

Treinamento Operador de Caixa (PDV)

Módulo: Básico

Carlos Alberto Gardioli



Índice

1. Reposição e organização de estoque
2. Frente de loja
 - 2.1 Embaladores, o que esperam de nós?
3. Prática de manipulação de alimentos perecíveis
 - 3.1 O que são, doenças transmitidas por alimentos (DTA)?
 - 3.2 Higiene das mãos
 - 3.3 Técnica para lavagem das mãos
 - 3.4 Recomendação para manipuladores de alimentos
 - 3.5 Higiene do ambiente de trabalho
 - 3.6 Como proteger o alimento da contaminação
4. Operações de caixa
 - 4.1 Títulos de crédito
 - 4.2 Abrindo o caixa
 - 4.3 Recebendo o fundo de caixa
 - 4.4 Recebendo pagamentos
 - 4.5 Recebendo pagamento através de cheque
 - 4.6 Recebendo pagamento através de cartões
 - 4.7 Efetuando procedimentos de sangria
 - 4.8 Fechando caixa
 - 4.9 Conhecendo os itens de segurança das cédulas do Real
5. Atendimento ao cliente
 - 5.1 CHA – Conhecimento, habilidades e atitudes
 - 5.2 A comunicação com o mercado por meio do telefone
 - 5.3 Fechando um atendimento
 - 5.4 Atitudes ativas para um fantástico atendimento
 - 5.5 Sugestões de comportamentos para um profissional eficaz



1. REPOSIÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESTOQUE.

Uma empresa supermercadista ou qualquer outra varejista pode ter diversos tipos de lojas: **pequenas**, com área de vendas. Podem ser **lojas de conveniência** quando tem uma variedade enxuta, horário elástico (às vezes trabalhando aos domingos) e alguns serviços aos clientes, como bebidas geladas, comidas prontas, revelação de fotos, etc. Pode ser um **supermercado**, com grande variedade de produtos alimentícios, alguma coisa de bazar, perfumaria fina, vestuário (limitado) todas as seções de perecíveis, etc. Ou um **Hipermercado**, que tem uma grande variedade de produtos (incluindo eletrodomésticos, eletrônicos, vestuário diversificado, etc).

Em qualquer uma destas lojas, contudo, os produtos são agrupados nos seguintes setores básicos:

- Açougue (com carnes de aves, porco, boi, etc.);
- Frios, Salgados e Congelados (os lácteos, embutidos, salgados, conservas frescas, e todos os congelados)
- Hortifrutigranjeiros (as verduras, folhosas, frutas, ovos, etc)
- Padaria (pães de todos os tipos, farinha de rosca, etc)
- Mercearia (cereais, bebidas, enlatados, matinais, limpeza, higiene, etc)
- Não-alimentícios (perfumaria, vestuário, plástico, bazar, alumínio, etc).

Açougue, Frios, Salgados e Congelados, Hortifrúti, Padaria e Peixaria (quando houver) são setores de um departamento chamado de **PERECÍVEIS**. Porque são produtos de vida mais curta do que os demais da loja, e geralmente estão no fundão da loja, essa é uma estratégia básica para estimular as compras impulsivas “escondendo” os produtos básicos. Isso obriga o consumidor a atravessar toda a loja e, quem sabe, levar alguma coisinha no caminho. São produtos de compra quase que diária e, por isso mesmo, são muito importantes para a fidelização do cliente, isto é, para criar o hábito do cliente vir sempre à nossa loja. Ficam expostos em balcões refrigerados, congelados ou quentes (caso de alimentos prontos), ou em vascas, como são chamados os expositores de verduras e frutas.

Os produtos de MERCEARIA e NÃO-ALIMENTOS são expostos em gôndolas e colocados no chamado salão da loja. São produtos de vida mais longa, conservação mais simples, porém também tem prazos de validade que precisam ser observados, após os quais não podem mais ser vendidos.



Existem algumas regras na organização das mercadorias nas gôndolas. Vamos conhecer algumas:

- **CABEÇA AOS PÉS.**

Na vertical, ficam as mesmas mercadorias em tamanhos variados — um guaraná em lata, em garrafas de 600 ml, 2 litros... Na horizontal, ficam outras marcas. O trecho mais destacado é o que cobre a altura dos olhos, entre 1,3 e 1,7 metro de altura.

- **PEQUENOS BRILHANTES.**

Alguns produtos difíceis de encaixar nas categorias que tomam as prateleiras principais acabam nas pequenas prateleiras dos caixas. São, geralmente, mercadorias como lâminas de barbear, fios dentais ou chicletes, que são compradas por impulso pouco antes da saída

- **CENTRO E PERIFERIA.**

A "periferia" do supermercado são as extremidades das gôndolas — os 40 centímetros das pontas. Os especialistas em marketing dizem que, quando o consumidor entra num corredor, dificilmente ele para no começo, tendendo a seguir para o meio. No "centro" ficam os itens mais vendidos

- **ÁGUA NA BOCA.**

Os hipermercados chegam a ter 80 mil produtos nas prateleiras. Para chamar atenção para sua mercadoria, os fabricantes contratam promotoras de vendas, que oferecem degustações e amostras grátis.

- **MAIS BARATO.**

O corredor de entrada é uma das partes mais valorizadas da loja. Por isso, essa área concentra as pilhas de produtos em promoção — a ideia, aqui, é vender em grande quantidade. As mercadorias desse corredor são trocadas de acordo com o fluxo de vendas

- **REFEIÇÃO COMPLETA.**

Um balcão com macarrão, molho de tomate, vinho e queijo ralado: já reparou como às vezes certos produtos que não têm nada a ver estão lado a lado? Essa combinação é chamada de cross marketing (algo como "marketing cruzado"), uma tática para "lembrar" o consumidor dos produtos que ele também pode levar.



2. FRETE DE LOJA.

O lugar por onde os clientes saem, após suas compras. É o lugar onde as mercadorias se transformam em dinheiro (em papel, moeda, cheques, cartões de crédito, vales-alimentação, etc). Por isso mesmo é um lugar duplamente importante: primeiro porque precisamos transformar integralmente as mercadorias em dinheiro, sem perdas de nenhum tipo! E, em segundo lugar, porque além dos riscos de perder dinheiro, podemos perder os donos do dinheiro, que são os clientes!

Comprar sempre é uma festa, mas pagar as compras é a parte mais triste (porém inevitável) desta festa... Assim, ao passar nos caixas, os clientes perderam um pouco daquele entusiasmo que tinham ao entrar, estão um pouco mais cansados, talvez um pouco incomodados por não ter encontrado algum produto, ou por ficarem numa fila aguardando o atendimento de um balconista, podem também ter encontrado um preço mais alto do que em outro supermercado, uma sujeira no carrinho, um equipamento "pifado", etc. Em suma, a passagem pelos caixas pode ser a hora da verdade para acabar com a paciência de algum cliente. Mas também pode ser a grande oportunidade para o operador de caixa ou o embalador apagar alguma eventual má impressão causado por outro setor da loja!

