

# O MASCATE

A Revista do Comércio

Ano XXIII - Nº196 - JULHO/AGOSTO DE 2013



SINDICATO DO  
COMÉRCIO  
VAREJISTA  
DA BAIXADA SANTISTA



## Semana do desconto

BAIXADA SANTISTA

de 14 a 20 de setembro

**Uma oportunidade imperdível para associados e contribuintes. Participe!**

**Gente da Gente**  
Tradição e experiência



**Projeto VLT**  
Encontro ocorreu no início de junho



**Treinamento**  
Fuja do devedor profissional



# SUMÁRIO

## 5 Contribuição Assistencial Patronal 2012-2013

## 6 Quadro de Avisos

Confira também as dicas culturais do bimestre

## 7 Economia

Ideologia não enche a barriga de ninguém. E agora?

## 8 Legislação

Cupons Fiscais devem exibir o valor dos impostos dos produtos

## 10 Amor de pai não tem idade

Conheça histórias interessantes e inspire-se

## 11 Dia dos Pais terá aumento de 5% nas vendas

Pesquisa é do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista.



13

## Gente da Gente

Tradição e experiência



14

## Projeto VLT é apresentado para o Comércio Varejista

Encontro ocorreu no início de junho e reuniu comerciantes e autoridades interessadas no tema

## 16 Sala do Empresário

Espaço comemora um ano com grandes conquistas

## 17 Capacita Comércio

Sindicato e Única Soluções Inteligentes oferecem um projeto inédito na Região

### • Coluna Empresarial

Qualificação profissional para além da Copa do Mundo

## 18 Jurídico: Manutenção de Cadastro Negativo de Devedor

## 19 Microempreendedor

Confira procedimentos para registrar encerramento de MEI na Jucesp

### • Hora da Pausa

Planos para o segundo semestre



20

## Treinamento

Fuja do devedor profissional

## 21 Saúde: Hidratação no Inverno

## 23 Palavras Cruzadas



## Semana do Desconto

Uma oportunidade imperdível para associados e contribuintes. Participe!



## Novos Associados SCVBS e ACVS

- R C Seabra & Moraes Ltda
- Fabiano Luiz Bezerra da Silva ME
- Itamar Cortez Ferreira – ME
- World Advantage Comercial Ltda ME
- Rudmário Cardoso Vestuário-ME
- J.A da Conceição Santos Melo-ME
- Colégio Nascimento 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](http://www.scvbs.com.br)  
e-mail: [scvbs@scvbs.com.br](mailto:scvbs@scvbs.com.br)

### Redes Sociais:

 [www.facebook.com/scvbs](http://www.facebook.com/scvbs) ;  
 [www.twitter.com/scvbs](http://www.twitter.com/scvbs) ;  
 [www.youtube.com/scvbs1](http://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](mailto:comercial@scvbs.com.br)

### Departamento Comercial:

Andrea Mano: (13) 2101.2881  
e-mail: [comercial@scvbs.com.br](mailto: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](http://www.scvbs.com.br) e <http://issuu.com/scvbs>.

Fotos: Carina Seles

Publicação finalizada em 24/06/13

# Palavra do Presidente

## Fortalecendo o comércio



Alberto Weberman

O Sindicato do Comércio Varejista vem promovendo pesquisas e mostrando soluções para que o comércio se mantenha em um bom ritmo, atendendo prontamente aos clientes e fornecedores da maneira mais adequada para que se obtenha sucesso em vários requisitos. Com isso, o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista oferece um presente aos associados e contribuintes e lança a **Semana do Desconto Baixada Santista**.

O projeto foi pensado especialmente para você, empresário, que deseja promover sua empresa para que ela seja visualizada por centenas de pessoas ávidas a comprar, em um mês considerado de baixa demanda. A intenção do Sindicato e da parceria com a TV Tribuna é fazer com que os estabelecimentos tenham a oportunidade de divulgação gratuita de seus produtos, em vários canais de divulgação na internet e no meio televisivo, e que estes tenham descontos atraentes para que os clientes visitem a loja.

A Semana do Desconto é uma real oportunidade de aumento nas vendas para associados e contribuintes das nove cidades da Região. Temos este foco para que o comerciante venda mais, com baixo custo e que todos saiam felizes no momento de compras. Diversos segmentos do Comércio Varejista podem participar. Confira na matéria de capa mais informações sobre o projeto e os benefícios para sua empresa.

Outro novo projeto de grande importância para a sobrevivência das empresas é o

**Capacita Comércio**, realizado em parceria com o Senac e a empresa Única Soluções. Inteligentes. Como divulgamos nos resultados de nossas pesquisas, é nítida a falta de tratamento adequado para o bem mais precioso que temos: o cliente. Este é o outro lado da troca para que ocorra o comércio. Sem nossos clientes não ocorrem as vendas, correto?

O bom atendimento é entender os desejos e necessidades de seus clientes, sendo educado e se importando com as necessidades do mesmo. É tratá-lo como você gostaria de ser tratado. O Capacita Comércio oferece esta oportunidade gratuita nas nove cidades da Baixada Santista para gerar profissionais capacitados e habilitados para desempenhar uma função, com treinamentos e palestras de grande importância para que este objetivo seja alcançado.

É importante que os dados de sua empresa estejam atualizados no nosso banco de dados para que receba as novidades e calendários dos cursos, pois a divulgação ocorre em nossos canais virtuais, como e-mail, site, blog e Redes Sociais.

Lembrando que estamos sempre a postos para lhe atender e oferecer o suporte para que sua empresa seja um sucesso. Oferecemos diversos benefícios e temos um espaço que completa um ano neste bimestre: a Sala do Empresário, um espaço localizado dentro do SCVBS que comporta diversos tipos de serviços para solucionar dúvidas e direcionar os empresários da região.

Boa leitura!

# 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](mailto:contribuicao@scvbs.com.br).

# Contribuição Assistencial Patronal 2012-2013 (Recobrança – 31/07/2013)

## Convenção Coletiva de Trabalho 2012-2013

A Contribuição Assistencial Patronal é obrigatória para todas as empresas integrantes da categoria econômica, independentemente de seu porte, número de empregados, enquadramento em regimes especiais do Governo Federal, Estadual e Municipal, ou de filiação ao Sindicato.

Esclarecemos que o pagamento da Contribuição Assistencial é obrigatório nos termos que dispõe o artigo 8º – Inciso IV da Contribuição Federal, destinando-se ao “custeio do sistema confederativo da representação sindical respectiva...” e tendo o devido respaldo jurídico na alínea “e” do artigo 513 da CLT: “impor contribuições a todos aqueles que participam das categorias econômicas ou profissionais ou das profissões liberais representadas”. Portanto, a letra ‘e’ do artigo 513 da

CLT dá possibilidade aos sindicatos de cobrar a Contribuição Assistencial, que é a prevista nos acordos, convenções ou dissídios coletivos.

A Contribuição Assistencial Patronal nada tem a ver com a mensalidade associativa, a criação da contribuição assistencial encontra previsão constitucional e também é prevista na Convenção Coletiva de Trabalho.

Os valores e as condições de pagamento foram aprovados pela Assembléia Geral Extraordinária convocada para tal através da publicação de edital, composta pelas empresas da categoria, e estão inseridos na cláusula 38ª da Convenção Coletiva de Trabalho 2012/2013, instrumento de cumprimento obrigatório para todas as empresas da categoria.

Somente Sindicatos legalmente reconhecidos pelo Ministério do Trabalho é que têm a legitimidade para assinar Convenções Coletivas, e com isso também receber a Contribuição Assistencial.

Portanto uma vez instituída, a Contribuição Assistencial Patronal é extensiva aos sócios e não sócios do Sindicato.

O vencimento da Contribuição Assistencial Patronal-2012/2013 foi em 30/11/2012 e a RECOBRANÇA está sendo enviada com vencimento para o dia 31/07/2013, caso a empresa já tenha efetuado o pagamento, queira por gentileza entrar em contato conosco.

Maiores informações: (13)2101-2822; 2101-2833; 2101-2874 ou [contribuicao@scvbs.com.br](mailto:contribuicao@scvbs.com.br).

**Atenção Comerciante!**

Você é nosso convidado para comparecer ao lançamento do projeto  
**Semana do Desconto - Baixada Santista**  
Venha conhecer essa iniciativa pioneira no comércio da região.

