

O MASCATE

A Revista do Comércio

Ano XXIII - Nº195 - MAIO/JUNHO DE 2013



Dia das MÃES

Confira pesquisa exclusiva
realizada pelo Sindicato
na Região

Gente da Gente

Uma blitz
antes da
balada



Dia dos Namorados

Conheça histórias de
amor inusitadas e
interessantes e inspire-se



Campanha do Agasalho 2013

Sindicato é um posto
de arrecadação de
roupas



SUMÁRIO

- 5 **Criação da Secretaria da Micro e Pequena Empresa deve reduzir burocracia no setor**
 - **Tributos**
DIPJ 2013 deve ser entregue até o dia 28 de junho
- 6 **Quadro de Avisos**
Confira também as dicas culturais do bimestre
- 9 **Capa de Mães**
Sindicato realizou Concurso Cultural. O resultado foi um sucesso. Confira
- 10 **Maio**
Mês das Noivas
 - **Responsabilidade Social**
Sindicato e Rede Litoral entregam 13 equipamentos de ar condicionado para São Vicente
- 11 **Jurídico: Alerta ao Comércio**
- 12 **Sindicato recebe o 2º Fórum Bistec de Automação Comercial**
Encontro gratuito ocorre no dia 28 de maio.



Mães

Confira a pesquisa exclusiva realizada pelo Sindicato na Região.



13 Campanha do Agasalho 2013

A tradição e o bom atendimento em família

- **Jucesp atinge a marca de 32,5% do total de CNPJs emitidos no País**
Junta Comercial do Estado de São Paulo já emitiu mais de 23,5 mil CNPJs



14 Dia dos Namorados

Conheça histórias de amor inusitadas e interessantes e inspire-se



16 Gente da Gente

Uma blitz antes da balada

- 18 **Responsabilidade Social**
Vamos doar sangue?
- 19 **Palestra**
Por que sua empresa deve estar no Facebook?
 - **Coluna Empresarial**
Satisfação no Trabalho
- 20 **Bertioga**
Sindicato inicia série de eventos, como palestras e workshops
- 21 **Ticket Médio dobra no Dia dos Namorados este ano**
Pesquisa é do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista
 - **Hora da Pausa**
Ao menos, tente!
- 22 **Palavras Cruzadas**
- 23 **Saúde: Açúcar**

Novos Associados SCVBS e ACVS

- Rabah & Rabah do Litoral Móveis e Decorações Ltda EPP.
- Edison Henrique Pereira Me
- Comércio de Madeiras e Laminados JM Ltda-EPP



Expediente:

Publicação Bimestral do
Sindicato do Comércio
Varejista da Baixada
Santista e Associação
do Comércio Varejista
de Santos

Av. Ana Costa, 25 - CEP 11060-001 - Santos/SP
Tel. (13) 2101.2800
site: www.scvbs.com.br
e-mail: scvbs@scvbs.com.br

Redes Sociais:

 www.facebook.com/scvbs ;

 www.twitter.com/scvbs ;

 www.youtube.com/scvbs1

Diretoria Executiva

Presidente: Alberto Weberman

1º vice-presidente: Omar Abdul Assaf

2º vice-presidente: Fernando Martins da Fonseca

1º secretário: Vagner Lino de Freitas

2º secretário: José Tenório de Freitas

1º tesoureiro: Reinaldo S. Rico Hipólito

2º tesoureiro: Hugo Brandi

Diretor Social: Joaquim Gonçalves Martins

Diretor de Patrimônio: Paulo Simões Mirabelli

Gerente Administrativo: Marco Antonio Guimarães

Jornalista Responsável:

Carina Seles - MTB 66.113-SP

Redação

Cartas, sugestões de temas, opiniões
ou dúvidas sobre o conteúdo:
comercial@scvbs.com.br

Departamento Comercial:

Andrea Mano: (13) 2101.2881

e-mail: comercial@scvbs.com.br

Diagramação e Tratamento de Imagens:

Focuz Full Marketing

Av. Pedro Lessa, 1640 - cj.904

Aparecida - Santos/SP

Tel.: (13) 3238-1115

Produção Gráfica:

Demar Gráfica e Editora

Rua Luiza Macuco, 57/59

Vila Mathias - Santos/SP

Tel.: (13) 3222-2656

Tiragem: 8.000 exemplares

Permitida a transcrição de matéria desde que citada a
fonte e após autorização prévia do Sindicato;

As declarações dos artigos assinados não são de
responsabilidade do SCVBS.

Esta publicação também pode ser visualizada na internet
em www.scvbs.com.br e <http://issuu.com/scvbs>.

Fotos: Carina Seles

Fotos da capa, Índice e página 9:

Nara Assunção / ACom Comunicação

Modelos da capa:

Maria Jéssica da Silva e Lorena Guimarães Silva

Publicação finalizada em 24/04/13

Palavra do Presidente

Vendas Aquecidas



Alberto Weberman

Próximos ao fechamento do primeiro semestre, analisamos algumas conquistas do setor. A desoneração da folha de pagamento é uma delas, assim como pudemos perceber que situações econômicas em nível macro afetam a economia mundialmente, porém, este ano, as datas comemorativas foram um fator positivo de incentivo às compras, inclusive na Região, já que as pesquisas realizadas pelo Sindicato nas nove cidades indicaram números mais positivos do que pesquisas nacionais.

Este fato faz com que nós do Sindicato e Órgãos Correlatos saibamos que estamos seguindo para um caminho positivo, orientando e direcionando os lojistas para um bom caminho, com diversas oportunidades de consultorias e cursos para que o comércio siga fortalecido.

O foco desta edição são duas datas que possuem o amor como mola propulsora que estreita relacionamentos e, por fim, acaba por aquecer o comércio. Por mais que se diga que as datas são comerciais, o ser humano é totalmente participativo para homenagear e agradecer, desde os tempos das cavernas. Isso vai de encontro com esta teoria e afirma, mais uma vez, que as pessoas precisam de carinho e atenção todos os dias, porém é muito bom presentear e

ser presenteado em uma data especial, não é mesmo? Confira e descubra o que as pessoas responderam na matéria de capa da O MASCATE.

Nós, lojistas, devemos estar preparados e, a certo ponto, sensíveis com esse nicho de mercado. Devemos pensar em detalhes para preparar nossas vitrines, nossa programação e nossa divulgação, para que esta mulher tão especial perceba o carinho que tivemos a esta data. Assim, como o Dia dos Namorados que merece toda a atenção de forma mútua de gênero, cuidando de detalhes que impressionem namorados, namoradas, casados, casadas, independentemente da idade, pois o amor ultrapassa essas barreiras. Não podemos nos esquecer que, mais do que vender presentes, vendemos sonhos concretizados em forma de objetos.

Esse amor, tão presente nessas duas datas, deve sempre vir acompanhado de outras virtudes, as quais devemos exercitar todos os dias como respeito, compreensão, carinho, sinceridade, atenção e esperança.

A todos os casais do comércio e a todas as mães lojistas, o Sindicato parabeniza. E ao setor varejista em geral, desejamos que todos tenham BOAS VENDAS!

ATENÇÃO COMERCIANTE

cuidado com as reclamações trabalhistas



O REPIS é um benefício estendido a toda a categoria, mas se sua empresa não aderiu ao REPIS, e tem praticado os pisos diferenciados. **CUIDADO!** Ao final do contrato o funcionário terá direito, por lei, a receber as diferenças salariais devidas. Em atos homologatórios de rescisão de contrato de trabalho e comprovação perante a Justiça do Trabalho do direito ao pagamento dos pisos salariais diferenciados, a prova do empregador se fará através da apresentação do **CERTIFICADO DE ADESÃO AO REPIS**.

As micro e pequenas empresas que não aderirem ao REPIS, deverão obrigatoriamente praticar os pisos salariais das Empresas em geral.

Como aderir ao REPIS?

Consulte o Sindicato do Comércio Varejista ou seu Contador.

Contribuinte! Usufrua dos benefícios que o seu Sindicato oferece.

Depto de Contribuição – contato pelos telefones: (13)2101-2822; (13)2101-2833;
(13)2101-2834; (13)21012874. E-mail: contribuicao@scvbs.com.br.

Criação da Secretaria da Micro e Pequena Empresa deve reduzir burocracia no setor

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) apoia a lei que cria a Secretaria da Micro e Pequena Empresa, pasta com status de ministério, publicada no dia 01/04/2013, no Diário Oficial da União.

As pequenas representam cerca de 95% do total de empresas no Brasil e são responsáveis por 60% do emprego e 30% da geração do PIB no País. A FecomercioSP acredita na atuação ativa do novo órgão para a facilitação dos pleitos dos pequenos negócios, cuja contribuição reflète diretamente no desenvolvi-

mento econômico brasileiro.

Através do Conselho da Pequena Empresa, a entidade representativa do comércio no Estado de São Paulo tem dado especial atenção ao segmento. A Fecomercio/SP contribuiu na elaboração do modelo tributário Simples Nacional; assinou acordos com entidades como Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e Investe São Paulo para facilitar a obtenção de empréstimos com taxas diferenciadas pela pequena empresa; e propôs ao BNDES parceria para geração de empregos no comércio em troca de novas linhas

de crédito para pequenos negócios (Projeto Empresa Fácil).

Atualmente, a Federação trabalha na adoção da redução dos custos trabalhistas com o projeto Simples Trabalhista e atua na defesa de interesses com o objetivo de aperfeiçoar a legislação para minimizar impactos e ampliar os benefícios às pequenas. Para a FecomercioSP, a Secretaria da Pequena Empresa terá papel fundamental no incentivo e desenvolvimento dos pequenos negócios, principalmente no que se refere a derrubada de entraves burocráticos ao pequeno empreendedor.

