever os acontecimentos com a mesma facilidade que acontecia no passado.

O LOJISTA - O senhor coloca com clareza que os efeitos da globalização sobre a economia são extremos. Como o senhor espera que a nossa moeda sobreviva a esses efeitos e, falando sobre a moeda, como o senhor recebe a indicação do Sr. Arminho Fraga para a presidência do Banco Central?

JF - Eu espero, sinceramente que o nosso país encontre um rumo para sair dessa situação difícil e que o real, que ainda é uma moeda forte não perca o seu poder econômico, porque isto seria o pior. Agora, quanto à indicação do novo presidente do Banco Central, não há o que se discutir, mas somente constatar que a repercussão foi absolutamente negativa. Tanto no mercado interno, quanto no exterior não foi vista com bons olhos. Há críticas vindas do mundo inteiro considerando ser absurda a indicação deste senhor para o Banco Central, já que ele, conforme bem disse o economista Paul Kringman, especulava contra o seu



"O que mais me preocupa é ver que a política brasileira não está sendo traçada por homens que são voltados para a produção".

próprio país e agora, o vemos na situação de ser o guardião de nossa moeda. Acho muito complicado, uma situação dura de nós brasileiros termos que engolir. Considero isto lamentável.

O LOJISTA - Como o senhor avalia o perfil do comando político brasileiro de hoje?

JF - O que mais me preocupa é ver que a política brasileira não está sendo traçada por homens que são voltados para a produção. São pessoas totalmente desligadas do setor produtivo e, aqui, me refiro ao setor que constroem; que edifica; que coloca fábrica; que paga folha no final do mês; que paga duplicata; que tem que estar em dias com suas contas; que planta; que colhe; enfrenta intempéries; o comerciante que arrisca o seu estoque; essas são as pessoas que estão ligadas ao setor produtivo. Já a maioria dos que compõem a equipe econômica do

governo é formada em grandes universidades, com capacidade reconhecida, mas ligada ao setor financeiro e especulativo, sem a vivência produtiva. Desse modo, fica evidente que esses homens não conseguem entender os dramas e as necessidades do setor da produção e muito menos apontar as saídas para o problema do desemprego e equacionar a crise das empresas.

O LOJISTA - Como o senhor analisa o reflexo desta realidade nacional em nosso mercado piauiense e, particularmente, no de Teresina, considerando as características locais?

JF - A situação nacional afeta demais o Piauí, especialmente por ser o Estado muito dependente de recursos externos, provenientes das remessas do Governo Federal. O Governo Federal aumenta impostos a pretexto de arrecadar mais e, por outro lado, leva o país à recessão. Inevitavelmente, a arrecadação vai cair, provocando uma redução no Fundo de Participação e aumentando as dificuldades dos governadores em honrarem os seus compromissos. O Piauí é afetado mais gravemente por umas características e menos por outras. Por exemplo: o fato de nós não termos uma indús-

PINTOS

É IMPOSSÍVEL NÃO COMPRAR

tria desenvolvida nos tira do ciclo grave do desemprego industrial. Há uma escapatória no setor de serviços e isso poderá ser um fator de menor gravidade para o Estado do Piauí.

O LOJISTA - Sobre o centro de Teresina, como ele se encontra hoje e quais são as medidas que deveriam ser tomadas para torná-lo mais viável.

JF - Os problemas do centro já são tão conhecidos que nós não precisamos repetir aqui. Existem gravidades de toda ordem, desde a preservação do patrimônio histórico até a questão de segurança, e ainda iluminação, o trânsito, a obstrução das ruas.... O que nós estamos pleiteando, e parece que será a postura adotada pela Prefeitura de Teresina, é que, se existem dificuldades de recursos, se existem projetos como o Shopping da Cidade, que vai abrigar os camelôs, e se existem projetos que demandam mais recursos e esses recursos ainda não estão disponíveis, vamos pelo menos começar a fazer alguma coisa, começar pelo possível. E é isso que vamos tentar obter da Prefeitura, resolver os problemas mais simples como dos buracos dos bueiros que estão abertos ou da coleta de lixo.

