

# Natalzaão

É muita Generosidade.

Para concorrer a super prêmios basta comprar nas lojas participantes e preencher o cupom.

Boa Sorte!!!



Um Fiat Palio, uma Moto Honda e mais 10 prêmios!

EMPRÉSTIMOS  
CONSIGNADOS  
PREOCUPAM  
LOJISTAS **PÁG 9**

AUMENTAM ROUBOS  
E FURTOS NO  
COMÉRCIO DA  
CAPITAL **PÁG 3**

CDL COMEÇA  
CONSTRUÇÃO  
DE AUDITÓRIO  
**PÁG 8**

REFORMULAÇÃO DO  
TRANSPORTE COLETIVO  
PREJUDICA LOJISTAS DE  
PRINCIPAIS AVENIDAS **PÁG 8**



**SÍLVIO CUNHA**  
PRESIDENTE

MUITOS EMPREGOS VÊM SENDO GERADOS, A CONSTRUÇÃO CIVIL PARECE ESTAR VOLTANDO AOS VELHOS TEMPOS E A QUEDA DO DÓLAR MOTIVA TODOS AQUELES EMPRESÁRIOS QUE TRABALHAM COM IMPORTAÇÕES.

# VAMOS ACREDITAR NO NATAL!

**F**inalmente chegamos ao último mês do ano. Dezembro, como não poderia deixar de ser, é o mês mais importante para nossa classe. O Brasil, pelo menos segundo os indicadores oficiais, está demonstrando uma recuperação econômica importante. Muitos empregos vêm sendo gerados, a construção civil parece estar voltando aos velhos tempos e a queda do dólar motiva todos aqueles empresários que trabalham com importações.

Claro, em Palmas esses reflexos ainda não são visíveis. Porém, cabe ressaltar o resultado de recente

levantamento da Universidade Federal do Tocantins. Os dados apontam que, em 2007, o número de empregos gerados pela iniciativa privada ultrapassou, pela primeira vez na história, a geração de vagas no setor público. Assim, já há mais gente trabalhando na esfera privada do que na pública.

Para uma economia que sofre com a dependência do governo estadual, da Prefeitura e de demais órgãos, essa estatística é muito importante e sugere dias melhores no futuro.

O empresário, no entanto, como poderá ver nessa edição de O

LOJISTA, ainda é afetado por muitos problemas. Aumento do número de roubos e furtos, modificações nos itinerários de ônibus da capital e o número elevado de instituições financeiras concedendo empréstimos consignados são algumas das dificuldades enfrentadas pela nossa classe. A alta carga tributária, também, nunca pode ser esquecida.

Mesmo assim, se formos levar em conta todos os fatores, não há motivos para não acreditar em um Natal muito positivo. A campanha "Natalzão CDL" deve motivar os clientes. Com a inovação que fizemos na promoção, os vendedores

ganham energia extra para ampliar a comercialização. Não há sinais de dificuldade do poder público para o pagamento do 13º salário e até o número de registros no SPC vem caindo de forma considerável. Sobre o 13º salário, inclusive, recebemos uma excelente notícia. O governo estadual antecipou o pagamento que seria no dia 20 para o dia 14. Isso é muito positivo, pois vai permitir que as muitas pessoas façam compras antes de viajar para passar o Natal fora da cidade.

**Por tudo isso, lojista, repito que temos de acreditar no Natal!**

## NOVOS ASSOCIADOS

- ALMEIDA VAZ

- CEARÁ TERRA DO SOL

- DROGARIA TAQUARALTO

- FENIX DISTRIBUIDORA DE COSMETICOS II

- GUERRA LUBRIFICANTES

- STYLLUS

- SUPORTE INFOMÁTICA

- TRIGO DISTRIBUIDORA

*A CDL Palmas, deseja Boas Vindas aos novos integrantes da Família*

## ANIVERSARIANTES DO MÊS



FABIOLA SANTIAGO PEIXOTO

DIA 3



JANNILSON PEREIRA COSTA

DIA 9



MORDENIA SANTOS DIAS

DIA 15



JOSÉ MARIA RODRIGUES

DIA 26



DANIEL MACHADO

DIA 27

### DIRETORIA DA CDL PALMAS - BIÊNIO 2006 / 2007

NOME	CARGO	EMPRESA
Sílvio Portilho da Cunha	Presidente	Tarumã Auto Posto
Antônio Davi Gouveia	1º Vice-Presidente	Dafama
Cleide Brandão A Honorato	2º Vice-Presidente	Localiza
Maria de Fátima de Jesus	1ª Secretária	Quartetto
Ivan Ricardo Naves Inácio	2º Secretário	Ferpam
Maria Moura Guimarães	1ª Tesoureira	Pré-lar
Aleandro Holanda Tavares	2º Tesoureiro	Sport Rodas
José Ribeiro Neto	1º Diretor SPC	Pontonet
Sílvio Marcos Portilho	2º Diretor SPC	Alô Cartões
Fábio Oliveira Soares	1º Diretor Promoção	Formato Placas
Adailton Noleto Pereira	2º Diretor Promoção	Comercial Eldorado
Jarbas Luis Meurer	1º Diretor Social	JL Meurer
Sebastião Gomes Primo	2º Diretor Social	Detalhes
Flávio José Hanauer	1º Diretor Patrimônio	Madesul
João Lúcio Lopes Perin	2º Diretor Patrimônio	Tuboplas

NOME	CARGO	EMPRESA
Ricardo da Silva Carreira	1º Diretor Rel.Públicas	Ricanato
Fabiola Santiago Peixoto	2ª Diretora Rel.Públicas	Gelre
Gildemar Moreira de Sousa	Conselho Fiscal	Pregão Popular
Marcelo Jacyntho de Mello	Conselho Fiscal	Tapajós
Newton Martins de S. Junior	Conselho Fiscal	Alinha-Car
Welliton Martins Fernandes	Cons.Fiscal Suplente	A Princesinha
Cláudio Oliveira Rocha	Cons.Fiscal Suplente	Casa das Malhas
Hiran Madureira Ribeiro	Cons.Fiscal Suplente	Calçados Boulevard
Valter Borges	Conselho Consultivo	Agrigeo
José Maria Rodrigues	Conselho Consultivo	A Fortaleza
Amílson Álvares	Conselho Consultivo	Araguaia Farma
Volnei Luiz Lauxen	Conselho Consultivo	Macopam
Idan Miguel da Cunha	Conselho Consultivo	Mil Móveis
Ernani Soares de Siqueira	Conselho Consultivo	Casa São Paulo

O Lojista é uma publicação da Câmara de Dirigentes Lojistas de Palmas  
www.cdlpalmas.com.br - Qd. 301 Norte - Conj. 01 - Lt. 06 Fone: (63) 3221-2000

Edição/Reportagem  
Daniel Machado

Diagramação  
Diego Gomes (Dóda)

Tiragem  
1.500 exemplares



**PAULO ROSSI**  
ASSESSOR JURÍDICO CDL

**Jurídico**

ENQUANTO ISSO É POSSÍVEL QUE OS COMERCIANTES OBTENHAM ALVARÁ ESPECIAL PARA EXERCER A ATIVIDADE NOS DITAMES DA LEI.

