



SINDICATO DO
COMÉRCIO
VAREJISTA
DA BAIXADA SANTISTA

O MASCATE



Ano XXII - Nº188 - MARÇO/ABRIL DE 2012



Páscoa

Chocolate e Reflexão
Conheça as origens
desta celebração



**Publicidade é
Essencial**



**Delícia de
Sabores**



**Centenário
do Sucesso**

E mais: Hora de Malhar • Comércio do Bem • Aviso Prévio

Sejam Bem-Vindos Novos Associados SCVBS e ACVS

- Kaue Comércio de Motos e Autos Ltda.
- Cantina Armazém 38 Ltda ME
- Yasmim Danielle Santos Moreira de Oliveira EPP
- Marodonto Odontologia Ltda
- Bruno Capp. B. Lima
- ABC Mármores e Granitos Ltda – ME
- R.R.J.S. Comércio de Bijuterias Ltda - ME
- Livraria Vila Cultural Ltda – ME
- Probens Administração de Bens e Condomínios Ltda

Novos Credenciados SCVBS e ACVS

- FABE - FACULDADE DE BERTIOGA
(10% de desc)
Av. Manoel da Nóbrega, 966
Jd. Lido - Bertioiga/SP
Fone: (13) 3317-3444/3317-7142

ERRATA

O Mascate informa que, em sua última edição de número 187, na página 9, na matéria "SCVBS realiza encontro para empresários e contadores da região", fora publicado que o Sr. Antonio Carlos Nicolosi é proprietário da Folhamatic. O correto é Representante Autorizado Folhamatic.



Páscoa: Chocolate e Reflexão

Conheça as origens desta
celebração
pág. 10

Nesta edição - Índice

- 5 - Comerciante! Mantenha suas Contribuições em Dia
- 6 - Centenário do Sucesso
- 8 - Quadro de avisos
- 9 - Hora de Malhar
- 12 - Publicidade é essencial
- 14 - Delícia de Sabores
- 15 - Saúde: Amálgama: quais os riscos para a saúde?
- 16 - Jurídico: Aviso Prévio e a Sua Nova Lei nº 12.506/2011
- 17 - Nova parceria garante benefícios a associado
- Comércio do Bem
- 18 - Palavras Cruzadas
- 19 - Planos de saúde odontológicos estão entre os
benefícios preferidos por funcionários e empresas



Palavra do Presidente

Planejar é essencial

ternacional da Mulher, uma história interessante de como o comércio pode ajudar mulheres, inclusive àquelas que são chefes de família: mulheres guerreiras que, por séculos conquistaram seus direitos e hoje têm boa representatividade no setor varejista e, ainda sim, continuam fazendo seu papel de mãe, esposa, irmã e amiga.

Neste bimestre há também outra data de extrema importância ao comércio: a Páscoa, comemorada este ano no dia 8 de abril. Além da venda de ovos de chocolate e outros artigos feitos com o cacau, é um bom momento de alegrar a criançada e à família inteira com presentes, brinquedos e outros artigos que lembrem a temática. O MASCATE relembra também a sua importância histórica e curiosidades da comemoração pelo mundo.

O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista traz novidades aos associados em 2012 com novos cursos e palestras, e se coloca a disposição em um canal aberto para dar apoio e qualificação, além de oferecer parcerias e diversos benefícios a seus associados e a todos os comerciantes da nossa região, inclusive com a novidade da Certificação Digital.

O Sindicato, como um dos principais certificadores da região, realiza o serviço em nossa sede e agora também com validação nas subsedes e se prepara para novas palestras sobre o tema para elucidar aos comerciantes da região sobre os benefícios desta nova tecnologia. Tudo para fortalecer o comércio regional e fazer de sua empresa um sucesso! Tenha uma boa leitura!

Um velho jargão brasileiro afirma que o ano começa de verdade somente após o Carnaval. Para nós do Comércio este ano começou há algum tempo pois, no setor varejista, acabamos por compreender como um só período os meses de setembro a fevereiro, quando o comércio se aquece devido à temporada de verão e onde se trabalha bastante e, em casos específicos, quase que ininterruptamente.

O período passado nos meses de janeiro e fevereiro é, normalmente, um momento também conturbado, mas bastante positivo, quando as empresas realizam o balanço do ano que passou e fazem o novo planejamento para este ano e, ao mesmo tempo, vendem bastante. Nos meses de março e abril é a hora de colocar as novas ações de venda e marketing em prática, deixando tudo em ordem para este ano.

Diferentemente do ano anterior, a temporada este ano terminou mais cedo devido ao Carnaval ter sido no mês de fevereiro. Porém, este foi um período importante, pois a região ficou tomada novamente pelos turistas, pela festa e pela alegria, que movimentam o comércio.

O MASCATE traz em comemoração ao Dia In-

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 - www.scvbs.com.br - e-mail: comercial@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 Golçalves Martins
Diretor de Patrimônio: Paulo Simões Mirabelli
Gerente Geral: Marco Antonio Guimarães

Jornalista Responsável:
 Carina Seles
 MTB 66.113-SP
Tiragem: 8.000 exemplares

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.

Empresas que aderiram ao Repis nos anos anteriores precisam renovar adesão.

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 ADEÇÃO 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! Usfrua 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.

Comerciante! Mantenha suas Contribuições em Dia

Para que o Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista possa representar de maneira ideal os empregados do setor, é muito importante que todos contribuam.

Os recursos recebidos com as contribuições têm um único objetivo: fortalecer o segmento do comércio varejista em todos os aspectos, desde o mais global, através da defesa permanente de seus interesses, até o mais particular, através do apoio em todos os níveis aos nossos sócios-contribuintes.

Contribuição Sindical Patronal

Base Legal:

A Contribuição Sindical Patronal é prevista no art. 580 da CLT e obriga o seu recolhimento anual por todas as categorias econômicas (empregadores, autônomos e profissionais liberais), obedecendo a tabela de cálculo - Resolução CNC/SICOMÉRCIO Nº 015/2002.

Esclarecemos também, que todas as empresas estão obrigadas ao recolhimento da Contribuição Sindical Patronal, inclusive aquelas sem empregados, pois trata-se de uma contribuição patronal (de empregadores e não de empregados). NOTA: As Contribuições Sindicais de Empregados, obviamente, só deve ser recolhida pelas empresas que têm empregados.

É essa contribuição que alimenta o FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador) e outros projetos de âmbito governamental, daí a importância do seu recolhimento.

O vencimento da contribuição sindical patronal ocorreu no dia 31 de janeiro de 2012. Quem se estabelecer após esta data deverá recolher a contribuição no momento em que for retirar o registro ou licença para o exercício da profissão, (fundamento legal: Arts. 583 e 587 da CLT).

Acréscimos legais - Contribuições recolhidas fora do prazo terão multa de 10% nos 30 primeiros dias, com adicional de 2% por mês subsequente. Além disso, há cobrança de 1% de juros ao mês, mais correção monetária. (fundamento legal: Art. 600 da CLT)

Contribuição Assistencial Patronal

Também chamada de taxa assistencial, esta receita decorre das contribuições pagas pelos membros das categorias profissional ou econômica, filiados ou não à entidade sindical que os representa.

Portanto, uma vez instituída, é extensiva à toda a categoria representativa, tendo caráter compulsório. É fixada por assembleia da categoria, devidamente convocada para tal, através da publicação de edital e vem prevista em acordo ou convenção coletiva de trabalho ou, na au-

sência dessas, em sentença normativa em processo de dissídio coletivo (no caso de contribuição de categoria profissional).

Não havendo, a exemplo da contribuição associativa e da confederativa critério para sua fixação, cada entidade adota o seu próprio, através da competente assembleia.

No nosso caso, o sindicato têm tomado por base o porte da empresa, por considerar o mais justo a ser aplicado.

O vencimento da Contribuição Assistencial Patronal ocorreu no dia 25 de novembro de 2011.

Base Legal

Os fundamentos legais para a instituição e cobrança desta contribuição são:

- Art. 513, alínea "e" da CLT.
- Art. 548, alínea "b" da CLT.
- Art. 8º, inciso IV, da Constituição Federal.

A receita arrecada a título de Contribuição Assistencial será aplicada em serviços de interesse do Sindicato, da categoria representada e no patrimônio da Entidade ou, ainda, poderá ter outro destino, desde que aprovada em Assembleia Geral.

Essa contribuição refere-se aos serviços prestados pelas entidades sindicais à categoria, sobretudo a celebração de acordos ou convenções coletivas de trabalhos ou participação em processos de dissídio coletivo.

Como se pode constatar, à exceção da contribuição associativa que só é devida pelos associados, todas as demais se aplicam à toda categoria representada, independentemente de filiação à entidade.

O Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista está cada vez mais empenhado e comprometido com a qualidade dos produtos e serviços que oferece. Acima de tudo, sua meta é estabelecer com o lojista do varejo um relacionamento transparente e alinhado aos interesses e necessidades do setor como um todo.

É por essa razão que o pagamento das Contribuições se mostra tão importante, tanto para o S.C.V.B.S., como para o próprio empresariado varejista. Independentemente do porte e das condições de sua empresa, o sindicato está sempre trabalhando para atender às suas necessidades. Conte com isso, empresário, e invista em seu próprio crescimento.

Contribuições em atraso podem ser negociadas de forma facilitada, basta entrar em contato através dos telefones: (13)2101-2822; (13)2101-2833; (13)2101-2834 e (13)2101-2874 – Departamento de Contribuição.

Centenário do Sucesso

O gerente de Marketing do Santos FC conta ao O MASCATE o segredo do sucesso do time e da marca

No dia 14 de abril, o Santos Futebol Clube comemora 100 anos de história. Sendo uma das agremiações de maior tradição no cenário mundial, o Santos FC é conhecido no mundo todo por suas belíssimas jogadas e seus ilustres jogadores.

Um dos seus pontos fortes são as estratégias de marketing que garantem a venda de produtos oficiais e licenciados e atraem cada vez mais torcedores, admiradores e associados ao Peixe. No final de 2011, um dos destaques foi o início da campanha Sócio-Rei, programa de relacionamento e pontos que possibilita ao sócio a utilização de um cartão de crédito personalizado, por exemplo. “Como diz o mote do programa, há coisas que só acontecem com o sócio-rei”, afirma o gerente de Marketing do Santos FC, Armênio Neto. O programa oferece alguns benefícios como viagens com o Time, descontos em empresas parceiras, produtos oficiais e exclusivos do Santos FC, milhas, passagens aéreas, chat com os jogadores, descontos em ingressos, dentre outros.

Tadeu Nascimento - PMS/Secom



**mOURA**
INFORMÁTICA

Há mais de 20 anos dando inteligência aos seus negócios

SOFTWARES HOMOLOGADOS PARA PEQUENAS, MÉDIAS E GRANDES EMPRESAS

| | |
|--|--|
|  SIS MOURA Sistema Integrado de Automação Comercial para comércios varejistas e atacadistas |  PET MOURA PetShops e Clínicas Veterinárias |
|  FAR MOURA Farmácias e Drogarias |  POSTO MOURA Postos de Combustíveis e Serviços |

EQUIPAMENTOS: TODA LINHA DE EQUIPAMENTOS PARA AUTOMAÇÃO COMERCIAL

FISCAL

- SPED FISCAL • SPED PIS / COFINS • NOTA FISCAL ELETRÔNICA •
- NOTA FISCAL PAULISTA • TEF DEDICADO E DISCADO •



10% de desconto para associados (exceto para equipamentos)

tel.: (13) 3349-6420 / 3349-6422



Os pontos podem ser acumulados de diversas formas: indo aos jogos do Santos ou comprando online os produtos oficiais. Na mídia, a divulgação da campanha foi através de uma propaganda a qual o jogador Neymar dirigia um táxi e buscava um associado em sua casa (Veja foto acima). O programa tem início previsto para este semestre. “Em um mês de pré-venda tivemos a adesão de cinco mil pessoas, sendo que quatro mil ainda não eram sócios. Ou seja, temos a possibilidade clara de dar mais um salto importante no número de sócios em 2012”, conta. “Nos últimos dois anos, dobramos o número de sócios do Clube com mais 25 mil novos associados. Até o fim do nosso centenário, no início de 2013, acreditamos poder alcançar a meta de 100 mil”, ressalta.

Armênio Neto conta que a campanha do centenário do Clube fora lançada em abril de 2011 com as Sereias da Vila, projeto em futebol feminino que foi encerrado este ano. “De lá para cá, fizemos várias ações, mas naturalmente as principais ocorrerão este ano. No fim de novembro de 2011, lançamos o tema do Centenário, chamado Meninos para Sempre”, afirma.

O presidente do Clube, Luis Álvaro de Oliveira Ribeiro, ressalta as novidades da campanha. “O Santos prepara grandes festividades para marcar seu centenário, entre festas, exposições, obras de arte, concursos culturais e amistosos. Mas, acima de tudo, o objetivo do Clube é focar na honra de sermos santistas, um orgulho que nem todos podem ter. Nosso DNA é ofensivo e jovem, independente da idade dos nossos atletas. Nossa história de grandes craques, ídolos e jogos é tão rica que faz rejuvenescer”, diz.

Outra importante ferramenta de divulgação do Clube é a Santos TV. “Em larga escala, o canal busca o au-

mento da visibilidade do Clube e de seus parceiros”, conta. “É a única TV de Clube no país que fornece imagens para as maiores emissoras de TV do Brasil e para as maiores do mundo”, conta Neto. O gerente de marketing do Peixe relembra no momento do Clube no Mundial Inter-Clubes, realizado no Japão. “Nossas imagens de bastidores foram vistas por milhões de japoneses através de emissoras como Nippon TV, NHK, entre outras”, afirma.

Como resultado, no Youtube, o Santos ultrapassou 40 milhões de visualizações dos seus vídeos em dois anos. “Temos a maior média de visualizações entre clubes do mundo, mais de 50 mil visitas por dia”, diz Neto.

O Boom

Segundo o Clube, o grande plano na área de marketing que fez o Santos FC crescer mundialmente veio na nova gestão, após 2009, com ampla reestruturação do Departamento e metas a cumprir, o que levou o Clube ao patamar que se encontra hoje. “O Marketing do Santos, até 2009, era muito tímido. Os valores que o Clube recebia de patrocinadores estavam muito abaixo dos praticados no mercado pelos grandes clubes. De lá para cá, a gestão do presidente Luis Álvaro mais do que quintuplicou o valor obtido com patrocínios no uniforme, passando de R\$ 7 milhões para a casa dos R\$ 35 milhões em 2012”, afirma Neto. “O que deu certo foi a alquimia que reuniu gestores com experiência comprovada no mercado, um novo modelo de administração, menos centralizador e focado em questões políticas, e um time forte dentro de campo, com liberdade para que os garotos revelados na nossa base despontassem para o mundo, como Neymar e Ganso”, finaliza revelando uma grande lição ao setor varejista da região.

QUADRO DE AVISOS

CURSO

Curso Manipulação de Alimentos

Dias: 19 e 20/03/2012 e 16 e 17/04/2012

Horário: 18h00/22h30

Investimento: Associado R\$ 30,00
Não Associado R\$ 100,00

Carga Horária: 09 horas

Professor: Erivelto Mello

Objetivo: Capacitar os participantes nas boas práticas de manipulação, ou seja, nos requisitos de organização e higiene, necessários 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 até 15/03/2012 pelo telefone (13) 2101-2855 com Ariane.

Siga-nos nas Redes Sociais

facebook

www.facebook.com/scvbs

twitter

www.twitter.com/scvbs

YouTube

www.youtube.com/scvbs1

Divulgação



Dica de Filme

JOHN CARTER - O longa é baseado no clássico romance de Edgar Rice Burroughs e conta a história de John Carter que é inexplicavelmente transportado para Marte onde se vê envolvido em um conflito de proporções épicas entre os habitantes do planeta, incluindo Tars Tarkas e a atraente Princesa Dejah Thoris. Estreia prevista para o dia 23 de março.

Divulgação



Dica de Livro

O X da Questão - No livro, o empreendedor brasileiro Eike Batista narra suas aventuras de desbravador, desde os maiores sucessos até as experiências que não deram certo e os erros cometidos no curso de projetos vitoriosos. Eike Batista expõe ainda a teoria que embasa o Grupo EBX. O "X" presente no nome de cada uma de suas empresas é símbolo da multiplicação de riqueza, ousadia, criatividade e capacidade de execução. A venda nas livrarias da região.

Divulgação



Dica de Filme

O Lorax: Em busca da Trúfula Perdida - A aventura animada conta a jornada de um rapaz que procura pela única coisa que poderá fazer com que ele conquiste a afeição da garota de seus sonhos. Para encontrá-la, ele terá que descobrir a história do Lorax, a zangada porém charmosa criatura que luta para proteger seu mundo. O Lorax: Em Busca da Trúfula Perdida é o terceiro filme criado pela Universal Pictures e a Illumination Entertainment. Estreia prevista para o dia 30 de março.

Divulgação



Dica de Cultura

Choro de Bolso da Realejo: Tradição em Santos, às sextas-feiras perto das 18 horas, é possível perceber o burburinho na Rua Marechal Deodoro, 2, bem perto à Praça da Independência. Público e artistas de todos os segmentos da região encontram-se para celebrar a cultura, a amizade e o início do fim de semana em frente à Livraria Realejo. Não é cobrado couvert artístico. Basta chegar e curtir. É gratuito.

Programação de cinema sujeita a alterações. Informações: Roxy - 3289-8336, Cinemark - 3231-2889, Cine Posto 4 - 3288-4009, Espaço Unibanco - 3284-4044, Ferry Boat Plaza (Guarujá) - 3348-4482, Cinesystem (Praia Grande) - 3476-2000. Informações das Dicas de Livros cedidas pela Realejo Livros (Rua Marechal Deodoro, 2, Gonzaga, Santos). Telefone: 3289-4935.

Hora de Malhar

Academia inaugurada em Santos no começo do ano oferece bons pacotes para quem quer começar a suar a camiseta

Carina Seles



No coração do Gonzaga, uma nova oportunidade para quem quer perder alguns quilinhos - ou então para quem quer manter o peso ou ganhar massa - está a disposição do público todos os dias da semana, com preços atrativos e com a possibilidade de realizar a adesão pela internet. A academia Smart Fit chegou à Santos e abriu suas portas à Avenida Ana Costa, no Conjunto Atlântico, em janeiro deste ano.

A rede é um novo conceito de academia desenvolvido pelo Grupo Bio Ritmo que há três anos oferece uma nova oportunidade aos praticantes de atividade física. Baseada no modelo *low cost, low price*, reúne uma boa estrutura por preços acessíveis. Hoje a rede tem unidades em cidades como São Paulo, Brasília, Rio de Janeiro, Campinas e Porto Alegre, além de duas unidades internacionais, localizadas na Cidade do México, capital mexicana.

A empresa afirma que a ideia nasceu em 2009 após pesquisa divulgada pela Associação Brasileira de Educação Física, a qual indicava que somente 2% da população brasileira frequentava academias. A marca cresceu como uma rede de fitness para permitir o acesso ao público que não tinha como padrão passar muitas horas em academia, além de ser um público exigente com pouco tempo disponível para treinar.

Segundo Marco Lara, diretor de operações da Smart Fit, Santos foi escolhida como a nova filial por ser uma cidade de destaque em diversos aspectos. "A cidade é

considerada uma das melhores cidades do mundo em qualidade de vida, por exemplo", afirma.

E não é por menos. A Cidade comemorou 466 anos com grandes destaques econômicos e sociais. Santos é apontada como um dos principais pólos de desenvolvimento do país, privilegiada pelo setor portuário e turístico. A Cidade é uma das que mais se envolvem em programas de qualidade de vida e pratica atividade física, o que pode variar de uma simples caminhada na praia à beira do mar até pesadas sessões de condicionamento físico. Neste misto de agito e descanso, seus moradores têm conhecimento que a saúde e o bem estar é o que importa e a academia de musculação é umas das formas de encontrar a qualidade de vida.

O diferencial

Além do preço e da localização, a academia possui 1.700 metros quadrados de área e traz equipamentos de ponta como esteiras, elípticos e de peso livre. A academia não oferece aulas em grupo. O foco é treinamento cardiovascular e musculação. "Nosso cliente é aquele que gosta de treinar em equipamentos de qualidade por um preço acessível. São setenta equipamentos focados para o sistema cardiorespiratório, sendo quarenta esteiras, dez bikes e vinte elípticos. Na sala de musculação, são 68 equipamentos multifuncionais", diz Lara.

Planos

Dentre os planos de adesão para quem deseja se matricular há benefícios como frequência livre na unidade escolhida e sem multa de cancelamento, estes no caso do Plano Smart. Já o Plano Black oferece itens como camiseta e cartão Black. "Há também alguns diferenciais para clientes do plano Black como poltrona de massagem e acesso as demais unidades da rede", afirma. O aluno do plano Black pode ainda levar um convidado para treinar junto gratuitamente até dez vezes por mês, de acordo com cada unidade. O aluno obrigatoriamente deve estar presente durante a visita ou treino do convidado. O valor do plano Smart custa a partir de R\$ 49 por mês e o plano Black, a partir de R\$ 69.

Conheça mais

Horário de funcionamento: de Segunda a Sexta das 6h às 24h; Sábado das 6h às 14h e Domingos das 10h às 16 horas. Endereço: Avenida Ana Costa, s/n, loja 554, Gonzaga, Santos. Não há estacionamento próprio. Maiores informações pelo site www.smartfit.com.br ou pelo e-mail gonzaga@smartfit.com.br.

Páscoa: Chocolate e Reflexão

Conheça as origens desta celebração

shutterstock.com



A Páscoa este ano tem comemoração marcada para o dia 8 de abril. Tradicionalmente cristã, a celebração no Brasil é marcada por um momento de reflexão, sendo uma das comemorações mais importantes no calendário cristão.