O LOJISTA - Mas a resolução desses problemas vai par-

tir de quem? São os lojistas que vão arcar com o custo dessas obras imediatas?

JF - Existe uma idéia, que não é nova e que já ocorreu em outras cidades, que é a colaboração da Prefeitura e dos lojistas para a realização desse projeto. A Prefeitura faz uma parte e o lojista faz outra, por exemplo, da parte correspondente à sua calçada. O projeto prevê uma padronização, com custo baixo, fácil de ser executado, mas, ao mesmo tempo, bonito e de qualidade para transformar o centro de Teresina realmente num shopping a céu aberto. O que nós queremos é que o centro de Teresina não perca sua força comercial, isso é que precisa ser muito bem destacado, se não ele vai morrer.

O LOJISTA - O surgimento dos dois shopping mexeu muito com o nosso comércio? Já existe dados relevantes para que se possa fazer uma análise?

JF - Mexeu, mexeu muito. Os shoppings foram benéficos para a cidade de uma maneira geral, até no ponto de vista cultural. Há um paradoxo: de um lado o shopping tira clientes do centro, mas por outro ele também ajuda ao centro, porque ele o desafoga, tirando aquela massa de pessoas mal atendidas. A descompressão do centro era necessária e ainda continua sendo necessária.

O LOJISTA - Depois de um mandato de dois anos e agora renovado, o que o senhor, junto com a diretoria, está preparando como meta para os próximos dois anos?

JF - Bom, em primeiro lugar, pretendemos representar bem os lojistas. Estar sintonizado com os anseios dos lojistas e, é claro, continuar oferecendo bons serviços, com o Serviço de Proteção ao Crédito. Pretendemos deixar pronto, ou iniciado, o projeto do novo prédio da CDL, com auditório, instalações adequadas para realização de eventos para os lojistas. E, também, quem sabe, já deixar criado o Museu do Lojista do Estado do Piauí.

O LOJISTA - Sobre a 7ª Convenção Lojista?

JF - A convenção do Piauí, sem medo de errar, não somos nós que estamos dizendo, são os companheiros do resto do país, é uma das convenções de referência. Ela é um exemplo para muitas convenções. É uma das melhores do Brasil. Pessoalmente, sem ser bairrista nem nada, acho que é a melhor. Então, se nós conseguimos fazer um evento dessa qualidade, dessa grandeza aqui no Estado do Piauí, os companheiros devem aproveitar, devem se esforçar para comparecer e aproveitar o que de bom ela pode oferecer, para a sua atualização.



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
Dentro de Casa**

RECEBEMOS TODOS OS CARTÕES
DE CRÉDITO E CHEQUE PRÉ-DATADO

Serviços oferecidos pelo SPC



SPC: em novo local e novas instalações

A importância do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) para o comércio e a sociedade em geral vem crescendo, a cada dia, e com isso aumenta, também, o número de serviços disponíveis que o lojista pode acessar, gerando maior dinamismo e confiabilidade na concessão de créditos.

Para usufruir das vantagens de ser um associado do SPC, é necessário:

- Estar constituído como pessoa jurídica
- Todos os sócios da empresa devem estar regularizados com o SPC/Cheques
- Apresentar a documentação necessária para o cadastro de adesão, composta de: cópia do contrato social; cópia da carteira de identidade e CPF dos sócios; ficha de inscrição preenchida (à disposição na sede do SPC); pagamento da taxa de adesão, atualmente no valor promocional de R\$ 60,00

SERVIÇOS

Sistema Informatizado: Com um moderno sistema de informática, o SPC oferece segurança e rapidez nas compras a crediário e operações financeiras e outros segmentos. Atualmente com mais de 618 estabelecimentos, entre lojas e instituições financeiras, estão associados ao SPC. Veja os benefícios dos serviços.

- **Consulta ao Cadastro de Crédito**, onde estão armazenadas informações sobre os débitos de clientes inadimplentes.
- **Intercâmbio de Informações entre SPCs** para atualização do cadastro de crédito.
- **Consulta ao Cadastro Nacional de Cheques (BACEN)**, obtido através do convênio entre o SPC e o Banco Central, fornecendo informações sobre conta encerrada.
- **Ligue-Cheque:** Consulta ao Cadastro Nacional da Serasa, obtido através do convênio entre o SPC, Serasa via Embratel, fornecendo informações sobre cheques sem fundos, roubados, perdidos, extraviados, sustados.
- **Ligue-Crédito:** Consulta de pessoas física e jurídica, obtido através do convênio entre o SPC, Serasa via EMBRATEL, fornecendo informações sobre cheques sem fundos, firmas em concordata, falência, ações executivas, e a busca e apreensão.
- **Alertas de perdas e extravios de documentos**, situação em que o cliente utiliza o SPC para registrar a ocorrência de roubo, extravio ou perda de documentos.
- **Balcão de Informação ao consumidor**, sobre todo o seu cadastro.

Micro-terminal (CHEQUP):

Novo equipamento que agiliza consulta de créditos de cheques através de Micro-Terminal, esta consulta é feita através da linha telefônica na empresa interligada via EMBRATEL/SERASA.

Algumas características do sistema: Fácil operação / Rapidez na consulta / Discrição, não causando constrangimento ao cliente / Baixo custo com utilização de um linha telefônica comun.

- O serviço de inclusão ou exclusão de clientes é efetuados somente mediante boletim informativo enviado pelo associado, sendo que a segurança do sistema é total. Para isso temos mecanismo de senhas que permitem um amplo controle às operações efetuadas.
- Serviço de xerox para todos os associados.
- Relatórios totais de consultas diárias, mensais e anuais.
- Histórico diário de todas as operações realizadas, fornecendo data, hora, código do operador, informações solicitadas.

A hora e a vez do material escolar

Todos os anos, invariavelmente nesta época, um setor do comércio lojista se destaca pelo crescimento do volume de vendas, são as papelarias, que impulsionadas pela volta às aulas passam a ser mais procuradas pelos consumidores.

Mesmo com toda a turbulência econômica que tem deixado o país em sobressaltos, a história se repete e o que se observa são prateleiras sortidas e pessoas com interesse e necessidade de adquirir lápis, cadernos e afins.

Há, no entanto, uma diferença em relação ao mesmo período do ano passado: uma queda de consumo de pelo menos



20%. É o que constata o empresário Hermany Normando. Com larga experiência no ramo de livrarias e papelarias, Hermany Normando aponta a recessão como responsável por uma

Hermany Normando: o consumidor está cortando o que vem solicitado nas listas de material escolar.

mudança na postura de compra do consumidor. Ele diz que "as pessoas estão procurando artigos mais baratos e pesquisando ainda mais. Na hora da decisão de compra, acabam levando

muito menos do que pretendiam. Cortam mesmo, o que vem solicitado nas listas de material escolar".

Diversificar foi o modo

COMERCIAL

ESCOLHA A LOJA MAIS PERTO
DE VOCÊ E BOAS COMPRAS



CARVALHO

O SEU MAIOR CONFORTO É
SEMPRE O MENOR PREÇO

Sempre, um novo show de ofertas para atender, você e sua família, com o que há de melhor

encontrado pelo empresário Gilberto Mendes Farias, para manter o nível de seus negócios em alta, principalmente depois que foi preciso deixar a venda de livros didáticos. Gilberto Mendes explica que "existe, hoje, no país um problema muito sério voltado à questão do livro didático, em função da prática de negociação de algumas editoras e, também, por conta da concorrência com estabelecimentos de ensino que vendem os livros em consignação, podendo praticar preços diferenciados, já que não terão qualquer perda com o estoque que não rodar".

A concorrência para o ramo de papelarias também é constatada no comércio de ambulantes, que vendem artigos similares, de qualidade mais baixa e origem indeterminada. Sobre o assunto, os empresários dizem que é difícil competir com a atividade, porque os ancargos, para quem é legalmente estabelecido, são muito onerosos.



Gilberto Mendes: deixando de vender livros didáticos e diversificando o estoque.

da sazonalidade do fenômeno volta às aulas.

Com a alta do dólar, entretanto, o comércio de suprimentos de informática foi diretamente afetado e, de acordo com Hermany Normando, sofreu de imediato um aumento de 40% no

preço de mercado. Para não assustar os compradores, a solução "é tentar ir repassando o reajuste aos poucos, e seguir trabalhando com o estoque residual, ajustando os valores a uma média, que possa ser absorvida pelo público. Mesmo assim pode se esperar uma queda nas vendas", analisa.

Fora da concorrência pelos livros didáticos e oferecendo vantagens aos clientes, que atraíam mais que o preço dos ambulantes, os empresários teresinenses apostam na criatividade para ultrapassar a crise e abastecem as prateleiras com material de escritório e informática, atendendo a um nicho de mercado que consome além

preço de mercado. Para não assustar os compradores, a solução "é tentar ir repassando o reajuste aos poucos, e seguir trabalhando com o estoque residual, ajustando os valores a uma média, que possa ser absorvida pelo público. Mesmo assim pode se esperar uma queda nas vendas", analisa.

Pneus

Firestone

Baterias

Heliar

Amortecedores

Cofap

Escapamentos

Sicap



IMPERIAL

CENTROCAR

Alinhamento e Balanceamento Computadorizados
Troca de Óleo - Freios - Rodas Originais e Esportivas
Suspensão em Geral

MATRIZ - Av: Miguel Rosa, 4464 - Viçosa - 223-4088

FILIAL - Rua: Angélica, 107 - Jockey - 233-4141

Teresina-PI

Reta final para o grande evento lojista

Quase tudo definido para a realização da 7ª Convenção Lojista do Piauí, que acontecerá de 15 a 17 de abril, no centro de Convenções de Teresina.

Esperando reunir mais de 800 participantes e prometendo trazer os mais palpitantes debates sobre os rumos da atividade

lojista no cenário político e econômico brasileiro e mundial, a Convenção está sendo preparada em todos os detalhes para superar o grande su-



Mailson da Nóbrega

cesso que vem alcançando nos últimos anos.

O presidente da Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Piauí (FCDL), empresário Sávio Normando, responsável pela realização do evento, considera que "esta Convenção será definitiva para marcar o amadurecimento do



Luís Inácio Lula da Silva (ao lado). Acima cartaz da 7ª Convenção

setor lojista do Estado, já que ela chega trazendo à luz, a discussão de temas fundamentais para o futuro da atividade, principalmen-

te no que toca ao entendimento da situação atual e das perspectivas que podem se apresentar para vencer os desafios", declara.

A Convenção deste ano vai centrar foco em temas que, na prática, vão favorecer muito aos lojistas na condução de seus negó-

Ampliando a visão de mercado

Centro de Convenções
15, 16 e 17 de abril de 99
Teresina - Piauí

Convenção
Lojista
do
Piauí

cios. O varejo, as tendências do comércio no mundo e a conjuntura econômica nacional estarão em pauta nas palestras e debates dos três dias do encontro.

Os consultores Eugênio Foganholo e Nelson Barrizzeli, por exemplo, farão, em conjunto, uma palestra sobre as estratégias do varejo para o próximo milênio. Na ocasião, eles vão analisar as mudanças impostas pela globalização no comportamento e a nova dinâmica do varejo, necessária para enfrentar essas mudanças. A palestra vai levar em conta a realidade brasileira e, particularmente, a das pequenas e médias empresas varejistas.

Também já confirmou presença na 7ª Convenção, o ex-ministro Mailson da Nóbrega, que vem para falar das perspectivas da economia brasileira.

Um painel vai provocar, sem dúvida, a atenção de todos os presentes à Convenção. É o que marcará o encontro entre Luís Inácio Lula da Silva e Emerson Kapaz, que discutirão a conjuntura econômica e seus reflexos na atividade comercial.

Na Convenção deste ano, assim como nas anteriores, também não vai faltar o aspecto do



Sávio Normando participando da convenção de Nova York (EUA)

crescimento pessoal, impulsionando o desenvolvimento profissional e para falar do tema "Viver é a arte de realizar sonhos", já está confirmada a presença do renomado consultor empresarial César Romão.

De acordo com Sávio Normando, cada vez mais, a Convenção torna-se um evento indispensável para o lojista que pretende se manter ativo no mercado, já que ela serve de ponte entre a nossa realidade local e o que de importante acontece no Brasil e no mundo. Por isso, o slogan deste ano é "Ampliando a Visão de Mercado", um fator determinante para

a sobrevivência futura de nossas empresas e, é pensando nisso, que faço questão de reafirmar o convite a todos os companheiros para tomarem parte neste evento, que é dirigido, especialmente, para a comunidade lojista de todo o Piauí", declara.

Com experiência internacional em encontros da classe lojista, o presidente da FCDL considera que a Convenção Lojista do Piauí está num nível de organização muito grande, o que tem aumentado sua respeitabilidade no meio. "Temos conseguido manter o nível de excelência dos temas abordados e dos conferencistas e isto resulta em destaque e repercussão positiva para nosso evento, o que nos gratifica e aumenta nossa responsabilidade a cada ano", avalia.

O sucesso da Convenção Lojista é reconhecidamente grande, como demonstra o número de participantes inscritos todos os anos, sejam da capital ou de cidades do interior do Estado. Detalhes sobre as inscrições, para quem quiser estar presente à 7ª Convenção, podem ser obtidos na sede da CDL, em Teresina, ou pelo telefone: (086) 221-6969.

Samira

1º Lugar em Móveis

Criando um clima

Eduardo dos Santos

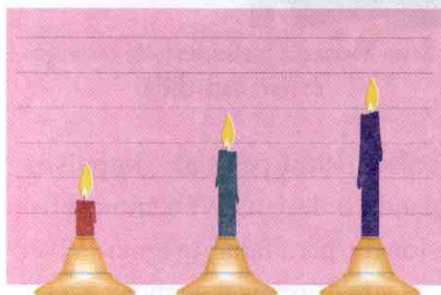
A afirmação de que iluminação é uma vendadora da mais alta qualificação pode a princípio parecer um tanto absurda e ousada, mas observando e comparando lojas de mesma categoria e dirigidas ao mesmo público chegamos invariavelmente à conclusão de que a loja melhor iluminada vende mais.

Mas ao contrário do que se possa imaginar, boa iluminação nem sempre significa muita iluminação. O cliente de uma joalheria se sente muito mais à vontade e muito mais exclusivo se as diferenças de iluminação geral (luz-sombra-penumbra) forem bastante acentuadas. O cliente de um supermercado tem sensação de que está fazendo melhor negócio, quando a loja é superiluminada.

Seguindo este princípio, podemos, com alguns cuidados bási-

cos na iluminação, trazer o cliente até a loja, guiá-lo para pontos de maior interesse e permitir uma melhor avaliação das mercadorias expostas, criando um clima propício para completar a venda.

Para proporcionarmos uma impressão de que claridade é o prin-



cipal atributo do local, devemos ter uma iluminação uniforme e muito brilhante, ênfases nas paredes com alto grau de reflexão ou a utilização de arendelas. Se quisermos criar sensação de que o espaço é maior devemos "lavar" as paredes perimetrais com muita luz.

Um ambiente relaxado se con-

segue com iluminação não uniforme e ênfases em pontos determinados das paredes. Se necessitamos transmitir a impressão de privacidade ou intimidade deveremos pôr ênfases nos pontos mais afastados do usuário e deixar a iluminação geral com baixa intensidade e não-uniforme.

Além das impressões gerais, temos também que levar em consideração os diversos ambientes que compõem a loja. A circulação entre displays ou expositores deve ter uma relação de iluminação 1:3. Isto significa que, se na circulação o iluminamento médio for 350 lux, as mercadorias deverão ter iluminamento de 1.050 lux. Recomenda-se que entre circulação e mercadoria em destaque a relação seja 1:10.

Eduardo dos Santos é engenheiro electricista e colunista do Jornal Arquiteto. Texto retirado do Dirigente Lojista.

Na Fininvest dá.



Ligue já:

0800 16 1414