Tributos

DIPJ 2013 deve ser entregue até o dia 28 de junho

Fonte: <http://migre.me/e4PCI>

A Receita Federal através da Instrução Normativa 1.344/2014, publicada no Diário Oficial do dia 10 de abril, aprovou o programa gerador e as instruções para preenchimento da Declaração de Informações Econômico-fiscais da Pessoa Jurídica (DIPJ 2013), relativa ao ano-calendário de 2012, exercício de 2013.

Todas as pessoas jurídicas, inclusive as equiparadas, deverão apresentar a DIPJ 2013 de forma centralizada pela matriz, no período de 2 de maio até as 23h59min59s,

horário de Brasília, do dia 28 de junho de 2013. A obrigatoriedade de entrega da DIPJ 2013 não se aplica às pessoas jurídicas optantes pelo Simples Nacional, aos órgãos públicos, às autarquias, às fundações públicas e às pessoas jurídicas inativas.

A DIPJ 2013 das pessoas jurídicas extintas, cindidas, fusionadas, incorporadoras ou incorporadas, devem ser apresentadas até as 23h59min59s, horário de Brasília, do último dia útil do mês subse-

quente ao do evento. Na hipótese de ocorrência do evento entre janeiro e o mês anterior ao do prazo fixado para a entrega da DIPJ relativa ao exercício em curso, deve ser apresentada até 28 de junho de 2013.

O programa gerador da DIPJ 2013 é de reprodução livre e estará disponível no sítio da Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) na internet, no endereço www.receita.fazenda.gov.br.

Quadro de Avisos

Anota Aí!

FESTA INVERNO

Abertura - 28/06 Encerramento - 28/07
Local - Arena Santos - Av. Rangel Pestana, 184
Vila Mathias - Santos/SP

A Boa Vista Serviços promove encontro com informações valiosas sobre o SCPC e suas ferramentas, para que o empresário saiba entender e prevenir-se contra fraudes dentre outras informações. O evento ocorre no dia 28 de maio, das 9 às 17 horas, no Auditório do Sindicato (Avenida Ana Costa, 25). O evento é destinado aos associados da Associação do Comércio Varejista de Santos. Incluso coffee break. Informações (13) 2101-2868

Curso Manipulação de Alimentos

Dias: 13 - 14 e 27 - 28/05; 10 - 11 e 24 - 25/06/2013 Horário: 18h00/22h30
Investimento: • Associado R\$ 30,00 • Não Associado R\$ 100,00

Carga Horária: 9 horas

Professor: Erivelto Mello da Silva

Objetivo: Capacitar os participantes nas boas práticas de manipulação, ou seja, nos requisitos de organização e higiene, necessário para garantir a qualidade e segurança dos alimentos.

Local: Sindicato Comércio Varejista Baixada Santista
Av. Ana Costa, 25 - Vila Mathias - Santos/SP

Vagas limitadas.

Inscrições (13) 2101-2855 com Ariane

Faltando poucos dias, a Copa das Confederações ocorre entre os dias 15 e 30 de junho em diversos locais do país. O interesse pela Copa das Confederações não tem precedente: 546 mil do total de ingressos já tinham sido alocados, até o fechamento desta edição. As partidas do evento serão disputadas em seis estádios com grande capacidade. Vista a camisa e viva esta alegria!

Dicas de Filme



Somos tão Jovens: O longa conta a emocionante e desafiadora história da transformação de Renato Manfredini Jr. no mito Renato Russo, revelando como um rapaz de Brasília, no final da ditadura, criou canções como *Que País é Este*, *Geração Coca-Cola* e *Eduardo e Mônica*, verdadeiros hinos da juventude urbana dos anos 80 que continuam a ser cultuados geração após geração por uma crescente legião de fãs.

Estreia prevista para 03 de maio.



Velozes e Furiosos 6: Desde que o assalto no Rio de Dom (Vin Diesel) e Brian (Paul Walker) dizimaram o império de um chefe e deixou o grupo com US\$ 100 milhões, eles se espalharam pelo mundo. Enquanto isso, o agente Hobbs tem perseguido por 12 países uma organização de mercenários pilotos que possuem como aliada, Letty (Michelle Rodriguez), amor que Dom julgava morta.

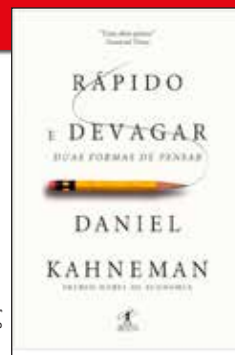
Estreia prevista para 24 de maio.

Dicas de Livro



Loja viva - revolução no pequeno varejo brasileiro, por Edmour Saiani: Ser varejista não é para qualquer um. É questão de vocação. Mas não é uma tarefa simples essa de conquistar e encantar clientes. E, com a globalização, a entrada de megaconcorrentes e as dificuldades econômicas habituais, a tarefa tem se tornado cada vez mais complicada. Este livro é uma excelente ferramenta para lojistas, funcionários e futuros donos de negócios no varejo

Preço sugerido R\$ 38,00. Editora Senac Rio.



Rápido e devagar, por Daniel Kahneman: O vencedor do Nobel de Economia, Daniel Kahneman nos mostra as duas formas de pensar: o pensamento rápido, intuitivo e emocional e o devagar, lógico e ponderado. O entendimento do funcionamento dessas duas formas de pensar pode ajudar em nossas decisões pessoais e profissionais.

Preço sugerido R\$ 43,90. Editora Objetiva.

Programação de cinema sujeita a alterações.



cafésachê

Café Sachê em
seu escritório é garantia de
um bom negócio!

Saiba mais sobre como receber nossa máquina de café expresso
em comodato no www.cafesache.com.br ou ligue para 0800 770 2333

Contate nosso representante:

Mario de Andrade

tel.: |11| 3354-3700 – |11| 98642-6250

email: mario@cafesache.com.br

Dia das Mães

Confira pesquisa exclusiva realizada pelo Sindicato na Região.



O Dia das Mães é a segunda melhor data para as vendas

O Dia das Mães é considerado a segunda data de maior venda no varejo, ficando atrás apenas do Natal. Pesquisa realizada pelo Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista nas nove cidades da Região indicou o perfil do consumidor para este período, e também, a expectativa dos empresários do setor. Na parte I da pesquisa, realizada com 530 consumidores, o item que mais importa para a compra do presente é escolhê-lo de acordo com o que ela pedir ou o que ela gostaria de ganhar, com 31%. Em seguida, um item importante que é decisivo para a compra é o bom atendimento, com 25%, assim como promoções ou liquidações das lojas, com 23%. Os outros 22% responderam itens como vitrine, anúncios em revistas e na TV e um produto diferente

para a data.

Uma boa notícia para as mães: na intenção de consumo, o ticket médio ficou em torno de 101 a 200 reais, com 47% das respostas. Outros 28% responderam gastar de 51 a 100 reais. Dos entrevistados, 16% afirmaram gastar com as compras, de 201 a 300 reais. E, por último, 9% dos entrevistados irão gastar até 50 reais.

As sogras

Perguntamos se o presente para a data será comprado somente para as mães. 84% responderam que sim. Porém, dentre os 16% que responderam que não (ou seja, 85 pessoas), 63% afirmaram que irão comprar presentes também para as sogras. Outros 38% irão comprar presentes para a esposa que também é mãe.

Itens

O item que será mais comprado são as roupas, com 22%, seguido por calçados, com 19%. Em terceiro lugar ficaram os eletrodomésticos, com 14%. Perfumes ficaram com 13% das respostas e bolsas com 12%. Outros itens apareceram nas respostas, em 18% no total e em ordem decrescente, como acessórios; livros; celulares; itens de cama, mesa e banho e móveis.

O meio de pagamento mais utilizado será o dinheiro, com 33% dos casos, seguido de cartão de crédito, com 28% e cartão de débito, com 23%. Outros 16% afirmaram outras formas de pagamento, como cartão exclusivo da loja.

A Parte II, realizada com o setor patronal para medir a expectativa de vendas, indicou que 75% dos 500 lojistas acreditam que as vendas terão um aumento este ano. A expectativa de aumento, de acordo com o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista gira em torno de 11% em relação ao ano passado. Para aumentar as vendas, os empresários do setor pretendem trazer novos produtos, realizar promoções, fazer uma boa vitrine e divulgar nas mídias.

Perguntados sobre a percepção que tem de quem mais vai às compras para escolher o presente, 51% responderam que os filhos, seguido de 36% dos maridos e 14% dos parentes da mãe.

Capa Dia das Mães

Sindicato realizou Concurso Cultural. O resultado foi um sucesso. Confira



O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista realizou no período de 23 de março a 10 de abril, o Concurso Cultural “Capa de Dia das Mães da Revista O MASCATE”, direcionado às mães de qualquer idade.

Para participar, a participante deveria ler o regulamento presente na Fan Page do Sindicato e enviar seus dados pessoais e

uma foto com mais de 1,5 MB. O objetivo era enviar uma foto que demonstrasse o instinto maternal, podendo ser uma gestante ou uma mãe com sua família, por exemplo. A foto que tivesse o maior número de curtidas ganharia o concurso e seria a próxima modelo da capa da revista. No total, as fotos do concurso receberam 173 curtidas.

“Quem ficou sabendo da promoção foi o meu noivo, o pai da bebê, que viu na página do Sindicato e me incentivou a participar”, conta a mamãe Maria Jéssica da Silva, que decidiu participar do concurso também para mostrar o “quanto é importante esse afeto maternal”, segundo ela.