# Medida provisória 388 de 05 de setembro de 2007

Foi editada recentemente uma Medida Provisória que alterou e acresceu dispositivos a Lei 10.101 de 19 de dezembro de 2000, autorizando o trabalho aos domingos e feriados nas atividades do comércio em geral. Ficou autorizado o trabalho ao domingos na atividade do comércio, respeitando a legislação municipal que regula a matéria e a obrigação do repouso semanal

remunerado coincidir pelo menos um domingo no período máximo de três semanas.

A lei permitiu também o trabalho nos feriados na atividade do comércio desde que autorizado na convenção coletiva de trabalho da categoria e observada a legislação municipal.

A legislação municipal estipula as atividades comerciais que podem ser realizadas aos domingos,

estando restritas a poucas, porém com a edição da lei em questão deverá ser revista. Enquanto isso é possível que os comerciantes obtenham alvará especial para exercer a atividade nos ditames da lei.

Em relação aos feriados, há a necessidade de autorização em acordo coletivo, o que não foi regulamentado ainda na Convenção Coletiva de Trabalho de 2007/2008, estando previsto na cláusula 38ª

uma reunião entre as entidades no prazo de 90 (noventa) dias para dirimirem sobre o assunto.

Tais medidas suprem os anseios dos comerciantes em geral possibilitando a abertura das lojas ao domingos e feriados, bem como da sociedade em geral, pois domingo é o dia em que a grande maioria da população possui tempo para efetuar suas compras e com isso fomentar o comércio.

## CDL e Fundação Pró-Cerrado capacitam jovens para o mercado

A CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de Palmas e a Fundação Pró-Cerrado estão capacitando jovens em parceria. Além de aulas de informática, a parceria disponibiliza outras formas de aprendizado, em noções empresariais, língua portuguesa, matemática, postura de atendimento, apresentação pessoal, comunicação verbal.

Nos últimos oito anos, cerca de 18 mil jovens foram qualificados pela Fundação Pró-Cerrado. Os jovens foram encaminhados para o primeiro emprego, em empresas e órgãos públicos. Em Palmas, nesta parceria com a CDL, por enquanto são 28 alunos do Programa Jovem Cidadão. A meta é ampliar o número de beneficiados nos próximos meses. Essas pessoas

capacitadas pela parceria ficam aptas a trabalhar no comércio local. Assim, conforme a secretária executiva da CDL, Sirlene Machado, a entidade ao mesmo tempo em que colabora com um projeto social, também ajuda os próprios associados.

Sirlene também é a coordenadora da parceria. A iniciativa tem impacto direto no combate à evasão escolar, delinquência juvenil e na qualidade do relacionamento familiar do jovem atendido.

O Programa Jovem Cidadão é uma iniciativa sócio-educativa-ambiental reconhecida pela Unesco, destacada por organismos internacionais que apoiam o empreendedorismo social como Ashoka Empreendedores Sociais, Fundação Avina e Schwab Foundation.



ALUNOS BENEFICIADOS PELA PARCERIA DURANTE AULA DE INFORMÁTICA

**MECANICA EM GERAL**  
Alinhamento e Balanceamento

**ELÉTRICA**

**TK TK AUTO PEÇAS**  
AUTO PEÇAS (3571-5410)

*A Minha força vem do Senhor Jesus!*

- Suspensão
- Rodas e Rodagás
- Motores
- Freios
- Carburadores
- Cabecotes
- Câmbios
- Soldas

**SERVIÇOS DE MECÂNICA, ELÉTRICA, ALINHAMENTO, BALANÇAMENTO E RODAGÁS, ABERTO DOMINGOS E FERIADOS ATÉ AS 13H**

**TAQUARALTO - AV. PALMAS - QD. 5 - LT.2 TO-050 - PALMAS-TO**

**DR. AMILSON ÁLVARES**

FARMACÊUTICO, EMPRESÁRIO E EX-PRESIDENTE DA CDL. ESCRIVE SOBRE GESTÃO DE EMPRESAS PARA A REVISTA PHARMACIA BRASILEIRA

# Aprenda a vender mais em dezembro. Você é um bom vendedor? Como está seu atendimento ao cliente?

DEZEMBRO é mês de festas, quando se comemora o nascimento de Cristo. Em todo o mundo, os cristãos se agitam com este feriado, que é o mais festejado do ano, em mais de 2.000 anos. Também é o mês em que mais se gasta dinheiro em compras: presentes, alimentos, bebidas, roupas, produtos do lar, automóveis, viagens e muitos outros produtos de consumo, que sensibilizam os olhos dos clientes de todas as idades, fazendo pais e mães abrirem as carteiras e gastarem muito, na confraternização das famílias, induzidos pelo clima natalino que paira no ar de dezembro.

De um a dois meses antes as lojas são enfeitadas com o espírito de natal passando aquela imagem de alegria e avisando a todos os consumidores que chegou a hora "H" de gastar muito. Lojas de muitos setores aumentam seu faturamento em 100% ou mais. De acordo com a linha de produtos, a criatividade no enfeite da loja e, principalmente, a qualificação da equipe de vendas este faturamento pode melhorar ou ficar aquém das expectativas dos empresários.

Para aumentar as vendas no natal dependemos de alguns fatores como mercadoria suficiente para atender a demanda, (comprando antecipadamente para conseguir melhores preços) fazer um ótimo Lay out com muita criatividade para chamar a atenção dos clientes e, é claro, treinar o pessoal de vendas e de apoio. Lembrem-se que nesta competição só ganha quem é bom, tem conhecimento das vontades do cliente e um excelente treinamento em vendas.

A qualificação da equipe de vendas faz a diferença em um mês no qual o dinheiro está presente no mercado com o recebimento do

13º salário, a vontade de comprar é grande e você tem o produto que o cliente precisa.

Nesta matéria vamos ensinar algumas técnicas de atendimento e vendas, muitas vezes óbvias, MAS QUE NÃO SÃO EXECUTADAS e que devem ser utilizadas no dia-a-dia em vendas. Vamos mudar nossos hábitos! Isto só depende de nós e mais ninguém. Vamos sair da zona de conforto, porque o mercado exige muito de nós e natal de novo só daqui a um ano e não podemos esperar tanto tempo assim, portanto vamos pensar em descanso só em janeiro de 2008, até lá vamos dar tudo de nós e vender mais que todas as lojas. Vamos ganhar a medalha de ouro em vendas neste natal.