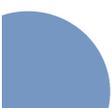
2.1 EMBALADORES, O QUE ESPERAM DE NÓS?

A frente de loja também é o local de trabalho dos embaladores, é claro que a função deles não é apenas resolver algum problema que possa ter se criado na visita do cliente. Porém a cortesia, atenção e respeito para com os clientes é atribuição importante de sua função. Mas a função principal é a de acondicionar corretamente as compras dos clientes e levá-las até o estacionamento, ou mesmo até sua residência, conforme a política de cada empresa.

O primeiro passo para desempenhar esta função, é conhecer as técnicas de empacotamento das mercadorias vendidas na loja, que podem ser de diversos tipos: cereais, enlatados, bebidas, pães, frios, congelados, verduras, etc. E também mercadorias tóxicas, que não devem ser misturadas a alimentos, como materiais de limpeza, desinfetantes, inseticidas, etc.

A primeira regra é: não misturar alimentos com outros produtos, especialmente aqueles que podem fazer mal à saúde humana: inseticidas, alvejantes, detergentes, sabões e outros produtos deste tipo. Ou seja: o que você não colocaria em sua boca, não misture com alimentos, ao embalar a compra do cliente!

A segunda regra é zelar para que o cliente, no transporte das compras até a casa dele, não quebre nada nem venha a esparramar produtos no carro ou no ônibus! Isto é, as mercadorias devem ser arrumadas nas sacolas com uma certa ordem: as mais pesadas embaixo, depois as mais leves e delicadas, como lâmpadas, hortifrutigranjeiros,



etc. Congelados ou outros produtos que possam molhar alguma mercadoria, não devem ser misturados a produtos secos. E as sacolas podem (deve-se perguntar ao cliente se ele concorda) receber uma amarração nas pontas das alças, de modo a não se abrirem na primeira curva que o carro fizer. Também devemos acomodar as sacolas no porta-malas do carro de modo que cada uma delas ajude a segurar a outra, escorando-se mutuamente. Deve-se cuidar especialmente das sacolas com garrafas e outros recipientes redondos, que tem a tendência de rolar no chão do porta-malas, para não se quebrarem.

A terceira regra para ser observada é a da economia (no sentido de evitar desperdícios). Sempre que possível, e sem violar nenhuma das observações feitas acima, deve-se economizar embalagens ao máximo! Não deixar espaços vazios nas sacolas e utilizar caixas de papelão (quando o cliente concordar) para acondicionar as compras de cereais, enlatados, bebidas, etc.

Além de embalar as mercadorias, outra atribuição importante desta função é a manutenção da limpeza da Frente de Loja, especialmente. E alguém já disse que a melhor maneira de limpar é não sujando o ambiente de trabalho! Portanto, podemos contribuir, em muito, para a limpeza do nosso setor (e de toda a loja) se não sujarmos o chão com tíquetes de compra usados, restos de sacolas, etiquetas de preços, embalagens vazias, etc. Também ao irmos recolocar carrinhos de compras em seu lugar devemos aproveitar para recolher restos de verduras, pepéis, etc, que estejam no interior destes e colocar no lixo (não no chão!). Além de tudo o que já foi citado acima, deve-se auxiliar na execução de outras tarefas importantes, tais como: descarga de caminhões, suprimento de gôndolas e balcões, marcação de preços, arrumação do depósito, limpeza do estacionamento, etc. Como uma loja não tem um padrão de movimento constante, a chefia da Frente de Loja pode solicitar a sua colaboração para alguma destas tarefas. Lembre-se que, além de demonstrar espírito de equipe, ajudando onde for necessário, com certeza serão os que mais cooperam aqueles que terão **maior chance de promoção e valorização pela empresa!**

3. PRÁTICA DE MANIPULAÇÃO DE ALIMENTOS PERECÍVEIS.

Tanto o profissional operador de caixa como o embalador tem contato direto com os alimentos que vão ser comprado pelos clientes. Logo tratando-se de manipulação de alimento deve-se ter certos cuidados para que não se descuide da higiene a todo tempo. A contaminação dos alimentos podem trazer doenças aos consumidores.

3.1 O QUE SÃO DOENÇAS TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS (DTA)?

São doenças provocadas pelo consumo de alimentos que ocorrem quando micróbios prejudiciais à saúde, parasitas ou substâncias tóxicas estão presentes no alimento.

Os sintomas mais comuns de DTA são vômitos e diarréias, podendo também apresentar dores abdominais, dor de cabeça, febre, alteração da visão, olhos inchados, dentre outros. Para adultos saudáveis, a maioria das DTA dura poucos dias e não deixa seqüelas;



mas para as crianças, grávidas, os idosos e as pessoas doentes, as consequências podem ser mais graves, podendo inclusive levar à morte.

Veremos a seguir quais são esses cuidados que devem ser tomados na manipulação dos alimentos:

Condições de higiene e apresentação pessoal adequadas garantem ao manipulador, além da valorização profissional, a otimização em qualidade das tarefas realizadas. Portanto, é de fundamental importância para o profissional manipulador de alimentos:

- Tomar banho diariamente, evitando compartilhar toalhas;
- Escovar os dentes após cada refeição, não deixando de verificar o hálito;
- Manter sempre as unhas curtas e limpas, evitando o uso de esmaltes;
- Os homens devem manter a barba sempre muito bem aparada e não usar bigodes;
- Manter os cabelos sempre limpos, e ainda indica-se aos homens corta-los bem curtos e às mulheres prende-los;
- Manter o uniforme sempre limpo.

3.2 HIGIENE DAS MÃOS.



As mãos devem ser lavadas antes e após todo e qualquer procedimento. É na lavagem das mãos ajuda evitar contaminação:

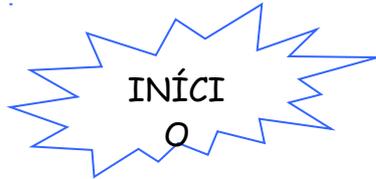
- de um indivíduo para o outro
- de utensílios permanentes para o indivíduo (mesas, balcões, telefone, etc);
- de um alimento para outro.

A lavagem das mãos tem como finalidade:

- diminuir o número de microorganismos;
- eliminar sujidades;

- evitar disseminação de doenças;
- proteger a saúde do profissional.

3.3 TÉCNICAS PARA LAVAGEM DAS MÃOS.



Abrir a torneira, de preferência com a mão não dominante
Molhar as mãos
Colocar na palma da mão cerca de 2ml de sabão líquido



Ensaboar as mãos



Friccioná-las por aproximadamente 15 segundos em todas as suas faces: palmas, dorso, interdigitais, unhas, articulações, polegar e punhos



Enxaguar as mãos, retirando totalmente a espuma e resíduos de sabão



Enxugar as mãos com papel toalha descartável
Fechar a torneira, utilizando papel toalha descartável
Desprezar o papel toalha no lixo



Finalizar com solução álcool 70%, em toda a região higienizada
deixar secar naturalmente



3.4 RECOMENDAÇÕES PARA MANIPULADORES DE ALIMENTOS.

- Lavar as mãos:

- toda vez que mudar de atividade durante o trabalho;
- depois de tocar nos cabelos;
- depois de usar o banheiro;
- quando fumar ou assoar o nariz;
- depois de comer;
- depois de mexer na lixeira.