Para conseguir as curtidas, Jéssica comunicou a seus amigos do Facebook. “Expliquei a eles que eu e a Lorena estávamos participando do concurso e pedi que todos ajudassem compartilhando e curtindo a foto”, conta. “Eu sempre divulgo fotos dela nas redes sociais e percebo que amigos e familiares adoram compartilhar comigo o desenvolvimento da bebê então, com certeza, eles foram o maior estímulo para a conquista”, afirma.

Com quase unanimidade dos votos, a mamãe Jéssica e sua filha Lorena, de apenas três meses, foram as modelos da capa desta edição. O Sindicato do Comércio Varejista da baixada Santista agradece a todos os participantes e convida todos os leitores a para participar e acompanhar nossas promoções e novidades no Facebook. Mais uma vez o nosso muito obrigado.

Móveis para escritório, informática e linha escolar
DISTRIBUIDOR DE COFRES

- RESIDENCIAIS •
- INDUSTRIAIS •
- COMERCIAIS •
- POSTOS DE GASOLINA •

Orçamento Sem Compromisso
Planejamento no Local

www.moveltec.com.br
Av. Rangel Pestana (em frente o Col. Cesário Bastos)
Tel/Fax: (13) 3231.9110 / 3234.6286 / 3233.5739

Mariano
DESPACHANTE

Parcelamos multas e IPVA em até 12 vezes

Av. Sen. Pinheiro Machado, 02
CEP 11075-001 - Vila Mathias
Tel.: (13) 3233-5454
Santos - SP

ODONTOBASE
PLANOS DE SAÚDE BUCAL

Para Sorrir a Vida Toda !

Planos Odontológicos

Escolha a sua cobertura: **R\$ 3,50** a partir de:

SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DA BAIXADA SANTISTA
Consulte o S.C.V.B.S.
(13) 2101.2873

Maio

Mês das Noivas

O mês de maio vem sempre com grandes comemorações voltadas à família, como Dia das Mães e, também, maio é considerado o Mês das Noivas. Por que será? Estudos indicam que a comemoração se dá por causa de uma tradição vinda de países do Hemisfério Norte. Lá, o mês de maio é muito importante para os costumes populares, onde ocorre a celebração do início do mês com muitas flores, em homenagem à natureza e a primavera.

As flores da primavera são consideradas elementos importantes para a celebração dos casamentos e do amor. Ao longo dos séculos, essa ligação com as flores e a feminilidade fez com que maio, além de mês das noivas, também fosse considerado o mês das mães e de Maria.

Como em toda celebração, o comércio também se beneficia por conta dos enlaces matrimoniais, com demanda de serviços como buffet, gráficos (convites, faixas), aluguel de roupas para festas, decoração, fotografia, lembrancinhas, filmagem, dia da noiva, locação de veículos, moda festa, roupas específicas para daminhas e pajens,

trajes para noivos, e ainda na área artística, como corais e orquestras.

Curiosidade

Maio conserva a tradição e a fama de ser o preferido das noivas, porém há outros meses que também possuem demanda, como no caso de dezembro e novembro, pelo fato das férias e do pagamento do 13º salário, que ajudam a quitar os custos do casamento.

A maior parte dos homens que se casaram em 2011 era um jovem adulto, de acordo com último levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Quase 285 mil namorados viraram maridos com esta idade tinham entre 25 e 29 anos. Entre as mulheres que se casaram no mesmo ano, a maior parte tinha entre 20 e 24 anos, segundo o estudo. Cerca de 206,6 mil mulheres subiram no altar com esta idade.

Nos 12 meses do ano, as uniões de homens e mulheres totalizaram 1,026 milhão, um crescimento de 5% na comparação com 2010, segundo o instituto. A maior parte deste total, 1,025 milhão, representam uniões de pessoas com 15

anos ou mais. Com o resultado, aumentou o número de casais que deixaram de ser apenas namorados para se casar, o que é medido pela taxa de nupcialidade.

Em 2011, ocorreram sete casamentos para cada 1.000 habitantes. O Estado que liderou o ranking de casamentos foi Rondônia, com dez cerimônias para cada mil. Na segunda posição, está o Distrito Federal (9), seguido por Goiás e Espírito Santo (ambos com 8,6), São Paulo (8,1) e Mato Grosso do Sul (7,6). Em 2010, essa taxa geral de nupcialidade era de 6,7. Na década de 1970, segundo o IBGE, o indicador atingia 13 casamentos para cada 1.000 habitantes.

Mesmo na Europa, o mês de maio não é um consenso na hora de unir maridos e mulheres. Em países como a Inglaterra, junho é considerado o mês ideal devido a uma tradição da Antiguidade, a qual os romanos homenageavam Juno, deusa das mulheres e dos casamentos. Na América do Norte, os americanos preferem realizar o enlace em fevereiro, considerado o mês nacional dos casamentos e mês onde se comemora o Valentine's Day, que é comemorado em 14 de fevereiro e não em 12 de junho, como no Brasil.

Responsabilidade Social

Sindicato e Rede Litoral entregam 13 equipamentos de ar condicionado para o Hospital São José

Julio Cesar/PMSV



No último dia 12 de abril, o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista e a Rede Litoral Supermercados entregaram para o Hospital São José, em São Vicente, 13 equipamentos de ar condicionado que, serão instalados na ala B do local. O hospital está em fase de reforma e pretende atender 45 pacientes do Sistema Único de Saúde (SUS).

A ideia surgiu em uma reunião ocorrida no dia 4 de março com o prefeito Bili, o Sindicato do Comércio Varejista e a Rede Litoral, que contou com a presença do 2º vice-presidente do Sindicato, Fernando Martins da Fonseca, o assessor jurídico, Fernando Mendes Gouveia, o gerente administrativo, Marco Antonio Guimarães e Omar Abdul Assaf, que é presidente da Rede Litoral e 1º vice-presidente do Sindicato do Comércio Varejista. "A doa-

ção é de extrema importância, pois está ajudando a recuperar um dos hospitais da cidade. Visitamos as novas alas e tivemos a certeza de que será de grande ajuda. Pelo que percebi, as novas alas são excelentes e bem estruturadas e acho que será um dos melhores centros cirúrgicos da Região. Com isso, não podíamos deixar de colaborar com esta ação", afirma Assaf.

"O Sindicato é uma entidade séria que muito agrega ao Comércio Varejista da nossa Cidade. Essa doação nos auxilia a dar um atendimento mais humanizado e oferecer leitos dignos à população e ainda serve de exemplo aos empresários quanto à importância de ajudar nesse momento de reestruturação da Saúde Pública no Município", ressaltou o prefeito Bili.

Alerta ao Comércio

Jurídico

Dra. Nathália Machado Sant' Ana Oliveira
Advogada do Sindicato/Associação
OAB/SP 295.525

Fonte: Código de Defesa do Consumidor

Departamento Jurídico



Em razão do “Dia das Mães”, há um grande aumento nas vendas, com isso as lojas investem em suas vitrines, para atrair cada vez mais seus clientes, mas não podemos nos esquecer da legislação que está em vigor desde o ano de 2004, que regulamenta afixação dos preços nos produtos.

A Lei 10.962/2004, que trouxe a regulamentação das

formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor e o Decreto nº 5903/2006 que traz outras disposições, como as práticas infracionais continuam em vigência e sendo fiscalizadas, bem como o Artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

Vale lembrar, nossos empresários do comércio, que

todos os produtos expostos à venda dentro da loja, bem como, aqueles na vitrine, todos devem conter preços à vista, parcelamentos, os juros a serem aplicados, todos com caracteres legíveis e de fácil interpretação.

Ressaltamos que os estabelecimentos, como supermercados, mercearias, aquele em que o consumidor tem contato direto com o produto fornecido deverá ter afixado o preço na embalagem, ou afixação de um código referencial ou até mesmo o código de barras, sendo que neste último caso, deverá ter disponível um aparelho para consulta dentro da loja e fácil acesso.

Por isso, mesmo levando-se em conta as características e particularidades de cada atividade comercial, de cada produto ou serviço oferecido, os empresários devem se atentar para o legítimo direito do consumidor e cumprir suas exigências.

Profissional do Comércio * Advogado * Engenheiro * Contabilista * Dentista * Estudante * Médico Veterinário * Economista * Enfermeiro * Representante Comercial * Farmacêutico * Servidor Público
ESTES PROFISSIONAIS PODEM TER: BRADESCO, SULAMERICA, AMIL, GOLDEN CROSS, OMINT, ENTRE OUTROS PELO MELHOR PREÇO



Evelen Peixoto
Consultora Comercial

Ligue e confira: Tel.: 2101-2825 / 9601-2803
E-mail: qualicorp.evelen@hotmail.com

Andréa Mano
Dpto. Comercial

ANS nº 417173 ANS nº 005711 ANS nº 000043 ANS nº 326305 ANS nº 403911 ANS nº 359661

Sindicato recebe o 2º Fórum Bistec de Automação Comercial

Encontro gratuito ocorre no dia 28 de maio. Inscrições abertas

Um dos objetivos do Sindicato do Comércio Varejista é divulgar informações e mostrar cenários econômicos ao setor, para direcioná-los nas tomadas de decisões, realizando parcerias com empresas voltadas ao setor empresarial.

Pensando nisso, o Sindicato apoia e recebe em sua sede (Avenida Ana Costa, 25) o 2º Fórum Bistec de Automação Comercial no dia 28 de maio, das 8 às 13 horas.

Segundo o Diretor Técnico da Bistec, Fernando Barreira da Silva, a ideia surgiu no final de 2011. “Percebemos que, dentre algumas empresas que encerraram suas atividades, tinham como causa a falta de informação e de acompanhamento do que vinha acontecendo no varejo com relação à legislação de um modo geral”, conta. “Fizemos então o 1º Fórum, em 2012, com foco na atual legislação tributária e acabamos antecipando, informações sobre a legislação do SAT-Fiscal”.

No primeiro fórum foram abordados assuntos como os desafios ao contador no mundo Eletrônico, Projeto SPED: Monitorando seus Clientes e informações sobre a legislação do SAT-CFe - Cupom Fiscal Eletrônico. Já neste segundo Fórum haverá palestras sobre soluções dos principais fabricantes do segmento de automação comercial como, por exemplo, a Diebold, com o tema “Transformando soluções em resultados”, a Logisfrete, com “Reduzindo Custos na Entrega de Seu Produto” e a empresa Thor, com o tema “Educação Financeira - o segredo para construção de riqueza e independência financeira” e a palestra ministrada por Marcelo Luiz Alves Fernandez - Supervisor de Fiscalização da Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo, com o tema “Documentos Fiscais Eletrônicos para o Varejo”.

Legislação

A partir de 1º de Julho de 2013 é obrigatória, em todo o Estado de São Paulo, a implantação do SAT-CF-e, ou

seja, Sistema de Autenticação de Transmissão do Cupom Fiscal Eletrônico. “O projeto tem por objetivo documentar, de forma eletrônica, as operações comerciais do varejo dos contribuintes do Estado de São Paulo, em substituição aos atuais equipamentos ECF, ou seja, Emissor de Cupom Fiscal”, afirma Marcelo Luiz Alves Fernandez, supervisor de Fiscalização de Documentos Digitais da Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo (Sefaz/SP) e um dos palestrantes do evento.

Com a nova legislação, haverá mudanças significativas na automação comercial. “O SAT é um novo padrão de equipamento de baixo custo, para gerar, autenticar com validade jurídica e transmitir, via Internet, os CF-e-SAT emitidos pelos estabelecimentos comerciais”, conta Fernandez.

O projeto possibilitará aos consumidores localizar o documento fiscal no programa da Nota Fiscal Paulista num prazo muito menor do que o praticado atualmente, segundo ele. “Além de simplificar as obrigações acessórias dos estabelecimentos varejistas”.

O CF-e-SAT é um documento fiscal eletrônico, emitido, armazenado e transmitido automaticamente pelo equipamento SAT (módulo composto de hardware e software embarcado), de existência apenas digital, que serve para documentar uma operação de circulação de mercadorias no varejo. Sua validade jurídica é garantida pela assinatura digital feita pelo equipamento SAT por meio do seu Certificado Digital. “Como o CF-e-SAT só existe na forma eletrônica, o consumidor receberá como comprovante de sua aquisição o chamado Extrato do CF-e-SAT, que deverá ser impresso no ato da operação comercial, em impressora comum. O SAT não possui impressora a ele integrado”, diz.

Segundo ele, os principais benefícios para o contribuinte ao usar o equipamento SAT são a redução de custos e a simplificação de obrigações

acessórias. “O contribuinte contará com um documento dotado de validade jurídica pela Medida Provisória 2.200, tendo garantia de autenticidade e integridade nos documentos eletrônicos emitidos pelo equipamento SAT”, ressalta Fernandez.

QR Code

O novo sistema terá QR Code na impressão dos Cupons Fiscais. “Para ser mais preciso, o Extrato do CF-e-SAT, que é uma representação em papel dos dados do documento fiscal eletrônico, conterá um código QRCode com alguns dos dados principais da operação”, afirma.

O QR é um tipo de código que pode ser escaneado pela maioria dos celulares e a página se abre na tela. “A Sefaz/SP disponibilizará um aplicativo para aparelhos celulares, para captura do QRCode e sua validação junto aos servidores da Sefaz/SP. Assim, caso os dados do Extrato não coincidam com a resposta da consulta via QRCode, o consumidor saberá no ato que há a possibilidade de irregularidade no mesmo”, explica.

A Portaria CAT-147 de 05/11/2012 estabelece a obrigatoriedade a partir de 01/07/2013. Entretanto, devido aos testes necessários junto aos sistemas da Sefaz/SP, e a necessidade de homologação de equipamentos SAT, ainda por ocorrer, esta obrigatoriedade será postergada. “A Sefaz/SP publicará nova Portaria CAT a respeito desta postergação”, afirma ele.

Demais informações sobre as regras completas de obrigatoriedade de emissão, constante na Portaria CAT 147, de 05/11/2012, você confere na palestra.

O evento é gratuito, porém, para participar é obrigatória a inscrição no site <http://forum.bistec.com.br/>. As mesmas estão liberadas desde o dia 10 de abril. O público alvo são contadores e empresários do varejo da Baixada Santista. Participe!

Campanha do Agasalho 2013

Com o slogan “Roupa boa, a gente doa”, ação social tem como padrinho o ator Reynaldo Gianechinni

Fernando Lambert



A presidente do Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo, Lu Alckmin, realizou em março, no Palácio dos Bandeirantes, o lançamento oficial da Campanha do Agasalho 2013.

A ação, que por dois anos consecutivos foi representada pela rainha da televisão brasileira Hebe Camargo, ganha como padrinho e garoto-propaganda o

ator Reynaldo Gianechinni.

Com o slogan *Roupa boa, a gente doa*, o objetivo da Campanha é arrecadar peças novas ou em bom estado. “Queremos não apenas aquecer aqueles que têm frio, mas também oferecer dignidade aos que mais precisam doando uma peça de roupa limpa e em boas condições de uso”, afirmou Lu Alckmin.

Serão distribuídas 26 mil caixas para coleta de doações em locais de grande circulação como estações de metrô, trens, supermercados, lojas, farmácias, escolas, Batalhões da Polícia Militar e repartições públicas.

A Campanha terá duração de dois meses, mas o Fundo Social receberá doações durante todo o ano. As peças arrecadadas serão encaminhadas para os municípios do Estado e para as entidades assistenciais da capital cadastradas no Fundo Social de Solidariedade, além de hospitais e albergues.

Santos

O Fundo Social de Solidariedade de Santos (FSS) arrecadou ano passado, 123.507 peças, entre roupas, calçados

e cobertores. Deste total, 96.377 foram coletadas de março à primeira quinzena de maio, na Campanha Metropolitana do Agasalho, que envolveu os nove municípios da região e 414.585 doações. As demais 27.130 unidades foram arrecadadas entre a segunda quinzena de maio e o final de junho, pois o Fundo Social de Santos prorrogou a campanha.

As doações de 2012 puderam ser depositadas em 69 postos montados em pontos de grande circulação na cidade, foram separadas por tamanho e sexo pelas voluntárias do grupo Amigos da Solidariedade e encaminhadas para entidades beneficentes, creches, abrigos e hospitais, entre outras instituições. A expectativa do FSS de Santos é ultrapassar o arrecadado em 2012.

O Sindicato do Comércio Varejista é um dos pontos de arrecadação. As doações podem ser feitas na sede (Avenida Ana Costa, 25). Demais informações estão disponíveis no site www.campanhadoagasalho.sp.gov.br. Outras informações na sede do Fundo Social, à Avenida Conselheiro Nébias, 388. Informações: 3222-8050.

Jucesp atinge a marca de 32,5% do total de CNPJs emitidos no País

Após completar um mês de convênio com a Receita Federal do Brasil, Junta Comercial do Estado de São Paulo já emitiu mais de 23,5 mil CNPJs em conjunto com o Nire e a Inscrição Estadual da Sefaz

Fonte: <http://migre.me/e4PCI>

A Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp), autarquia vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, completou no último dia 11 de abril um mês do início das operações do convênio com a Receita Federal do Brasil (RFB). Durante o período, foram expedidas pela Jucesp mais de 23,5 mil inscrições no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). O cadastro é emitido em conjunto com o Número de Inscrição no Registro de Empresas (Nire) e a Inscrição Estadual (IE) da Secretaria da Fazenda (Sefaz).

Desde que o serviço entrou em prática, o volume de inscrições veio crescendo gradualmente e na última semana atingiu a marca de 32,5% do total de CNPJs emitidos no País. De acordo com o balanço da Receita Federal, Minas Gerais e Rio Grande do Sul aparecem em segundo e terceiro lugar, respectivamente, com 13,5% e 9,4%.

Para o empreendedor, a medida significa economia de tempo e redução de gastos com deslocamentos, reconhecimento de firmas e autenticação de documentos. De acordo com o presidente da Jucesp, José Constantino de Bastos Jr., a expectativa é que o convênio traga cerca de R\$ 18,3 milhões de economia por ano aos empreendedores, além de reduzir de 17 para sete dias o tempo médio de espera na soma dos processos isolados.

Guia de orientação

A Jucesp disponibiliza em seu site um material informativo com as principais perguntas e respostas sobre a emissão integrada do CNPJ com o Nire e a Inscrição Estadual. O empreendedor interessado em abrir ou alterar dados de sua empresa não precisa mais aguardar o deferimento do Nire na Jucesp para somente então solicitar o

CNPJ em um posto da Receita Federal. Os documentos são analisados simultaneamente pelos servidores da Jucesp. O empreendedor passa a obter o Nire, o CNPJ e a Inscrição Estadual da Sefaz em um único processo. Confira o passo-a-passo:

- O usuário acessa os sites da Jucesp e da Receita Federal, preenche e imprime os respectivos formulários.

- Após pagar as taxas, o interessado encaminha à Jucesp ambos os formulários, acompanhados do contrato social ou do requerimento de empresário, cópia do RG/CPF dos sócios ou do titular e demais documentos, sem a necessidade de reconhecimento de firmas e autenticação de cópias.

- A Jucesp analisa e defere o Nire e o CNPJ; acessa o sistema da Receita Federal e comunica o deferimento, liberando o CNPJ (publicado no site da Receita). O usuário retira os documentos registrados na Jucesp.

Dia dos Namorados

Conheça histórias de amor inusitadas e interessantes e inspire-se

Arquivo Pessoal



“Tudo começou quando resolvi aprender inglês pela internet. Uma amiga da faculdade me indicou um site onde eu poderia aprender diversos idiomas gratuitamente e ainda fazer muitos amigos. O site era realmente interessante. Milhões de pessoas expunham seu interesse, personalidade, nacionalidade e outras informações em perfis. Eis que, um belo dia, visualizei o perfil de um francês falando sobre o sonho de conhecer a Argentina e sua vontade de aprender o espanhol. Eu, como boa brasileira que sou, tive que enviar uma mensagem falando sobre nossos hermanos e encorajando-o a trocar de

sonho, afinal conhecer o Brasil seria muito mais vantajoso. Começamos a trocar mensagens diariamente, durante vários meses, até que um dia o tal francês resolveu que a minha ideia inicial de visitar o Brasil era excelente, e que gostaria muito de me conhecer.

Falei com meus pais a respeito, e por incrível que pareça eles concordaram em receber, até então, o meu novo amigo. Em dezembro de 2012, ele atravessou o oceano e nos conhecemos pessoalmente. Ele ficou hospedado em minha casa durante duas semanas, participando do Ano Novo e meu aniversário. Conheceu meus amigos, minha família, meu trabalho, enfim, minha rotina. Como ele ainda tinha uma viagem longa pela frente de sete meses na América do Sul, me pediu para que o esperasse voltar e eu disse que sim, que iria esperá-lo, mas nada ainda estava comprometido. Porém, antes de partir para o Rio de Janeiro, enquanto eu trabalhava, ele declarou os seus sentimentos por mim aos meus pais pedindo-me em namoro. Parece um conto de fadas né? Pois é, e depois de viajar para o Rio e Foz do Iguaçu, voltou para minha casa, desistiu de conhecer Florianópolis e Rio Grande do Sul para passar mais tempo ao meu lado. Hoje ele está, finalmente, estudando espanhol em Buenos Aires, mas já não vê a hora de voltar para passar o aniversário dele aqui, no Brasil! Acho que agora o sonho dele é outro”

Nayara Camargo, bióloga
Wilfried S., gerente de projetos

“Em 1992, fui estudar em uma escola técnica no Rio Grande do Sul. Tinha um amigo do bairro que foi para a mesma escola e então pegávamos os mesmos ônibus pela manhã. Esse amigo tinha um amigo que estudava em outra escola e pegava o mesmo ônibus do bairro; e o amigo dele conhecia uma menina que estudava em outro bairro, chamada Juliana. Eles pegavam os mesmos ônibus também, e um dia se encontraram, e passaram a ir sentados todos juntos. Em duas semanas, todos nós já estávamos entrosados. Assim seguimos até o final daquele ano, quando um deles passou em outra escola e precisou mudar de ônibus. O outro amigo, um tempo depois, mudou de turno e dificilmente nos víamos, pois ele preferia descer em outro ponto. Nesse meio tempo, começou a pintar um sentimento diferente entre mim e a Ju. Estava afim de falar com ela, mas um dia ela voltou de uma festa de uma amiga dizendo que perguntaram sobre nós, e ela havia dito que éramos só amigos. Murchei, e deixei o assunto de lado, mas nunca deixei de ser amigo dela. Meses depois, ela me convidou para passearmos. Conversamos muito e depois fomos tomar um lanche na casa dela. Lá finalmente “ficamos”. Estamos juntos há dezoito anos e casados há dez. Atualmente trabalho em uma cidade distante 250 quilômetros de casa e todo fim de semana volto para ela, para nossa casa, nosso filho e mais dois cachorros. Anseio pelo dia em que possa trabalhar mais perto de casa, e ficar junto a eles direto”.

Renato Gonçalves da Silva Junior, técnico em regulação.
Juliana Lopes da Silva, técnica bancária



Arquivo Pessoal



“A nossa história começou em meados da década de 80, mais precisamente no ano de 1986, quando ainda éramos crianças. Os anos se passaram e a Mariana saiu da escola apenas três anos depois de nos conhecermos, cada um tomou um rumo, um destino diferente. Ela sempre morou na cidade de Santos e eu, em Cubatão. Não nos encontramos mais. Até que um dia, por meio de um grupo no Facebook de ex-alunos da escola que nós estudamos, fomos retomando

o contato aos poucos. As lembranças daquela época - mesmo não sendo tão presente nas nossas memórias - foram lançadas nas conversas da rede social. As conversas foram acontecendo com mais frequência a cada dia que passava, e exatamente no dia 15 de julho de 2011, a partir de uma brincadeira da Mariana ao fazer um anúncio de “procura-se homem” (que fique bem claro que o homem exigido no anúncio não existe e jamais existirá) com algumas letras pequenas fazendo exigências do tipo: presentes todos os dias, roupas lavadas, passeios e joias caras todos os dias, eu - sem pensar duas vezes - respondi ao anúncio dizendo que correspondia a todos os quesitos relacionados ao homem, mas sem os presentes, joias, roupas lavadas e tudo o mais que era pedido.

Ainda sem perder tempo, eu pedi em cima do anúncio um presente referente ao dia nacional do homem, que é comemorado no dia 15. O presente pedido foi para nos encontrarmos para vermos um filme, que por sinal foi o Cilada.com, que condizia muito com a situação que estávamos vivendo. A Mariana e o destino aceitaram o desafio, fomos ao cinema, deixando de lado assistir um jogo da Seleção Brasileira. Ainda bem, pois nesse fatídico jogo, o Brasil foi eliminado da Copa América após desperdiçar quatro pênaltis, mas nós não desperdiçamos a chance que nos foi dada e aproveitamos bem. Hoje estamos há um ano e meio juntos, com noivado marcado para o mês de junho e o casamento marcado para 2014”.

Mariana Nogueira - Relações Públicas

Wilber Gadi - Químico

“Tudo começou em novembro de 2008. Eu, com 16 anos, me reuni com meus amigos para irmos à uma feira literária, em Santos. Meus quatro amigos que me rodeavam sabiam que eu me interessava muito pela cultura japonesa e sempre estou lendo mangás. Assim que passamos pela porta principal, um de meus amigos disse “Gente, eu conheço aquele japonês. Ele trabalhou no laboratório de informática da minha antiga escola. Qual era mesmo o nome dele? Acho que é Jonas. Será que eu vou lá cumprimentar?”. Mas não deu tempo para ele finalizar sua frase, porque eu saí correndo.

Assim que meu amigo disse que conhecia o japonês, eu olhei para a direção que ele apontava e, por um instante, posso jurar que o tempo parou. Fiquei com medo de perder a coragem e a oportunidade, e pela primeira vez na vida, fui falar com o rapaz que eu nem conhecia. Fui correndo em sua direção e ele, percebendo que eu ia ao seu encontro, começou a me olhar estranho, provavelmente se perguntando quem eu era. O diálogo a seguir é completamente fiel, apesar de absurdo.:

- “Oi, tudo bem? Você é o Jonas, que trabalhou na Escola (tal)?”

- “Sim, desculpe, mas da onde a conheço?”

- “Eu? Ah, meu nome é Jessica! Sou amiga do Henrique, ali na porta. Ele disse que te conhecia, e eu vim... te cumprimentar”

O garoto japonês continuou me olhando estranho. Decidi ser um pouquinho mais direta e perguntei “Você tem namorada?”.

Ele deu um passo para trás e bateu com as costas na parede e disse que não. Eu, decidida perguntei “você quer me conhecer?”. Depois de um tempo em choque, o garoto disse “hã.. é sempre bom conhecer gente nova..”. Na conversa, descobri que tínhamos hobbies em comum. Eu passei para ele meu MSN e celular e fui embora, super feliz. Durante a feira eu sequer cheguei perto dos mangás, mas fiquei seguindo de longe o japonês misterioso por quem eu me apaixonei.

Alguns dias depois, Jonas me adicionou no MSN, e então pas-



samos a conversar todos os dias. Combinávamos e saíamos duas a três vezes por semana, e logo estávamos sempre mantendo contato. Eu estava convicta em tê-lo como meu namorado. Após duas semanas, eu disse a ele que gostava muito dele. Ele ficou um pouco sem jeito. Eu insisti por um mês para ele tentar comigo, e que se ele não gostasse de me namorar, viraríamos só amigos, sem ressentimentos.

Durante minha viagem de natal, estávamos falando sobre isso por MSN quando finalmente ele disse que estava me amando e não sabia o que fazer com esse sentimento novo! Voltei para Santos no dia seguinte e fui recebida com um buquê de rosas vermelhas e uma coruja de pelúcia enorme. Começamos a nos conhecer melhor e em janeiro de 2009 fui oficialmente pedida em namoro! Em 2013 fizemos quatro anos. Estamos pensando em noivar este ano, pois estamos fazendo planos para nossa casa. Até hoje, me pergunto o que foi aquele estalo que me fez falar com o rapaz que eu mal conhecia. Até hoje agradeço por ter dado ouvidos àquela voz do meu coração”

Jéssica Rocha - Administradora

Jonas Oshiro - Analista de Sistemas

Gente da gente

Uma blitz antes da balada

Divulgação GCV



Depois de um período de trabalho e estudo durante a semana, nada melhor do que um *happy hour* em um barzinho local ou as baladas do final de semana. Nas redes sociais, dias como sexta e sábado são constantemente louvados como o alívio da semana.

Com o lazer muito pedido pela população em geral, a elegância e estilo são fundamentais na escolha do que vestir para cada evento, fato comumente analisado pelas mulheres. Independentemente da idade, peças diferentes no mercado são a chave para o sucesso delas e das lojas que as vendem, pois as consumidoras se tornam divulgadoras da marca que as veste bem.

Esse nicho de mercado atraiu a atenção da santista Selma de Oliveira Cairaro Lapetina, que trabalhava há cerca de dois anos atrás com outro ramo: a produção de doces e salgados. “Com esse trabalho comecei a ajudar nas despe-

sas de casa”, conta. O trabalho fluiu, porém seu marido, que possui experiência na área comercial de grandes empresas de bens de consumo e alimentos, ficou desempregado, porém em um curto período, surgiu a oportunidade de ele trabalhar como Representante de Vendas para atuar no ramo de vestuário. “Ele trabalhava com três confecções em moda casual feminina e masculina, além da infantil. Seu atendimento é exclusivo para lojistas da Baixada Santista e região”, conta Selma.

Durante este pequeno período atuando como representante, a família teve a ideia de montar algo próprio para revender no ramo de vestuário. Foi necessária muita conversa para entrar de vez no novo negócio. “Por termos pouca experiência no ramo, qualquer início teria que ser com o menor risco possível”, afirma Selma. A ideia foi investir em um box em um shopping rotativo, inicialmente, na Ave-

nida São Francisco, no centro de Santos.

A ideia

A reserva do espaço foi o incentivo para a família decidir o público que eles desejavam atingir. “Optamos por trabalhar com a moda feminina voltada para o público mais jovem, com uma roupa estilo ‘balada’”. “Escolhemos vestidos diferenciados com estamparia, paetês, tipo bandage, além de blusas estilo chiffon, paetê, apliques, saias bandage e jeans diferenciados”, explica. “Nossas peças também atraem as mulheres mais maduras que gostam desse estilo de roupa, que querem sempre estar modernas para aproveitar os momentos aprazíveis, seja na balada, em um barzinho, em um clima mais romântico”, conta.

O nome *Blitz Fashion*, o logotipo e a divulgação por meio de fotos nas Redes Sociais foram realizados por sua filha Mariana, que é fotógrafa da Região. “O começo foi bastante difícil, justamente pelo fato de não termos nenhuma experiência no comércio. A dificuldade sentida por mim foi na área de estoque e precificação. Porém, meu marido possui experiência na área e tem dado sua contribuição na loja”, afirma Selma. “Adotamos critério para descontos promocionais através de panfletagem e desconto para pagamento à vista. Estamos preparados para um início de investimento, mas temos certeza que o retorno será garantido”, conta Selma.

O retorno já se mostra satisfatório, pois a Blitz Fashion mudou de endereço no mês de abril, mi-



grando do box para uma loja na Galeria Ipiranga, no coração do Gonzaga (endereço). “Durante os quatro meses com o Box no Centro de Santos, fomos observando o público e estilo do local. Começamos a pensar na possibilidade de continuarmos no comércio e com o mesmo estilo, pois já havíamos detectado que nossas roupas eram bem aceitas pelos clientes que já havíamos fidelizado”, conta Selma.

“Com a ideia de fazer o movimento aumentar, começamos a

procurar um outro ponto comercial para recomeçarmos com a Blitz Fashion. Encontramos essa loja: um ponto já montado que tinha as características do nosso produto”, afirma. “Demos uma pequena repaginada no local, onde podemos oferecer um conforto melhor, mais opções de modelos e, com a ideia de alavancar nossas vendas”, diz a proprietária.

Em função da mudança de local, Selma afirma que ocorreu uma mudança no perfil dos visitantes

da loja e que há uma mudança dos fornecedores para adequar a loja ao público-alvo que se quer realmente atingir. “Acreditamos na loja em função do perfil escolhido. Nossos produtos, principalmente os vestidos, são encarados como peça de desejo, o que intensifica a venda pelo método: olhou, gostou, encantou, provou, levou. Observamos que são poucas as lojas que tem um foco neste segmento na cidade. Algumas até trabalham com peças no estilo, mas não é o foco da loja”, diz. “A Blitz Fashion tem puramente este foco. Temos certeza e acreditamos no trabalho e no investimento voltado para a divulgação”, comenta e finaliza: “Queremos sempre poder dizer que ‘Sua Balada, começa aqui!’, na Blitz Fashion”.

Anota aí

Blitz Fashion
Galeria Ipiranga
Rua Fernão Dias, 34, loja 12.
(Ao lado do Shopping Parque Balneário)
www.facebook.com/lojablitzfashion

Seus Problemas Virando Soluções



Se você é um empreendedor que sempre busca crescer e deseja o melhor para o seu negócio esse é o momento certo. O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista disponibiliza a **Sala do Empresário** onde seus problemas viram soluções.

Venha tomar um café e elaborar seu plano de negócios, com ele você mapeia quanto investiu, como andam os números e no que pode melhorar perante a concorrência.

E mais!

- Apoio Jurídico
- Apoio no setor de Marketing;
- Consultores Especializados;
- Auxílio Administrativo e de Gestão Empresarial;
- Computadores com acesso livre à Internet, equipados com Wi-Fi Zone.

Entre em contato e saiba mais.
Fone: (13) 2101-2844



Responsabilidade Social

Vamos doar sangue?

Com a chegada do inverno, os estoques de sangue nos hemocentros caem consideravelmente. O Ministério da Saúde alertou em 2012 que os estoques nos hemocentros de todo o país começam a baixar em meados de maio em razão do período de frio e chuvas e também da aproximação das férias. Dados da pasta indicaram que, nessa época, há redução de 20% a 25% no número de doações no Brasil. De acordo com o ministério, no Rio de Janeiro, em São Paulo e no Rio Grande do Sul, onde a necessidade de sangue é maior, o quadro é ainda mais grave: a queda nas doações chega a 40%.

“O ideal é que as pessoas se conscientizem deste ato tão importante e doem sempre”, conta o gerente administrativo do Sindicato, Marco Antonio Guimarães. “O ideal para quem não doou este ano, que façam-o antes que a estação mais fria do ano chegue”, diz. A observação se dá pelo fato de, segundo a secretaria, no mês de julho aumenta o fluxo de veículos nas estradas devido às férias escolares e, conseqüentemente, há maior risco de acidentes e de feridos necessitando de sangue nos hospitais. É necessário que haja disposição para sair de casa nos dias mais frios para que não se perca potenciais doadores.

No último levantamento, cerca de 300 mil pessoas doam sangue todos os meses, o que representa 1,8% da população. Entretanto, como o material é perecível, a pasta faz um alerta

para a necessidade de reposição do estoque.

Condições

Qualquer pessoa com peso acima de 50 quilos e idade entre 18 e 67 anos pode doar sangue. No momento da doação, é necessário apresentar documento com foto válido em todo território nacional.

As orientações do ministério são para que os doadores não estejam em jejum; façam um repouso mínimo de seis horas na noite anterior à doação; não tomem bebidas alcoólicas nas 12 horas anteriores; evitem fumar por, pelo menos, duas horas antes da doação; e evitem alimentos gordurosos nas três horas antecedentes.

Não podem doar sangue pessoas com diagnóstico de hepatite após os 11 anos de idade; mulheres grávidas ou amamentando; pessoas expostas a doenças transmissíveis pelo sangue, como aids, hepatite, sífilis e doença de Chagas; usuários de drogas; e pessoas que tiveram relacionamento sexual com parceiro desconhecido ou eventual, sem uso de preservativos.

Pessoas que exercem profissões como piloto de avião ou helicóptero, condutor de ônibus ou caminhão de grande porte e, ainda, trabalhadores que sobem em andaimes devem interromper as atividades por 12 horas após a doação. A mesma recomendação é válida para quem pratica de paraquedismo ou mergulho.

Onde Você Pode Doar Sangue

Hemocúcleo - Hospital Guilherme Álvaro

R. Osvaldo Cruz, 197 - Boqueirão - Santos
De segunda a sexta-feira, das 7 às 17 horas.
Último sábado do mês, das 7 às 12 horas.
(13) 3233-4265

Hospital de Bertoga

Rça Vicente Molinari, s/n, V. Itapanhaú - Bertoga
O Centro Transfusional realiza agendamento para cada 15 dias de descollerem em uma venia até Santos para a doação.
O sangue é encaminhado para Bertoga.
(13) 3319-9890

Hospital São José

Rua Frei Gaspar, 790, Centro - São Vicente
De segunda a sexta-feira, das 8 às 10 horas.
(13) 3569-6000

Hospital Modelo de Cubatão

Av. Henry Borden, s/n - Jardim Santa Rosa - Cubatão
De segunda a sexta-feira - das 7 às 14 horas
(13) 3362-5400 - ramal 5217

Santa Casa de Santos

Av. Cláudio Luiz da Costa, 50 - Santos
De segunda a sexta-feira, das 7 às 17 horas,
e aos sábados, das 7 às 11 horas.
(13) 3202-0600

Casa de Saúde de Santos

(Serviço de Medicina Transfusional)
R. Dr. Armando Sales de Oliveira, 138 - Santos
De segunda a sexta-feira, das 7 às 14 horas,
e aos sábados, das 7 às 11 horas.
(13) 3232-4772

Beneficência Portuguesa de Santos

Av. Bernardino de Campos, 47 - Santos
De segunda-feira a sexta-feira,
das 7 às 12 horas - (13) 2102-3434

Hospital de Mongaguá

Avenida São Paulo, 826, Centro - (13) 3505-6060 ramal - 227
Agência Transfusional faz agendamento para doação no Hemocúcleo de Santos. Uma vez por mês uma van sai da cidade e leva os doadores gratuitamente. O sangue é encaminhado para Mongaguá.

Hospital Ana Costa

R. Amazonas, 145 - 8o. andar - C. Grande - Santos
De segunda a sexta-feira, das 8 às 14 horas.
(13) 3226-6252

Hospital Santo Amaro

R. Quintino Bertoldi, 40 - Vila Maria - Guarujá
De segunda a sexta-feira, das 8 às 13 horas.
O local funciona em alguns sábados, porém é necessário ligar no local um dia antes para confirmação - (13) 3382-681

Hospital de Itanhaém

Av. Rui Barbosa, 541 - Centro - Itanhaém
De segunda a sexta-feira, das 7 às 12 horas
(13) 3421-1900

EMPÓRIO PROPLASTIK
PRODUTOS NATURAIS

Mais sabor e qualidade de vida para você!

AQUI TEM TUDO PARA UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL!
Estacionamento Próprio

Av. Dr. Pedro Lessa, 2343 - Embaré
Tel.: (13) 3202-0300
WWW.PROPLASTIK.COM.BR

Ely Cury
DESPACHANTE

Rua Carvalho de Mendonça, 202
Tels.: (13) 3232-8441 - 3232.8295
E-mail: elycury@uol.com.br

PROJETO MÓVEIS PARA ESCRITÓRIOS E INFORMÁTICA LTDA.

COMPLETA LINHA DE MÓVEIS PARA: ESCRITÓRIO • INFORMÁTICA • ESCOLAR

DISTRIBUIDOR DE COFRES:

- RESIDENCIAIS
- INDUSTRIAIS
- COMERCIAIS
- POSTOS DE GASOLINA

www.projetomoveis.com.br

ORÇAMENTO SEM COMPROMISSO • PLANEJAMENTO NO LOCAL

Loja: Av. Ana Costa, 69 - Tel/Fax: (13) 3222.6927/7084

Palestra

Por que sua empresa deve estar no Facebook?

reprodução



No dia 19 de junho, a partir das 19 horas, o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista recebe a palestra “Por que sua empresa deve estar no Facebook”. Ministrada pela consultora e sócia da Única Soluções Inteligentes, Larissa Forjanes, a palestra busca orientar o setor e passar informações valiosas para o sucesso das empresas.

“O Facebook é uma rede com características únicas. As empresas devem utilizar esta rede, focalizando-se num público alvo, mais dinâmico e mais pró ativo”, conta. “O público do Facebook adere, partilha e aceita desafios, mas é preciso cativar a sua atenção”, afirma Larissa.

Segundo ela, muitas marcas estão presentes no Facebook, “mas se analisarmos algumas, verificamos que pouco fazem com a sua rede. Não lançam promoções especializadas, não cativam os utilizadores e limitam-se a ‘despejar’ conteúdo. É preciso haver interação entre os utilizadores e as marcas”, afirma.

Crescimento da empresa

A palestrante, que possui mais de dez anos de experiência nas áreas de Recursos Humanos e Tecnologia da Informação, explica que utilizando a rede Facebook, as empresas podem crescer através do envolvimento do público com a marca, empresa ou serviço, da comunicação em geral, na criação de anúncios segmentados e nas informações do seu público-alvo. Como resultado, aumentando as vendas.

Na programação da palestra constam informações sobre motivo de o Facebook ser mais do que uma rede social, com dados interessantes de recursos da própria rede. A palestrante explica as diferenciações de Perfis e FanPages, o que são abas, como fazer análises de mercado e da concorrência, dentre outros.

A palestra ocorrerá no Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista (Avenida Ana Costa, 25) e possui duas horas de duração. Os valores para associados é de R\$ 50,00 e não-associados R\$ 80,00. Inscrições através do telefone da Única-Soluções.Inteligentes (13) 4141-1971 ou pelo telefone do Sindicato (13) 2101-2881.

Divulgação



por Larissa Forjanes
Consultora da Única
Soluções.Inteligentes
www.usi.net.br

SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Questão estratégica para as organizações

Atualmente, na busca por novos desafios, os itens como remuneração e os benefícios deixaram de exercer um papel determinante para que o profissional decida aceitar uma nova proposta de emprego.

Todos nós buscamos estabilidade e conforto mantendo o padrão de vida conquistado, e, se possível, melhorar e atingir novos padrões. Hoje em dia, os empresários têm consciência da importância de “gerenciar a felicidade” de seus funcionários e pesquisas informam que 30% do seu tempo estão sendo desenvolvidos na retenção de profissionais.

É evidente que um funcionário motivado, que se sente reconhecido, vai se sentir mais realizado e feliz. Essa sensação fará com que ele tenha maior produtividade, satisfação e gosto pelo que faz.

Como motivar diferentes gerações dentro de uma mesma organização? Como identificar as motivações para cada grupo de funcionário? Para os líderes, fica o desafio de acertar respostas para gerar soluções para todos estes questionamentos.

Elabore em conjunto com o RH um plano interno. Se você não possui esse departamento, busque orientação e faça você mesmo. Fique próximo do seu funcionário, escute-o, entenda como poderá ser assertivo nestas escolhas, garantindo que seus funcionários encontrem satisfação em suas funções e se sintam felizes e recompensados. Desta forma, ocorrerá o envolvimento emocional dos colaboradores na empresa.

Não perca tempo, pois funcionário feliz é \$ no seu caixa.

Bertioga

Sindicato inicia série de eventos, como palestras e workshops

Fotos: Diretoria de Comunicação da Prefeitura do Município de Bertioga



O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista promove, em parceria com o Senac, o programa “Ganhe mais com o seu negócio”. O programa contempla todas as cidades da Baixada e tem início nos dias 20 a 24 de maio, em Bertioga.

O primeiro workshop intitulado “Custos e Formação de Preço” visa adequar a estrutura de custos e preços de vendas, articulando conhecimentos sobre as ferramentas - modelos e instrumentos – específicas, e condições de mercado, para subsidiar tomadas de decisões que visem sustentabilidade, perenidade e competitividade do negócio.

O programa engloba Custos: Conceito, nomenclatura e elementos; custo de produtos e serviços; estoques: critério de avaliação e Sazonalidade; formação de preço de venda; análise de mercado (oportunidades e ameaças) e análise custo-volume-lucro.

A carga horária é de 16 horas e as vagas são limitadas. O encontro ocorre na CDL Bertioga (Av. Anchieta, 1189 Bertioga). Informações pelo telefone (13) 3317-2541.

Comemoração da Cidade

No dia 19 de maio, a cidade de Bertioga comemora 22 anos de emancipação político administrativa. A história conta que a cidade foi visitada em 1532 por João Ramalho, a fim de verificar a possibilidade de estabelecer no local uma

fortificação para defender São Vicente dos ataques dos índios tamoios. Nesta época, Bertioga iniciou seu povoamento. Em 1547, foi construído o Forte São João, hoje cartão postal da Cidade. No início do século XVIII, a cidade ganhou grande importância, quando fora descoberta uma forma para iluminar as vias públicas utilizando o azeite de baleia. Segundo estu-

dos, por esta razão foi criada a Armação das Baleias, local destinado à estocagem de óleo e à pesca desse animal. Relatos afirmam que o azeite vindo de Bertioga contribuiu para a iluminação de cidades da Baixada Santista como Santos e São Vicente e até “subiu a serra”, seguindo para São Paulo e outras cidades.

O desenvolvimento econômico e urbano de Bertioga, inclusive como Estância Balneária, veio em meados dos anos de 1940. Depois de duas tentativas para a conquista de sua autonomia, Bertioga obteve, em 19 de Maio de 1991, através de plebiscito, sua emancipação do município de Santos, data em que se comemora o aniversário de Bertioga.

Atualmente, Bertioga tem uma população de 47.645 habitantes e uma área de 490 quilômetros quadrados, com o turismo sendo um dos principais focos da economia local, atraindo turistas do país inteiro e do exterior. A cidade oferece atrações naturais, como por exemplo, cachoeiras e belas praias.



Ticket Médio dobra no Dia dos Namorados este ano

Pesquisa é do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista

A celebração do amor, do respeito e do companheirismo é cada vez mais procurada pelas pessoas. A comemoração romântica do Dia dos Namorados com presentes que agradem o parceiro (a) são cada vez mais pensadas e organizadas antecipadamente.

Pesquisa realizada pelo Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista nas nove cidades da Região indicou o perfil do consumidor para este período, e também, a expectativa dos empresários do setor. Na parte I da pesquisa, realizada com 2.500 consumidores indicou que o valor do ticket médio dobrou em relação ao ano passado, com a média de 101 a 200 reais, com 52% das respostas. Ano passado, os entrevistados responderam em maior porcentagem entre 50 e 100 reais. “O que não significa que a expectativa de vendas será o dobro do ano passado, que foi de 15%. O que está sendo analisado é que o consumidor garante um poder maior de compra, devido à quitação de dívidas na região, porém normalmente, desta porcentagem, uma parte termina por comprar em menor valor para não entrar em novas dívidas”, conta o presidente do Sindicato, Alberto Weberman. Portanto, a expectativa de vendas para a região, que está aquecida, gira em torno de 20% em relação ao ano passado, o qual foi um momento de reaquecimento.

O item que será mais comprado são as roupas e perfumes, com 21% cada, seguidos respectivamente de produtos de informática, como tablets e notebooks, calçados, acessórios como bolsas e relógios, lingerie, flores e jóias.

O meio de pagamento mais uti-

lizado será o cartão de débito, com 29% dos casos, seguido de cartão da loja parcelado, com 26%. A escolha de cartão de crédito ficou com 23% e, por último, o dinheiro à vista com 22%, o que comprova que em 51% dos casos, o pagamento será quitado no momento da compra. “Diferentemente de grandes períodos como o Natal, o Dia dos Namorados é uma data diferente, onde não se verá tanto movimento nas ruas, porém os maiores valores vêm do consumidor unitário, que comprará mais. É um período onde as compras são feitas com maior pesquisa e escolha. Na hora da compra, as pessoas já têm uma noção do que querem dar e seguem direto para as lojas segmentadas do produto”, ressalta Weberman.

A Parte II, realizada com o setor patronal para medir a expectativa de vendas, indicou que 82% dos 2500 lojistas acreditam que as vendas terão um aumento este ano. Para aumentar as vendas, os empresários do setor investem em vitrine, com 27%, seguido de novos produtos, com 16% e promoções, com 15%. Porém, segundo os consumidores, o fator mais importante para a decisão de compra é o bom atendimento, com 21% das respostas dos consumidores, seguido exatamente dos itens que os empresários estão investindo. “Com a junção destes fatores determinantes, teremos excelentes vendas no período”, afirma o presidente.

Perguntados sobre quem eles mais atendem na compra do presente para a data e quem mais presenteia, os lojistas responderam os dois, com 45% das respostas. Porém bem próximo ficaram “mais as mulheres”, com 41%. “Mais os homens” ficaram com 14% das repostas.

Hora da Pausa



Divulgação

por **Gabriela Herrerias Gavira**
Psicóloga
CRP 06-106885
Tel.: (13) 9749.2193
email: gabihgavira@yahoo.com.br

AO MENOS, TENTE!

O que te faz feliz? Você já parou para refletir? Qual a importância que você tem dado para seus sonhos?

Talvez com a rotina e obrigações do dia a dia acabamos por deixar um pouco de lado o que realmente queremos para nós ou, às vezes, acabamos desistindo de algo por medo de “não dar certo” antes mesmo de tentar. Com isso, acabamos nos acomodando e pensando: “deixa assim como está” ou “não vou voltar atrás”. Ficamos presos por algum orgulho ou por medo de nos machucar se der errado.

Com o tempo achamos que, ao evitar entrar em contato com nós mesmos, estamos também evitando algum tipo de frustração. Tudo bem, podemos sim estar evitando uma possível “frustração”, mas ao mesmo tempo, podemos perder a oportunidade de vivenciar momentos incríveis e significativos em nossas vidas.

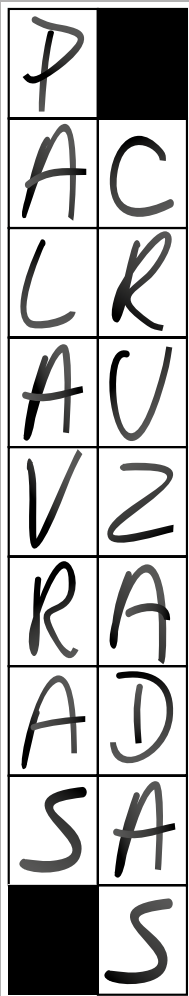
Tudo tem chance de dar errado, mas também grandes chances de dar certo. É só começarmos a olhar o “dar errado” de outra forma. Em vez de desistirmos por medo do que está por vir, podemos nos questionar: “Quais são as evidências de que tal objetivo dará errado?”, “E se der errado, o que posso fazer a respeito?”, “Quais novos caminhos posso seguir para que tudo dê certo?”.

O medo faz a gente cuidar, de certa forma, mas se for em excesso, ele nos aprisiona, nos paralisa, toma conta. Experimente assumir seus sentimentos e sonhos, mergulhe, envolva-se e pergunte: “Por que não?”. Tome esta atitude por você!

Não podemos ficar sempre no mesmo lugar, permanecer na zona de conforto e acostumar-nos com o “mais ou menos”. Os sonhos movimentam as pessoas, ele te impulsiona para frente, faz você sair do lugar. Com isso, abrem-se novas possibilidades que nos fazem conhecer outras realidades e outros significados.

Seja fiel com você mesmo, com suas emoções e sentimentos. Não deixe seus sonhos serem esquecidos por você, descanse quando precisar, mas não estacione. Ao menos tente! A vida lá fora está acontecendo, passando... E você? O que está fazendo a respeito disso?

Refleta, conheça você mesmo, questione-se, erre, perdoe, movimente, acredite em você. Viva! Um dia, li em algum lugar algo assim: “Coloque a mão do lado esquerdo do peito”. Colocou? Está escutando? Então, este barulho é o tictac do tempo que está passando. Você está vivo, vai ficar aí parado? Qual é a sua escolha?



Solução das cruzadas da edição nº 194



Comprovante de quitação do crediário	Deus em "teocrata"	Garrafa pequena de vidro (pl.)	(?) do Pescador, jóia papal	Pequeno roedor comestível
Estontear		Sede do reinado da Arábia Saudita		Arma não letal usada por forças de segurança
Ex (?): FHC e Itamar (BR)				
Compositor da escola de samba Portela	Poema lírico	Egberto Gismonti, compositor	Estilo de música dos Racionais MCs	
Início de jornada (pl.)	Amante (fem.)		Escanteio (fut.)	Os meios de fuga do antilope impala
		Ponta (?), cidade do Paraná	Caudas	
		Estrondado		
Primeiro personagem de Disney a vir para o Brasil (HQ)	Sinal diacrítico de "pão" (Gram.)	Estabelecimento como o "pub"		Apresentar sintoma de psicoses
Berço das primeiras civilizações		Adivinha; pressagia		
		Beira; margem	Apaga (arquivo no computador)	Edith (?), diva da música francesa
(?) Ribeiro, humorista	Ordinal (abrev.)		Letra grega símbolo da Psicologia	
Falsidade; infidelidade	Enganado; logrado	(?) Brandão cantora da MPB		Tipo criado por Renato Aragão (TV)
Antigo navio de guerra		Lançamento musical com algumas faixas, também chamado de minialbum (abrev.)	Fim, em espanhol	
Conjunto de efeitos acústicos de uma telenovela	Doutrina como a dos mórmons			Desmond Tutu, religioso sul-africano

Zlep. 3/fm/4noça — rad. 5/lluso. 6/ctmer — sãtos. ONANB

QCV Inteligente como você!
Te levando aonde você quer chegar.



ESPLÊNDIDA móveis

Móveis Coloniais
Estofados
Copas
Peças

Vendas a Vista e a Prazo

Ligue: 3235.3453 / 3232.8266

Av. Sen. Feijó, 275 - Santos

Automação Comercial

Softwares para Restaurantes e Comércio em Geral
Impressoras Fiscais
Contratos de Manutenção

15 anos de experiência
Baixada Santista
Mais de 3.000 clientes atendidos

Help Desk
Informática & Automação

(13) 3324-4110

Açúcar

Dra. Aracy Freitas Dornelas

Nutricionista.

Hospital Ana Costa.

Rua Pedro américo, 60.

Produzido comercialmente a partir da cana de açúcar ou da beterraba, o açúcar é utilizado para melhorar (adoçar) o gosto de bebidas e alimentos. Possui várias formas de apresentação, a mais comum entre elas seria a sacarose, conhecida popularmente como açúcar de mesa (refinado ou branco), açúcar mascavo, refinado granulado, açúcar de confeitiro, orgânico, entre outros.

Há diversos efeitos indesejáveis do consumo excessivo de açúcar, pois pode causar cárie dentária, aumento da produção de insulina (hormônio responsável pela redução do açúcar no sangue), aumento de peso, contribuindo para a obesidade.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que todos os países, inclusive o Brasil, diminuam o consumo de açúcar na alimentação, visando combater a epidemia da obesidade, que vem aumentando mundialmente neste início do século 21.

Além da obesidade, o consumo excessivo do açúcar contribui para o surgimento de outras doenças, tais como, as cardiovasculares, diabetes tipo 2 e até alguns tipos de câncer. Isso porque o açúcar

aumenta a acidificação do sangue, fermenta o sistema digestivo, altera a produção dos hormônios, entre outros malefícios.

No refinamento, o açúcar branco passa por um processo que retira as vitaminas e sais minerais, deixando apenas as “calorias vazias” (sem nutrientes), permanecendo cerca de 99,8% de sacarose. Já o açúcar mascavo não passa por este processo, portanto, não contém aditivos químicos, sendo considerado um produto natural, rico em nutrientes e vitaminas.

O açúcar refinado é um alimento que vem sendo substituído por adoçantes e açúcar *light* (mistura da combinação do açúcar refinado com adoçantes dietéticos). Diabéticos devem evitar além dos açúcares refinado, mascavo e *light*, alguns adoçantes dietéticos como frutose, sorbitol e manitol. Os outros podem ser consumidos, porém, é importante estar atento às recomendações do médico ou nutricionista.

É possível diminuir o consumo sem alterar o sabor dos alimentos. O ideal se-



Divulgação

ria reduzir gradativamente a quantidade de açúcar na alimentação diária e adaptar o paladar ao sabor natural dos alimentos, pois muitos já possuem açúcar naturalmente em sua composição. É necessário também, diminuir o consumo elevado de alimentos e bebidas industrializadas, que possuem alta concentração de açúcar.

Nós temos um plano para você sorrir sempre.



- um benefício de qualidade custa menos do que você imagina
- nossas referências são os nossos clientes
- planos a partir de 5 pessoas (mínimo de 2 titulares)
- certificado de qualidade ISO 9001-2008
- ampla rede credenciada
- mais de 150 procedimentos cobertos

Consulte seu corretor
ou ligue para

4003-0161



www.apoodonto.com.br

Somente para associados ao Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista