

Sebrae-SP orienta lojistas para lucrarem mais no Natal

O Sebrae-SP preparou uma lista na qual concentra uma série de dicas para auxiliar os lojistas a incrementarem as vendas no Natal. A data, considerada pelo comércio varejista nacional como a mais importante do calendário, é responsável por cerca de 15% do movimento médio anual do varejo, segundo a Associação Comercial de São Paulo.

Por isso, é muito importante que o lojista exponha os produtos da melhor forma, determinando o cronograma de recebimentos de produtos, o que comprar para o período e como vender por faixa etária e sexo. É preciso aguçar os sentidos do consumidor: visão, tato, cheiro e paladar.

A vitrine, independente do formato do negócio (rua, shopping ou e-commerce), precisa saltar aos olhos e convidar o cliente para entrar ou navegar, no caso da home page do site.

“As datas comemorativas são fundamentais para que o comércio seja aquecido, ajudam a impulsionar os negócios e consequentemente a economia do País. Dependendo da atividade, o faturamento do empresário pode até mesmo dobrar na época de Natal.” afirma o diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano.

A palavra chave para aproveitar o período é planejamento. Resgate o histórico de vendas e relembre o desempenho dos anos anteriores: quais foram os produtos mais procurados; o que encalhou; quais foram os horários de pico; como foi o preparo da loja; atendimento; quantos funcionários temporários contratou e se teve problema com troca de mercadorias.

“Quem quer vender mais precisa correr. A primeira parcela do 13º salário foi paga em novembro, e o comerciante precisa atrair o consumidor para antecipar as compras de fim de ano. Bole atrativos para as pessoas comprarem agora”, observa o diretor-superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano.

Dicas para vender mais no período:

- 1 - Clareza: não esconda nem manipule o preço do produto e do frete para iludir os consumidores. Destaque todos os valores que fazem parte da compra;
- 2 - Acessibilidade: Deixe o produto com fácil acesso, principalmente em lojas de auto serviço;
- 3 - Dê atenção: seja exclusivo ao seu cliente; ouça-o com cuidado e identifique suas necessidades;
- 4 - Sinalização: mercadorias bem sinalizadas vendem mais rápido;

5 - Soluções: para o cliente não existe uma só saída; procure dar o máximo de opções;

6 - Criatividade: Monte kits por faixa etária e sexo, combinando vários produtos;

7 - Acompanhe seu estoque: isso permite ajustes de curto prazo para aumentar as vendas;

8 - Recebimento de produtos: faça um cronograma para não receber tudo em um só lote;

Loja de Rua

- Invista no visual. Decore o estabelecimento com enfeites natalinos;
- Deixe os produtos expostos nos locais com maior tráfego de clientes;
- Os artigos devem ficar na altura do olhar. O ideal é 1,60m, o que corresponde à média da estatura do brasileiro;
- Invista na iluminação para o dia e para a noite. A luz certa favorece a mercadoria. A vitrine precisa ser bem iluminada e o reflexo do sol deve ser controlado.

E-commerce

- A home page também precisa estar no clima festivo. Uma diagramação atrativa e especial para a data é fundamental;
- A navegação precisa ajudar o cliente a ter detalhes do produto. Utilize o sistema de lupa (zoom) para o consumidor visualizar a peça. Ele substitui a necessidade do cliente tocar o produto;
- Transmita confiança. Contrate o serviço de segurança e coloque testemunhais de quem já comprou;
- Respeite o prazo de entrega. Não se comprometa com uma data que não poderá cumprir.

Amos os modelos

- Bom atendimento. No caso da loja de rua não escolha o cliente pela aparência. Todos, independente do tipo físico ou da roupa que está vestindo, precisam receber um atendimento impecável. No caso do site é preciso ter um espaço para o cliente conversar com alguém, seja por e-mail, chat ou telefone.
- Prepare o seu estabelecimento para o grande movimento. Agilidade e paciência serão fundamentais.