Data: 04 de julho de 2013  
Local: Avenida Ana Costa, 25  
(Auditório do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista)  
Horário: 9h (café de boas vindas)  
9h30 (Apresentação do Projeto)  
Confirme sua presença pelo telefone : |13| 2101.2868

**Semana do desconto**  
BAIXADA SANTISTA  
de 14 a 20 de setembro

TV TRIBUNA

Juntos para Fortalecer o Comércio

SINDICATO DO COMERCIO VAREJISTA DA BAIXADA SANTISTA

# Quadro de Avisos

## Curso Manipulação de Alimentos

**Dias:** 15 - 16 e 29 - 30/07 ; 12 - 13 e 26 - 27/08/2013 **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

“Não criarás a prosperidade se desestimulares a poupança. Não fortalecerás os fracos por enfraqueceres os fortes. Não ajudarás o assalariado se arruinares aquele que o paga. Não estimularás a fraternidade humana se alimentares o ódio de classes. Não ajudarás os pobres se eliminares os ricos. Não poderás criar estabilidade permanente baseada em dinheiro emprestado. Não evitarás dificuldades se gastares mais do que ganhas. Não fortalecerás a dignidade e o ânimo se subtraíres ao homem a iniciativa e a liberdade. Não poderás ajudar aos homens de maneira permanente se fizeres por eles aquilo que eles podem e devem fazer por si próprios” – **Abraham Lincoln**

## Dicas de Filme



**Os Smurfs 2:** O malvado feiticeiro Gargamel continua determinado em roubar a Essência dos Smurfs e criou, para esse efeito, duas pequenas criaturas que são muito semelhantes às adoráveis criaturas azuis, no entanto, as suas semelhanças físicas não são suficientes para os aproximar da misteriosa essência do Mundo dos Smurfs.  
**Estreia prevista para 02 de agosto.**

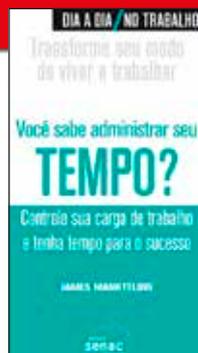


**Wolverine - Imortal:** Baseado no celebrado arco dos quadrinhos, este épico de ação e aventura leva Wolverine, o personagem mais icônico do universo dos X-Men, ao Japão dos dias de hoje. Em mundo desconhecido e fora de seu território, ele enfrenta seu inimigo final em uma batalha de vida ou morte que o deixará marcado para sempre.  
**Estreia prevista para 26 de julho.**

## Dicas de Livro



**Relações com o consumidor,** por John E. Forde: O autor destaca que as relações com os consumidores devem ser a base de todos os negócios. Contudo, algumas organizações não dedicam tempo para treinar seus funcionários, que, muitas vezes, não veem a importância de tratar os consumidores de maneira adequada. Seguindo ele, quando os relacionamentos com os consumidores e clientes melhoram, o potencial para o sucesso corporativo aumenta. Este livro ensina como fazer todas as etapas.  
**Preço Médio: R\$ 22,90. Editora Senac Rio.**



**Você sabe administrar seu tempo?,** por James Manktelow: Coisas demais para fazer? Saiba como estabelecer as prioridades e conseguir que tudo seja feito. A administração eficaz do tempo ajuda a aumentar a produtividade, a conseguir uma carreira mais bem-sucedida e a extrair o melhor de sua vida pessoal. Série Dia a Dia no Trabalho.  
**Preço Médio: R\$ 29,90.**  
**Editora Senac São Paulo.**

Programação de cinema sujeita a alterações.

Conforme explicado pelo presidente Alberto Weberman, na Palavra do Presidente desta edição, e exemplificado de forma superficial pela mídia, o País vêm passando pela inflação. Os comerciantes e clientes sentem este quadro pelo preço final dos seus produtos e pela menor demanda de compras.

Felizmente, conforme pesquisas do próprio Sindicato, a Baixada Santista se mostra afetada com a situação de uma forma macro, pois afeta todo o país, porém, ao analisar os dados das respostas dos consumidores é visto que o quadro na Região se encontra ligeiramente mais favorecido para compras, inclusive pelas datas comemorativas. As últimas pesquisas comprovaram e o comércio afirmou posteriormente que as vendas atingiram uma boa meta, mesmo com o quadro inflacionário.

Para explicar como está este quadro econômico, a revista O MASCATE, entrevistou o assessor econômico da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (FecomercioSP), Guilherme Dietze, que explicou o papel da federação na situação. “Nosso papel é reivindicar o quadro através de manifestações, salientando a redução das taxas. Atuamos juntamente com os Sindicatos, encaminhamos projetos de lei e também realizamos pesquisas econômicas nacionais para direcionar o setor em como está a oferta e a demanda, além de estimular o comércio, principalmente em um cenário como o qual nos encontramos”, afirma.

Dietze deixa claro que a inflação alta inibe as compras e afeta a economia como um todo. “O índice do IPCA está previsto em 6,5% e o índice de alimentos e bebidas está em 12,5%, ou seja, quase o dobro da inflação”, conta. “A previsão é que nos próximos meses, o índice vai estourar o previsto, chegando em 7%, o que afeta a credibilidade do governo que não consegue controlar os índices”, diz. “Com isso, os agentes econômicos, inclusive o investidor que também é o comerciante, ficam inseguros com a falta de sinais claros pelo Governo de soluções para o problema. Contudo, não tem produção, mas tem inflação”, ressalta.

O assessor afirma, porém, que o comerciante não deve esmorecer visto as datas comemorativas e outras medidas que podem ser tomadas para atrair o consumidor. “A médio e longo prazo a situação tende a se estabilizar. A tendência é que o cenário se realinhe até o final do ano”, finaliza.

Conforme todas as nossas pesquisas indicaram, o consumidor santista e da região espera sempre um bom atendimento. Parece algo simples de se fazer, mas que não é muito praticado na região, o que afeta em quase uma unanimidade no processo de venda. É necessário que o comerciante e o vendedor devam fazer a análise do tipo do seu cliente e atendê-lo com educação e cordialidade, com profissionais preparados e com até boa pós-venda, para que o cliente volte ao estabelecimento e indique-o para outras pessoas.

Confira o texto abaixo escrito pelo diretor-executivo da Fecomercio, Antonio Carlos Borges, que explica a profundidade do assunto e expõe o que deve ser feito por todos os setores para solucionar a situação.

### O Brasil patina

“A cada vez que o Copom se reúne, as atenções das pessoas se voltam para a mídia que, invariavelmente, abre espaços para falar do óbvio: a Selic vai aumentar ou a Selic vai diminuir, O refinamento da informação acaba sendo a loteria para ver quem acerta o percentual.

É dramático averiguar que não existe política econômica, mas política monetária e só. O Brasil real, entretanto, é outra coisa. Uma economia parada, quase estagnada, com crescimento de baixa qualidade e pífio. Calçado sobre o consumo que é estimulado pelo crédito, pelo aumento do endividamento das famílias e pela adoção de medidas pontuais para manter a roda girando.

No setor externo, a enxurrada de ingressos financeiros contrasta com o baixo nível de investimento. O dinheiro entra em busca do resultado rápido e, com isso, o Brasil está perdendo espaço nas trocas de manufaturados e obtendo resultados favoráveis em commodities, enquanto as importações de produtos com maior valor agregado cresce, produzindo um balanço comercial deficitário em um balanço em contas correntes positivo.

Atentando para os corretos conceitos de crescimento e de desenvolvimento, podemos dizer que a economia cresce um pouco, mas o país não se desenvolve. As iniciativas da política econômica estão erradas, pois se baseiam no estímulo à demanda, quando deveriam cuidar da oferta.

Agindo assim não sairá do lugar, pois tem problemas graves cuja solução demora muito tempo. Estado pesado, altamente custoso, ineficaz, lento. Orçamento público responsável por brutal transferên-

cia da renda nacional para o governo. Legislação trabalhista demagógica, elevando os custos da mão de obra e reduzindo o nível da produtividade do trabalho. Ensino totalmente desarticulado com as necessidades do mercado e as impostas pela modernidade. O estudante brasileiro, tanto nas escolas públicas quanto privadas, não desenvolve a capacidade analítica e não encontra espaços para a criatividade e para a inovação. É natural que tudo isso resulte em baixa absorção tecnológica. Enfim, não existe um projeto de produção.

Os caminhos a sair deste impasse são desenhados, mas é preciso ter vontade política para viabilizá-los. É necessário mais técnica, bom senso e menos política. É necessária a elevação da poupança pública e da provada. Isso exige menos Estado. Criar caminhos para orientar o investimento para as atividades programadas em consonância com as características regionais. Desenvolver programas de inovação para as empresas menores, partindo do fato de que quanto maior a predominância desses organismos econômicos, mais estável é a economia. As políticas devem ser voltadas para o estímulo ao empreendedorismo; isso exige menos burocracia e encargos.