**O PASSO-A-PASSO PARA VENDER MAIS.**

**APRESENTAÇÃO DO VENDEDOR:** O vendedor deve, em primeiro lugar, vender sua imagem, porque cliente nenhum vai querer fazer negócios com alguém sem higiene, unhas grandes, mal vestido, cabelo desarumado, mau hálito e etc. Se venda para você mesmo depois vai vender para o cliente.

**HONESTIDADE**

jamais tente enganar o cliente, porque ele pode ser seu cliente posteriormente e ainda se não ficar satisfeito vai falar mal da sua loja para muitas pessoas, e notícia ruim corre muito e rápido.

**LAY OUT DA EMPRESA**

O primeiro ponto que deve levar em consideração neste natal é o visual da loja, para quem estiver passando por perto ver a beleza das vitrines, decoração e resolver a

entrar para comprar ou visitar. Tem que ser um visual convidativo, com muitos produtos chamativos, grandes cartazes de PROMOÇÃO (os clientes adoram esta palavra) e com uma decoração de natal adequada para a ocasião para entrar no clima, com fundo musical de música de natal (suave e baixo). É obrigação de o Lojista atrair o cliente para dentro da loja, através de divulgação na TV, rádio, carro de som, panfletos e etc., o restante fica por conta da vontade de comprar do cliente e a capacidade dos vendedores em vender o melhor para o cliente e que realmente vai satisfazer sua vontade e necessidade.

**ABORDAGEM DO CLIENTE**

O cliente poderá ser abordado dentro e fora da loja (sem pressionar ou se tornar chato). Quando o cliente passa a linha de entrada na loja significa que ele tem em mente algo que você tem e precisa vender para ele, portanto o "bom vendedor" deve gastar no máximo 10 (dez) segundos para cumprimentar o cliente desejando boas vindas. Mesmo que o "bom vendedor" esteja ocupado atendendo outro cliente, este deve pedir licença ao cliente e cumprimentar o novo cliente pedindo para ficar a vontade e que em breve vai atendê-lo ou pedir para um colega para fazê-lo. O cliente tem que ser visto na loja, ele tem que saber que você notou sua presença e que é muito importante para aquela empresa, porque "ele", o cliente, é a razão da existência da empresa, ela existe para servi-lo. "Quantas vezes, entramos em várias lojas de Palmas e sequer somos percebidos, rodamos todo o interior da loja e não somos cumprimentados, saímos e vamos embora procurar um concorrente".

Será que isto já aconteceu em nossa loja? Como abordar o cliente? O cliente deve ser cumprimentado como cumprimentamos um amigo, com satisfação por estar ali para nos dar lucro. O desejo de um bom dia, boa tarde ou boa noite é obrigatório, depois deve perguntar o nome do cliente e se apresentar, e daí por diante, em todo diálogo seguinte o vendedor deve repetir o nome do cliente várias vezes para se tornar amigo do cliente (Qual o ser humano que não gosta de ouvir seu próprio nome?).

**EMPATIA**

Use a empatia (atender seu cliente como você gostaria de ser atendido por outra pessoa) ao atender um cliente. Coloque-se no lugar do cliente. Coloque-se no lugar do cliente. Coloque-se no lugar do cliente. Coloque-se no lugar do cliente. Coloque-se no lugar do cliente.

**AMBIENTE DE TRABALHO**

O ambiente de trabalho deve ser o melhor e aconchegante, porque quanto mais o cliente se sentir bem naquele local mais ele vai ficar e mais tem condições de comprar; é só você fazer o papel do bom vendedor e oferecer tudo que tem na loja para ele, porque algo que você tem ele precisa e pode pagar.

**O VALOR DO SORRISO**

Você já notou o quanto é gratificante entrar em uma loja e uma pessoa te receber sorrindo. Um sorriso conquista um milhão de clientes. Tente, faça isto amanhã e você vai ver o quanto funciona, e é muito barato. Sorrir mais dá maior longevidade ao ser humano. Mostre que é feliz; todos vão querer ficar perto de você, até os clientes com dinheiro para gastar.



**CROMOGRÁFICA**  
Editora Gráfica Ltda

DESEJAMOS UM FELIZ NATAL E UM PRÓSPERO ANO NOVO!

Caixas e sacolas de Papel.  
Atrativo marketing de divulgação de sua empresa, nas cores de sua logomarca.

- ✓ Caixas com cortes especiais
- ✓ Cartazes
- ✓ Cartelas de bingo numeradas
- ✓ Cartões de visita
- ✓ Certificados
- ✓ Convites
- ✓ Convites personalizados
- ✓ Folder's

- ✓ Jornais
- ✓ Livros
- ✓ Mala direta
- ✓ Notas fiscais
- ✓ Panfletos
- ✓ Pastas
- ✓ Revistas
- ✓ Sacolas de papel

FONE: (63) 3212.1000/3212.2000

104 Sul, Av. LO 03, n 71, Conj. 04, Lote 20 - CEP: 77020-028 - Palmas-Tocantins



**CERIMÔNIA DE LANÇAMENTO DA PEDRA FUNDAMENTAL DO AUDITÓRIO CONTOU COM A PRESEÇA DE TODA A DIRETORIA DA CDL**

## CDL lança pedra fundamental de auditório

**A** CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de Palmas lançou, no dia 14, a pedra fundamental do auditório da entidade. O evento contou com a presença da diretoria da CDL.

O presidente da CDL, Sílvio Cunha, agradeceu a presença dos demais diretores no seu discurso e lembrou que, embora a entidade faça muitas parcerias, o auditório vem sendo cons-

truído com recursos próprios. Com um espaço moderno, o local vai ter capacidade para até 350 pessoas e condições de sediar dois eventos simultâneos. Atualmente, a CDL não conta com auditório e sempre que precisa fazer uma atividade tem de obter espaço com outras entidades. A idéia é que o auditório, quando pronto, seja disponibilizado para os associados promoverem reuniões e

outros tipos de eventos.

Com o espaço, que terá mais 550 metros quadrados, a CDL também pretende ampliar o número de palestras e cursos de capacitação oferecidos para os seus associados. A conclusão da obra do auditório está prevista para o mês de março de 2008.

Para o diretor de Patrimônio da CDL, Flávio Hanauer, a construção do auditório é um sonho antigo da entidade. Ele lembrou que,

após a inauguração da nova sede da CDL, em 2004, o auditório era o que faltava para complementar a estrutura física do órgão.