3.5 HIGIENE DO AMBIENTE DE TRABALHO.

Todos os equipamentos, utensílios, bancadas e áreas devem ser higienizadas com detergente neutro e enxaguadas com álcool 70%, com permanência mínima de 15 minutos.

3.6 COMO PROTEGER O ALIMENTO DA CONTAMINAÇÃO?

- ✓ Mantendo os mais elevados níveis de higiene pessoal e do ambiente de trabalho;
- ✓ Observando os métodos corretos de limpeza e desinfecção do ambiente
- ✓ Evitando que líquidos provenientes de alimentos congelados (principalmente carne de aves) entre em contato com outros alimentos ou com superfícies utilizadas para manipulação dos mesmos
- ✓ Não manipulando alimentos caso tenha ferimentos nas mãos

4. OPERAÇÕES DE CAIXA.

O operador de caixa ocupa-se principalmente de calcular, receber e registrar os diversos tipos de pagamento de valores, verificar documentos e assinaturas, assegurar a regularidade das transações financeiras e fazer o fechamento do caixa. Colabora com os demais colegas no atendimento ao cliente.

Hoje, o operador de caixa necessita dominar várias habilidades para ter sucesso no seu trabalho. Precisa saber fazer cálculos com segurança, utilizar equipamentos de informática. E tudo isso precisa ser feito com simpatia e educação, tanto com clientes, quanto com colegas de trabalho.

4.1 TÍTULOS DE CRÉDITO.



Para começarmos nossa explanação sobre as funções de um operador de caixa, primeiramente precisamos conhecer os títulos de crédito. São conhecidos como documentos permutáveis por valores, ou seja, são aqueles que substituem o uso de moedas e cédulas. São considerados títulos de crédito: Cheque, Cartão de Crédito, Débito, Nota Promissória, etc.

Cheque.

- Cheque é uma ordem de pagamento à vista, devendo ser pago no momento de sua apresentação ao banco sacado, descontando-se o valor do seu saldo em depósito.
- Cheques acima de R\$ 100,00 (cem reais) devem estar nominais. Ao pegar um cheque nominal peça o documento do portador para verificar se está nominal para o mesmo, se estiver peça para ele assinar atrás do cheque e colocar o RG.
- Cheques cruzados são só para depósito.
- O cheque prescreve 180 dias depois de sua apresentação, que deverá ser feita em 30 dias, se for na mesma praça em que foi emitido, ou em 60 dias, caso ocorra fora dela.
- Quando houver diferença entre o valor numérico e o valor por extenso no cheque é valido o valor por extenso sempre.

Cuidados ao receber um cheque:

- Fique atento quando receber um cheque, percebendo visualmente qualquer adulteração no valor escrito, algum aproveitamento de espaço, recortes, números que pareçam ter sido apagados.
- Não aceite cheques rasurados, borrados ou com manchas.
- Coloque o cheque contra a luz para verificar se houve colagem de partes. Também pode tentar dobrar o cheque e depois faça escorrer as laterais, se for colado provavelmente descolará. Também repare na linha lateral de segurança (ou "linha louca"), se for interrompida ou com descontinuidade é sinal de colagem.
- Não aceite cheques com aparência muito velha, amarelados ou desgastados. Pode ser um sinal de contas inativas.
- Repare se o papel do lado esquerdo do cheque é micro serrilhado (indicando que foi destacado do talão). Se não for é sinal que o cheque é provavelmente falso ou clonado.

Cartão de Crédito e Débito.

Um **cartão de débito** ou **cartão pré-pago** é uma forma de pagamento eletrônica que permite a dedução do valor de uma compra diretamente na conta corrente ou poupança do possuidor do cartão.

Fisicamente o cartão de débito possui as mesmas dimensões de um [cartão de crédito](#), mas quanto ao uso assemelha-se ao [cheque](#), por representar uma ordem de pagamento à vista.



O cartão de débito é uma alternativa mais segura e cômoda do que o cheque. Para a efetivação de uma transação o cliente deve utilizar uma senha para autorizar o acesso aos seus fundos bancários. A transação é feita por um terminal eletrônico chamado de POS (Point of Sale) instalado no estabelecimento comercial e este está conectado diretamente em rede bancária. Um comprovante é emitido ao final da transação o cupom fiscal (que tem o mesmo valor da Nota Fiscal), e todas as transações são listadas no extrato mensal da conta do cliente.

O **cartão de crédito** pode ser usado como [meio de pagamento](#) para comprar um bem ou contratar um serviço. O titular recebe mensalmente no endereço indicado a fatura para pagamento e pode escolher pagar o total cobrado, somente o mínimo ou algum valor intermediário, postergando o pagamento do restante para o mês seguinte mediante cobrança de juros.

Toda conta de cartão de crédito possui um limite de compras definido pelo banco emissor. As compras efetuadas reduzem o limite disponível até que, quando insuficiente, novas compras são negadas. O pagamento da fatura libera o limite para ser usado novamente.

4.2 ABRINDO O CAIXA.

No momento da abertura do caixa, você deve preocupar-se em abastecê-lo com dinheiro trocado, ou seja, notas e moedas em quantidade e variedade suficientes para permitir um funcionamento sem interrupções ao longo de seu turno de trabalho. Alguns critérios podem auxiliar na determinação do montante necessário.

Os critérios são:

- 1- volume de recebimentos em moeda corrente;
- 2- valor médio das transações;
- 3- frequência de clientes.



- Desenvolva um bom relacionamento nas agências bancárias do entorno do estabelecimento e, especialmente, onde a empresa mantém conta corrente. Isso facilita a troca contínua de dinheiro e auxilia a gerência da casa.
- Respeite seu cliente! Não tente “empurrar” para ele qualquer coisa (balas e doces, principalmente) sob a alegação de que você não tem troco. Além de irritá-lo, o estabelecimento estará infringindo o Código de Defesa do Consumidor. Portanto, previna-se com a quantidade adequada de moedas e gentilmente estimule seus clientes a facilitar o troco.

4.3 RECEBENDO O FUNDO DE CAIXA.

Para iniciar as operações, diariamente você recebe do controle ou do próprio dono do estabelecimento o fundo de caixa. No Recibo do Fundo de Caixa, você deve conferir



os valores e assinar o documento de transferência, tornando-se, a partir daí, o único responsável pela guarda dos valores recebidos.