No plano social mais amplo é preciso redesenhar o processo educacional brasileiro e reconstruir o sistema de saúde, tarefas que exigem dos governos um projeto concatenado de reunião de esforços. No plano da política internacional, ao contrário de dar grande importância ao Mercosul, travando batalhas com a Venezuela, Argentina e outros, o mais adequado é copiar, seguindo a corrente, como estão fazendo Chile, Peru, México, etc. Ideologia não enche a barriga de ninguém.

A conclusão é óbvia. Sem as correções, o crescimento continuará medíocre e a política econômica seguirá sendo um teatro já exaustivamente visto: sobe a inflação, sobem os juros para reduzir a demanda e surge um pibinho; cai a inflação, reduzem-se os juros, sobe a demanda para ter um PIB menos ruim. Nessa gangorra, o tempo passa e o futuro chega sem que o Brasil decole. Sem enfrentar os crescentes custos do trabalho, os gargalos da infraestrutura, o déficit público e a burocracia, não será possível avançar. Em suma, este país precisa ter um adequado Plano Nacional de Desenvolvimento, seriamente organizado e como uma bíblia, respeitosamente seguido por todos. O resto é baixa política.”

Fonte: FeComercio, Movimento das Associações Comerciais e da Redação

No início de junho, entrou em vigor a lei nº 12.741, de 8 de dezembro de 2012, a qual determina que as notas e cupons fiscais devem, obrigatoriamente, informar o valor aproximado dos impostos que pesam sobre o valor da mercadoria ou do serviço. A legislação foi um projeto de iniciativa popular realizado por assinaturas da campanha nacional intitulada “De Olho no Imposto”, realizada pela Associação Comercial de São Paulo.

As empresas são obrigadas a listar até sete tributos em cada nota ou cupom fiscal emitido -ICMS, ISS, IPI, IOF, PIS/Pasep, Cofins e Cide, que correspondem ao valor aproximado da totalidade dos tributos federais, estaduais e municipais, cuja incidência influi na formação dos preços de venda. De acordo com a FeComercio, a informação poderá constar em painel afixado em local visível no estabelecimento, ou em qualquer meio eletrônico ou impresso, de forma a demonstrar o valor ou percentual dos impostos, a forma de demonstração depende do enquadramento no Simples Federal ou não.

Teoricamente, quem descumprir a lei pode ser enquadrado no Código de Defesa do Consumidor, que prevê sanções como, por exemplo, multa, suspensão da atividade e cassação da licença de funcionamento. Os valores das multas baseadas no Código de Defesa do Consumidor podem ir de 400 reais a sete

milhões dependendo do porte econômico da empresa.

### Software

Para que seja informado ao consumidor o valor aproximado dos tributos federais sem qualquer mudança em *layouts* de cupom fiscal nem qualquer atualização de *firmware* de emissoras de cupons fiscais, deve o *software* emissor do cupom fiscal ser ajustado para inserir a informação no campo próprio destinado a mensagens do emitente consumidor.

Nos documentos fiscais impressos é apenas obrigatória a exibição do valor total aproximado dos tributos, obtido através da somatória de todos os itens de produtos e serviços. Nos arquivos eletrônicos poderá constar a informação item a item, conforme atos regulatórios do Confaz que venham a ser emitidos para este fim.

Em cupons fiscais, a informação poderá constar nas linhas destinadas a mensagens comerciais ao consumidor. Mas, se em algum Estado a legislação vier a utilizar a totalidade destes campos e não existir sequer uma linha disponível para este fim, o Movimento de Olho no Imposto, somente neste caso, sugere a impressão de um relatório gerencial, na sequência do cupom, com identificação do cupom fiscal a que pertence, assim como ocorre com os comprovantes de cartão de débito e crédito. Nos demais documentos fiscais, a

informação poderá constar em campo destinado a observações ou, alternativamente, na forma de nota em campo de descrição de produtos e serviços quando o campo de observações não existir.

Em relação aos serviços de natureza financeira, quando não seja legalmente prevista a emissão de documento fiscal, as informações deverão ser feitas em tabelas afixadas nos respectivos estabelecimentos.

### Nota de Esclarecimento

A assessoria de Comunicação Social da Casa Civil da Presidência da República publicou na semana em que a lei entrou em vigor, uma nota afirmando que: “Diante das várias demandas recebidas para determinação de tempo de adaptação à Lei nº 12.741/2012 e considerando sua complexidade, o governo federal encaminhará ao Congresso Nacional, nesta semana, proposta que amplia em um ano o prazo para aplicação das sanções e penalidades previstas. Nesse período, o poder público promoverá orientações educativas a respeito do conteúdo da matéria. A Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República coordenará o processo de elaboração da proposta de regulamentação da Lei e sua fiscalização”. Até o fechamento desta edição, não havia sido publicada uma resposta sobre a ampliação para um ano de regulamentação à Lei.

# Semana do Desconto

Parceria entre Sindicato e TV Tribuna oferecem oportunidade de divulgação e vendas em Setembro, gratuitamente



Oportunidade. Esta é a palavra que define o projeto realizado especialmente para associados e contribuintes do Sindicato. A ideia da **Semana do Desconto** surge na Baixada Santista, nos dias 14 a 20 de setembro, semelhante ao tradicional *Black Friday*, e pretende absorver o maior número de empresas que queiram divulgar seus produtos com descontos significativos, no mês de setembro, considerado de baixa demanda. “A Semana do Desconto surge como uma oportunidade de aumento nas vendas em setembro, onde não há uma data comemorativa de forte impacto que acarrete em maiores vendas e agrega as nove cidades da Região”, conta o gerente administrativo do Sindicato, Marco Antonio Guimarães. “Nosso foco é ajudar o comerciante a vender mais, com baixo custo”, afirma.

O diferencial é que a adesão é gratuita e permite que pequenas e médias empresas também participem da Semana, diferentemente de eventos nacionais que captam apenas grandes empresas. “A empresa participando da Semana do Desconto Baixada Santista permite que o consumidor tenha acesso às ofertas e conheça outros produtos da loja, aumentando o faturamento da mesma, além de ser divulgada no site oficial, nas

mídias locais e nos canais do próprio Sindicato”, conta. Segundo assistente de marketing da TV Tribuna, Rodrigo Maciel, o projeto foi desenvolvido sob medida para atender aos comerciantes e consumidores da região.

Pesquisas informam que a participação de empresas a campanhas como esta chega a mais que dobrar o faturamento do mês vigente. “É também como se o estabelecimento desse um presente ao cliente, pois dia 15 de setembro é comemorado o Dia do Cliente, portanto é uma excelente oportunidade para divulgação da empresa e ter como resposta do público, boas vendas. Cliente adora promoção”, conta Guimarães. A empresa participante ganhará um selo para ser exposto em sua loja para indicar que é participante da Campanha. Diversos segmentos do Comércio Varejista poderão participar.

## Como funciona

**1** – No mês de Julho, a empresa deve entrar no site [www.semanadodesconto.com/cadastro](http://www.semanadodesconto.com/cadastro), vinculado à TV Tribuna, e realizar o pré-cadastro para adesão à Semana do Desconto. Ou então, o comerciante pode vir ao Sindicato realizar sua pré-inscrição.

**2** – Após a aprovação do cadastro, o comerciante deve informar pelo menos um produto em desconto, com suas descrições corretas e designar em qual segmento o produto se encaixa (por exemplo: decoração, vestuário, dentre outros).

**3** – A busca pelo site poderá ser realizada pelo consumidor por segmento, cidade e/ou nome da loja. Esteja preparado!

**4** – A divulgação ocorrerá em diversos meios de comunicação. As pessoas vão procurar seu produto no site e correr para a loja para comprar com a promoção indicada.

## Dicas

Para que não haja problemas com o cliente durante a Semana do Desconto, o Sindicato oferece algumas dicas:

**1** – Escolha produtos que atraiam o desejo do cliente. Principalmente se forem aqueles que estão “na moda” do seu público.

**2** – Ao incluir o produto no site, tenha em mãos quanto poderá oferecer de desconto e pense em itens visuais que chamam a atenção. Uma boa foto seria importante também.

**3** – Tenha uma quantidade razoável deste produto (ou produtos) no estoque. Assim evitará problemas com a falta do mesmo.

**4** – Tenha uma boa estratégia de venda. O Sindicato vai te ajudar divulgando o seu produto no site, mas o seu preço e o seu produto é que vão chamar a atenção.

**5** – Oriente seus funcionários para atenderem bem o cliente antigo e, inclusive, o novo cliente. Assim, você garante fidelidade para compras em outras datas.

**6** – Divulgue, assim que aderir a campanha, que está na Semana do Desconto. Seus clientes vão aguardar quando aquele determinado produto estiver em desconto na semana e vão atrair outros clientes para comprá-lo também.

**7** – Quanto maior o número de inserções de produtos no site, maior a visibilidade da sua loja.

**Participe! Fique atento aos nossos comunicados sobre a campanha. Maiores informações (13) 2101-2881**

# Amor de pai não tem idade

Conheça histórias interessantes e inspire-se



**José César Asti, 55 anos sua esposa Antonia Letícia Asti e seus filhos Roberto (a esquerda) e Sofia (a direita).**

Momento de compartilhar amor, o dia dos pais no Brasil é comemorado no segundo domingo de agosto. A história mais conhecida em comemoração ao dia dos pais é a de um ex-combatente de guerra que perdeu sua esposa e teve que cuidar sozinho de seus seis filhos. Sua filha Sonora Smart resolveu homenageá-lo, no ano de 1909, em razão da admiração que sentia, por este ter dedicado sua vida aos filhos e ter conseguido criá-los muito bem. A data escolhida foi a de nascimento de Willian, dezenove de junho.

Aos poucos a data passou a ser difundida a outras famílias da cidade onde moravam, no estado de Washington, sendo espalhada por todo país, até que o presidente Richard Nixon tornou-a oficial. Porém, o primeiro registro de homenagem a um pai surgiu na antiga Babilônia, há mais de quatro mil anos, onde um jovem modelou e esculpiu um cartão para seu pai, desejando sorte, saúde e muitos anos de vida.

Nos Estados Unidos, a data ficou estabelecida para ser comemorada no terceiro domingo de junho, assim como África do Sul, México, Peru, França, Turquia, Venezuela, Argentina. Na Grécia, essa comemoração é recente e surgiu do embalo do Dia das Mães. Lá se comemora o Dia dos Pais em 21 de junho. Na Austrália e Nova Zelândia a comemoração acon-

tece no primeiro domingo de setembro; na Tailândia, no dia cinco de dezembro; e na Itália, Espanha e Portugal no dia 19 de março, dia de São José. Na Rússia não existe propriamente o Dia dos Pais. Lá os homens comemoram seu dia em 23 de fevereiro, chamada de 'o dia do defensor da pátria'. No Reino Unido, o Dia dos Pais é comemorado no terceiro domingo de junho, sem muita festividade. A data passou a ser comemorada no Brasil a partir de 1953. A ideia de comemorar esta data partiu do publicitário Sylvio Bhering e foi festejada pela primeira vez no dia 14 de Agosto de 1953, dia de São Joaquim, patriarca da família. Sua data foi alterada para o 2º domingo de agosto por motivos comerciais, ficando diferente da americana e europeia.

O sucesso da comemoração dessa data é muito grande, movimentando bastante o comércio, pois os filhos oferecem presentes aos seus progenitores. Neste dia, os pais recebem atenção e carinho, tomando a data um dia diferente e muito especial para todos. Conheça a histórias de dois pais muito diferentes, mas com o mesmo amor pelos seus filhos:

## **Fellipe Azevedo de Menezes, 20 anos.**

O técnico mecânico Fellipe Menezes foi pai aos 18 anos de Giovanni. Segundo ele, na época, ele namorava com a mãe do bebê há alguns anos. "Quando soube

da gravidez, o primeiro momento é de choque. Eu não estava preparado para ser pai", conta. "Mas passado o susto da notícia - e com o apoio da minha família - percebi que não tinha tempo para ficar me lamentando e fui me preparando para o que hoje digo que foi a melhor coisa que poderia ter acontecido na minha vida", afirma Menezes.

Menezes disse que nunca imaginou que sentiria um amor tão grande pelo filho. "Posso dizer que minha vida recomeçou com o nascimento dele, que me ajudou a ser mais responsável e me tornar o homem que eu sou hoje", afirma. "Apesar de ele não morar comigo, tento sempre estar presente em todos os momentos. Ele é o xodó da família", conta.

Fellipe conta que seus planos são fazer de tudo para que ele tenha uma vida feliz e saudável, como estudar em uma boa escola, ter uma boa educação e fazer o que gosta. "Quero acompanhar o crescimento dele de perto para que, na medida do possível, ele não sinta a falta do pai dentro de casa", ressalta. "Minha inspiração para cuidar dele é o meu pai. Desde pequeno eu o via batalhando para dar tudo de melhor para mim e para o meu irmão, ele com certeza é um grande homem, que até hoje me ajuda em tudo. Eu digo que se eu for metade do pai que ele é pra mim eu já vou estar satisfeito", finaliza.

## **José César Asti, 55 anos.**

O empreiteiro José César ficou nacionalmente e internacionalmente conhecido por ele e sua esposa, Antônia Letícia Asti, 61 anos, se tornarem pais de gêmeos em 2012. O casal esperou 20 anos para realizar esse sonho, após duas tentativas de inseminação. "Eu nunca cobrei ela sobre filhos. Sabia que este dia iria chegar", conta. Antes de ela engravidar, o casal recorreu à adoção e deu entrada na papelada, porém o pedido foi negado, que os deixou chateados, mas ainda sim, não desistiram.

Após buscas sobre o assunto com profissionais da área, Antônia decidiu realizar a inseminação. Primeiramente, alguns locais se recusaram a realizar o tratamento, porém eles conseguiram em São Paulo. No processo, que tinha até três tentativas após a administração



Felipe Azevedo de Menezes, 20 anos.

de hormônios e outros medicamentos, Antônia engravidou na segunda tentativa. Devido a complicações relativas à

pressão alta, a esposa de José Asti deu à luz ao casal de gêmeos, Roberto e Sofia, aos sete meses de gestação. O pai ficou surpreso, pois não esperava que fosse tão rápido. “No dia, ela foi fazer um simples ultrassom, porém descobriu que as crianças já teriam que nascer. Corri para pegar as roupinhas que não estavam prontas, pois faltavam ainda dois meses para o momento”, conta. Os bebês tiveram que ficar dois meses no hospital, pois eram muito frágeis, assim como Antonia, que ficou no hospital por cerca de quinze dias. “Fiquei muito preocupado. Dizia sempre aos médicos: ‘Quero ir para a casa com os três’”, conta. “As pessoas diziam que era uma loucura o que fizemos, mas hoje estamos bem e felizes”, afirma. “Eu estou adorando ser pai. Imaginava que meus filhos seriam um casal e, quando foi informado que realmente seriam, fiquei muito feliz. Não tenho palavras para descrever o amor que eu sinto por eles”, diz Asti.

“Fazemos tudo o que podemos com muito carinho e amor para eles e o que não pudermos fazer eu vou correr atrás para oferecer o melhor para eles. Esse será o Dia dos Pais mais significativo e feliz para mim”, ressalta.

## Anota aí

### Pai também tem direitos!

Segundo a Constituição Federal do Brasil, de 1988, o pai tem direito a cinco dias de licença após o nascimento de seus filhos, onde terá tempo para auxiliar a mãe do recém-nascido e fazer o registro do mesmo, em cartório. Têm direito a ela somente os funcionários contratados no regime de CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) e os servidores públicos, para os quais a pausa remunerada é assegurada pela convenção da categoria.

# Dia dos Pais terá aumento de 5% nas vendas

Pesquisa é do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista

Pesquisa realizada pelo Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista nas nove cidades da Região indicou o perfil do consumidor para a comemoração de Dia dos Pais, e também, a expectativa dos empresários do setor.

A Parte II, realizada com o setor patronal para medir a expectativa de vendas, indicou que 81% dos 1.000 lojistas acreditam que as vendas terão um aumento este ano. A expectativa, de acordo com o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista, gira em torno de 5% em relação ao ano passado. O número é de um ligeiro aumento, o que é uma grande satisfação para o setor, visto ao momento inflacionário.

Na parte I da pesquisa, realizada com 2.500 consumidores das nove cidades da Baixada Santista, há uma boa notícia para os papais: na intenção de consumo, o ticket médio ficou em torno de 51 a 100 reais, com 41% das respostas, o que é um fato interessante para os comerciantes, visto ao cenário econômico. “A data terá a mesma intenção de consumo que o ano passado, que ficou com até 100 reais, com 37,5% das respostas”, afirmou o presidente do Sindi-

cato, Alberto Weberman. Segundo a pesquisa, em seguida, com 33% das respostas é a intenção de compra de 101 a 200 reais e, em terceiro lugar com 14%, de 201 a 300 reais. Outros 9% ficaram com a intenção de compras para a data de 50 reais e os últimos 2% irão comprar presentes com valores acima de 500 reais.

O item que mais importa para a compra do presente, para os consumidores, são as promoções ou liquidações das lojas, com 29%. Em seguida, um item importante que é decisivo para a compra é escolher o presente de acordo com que o papai pedir, com 20%. Em seguida, o bom atendimento ficou em terceiro lugar, com 17% das respostas. Ter uma vitrine bem atrativa obteve 16% das respostas e, empatados em 9% cada, estão ‘um produto diferente no mercado’ e ‘propagandas em veículos de comunicação’.

### Itens

O item que será mais comprado são as roupas, com 26%, seguido por calçados, com 18%. Em terceiro lugar ficaram os perfumes, com 14%. Joias e/ou relógios ficaram com 9% das respostas. Celulares e

produtos eletrônicos empataram com 6% cada. Outros itens apareceram nas respostas, em 23% no total e em ordem decrescente, como livros; carteira e acessórios; artigos esportivos, chocolates, bebidas e aparelhos musicais.

O meio de pagamento mais utilizado será o dinheiro, com 49% dos casos, seguido de cartão de crédito, com 35% e cartão de débito, com 12%. Outros 4% afirmaram outras formas de pagamento, como cartão exclusivo da loja e cheque predatado. Cerca de 50% das respostas afirmaram que, ao momento da compra, irão pensar se o pagamento será somente de uma forma ou irão mesclar duas formas, como cartão de crédito e dinheiro, por exemplo.

Os consumidores foram questionados sobre quem realiza as compras para os pais. 64% deles responderam que são as esposas dos presenteados e, apenas, 36% dos filhos vão às compras especificamente para comprar o presente do seu pai. Outra curiosidade é que os netos também se empenham em presentear os vovôs, que são considerados pais ‘duas vezes’, com 20% das respostas. Outros membros da família ficaram com 4% das respostas.

# O maior comentário do comércio será o seu sucesso



## Semana do desconto

BAIXADA SANTISTA  
de 14 a 20 de setembro

Entre os dias **14 e 20 de setembro** o maior comentário do comércio da baixada santista será a **Semana do Desconto**. Em uma iniciativa pioneira, o Sindicato do Comércio varejista e a TV Tribuna se unem para oferecer ao comerciante da região uma oportunidade única de aumentar o seu fluxo de clientes e alavancar suas vendas. Participar é simples: o comerciante se cadastra no site [www.semanadodesconto.com.br/cadastro](http://www.semanadodesconto.com.br/cadastro) ou na própria sede do sindicato e, após a aprovação do mesmo, informa quais serão as ofertas no decorrer do período. Pronto! Basta sinalizar o seu estabelecimento com a marca da promoção e você já está participando. Não perca tempo! Suas vendas em setembro nunca foram tão comentadas.

Acesse:

[www.semanadodesconto.com.br](http://www.semanadodesconto.com.br)

e saiba mais!



**Juntos para Fortalecer o Comércio**

# Gente da Gente

Tradição e experiência



**A vovó homenageada, sua filha Cláudia e seu esposo Néder**

História, experiência e sabedoria personificam-se e ganham uma grande homenagem neste mês, mais especificamente no dia 26 de julho: O Dia da Vovó. A simpatia e dinamismo chamam atenção de quem para naquela loja de tradição, lá na Avenida João Pessoa. Cercada por muitas cores, seda, tules e rendas está a santista Maria Regina Alonso Daud. Seus 81 anos não estão demonstrados em nenhum dos seus gestos ágeis, nem em sua fala cativante. Ela mesma diz: “Não me sinto com esta idade. Sou jovem”. Casada há 55 anos com o comerciante Néder Simão Dib Daud e mãe de três filhos, entre eles a também sócia da loja, Cláudia Alonso Daud Ribeiro, Maria Regina trabalha na loja Nova Bandeirante de Tecidos, estabelecimento familiar de tradição em Santos, associados ao Sindicato desde 1969. Seu marido conta que a loja teve início em 1964. O casal, que mora

va em São Paulo, voltou à cidade que se conheceram com a ideia de vender tecidos. Ela nasceu em Santos e ele nasceu em São Paulo, porém fora criado no interior do Estado.

Lá, Néder Daud desde pequeno teve experiência com o produto, pois seu pai era comerciante de tecidos e tinha longa experiência na alfaiataria. Sua primeira sede ficava na General Câmara e logo depois Néder abriu-a no atual endereço. Já Maria Regina não trabalhava com o marido. Em toda sua jornada, ela foi funcionária pública da cidade, porém decidiu se aposentar assim que veio o primeiro neto, em meados dos anos de 1980.

Na rotina da loja, a família procura atender bem seus clientes e manter o bem estar de seus funcionários. “Nossos funcionários estão conosco há bastante tempo e já sabem como atender, e as técnicas de que precisam. Eles como se fossem da nossa família”, afirma sua filha Cláudia. Pessoas de vários lugares, como Registro por exemplo, viajam quilômetros somente para comprar na loja. “Somos tradicionais no ramo e nossa experiência foi passando por gerações das famílias de nossos clientes mais antigos, por isso todos vêm comprar conosco”, afirmou. Nossa vovó homenageada tem três filhos e sete netos e fala de todos eles com o maior orgulho. “To-

dos meus netos foram muito bem criados e todos estudam e estão na faculdade”, conta. “Ela é uma avó maravilhosa!”, disse sua filha Regina, emocionada. “Ela é mãe duas vezes e uma pessoa tão completa que cuidou e amparou todos nós, os filhos, e os netos também.”, disse. “O mais incrível é que antes de perguntarem algo para as mães se podem, eles perguntam para mim”, diz Maria Regina. “Ela é a verdadeira mãe: sabe ser enérgica quando deve e acalenta nos outros momentos, direcionando-nos para o caminho certo. Sempre foi uma vó companheira que levou os netos para a escola, incentivou-os a praticar esporte, enfim, alfabetizou e acompanhou todos os momentos deles”, conta Cláudia. “Eles ‘brigam’ para dormir na minha casa, querem a vaga no quarto quando vêm para cá”, brinca Maria Regina. “Estou feliz com os resultados, todos são batalhadores e esforçados”, diz cheia de orgulho a vovó.

## Anota aí

### Nova Bandeirante de Tecidos

(Tecidos em geral, Rendas para cortinas, enxoval para noiva e artigos de cama, mesa e banho)

Rua João Pessoa, 150, Centro, Santos.  
Telefone (13) 3219-1008  
ou 3219-1135.

**MoveTec**  
Móveis para escritório, informática e linha escolar  
DISTRIBUIDOR DE COFRES

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

Orçamento Sem Compromisso  
Planejamento no Local

[www.moveotec.com.br](http://www.moveotec.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: a partir de: **R\$ 3,50**

SANTOS - SP  
Consulte o S.C.V.B.S.  
(13) 2101.2873

# Projeto VLT é apresentado para o Comércio Varejista

Encontro ocorreu no início de junho e reuniu comerciantes e autoridades interessadas no tema



Reprodução / www.vlt.df.gov.br

O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista, em parceria com a CDL Santos, realizou em junho, evento para apresentação do Projeto do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) para o comércio varejista. O projeto foi apresentado pela EMTU, representado pelo Diretor Operacional, Evandro Losacco, e pelo assessor técnico, Silvio José Rosa.

O VLT é um assunto que preocupa os comerciantes da Região. “Tenho uma empresa na Avenida Conselheiro Nébias e pretendo saber o que isso pode impactar no meu comércio”, afirmou o comerciante Francisco Carlos Romero, da RBL Automação Comercial. Assim como o comerciante Hygino Santos, que possui estabelecimento na Avenida Francisco Glicério. “Minha preocupação é, além do impacto ao meu comércio, é a questão da mobilidade no resultado final”, diz.

No encontro, os representantes da EMTU abordaram as características do projeto e sua estrutura, na consolidação do Traçado da Avenida Conselheiro Nébias – Valongo. Segundo Losacco, o VLT é um bom transporte de capacidade média que atenderá prontamente a demanda da Região. “O acesso para o centro de Santos será mais viável pela rapidez e comodidade”, conta. “Prendemos minimizar os transtornos que virão com as obras e, por isso conta-

mos com várias frentes para que seja feito de forma mais rápida”, afirmou.

## Preocupação

Após a apresentação do projeto, alguns pontos foram abordados pelo setor varejista para a explicação e solução de dúvidas. No debate, itens como uma nova consciência do munícipe foi ressaltada, pois o projeto foi considerado ousado em vários aspectos, além de possíveis problemas quanto à Engenharia de Tráfego, ao trânsito e a estacionamentos. “O foco é atender aos que não possuem carro

e oferecer uma opção para que os que possuem carro utilizem o VLT”, afirmou Rosa. Os representantes responderam às demais dúvidas e receberam as sugestões para as fases seguintes e o que poderia ser adaptado no projeto.

Dentre os principais problemas ressaltados são a questão dos estacionamentos, não previstos em questão de mobilidade, segundo os técnicos, poderão ser agregados de acordo com a demanda em projetos privados. “Não há espaço para a construção de estacionamentos na Cidade e, de acordo com o projeto, não haverá mais as baias do centro de Santos, o que pode diminuir o volume de vendas no comércio local”, ressaltou o gerente administrativo do Sindicato, Marco Antonio Guimarães. E foi o complemento do comerciante Hygino. “O metro quadrado de Santos custa, em média, nove mil reais. Será muito difícil obter espaço para a construção de estacionamentos e, se forem construídos, terão que ter um preço mais alto do que o praticado em Santos, semelhantes ao preço de São Paulo, para arcar com as dívidas geradas pelo tamanho do espaço do empreendimento”.



## Caracterização do Empreendimento do VLT

### Consolidação do Traçado da Cons. Nébias - Valongo





o retorno ao transporte público de melhor nível, como na época dos bondes”, contou o vice-presidente do Sindicato, Fernando Martins da Fonseca. “O Sindicato é a favor do projeto por ele se mostrar um bom produto, o que é bom para as cidades da Baixada Santista, porém devemos ter em mente os detalhes que devem ser pensados de forma clara para que se evite transtornos, como uma boa integração com as linhas municipais, por exemplo. O comércio propôs soluções para possíveis mudanças que agradem a todos”, finalizou Fonseca.

Os representantes da EMTU alegaram que detalhes locais foram discutidos com a Prefeitura e CET e que estes tipos de mudanças foram e devem ser estudados por estes Órgãos e estão no projeto.

O investimento para implantação do VLT é de R\$ 900 milhões (Projetos e Infraestrutura), com uma linha de cerca de 17 quilômetros no trecho prioritário Barreiros ao Porto e Conselheiro Nébias ao Valongo e contará com 3 terminais, 2 estações de transferência e 22 paradas, dando um total de 27 estações, com frota contratada de 22 Veículos VLT (capacidade para cerca de 400 passageiros por veículo).

Outro fato discutido foi a questão de facilidade de acesso ao público santista e eventos locais, pois um dos trajetos será a Avenida Francisco Glicério e, portanto, teoricamente, para pegar um VLT, um possível morador da praia, por exemplo, deverá seguir até a Avenida Francisco Glicério – pouco mais de um quilômetro – para se locomover no transporte, o que foi considerado ousado, pelo fato de o projeto sugerir enfaticamente que é necessário guardar os carros e andar de VLT, além de a cidade comportar cerca de um terço da população da Terceira Idade.

Outra dúvida na reunião ficou por conta de o transporte ser relati-

vamente longe para uma parte da população santista, que precisará sair de casa e andar um longo trajeto para evitar sair com seus próprios carros. Assim como a questão da feira livre, que fica na Francisco Glicério, pois o trajeto do VLT será no canteiro central, e não onde já há a linha da máquina e também os horários de movimento de carga e descarga, visto que haverá somente uma faixa em um trecho da Avenida Conselheiro Nébias. “Pelo que percebemos será necessário, pelos órgãos públicos, um excelente trabalho com campanhas de mudança de consciência também em relação à manutenção do equipamento e mudança da cultura de carro para

## Oferta Imperdível



Um clima natural para um ambiente familiar.

13 3222.7703 • 3289.1777

Av. Mal. Floriano Peixoto, 154 - Gonzaga - Santos/SP  
www.airpointclimatizacao.com.br

## AR CONDICIONADOS SPLIT + instalação parcelada

em até

# 10x

sem juros



# Airpoint

Climatização





# Sala do Empresário

Espaço comemora um ano com grandes conquistas

A Sala do Empresário, projeto inédito na Baixada Santista, comemora um ano no dia 16 de julho, Dia do Comerciante. O espaço é uma importante dica para quem quer construir um negócio bem sucedido, estabelecendo metas, planejando e pensando nos riscos, itens importantes para evitar a falência das empresas as quais, em sua maioria, não resistem nos primeiros dois anos, segundo pesquisas nacionais. As que resistem fecham em até cinco anos.

## O que é a Sala do Empresário?

Um espaço localizado no Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista que comporta diversos tipos de serviços para solucionar dúvidas e propor melhorias das empresas aos empresários da região. “A Sala do Empresário visa direcionar os que não têm conhecimento de gestão de seu estabelecimento, assim como também atinge os que já têm conhecimento e buscam mais conforto, solucionando questões empresariais em um único lugar”, afirma o presidente do SCVBS, Alberto Weberman. “Buscamos oferecer ferramentas e orientações que gerem crescimento no faturamento individual, soluções de modernização do estabelecimento e aperfeiçoamento no nível de marketing”, conta. “São novos serviços integrados aos que já ofe-

recemos ao setor para quando o proprietário, em seu dia a dia, não souber o que fazer, que se acenda uma lâmpada e lembre da Sala do Empresário”, ressalta Weberman.

A Sala do Empresário oferece:

- 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.

As consultorias são especializadas em diversos temas:

### Gestão Empresarial

Auxilia na administração da empresa, como na elaboração plano de negócios, além de mapear o quanto o empresário investiu, como andam os números e no que se pode melhorar perante a concorrência.

### Marketing Empresarial

Com foco no cliente, a consultoria busca soluções de acordo com o perfil de cada empresa.

### Consultoria Financeira e Imobiliária

Para solucionar dúvidas e fazer simulações voltadas às áreas de Aporte Financeiro, Empréstimo com

Garantia de Imóvel Comercial e/ou residencial, Capital de Giro, Financiamento Imobiliário (imóvel comercial e/ou residencial), crédito rotativo, conta garantida, dentre outros.

### Consultoria Financeira

Soluciona dúvidas quanto à regularização, negociação de Juros, renegociação de dívidas e financeiro.

### Consultoria Jurídica

Para solução de dúvidas quanto à legislação trabalhista, consumerista, dentre outros.

### Consultoria Contábil

Soluciona dúvidas sobre NFe (Nota Fiscal Eletrônica), Simples Nacional, MEI (Micro Empreendedor Individual), tributos, abertura de empresas, alteração de dados, dentre outros.

## Anota aí

Informações e agendamentos pelo telefone (13) 2101-2844.

A consultoria atende de segunda a sexta-feira, das 14 às 17 horas, porém a Sala do Empresário, assim como o agendamento, funciona das 9 às 12 horas e das 14 às 17h30.

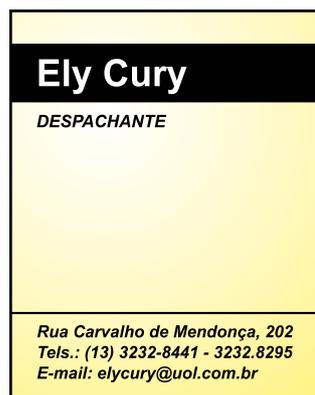


**EMPORIO PROPLASTIK**  
PRODUTOS NATURAIS

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](http://www.projetomoveis.com.br)

ORÇAMENTO SEM COMPROMISSO • PLANEJAMENTO NO LOCAL  
Loja: Av. Ana Costa, 69 - Tel/Fax: (13) 3222.6927/7084

# Capacita Comércio

Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista em parceria com Associações Comerciais oferecem um projeto inédito na região de capacitação

O bom atendimento é entender os desejos e necessidades de seus clientes, mas vai, além disso: é fazer com que o empregado entenda profundamente do produto ou serviço que irá oferecer, é saber atender seus fornecedores, saber escolher a pessoa adequada para cada função, dentre outros fatores.

Para que a engrenagem empresarial funcione corretamente, com todos os seus ganchos posicionados, e que este processo não desande igual a um efeito dominó, é necessário capacitar a empresa como um todo. Capacitar é tornar o profissional habilitado para o desempenho de uma função, inclusive a de liderança. A capacitação oferece condições para o exercício de determinadas profissões e também direciona a empresa para que esta esteja preparada para o mundo do trabalho, para o mercado competitivo e exigente.

No processo de capacitação é importante que sejam trabalhadas as habilidades básicas, específicas e de gestão, assim como outros fatores básicos que podem ser esquecidos, como apresentação pessoal, aparência, autoestima, comunicação, tomada de decisões, trabalho em equipe e relacionamentos interpessoais.

Com isso, o Sindicato do Comércio Varejista, em parceria com SENAC e a empresa Única Soluções.Inteligentes, experiente nas áreas de Gestão de Pessoas e tecnologia, oferecem o projeto **Capacita Comércio**.

## O que é

De acordo com a consultora da Única, Larissa Forjanés, o projeto

tem como objetivo principal, ajudar o comerciante a capacitar seus funcionários. “Além do aperfeiçoamento do próprio comerciante com as novas formas de comercialização”, afirma. O projeto ocorrerá nas nove cidades da Baixada Santista, com treinamentos voltados ao aprimoramento do comércio varejista.