O diretor frisa que a idéia é passar a disponibilizar um local para os associados poderem promover encontros e reuniões. Além disso, ele, entusiasmado, também destaca que a entidade vai ampliar a disponibilização de cursos e atividades para seus parceiros, colaboradores e associados.

## Reformulação do transporte coletivo prejudica lojistas de principais avenidas

Implantada com o objetivo de agilizar o transporte coletivo da cidade, que continha muitas linhas de ônibus com caminhos desnecessários, a reformulação do sistema acabou prejudicando os lojistas das principais avenidas da capital.

Isso porque, tanto na região central da cidade, quanto em Taquaralto, as principais avenidas acabaram ficando sem as linhas de ônibus de maior movimento. Essa alteração aconteceu por causa da criação da linha 01-Eixão, que atravessa toda a cidade pela Avenida Teotônio Segurado.

A gerente da loja Disparada

em Taquaralto, Solange Santana, classificou a alteração no transporte coletivo como "muito radical". A empresária ressalta que, com as modificações e a quase extinção do Terminal de Integração em Taquaralto, o seu estabelecimento, situado na Avenida Tocantins, registrou uma queda de cerca de 20% nas vendas.

Para ela, a solução seria a ampliação de linhas de ônibus nas avenidas principais. Ela salienta, ainda, que os comerciantes do lado da sua loja também vêm sofrendo o mesmo problema de diminuição significativa do

movimento. A Disparada vende calçados, bolsas e acessórios.

Na JK, a situação parece ser a mesma. O gerente da Diplomata Calçados, José da Cruz, diz que o sistema integrado inviabiliza a visita às lojas do centro da cidade daquelas pessoas que não possuem o cartão de transporte coletivo. Essa situação acontece porque, quem não tem o cartão, é obrigado a pagar a tarifa em mais de uma vez.

Cruz ressalta que o seu estabelecimento, após a reformulação do sistema de transporte coletivo, teve uma queda de 10% nas vendas.



**COM EIXÃO E NOVAS ESTAÇÕES DE TRANSPORTE COLETIVO, MOVIMENTO SAIU DA JK E DA AVENIDA TOCANTINS**

**IRMAOS CHAVES**

**PRÉ-MOLDADOS DE CONCRETO**

- Lajes: Convencional e Trelaçadas
- Tubos p/ drenagem
- Postes p/ Alambrado
- Calçamentos em Geral e muito mais, visite-nos

**ARGAMASSA COLANTE**  
Nas melhores lojas do ramo

**Fone: (63) 3213-2027**  
212 Norte, Al. 03, Lt. 13A - Palmas - TO

**A** CDL (Câmara de Dirigente Lojistas) de Palmas iniciou, em novembro, a campanha promocional "Natalzão CDL". A ação, que visa incrementar as vendas do comércio local nesse final de ano, irá sortear um automóvel (Pálio Fire Flex), uma moto e mais dez prêmios.

Para participar, o consumidor apenas precisa fazer uma compra de no mínimo R\$ 40 em um dos estabelecimentos credenciados. A cada R\$ 40 o cliente ganha um cupom com o limite máximo de dez cupons por compra.

O cupom, que deve ser preenchido com letra legível, tem de ter nome, e-mail, número do RG, telefone e endereço. Além disso, é necessário responder a pergunta "Quem promove o Natalzão CDL de Palmas?" A resposta correta, claro, é CDL.

Todas as lojas associadas participantes contam com urnas da promoção. O cupom que não estiver preenchido corretamente ou, então, tiver impossibilidade de identificar o participante será desclassificado. Diretores e funcionários da CDL, bem como parentes de primeiro grau destes, não podem participar da promoção.

O sorteio dos prêmios ocorre no dia 23 de janeiro, na praça de alimentação do Palmas Shopping. Os vencedores serão contactados de forma imediata pela direção da CDL. Caso um consumidor ganhe dois prêmios, ele ficará apenas com o de maior valor. O intuito da promoção é possibilitar que mais pessoas ganhem.

Uma novidade da promoção



ARMAZÉM PARAÍBA PROJETA UMA AMPLIAÇÃO DE VENDAS DE 30% NESTE NATAL

# COM "NATALZÃO", COM PROJETA AMPLIA

## PROMOÇÃO DA CDL SORTEIA UM CARR

é que o vendedor também poderá ser contemplado. O vendedor responsável pela venda do cupom premiado com o carro vai ficar, de forma automática, com a moto Honda Pop. Caso o cupom não esteja identificado com o nome do vendedor, a moto será sorteada entre os funcionários da empresa.

### COMERCIANTES

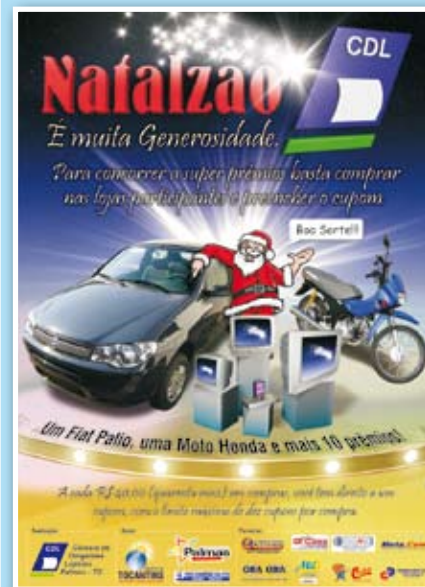
A expectativa da CDL é que cerca de 350 empresas participem da promoção. Já em relação ao consumidor, a entidade estima que um número aproximado em 400 mil cupons venha a disputar os prêmios.

O presidente da CDL, Sílvio Cunha, ressalta que, com a pro-

moção, espera um aumento de 12% a 15% nas vendas natalinas em comparação com o ano passado. O dirigente lojista disse esperar o envolvimento de comerciantes de todas as regiões da capital.

Cunha salienta, também, que os empresários precisam acreditar no Natal, principal data de vendas do ano. Cunha lembra

A festive advertisement for 4 Quartetto Supermercados. On the left, Santa Claus is shown holding a sign that says "Sua Ceia pode ficar por Nossa Conta! (Mas diga que foi o Noel!)". The background is green with snowflakes and colorful ornaments. The main text reads: "São mais de 100 vale-compras para você comemorar sem colocar a mão no bolso!" and "E ainda tem mais um montão de prêmios esperando você!". At the bottom right, the 4 Quartetto logo is displayed with the slogan "VOCÊ É NOSSO DIA-A-DIA". Small text at the bottom reads: "\*Procure pelo regulamento, garanta seus cupons e boas festas!" and "\*\*Procure pelos produtos participantes!".



## PRÊMIOS DO "NATALZÃO CDL"

Os prêmios distribuídos pela promoção são: Automóvel Pálio Fire 1.0 Flex, modelo 2008; uma moto Honda POP 100; dois televisores 29 polegadas CCE; dois televisores 20 polegadas CCE; dois televisores 14 polegadas Philips; dois aparelhos de DVD Gradiente e dois MP3 Play Maxtec SM 102 de 1 GB.

# COMÉRCIO DE PALMAS AÇÃO DE VENDAS

## RO, UMA MOTO E OUTROS DEZ PRÊMIOS

as pessoas vão às compras durante esse final de ano e a inserção do 13º salário na economia local costuma trazer um reflexo positivo para o comércio.

Por sua vez, a gerente da loja Estação do Sapato, Tânia Maria de Souza, salientou que, com a chegada do Natal e mais a adesão da empresa à campa-

nha, espera um incremento nas vendas de até 20% em relação ao mesmo período do ano passado. Para a empresária, a promoção vem em uma boa hora e um incentivo para ampliar o número de negócios.

Já o gerente do Armazém Paraíba em Taquaralto, Percivaldo Carvalho, parece estar

ainda mais otimista que a sua colega do ramo de calçados. Ele salienta que a empresa, agora com duas lojas em Taquaralto e mais duas na região central de Palmas, tem a pretensão de comercializar até 30% a mais que em 2008. O percentual positivo, de acordo com o gerente, segue o rumo da ampliação das lojas

do Paraíba atualmente.

Ele também elogia a promoção da CDL e frisa que os prêmios realmente chamam a atenção da população para fazer compras.

Os comerciantes que ainda estão interessados em participar devem entrar em contato com a CDL, no telefone 3221-2000.



**MINASCOM**  
SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

[WWW.MINASCOM.COM.BR](http://WWW.MINASCOM.COM.BR)

**FONE/FAX: (63) 3221-2800**

**104 Norte Rua NE 05, 20 - Centro - Palmas/TO**

**Soluções em Tecnologia da informação**

**Microcomputadores, Impressoras e Assistência Técnica**

### CLIENTE EM POTENCIAL

Saiba diagnosticar o potencial de compras do cliente para ver que tipo e valor de produto você pode oferecê-lo. Deixe o cliente falar o que ele quer inicialmente, só depois dê opções para não espantá-lo e perder a venda, porque cliente de baixo poder aquisitivo pode se assustar com o preço e sumir de sua loja lhe chamando de careiro, e cliente de alto poder aquisitivo pode imaginar que você esteja subestimando seu poder de compra e procurar seu concorrente.

### ATENDIMENTO TELEFÔNICO

O atendimento telefônico é prioritário porque se alguém está ligando em sua empresa é porque quer de alguma forma proporcionar lucro para você. O telefone deve ser atendido no máximo no terceiro toque, e por quanto menos pessoas passar a ligação melhor. Se possível deve ter um telefone direto para atendimento de vendas sem passar por telefonista, agilizando as vendas, o que não estressaria tanto o cliente tendo que explicar várias vezes o que deseja. Em época de natal o atendimento fica longo e cansativo, tendo que falar o cumprimento do dia, o nome da empresa, o nome do vendedor, e agora ainda acrescentando um "Feliz Natal e Próspero Ano Novo". Neste período sugiro que estas felicitações fiquem para o final da conversa, quando você estiver se despedindo do cliente; soa melhor e o cliente ouve com mais atenção, sem parecer aquela felicitação robótica, fortalecendo melhor a relação entre você e o cliente. Realmente ele irá sentir que você está desejando um exclusivo feliz natal. Seja conciso e rápido no telefone, passando todas as informações. E não deixe de convidar o cliente para ir à loja tomar um cafezinho com você.

### O DIÁLOGO COM O CLIENTE

Lembre-se que temos duas orelhas e uma boca, isto é para os vendedores ouvirem mais os clientes e falarem menos. Ouça seu clien-

te, apenas venda o que vai trazer satisfação para ele e resolver seus problemas. Sua missão é solucionar o problema que o cliente trouxe para dentro de sua loja. Não fique falando coisas e palavras negativas para o cliente, senão ele não compra nada, fale apenas coisas positivas contornando as respostas do "não" para outras saídas positivas e que facilitem suas vendas.

Não queira vender na primeira conversa. A venda é uma consequência de sua competência como vendedor, conquiste-o para uma próxima venda. Depois de conhecidos e amigos ficará bem mais fácil a próxima venda. Faça com que o cliente note sua satisfação por ele estar ali e querendo dar lucro para sua empresa, consequentemente aumentando seu salário.

### FORMAS DE COMUNICAR-SE COM O CLIENTE:

Sabemos que o que você vai falar para o cliente (seu texto) tem apenas 5% de influência no poder de decisão dele, a forma de falar (o Tom da voz) tem 15% de poder de convencer o cliente, e os outros 80% ficam por conta da emoção e movimentos corporais que você exprime para com o cliente, expressando segurança na venda, confiabilidade no produto, certeza de que o produto vai ser entregue na data e hora marcadas e que tudo o que você prometeu e falou para o cliente na apresentação do produto ele sabe que é verdade e que vai ser cumprido. Portanto, passe em suas palavras, tom e gestos e emoções de credibilidade para o cliente confiar em você hoje e sempre.

### SEJA ESPECIALISTA NO QUE FAZ

Entenda profundamente a função que você exerce e conheça o produto que está vendendo, mostre isso ao cliente; convença-o sobre os benefícios que irá trazê-lo; saiba repassar as informações necessárias sobre o produto que

está vendendo, leia as instruções de uso, faça treinamento, faça teatrinho com os colegas, efetuando vendas e mostrando o produto para que você seja realmente um especialista naquilo que faz.

### TRANSFORMAR PRODUTO EM SOLUÇÃO

Você tem a missão de mostrar os benefícios que o seu produto vai trazer para a vida do cliente, como solução para os problemas que ele buscou resolver na sua loja, e não levar outros problemas para casa.

### CONCESSÕES

A maioria dos clientes quer concessões exclusivas para eles, mas você vendedor não pode tirar da cabeça que sua empresa paga seu salário e vive de lucros, portanto você tem que negociar dentro do limite permitido sempre tendo um diferencial para desconto além do preço exposto. Nunca se esqueça que muitos clientes não pedem descontos, porque eles têm outros valores, e desejam uma entrega rápida ou um produto de primeira qualidade e pagam bem por isto, portanto dê apenas o que o cliente pediu, dentro das suas possibilidades; jamais prometa o que não pode cumprir.

### DICAS PARA FECHAR O NEGÓCIO:

- Certifique que o cliente foi atendido em sua necessidade.
- Utilize apenas perguntas de confirmação da venda.
- Seja otimista e compartilhe a alegria do cliente em adquirir um bom produto.
- Tire as dúvidas do cliente.
- Recapitule os benefícios do produto, resolvendo o problema do cliente.
- Peça a confirmação do cliente.
- Seja conciso e confiante, não demonstre dúvidas e evite palavras inúteis.
- Confirmar a boa decisão do cliente em adquirir aquele produto em sua empresa.

### ALGO MAIS

Depois de fechada a venda ofereça outros produtos que você acha que o cliente tenha necessidade, citando o nome dos produtos e não aquele jargão antigo: "O senhor não quer levar nada mais não?". Cliente nenhum leva mais produtos com esta negação. Cite as opções que você tem para o cliente, acreditando que ele vai levar mais, isto é muito importante.

### FORTALECER RELAÇÃO COM O CLIENTE

Fortaleça a relação entre você, vendedor, e o cliente; faça amizades, anote em sua agenda os dados e telefone do cliente, se possível faça um cadastro do cliente para ter todos os dados importantes do cliente. Faça dele um amigo e cliente em potencial, porque quando precisar de outros produtos ele vai te procurar.

### PÓS-VENDAS

Caso você queira fortalecer mais ainda sua relação para sempre com o cliente, realize uma pós-venda, pegando o telefone de um a dois dias depois, e após cumprimentá-lo perguntar se o produto foi entregue direitinho, se está funcionando, se a família está satisfeita e que você está à disposição para qualquer eventualidade e outras vendas, lembrando que isto não é um televendas e sim um pós-vendas.

Para passar todas as informações necessárias sobre atendimento e vendas, preencheríamos, por completo, vários informativos iguais a este. Mas aos poucos vamos repassando mais informações para você, com o objetivo de vender mais e atender melhor nosso cliente em Palmas e região. Caso você resolva mudar seus hábitos de vendas aderindo a apenas um item desta matéria já ficarei muito satisfeito porque se você melhorar 1% a cada dia em 100 dias você melhorou 100% e com isto você vai ganhar mais dinheiro e satisfazer melhor seus clientes.



# COOPERTATO

## COOPERATIVA DE TRANSPORTE ALTERNATIVO DO TOCANTINS

### Fone: (63) 8402.3998

#### RESERVAS:

PALMAS: 3216-1870/3216 / 3216-1338/3216-1591  
ARAGUAÍNA: 3413-4144  
GURUPI: 3215-2013 / 3312-5594  
PORTO NACIONAL: 3363-3330

#### SAÍDA DE PALMAS:

06:00 GURUPI	08:30 ARAGUAÍNA	13:00 ARAGUAÇU	14:00 GUARÁI	15:00 DOIS IRMÃOS	16:30 SANTA MARIA
06:00 DIANÓPOLIS	09:30 GURUPI	14:00 GUARÁI	15:00 DOIS IRMÃOS	15:00 DIANÓPOLIS	17:00 GURUPI
07:00 GURUPI	10:00 GURUPI	15:00 DOIS IRMÃOS	11:15 MIRACEMA	15:30 ALVORADA	17:00 FILADÉLFIA
07:00 PEDRO AFONSO	10:00 MIRANORTE	11:15 MIRACEMA	11:30 TOCANTINÓPOLIS	15:30 ARAGUAÍNA	17:00 MIRACEMA
07:10 ARAGUAÍNA	11:15 MIRACEMA	11:30 TOCANTINÓPOLIS	13:00 ARAGUAÇU	16:00 PEIKE	18:00 FORMOSO DO ARAGUAÍNA
07:30 COUTO MAGALHÃES	11:30 TOCANTINÓPOLIS	13:00 ARAGUAÇU	14:00 GUARÁI	16:00 MIRANORTE	19:00 GURUPI

#### ATENDIMENTO 24 HORAS

TURISMO, ENCOMENDAS E PASSAGENS

ACSU-SO 40 - CONJ. 1 - LT. 11 - CENTRO - PALMAS/TO



# LOJISTAS SOFREM COM EMPRÉSTIMO CONSIGNADOS

**C**om o setor público ainda sendo o mais importante da economia de Palmas, o crescimento do número de bancos e financeiras que oferecem e disponibilizam empréstimos consignados (aqueles que são descontados em folha) vem atingindo em cheio os lojistas da capital.

O problema é que como o salário nem chega ao bolso do funcionário público, a circulação do dinheiro acaba ficando muito restringida. Além disso, muitas vezes o servidor, endivi-

dado e com muitas dificuldades financeiras, recorre a outro empréstimo consignado para pagar o primeiro, criando um ciclo vicioso quase interminável.

A gerente da loja Charmes Modas em Taquaralto, Romilda Araújo de Almeida, salienta que no último ano houve uma redução significativa no volume de dinheiro circulando na loja. Ela estima ter obtido, apenas por causa dos empréstimos consignados, um prejuízo de 40%.

A lojista salienta que, quando o número de empresas que

trabalham no setor de empréstimos começou a se expandir, foi forçada a diminuir o estoque da loja e reduzir as viagens para a compra de peças para ser vendidas. "Antes, viajava seis vezes por ano. Agora, faço no máximo duas", atesta Romilda.

Ela destaca que a única alternativa para equacionar o problema seria o fim dessa prática de empréstimos consignados.

Por sua vez, a gerente da loja Pólo Modas (região central de Palmas), Izabel Coelho Veloso, afirma que os empréstimos vêm causando

um problema "muito grande" aos lojistas. Segundo ela, as financeiras acabam seduzindo o cliente com propostas que parecem favoráveis, mas, depois, o funcionário público acaba entrando em uma "bola de neve" que só aumenta com a ampliação das dívidas e dos descontos dos empréstimos.

Izabel não tem uma estimativa de quanto caiu o faturamento da loja depois da onda de empréstimos, mas ela garante que o estabelecimento teve o movimento de pessoas bastante reduzido.

Trabalhamos com movéis para salão de beleza

63 3215-7435  
Av. JK 106 Norte, 14, PALMAS - TO

Camisetas, Uniformes, Bonés, Brindes e Serigrafia em Geral

Fone: (63) 3217-1112

PREGÃO POPULAR E ELETRODOMESTICOS LTDA

COMPRA E VENDA DE MÓVEIS NOVOS E USADOS

FONES: 3571-2057  
3571-2983

(63) 3571-2983

AV. Tocantins Qd. 02 Lt. 19 - Taquaralto-TO

DENTISTAS Consultório DENTARIO De Paulo Antônio Rosa CRO-TO. 318



**ASSUNTO JÁ FOI TRATADO EM REUNIÃO DOS DIRIGENTES DA CDL NA SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA**

# FURTOS E ROUBOS contra lojas aumentam

**C**arga tributária alta, pagamento do 13º salários aos colaboradores, necessidade de ampliar as compras de mercadorias neste final do ano para o Natal. Esses não são os únicos problemas dos lojistas de Palmas no momento.

O comércio também vem sofrendo com o aumento de roubos e furtos nas lojas da capital. O problema vem se agravando nos últimos meses e, até agora, não parece haver uma solução próxima.

Segundo o Siop (Sistema Integrado de Operações) da Secretaria Estadual de Segurança Pública, de agosto até a segunda metade de novembro

## EVOLUÇÃO DOS CRIMES DE AGOSTO A OUTUBRO

MÊS	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
Roubos	1	8	25
Furtos	15	29	49

Em novembro, até a primeira quinzena, foram registrados 15 roubos e 26 furtos.

aconteceram 120 furtos e 49 roubos em estabelecimentos comerciais ou de serviços. Cabe ressaltar que esses números são os oficiais registrados pelo Siop, ou seja, muitos outros crimes que por ventura tenham acontecidos, mas não fizeram parte de boletins de ocorrência, não constam na estatística. Roubos, de acordo com a estatística, ocorre quando o responsável pelo crime usa algum tipo de

força. Desta forma, por exemplo, os assaltos são enquadrados nessa modalidade. Já os furtos, acontecem quando o prejuízo financeiro é causado sem uso de força.

### PREOCUPAÇÃO

O presidente da CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de Palmas, Sílvio Cunha, não esconde a sua preocupação com o fato. Segundo o líder lojista, a classe

não está vendo qualquer tipo de posicionamento por parte da Secretaria de Segurança Pública que indique uma melhora.

Para Cunha, falta policiamento nas ruas e um empenho maior das autoridades para encontrar os culpados. O presidente destaca que o fato da impunidade ser muito grande acaba motivando os criminosos a repetirem o delito.

Cunha afirma, também, que o secretário estadual de Segurança, Herbert Brito Barros, já foi informado do problema. O lojista salienta que a classe empresarial já sofre com dificuldades econômicas e agora é obrigada a arcar com os prejuízos desse outro problema.

# Buffet Belladatta

- Auditórios (06 salas)
- Salão de festas (400 pessoas)
- Buffet
- Cerimonial
- Decoração
- Bolos e doces finos

Fones:  
63 3225 8063  
63 3028 8063

# CROMOGRÁFICA

## dedicação, material de qualidade e profissionalismo

Com pouco mais de dois anos no mercado de Palmas, a Cromográfica começa a se consolidar na capital. Estabelecimento com cerca de 150 metros quadrados, a gráfica, situada na quadra 104 sul, tem atualmente 12 funcionários.

O estabelecimento é dirigido pelos cunhados Marcelo Franco Belga, 47 anos, e Sueli Londe Franco Belga, 40 anos. Eles contam que a empresa faz diversos tipos de trabalhos. "Fazemos desde impressão comum, até caixas, sacolas plásticas e convites personalizados", ressalta Marcelo.

Os empresários destacam que Palmas, por não ter indústria, é um mercado diferenciado para as gráficas. O maior público da Cromográfica é o poder público, seguido dos órgãos de representação de classe e empresariais.

Quando a gráfica começou, eram quatro funcionários. O investimento inicial em equipamento foi em torno de R\$ 250 mil. Depois disso, muitos investimentos foram feitos e a gráfica, inclusive, planeja se ex-



pandir em breve. Com as novas máquinas que vão chegar, serão contratadas mais seis pessoas.

### MONTAGEM DA LOJA

Para se fixar em Palmas, a Cromográfica, como quase todas as empresas palmenses, passou por dificuldades. No entanto, hoje, o reconhecimento do serviço já chega com facilidade.

Para obter sucesso, Sueli ressalta a importância de se priorizar o material de qualidade, profissionalismo

da equipe de produção e o atendimento personalizado ao cliente.

Os empresários trouxeram um especialista em trabalho com máquinas de impressão de Belo Horizonte. Este fica encarregado de passar o conhecimento técnico aos outros profissionais do parque gráfico. A média salarial da gráfica está em R\$ 700.

Para saber mais da loja ou, então, contratar os serviços, os telefones são 3212-2000 e 3212-1000.

## Vídeo da CDL é selecionado para disputar prêmio

O vídeo promocional da CDL da campanha "Mãe de Sorte CDL", veiculado para incrementar as vendas do comércio local no Dia das Mães, foi selecionado para concorrer ao prêmio Jaime Câmara de Propaganda.

O material publicitário, produzido pela Oxigênio Propaganda, ficou em segundo lugar na categoria "Vendas" do prêmio. A seleção envolve 96 trabalhos veiculados na televisão durante o primeiro semestre de 2007.

Conforme Fernanda Pinheiro, uma das responsáveis pela promoção da Jaime Câmara, em dezembro serão selecionados os melhores vídeos de propaganda veiculados no segundo semestre.

Na final, prevista para acontecer em fevereiro, os vídeos dos dois semestres entram na disputa. Para o criador das propagandas que mais ganharam pontos, o prêmio será de uma viagem a Cannes na França e mais 1 mil dólares (equivalente a cerca de R\$ 1,8 mil).

## Registros no SPC caem 33% em novembro

A população de Palmas está reabilitando o seu crédito para as compras de final do ano. Pelo menos, é isso que mostra o relatório do SPC (Serviço de Proteção ao Crédito).

De acordo com os números, de 1º de outubro a 20 de outubro foram registrados 3.239 pessoas no cadastro de inadimplentes. Contudo, no mesmo período do mês de novembro, o número caiu para 2.167.

A redução, considerada muito significativa pela CDL

(Câmara de Dirigentes Lojistas) de Palmas, foi 33,1%.

Já o número de consultas ao sistema, ficou em 14.003, acréscimo de 1,3% em relação ao mesmo período do mês anterior. Por sua vez, acontece uma queda no número de cancelamentos (pessoas que tinham o nome negativado e conseguiram regularizar a situação). Em novembro, foram 1.788 clientes nessa situação, enquanto outubro teve 1.901. O percentual de queda, portanto, ficou em 5,9%.

Sobre a queda de registros, os

números também são positivos na comparação com ano passado. Em novembro de 2006, 2.450 estavam inadimplentes. Agora, a redução de registros ficou 11,6%.

### MELHORA

Para o diretor do SPC em Palmas, José Ribeiro Neto, esses dados revelam uma melhora para o lojista. Ele salientou que muitas pessoas estão regularizando a situação financeira para, com o crédito restabelecido, fazer as suas compras de Natal. Ribeiro

faz uma alerta para quem vai sair às compras. Ele ressalta que mesmo aqueles que precisam ou têm a intenção de presentear todos os familiares, realizem as compras dentro das suas possibilidades financeiras.

O diretor lembrou que é muito positivo para o comércio e para a população o fato dos registros no SPC estarem decrescendo. "Nada melhor do que crédito na praça. Peço aos clientes que mantenham o nome limpo", frisa o dirigente lojista.



**SIGMA SHOPPING**

**NATAL ESPECIAL É SÓ NA SIGMA SHOPPING!!!**

Gurupi-TO: 3312-3270 | Palmas-TO: 3212-1126

Ofertas válidas enquanto durar o estoque. Fotos ilustrativas. Os endereços que aparecem nas fotos não fazem parte das ofertas. Taxa de juros de 4,99% + ICF. Pagamento à vista válido para pagamentos em espécie, cheque à vista. Parcelamento e financiamento sujeito a análise de crédito. Parcelamento com entrada e mais 14 parcelas com vencimento de 30 em 30 dias.

Notebook Acer Widescreen, 512MB, HD 80GB, Gravador de CD/ DVD - 3050-1458 - Acer



**1** somente **15x R\$ 219,90**  
De R\$ 449,00 por R\$ 2.199,00

**Super brinde**  
MINI MOUSE OPT

Computador Intel Pentium Dual Core E 2140 COM GRAVADOR DE DVD E MONITOR LCD Hd 80Gb Sata2, Gravador de DVD, Monitor LCD 15", Linux



**1** somente **15x R\$ 144,90**  
De R\$ 1.699,00 por R\$ 1.449,00

**Brinde**  
+ 512 MB Mp3 1GB

CAMERA DIGITAL SAMSUNG DE 6 MEGA PIXELS - S 630



15x R\$ **54,90**  
De R\$ 799,00 por R\$ 549,00

# O LOJISTA Indica

**ANNA CAROLLYNY ARTESANATO**  
ANK'ART  
Coisas da nossa gente

CONFECÇÕES, ARTESANATOS, REDES EM GERAL

\*ARTIGOS: Canivete, Mesa e Banco, Piquetes, Luvas, Piquetes masculina e Feminina

\*ARTIGOS EM COURO: Sapatos, Cartões e Bolsas

\*VARIEDADES: Acessórios para Bebe, Conserto de Bebe, Bebequês de Bebe, Anelão do Bebe, Tapetes, Pano de prato, Chapéus e Bonés e etc.

Fone: (63) 3571-7585  
Cel.: (63) 9997-0324

Av. Brasil, OSW.01-Lote11-Jd. Aureniv I - Palmas - TO

**AUTO ESCOLA TOCANTINS**

(63) 3224-6890 - 3224-2924

MATRIZ: Av. Teotônio Segurado 401 - Qd. 00 - Lt. 03 (próximo ao Detran)

**COPIADORA EXATA**

REVELAÇÃO DE FOTO DIGITAL

R\$ 0,75

Av. JK 106 Sul - Lote 8 - Sala 1 - Centro

**EPIDEMIA**  
A MODA QUE PEGA

AV. JK 106 Sul - Lote 8 - Sala 1 - Centro  
FONE: (63) 3215-1494 - Palmas-TO

**FERRAÇO**

Corte e dobra de Chapas, Telhas e Telas, Tubos e Vergalhões.

E-mail: ferroaco@turbo.com  
Fone: (63) 3571-3191

Av. Palmas, Qd. 29, Lotes 29 e 30, s/n Sta Bárbara - Palmas / TO

**GRANPALMAS**  
Granitos e Mármore LTDA.

Dulcino Bazoni  
9213-4076 Fone: (63) 3217-7785

Qd. 1112 Sul, Al. 09 Lt. 19 - Palmas/TO (em frente a Posto Cambé)

**Droga Ana**

GOMES E LOURENÇO LTDA ME

(63) 3571-4545

Av. 01 QD 108 - LT 2 A - SALA 1, JD. AURENY III - PALMAS-TO

**Mega ÓTICA**

Qualidade e Precisão  
O melhor atendimento em óculos com 20 anos

103 Sul + Rua SO 05 + Lote 17 - Centro  
Fone: (63) 3215.7269 - Palmas-TO  
prédio Fossato da Grãfia

**SUPERMERCADO REAL**

secos e molhados em geral

3215-5462

Av. LO 02 - ACNO I - Conj. 04 - Lt. 7  
Palmas - Tocantins

**EMMANUEL CONFECÇÕES**

CONFECÇÕES E CALÇADOS MASCULINOS E FEMENINOS, INFANTIL E RECÉM NASCIDO

(63) 3224-2233

Qd. 307 Norte, Al.25, Lt.01, QI-27  
Plano Diretor Norte - Palmas/TO

**CASA DO CRIADOR**

Produtos e Serviços Agropecuários

Disk Ração (63) 3215-5250

AGSE II, Conj. 02, Lote 17, s/n - Centro - Palmas - TO

**LOJÃO CAPIBARIBE**

O Lojão do menor preço

confeções em geral

(63) 3571-6099

Av. Tocantins - Qd.46 - Lt. 12 - SI. 02  
Taquaralto - Palmas - Tocantins

**Gelo Cristalino**

(63) 3217-1976

CRISTALINO IND. E COM. PROD. ALIM. LTDA

912 Sul Al. 07 - Lt. 19 - Distrito Eco Ind. Palmas - TO  
C.N.P.J.: 26.959.716/0001-01 - Insc. 29.038.407-9

**DROGARIA PAZ**

O melhor atendimento em farmácia

TELE-ENTREGAS  
3571-4676

AV. B Qd. 39, Lt. 14 - Aureniv IV Palmas-TO

**CASA DA ROÇA**

Produtos Agropecuários e Assistência Técnica das Motosserras Husqvarna e Rodas D'água ZM

TORRILHA

Fone: (63) 3571-1702

Av. Tocantins, Qd. 37, Lt. 28 s/n - Taquaralto - Palmas-TO

**RESTAURANTE SEARA**

3225-8517

\*Self Service, Comida Caseira,  
\*Frijada as Quarta e Sábado



**A concorrência vai calar!**

**E não adianta fazer biquinho!**

A Formato tem a fórmula perfeita para a sua empresa aparecer.

Adesivos  
Crachás  
Fachadas  
Tótem  
Sinalização  
Front Light  
Impressão Digital  
Banner  
Evelopamento  
Indicativas  
Display  
Letra Caixa

www.formatoplacas.com.br  
formatoplacas@formatoplacas.com.br

113 Sul, Rua 09-08 Lt. 10 - CEP: 75.000-116 - Palmas - TO