De acordo com o padre Antonio Alberto Finotti, conhecido como padre Toninho, da Paróquia Sagrado Coração de Jesus (Av. Bartolomeu de Gusmão, 114, Aparecida), em Santos, o vocábulo Páscoa é abrangente e inclui um período marcado na Bíblia. “A palavra Páscoa significa passagem, ou seja, a passagem de um povo que buscava sua libertação para a Terra Prometida,

terra da liberdade e da vida, cuja origem vem de uma tradição judaica muito antes de Cristo”, afirma.

O clérigo explica que a comemoração teve três grandes momentos. “Inicialmente, começou-se com a cerimônia das primícias, ou seja, apresentava-se a Deus o primeiro feixe ou fruto da colheita. Outro momento significativo é a Páscoa da libertação, que é a passagem do Senhor, na figura do anjo exterminador que passou, adiante, ao ver o sangue do cordeiro sobre os umbrais das portas das casas habitadas. Páscoa, neste sentido significa a libertação do povo na situação de morte entre o mar vermelho e o exército inimigo”, diz. “O terceiro momento era o rito da imolação do cordeiro e a atitude de comer pães ázimos que recordava o grande acontecimento da libertação na Egito e da Aliança no Sinai, bem como a entrada na terra prometida”, explica.

Data

Na celebração da Páscoa cristã relembra-se a ressurreição de Cristo, após o momento de Via Crucis e morte. É celebrada tanto pelos povos Judeus, quanto pelos Cristãos. “Sua data é definida pelo primeiro domingo após a Lua Cheia que ocorre em ou logo após 21 de março, data fixada para o início da primavera no hemisfério norte”, explica o pároco.

Símbolos Contemporâneos

No mundo moderno, a comemoração é passada por gerações como a celebração dos ovos de Páscoa e seus simpáticos coelhos. Ainda assim, há um significado importante, conforme explica o padre Chiquinho. “O Ovo de Páscoa simboliza a vida que surge repentinamente, destruindo as paredes externas e irrompendo

PROPLASTIK
Aqui Tem Tudo

Fantasia, Festas e Muito Mais

Santos / São Vicente / Guarujá
Tel.: 3278.9000
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

com vida. Simboliza a Ressurreição. É importante que esta ideia seja lembrada”, conta. Estudos indicam que o coelhinho da Páscoa surgiu por este ser um animal com capacidade de gerar grandes ninhadas, sendo assim, sua imagem simboliza a procriação ao novo e à multiplicação.

Alguns ainda chegam a trocar presentes nesta data. “Dentro desta visão de vida que renasce, que surge repentinamente, oferecer na gratuidade algo que simboliza a esperança de um mundo novo é válido, pois é a

esperança e promessa de vida nova, de um mundo de paz entre os homens”, finaliza.

Estudos indicam também que a celebração tem influências pagãs referentes aos antigos rituais pagãos do início da primavera no Hemisfério Norte. Nestes lugares, as tradições de Páscoa incluem a decoração de ovos cozidos e as brincadeiras com os ovos de Páscoa como, por exemplo, rolá-los ladeira abaixo, onde será vencedor aquele ovo que rolar mais longe sem quebrar.

Como é celebrada a Páscoa em outros países?

Este fator depende muito da cultura, da tradição e da religião daquele povo. Dependendo da localidade, a época é lembrada com desfiles, guerra de tortas e visita aos túmulos dos antepassados. Confira:

Brasil: É comum celebrar a data em família ao redor de uma mesa farta e distribuir ovos de chocolate.

América Latina (em geral): O mais comum é as crianças montarem seus próprios ninhos de Páscoa, sejam eles feitos de vime, madeira ou papelão, e enchê-los de palha ou papel picado. Os ninhos são deixados para o coelhinho colocar doces e ovinhos na madrugada de Páscoa. A caça ao ovo ou caça ao cestinho também é utilizada.

Estados Unidos: As comemorações acontecem durante o dia, em lugares ao ar livre, onde as crianças fazem brincadeiras com ovos de páscoa coloridos que são escondidos. Na Quinta Avenida de Nova Iorque acontecem desfiles, enquanto na Casa Branca há a tradicional caça aos ovos.

Inglaterra: A brincadeira tradicional na Inglaterra é a guerra de tortas de lebre e o chute de garrafas.

Grécia: Acontecem procissões onde os fiéis levam ovos vermelhos representando o sangue de Cristo. Estes ovos são quebrados quando as pessoas anunciam que Cristo ressuscitou.

Suécia: A Páscoa assemelha-se ao dia das bruxas dos EUA, pois as crianças se fantasiam e saem pelas casas pedindo doces.

Índia: Os indianos comemoram a Festa de Holi para lembrar o aparecimento do Deus Krishna.

China: As pessoas visitam os túmulos dos seus antepassados e fazem oferendas no evento chamado Ching-Ming. As oferendas são em forma de refeições e doces, para deixá-los satisfeitos com os seus descendentes.

Ucrânia, Estônia, Lituânia e Rússia: A tradição é a decoração de ovos para serem dados de presente a amigos e parentes. A tradição diz que, se as crianças forem bem comportadas na noite anterior ao domingo de Páscoa e deixarem um boné de tecido num lugar escondido, o coelho deixará doces e ovos coloridos nesses ninhos.



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 muitas e IPVA em até 12 vezes



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



Para Sorrir a Vida Toda !

Planos Odontológicos

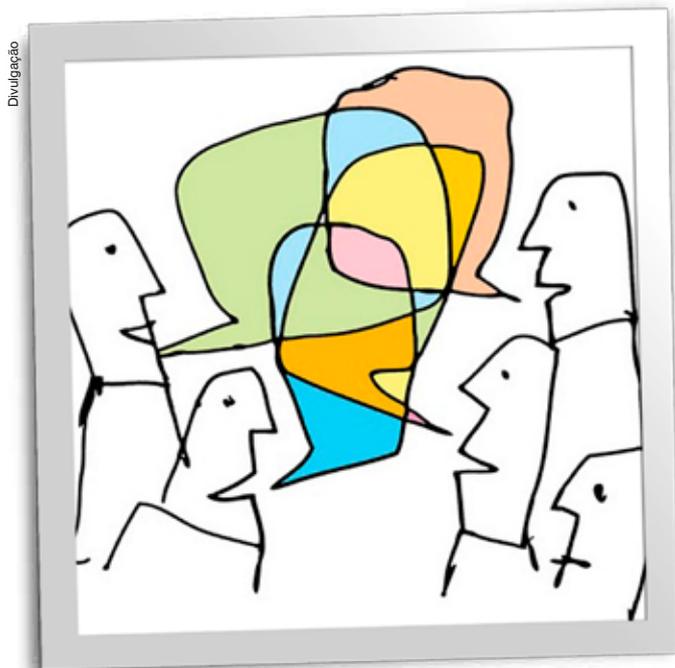
Escolha a sua cobertura: **R\$ 3,50** a partir de:



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

Publicidade é essencial

Saiba as condições e em qual momento sua empresa deve investir em mídia



Ao abrir uma empresa, as premissas essenciais para que ela aconteça são normalmente capital, boas ideias e clientela. No início, os próprios clientes indicam seu estabelecimento: a famosa indicação boca-a-boca. Porém, em um determinado período é necessário divulgar o produto a meios de comunicação. Algumas das principais dúvidas que surgem é: Como devo proceder? Será que trará retorno?

No Brasil, os investimentos em publicidade em 2011 cresceram 16% em relação ao ano anterior, atingindo R\$ 88 bilhões, segundo dados divulgados pelo Ibope Monitor. No ranking dos maiores anunciantes, a varejista Casas Bahia se manteve na liderança, com aportes de R\$ 3,37 bilhões. Em seguida, vêm a Unilever Brasil, com investimentos de R\$ 2,6 bilhões, e a Ambev, com R\$ 1,31 bilhão - a fabricante de bebidas passou do quarto para o terceiro lugar no ranking.

Em relação ao destino das verbas, as TVs receberam 53% do total destinado à publicidade no ano passado. Em seguida vêm os jornais, com 20% do total, as revistas, com 8%, as TVs por assinatura, também com 8%, a internet, com 6%, e as rádios, com 4%. O restante foi destinado aos cinemas, à propaganda em mobiliário urbano e aos outdoors.

Posso anunciar?

De acordo com o publicitário, gerente Comercial e de Marketing da Tri FM, Davidson Iuspa, toda empresa tem o perfil para investir em mídia. "Esta grande diversidade de opções de mídia permite que empresas de qualquer tamanho tenham possibilidade de anunciar", afirma. O

especialista na área ressalta que anunciar é um fator vital para o sucesso empresarial. "De nada adianta a sua empresa prestar um excelente serviço ou oferecer um excelente produto a um bom preço se o seu consumidor não souber desta oferta. Uma das funções da publicidade é a de informar o consumidor, tornar conhecido o seu produto, o seu serviço, seu preço, suas condições de pagamento. Investir em mídia é certeza de retorno", diz.

De acordo com Iuspa, as inúmeras opções de comunicação atingem os mais variados públicos. "Cada um atende a um objetivo diferente", afirma. Segundo ele, é necessária uma estratégia unificada de utilização dos mesmos. "A combinação de vários meios de comunicação em uma campanha é certeza de um melhor custo-benefício ao anunciante, garantindo impacto, frequência e cobertura da mensagem", diz. "Não existe um melhor ou pior, cada um tem a sua característica e seu objetivo na campanha", conta.

Dificuldades

Iuspa explica que há dificuldades em ambos os lados. As dificuldades encontradas pelos veículos de comunicação, segundo ele, são as mesmas de qualquer outro tipo de empresa: concorrência, diversidade de oferta no mercado, situação da economia, dentre outros. Já para o anunciante há outro quadro. "Talvez a maior dificuldade encontrada pelo anunciante e pelo veículo seja a condição da publicidade ser um serviço diretamente ligado a existência do negócio. Devido a isto, às vezes a publicidade é a primeira a ser cortada em um momento de crise. Felizmente esta prática vem caindo. Pequenos e médios empresários vêm se conscientizando da importância da comunicação para o seu negócio", afirma. "Em um momento de crise, a publicidade se mostra como uma importante ferramenta para alavancar o faturamento e agilizar o processo de recuperação da empresa", conta.

Digital

Segundo o publicitário, os meios tradicionais como TV, Rádio, Jornal, Outdoor, Cinema e revista aprenderam a conviver com a Internet, que a cada dia está mais madura e profissionalizada como meio de comunicação e vem ganhando terreno e conquistando a sua participação na verba publicitária.

Em números reais, a internet bateu recordes no Brasil. O número de internautas no país ultrapassou os 80 milhões. O e-commerce fechou o ano com faturamento de R\$ 15 bilhões e 40% de crescimento em relação a 2009, um dos maiores índices já registrados, e os sites de compra coletiva tornaram-se um fenômeno de marketing:

246 deles no ar em menos de um ano, com previsão de faturamento de R\$ 300 milhões.

Por sua vez, os investimentos em marketing digital atingiram 10% do orçamento de marketing das empresas, com estimativas de aumento de 90% até 2014. Mas é bem possível que essa previsão se concretize até mesmo antes, tal a importância que essa área vem ganhando, conforme revelam as pesquisas realizadas em 2010, pois cerca de 94% dos internautas fazem compras online no Brasil, nova classe média digital na América Latina, 33% das mulheres preferem internet à TV, 60% dos internautas aprovam que empresas usem redes sociais para divulgar seus produtos e serviços. Para 25% dos usuários, redes sociais ajudam na decisão de compra.

Confira os principais pontos a serem considerados em 2012, principalmente para as empresas de pequeno e médio porte.

- **e-Commerce:** as plataformas de e-commerce são cada vez mais acessíveis, seguras e com vários recursos para administração, controle de estoque, vendas e formas de pagamento. O desafio atual para o sucesso no comércio eletrônico está no atendimento, logística (tanto na entrega quanto na devolução e troca de mercadorias) e segmentação.

- **Publicidade online:** à medida que mais e mais empresas intensificam sua atuação na internet, todos também querem e precisam aparecer para conquistar a atenção dos consumidores e clientes. Diante disso, os investimentos em publicidade online também precisam ser aprimorados. Não se trata necessariamente de aumentar a verba, mas atuar de forma diferenciada para destacar a empresa. Para tanto, é preciso buscar formas criativas de utilizar ferramentas tradicionais, como links patrocinados, otimização e e-mail marketing, e avaliar o investimento em sites de compra coletiva e programa de afiliados.

- **Redes sociais:** torna-se quase obrigatório estar presente nas redes e mídias sociais devido a abrangência entre os internautas e crescimento em importância nas decisões de compra. Mas para se obter resultados efetivos é necessário considerar duas variáveis essenciais: seu público-alvo e a forma como ele interage em cada rede social. A partir desta avaliação é possível definir a melhor forma de atuação, que pode ser promover seus produtos, prestar serviços ou atendimento,

- **Tendências:** na internet as novas tecnologias e tendências surgem a todo o momento. Um evolui aos poucos, outras parecem surgir do nada e tornam-se fenômenos rapidamente. Em 2012, a tendência é o mobile marketing. Acompanhe a popularização dos smartphones com conexão à internet, do iPad e tablets (computadores sem teclado), que possibilitam novas formas de publicidade, como aplicativos (apps) e games.

- **Profissionalização:** O último e talvez mais importante aspecto a ser considerado é a profissionalização da gestão do marketing digital. Seja por meio de profissionais próprios ou de uma agência, é necessário ter a orientação e suporte especializado para planejar, executar e acompanhar as diversas ações, que além de tudo precisam estar alinhadas e integradas a outras atividades comerciais e de marketing da empresa.

Fonte: Site Administradores

micro help
informática

Soluções para

Automação
Comercial

CFTV
Circuito Fechado
de TV



Conteúdo: 1 DVR/4 canais • 4 Mini câmeras digitais
• 4 Domes de proteção • 1 Fonte de Alimentação 3A
• 4 Conectores BNC • 1 Cx. Cabo manga (100 m).

Consulte também
Projetos e Instalações

Impressoras
Fiscais
e não Fiscais.
DIVERSOS MODELOS



Sistemas para
**NOTA FISCAL
ELETRÔNICA**
Inclusive
para
Prestadores
de Serviços

Sistemas completos de Estoque e PDV
para todo tipo de comércio.

Vendas e Assistência Técnica

R. Martim Afonso, 57
Centro - Tel. 3219.4101

Av. Bernardino de Campos, 582
Canal 2 - Gonzaga

Central
de Vendas: **3257.8080**

Vendas on line: www.microhelp.com.br

Delícia de sabores

Gente da Gente

Fotos: Carina Seles



Pessoas do mundo todo consomem doses diárias de chocolate ou café. No Brasil, estudos indicam que, somente em 2010, foram consumidos cerca de 81 litros de café por pessoa. Já o consumo de chocolate “per capita” aumenta no país 1,3 quilo por ano. O consumo médio de um brasileiro é de 2,5 quilos por ano. Em São Paulo, o consumo pode chegar a quatro quilos por ano. Destes frequentadores assíduos em chocolaterias e cafeterias está o santista Gabriel Batalha e sua mãe, Eliana Batalha. Com a observação deste mercado alimentício, começaram a pensar em abrir um negócio voltado a este ramo e se tornarem empresários, pois Eliana trabalhava há cerca de 35 anos em um cartório e seu filho trabalhava, na época, em um banco. “Pesquisamos todas as franquias de chocolate e café”, afirma Gabriel Batalha. “Queríamos uma empresa que oferecesse algo que ainda não havia em Santos”, conta.

Após a pesquisa, abriram a loja franquizada da Munik Chocolates, famosa na capital de São Paulo. “Como bom apreciador, o diferencial é que os nossos chocolates não têm gordura hidrogenada, por exemplo, garantindo um sabor maravilhoso”, relata. A primeira filial fora aberta em 2009, juntamente com a inauguração do Shopping Pátio Iporanga, em Santos.

Na gama de produtos oferecidos, há cerca de

200 itens como Ovos de Páscoa, o pão de mel, considerado uma das dez delícias de São Paulo, diferentes tipos de cappuccino, como o cappuccino Ice, o café tradicional, além dos mais variados tipos e formas de chocolate. “Nossa produção é artesanal, como por exemplo, oferecemos placas de chocolate as quais o cliente escolhe o que quer escrever nelas. É possível até escrever convites inteiros no chocolate”, conta. A Munik em Santos oferece produtos em chocolate para confraternização de empresas, produtos personalizados para a Páscoa, dentre outros.

A novidade é sua nova filial no centro de Santos. Desde novembro do ano passado, a loja localiza-se ao lado do escritório da Petrobrás, perto da Prefeitura da Cidade. O local fora inteiramente reformado e possui dois andares. No segundo andar, há um local especial e aconchegante composto por sofás, mesas e cadeiras, duas TVs que passam canais de notícias, ar condicionado e Wi-fi, disponíveis à clientela e à empresas que queiram realizar reuniões ao local ou até confraternizações.

A loja do shopping Pátio Iporanga, no Gonzaga, funciona de segunda a sábado, das 10 às 22 horas e aos domingos, das 14 às 22 horas. Telefone 3288.1543. Já a loja do Centro, fica à Rua D. Pedro II, 31, e funciona de segunda a sexta, das 9 às 19 horas e aos sábados, das 9 às 14 horas. Telefone: 3284.0290 e site www.muniksantos.com.br



Amálgama: quais os riscos para a saúde?

Saúde

Rosemeire Aparecida Marques

Especialista em Implantodontia

CRO 49.425

Consultório: R. Pernambuco, 103- Gonzaga

Tel.: (13) 3289-4889

e-mail: dra.rose@esteticadental.com.br

www.esteticadental.com.br

Arquivo Pessoal



As restaurações em amálgama são realmente tóxicas e, por isso, devem ser trocadas?

Amálgama, palavra que significa mistura na Odontologia, é o material metálico escuro utilizado para restaurar os dentes do fundo composto de mais ou menos 70% prata, cobre, estanho e outros, misturado com mercúrio que, puro, é altamente tóxico e volátil.

No passado, quando os dentistas não usavam luvas nem óculos ou máscara de proteção, era grande o número de profissionais contaminados pelo mercúrio. Imaginem que, há mais ou menos 20 anos, quando ainda estava na faculdade, aprendi a manipular o mercúrio pesando-o em uma balança rudimentar e misturando-o manualmente em uma espécie de pilão (gral e pistilo), sem este tipo de proteção.

Os fabricantes desta limalha afirmam que, depois de realizada a mistura, o mercúrio sofre uma reação e torna-se parte de uma liga atóxica. Só que os aparelhos mais antigos dosavam por volume tanto o mercúrio quanto a prata, e não por peso, causando erros na proporção, resultando, muitas vezes, em excesso de mercúrio.

Pensando nisso, os novos amalgamadores utilizam cápsulas onde tanto o mercúrio, de um lado, quanto a prata, do outro, já vêm pesados e

na proporção correta. Assim, segundo os fabricantes, não haveria contraindicação para o amálgama.

Porém, se o uso do amálgama é tão seguro, por que razão alguns países como a Suécia e a Alemanha o contraindicaram, oficialmente, desde 1997, para menores de seis anos, gestantes e lactentes, bem como para pacientes com problemas renais? E um importante fabricante americano publicou em seu site a mesma lista de contraindicações?

Em matéria na revista da Associação Paulista dos Cirurgiões-Dentistas, sobre amálgama, foi publicado: “Provou-se que o aumento dos níveis de mercúrio no sangue e na urina pode estar associado à presença destas restaurações, embora nenhum trabalho tenha conseguido relacionar o desenvolvimento de doenças sistêmicas causadas por mercúrio em pacientes com as restaurações de amálgama”.

Na dúvida, desde que voltei da Alemanha, resolvi substituir minhas próprias restaurações de amálgama, o que melhorou a estética e o meu paladar, já que sentia o gosto metálico na boca.

Alerta

Além do amálgama, nos serviços de saúde, o mercúrio também é utilizado em aparelhos de pressão (esfigmomanômetros) e termômetro de estufa e clínicos. Se você quebrar um termômetro, siga os seguintes passos para não contaminar o meio ambiente:

- Não pise, pois pode aderir à sola do sapato e ser transportado para outros locais, expondo pessoas aos efeitos tóxicos do mercúrio;
- Não toque o mercúrio líquido com as mãos, remova-o com uma folha de papel bem fina, ou com uma seringa;
- Coloque em um vidro com água e tampe;
- Use luva para a operação;
- Envie o vidro para um laboratório de reciclagem (por exemplo, Lagro).

Aviso Prévio e sua nova Lei nº 12.506/2011

Jurídico

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

Confira detalhes da nova lei

Fonte: Guia Trabalhista e www.planalto.gov.br

Arquivo



Nas relações de emprego, quando uma das partes deseja rescindir, sem justa causa, o contrato de trabalho por prazo indeterminado, deverá, antecipadamente, notificar à outra parte, através do aviso prévio.

O aviso prévio tem por finalidade evitar a surpresa na ruptura do contrato de trabalho, possibilitando ao empregador o preenchimento do cargo vago e ao empregado uma nova colocação no mercado de trabalho.

Aviso prévio é a comunicação da rescisão do contrato de trabalho por uma das partes, empregador ou empregado, que decide extingui-lo, com a antecedência que estiver obrigada por força de lei.

No caso de uma rescisão de trabalho, sem justa causa, por iniciativa do empregado, poderá ele optar pela concessão do aviso prévio trabalhado ou indenizado, da mesma forma, quando o empregado pede demissão.

O aviso prévio, regra geral, é exigido nas rescisões sem justa causa dos contratos de trabalho por prazo indeterminado ou pedidos de demissão.

Exige-se também o aviso prévio, nos contratos de trabalho por prazo determinado que contenham cláusula assecuratória do direito recíproco de rescisão antecipada.

Sendo o aviso prévio trabalhado, a comunicação deve ser concedida por escrito, em 3 (três) vias, sen-

do uma para o empregado, outra para o empregador e a terceira para o sindicato.

PRAZO DE DURAÇÃO

Com o advento da Constituição Federal a duração do aviso prévio era, até outubro/2011, de 30 (trinta) dias, independentemente do tempo de serviço do empregado na empresa. Com a publicação da Lei 12.506/2011, a partir de 13/10/2011 a duração passou a ser considerada de acordo com o tempo de serviço do empregado, podendo chegar até a 90 (noventa) dias, ou seja 3 dias a cada ano de serviço.

INTEGRAÇÃO AO TEMPO DE SERVIÇO

O aviso prévio dado pelo empregador, tanto trabalhado quanto indenizado, o seu período de duração integra o tempo de serviço para todos os efeitos legais, inclusive reajustes salariais, férias, 13º salário e indenizações.

NOVA LEI NA ÍNTEGRA

LEI Nº 12.506, DE 11 DE OUTUBRO DE 2011.

Dispõe sobre o aviso prévio e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O aviso prévio, de que trata o Capítulo VI do Título IV da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, será concedido na proporção de 30 (trinta) dias aos empregados que contem até 1 (um) ano de serviço na mesma empresa.

Parágrafo único. Ao aviso prévio previsto neste artigo serão acrescidos 3 (três) dias por ano de serviço prestado na mesma empresa, até o máximo de 60 (sessenta) dias, perfazendo um total de até 90 (noventa) dias.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 11 de outubro de 2011; 190º da Independência e 123º da República.

DILMA ROUSSEFF

Nova parceria garante benefícios a associados

A empresa Nunes & Grossi Administradora de Benefícios e Serviços Ltda é a nova parceira do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista. A empresa genuinamente santista é a primeira administradora de benefícios da região, devidamente registrada na Agência Nacional de Saúde Suplementar, sob o número 41.764-5.

Assim como as operadoras de saúde, as empresas de administração de benefícios administram planos coletivos por adesão com tecnologias para infraestrutura e otimização dos resultados. Segundo o gerente da Divisão de Saúde, Aguinaldo Luiz Marques, a Nunes & Grossi realizou contato com as empresas associadas ao Sindicato. “Oferecemos dois planos de saúde: Santa Casa de Santos e Ana Costa Saúde, com condições es-

peciais de preços. No caso da Santa Casa de Santos, também há condições especiais de carências”, conta. Os planos entraram em vigência a partir do dia 1º de março.

“Pela representatividade, idoneidade e credibilidade que o Sindicato do Comércio Varejista possui em toda Baixada Santista é uma grande honra para a Nunes & Grossi ter esta entidade como nosso cliente e parceiro e esperamos, em um futuro muito próximo, fazermos novas parcerias com esta entidade no que diz respeito a seguros e outros produtos que comercializamos”, finaliza Marques.

A Nunes & Grossi fica à Avenida Ana Costa, 374, 2º andar, no bairro do Gonzaga, em Santos. Telefone: 3281.0100.

Comércio do Bem

ONG de Praia Grande ajuda mulheres por meio de venda de produtos sustentáveis

Toda organização não-governamental necessita de um meio para sustentar-se. Seja por doações, por projetos sociais, por bingos beneficentes ou por venda de produtos, as ONGs se mantêm com poucos recursos para continuar lutando por uma causa. Foi o caso da ONG Defesa e Cidadania da Mulher (DCM), localizada em Praia Grande. A entidade existe há seis anos e visa em auxiliar e encaminhar mulheres em situação de vulnerabilidade como, por exemplo, Violência Doméstica. “Começamos esta luta antes mesmo de a Lei Maria da Penha entrar em vigor”, conta a presidente da ONG, Ana Silvia Passberg de Amorim.

Desde 2010, a DCM buscou, por meio comércio, encontrar uma forma para auxiliar estas mulheres e sua família. Por meio do programa Ponto de Cultura, a entidade mantém ativo o projeto Construindo o Futuro, que consiste em confeccionar produtos como agendas, objetos de decoração como lustres, porta-retratos dentre outros, utilizando como matéria-prima a fibra da bananeira. “Com a confecção e venda, conseguimos que essas mulheres tenham consciência sobre o meio ambiente, sustentabilidade e sobre conservação e, com isso, elas passaram a entender que têm o direito de serem cidadãs”, conta.

Como resultado, a DCM já conseguiu auxiliar cerca de 200 mulheres em situação de vulnerabilidade em qualquer setor, seja ele financeiro ou social. “Percebemos que o comércio sustentável é uma boa opção de ajudarmos as mulheres e o planeta”, afirma. Tanto é que a DCM inicia, este ano, a confecção de sacolas feitas com materiais que não deterioram o meio ambiente. Estas serão distribuídas em estabelecimentos comerciais, como supermercados, lojas de confecção femininas, lojas de decoração e salões

de cabeleireiro.

Esta é uma das diferentes formas estudadas para armazenamento e transporte de mercadorias, pois desde 25 de janeiro, locais como supermercados baniram o uso de sacolas plásticas. A opção oferecida por algumas empresas é a utilização das ecobags, carrinhos de feira ou sacolas biodegradáveis. Na região, são geradas 440 toneladas de lixos plásticos com o descarte mensal de 114 milhões de sacolinhas.

Semana da Mulher

Em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, data que é relembrada no dia 8 de março, a entidade, em parceria com a Prefeitura de Praia Grande, promove neste mês a IV Semana da Mulher, que possui como título As Marias da Penha. “É uma homenagem a esta mulher que, pela sua história, originou a Lei nº 11.340/2006, que defende as mulheres contra agressões em variados níveis”, ressalta.

De 8 a 15 de março, o evento atinge toda a sociedade da Baixada Santista. “O principal objetivo desse evento é levar às mulheres um momento de reflexão, compreendendo seu espaço, prestando informações acerca do tema, com foco na luta de grandes mulheres do passado que deram suas vidas para que hoje, mulheres, pudessem ter a coragem de reivindicar e garantir seus direitos perante a sociedade”, diz Ana Silvia. O evento conta com palestras, shows e debates sobre assuntos referentes à Saúde da Mulher, Violência Doméstica e informações sobre direitos e deveres. Para maiores informações a entidade mantém o blog: www.ongdcm.blogspot.com

| | |
|---|---|
| P | |
| A | C |
| L | R |
| A | U |
| V | Z |
| R | A |
| A | D |
| S | A |
| | S |

| | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|----------------------------------|---|---|---|-----------------------------------|
| Aqueles que não sabem ler e escrever | ↘ | Animais exterminados na desinfestação | Qualquer produto da indústria do leite | Apelido de Tatiana Faz buraco (na parede) | ↘ | Aplicativo para compartilhamento de arquivos (inform.) Pulmão (pop.) | ↘ | Palco, em inglês Sufixo de "filhota" | Iguaria gelada apreciada na China |
| ↘ | | | ↘ | ↘ | | ↘ | | ↘ | ↘ |
| Aplicar velocidade elevada a | | Engenho como o relógio E não | ↘ | | | | | | |
| ↘ | | ↘ | | | | | | | |
| A "arma" do Homem-Aranha (HQ) | ↘ | | | | Aquele indivíduo Método (pl.) | ↘ | | A do avião é medida pelo altímetro | |
| ↘ | | | | | ↘ | | | ↘ | |
| Órgão que promove o comércio entre os países (sigla) | ↘ | | | 605, em algarismos romanos | | Band-(?); curativo | | Enseada na costa | |
| ↘ | | A primeira etapa de uma obra artística | ↘ | ↘ | | ↘ | Tecla de microcomputadores | ↘ | |
| ↘ | | | | | | | | | |
| O réu que volta a cometer crimes | | Ledo (?) autor de "Calabar" Cuidadoso | ↘ | | | Califa dos muçulmanos | EI (?) herói (Lit.) Protegido pela Funai | ↘ | |
| ↘ | | ↘ | | A roupa como o "kilt" escocês | ↘ | ↘ | ↘ | | |
| Golpe principal no boxe | | | Artista como Cândido Portinari | ↘ | Musa de Petrarca (Lit.) | | | Unidade da Federação (sigla) | ↘ |
| ↘ | | | | | ↘ | | | | |
| Caráter de cordato | ↘ | | | | | | | | |
| Canto de louvor na igreja | | | | | | | | | |
| ↘ | | | | | | Divergência (abrev.) | | Chamamento informal | ↘ |
| ↘ | | | | | | ↘ | | | Sílabas de "mural" |
| Símbolo sagrado da encarnação e resurreição no Egito Antigo | | | Dinastia a que pertenceu Henrique VIII | ↘ | | | | | |
| ↘ | | Um dos Caymmi 3ª letra | ↘ | | | | Ambição; sofrimento | ↘ | |
| ↘ | | ↘ | | | | | | | |

BANCO /lanco, S/lanle — stage — tudor, G/hosana, 1/1/relncidente, O

Solução das cruzadas da ed.187

| | | | |
|---|---|---|---|
| Y | A | C | F |
| B | A | R | N |
| R | E | T | D |
| E | D | I | T |
| F | L | I | D |
| F | A | D | O |
| M | P | E | S |
| F | O | M | E |
| T | I | Z | I |
| T | I | E | T |
| O | B | O | I |
| R | O | R | O |
| A | N | I | L |
| I | D | O | O |
| A | S | S | A |

ESPLÊNDIDA móveis

Móveis Coloniais Estofados Copas Peças

Vendas a Vista e a Prazo

Ligue: 3235.3453 / 3232.8266

Av. Sen. Feijó, 275 - Santos

Anuncie em **O MASCATE**

- ▶ Ligue sua marca a uma publicação de sucesso;
- ▶ Atinja o público empresarial da região;
- ▶ Melhor relação custo/benefício para seu investimento;

Ligue para: (13) 2101.2873 ou por e-mail: comercial@scvbs.com.br

Planos de saúde odontológicos estão entre os benefícios preferidos por funcionários e empresas

Baixo custo e a ampla cobertura de serviços são fatores preponderantes para as empresas e funcionários aderirem aos serviços

Colaborador: Dr. Claudio Denipoti



Melhorar a qualidade de vida do funcionário, o rendimento, reduzir faltas ao trabalho por motivo de doença e proporcionar saúde à família. São esses alguns dos benefícios gerados pela cobertura dos planos de saúde odontológicos, que entre dezembro de 2010 e setembro de 2011 obtiveram um crescimento de 10,9% e aproximadamente dois milhões de novas adesões.

Atualmente, mais de 16 milhões de brasileiros já possuem cobertura odontológica por meio de planos individuais e corporativos. Destes, 10 milhões estão associados via empresas em que trabalham. Os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro concentram de 20 a 30% deste número, seguidos pela região Nordeste, com quase 5%.

“As vantagens são enormes. Uma boca saudável auxilia na autoestima das pessoas e, conseqüentemente, reflete na sua produtividade”, explica o diretor da Odontobase - Planos de Saúde Bucal - e mestre em prótese dentária, Dr. Claudio Denipoti.

Os serviços oferecidos pelas operadoras também estão cada vez mais adequados às necessidades das empresas. “Muitos atendimentos são realizados fora do horário de trabalho, evitando prejuízos para as companhias. Empresas que viabilizam esse benefício se diferenciam no setor, demonstrando novos concei-

tos e tendências, aspectos de destaque em sua avaliação no mercado”, diz Denipoti.

O baixo custo e a ampla cobertura de serviços disponíveis também são fatores preponderantes para as empresas e funcionários aderirem aos planos. Uma pesquisa da consultoria William M. Mercer, com 265 companhias multinacionais e nacionais no território brasileiro, com abrangência de 600 mil empregados, comprovou que 65% delas já oferecem planos odontológicos e preventivos para seus funcionários e seus familiares.

Ainda segundo a consultoria, um plano de saúde pode representar uma grande economia para o empregado, pois o desconto salarial é muito menor quando comparado ao valor cobrado a pessoas físicas interessadas na mesma cobertura. “O funcionário nem se dá conta do valor descontado em folha, de tão baixo. O benefício é evidente” ressalta o diretor.

A Odontobase Planos de Saúde Bucal fica localizada na Rua XV de Novembro, 194, no Centro, em Santos. Telefone: (13) 3216.1900

Odontobase

Criada há 15 anos na Baixada Santista, a Odontobase - Planos de Saúde Bucal – foi fundada pelo professor e cirurgião-dentista Claudio Denipoti, mestre em prótese dentária e é sinônimo de qualidade e atendimento personalizado. A operadora possui planos familiares e corporativos, e atendimento nas cidades de Santos, Guarujá, Vicente de Carvalho, São Vicente, Cubatão, Bertioga, Ubatuba, Caraguatatuba, Praia Grande, Itanhaém, Peruíbe, Mongaguá, Taubaté, Jacareí e São José dos Campos.

Primeira empresa odontológica da Baixada Santista a seguir as exigências da Agência Nacional de Saúde (ANS), a Odontobase, atua fortemente na motivação preventiva e desenvolve projetos específicos para as necessidades das empresas.

Parceria com o SCVBS

A Odontobase é a operadora eleita pelo SCVBS para oferecer odontologia de qualidade a todos os nossos associados. Grandes vantagens foram acordadas para que nossos associados, assim como seus familiares e funcionários, possam escolher o plano ideal para suas necessidades. Consulte nosso sindicato sobre mais este benefício.



Certificado Digital é aqui no Sindicato

Descontos especiais para associados
contribuintes e contadores

O Certificado Digital Serasa Experian é um documento eletrônico que possibilita comprovar a identidade de uma pessoa, uma empresa ou um site, para assegurar as transações online e a troca eletrônica de documentos, mensagens e dados, com presunção de validade jurídica.

Diversos segmentos da economia já utilizam a certificação em suas atividades. Essas áreas utilizam a tecnologia que certifica a autenticidade dos emissores e destinatários dos documentos eletrônicos, garantindo sua privacidade e inviolabilidade.

- Receita Federal do Brasil
- Área financeira e contábil
- Poder Judiciário
- Saúde
- Educação
- Conectividade Social

Benefícios

- Economia de tempo e redução de custos
- Desburocratização de processos
- Validade jurídica nos documentos eletrônicos
- Possibilidade de eliminação de papéis
- Autenticação na Internet com segurança.

Mais informações entre em contato com o
Departamento Comercial no telefone (13) 2101-2873



SINDICATO DO
COMERCIO
VAREJISTA
DA BAIXADA SANTISTA