Observe o exemplo abaixo:

| Recibo de Fundo de Caixa | | | | | |
|--------------------------------|--|----------------------|--|------------|---------------|
| Nome do operador de caixa: | | | | | |
| Turno: | | Data: | | Caixa Nº.: | |
| Detalhamento do numerário: | | | | | |
| | | | | | R\$ |
| Em moedas de R\$ 0,05 | | | | | 3,00 |
| Em moedas de R\$ 0,10 | | | | | 5,00 |
| Em moedas de R\$ 0,25 | | | | | 5,00 |
| Em moedas de R\$ 0,50 | | | | | 10,00 |
| Em moedas/notas de R\$ 1,00 | | | | | 15,00 |
| Em notas de R\$ 5,00 | | | | | 30,00 |
| Em notas de R\$ 10,00 | | | | | 50,00 |
| Total do Fundo de Caixa | | | | | 118,00 |
| | | | | | |
| Visto do operador: | | Data: | | Hora: | |
| Visto do supervisor: | | Visto da Tesouraria: | | | |

4.4 RECEBENDO PAGAMENTOS.

O recebimento de pagamentos é um momento crítico, pois você pode ser penalizado. Portanto, toda atenção é pouca! As notas de maior valor devem ser verificadas sempre. E você deve conhecer os padrões de autenticidade de cada nota verdadeira, fazendo a verificação na frente do cliente. Caso contrário, a verificação perde a eficácia. Alguém poderá alegar que a nota em análise não corresponde àquela que foi entregue em pagamento.



Mantenha sempre a ética e a postura profissional. Caso existam evidências razoáveis de que a nota é falsa, o estabelecimento pode recusar-se a recebê-la. Porém, jamais acuse o cliente de fraude, porque ele também pode ser uma vítima. A melhor atitude será recomendar ao cliente que recorra às autoridades para que se apurem os fatos.

4.5 RECEBENDO PAGAMENTO ATRAVÉS DE CHEQUE.

Cheque é uma forma de pagamento e você deve saber efetuar consultas de cheques para prevenir problemas. Para isso, é importante que você tenha à mão os números de telefone para consulta e seja claro no momento de passar as informações relativas à consulta (número da consulta, horário, atendente e informação recebida). Nos estabelecimentos onde são disponibilizados equipamentos para consulta dos cheques com impressão, anexe sempre esse documento ao cheque.

Um resultado de pesquisa “Positivo” num Cadastro de Inadimplentes significa que o cliente tem seu nome naquele cadastro. Nesse caso, o cheque não deve ser aceito e o cliente deve ser informado com toda a discrição possível.



O caixa deve oferecer outras formas de pagamento: em dinheiro, cartão de débito ou crédito, etc.

4.6 RECEBENDO PAGAMENTO ATRAVÉS DE CARTÕES.

Cartões de débito ou crédito são formas bastante seguras de pagamento. Por ser um procedimento *on line*, permite a verificação da autenticidade e efetivação imediata da transação.

4.7 EFETUANDO PROCEDIMENTOS DE SANGRIA.

Sangria é a operação feita pela Tesouraria ou Controle, que trata da retirada de dinheiro em excesso no caixa. Com isso, reduz-se o risco do que muito dinheiro no caixa pode representar, transferindo-se o excedente para um local seguro (o cofre da empresa, por exemplo).

A sangria pode ser feita uma ou mais vezes durante o turno, dependendo do movimento. Você deve contar o dinheiro que está sendo retirado e emitir um documento, declarando o horário e o valor recolhido. Esse documento deve ser assinado por você e pelo responsável pela coleta ou sangria.

Antes de se efetuar a sangria, você deve contar todos os valores existentes no caixa, sejam dinheiro ou cheques. Confira também seu Controle de Cheques Recebidos. Separe as notas de maior valor e conserve no caixa as de menor valor, em quantidade suficiente para continuar seu trabalho.

Feita a sangria, conte novamente e confira com o seu controle.

(VER ANEXO 1)

4.8 FECHANDO O CAIXA.

No encerramento de seu turno de trabalho, você deve emitir o documento denominado Relatório de Fechamento de Caixa. Neste relatório (Formulário 4), são informados os valores totais em dinheiro, cheques, vales e outras formas de pagamento recebidas ou pagas durante o seu turno e existentes no momento do fechamento.

Todos os demais relatórios do dia (cheques, sangrias, etc.) devem ser considerados como detalhes do movimento e seus valores devem ser lançados no RFC - Relatório de Fechamento de Caixa.

Essas informações deverão ser criteriosamente verificadas antes de serem entregues ao Controle ou à Tesouraria. O valor declarado deve ser em espécie e em montantes iguais à situação do caixa naquele momento.

Exemplificando:

Se forem declarados, no Relatório de Fechamento de Caixa, R\$ 1.200,00 em dinheiro e R\$ 800,00 em cheques, serão exatamente esses os valores em cada rubrica ou forma de pagamento.

Será irregular se forem encontrados R\$ 800,00 em dinheiro e R\$ 1.200,00 em cheques, mesmo que o montante total de R\$ 2.000,00 confira.

(VER ANEXO 2)



4.9 CONHECENDO OS ITENS DE SEGURANÇA DAS CÉDULAS DO REAL.

Trabalhar com dinheiro é sempre uma grande responsabilidade e a falta de conhecimento pode trazer ao operador de caixa grandes prejuízos, pois atualmente existem muitas formas de falsificação de cédulas do Real, por isso devemos estar sempre atentos durante o recebimento de alguma compra, pois ao menor descuido podemos ser enganados.

Veremos algumas dicas que trará mais segurança ao manusear o dinheiro.

As **cédulas do Real** são confeccionadas em papel especial de fibra de algodão que contém em sua estrutura quatro elementos de segurança.

No papel sem a impressão, já temos:

1. Marca d'água.

Segurando a cédula contra a luz observe na área branca do lado esquerdo figuras que variam do claro ao escuro. Cada nota possui uma imagem diferente.

2. Marca tátil.

Elemento gráfico, representado por elipses ou por barras (podem estar na diagonal nas cédulas de 2 e 20 reais). Isso auxilia os deficientes visuais na identificação das cédulas. A marca tátil apresenta uma configuração específica a cada valor de nota.

3. Imagem latente.

Ao colocar a cédula na altura dos olhos, na posição horizontal, com bastante luz, vamos ver, no lado esquerdo inferior, junto à tarja com a palavra 'REAL(IS)', as letras 'BC' escondidas.

4. Microimpressões.

Utilizando uma lente de aumento vamos observar a presença de pequeníssimas letras 'BC' no interior dos números maiores que representam o valor das cédulas, na faixa clara à direita da figura da República (em todas as cédulas) e na faixa à esquerda (somente nas cédulas de 2 e 20 reais). Também podemos observar microimpressões nos troncos das árvores ao fundo da figura do mico-leão dourado, no reverso da cédula de 20 reais.

5. Impressão em alto-relevo.

Utilizando o tato, você sentirá o relevo em algumas áreas da cédula, como na figura da República, nas legendas 'República Federativa do Brasil', 'Deus seja louvado' e



'Banco Central do Brasil', nas tarjas contendo a palavra 'Reais', nos números indicativos do valor da cédula e na figura do animal-tema contida no reverso da nota.

6. Numeração.

As cédulas possuem também uma numeração individual que estabelece a diferença entre elas, dessa forma, não existem duas cédulas, de mesma denominação, com a mesma numeração. A série é o conjunto de 100 mil cédulas da mesma denominação, com as mesmas características gráficas e que têm em comum os cinco primeiros caracteres alfanuméricos.

7. Registro coincidente.

Olhando a nota contra a luz, o desenho impresso em um lado se ajusta exatamente ao desenho igual que se encontra no outro lado nas notas de 5, 10, 50 e 100 reais. Nas cédulas de 2 e 20 reais, o desenho se ajusta e se complementa.

8. Aspereza do papel.

Ao passar os dedos pela nota, você vai sentir uma textura áspera. Característica exclusiva do papel moeda. Esta passa a ser uma das maneiras mais fáceis para verificar se o que você tem em mão é ou não uma nota de dinheiro falso.

9. Fibras coloridas.

Pequenos fios nas cores verde, vermelho e azul, que estão espalhados pelo papel e podem ser vistos em ambos os lados da cédula. Um dificultador da falsificação, porém alguns conseguem 'lavar' o dinheiro e reimprimir um valor mais alto.

10. Fibras luminescentes.

Pequenos fios espalhados pelo papel que se tornam visíveis na cor lilás, quando expostos à luz ultravioleta, em ambos os lados da cédula. Existem alguns dispositivos de luz ultravioleta no mercado que tornam fácil a identificação de dinheiro falso.

5. ATENDIMENTO AO CLIENTE.

Para compreendermos o **Atendimento** denominado hoje de **Superior** consideraremos os conceitos abaixo:

| |
|---------------------|
| CLIENTE INTERIOR |
|---------------------|

É você, seu espírito, sua alma



**CLIENTE
INTERNO**

São todos os colaboradores (diretores, gerentes e funcionários) da empresa em que você trabalha que utilizam seus serviços.

**CLIENTE
EXTERNO**

São as pessoas que compram e/ou utilizam os produtos e serviços da empresa fornecedora.

Para se tornar um bom profissional, você deve saber se relacionar com esses três tipos de clientes, precisa estar disposto a interagir positivamente com o cliente interior, cliente interno e o cliente externo. Vejamos como:

Cliente Interior: Em primeiro lugar para podermos atender bem as outras pessoas, precisamos estar bem, se não estivermos motivados, de bem com a vida, entusiasmados, não conseguiremos passar para os outros aquilo que não temos realmente dentro de nós, o primeiro passo é estar com felizes e dispostos caso contrário tudo que fizermos soará com falsidade e desânimo.

Cliente Interno: Trata-se dos nossos colegas de trabalho, as pessoas com quem convivemos muitas horas diariamente, o bom atendimento deve começar por essas pessoas, logo quando firmamos os laços de companheirismo, obtemos muito mais sucesso profissional, pois dentro de uma empresa sempre chegará o momento que precisaremos uns dos outros, e se não formos pessoas bem vistas pelos demais colaboradores, muitas vezes não teremos o auxílio que esperamos.

Cliente Externo: Finalmente os clientes consumidores da nossa empresa, devemos cada dia mais nos especializar em não somente conhecer os sistemas da empresa, mas também de conhecer e praticar técnicas que façam com que esse cliente se sinta bem quando estiver em nossa empresa, logo que eles são o motivo de estarmos ali e termos o nosso emprego, sem eles a nossa empresa não existiria.

5.1 C.H.A. – CONHECIMENTOS, HABILIDADES E ATITUDES.

Conhecimentos – A falta de conhecimentos causa uma reação de desagrado imediata nos clientes. O prestador de serviço (ou de atendimento) deve inspirar confiança no cliente. Se isso não acontecer o próprio funcionário perde a autoconfiança e possivelmente perderá oportunidades de prestar bons serviços. Você precisa ter sempre disponíveis todas as informações relacionadas com os produtos e serviços que o estabelecimento oferece: códigos, nome dos produtos, descrições, especificações, bem como sobre os preços praticados. Uma lista permanentemente atualizada é fundamental para que você possa atender prontamente os clientes. Se o estabelecimento dá ao caixa autonomia para efetuar descontos (que costuma ser limitada a um percentual), ótimo! Se não, a lista de descontos também deve ser conhecida por você, bem como as ofertas especiais. Caso essas informações não estejam disponíveis num sistema informatizado,



you must always have up-to-date lists and reports. E, lembre-se: mantenha-se sempre atualizado, mas com organização. Nada de abrir pastas velhas, com “orelhas”, e plásticos surrados na frente do cliente. A não ser que você queira que ele se “desencante”. Portanto, é necessário que o funcionário tenha:

- Conhecimento técnico, conhecimento do produto.
- Conhecimento da cultura organizacional.
- Conhecimento da propaganda/ promoções.

Habilidades.

- Habilidades para lidar com clientes, com vendas, resolução de possíveis problemas, esclarecimentos, explicações sucintas.
- Habilidades para lidar com reclamações e agressão.
- Habilidades para lidar com as objeções gerais da empresa.
- Habilidade de comunicação.

Atitudes – Os funcionários podem estar bem equipados em termos de habilidades e conhecimentos, mas *podem apresentar não ter vontade ou disposição para prestar um bom atendimento ou serviço*. Pessoas desmotivadas podem ser muito prejudiciais (lembramos que a motivação vem de dentro de cada um). Não é fácil definir atitudes, mas o comportamento que resulta de algumas delas é muito fácil de ser observado, assim como o seu impacto sobre os clientes.

- Ser gentil, educado/ presteza no cumprimento.
- Saudação adequada.
- Olhar nos olhos do cliente.
- Ouvi-lo atentamente.
- Identificar logo o nome do cliente e chamá-lo pelo nome.
- Sorrir com sinceridade.
- Demonstrar a autoconfiança.
- Interessar-se pela sua necessidade.
- Procurar palavras simples, esclarecedoras.
- Não menosprezar o conhecimento dele a respeito do produto que sua empresa oferece.
- Incentivar a fidelidade.

TESTE a sua capacidade de ouvir.

() Quando você está conversando com alguém você é quem fala o tempo todo?

() Você é impaciente e interrompe seu interlocutor durante a conversa?



- () Você tem o costume de terminar a frase de quem está falando?
- () Você argumenta antes que o outro termine de concluir sua idéia?
- () Você se desliga com facilidade da conversa e deixa o outro falando sozinho?
- () Algumas vezes, quando alguém está falando, você finge que está ouvindo?
- () Algumas vezes a pessoa fala e você não dá retorno vocal?
- () Você se distrai com a personalidade da pessoa ou com a linguagem emocional?
- () Algumas vezes em reuniões você tem uma idéia e dá palpite mudando um pouco o foco do assunto?

5.2 A COMUNICAÇÃO COM O MERCADO POR MEIO DO TELEFONE.

PALAVRAS PROIBIDAS NO ATENDIMENTO TELEFÔNICO.



- **Um minutinho, por favor:** em muitos locais este minutinho vira uma longa espera, primeiro, o atendente deve fazer o possível para evitar que o cliente fique esperando um só segundo. As palavras corretas devem ser “Um momento por favor”.
- **Seu; Dona:** Este pronome de tratamento deve ser trocado por “Senhor, senhora”, que são mais respeitosos.
- **Né; Humm; Olha; Viu; Cara; Jóia; Legal; Veio; Xará; Meu:** Elimine estes itens do seu vocabulário.
- **Alô:** Ao atender o telefone diga o nome da sua empresa e em seguida o seu nome.
- **Ta ok; Ok:** estas expressões podem ser substituídas por “Está bem, está ótimo”.

“Não é o que você diz que fere as pessoas, mas como você diz”.

OS 12 PASSOS PARA UM FANTÁSTICO. ATENDIMENTO TELEFÔNICO AO CLIENTE.

1. **ATENDA** no primeiro toque. O pronto-atendimento causa uma excelente impressão.
2. **SAUDAÇÃO** enfática. Dê o nome da empresa. Cumprimente o Cliente. Dê seu nome.
3. **TOM da VOZ**, tão importante no atendimento telefônico, quanto a “postura” do corpo é importante no atendimento pessoal.
4. **DISPONIBILIZE-SE**, mostre-se prestativo.



5. **ESCUTE** com atenção. Anote os pontos principais ou dados fornecidos pelo Cliente.
6. Seja **EMPÁTICO** e ponha-se na “pele dele”. Isso facilita a compreensão.
7. **CERTIFIQUE-SE** de que você entendeu tudo. Senão, pergunte.
8. **INFORME** com clareza e objetividade o que for pertinente à colocação do Cliente.
9. Seja **ÁGIL**, na solução, no atendimento. Uma chamada toma tempo. Tempo é dinheiro. Ninguém quer perdê-lo, muito menos o Cliente. Seja objetivo.
10. **CERTIFIQUE-SE** de que o Cliente entendeu, concorda e está satisfeito. Se o Cliente continua sem entender ou concordar, passe-o para um superior (chefe, supervisor).
11. **PERGUNTE** em que mais você pode ajudar o Cliente. Não meça esforço para oferecer “algo a mais”.
12. **DESPEÇA-SE de forma** calorosa. Convide o Cliente a retornar, fazer uma visita. Agradeça a ligação. Use a palavra mágica “obrigada”. Deseje bons negócios e/ou um excelente dia para o Cliente.

No CONTATO COM O CLIENTE (PESSOAL E TELEFÔNICO).

| Em vez de dizer | Diga |
|---|--|
| “Sinto muito, mas não sei”. | “ Vou me informar sobre o assunto”. |
| “É só”? | “Mais alguma coisa que eu possa fazer pelo(a) senhor(a)”? |
| “Ligue mais tarde”. “Ligue depois”. | “Retornaremos a ligação”. |
| “Um momento, por favor”, quando não puder atender a um Cliente imediato. | “O senhor pode fazer a gentileza de aguardar um momento, pois estou com outro Cliente na linha”? |
| “Um momento, por favor”, quando tiver de interromper a ligação com o Cliente. | “O (A) senhor(a) me permite um momento, irei atender uma linha que está chamando agora”? |
| “O senhor não está sendo claro”. | “O senhor pode fazer a gentileza de repetir para que eu entenda melhor”? |
| “Isso não é comigo”. | “Vou encaminhá-lo à pessoa responsável”. |
| “É norma da empresa”. “Não podemos fazer isso”. | “Sentimos muito, mas isso foge as nossas possibilidades no momento”. |
| “O (A) senhor (a) tem que...” | “Sugiro que o (a) senhor(a)...” |



| | |
|---|--|
| “Retornarei a ligação à tarde”. | “Retorno a ligação às 5horas”. |
| “ Entregamos em pouco tempo”. | “ Entregaremos em até 20 minutos”. |
| “ Vou tentar me informar”. | “ Me informarei”. |
| “ O preço do serviço será mais ou menos.” | “ Faremos um orçamento e informaremos o valor exato do serviço.” |
| “Ele já está chegando”. | “Ele ligou informando que estará aqui em cerca de 10 minutos”. |

5.3 FECHANDO UM ATENDIMENTO.

Fazendo um fantástico atendimento, você “ chama” o Cliente; possibilita que o famoso “volte sempre”, efetivamente, concretize-se. Portanto, assim como a recepção, o FECHAMENTO é um Momento da Verdade com o qual devemos ter extrema atenção.

✓ **Pergunte ao Cliente se ele está satisfeito.**

✓ **Outras perguntas que podem ser feitas:**

- ◆ *O(a) senhor (a) tem alguma dúvida?*
- ◆ *Gostaria de alguma informação a mais?*
- ◆ *Há alguma coisa a mais que eu possa fazer pelo(a) senhor(a)?*
- ◆ *Gostou de nossos serviços / nosso atendimento?*
- ◆ *Tem alguma sugestão para que possamos melhorar?*



◆ **Agradeça sempre**

“Muito obrigada por

... sua visita.... sua presença ... seu elogio

... seu contato sua ligação (fax, e-mail, etc.)

♥ ♥ ... seu retorno... sua preferência, etc,etc.



◆ **Cumprimente sorrindo, com energia, com entusiasmo.**

“ Tenha um bom dia (tarde ou noite)”.

“ Será sempre um prazer recebê-lo”.

“ Volte sempre”.

5.4 ATITUDES ATIVAS PARA UM FANTÁSTICO ATENDIMENTO.

1. **Apresentação impecável**

Não confundir luxo com boa apresentação. Vestir-se bem, de forma adequada ao ambiente de trabalho.

A simpatia visual vale muito para uma alta performance no atendimento ao Cliente.



2. Postura.

O “corpo fala”... e diz muita coisa! Mostra disposição e interesse.

- ◆ cabeça erguida
- ◆ coluna ereta
- ◆ gestos suaves
- ◆ fisionomia alegre

Se em algum momento você sentir-se cansado:

- ◆ dê uma volta, tome um cafezinho,
- ◆ lave o rosto.

3. Sorrir / Humor / Astral.

- ⇒ Seja natural! Não vale “sorriso amarelo”, forçado, “sorriso de plástico”.
- ⇒ Mesmo que você esteja com problemas, separe as coisas. Um bom profissional evita, ao máximo, que problemas pessoais atrapalhem seu desempenho.

4. Empatia.

Para “se colocar no lugar do outro”, é fundamental ter “sensibilidade”, “capacidade de compreender” cada pessoa individualmente. Essa não é uma habilidade fácil; ao mesmo tempo, é um extraordinário diferencial no atendimento.

5. Escutar.

Escutar x Ouvir

Há uma grande diferença entre “ouvir” e “escutar”. Ouvimos “sons”, “ruídos”, “barulhos”. Ouvimos, balançando a cabeça, num “faz de conta”. Entretanto, para escutar, é preciso algo mais. É preciso ATENÇÃO.

Quando não ouvimos com atenção, de forma inconsciente, tentamos: “deduzir”, “supor”, “imaginar” o que o Cliente quer.

Para ESCUTAR bem o Cliente:

- Concentre-se. (seja 100% atenção).
- Não interrompa o Cliente. Deixe-o falar.
- Preste atenção nos detalhes.
- Sinalize periodicamente com um “entendi”, “sim, senhor(a)”. esteja, e demonstre, que você está atento.

6. Gentil.

Gentileza é o “lubrificante” do atendimento. Quando somos gentis com o Cliente, ele tem uma forte percepção de que realmente nós nos importamos com ele. A atitude gentil abre-nos grandes possibilidades para prestar um fantástico atendimento ao Cliente.



7. **Disposição.**



X



Disposto

1. Inclinado, propenso, dado.
2. Determinado, decidido.
3. Boa disposição de ânimo, vivo, animado.
4. Pronto para o que der e vier.

Indolente - falta de vontade

1. Insensível, apático.
2. Inerte, preguiçoso.
3. Negligente.
4. Que denota falta de energia, voz fraca, gestos lentos.

- ✓ **Seja prestativo**
- ✓ **Vá ao encontro do Cliente**
- ✓ **Resolva o problema dele como se fosse seu.**

8. **Rapidez.**

Este é o mundo em que nossos Clientes estão inseridos. Mais do que nunca, o Cliente quer tudo “para ontem”. Quem não buscar fazer bem e rápido terá sérios problemas.

9. **Tranquilidade.**

Ser rápido, sendo tranquilo. Este é o desafio! O Cliente tem todo direito de “ser” ou “estar” nervoso, angustiado, ansioso e estressado. Quem o atende, não!

10. **Sinceridade.**

Sinceridade, Verdade, Transparência, Ética não são mais, apenas, requisitos de pessoas (física ou jurídica) que cultivam um comportamento baseado em valores positivos.

11. **Comunicação Correta.**

A comunicação é uma via de “mão dupla”. Para haver uma correta comunicação, o outro lado, ou seja, o receptor, tem que, além de ouvir, compreender a mensagem.

Se o cliente não compreende, não há Comunicação, mas, sim, falação.

12. **Precisão.**

Toda informação, comunicação, enfim, toda ação feita com o Cliente tem de ser precisa. O Cliente não tolera ser enganado. Seja claro, objetivo, preciso.

13. **Compromisso.**

Temos compromisso com o quê???

...com o salário, com os lucros, com o horário, com o lazer, com as férias, com a família. Com muita coisa! O que muda é o nível de comprometimento. E com o Cliente? Com a solução do problema, com a satisfação dele, qual o nosso nível de compromisso?

14. **Credibilidade.**



O colaborador que deseja ter credibilidade deve desempenhar suas atividades com consistência, firmeza, e atenção aos detalhes, prestando um serviço digno de crédito.

5.5 Sugestões de Comportamentos para um profissional eficaz.

- Evite fofocas
- Deixe de lado a ironia, o sarcasmo, às críticas destrutivas, preconceitos e demais atitudes que visam inferiorizar os outros.
- Faça elogios sinceros. Se não tiver nada para falar, não fale.
- É proibido o uso de chicletes no ambiente de trabalho.
- Não interrompa uma conversa sem pedir licença.
- Seja pontual.
- Cuidado com a proximidade física não apenas com seus colegas de trabalho, mas também com os seus clientes.
- Cuidado com o cigarro. Atualmente as empresas possuem lugar próprio para fumar. Se isso não acontece na sua empresa, não acenda um cigarro diante de um cliente ou visita.
- Observe os seus gestos. Não gesticule demais ao conversar.
- Evite gírias.
- Não torne a sua cadeira giratória um brinquedo.
- Não fale mal da sua empresa atual ou da anterior, de chefes, amizades, namorados, etc.
- Desligue ou silencie o celular em locais públicos (metrô, reuniões, salas de aula, restaurante, teatros, cinemas, museus, igrejas, palestras, capacitações, velórios, etc.)
- Em eventos de sua empresa, evite bebidas alcoólicas. Mesmo fora do horário de trabalho, você está representando a sua empresa.
- Mantenha o bom humor.
- Não use óculos escuros dentro do ambiente de trabalho, mesmo que o design seja moderno.
- Cuidado com o excesso de perfume. Ninguém precisa saber que é você que está chegando.
- A empresa adota o uniforme, imprescindível a sua utilização e a sua conservação requer cuidados especiais.
- O cabelo é a moldura do resto. Cuidado para não “espalhar” fios de cabelos por onde passa.
- Saltos altos são elegantes, mas se você se cansar não os tire durante o expediente.



6. ANEXOS.

ANEXO 1 – EFETUANDO PROCEDIMENTOS DE SANGRIA.

Registro de Sangria de Caixa

| | | |
|--------------------|-------|-------------|
| Operador de caixa: | | |
| Caixa nº.: | Data: | Folha nº.: |
| Em dinheiro: | | Em cheques: |

Detalhes dos Cheques

| Cheque no. | Banco | Cliente | Valor |
|-------------------------|-------|---------|-------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Total em cheques | | | |

Recebi e conferi os valores acima que, a partir deste momento, passam a ficar sob minha guarda e responsabilidade.

| | | | | | |
|----------------------|--|-------|-----------|-------|--|
| Visto do operador: | | Data: | | Hora: | |
| Visto do supervisor: | | | Controle: | | |



ANEXO 2 – FECHANDO O CAIXA

Relatório de Fechamento de Caixa Sumário

| | |
|---------------------------------|------------|
| Fundo de caixa | R\$ |
| Entradas: | |
| Dinheiro ¹ | R\$ |
| Outras moedas ² | R\$ |
| Cheques ³ | R\$ |
| Cartões de crédito ⁴ | R\$ |
| Cartões de débito ⁴ | R\$ |
| Tiquete-refeição ⁴ | R\$ |
| Outros | R\$ |
| Total de entradas | R\$ |
| Saídas: | |
| Notas fiscais pagas no caixa | R\$ |
| Recibos | R\$ |
| Vales | R\$ |
| Sangrias ⁴ | R\$ |
| Outros | R\$ |
| Total de saídas | R\$ |
| Saldo final do caixa | R\$ |
| Fundo de Caixa (próximo dia) | R\$ |
| Valores transferidos | R\$ |

¹ Valores em reais no momento do encerramento do caixa.

² Valores convertidos para reais, detalhados no Relatório de Recebimento em Outra Moeda.

³ Conforme Controle de Cheques Recebidos.

⁴ Conforme extratos das operações efetuadas na data.



7 - Conhecendo um Sistema de PDV

O sistema que será mostrado serve apenas como guia, porém todos os sistemas de PDV se aproximam muito um do outro. Sendo que todos eles devem seguir requisitos e normas que os tornam semelhantes em nível de funções.

Informe o produto

Itens do Cupom Fiscal

| CÓDIGO SEQUÊNCIA | DESCRIÇÃO VALOR x QTDE. | TOTAL | UNIDADE STATUS |
|---------------------|----------------------------|-------|-------------------|
| ...nome do cliente | | | |

Código:

Quantidade:

Subtotal:

Total da venda:

Aguardando emissão de Redução Z

F2 F8 F7 F4 F3 F6 F9 F11 F5 F1
+ X - 🖨️ 📈 🔍 📊 🔧 ☰ 👤
 Nova Venda Cancelar Venda Cancelar Item Fechar Venda Sincronizar Buscar Comanda Menu Fiscal Menu Admin. Consultar Produtos Consultar Clientes

09/06/2015 - 10:40:32 Abertura: Op.: Maycon FAB: DR0811BR000000283656 Ult. carga: 05/06/2015 - 13:38:36 IP: 192.168.0.99

Tela de Venda PDV – Para supermercados e Semelhantes



PAF ECF Infotec - Venda de Mercadorias

Informe o Produto

Venda Direta / [Ctrl + F1] Venda Touch / [Ctrl + F2] Comandas / [Ctrl + F3]

Produtos do Cupom Fiscal

| SEQ | CÓDIGO | DESCRIÇÃO | RS UNIT. | QTD. | DESC. / ACRES. | SUBTOTAL |
|-----|--------|-----------|----------|------|----------------|----------|
| | | | 0,00 | 0 | 0,00 ... | 0,00 |

F2 **+** Nova Venda
 F8 **X** Cancelar Venda
 F7 **-** Cancelar Item
 F4 Fechar Venda
 F3 Sincronizar
 F9 Menu Fiscal
 F11 Menu Admin.
 F5 Consultar Produtos
 F1 Consultar Clientes

Status da Impressora Fiscal: **Aguardando emissão de Redução Z**
 Informações do Sistema: Nome do PC: DEV-PC, IP da rede: 192.168.0.99, Nº FAB ECF: DR0811BR000000283656
 R\$ Total da Venda: **0,00**
 Data/Hora: 09/06/2015 - 10:38:06 Caixa aberto: Operador: Maycon Infotec Sistemas

Tela de Venda para Lojas Varejistas.

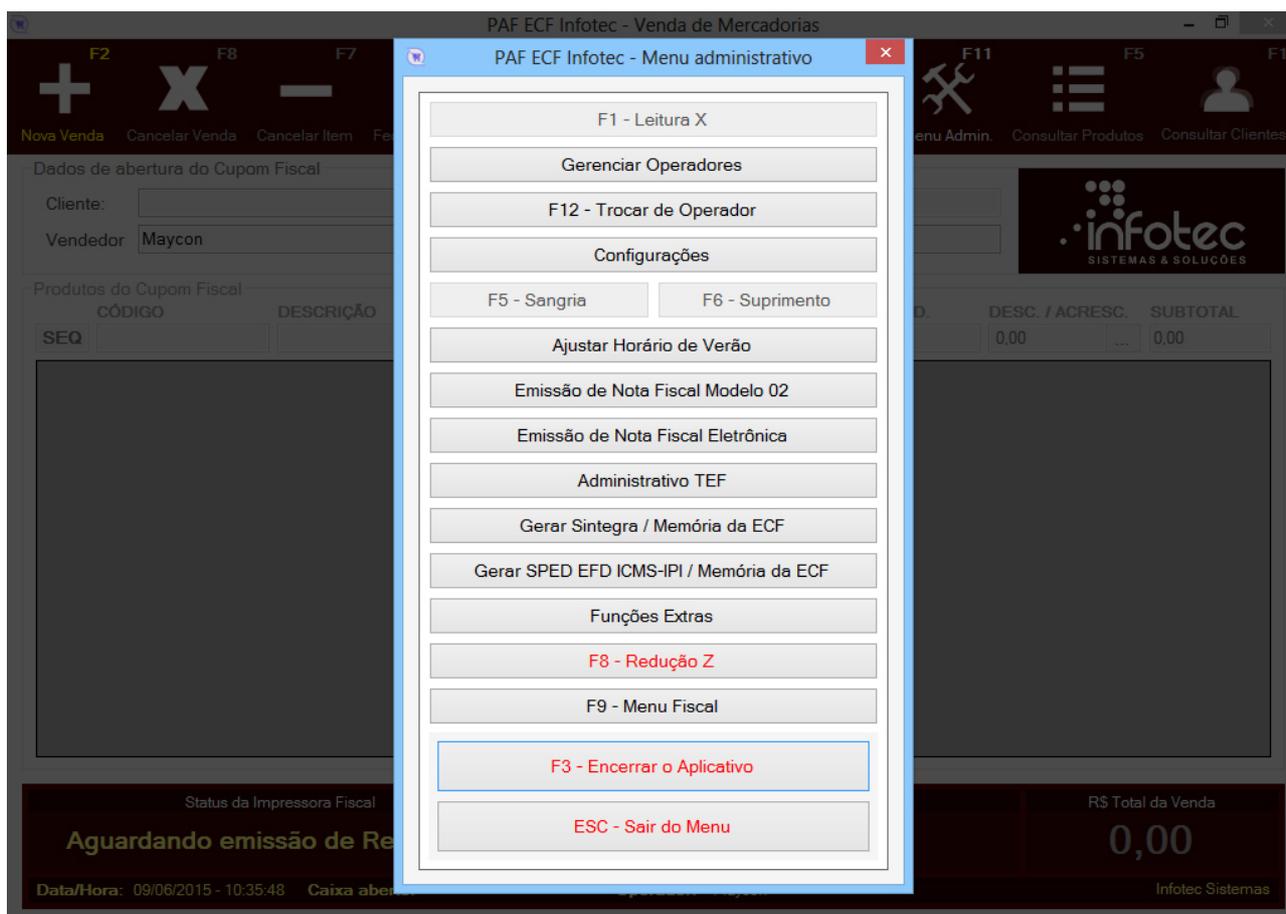
PAF ECF Infotec - Menu fiscal

Arquivo ANEXO III gravado em: C:\PAFECF\Infotec\ANEXOIII.TXT

| | |
|------------------------------------|----------------------|
| LX | LME |
| Arq. MF | Arq. MFD |
| Arq. AÇ 17/04 | Transf. Mesas |
| Identificação do PAF ECF | Vendas do Período |
| Tab. Índice Técnico Produção | |
| Parâmetros de Configuração | Registros do PAF ECF |
| F2 - INICIAR TELA DE VENDAS | |
| F3 - Encerrar o Aplicativo | |

Tela de Menu Fiscal





Tela de Menu Administrativo

“Nenhum sorriso é perdido.”

Fonte: <https://independent.academia.edu>