*Colaborou: Ana Laura Fiochi
Máquina da Notícia PR a Serviço do Sebrae-SP



VIGAMENTO EM EUCALIPTO
PEROBA DO NORTE E CAMBARÁ
PLACAS DE MADEIRITE
FORRO DE PINUS / FORRO DE PVC
LAMBRIL DE CEDRINHO
PORTAS E BATENTES

3583.1066

palue.madeiras@yahoo.com.br
Avenida Antonio Garbuio, 85



PQEC
PROGRAMA DE QUALIDADE
DE EMPRESAS CONTÁBEIS

SECON-SP | 2013
CERTIFICADO

IVANIO
Contabilidade e
Assessoria Financeira

Tel: 3583.3015 / Fax: 3583.3431

Rua Paula Carvalho, 113 - Centro
www.ivaniocontabilidade.com



PALAVRA DA DIRETORIA

AS MUDANÇAS FAZEM PARTE

As mudanças fazem parte da vida. Existem as mudanças desejadas e também as imprevistas. Independente do jeito que for, as novas situações nos levam a buscar diferentes formas de adaptação e nos dá a oportunidade de ampliar nossas experiências e amadurecer. No entanto, deixar um estado conhecido para atingir um novo traz consigo aspectos desafiadores, e o desafio em melhorar é o combustível para a evolução.

Tudo, absolutamente tudo, que acontece tem, em maior ou menor escala, nossa participação. Isso obviamente não significa que podemos controlar todos os acontecimentos e que a vida será totalmente como queremos.

André Luis Martins Kastein – Vice-Presidente

Diretoria Executiva

DIRETORIA EXECUTIVA DA ACID BIÊNIO MAR/2014 A FEV/2016

Presidente: Henrique Geraldo Fava Spessoto (Magazine Geraldo)

Vice-Presidente: André Luis Martins Kastein (Drogaria Central)

1º Tesoureiro: Rodrigo Traldi dos Santos (Santec)

2º Tesoureiro: Alessandro Alves Rizzi (Loja Patrile)

1º Secretário: José Antônio Lazarini Filho (Supermercado Kóka)

2º Secretário: Paulo Cesar Peripato Guerra (Casa do Eletricista)

Diretor de Patrimônio: Orlando Sebastião Venturini (Palácio dos Colchões)

Diretor Comercial: Sidnei Aparecido Siberi (Óticas Carol)

Diretor Industrial: Luis Antonio Pavan (Mineração Descalvado)

Diretor Social: Carlos Henrique Tonéis (Seguralta)

NOSSOS PARCEIROS:



BoaVista
Formação Cidadã



SICOOB



Unicastelo



Descalvado NEWS
A informação que interessa!



SF
SÃO FRANCISCO



UNIODONTO



Unimed
São Carlos



NOVOS ASSOCIADOS

(26/10 a 25/11)



Velas São Jorge Guerreiro

Rua Cel. Rafael Tobias, 1566 - Jardim Belém

Telefone: 3593-0043

Supermercado Santo Antonio

Rua Cel. Rafael Tobias, 140 - Centro

Telefone: 3583-1910

Tem Di Tudo

Rua Cel. Arthur Whitacker, 682 - Centro

Telefone: 3583-0761

Descalnet

Rua Cel. Arthur Whitacker, 315-A - Centro

Telefone: 3583-7739

KF

EXTINTORES

Elaboração de projetos e instalação
e equipamentos de prevenção e
combate a incêndio.

Rua Manoel Biaggi, 535 - Ricardo César

Fone: (19) 3583 6714 | 99641 0680

kazaffalon@gmail.com



3583.2403 / 3583.5141
Rua Cel Arthur Whitacker, 1924





MAGAZINE GERALDO

A grife da moda!

DESCONTO PROGRESSIVO

ou você ainda parcela suas compras em

são descontos de até

20%

5x SEM JUROS
no cartão

comprando 1 peça

10%

a vista

comprando 2 a 4 peças

15%

a vista

comprando acima de 5 peças

20%

a vista

CHEQUE PRÉ

ÚNICO OU PARCELADO

**20/05
2015**

Camisa, camiseta, pólo, calça, bermuda, shorts, terno, gravata, tênis, chinelo, meia, cueca

Natal de Prêmios
do Comércio de Descalvado

Horário de funcionamento a partir de 08/12/2014
Segunda a Sexta das 9:00 hs às 22:00hs - Sábado das 9:00 às 17:00hs



facebook.com/MagazineGeraldo
magazinegeraldo@magazinegeraldo.com.br

Fone: (19) 3583.2747

Rua 24 de Outubro, 658 - Centro - Descalvado

Aceitamos os cartões:



POR DENTRO DA LEI

Quanto posso cobrar de juros



Os juros podem ser classificados em juros compensatórios e juros moratórios, o primeiro consiste em rendimentos remuneratórios do capital, já o segundo consiste em uma pena imposta ao devedor pelo atraso no cumprimento da obrigação. Podem os juros ser convencio- nados pelas partes ou, na ausência de convenção, serão aplicados os juros determinados em lei, que assim o determina:

Artigo 406 do Código Civil: "Quando os juros moratórios não forem convencio- nados, ou o forem sem taxa estipulada, ou quando provierem de determinação da lei, serão fixados segundo a taxa que estiver em vigor para a mora do pagamento de impos- tos devidos à Fazenda Nacional."

O artigo 161, § 1º, do Código Tributário Nacional, dispõe que: "se a lei não dispuser de modo diverso, os juros de mora são calculados à taxa de um por cento ao mês".

A questão de taxa de juros convencionalada pelas partes também não deixa de ser um assunto controverso. A discussão acerca deste tema é sobre a vigência da Lei de Usura (Decreto nº 22.626/33). Parte da doutrina afirma que a Lei de Usura foi revogada tacitamente pelo novo Código Civil. Estes doutrinadores fundamentam a revogação da Lei de Usura no fato do Código Civil de 2002 regular novamente por inteiro a matéria de juros. Neste caso, a taxa convencionalada entre as partes de juros moratórios não possuiria limites, desde que tivessem sido livremente acordadas.

Entretanto, outra parte da doutrina afirma que a Lei de Usura não foi revogada pelo novo Código Civil. Neste caso, a taxa convencionalada entre as partes de juros moratórios não poderia ser superior ao dobro da taxa legal. Conforme exposto acima, a taxa de juros moratórios legais é de 1% ao mês, i.e. 12% ao ano. Desta forma, o limite para a taxa convencionalada seria de 2% ao mês, ou 24% ao ano.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) não dispõe de forma expressa sobre a taxa aplicável à juros de mora, apenas no artigo 52 § 1º, autoriza a cobrança de multa de mora decorrente do inadimplemento da obrigação não poderão ser superior a 2%.

Diversas são as discussões acerca dos juros moratórios, seja sobre a taxa legal aplicável, seja sobre o limite da taxa que pode ser conven- cionada entre as partes. A própria jurisprudência apresenta julgados com diferentes entendimentos a esse respeito. Fato é que não se pode afirmar categoricamente que a Lei da Usura foi revogada, ou que as partes possuem plena liberdade contratual no que diz respeito aos juros adotados.

Conclusão

Diante da posição predominante da doutrina e da tendência juris- prudencial, é possível concluir que a interpretação que se adequou melhor ao espírito do Código Civil em vigor é a de que a taxa de juros legais referida no seu artigo 406 é a de 0,033% ao dia, 1% ao mês, perfazendo o percentual de 12% ao ano. Conforme disposto no do Código de Defesa do Consumidor, pode ser cobrado o percentual de 2% a título de multa em virtude da impontualidade do pagamento.

Dr. Maurício De Marco
OAB/SP - 181.803



Não existem sonhos impossíveis para aqueles que realmente acreditam que o poder realizador reside no interior de cada ser humano, sempre que alguém descobre esse poder algo antes conside- rado impossível se torna realidade.

Que todos seus sonhos se realizem neste novo ano.

A associação através de sua diretoria e todos seus colaboradores deseja a todos os associados um

Feliz Natal e Próspero Ano Novo

Denúncia de Ambulantes

Associado, você pode ajudar a Prefeitura Municipal a fiscalizar o comércio de ambulantes. O telefone para denúncias é:

(19) 3583.9320
(Prefeitura, dias úteis)

(19) 99296.7564
(24 Horas) Luiz Antonio Fiocho Bianchi - Fiscal

ACID promoveu com coquetel o lançamento oficial da Campanha Natal de Prêmios

No dia 30 de outubro a ACID promoveu seu coquetel de lançamento da Campanha Natal de Prêmios 2014. Por mais uma vez diversos associados estiveram presente no evento para acompanhar o lançamento, além disso, puderam usar desse momento para descontrair e conversarem entre si.



Horário de funcionamento do comércio.

No dia 21 de outubro foi realizada uma reunião com o representante do Sindicato do Comércio Varejista de Pirassununga onde ficaram definidos os horário de funcionamento do comércio durante o mês de Dezembro.

A abertura das lojas no período da noite se inicia a partir do dia 05 de Dezembro. Para conferir o horário de outras datas acesse o site www.acidescalvado.com.br

- Segunda a Sexta das 09:00 as 22:00 hs.
- Sábados dias 6, 13 e 20 das 09:00 as 17:00 hs.
- Dia 21 (Domingo), das 09:00 as 15:00 hs.
- Dia 24 (Quarta-feira), das 09:00 as 18:00 hs.
- Dia 26 (Sexta-feira), das 12:00 as 18:00 hs.
- Dia 31 (Quarta-feira), das 09:00 as 13:00 hs.
- Dia 02/01 (Sexta-feira), das 12:00 as 18:00 hs.

Empresários de Descalvado participam de Feira Internacional de Pet



De 28 a 30 de outubro, aconteceu a 13ª Pet South America – Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Linha Pet e Veterinária. O evento realizado no Expo Center Norte em São Paulo, reuniu importantes empresas do setor para conhecerem as novidades e terem oportunidade de novos negócios.

No dia 29 de outubro, um grupo de 21 empresários visitaram a feira por meio de missão empresarial, organizada pelas agentes do Posto Sebrae de Atendimento ao Empreendedor (PAE) em parceria com o Escritório Regional do Sebrae-SP em São Carlos e ACID.

Durante o evento, os participantes tiveram acesso a novidades dos mercados pet e veterinário, como nos segmentos de saúde animal, nutrição, equipamentos, acessórios, especialidades veterinárias, higiene e beleza, publicações e serviços.

A edição de 2014 apresentou uma planta setorizada dimensionando o espaço de exposição em quatro importantes segmentos: Pet Foods, Saúde Animal, Higiene e Beleza e Acessórios.

A Pet South America conclui sua 13ª edição com 24.117 visitantes qualificados. Médicos veterinários, zootecnistas, proprietários de pet shops e de clínicas veterinárias, criadores e distribuidores estiveram presentes na principal plataforma de negócios do setor pet e veterinário para o Brasil e América Latina.

O segmento pet no Brasil ocupa a segunda colocação no mercado de consumo de produtos para os animais, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Dados da Associação Brasileira de Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet) revelam que, em 2014 o país deve arrecadar mais de R\$ 16,5 bilhões graças às indústrias de alimentos e de cuidados com a higiene e beleza, além de acessórios diversos. Houve um aumento de mais de 9%, se comparado a 2013.

Os empresários que visitaram a feira tiveram a oportunidade de se atualizar, desenvolver parcerias, pesquisar, avaliar e comparar produtos para aumentar a lucratividade.

LOJISTA, venha com o Sebrae-SP para a COUROMODA e SÃO PAULO PRÊT-À-PORTER 2015

O Sebrae-SP está organizando missões de micro e pequenos empresários do varejo de calçados, acessórios e confecções para visitar duas grandes feiras de moda e negócios, que acontecem conjuntamente nos dias 11 a 14 de janeiro/2015, nos pavilhões do Expo Center Norte na capital paulista. Esta será a 4ª edição do programa Missões Empresariais do SEBRAE-SP para a COUROMODA e SÃO PAULO PRÊT-À-PORTER.

Acreditamos que esta é uma ótima oportunidade para você conhecer os lançamentos da indústria de confecções, calçados e acessórios para a temporada 2015, fazer compras para sua loja, descobrir novos fornecedores e atualizar-se com o que está acontecendo no setor.

Os lojistas interessados em participar da missão deverão procurar o Posto de Atendimento ao Empreendedor de Descalvado (PAE), que fica na ACID e fazer sua inscrição. A missão será no dia 13 de janeiro, em veículo subsidiado pelo Sebrae-SP. Cada empresário pagará um taxa de inscrição de até R\$ 20,00 e somente participarão pessoas jurídicas, com limite de 2 pessoas por empresa, maiores de 18 anos. As vagas são limitadas, as inscrições já estão abertas e o prazo para inscrever-se se encerra no dia 10 de dezembro. O acesso as feiras é gratuito, mediante convite ou credenciamento antecipado.

Maiores informações podem ser obtidas no Posto do SEBRAE ou pelo telefone (19) 3594-1109 com as agentes Flávia e/ou Jaqueline. O PAE funciona de 2ª à 6ª-feira das 8 às 17h.



Encontre aqui tudo para seu conforto

Requinte
Enxoval e Variedades
Terexinha Oliveira

(19) 99247-6884
Rua José Bonifácio, 930
Esquina com a Av. Bom Jesus - Sala 01



Açougue, Padaria, Hortifruti,
Utilidades Domésticas

3583.1617

Av. Antonio Garbuio, 120 - Bosque do Tamanduá

Campanha de Natal Entrega das Urnas

Atenção participante da Campanha Natal de Prêmios 2014, é muito importante estar atento à data e horário que devem ser entregues suas urnas para o sorteio.

- Sorteio 20/12/14, entrega da urna até as 16:00 horas do dia 19/12.

- Sorteio 28/12/14, entrega da urna até as 16:00 horas do dia 26/12.

Contamos com a colaboração de todos os participantes para que os sorteios possam ocorrer conforme o planejado e sem atrasos.



DOUTOR

PC

Manutenção / Venda de Computadores

Reparos Emergenciais

Formatação e Instalação de Softwares

(19) 3583-6582

(19) 98175-2141 / 99139-5773

Rua José Ferreira, 412 - Descalvado/SP
drpcdescalvado@gmail.com

PAPO DE EMPREENDEDOR



Por: Luiz Oliveira Rios, foi Presidente da ACID.
É Consultor de Empresas.
(oliveira.rios@hotmail.com)

VENDER MAIS, VENDER MELHOR NESTE NATAL

É claro que elaborar uma boa vitrina para o Natal ajuda a atrair mais clientes, porém tudo pode ser em vão se o pessoal interno não estiver preparado para dar um "show" de entusiasmo no atendimento.

Nos dias atuais, os produtos, desta ou daquela marca, possuem padrão de qualidade técnica equivalente, e até o design de muitos deles é parecido uns com os outros. Onde vai estar, então, o conjunto dos diferenciais?

O primeiro diferencial - e mais importante de todos - é sem dúvida a qualidade no atendimento, e isto não apenas do pessoal de vendas, mas de todos os que trabalham na empresa, ou seja, não adianta, por exemplo, um vendedor atender bem, mas no caixa ou no crediário quem estiver atendendo demonstrar mal humor ou sequer saber como dizer um "olá" afetuoso para o cliente.

Conhecer "na ponta da língua" as características dos produtos que vende para, na hora da demonstração das vantagens e dos benefícios, o cliente perceber que, de fato, está sendo atendido por um profissional completo, eis aqui outro grande diferencial.

Aprender a escutar o cliente, saber fazer perguntas inteligentes, ter a ousadia de sugerir compras adicionais a cada cliente são atitudes que compõem na prática elenco de providências inerentes a um alto padrão de qualidade em cada atendimento dado.

Além de uma vitrina bem feita, dentro dos modernos padrões de merchandising, internamente cada display, cada expositor, cada espaço do estabelecimento comercial; enfim, tudo precisa ser planejado para ENCANTAR os clientes.

Trabalho em equipe é outro ponto forte, a saber, os clientes precisam notar que todos na empresa se tratam muito bem, e todos estão comprometidos em prestar bons serviços a quem acessar o estabelecimento comercial, seja pessoal, telefônica ou virtualmente.

Se a primeira impressão é o que sempre fica marcado com maior impacto, em todas as etapas das relações comerciais, porém, os clientes devem se sentir valorizados, independentemente de terem feito uma grande compra, ou pequena, ou ainda não terem comprado nada, mas ainda assim se sentiram tratados com deferência.

Mesmo no período natalino, boas promoções chamam a atenção dos clientes. E quando se fala aqui em "boas promoções", isto significa dizer daquelas promoções bem planejadas, éticas, que de fato os clientes notem que não há "embromation" (truques) visando a tão somente atrair os clientes com falsas promessas de bons negócios.

Aliás, diga-se de passagem, boas promoções e liquidações bem planejadas, que respeitem os clientes e ofereçam vantagens reais são estratégias que fidelizam os clientes, pois estes se sentem seguros em optar pela empresa que não abre mão de se expor com ética e total transparência na sua comunicação publicitária com o mercado, prometendo e cumprindo tudo o que promete na mídia externa ou nos seus cartazes internos.

Há, assim, um conjunto de providências a serem empreendidas com foco em ampliar o volume de vendas neste Natal, mas, acima de tudo, almejando-se impactar cada cliente para que este não apenas volte mais vezes, mas que também faça uma boa propaganda boca a boca de como foi bem atendido.

DÚVIDA DO EMPREENDEDOR

Qual a diferença entre franquear e licenciar uma marca? Como definir qual é a melhor opção?

A franquia é um sistema onde o franqueador concede ao franqueado o uso de marca, direito na comercialização de produtos e serviços, conceitos, métodos e sistemas de gestão da empresa.

O franqueador tem o compromisso de assessorar o franqueado transferindo sua experiência e apoiando na análise do ponto, projeto arquitetônico, implantação, perfil de contratados, treinamentos, operação e efetiva gestão da empresa. É uma estratégia de expansão da marca ou conceito de negócio, utilizando-se de recursos de terceiros, aproveitando a oportunidade para acessar novos mercados. Os contratos são disciplinados pela Lei 8.955/94.

No licenciamento, o licenciador concede direito de uso da marca, logotipos, direitos autorais ou outros direitos de propriedade intelectual ao licenciado, nos termos da Lei 9279/96. Ele não interfere nem assessora na gestão, o que aumenta o risco do negócio.

A análise e o processo de decisão para implantação de um dos modelos passa pelo perfil do empresário, o formato de operação da empresa, assim como sua estratégia de expansão.

Na franquia existem padrões e normas a serem seguidas, autorização de uso, com assessoria ininterrupta na área operacional, administrativa e nas vendas. Diferente do licenciamento, em que existe somente a concessão de direitos.

Um bom planejamento, considerando as características dos modelos, apresentará indícios do mais viável.

Edson da Silva Pereira - Consultor do Sebrae-SP
Jornal de Negócios

Perfil

José Antônio
Lazarini Filho
(Kóka)



1º Secretário

Responsável pela organização da documentação da associação, o Secretário-Geral (ou 1º Secretário) deverá elaborar as atas das reuniões da Diretoria ou Assembleias, supervisionando ainda a elaboração da correspondência e notificações da Associação, além de outros itens em referência. O Secretário-geral também deverá substituir o Vice-Presidente em seus impedimentos.

Dados

01 a 31 de Outubro/2014

ASSOCIAÇÃO

Consultas - 5508

Negativações - 207

Exclusões - 149

DEPARTAMENTO JURÍDICO

Notificações - 52

Acordos - 14

BANCO DO POVO

Contratos - 10

PAT

Vagas abertas - 18

PAE

Atendimentos - 22

EXPEDIENTE

O informativo "EQUIPE" é uma publicação mensal de caráter informativo mostrando algumas atividades desenvolvidas pela ACID.

Tiragem: 1.000 exemplares

Edição: 16ª Edição - Descalvado - Dezembro/2014

Contatos, sugestões ou dúvidas: acidesc@terra.com.br

Rua Madre Cecília, 397 B - Descalvado - SP / Fone: (19) 3594.1100

A Associação Comercial e Industrial de Descalvado não tem responsabilidade editorial pelos conceitos emitidos nos artigos assinados e informes publicitários.

"De todos os caminhos que conduzem à prosperidade, os mais seguros são a perseverança e o trabalho."

Marie Roch Louis Reybaud



3583.6666 / 3583.1116
Rua Anastácio Viana, 1030 - Centro



3583.8381
Rua Cel. Arthur Whitacker, 626 - Centro



3583.3678
Rua Paula Carvalho, 520 - Centro



3583.8588
Rua Cel. Arthur Whitacker, 670-A - Centro