O programa é gratuito e o empresário terá como benefício, além da capacitação dos funcionários em si, oferecer um atendimento diferenciado para o seu cliente e, conseqüentemente, melhorar sua lucratividade. “Serão abordados temas voltados ao cliente, vendas, custos e mídias sociais”, ressalta a consultora

## Calendário

O projeto teve início em Junho e ocorrerá até novembro de 2013, primeiramente. O calendário está sendo adequado de acordo com a demanda de cada cidade. “Os treinamentos são mensais e visam abranger o maior número de empresas da Região”, conta Larissa. O projeto pretende atender 1.200 pessoas nas nove cidades da Baixada Santista.

O calendário das capacitações, com datas e horários são divulgados pelos canais do Sindicato do Comércio Varejista, como e-mail aos associados e contribuintes, site, blog e Redes Sociais.

## Inscrições

As pessoas podem participar se inscrevendo através do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista ou pela Associação Comercial da sua cidade local. Informações (13) 2101-2881.

Divulgação



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

## QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL PARA ALÉM DA COPA DO MUNDO

“Quero só ver como vai ser na Copa!” Esta é uma frase cada vez mais comum, pois expressa a indignação de muitas pessoas em relação a alguns serviços mal prestados no País em diversos setores. E isto inclui a forma inadequada de como muitos profissionais se comportam quando estão em serviço, desde um atendente de uma loja a um taxista, cobrador de ônibus, funcionários de hotéis, garçons, vendedores, serviços gerais, etc.

Querer causar uma boa impressão aos turistas e revelar que o Brasil possui profissionais além de qualificados, educados, é uma das preocupações dos gabaritados em recursos humanos. Precisamos mostrar que somos civilizados, que sabemos nos posicionar dentro dos padrões internacionais, independentemente do cargo. E isto não deve se restringir apenas ao período de jogos, deve ficar além da Copa do Mundo.

Por isso acredito que os empresários devem estar atentos a investir em cursos e palestras que deixem os funcionários preparados para receber seu turista com bom atendimento.

Aproveitando o momento Copa do Mundo, “que é a bola da vez”, é preciso desde já preparar as gestões e promover o desenvolvimento de seus funcionários.

Precisa ficar atento ao crescimento da concorrência, proporcionando para sua equipe treinamentos focados em ações comportamentais. Os funcionários aprendem a receber críticas construtivas e serão conduzidos a extinguir comportamentos que, a princípio, podem parecer bobos, mas que fazem diferença, como falar baixo para não atrapalhar o colega ao lado que pode estar ao telefone com um cliente, não comer durante uma ligação, deixar o celular no silencioso, dividir conhecimentos, entre outros. O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista dá o pontapé inicial e fecha parceria conosco para juntos fortalecer o comércio e convido você a fazer parte deste projeto.

# Manutenção de Cadastro Negativo de Devedor

Após negociação da dívida com o credor para pagamento futuro

## Jurídico

**Dr. Fernando Mendes Gouveia**  
Advogado do Sindicato/Associação  
OAB/SP 47.877

Departamento Jurídico



1 – Se o comerciante, na qualidade de credor, negocia com o devedor o pagamento de sua dívida através de par-

celamento ou de pagamento futuro, está praticando um ato de Novação, figura prevista nos artigos 360 a 367, do Código Civil;

2 – A novação, nos termos legais, equivale a criação de uma nova obrigação, extinguindo-se a anterior. Vale dizer: aquele que era o antigo devedor da dívida vencida está assumindo obrigação vincenda, ainda não exigível;

3 – A dívida anterior – aquela que deu origem à inscrição negativa – não mais existe e, portanto, não se torna lícito manter o nome do consumidor no SPC, sob pena de o comerciante poder res-

ponder, inclusive, por dano moral.

4 – Por mais motivos, não se pode manter o nome do antigo devedor no cadastro negativo por dívida objeto de novação, devendo ser comunicado de imediato ao SPC para que remova o nome do devedor por aquela antiga dívida;

5 – Em caso de não pagamento do pactuado na negociação da dívida, pode o comerciante efetuar nova inscrição do devedor, dando como causa da dívida o não pagamento da negociação e dando como data do débitot a correspondente ao do vencimento da nova obrigação não cumprida.

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

# Microempreendedor

Confira procedimentos para registrar encerramento de MEI na Jucesp

Fonte: Jucesp/SP, com informações da Redação

Indicado para quem deseja formalizar o seu negócio, o Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. O MEI possui taxas menores de contribuição, porém pode faturar, no máximo, até 60 mil reais por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular.

A Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp), autarquia vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, orienta os microempreendedores individuais (MEI) sobre os procedimentos para arquivar na Jucesp o cancelamento do seu registro empresarial. O interessado pode solicitar o ato na sede ou nos escritórios regionais da Junta Comercial, apresentando sua solicitação por meio do formulário “capa marrom”, disponível no site da Jucesp.

A solicitação de cancelamento somente será registrada na Jucesp se ocorrer no mesmo dia ou em data posterior à data de efeito final de desenquadramento no Simples Nacional do MEI (SimeI). Após solicitar o desenquadramento no Portal do Empreendedor, o interessado deverá acessar o site da Jucesp, preencher e imprimir o formulário “capa marrom”, além do requerimento do empresário, solicitando o ato. Com o formulário em mãos, o usuário deverá juntar mais três vias do requerimento do empresário, três vias da comunicação de cancelamento no Portal do Empreendedor

e dar entrada no protocolo da Jucesp. Não há cobrança de taxa para o ato.

## Certidão

A emissão de certidões para microempreendedores individuais continua suspensa nas Juntas Comerciais do País conforme orientação do Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), via Ofício Circular nº 35/2013. Desde o final do ano passado, todos os arquivamentos referentes aos microempreendedores individuais passaram a ser feitos somente no Portal do Empreendedor, gerenciado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), que está desenvolvendo um aplicativo capaz de transmitir essas informações às bases de dados das Juntas Comerciais para permitir a retomada da emissão de certidões e a regularização dos atos perante os órgãos de registro. Enquanto o sistema não entra em operação, a Jucesp disponibiliza o formulário “capa marrom” para que o usuário tenha outra opção para comunicar seus atos de desenquadramento e cancelamento de MEI na Junta Comercial.

Além do material com perguntas e respostas, a autarquia disponibiliza um canal eletrônico que pode ser acessado pelo portal [www.jucesp.sp.gov.br](http://www.jucesp.sp.gov.br), no link Fale Conosco, ou pelos telefones 3468-3050/3051. Outra opção é dirigir-se ao Escritório Regional para informações, na Avenida Ana Costa, 25, 2º andar.

## Hora da Pausa

Divulgação



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

## PLANOS PARA O SEGUNDO SEMESTRE

O segundo semestre chegou e com ele chega o momento de fazermos uma pausa e refletirmos sobre nossas metas e objetivos que fizemos lá no começo do ano. Devemos nos perguntar: Estou conseguindo cumprir o que prometi? O que estou fazendo para que meus objetivos ou metas sejam concretizados? Meus objetivos continuam os mesmos? Eu ainda penso do mesmo modo que pensava no começo do ano?

Precisamos sim ter um propósito de vida, mas não devemos olhar nossos planos e objetivos como uma obrigação e nem nos martirizar quando algo não dá certo e sim, olhar com comprometimento.

Precisamos primeiro saber o que queremos e o mais importante é termos a liberdade de mudar os planos todas as vezes que acharmos necessário, pois na vida não há garantias. Temos que nos dar este direito de mudar, traçar novos caminhos e nos permitir começar de novo sempre que preciso.

Não se aprisione se houver um plano que não foi concretizado. Seja flexível, dê um tempo e comece fazendo o que está ao seu alcance, dentro de suas possibilidades.

Encare este segundo semestre como uma nova chance, uma nova oportunidade para você e, independentemente de qualquer plano, espero que você tenha como prioridade SER FELIZ!

# Treinamento

## Fuja do devedor profissional



No dia 10 de junho, o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista e a Boa Vista Serviços, administradora do SCPC, promoveram em parceria - e gratuitamente - o workshop “Análise de Crédito e Prevenção de Fraudes”. O encontro ocorreu no Auditório do Sindicato e reuniu dezenas de comerciantes e funcionários do setor.

O foco do treinamento de acordo com o instrutor de treinamento da Boa Vista Serviços, Paulo Bischoff, é fazer com que o comércio tenha ferramentas de prevenção a fraudes. “A importância do treinamento é fazer com que o comerciante perceba itens que podem identificar uma má intenção de compra, como apresentação de documentos falsificados, dentre outros, e fazer com que este se previna de possíveis prejuízos”, afirma. “Há um aumento de golpes no comércio e é necessário alertar a todos”, diz. O treinamento também informou aos participantes os principais tipos de golpes praticados.

“É necessário que o comerciante fuja do devedor profissional”, conta. “Pois tem dois tipos de inadimplentes: aquele que, por algum motivo de desemprego ou por qualquer outro motivo que não consiga honrar com sua dívida, não tenha como pagar

sua conta, porém assim que tiver condições quite-a. E tem o mau intencionado, que busca gastar o máximo em crédito que tiver e não pagar de propósito. Golpista é audacioso e tem a intenção de não pagar a dívida. Isso é crime”, ressalta.

Há produtos da Boa Vista Serviços que ajudam na análise de crédito, na validação de dados e na verificação de pendências anteriores do consumidor. “Na verificação há o chamado *score*, que mostra a pontuação negativa passada do cliente que informa se este já foi inadimplente ou se já teve alguma ação judicial relativa à inadimplência, por exemplo”, afirma.

Esse fato indica também que é possível identificar o cliente que deixou prescrever dívidas por mais de cinco anos que, as chamadas dívidas caducadas as quais segundo a lei, não podem ser incluídas novamente no cadastro do SCPC, porém há este histórico numérico que pode indicar, de acordo com a pontuação, se é um bom ou mau pagador. Em relação a estas dívidas, a empresa não pode incluir novamente, mas pode enviar ações de cobrança ao consumidor e negociações. Dependendo do caso, o credor pode mover uma ação judicial contra o cliente para a quitação

da dívida. “Com todas essas prevenções e dicas que oferecemos no workshop é possível oferecer crédito com qualidade”, finaliza Bischoff.

### Participantes

Dentre os participantes do evento, a assistente administrativa Roseli Avelino destacou que o tema é importante para precaver o comércio e conhecer melhor o cliente. “É importante saber as dicas e ferramentas para evitarmos problemas futuros”, conta. Assim como a participante e funcionária do setor de consertos automobilísticos, Fernanda Oliveira, que destacou a importância da capacitação profissional.

### Dicas

- Analise o RG e CPF do cliente
- Tenha um bom cadastro de seus clientes
- Analise a renda do cliente e, se possível, a parcela de renda comprometida e comprovantes de pagamento
- Analise informações de relacionamento. Há diferenças nos gastos se a pessoa é casada, solteira, mora sozinha ou com os pais
- Observe os indícios de comportamento do consumidor. Veja se fica nervoso na hora da compra, etc.



## Hidratação no Inverno

**Dra. Mariana Tornincasa Cabral**

Nutricionista, criadora do Programa Reeduca - CRN<sup>3</sup> 26148  
Consultório: Rua Júlio Conceição, 255  
Fone: (13) 3061-9119/3877-0255

A água é sempre a melhor opção para matar a sede e hidratar o corpo. Além disso, ela não tem calorias, sendo ideal para quem quer manter ou eliminar peso. O inverno é a estação onde ocorre a diminuição da ingestão de líquidos, sendo elevados os casos de desidratação por crianças e idosos. Beber dois litros de água por dia pode ser uma tarefa difícil, até mesmo quando o clima esquenta, no caso de quem não cultiva o hábito. Sucos e refrigerantes acabam ganhando destaque como opções mais atrativas, o que prejudica o metabolismo. É possível seguir algumas dicas para beber mais água e evitar a desidratação:

- \* Adicione frutas ou cascas das mesmas nas garrafinhas para transformar em água saborificada

- \* Faça cubos de gelo divertidos com sucos bem diluídos, 200 ml de suco concentrado para um litro de água

- \* Estimule-se a beber 500ml por dia e vá aumentando a cada semana. Em um mês você estará bebendo 2 litros de água por dia sem sofrimento.

A hidratação também pode ser encontrada em frutas com maior percentual de água, como o melão, a melancia e a laranja, além de legumes e verduras como o chuchu, o pepino e a alface, que são boas opções. Nas refeições também encontramos

alimentos com grande quantidade de água, como as sopas, além de outros nutrientes importantíssimos para o corpo.

Outra dica seria apostar nos chás, principalmente os naturais feitos por infusão, como a camomila, a erva-cidreira, a erva-mate, dentre outros. Porém, a água sempre será água, ou seja, não se estimule a consumir somente as outras opções e esquecer-se dela. Muito menos esperar sentir sede para consumi-la. Quando nosso organismo libera sinais de sede, ele está nos avisando que já estamos desidratados.

E lembre-se: Não somos iguais as caixas d'água, que podem ficar o dia todo sem o líquido e se enchem dele à noite. Tomar volumes de água seguidos pode agravar em problemas gástricos e ainda atrapalhar na hora do sono com tantas idas noturnas ao banheiro.

Segundo estudos nacionais, o ser humano quando carrega consigo uma garrafa de água é estimulado a consumi-la até o final. E de imediato torna a enchê-la pela simples necessidade de seguir ciclos. Portanto, para não fugir dela só porque está mais frio, leve consigo sempre uma garrafinha de água. Tenha uma na bolsa, outra no quarto e no seu trabalho. Ela vai estimular sua vontade de beber o líqui-



Divulgação

do pelo simples fato de querer ver a garrafinha vazia!

Outra dica é estipular horário para beber água. Que tal colocar seu celular para despertar a cada hora e, ao soar o alarme, ir beber um copo ou dois? Comece aos poucos e logo se tornará um hábito. Existem atualmente aplicativos para celulares com esta finalidade.

Ficou com sede só de ler? Que tal um copo de água?



**cafésachê**

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

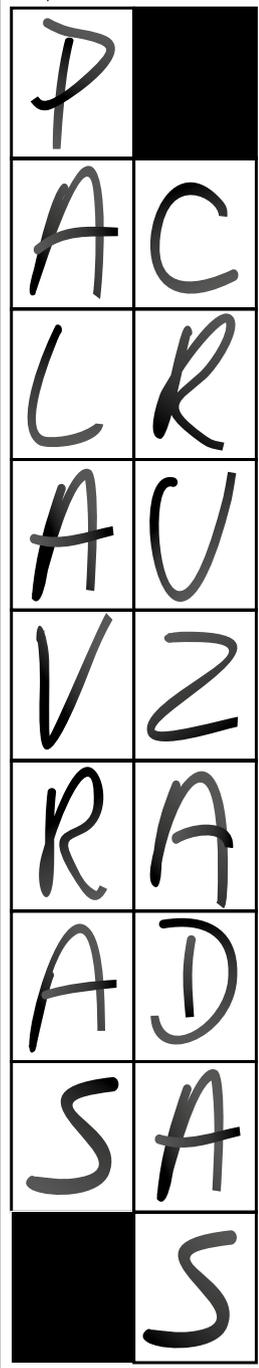
**Saiba mais sobre como receber nossa máquina de café expresso  
em comodato no [www.cafesache.com.br](http://www.cafesache.com.br) ou ligue para 0800 770 2333**

***Contate nosso representante:***

**Mario de Andrade**

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

**email: [mario@cafesache.com.br](mailto:mario@cafesache.com.br)**



É representada pelo Alcorão	Calma para esperar	Animal da Lapônia	Infantaria (abrev.)	Destro; ligeiro	Dois órgãos situados na garganta (Anat.)
		Atracar o navio	Cidade da Mesopotâmia (Ant.)		
Equivale a 10 Kg	Intentar; planejar	Criador da Turma da Caatinga (HQ)	Atmosfera	Moeda, em inglês	Tomei por verdadeiro
			Argola; anel		Casca de árvore
Ação típica da pessoa desumana	Aversão profunda "Édipo (?)", peça	Ação típica da pessoa desumana	Câmara de (?), arma nazista	Nome da letra "R"	Limpar o fundo dos rios
Interjeição de dúvida	Unidade militar	Objetivo de avaliação meteorológica	Os dentes do juízo	Árvore da família do salgueiro	Lugar disponível (?) lírico: a ópera
Zomba; graceja	Disfarçar; dissimular	Zomba; graceja	A pátria (fig.)	El. comp. de "rinite": nariz	Animal ovíparo
Barulho de explosão	Que repercute	Barulho de explosão	Dinastia chinesa iniciada em 1368	Newton (símbolo)	Consoantes de "nota"

4/coin — ming, 5/álamo — cdeaa, 6/hentli, 7/brigada, 10/miriagrama, 0CNANCO

**Solução das cruzadas da edição nº 195**

**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

18 anos de experiência  
Baixada Santista  
Mais de 3.000 clientes atendidos

Help Desk

(13) 3324-4110

# 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**



**A.P.O.**  
PLANOS ODONTOLÓGICOS

[www.apoodonto.com.br](http://www.apoodonto.com.br)

Somente para associados ao Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista