FILIADA A FACESP

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE PERUÍBE - ACEP

Em Ação

EDIÇÃO 144 - março de 2012

ACEP mais uma vez presente e atuante no aniversário da cidade

BoaVista SCPC Boa Vista Serviços

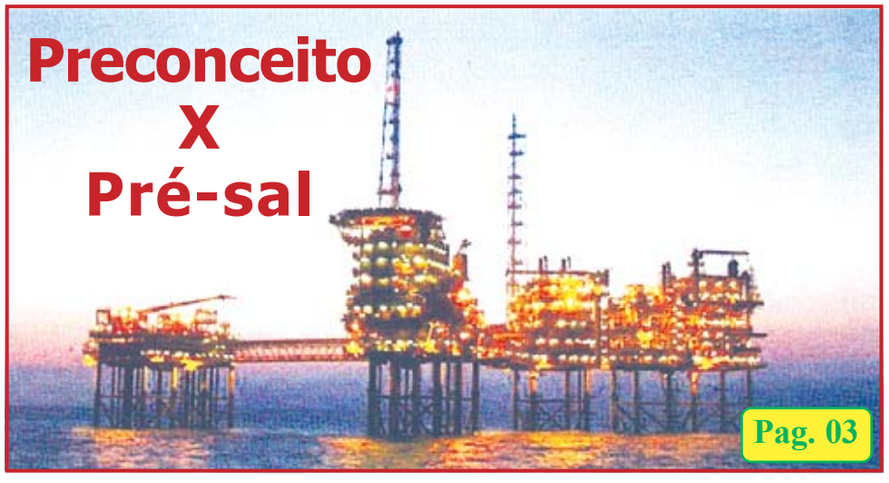
ACEP fecha parceria que trará recursos ofercendo serviços de qualidade

Pag. 04

Reysul: há dez anos proporcionando atendimento com qualidade!

Pag. 05

Preconceito X Pré-sal



Pag. 03

Atenção!!!

Fique por dentro
Antes de vender

CONSULTE!

Pag. 14

Feliz Páscoa!

CENTRO CLÍNICO PERUÍBE
O CARINHO COM O PACIENTE

O mais completo Centro de Medicina Diagnóstica da Região!

Laboratório completo: Tomografia Computadorizada, Ultra-som 3D e 4D, Raio X Digital, Mamografia Digital, Colonoscopia, Densitometria Óssea

Todos os exames para cuidar bem da sua saúde!
Faça o seu check-up
Entre em contato conosco

Matriz: R. Ministro Genérsio de Almeida Moura-226 - Centro - Peruíbe - Tel.: (13) 3451-7000
Itanhaém: R. Condessa de Vimieiros - 385 - Centro de Itanhaém - Tel.: (13) 3422-2277
Site: www.centroclinico.com.br E-mail: centroclinico@uol.com.br

Palavra do Presidente

Dando sequência as nossas atividades, é com alegria e gratidão que registro a participação da ACEP das comemorações do aniversário de Peruíbe, realizando o evento, que este ano teve um bolo com 53 metros de comprimento, fato que acontece ininterruptamente há 12 anos.

Mais uma vez a união fez a diferença e graças aos nossos amigos e parceiros, que participaram colaborando, quer seja financeiramente ou no atendimento da população. Agradeço a todos pelo espírito de solidariedade, união e principalmente de exercício de cidadania.

Quero também comunicar a mais nova parceria estabelecida entre a ACEP e a Boa Vista Serviços, uma das empresas mais conceituadas no seu seguimento. O novo convênio irá proporcionar, além de serviços de qualidade, a captação de recursos da ordem de R$ 157.200,00 divididos em 60 parcelas de R$ 2.620,00.

E não para por aí, pois estamos atentos à procura de novas parcerias que possam trazer benefícios aos nossos associados e produzam o fortalecimento da nossa entidade.

Quero mais uma vez ressaltar a importância da união em busca do crescimento do nosso quadro de associados, para que possamos fazer frente e tirarmos o máximo proveito da importante fase de desenvolvimento que atravessamos motivada, principalmente, pelo pré-sal.

Para isso estaremos abrindo conversações no sentido de desenvolvermos ações em conjunto, que tragam para nossa sociedade um debate sério sobre o tipo de participação que teremos nesse processo. Exemplo disso é a pauta "Preconceito X Pré-sal, aberta pelo nosso Diretor de Desenvolvimento e Assuntos Estratégicos Jan Rieswick, que trata entre outros assuntos, do polêmico tema da verticalização imobiliária na cidade".

Solicito aos nossos associados, mais uma vez, que participem do nosso informativo, pois esse espaço foi criado especialmente para que vocês possam estar mostrando suas empresas e suas ideias. Entrem em contato com as nossas atendentes e saiba como participar.

Boa Leitura

João Fioribelli Junior

Quadro Social - Diretoria 2011/2013

Diretoria Executiva

Diretor Presidente:
João Fioribelli Jr. (Cantina Di Fiori)
1º Vice Presidente:
Armênio Pereira (Madeireira ANPP)
2º Vice Presidente:
Geraldo Bomvechio (Construtora Halcca)
1º Secretário:
Intelina Gomes da Silva (Pizzaria Mamma Lina)
1º Tesoureiro:
Meyla Monteiro Ibrahim (ADC – Asses. Contábil)
2º Tesoureiro:
Fátima Maria Gallo Médici (Pollo Positivo)
Diretor do SCPC:
Luis Marsala (Alctec´s Eletrônica)
Diretor de Marketing:
João Carlos Ramos Santinho (Pedra e Areia 6060)
Diretor do Patrimônio:
Wanderlei Abrahão de Paula (De Paula Seguros)
Diretor de Desenvolvimento e Assuntos Estratégicos:
Jan Rieswick (Restaurante Beira Mar)
Diretor de Industria e Comercio:
Adroaldo Vasconcelos (Imóveis Adroaldo)

Conselho Deliberativo

Membros Efetivos:
Milton Hideto Baba (Supermercado Baba)
Adroaldo Vasconcelos (Imóveis Adroaldo)
Eduardo Rodenas (Peruíbe Suíte Flat)
Reynaldo Custodio Lopes Junior (ReySul)
Walcir Pereira Matias (Corretor de imóveis)
Membros Suplentes:
Laudo Bernardo da Silva (Acquisitio Informática)
José Venâncio Castro Filho (Pousada Saray)

Conselho Fiscal

Membros Efetivos:
Tales Matheus Barros Fernandes (Contabilida de CONITA)
Claudinei Domingues da Silva (Casa das Pedras)
Edson Guilhen (Técnico em Edificações)
Membros Suplentes:
Rubens Batista Silva (Apoio RBS Mat. p/ Construção)
Amaury Mendes Dancini (Reymar Mat. p/ Construção)

AVISO IMPORTANTE

- Associado mantenha o seu cadastro atualizado conosco;

- envie seus logotipos ou anúncios no formato 8x5 cm para divulgação no nosso informativo.

Maiores detalhes entrar em contato com a secretaria da ACEP 3455-9595.

EXPEDIENTE

Presidente: **João Fioribelli Júnior**
Silvia Regina de Lara Oliveira
Aux. Administrativo
Simone Aparecida Melo Carneiro
Aux. Escritório
Monica Cristina Guarda
Aux. Escritório
Editoração: Jornal Acontece Peruíbe
Redação: Heitor Pires - MTB 00614495/SP
Diagramação:
Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe
Fundada em 30/01/1980, e uma Entidade de Utilidade Pública desde 13/04/81
CNPJ Nº 41.669.539/0001-79
Av. Padre Leonardo Nunes, 461 - Centro - Peruíbe - SP
www.aceperuibe.com.br
e-mail: **acepsp@uol.com.br**
Telefones: (13)**3455-2507 / 3455-9595**

Jornal Acontece, ao seu lado onde você estiver!

Quando você aparece no Acontece todo mundo fica sabendo! Quando você anuncia no Acontece seu faturamento cresce!

Reserve o seu espaço!
3453-1068

Pré-sal X Pré-conceito

Por: Jan Rieswick

O Brasil vive um bom momento desenvolvimentista, temos governos estaduais fantásticos, provedores de recursos e plenamente conscientes das suas responsabilidades.

O governo federal centraliza os recursos vindos dos Estados e prioriza seus investimentos pela nação brasileira. Infelizmente, a prioridade do governo federal nem sempre é justa na hora de reinvestir estes recursos, de acordo com o volume arrecadado por cada estado.

O estado de São Paulo é considerado a locomotiva deste trem chamado Brasil, ou melhor, sempre foi, pois ao que tudo indica outros estados deste maravilhoso país também evoluíram através de muito trabalho e planejamento, de tal sorte que em breve teremos outras locomotivas , e corremos o risco de ficarmos obsoletos no processo de desenvolvimento do país. Em busca do seu lugar na economia mundial, o estado de São Paulo pode ser ultrapassado pelo Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia , Minas Gerais ou outros estados. Todo progresso é fruto de inspiração, planejamento, estrutura administrativa e execução com qualidade técnica e material.

Felizmente temos no estado de São Paulo cidadãos altamente capacitados nas mais diversas áreas, e que investem e geram renda e conhecimento ao estado e sua população.

Com o conhecimento e técnica adquiridos, esses cidadãos, muitas vezes são chamados a participar e auxiliar qual a melhor forma de priorizar os recursos disponíveis para administrar um país, um estado ou um município.

Atualmente podemos citar como exemplo federal a ordem da presidenta Dilma Rousseff aos seus principais assessores que, até junho, todo ministério tenha um projeto prioritário que possa ser acompanhado on line por ela, diretamente de seu gabinete.

O programa será coordenado pelo empresário Jorge Gerdau, presidente da Câmara de Política de Gestão, conselho ligado à Presidência da República. Este exemplo deve ser a regra para os estados que priorizam o desenvolvimento, valorizando o conhecimento administrativo e técnico vindo da iniciativa privada nas diversas áreas da administração pública.

A Associação Comercial de Peruíbe tem adotado esta proposta e faz questão de ser uma ferramenta a serviço do desenvolvimento de nosso município e esperamos de você cidadão, empresário, comerciante, associado ou não, que reserve um pouco do seu precioso tempo, pois é urgente a participação.

O governo do estado de São Paulo criou a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Metropolitano principalmente, para dar agilidade no desenvolvimento de projetos sociais e geradores de renda. O secretario estadual de Desenvolvimento Metropolitano, Edson Aparecido, tem o desafio de coordenar as demandas dos nove municípios que compõem a Região Metropolitana da Baixada Santista - RMBS, através do Conselho de Desenvolvimento da Baixada Santista - Condesb.

O Condesb tem como braço executivo a Agência Metropolitana da Baixada Santista – AGEM, cuja missão é organizar e executar funções públicas de interesse regional.

Torres da Petrobras: estima-se que 6 mil funcionários trabalhem nos três prédios até 2017

O diretor executivo da AGEM, o engenheiro Marco Aurélio Adegas , nesta primeira experiência em um órgão público, ficou surpreso por não conseguir dar o mesmo ritmo na realização de ações, como na iniciativa privada, ficando evidente que a participação dos empresários deve ser polida, elevada a um nível de entendimento que precisa acima de tudo, acabar com o pré conceito que a participação na administração pública sempre tem que ser política. Devemos observar a questão de um ponto de vista positivo, se as associações dos diversos segmentos participarem teremos um progresso mais acentuado, embasado, administrável e em constante renovação, pois eliminar pré conceitos é progredir, evoluir, adquirir novos conhecimentos, melhorar o entendimento e, consequentemente, melhorar a qualidade de vida das pessoas, dos munícipes.

Prezados associados e empresários desta nossa querida Peruíbe, o processo de desenvolvimento está em andamento, os trabalhos dos técnicos experientes das prefeituras dos nove municípios, hoje, são os instrumentos de informação para executar um planejamento macro para a Baixada Santista.

A partir da participação da Associação Comercial de Peruíbe neste processo, incluindo a Associação dos Engenheiros e Arquitetos, foi possível observar o nível de participação dos empresários nos diversos municípios e podemos afirmar que o desenvolvimento é mais acentuado onde os empresários da iniciativa privada têm participado, seja com projetos ou recursos, seja com acompanhamento dos problemas municipais, ou até atuando no órgão público, como é o caso do exemplo dado sobre a participação do respeitável cidadão, Jorge Gerdau.

Empresário de Peruíbe, acorde, não fique na janela, participe, vamos todos juntos integrar as informações sociais , econômicas, viárias, de saúde, de educação e de segurança,para que possamos alcançar o desenvolvimento e qualidade de vida.

Graças ao pré-sal, o governo do estado de São Paulo tem a sua frente enormes desafios de infraestrutura e logística. Temos a enorme responsabilidade de fazer uma ocupação territorial para fins de habitação e desenvolvimento, precisamos estabelecer critérios de ocupação ordenada, não podemos simplesmente criar áreas de proteção –APAS, para garantir qualidade de vida, pois sem a geração de receitas o município não tem como fazer frente ao social e direcionar recursos para os projetos geradores de renda, pólo turístico, pólo industrial, pólo tecnológico, etc.

A Associação Comercial e Empresarial está a suas ordens e conta com o carinho e a participação de todos para propor, discutir, rever, reavaliar propostas, direcionar novos projetos e ações visando a inclusão de Peruíbe no desenvolvimento da Região Metropolitana. Estamos mudando pré conceitos, cidadania exige participação.

No próximo boletim estaremos abordando outros itens relacionados ao desenvolvimento, que tem uma série de pré conceitos, como exemplo o Plano Diretor de Peruíbe, Plano Habitacional de Peruíbe, Plano de Turismo de Peruíbe, Construção Civil / Verticalização, etc. Transmitindo conhecimento adquirido e opiniões diversas.

Muito obrigado pela atenção ao ler esta matéria até o final, esperamos contribuir com o desenvolvimento de Peruíbe e da Região Metropolitana da Baixada Santista.

Porto: Terminal de containers no Guarujá

Jan Rieswick é empresário, Diretor de Desenvolvimento e Assuntos Estratégicos da ACEP, conselheiro no Conselho Estadual do Meio Ambiente – Consema, Conselho da cidade e pioneiro na piscicultura na região.

Ranking de Consultas Janeiro/2012

Empresas Locais

Empresa	
SNOB CALCADOS LTDA	135
ART'S MOVEIS E ELETRODOMESTICOS LTD	58
CARAMURU FACTORING LTDA	52
ON LINE LAN HOUSE	41
STOCK FER	38
ANPP MADEIREIRA LTDA	35
CARTORIO DE REGISTRO CIVIL E NOTAS	29
NOSSO TETO MATERIAIS P/ CONSTRUCAO LTDA.	28
OTICA ANNE	27
AUTO PECAS M&V	26

Grandes Empresas

Empresa	
ARTHUR L.TECIDOS S/A. CASAS PERNAMBUCANAS	1.535
LOJAS CEM S/A	1.250
CASAS BAHIA	1.212
NEXTEL COMUNICAÇÕES	442
BANCO DO BRASIL S/A	310
kASUAL MAGAZINE	243
CREDSYSTEM	174
SOROCRED	160
ITAÚ UNIBANCO	110

Total: 5.985

ODONTOLOGIA ESPECIALIZADA HORAGUTI

Av. Padre Anchieta – 731 – Centro – Peruibe – F. 3454.1946

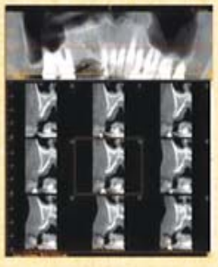
jbhoraguti@uol.com.br

Agora em Peruíbe Realizar o Sonho de Levantar Sua Auto-Estima Tendo Um Sorriso Bonito e Um Conforto Que Os Implantes Dentário Pode Proporcionar Com Um Custo ao Seu Alcance e Com Todos os Exames Indispensáveis para um Bom Planejamento Sem Sair da Clinica e o Melhor Com Custo ZERO na Tomografia 3D Somente na

ODONTOLOGIA ESPECIALIZADA HORAGUTI

RX Panoramica Digital 3D

Mensuração para implantes



Aparelho para Tomografia Digital 3D e Panorâmica Rápido e fácil

Além de serviços de qualidade a nova parceria captará R$ 157.200,00 em cinco anos

BoaVista SCPC Boa Vista Serviços

A Boa Vista Serviços é um bureau de crédito brasileiro que oferece soluções inteligentes para a tomada de decisões de crédito e gestão de negócios. É administradora do SCPC, banco de dados com mais de 350 milhões de informações comerciais sobre consumidores e 42 milhões de registros de transações entre empresas.

Criada em 2010, é resultado da união da Associação Comercial de São Paulo, do fundo brasileiro de investimentos TMG Capital, da Equifax Inc., do Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro, da Associação Comercial do Paraná e da Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre.

Hoje, atua com uma rede nacional de mais de 2,2 mil entidades representativas do varejo em todas as regiões do Brasil. A riqueza de informações do banco de dados permite à Boa Vista Serviços oferecer soluções inteligentes para auxiliar o processo de tomada de decisões de negócios de seus cerca de 1,2 milhão de clientes diretos e indiretos em todos os segmentos da economia.

De acordo com o contrato fechado com a Boa Vista Serviços, serão pagos a ACEP o valor de R$ 157.200,00 divididos em 60 parcelas de R$ 2.620,00.

A relação dos serviços que serão disponibilzados, estarão sendo devidamente divulgados.

Di Fiori Pizzas & Esfihas

PIZZAS E ESFIHAS TEM NOME!

AQUI A PIZZA MEIO A MEIO VOCÊ PAGA O PREÇO JUSTO (A MÉDIA DAS DUAS)

Servindo sua família desde 1998

Recebemos Cartão de Débito na entrega

Aberto diáriamente à partir das 18 hs (exceto as terças-feiras)

Disk Fiori: 3453.2639 / 3453.6339

Av. Padre Anchieta, 2212 - Stella Maris - Peruíbe

A paixão da família REYSUL por Peruíbe já conta com 20 anos

Este é um ano de festa para a REYSUL - Materiais para Construção, que em dezembro estará completando 10 anos de serviços prestados aos clientes e a cidade Peruíbe. Os sócios proprietários Reynaldo Custódio Lopes Junior, de 39 anos e seu irmão, Francisco Eduardo da Cunha Lopes, 50 anos, se orgulham do empreendimento comercial que ajudaram a construir ao lado do pai, o saudoso Reynaldo Custódio Lopes, falecido em 2007.

A paixão da família REYSUL por Peruíbe já conta com 20 anos, quando frequentavam a cidade como veranistas, até que há 10 anos decidiram estabelecer o comércio de materiais para construção, que hoje, além de oferecer uma linha completa de produtos com garantia de qualidade, vem participando ativamente do desenvolvimento socioeconômico da cidade, ao longo desses anos, contribuindo para a geração de emprego e renda.

O olhar voltado para o crescimento e fortalecimento de Peruíbe fez com que o empresário Reynaldo Junior se tornasse sócio integrante da ACEP – Associação Comercial de Peruíbe. Há seis meses fazendo parte da diretoria da entidade, participa das discussões e encaminhamentos, junto aos demais membros, sobre questões que convergem para encontrar soluções empreendedoras visando o desenvolvimento dos comerciantes em geral e do município.

Segundo Reynaldo, a movimentação econômica que vem ocorrendo na região da Baixada Santista em decorrência do pré-sal, exige planejamento, organização e capacitação de mão de obra que implica num comprometimento de todos os cidadãos, comerciantes, profissionais liberais, entre outros. Neste sentido constatou, que fazer parte de uma entidade como a ACEP é a melhor forma de se preparar para buscar soluções, que visam para alavancar seus negócios. Sua participação na Associação Comercial lhe deu uma nova visão de mercado. Atualmente, vê a necessidade dos empresários em geral, principalmente os do seu ramo de atividade, se unirem e procurar elaborar uma política de atendimento, onde todos possam ganhar mais, tanto os comerciantes, como os clientes.

O empresário comenta ainda sobre as obras de infraestrutura que estão ocorrendo na região. As cidades da região estão numa movimentação intensa, de Santos até o Vale do Ribeira. Estudos e obras estão viabilizando melhores acessos rodoviários, ferroviário e hidroviário. Em Itanhaém, o aeroporto da cidade encontra-se em pleno funcionamento, servindo de base aérea para a Petrobrás levar funcionários às plataformas de petróleo, trazendo um movimento grande para a rede hoteleira, para o comércio e para os restaurantes.

Há funcionários da Petrobrás comprando casas na região e matriculando os filhos em escolas, consumindo e utilizando serviços locais e em Peruíbe não será diferente. “Isso que nós vemos agora é apenas uma mostra do que nos aguarda nos próximos anos”, disse. Em contrapartida evidenciou a necessidade de qualificação profissional para que os moradores daqui possam ocupar os postos de empregos que serão gerados. Portanto a mobilização e união dos empresários é que irá garantir os resultados positivos e o desenvolvimento planejado que Peruíbe tanto necessita e merece.

Atento ao crescimento de Peruíbe Reynaldo se tornou sócio da ACEP

Monte uma vitrine sedutora em 10 passos

A vitrine é o primeiro contato do consumidor com o produto nas lojas de varejo. É ela que vai convidar o cliente a entrar e despertar nele o desejo de consumo. Portanto, é um elemento de marketing que interfere diretamente nas vendas e na lucratividade de um negócio.

- **Manequins atraem olhar do consumidor e refletem conceito da loja**
- **Mirar no público certo cria identificação entre empresa e consumidores**

O **UOL** consultou especialistas em marketing e varejo para desvendar os segredos das vitrines e estabelecer 10 passos essenciais para montá-las. Além da criatividade, é necessário contar uma história com manequins e objetos que estiverem disponíveis para criar uma empatia com público e reproduzir cenas de seu cotidiano.

Para Marcelo Ermini, professor de pós-graduação em comunicação no ponto de venda e trade marketing da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), uma vitrine bem trabalhada funciona como um anzol, que fisga a atenção do consumidor e o convida a entrar na loja. Caso esteja mal organizada, o cliente pode criar uma opinião e uma imagem de valor equivocadas sobre o estabelecimento. "A primeira impressão é a que fica. Se não for atraente, ninguém vai notar a loja", afirma.

Confira 10 dicas para montar uma vitrine atraente

- **IDENTIDADE**
- **ILUMINAÇÃO**
- **COMPOSIÇÃO**
- **COMUNICAÇÃO**
- **POLUIÇÃO**
- **RENOVAÇÃO**
- **VARIEDADE**
- **PREÇO**
- **DECORAÇÃO**
- **CONSERVAÇÃO**

A vitrine precisa refletir a identidade da loja. Por isso, deve ser fiel ao seu público e ao seu estilo. Se sua loja é focada em produtos finos, não faz sentido deixar as mercadorias de populares expostas e vice-versa.

Renove os produtos e a organização de sua vitrine com frequência. Não deixe passar de 15 dias. Se ficar muito tempo sem atualização, a loja passará despercebida pelos consumidores e será parte integrante da paisagem local.

Aproveite as luzes da loja para valorizar seu produto. O branco ajuda a combater a ação do sol, no caso das lojas de rua, e destacam a mercadoria. Tons amarelados dão um ar de sofisticação ao ambiente, mais indicados para estabelecimentos em shoppings e galerias.

Exponha mercadorias diferentes, contrastando cores, mas dentro do estilo da sua loja. Você pode também variar as opções expostas por preço. Assim, você consegue agradar a um número maior de consumidores e aumentar a quantidade de peças adquiridas por eles.

Seja criativo, utilize tudo o que estiver ao se alcance. Crie ambiente, insira os manequins em uma situação do cotidiano, etc. As vitrines devem contar uma história e não apenas expor os produtos.

Deixe os preços dos produtos bem visíveis para os consumidores. A omissão fere o Código de Defesa do Consumidor e pode causar constrangimento e desconforto ao cliente. Muitos podem deixar de entrar na loja se não souberem o valor do produto.

Tenha clara a mensagem que quer passar. Se não souber onde quer chegar, não tente mudanças radicais em sua vitrine. Faça mudanças leves e fique atento à aceitação do público.

Aproveite datas comemorativas e estações do ano para promover uma decoração temática de suavitrine. Isso ajudar a dar uma "cara" diferente à loja e cria uma empatia maior com o público.

Não sobrecarregue as prateleiras com o máximo de produtos que couber. A vitrine não é o depósito da loja. Você pode demosntrar sua diversidade de mercadorias fazendo boas composições com as peças disponíveis.

Fique atento ao estado de conservação dos manequins expostos na vitrine. Substitua-os assim que notar rachaduras ou áreas descascadas. Um manequim em mal estado de conservação tira o foco do produto e o desvaloriza.

Uma prática comum de muitas lojas é expor o máximo de produtos possíveis em suas prateleiras para mostrar sua diversidade de opções. Segundo Ermini, esta estratégia é equivocada e pode poluir o ambiente, além de confundir o consumidor.

"A vitrine não é o depósito da loja", declara.Deixe os preços dos produtos bem visíveis para os consumidores. A omissão fere o Código de Defesa do Consumidor e pode causar constrangimento e desconforto ao cliente. Muitos podem deixar de entrar na loja se não souberem o valor do produto.

Preços à mostra em vitrine de loja na rua José Paulino

Vitrines devem ser renovadas com frequência

A busca constante dos consumidores por novidades obriga os lojistas a estarem sempre atualizados com os produtos em exposição. Uma vitrine pode ser atraente num primeiro momento, mas depois de uma ou duas semanas ela se torna velha. Se não houver uma renovação, a loja passa despercebida pelos consumidores e torna-se uma peça integrante da paisagem local.

Montagem com vitrines da Zara (SP), Gallo by Thian (Kuala Lumpur) e Collete (Paris)

Na opinião de Wagner Campos, diretor da True Consultoria e especialista em varejo, uma vitrine deve ser atualizada em, no máximo, a cada 15 dias. Acima deste prazo, o risco de perder clientes é maior. "Se na sua casa aparece uma rachadura, você a percebe logo no primeiro dia. Depois de uma semana, você se acostuma, ela passa a fazer parte do ambiente e não é mais percebida. Com a vitrine é a mesma coisa, se não renovar, ninguém vai notá-la", diz.

Para realizar esta renovação não é preciso investir muito, pode-se utilizar peças da mesma coleção, apenas alterando as cores e as combinações, assim como a posição dos manequins, os acessórios utilizados e o ambiente de fundo. Datas comemorativas e estações do ano também podem ser aproveitadas pelos lojistas para criar uma empatia maior com o público.

Cuidado! Manequins não podem parecer bonecos de filme de terror

O lojista deve ter um cuidado especial com a apresentação de seus manequins. Em lojas de rua, eles ficam expostos à ação do sol, além disso, há o desgaste natural do material que pode gerar rachaduras ou áreas descascadas. Em tais condições, o manequim deve ser substituído imediatamente ou pode desviar o foco do produto. "Ele não pode parecer boneco de filme de terror ou estar quebrado, isso desvaloriza a mercadoria", afirma Campos.

Segundo o especialista, a iluminação também pode se comunicar com o consumidor. O branco ajuda a destacar o produto, já tons puxados para o amarelo dão um ar de sofisticação ao ambiente. "O branco é melhor para lojas de rua e combatem a ação do sol. Já os tons amarelados, são melhores para lojas em shoppings ou galerias, onde há um requinte maior", diz.

Afonso Ferreira - do UOL, em São Paulo

Beira Mar
Restaurante
40 Anos
Av. Beira Mar, 869 Praia Peruíbe/ SP
3455-4775

Muito mais conforto para os seus pés!
SNOB Calçados
Loja 1- Av. 24 de dezembro, 529 - Estação - (13) 3455-5686
Loja 2- Av. São João , 410 - Centro - (13) 3453-4241

RODRILAR
MÓVEIS E DECORAÇÕES
A sua casa com muito estilo!..
Cozinhas - Camas - Colchões - Móveis de Escritório
(13) 3454-2006
Av. Padre Anchieta, 2090 - Stella Maris - Peruíbe

Mirar no público certo cria identificação entre empresa e consumidores

Afonso Ferreira
Do UOL, em São Paulo

Você sabe em qual segmento vai atuar, mas já definiu que tipo de consumidor seu produto ou serviço vai atender? Definir o público-alvo é um passo essencial para o sucesso da empresa pois, somente quando se conhece o nicho de atuação e sua necessidade de consumo, a empresa é capaz de criar uma identificação com ele.

Segundo o consultor do Sebrae-SP Marcelo Sinelli, não é possível uma empresa agradar ou satisfazer a todos os consumidores de um determinado segmento de mercado. Trabalhar com um nicho permite dar uma "cara" melhor ao negócio e otimizar os esforços. "Atender um público abrangente demais não dá certo. Os clientes não vão se identificar com a empresa", afirma.

Descobrir quem é o seu público, no entanto, é uma tarefa trabalhosa. Para dar dicas de como conhecer e definir o público, o **UOL** entrevistou especialistas e consultores na área que estabeleceram cinco passos básicos.

O primeiro é pesquisar o funcionamento do setor de atuação em que a empresa pretende ingressar. Ao visitar concorrentes e levantar informações o empreendedor pode encontrar alguma necessidade não atendida dos consumidores que signifique uma demanda importante. Se o seu o produto ou serviço contemplar essa necessidade, será um diferencial que pode abrir oportunidades e gerar vendas. "É importante se informar ao máximo, não dá para abrir negócio no achismo", diz o consultor.

Dicas para definir o mercado-alvo

- **PESQUISA**
- **PÚBLICO**
- **DIFERENCIAIS**
- **COERÊNCIA**
- **ESTRUTURA**

Levante o máximo de informações possíveis sobre o segmento no qual deseja ingressar e estude seus concorrentes. Isso ajuda a identificar necessidades não atendidas pelo mercado que podem criar um diferencial para sua empresa.

Estude e converse com consumidores potenciais do seu produto. Descubra o quanto eles podem pagar, onde eles se concentram em maioria e qual o volume de procura que eles apresentam.

Determine alguns elementos do seu produto que serão nota dez o diferenciarão da concorrência. São por estes fatores que o público escolherá comprar da sua empresa e não do concorrente. Nos demais elementos, permaneça na média oferecida pelo mercado.

Escolha fornecedores e perfis de profissionais que possam proporcionar a entrega do produto que você se propôs a vender. Se o seu diferencial é a rapidez, por exemplo, dê preferência a profissionais ágeis.

Identifique se há espaços não preenchidos ou carência em alguma área da empresa. Deixar lacunas na estrutura da empresa pode comprometer o produto final oferecido ao público.

Depois de escolher o tipo de necessidade a ser atendida, o empresário tem de estudar a fundo o seus clientes potenciais. É preciso saber qual será o tamanho do mercado: volume de procura pelo produto, o quanto o mercado está disposto a pagar e em quais regiões estão seus consumidores.

Estabeleça elementos nota dez em sua empresa

Na opinião do professor do Programa de Capacitação da Empresa em Desenvolvimento da FIA (Fundação Instituto de Administração) Antônio Terassovich, com base nestas pesquisas, o empreendedor deve estabelecer fatores competitivos de sucesso para o seu negócio. São estes fatores que atenderão às necessidades do público-alvo e farão com que a empresa seja preterida dentre os concorrentes.

"Se um empresário quer abrir uma pizzaria, por exemplo, ele deve escolher elementos nos quais ele será nota dez, como sabor, preço, qualidade no atendimento, entre outros. Nos demais elementos, ele deve ficar na média dos concorrentes", declara Terassovich.

Os fatores competitivos adotados pela empresa também vão nortear a escolha de fornecedores e até o perfil de profissionais que serão contratados. A coerência nestas decisões é fundamental para proporcionar ao público-alvo o produto que o empresário se propôs a oferecer.

Outra recomendação do professor é olhar para a estrutura da empresa e identificar se há espaços não preenchidos em alguma área. Esta lacuna pode comprometer o produto oferecido pelo empresário. "Se um empreendedor não tiver conhecimento de todas as áreas do negócio, ele pode contratar, c onseguir um sócio ou até terceirizar o serviço desejado."

Iniciar um negócio ser ter bem definido o mercado-alvo é um grande risco para o empreendedor. A probabilidade de o negócio ser mal sucedido e de não haver identificação com os consumidores é grande. "É um esforço jogado fora. Não dá para atender a todos. Cada público tem suas necessidades", afirma o coordenador do Centro de Empreendedorismo da FGV,

Novos Associados

ANDRE AIRTON H. DA SILVA (A. H. PROPAGANDA) - AV. PADRE ANCHIETA, 3349 SÃO JOÃO BATISTA – PERUÍBE FONE: 34536497

JORNAL ACONTECE PERUÍBE RUA BAHIA, 236 - STELLA MARIS – PERUÍBE FONE: 34531068

G & L ICHIHASHI AUTO PECAS E SERVIÇOS (TARO AUTO PEÇAS) - AV. JOÃO FERREIRA FRANCO, 20 – CENTRO – ITARIRI – FONE: (13) 34181114

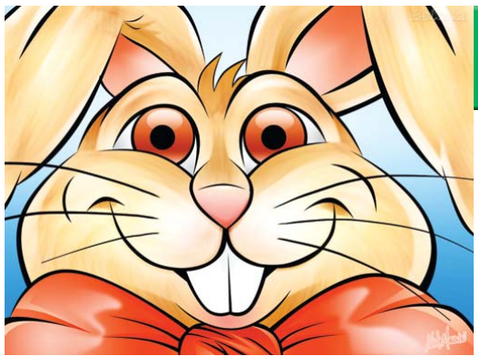
Valdeci Desentupidora
valdeci-oliveira@hotmail.com
Sem Quebra-Quebra
ELETRICISTA
Credenciado SENAI/PROCOBRE
ENCANADOR
Água quente e fria - Tubulação de esgoto
(13) 3453-4088 ou 9211-1101

AR AUTORIDADE DE REGISTRO A/C SINCOR
certificação digital
LIFE SANTOS
Conectividade Social - ICP Brasil
AV. PADRE LEONARDO NUNES, 461 - CENTRO - PERUIBE - FONE: 3455-9595

ARTSUL
MATERIAIS P/ CONSTRUÇÃO
Lixeiras - Palitos
Jardineiras
Escada Caracol
Mourões p/ Cerca
Caixa p/ Ar-Condicionado
Fabricação Própria
www.artsulperuibe.com.br
(13) 3458-3153 · 3458-2563
ESTR. ARMANDO CUNHA, Nº 746 - BAIRRO DOS PRADOS - PERUÍBE - SP
E-mail: artsulperuibe@itelefonica.com.br / MSN: artsulperuibe@hotmail.com
ARTEFATOS DE CIMENTO DE PERUÍBE LTDA.

Quadro de Associados

ACQUISITIO INFORMATICA LTDA
ADC ASSESSORIA CONTABIL ADM S/C*
ADEGA TREVO
ADEGA UERE - DISK AGUA
ADEGA ZAGGO
AIR ELETRO LTDA.
ALCTEC'S ELETRONICA
ALLMAQ
AMBROSIO BALDIM MAT.P/CONSTERIAIS P
ANDRE AIRTON H. DA SILVA
ANIMASITE DESIGNER
ANPP MADEIREIRA LTDA
APOIO RBS MATERIAIS PARA CONSTRUCAO
AQUARIUS BIJOUX
ARCA MOVEIS E DECORACOES
ARQUITEC & CONSTRUTORA
ART SUL ARTEFATOS DE CIMENTO
ART'S MOVEIS E ELETRODOMESTICOS LTD
ASSOCIACAO COMERCIAL DE PERUIBE
AUTO PECAS M&V
AUTO POSTO DOLEMAR LTDA.
BADU MATERIAIS PARA CONSTRUCAO S/C
BAKANNA MODAS
BANCO BRADESCO DE PERUIBE
BANCO DO BRASIL S/A - AG. PERUIBE
BANCO NOSSA CAIXA/ BANCO DO BRASIL
BARATAO CONFECCAO
BARUQUE LAVANDERIA
BETO JOIAS
BIG BREAD PADARIA E CONFEITARIA
BILHARES CORINGAO
BORRACHARIA TONI
BRISAMAR PRAIA HOTEL
CAIXA ECONOMICA FEDERAL
CALIFA MOVEIS E COLHOES
CAMILA WEBER GUSMAO
CANTINA DI FIORI
CARAMURU FACTORING LTDA
CARTORIO DE REGISTRO CIVIL E NOTAS
CARVALHO PEREIRA ADVOGADOS ASSOCIAD
CASA DAS PEDRAS
CASA DE RACOES FALCAO
CASA FUJI COMERCIO DE FERRAGENS
CASAS BAHIA A/C KELLY TOTA
CASAS PERNAMBUCANAS
CEBOLA ESPORTES
CENTRO AUTOMOTIVO JJ
CENTRO CLINICO PERUIBE
CENTRO IMOBILIARIO
CICLONE BIKE
CLAYR MARIA FONSECA FIRMO GUERREIRO
CLINICA ODONTOLOGICA HURAGUTI
CLINICA VETERINARIA PERUIBE
CNI CENTRAL NET
COMERCIAL ELET. E HID. SJ PERUIBE L
COMERCIAL MONTE BLANC DE PERUIBE
CONITA CONTABILIDADE
CONSTRUCERTO
CONSTRUTORA HALCCA
DA FAZENDA MADEIRAS
DE PAULA SEGUROS
DELL' ANO
DIRCE CRUZ
DORA PEREIRA LIMA
DROGARIA EXACTA
DUDA LOCACOES E EVENTOS
EDSON BESERRA DE OLIVEIRA
ELETRONS ANTENAS PARABOLICAS ACESSO
ENGENHARQ PROJETOS LTDA
ENPLAN ENGENHARIA E CONSTRUTORA LTD
EQUIPE AIR
ESCOLA TECNICA DIMENSAO
EURO S FINANCIAMENTO E COBRANCAS
F. GALVAO PNEUS COMERCIAL LTDA
FABIO IMOVEIS
FACULDADE PERUIBE
FERNANDO IMOVEIS
FIOS E FEITIOS CONFECCOES
FOX LUBRIFICANTES
FRANCA CRED
FUNESP - FUNERARIA SAO PAULO
GAIA PROJETOS, CONSTR. E CONSULTORI
GARCA VERMELHA EMPREEND. IMOBILIARI
GRAFICA LIDER
HOT SHOP TELEFONIA
HOTEL FLORIDA
HYNET INFORMATICA
IMOBILIARIA NOVARO LTDA
IMOVEIS ADROALDO
INST.EDUC. E ASSIST.S.LUCIA FILIPPI
JNA REVESTIMENTOS
JORNAL ACONTECE
JORNAL DE MAO EM MAO
JP PERUIBE COM. MAT. P/ CONSTRUC
JRP PARTICIPACOES E ADM.
KASUAL PERUIBE ARTIGOS VESTUARIO LT
LESTCON IMOBILIARIA ADM. BENS E CON
LITOLAR MOVEIS E DECORACAO
LOUZADA IMOVEIS
MADEIRAL COMERCIO DE MADEIRA
MADEIREIRA DA ESTACAO DE PERUIBE
MAGADY DECORACOES
MARCONDES SILVA MARCONDES ADVOGADOS
MARICEIA OLIVEIRA SILVA
MARMORARIA PARAISO DAS PEDRAS
MARQUES ADVOCACIA
MARSUL TECNOLOGIA EM SEGURANCA LTDA - ME
MIKZ SOL. ELET. DE SEGURANCAS
MIRIAN IMOVEIS
MONTE BLANC MOTOR CICLE DE PERUIBE
MOVEIS USADOS ARACI
MULT KOISA
MUNDI BRAS MODAS INTIMA
MUNDO DAS TINTAS
N.C NOSSA CASA
NIPPON FISIOMAG
NM COSMETICOS
NOSSO TETO MATERIAIS P/ CONSTRUCAO LTDA.
ON LINE LAN HOUSE
ORGANIZACAO BANDEIRANTES DE EMP. PARTICI
ORGATEC REPRES. COMERCIAIS
OTICA A OCULISTA
OTICA ANNE
OTICAS CAROL
PAO DE MACA
PAPELARIA STATUS
PARAISO DAS PEDRAS COMERCIAL
PEDRA E AREIA 6060
PERITA ASSESSORIA EMPRESARIAL E CON
PERSEG - PERUIBE SEGURANCA
PERUIBE SUITE FLAT HOTEL
PINHEIROS SERRALHERIA DE PERUIBE
PIRAMIDE MAT. P/ CONSTRUCAO
POLICOBRA RECUPERADORA DE CREDITO
POLLO POSITIVO
PORTAL IMOVEIS
POSTO DE ATEND. CERTIFICADO DIGITAL
POUSADA SARAY
POUSADA VITORIA REGIA
QUEIJOBOM FRIOS & LATICINIOS
RADIO ONDA BRASIL FM
RESTAURANTE BEIRA MAR
RESTAURANTE E PIZZARIA MAMMA LINA
RESTAURANTE MODAN
REYSUL MATERIAL DE CONSTRUCAO
ROCHAMAR IMOVEIS
ROCON TINTAS
RODRILAR CASA DE MOVEIS
ROSA FLOR MODAS
SAMAMBAIA IMOVEIS
SAT TV A CABO
SHOPPING DO BEBE
SIAC SERV. IMOB. ADM. & CONTABIL
SINGER PERUIBE
SNOB CALCADOS LTDA
SOPHUS TECNOLOGIA
STOCK FER
SUMMER BIKE
SUPERMERCADO BABA LTDA
SUPERMERCADO EXTRA
SUPERMERCADO KRILL
SUPERMERCADO UETI
SWAT LAN HOUSE
TANAKA IMOVEIS
TAPEL TECIDOS E DECORACOES
TARO AUTO PECAS
THEYLON VIANNA SALES ME
TONER GAMES & INFORMATICA
TREVISA MONITORAMENTO 24 HORAS
TUBAGAS COM
VALDECI DESENTUPIDORA
VIAMAR MAT. P/ CONST
VIDA E SAUDE
VILLAGE IMOVEIS
WALCIR PEREIRA MATIAS
WGB IMOVEIS CONSTR. COM. LTDA



Pesquisas apontam que o faturamento do varejo nesta Páscoa será superior ao de 2011

Forte aumento do salário mínimo, desemprego baixo, queda da inadimplência e melhores condições de crédito animam os varejistas nesta data tão especial

Pesquisas realizadas para atender a expectativa empresarial para a Páscoa 2012 mostra que a parcela de varejistas que esperam um faturamento maior nesta data é de 52% dos entrevistados, a terceira maior marca em sete anos. Em 2011, os otimistas eram 49% dos respondentes. Nesta Páscoa, 36% acham que vão repetir o faturamento de 2011 e 12% apostam em queda.

A pesquisa para a Páscoa 2012 entrevistou 1.014 empresários do varejo em todo o país, de todos os segmentos e portes, e foi a campo de 6 a 13 de março.

Análise por porte

As grandes empresas do varejo são as mais otimistas com a Páscoa 2012, de acordo com 73% de seus empresários. Esta opinião é compartilhada por 62% nas médias empresas e 51% nas pequenas.

Análise regional

Os varejistas da Região Sul são os mais otimistas com a data: 53%. Praticamente em empate técnico estão o Nordeste com 52% e o Sudeste com 51%. Na sequência estão as regiões Norte, com 48%, e a Centro-Oeste, com 47%.

Presentes

Como não poderia ser diferente, os ovos de chocolate serão os principais presentes, representando 86% das vendas. As outras opções são roupas, sapatos e acessórios com 3%; celulares e *smartphones* 2%; eletrônicos 2%; alimentos de época (bacalhau, colomba etc) 1%; brinquedos 1%; produtos de informática 1%; joias, relógios e canetas 1%; perfumaria e cosméticos 1% e outros 2%.

Na Páscoa 2011, as preferências por presentes foram ovos de chocolate 91%; roupas, sapatos e acessórios 4%; celulares e smartphones 2%; eletrônicos 1%; brinquedos 1%; perfumaria e cosméticos 1% e outros 1%.

Gasto médio

Para 64% dos varejistas, o gasto médio dos consumidores na data será de R$ 50. Para 24%, entre R$ 51 e R$ 100; para 8% de R$ 101 a R$ 200; para 2% de R$ 201 a R$ 300; para 1% de R$ 301 a R$ 500 e para 1% acima e R$ 500.

Na Páscoa 2011, para 70% dos varejistas o gasto médio esperado dos consumidores era de R$ 50. Para 20%, entre R$ 51 e R$ 100; para 7% de R$ 101 a R$ 200; para 2% de R$ 201 a R$ 300 e para 1% de R$ 301 a R$ 500.

Composição das vendas

Nesta Páscoa, de acordo com os entrevistados, 49% das compras serão à vista e 51% a prazo. Na Páscoa 2011 essa relação era equilibrada, de 50% para cada modalidade.

Meios de pagamento

Na opinião dos varejistas, nesta Páscoa as vendas à vista serão compostas de 43% em dinheiro; cartão de crédito 23%; cartão de débito 19%; cheque 14% e cartão da própria loja 1%. As venda a prazo serão assim distribuídas: cartão de crédito parcelado 47%; cheque pré-datado 25%; financiamento ou crediário 20%; cartão de débito parcelado 4%; cartão da própria loja parcelado 2% e outros 2%.

Na Páscoa 2011, as vendas à vista foram 40% em dinheiro; cartão de crédito 23%; cartão de débito 18%; cheque 17%; cartão da própria loja 1% e outros 1%. As vendas a prazo eram assim distribuídas: cartão de crédito parcelado 45%; cheque pré-datado 27%; financiamento ou crediário 18%; cartão de débito parcelado 4%; cartão da própria loja parcelado 2% e outros 4%.

Parcelamento

Nesta Páscoa, os cheques pré-datados serão aceitos em até quatro vezes. O cartão de crédito deve dividir em seis parcelas, da mesma forma que o financiamento ou crediário.

Na Páscoa 2011, os prazos praticados foram um pouco *mais longos: cheque pré-datado e cartão de crédito em até seis vezes e financiamento ou crediário em até 10 parcelas.*

Comentários

Os varejistas estão mais otimistas com a Páscoa deste ano, na comparação com a de 2011. A Páscoa no ano passado aconteceu durante a vigência das medidas macroprudenciais, para controle da inflação, com o ciclo de elevação dos juros, o que fez com que o consumidor preferisse a compra dos tradicionais ovos de Páscoa, que possui várias opções de preço.

Nesta Páscoa 2012, há consumidores que estão diversificando os presentes entre roupas, sapatos e acessórios, celulares e smartphones e eletrônicos, estas duas últimas categorias mais dependentes de parcelamento.

Sobre o gasto médio, é interessante notar que nesta Páscoa crescem, na comparação com a Páscoa 2011, as faixas entre R$ 51 e R$ 100, R$ 101 a R$ 200 e aparece pela primeira vez, mesmo com 1% dos entrevistados, a faixa acima de R$ 500.

Sobre os meios de pagamentos, na venda à vista, Páscoa 2012/ 2011, crescem as compras com dinheiro e cartão de débito. Nas a prazo, crescem as vendas parceladas com cartão de crédito e financiamentos/ crediário.

De forma geral, as respostas da pesquisa mostram boa diposição do varejista e indicam que a Páscoa 2012 já reflete as medidas de estímulo ao consumo e à redução dos juros.

Alfândega de Santos fará leilão de mercadorias apreendidas

Fonte: A Tribuna

Milhares de mercadorias apreendidas pela Alfândega do Porto de Santos serão leiloadas no próximo dia 11. O leilão será realizado pela internet e aberto apenas para empresas (pessoas jurídicas). Os lances do pregão poderão ser apresentados pelo site da Receita Federal nessa data, a partir das 10 horas.

Serão 248 lotes com equipa-mentos eletrônicos (aparelhos de DVD, câmeras fotográficas, video games e telefones, entre outros), cosméticos, roupas, artigos de informática (inclusive notebooks), brinquedos, relógios e bebidas. Eles poderão ser arrematados por um valor abaixo do mercado, uma vez que esses produtos estão isentos de tributação.

Um dos lotes mais caros é o de número 7, formado por seis máquinas destinadas a usinas de processamento de cana de açúcar. O carregamento tem o maior valor mínimo de arremate do leilão, R$ 6 milhões.

As empresas interessadas em participar devem acessar o Centro Virtual de Atendimento ao Contribuinte (e-CAC), no site da Receita Federal na internet utilizando seu certificado digital. Propostas para a compra dos lotes podem ser apresentadas a partir da próxima segunda-feira, às 8 horas, e até o dia 10, às 16 horas.

O leilão funciona da seguinte forma: o interessado cadastra um valor, acima do preço mínimo, para o lote que pretende comprar. A Alfândega selecion ará para a fase de lances a melhor proposta (a maior) e aquelas com valor até 10% menor. As empresas que passarem para essa etapa poderão disputar o carregamento com seus concorrentes, fazendo novas ofertas.

A lista completa com os lotes e seu conteúdo, assim como os endereços e horários dos armazéns onde os produtos estão guardados (para que possam ser conferidos), está no edital do leilão, à disposição no site da Receita, no link Leilões.

Outras informações podem ser obtidas com o Grupo de Mercadorias Apreendidas da Alfândega de Santos (Grumap), que fica na sede da Aduana, na Praça da República, s/nº, 3º andar, no Centro, Santos, ou pelos telefones: (13) 3208-2109 e 3208-2008, das 9 às 12 horas e das 14 às 17 horas.

Serão 248 lotes com equipa-mentos eletrônicos (aparelhos de DVD, câmeras fotográficas, video games e telefones, entre outros), perfumes, roupas, artigos de informática e muito mais.

Palestras gratuitas do SEBRAE

Aumentando suas Vendas com criatividade:

Palestra que visa ampliar o conhecimento do empreendedor sobre as principais ferramentas de marketing, com destaque para promoção de vendas e marketing direto, de maneira a ampliar vendas e o faturamento da empresa.
Data: 17/05/2012
Horário: 19:00 (Duração: 2 horas)
Local: Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe
Av. Padre Leonardo Nunes, 461 – Centro Peruíbe

Oficina gratuita do SEBRAE

Fluxo de Caixa:

Oficina que sensibiliza o participante para aspectos importantes da gestão financeira do negócio, como contas a pagar e a receber, fluxo de caixa e reserva de capital de giro

. **Objetivo / Benefícios:**

Percepção da vantagem de se manter um fluxo de caixa na gestão financeira da empresa, conhecimento dos principais controles necessários para a organização financeira da empresa e compreensão do conceito de capital de giro.
Duração:: 4 horas
Data: 19/04/2012
Horário: 14:00
Local: Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe
Av. Padre Leonardo Nunes, 461 – Centro Peruíbe

Informações e inscrições: (13) 3455-9595 / 3455-2507 - Valor: Gratuita

Oito de março: Dia Internacional das Mulheres

Concordo plenamente que não deveria ser apenas o dia, mas pelo menos o Mês Internacional das Mulheres porque realmente elas merecem. Quem vive sem elas?

Mas apesar de tudo e sabemos que elas falam mais não por pura impressão, mas é verídico, pois estudos apontam que elas falam 1.250 palavras por hora o que daria 20 mil palavras por dia. **Apanham** a cada 2 minutos ainda que haja a lei Maria da Penha, parece que a lei tem intimidado pouco aos que cometem tal ato de pura covardia. A d**esigualdade** ainda continua com elas, mesmo exercendo o mesmo cargo que os homens e ganhando menos.

No Fórum Econômico Mundial foi apresentado um Relatório Global de Desigualdade de Gêneros aonde a Desigualdade de Vida entre os Sexos, dos 134 países pesquisados o Brasil ocupa o 85º lugar. Elas são s**ub-representadas**, pois após ter sido eleito 39 homens para Presidente da República só agora em 2010 é que se elegeu a primeira mulher.

Na Câmara dos Deputados elas ocupam 8,6% das cadeiras e no Senado 16%. A lei prevê que os partidos e coligações tenham 30% de mulheres entre seus candidatos, mas, mesmo cumprindo a lei, e muitas vezes não acontecem, os votos em mulheres ainda são escassos, daí não sabemos se é pura falta de confiança ou realmente puro preconceito.

Estudam mais que os homens. Dados do IBGE apontam que a média de estudo delas, acima de 15 anos é de 7,4 anos, enquanto o homem fica com 7,1. Na faixa etária de 20 a 24 anos, a diferença aumenta a mulher estuda 10,0 anos e o homem 9,3.

Ainda sofrem mutilações. A Organização Mundial da Saúde prevê que pelo menos três milhões de meninas correm o risco de sofrerem mutilações genitais, prática essa adotada em países como Egito, Quênia, Sudão. Estima-se que 140 milhões de mulheres tenham sido submetidas a tal mutilação. Por todo esse conjunto de coisas é que ainda a muito que se fazer para que a mulher seja reconhecida não como inimiga e sim como parceira do homem.

As diferenças devem ser resolvidas através do dialogo e não da violência. Deus na sua infinita sapiência fez a mulher da costela de Adão, para que ela fosse querida, amada. Nosso grande compositor Pixinguinha fez lindos versos na musica A Rosa, que é na verdade uma mulher: "Tu és, divina e graciosa estátua majestosa do amor por Deus esculturada. Tu és de Deus a soberana flor, tu és de Deus a criação de todo o coração cintilas um amor. És láctea estrela, és mãe da realeza és tudo enfim que tens de belo, todo resplendor da santa natureza, perdão se ouso confessar-te, eu hei de sempre amar-te".

Por: José Carlos Mendes

Os outros 364 dias também serão sempre teus mulher!

Dicas para o comércio evitar prejuízo com fraudes

Fonte: SERASA

A economia brasileira conta com estímulos ao consumo devido às melhores condições no crédito, como a redução das taxas de juros. Este é um momento oportuno para que o comércio aproveite para ampliar suas vendas. Aumentou em 5,8% o movimento de consumidores nas lojas em todo o país no primeiro bimestre de 2012, em relação ao mesmo período do ano passado.

Por causa desse cenário favorável, os especialistas de soluções antifraudes alertam para que o comerciante tenha cautela redobrada na hora de realizar a venda, pois nesse ambiente de maior fluxo de pessoas aumentam as probabilidades de fraudes. Essa chance pode aumentar em 25% nas vésperas e durante os feriados.

As perdas por fraude são irrecuperáveis e se traduzem em prejuízo líquido e certo, diferentemente das perdas por inadimplência, que podem ser buscadas. O golpe mais comum é o de roubo de identidade, ou seja, quando o fraudador que está fazendo a compra se passa por dono do documento ou por titular das informações apresentadas.

Cuidados simples podem ajudar uma empresa a reduzir o risco de ser vítima de fraudes. Para especialistas o primeiro passo é prestar muita atenção no documento de identificação. Uma simples conferência da foto do documento com a pessoa que se apresenta na loja e a verificação da consistência dos dados informados já aumentam consideravelmente as chances de evitar prejuízos.

Os especialistas orientam ainda que as micro e pequenas empresas, principalmente, redobrem essa atenção, pois muitas vezes, por não investirem em recursos básicos e acessíveis de prevenção, podem acabar sendo alvos preferenciais de golpistas.

Algumas ferramentas disponíveis no mercado ajudam o empresário a avaliar as informações de um cliente. Na hora de uma transação, o empresário pode fazer uma consulta ao CPF do consumidor junto a empresas especializadas, que fazem o cruzamento com bancos de dados de óbitos, documentos e cheques roubados, endereços e telefones, entre outros. A partir disso, o serviço dá uma nota de avaliação às informações apresentadas pelo cliente e indica se há e qual o grau do risco para o comerciante.

Algumas situações após a venda ter sido realizada podem apontar que a fraude já aconteceu: o cliente ligar reclamando que não realizou a compra do produto; se após a compra efetivada, não for paga nenhuma das parcelas; se o cliente não for encontrado; caso encontre o titular dos documentos, ele comprova que nunca esteve no estabelecimento.

Cuidados simples podem ajudar as empresas a não se tornarem vítimas de golpistas

Confira 5 dicas para evitar golpes antes de realizar uma venda a prazo:

1ª – Peça sempre dois documentos originais como RG, CPF e Carteira de Habilitação;

2ª – Procure confirmar se as informações fornecidas pelo cliente são verdadeiras, analisando atenciosamente se o nome apresentado nos documentos é o mesmo que consta no comprovante de residência;

3ª – Solicite ao cliente o número do telefone residencial e faça a checagem dos dados naquele instante;

4ª – Consulte alguma ferramenta de prevenção a fraudes disponível no mercado.

5ª – Se ainda assim o comerciante não se sentir seguro com a venda, peça que uma parte ou todo o pagamento seja feito à vista.

PROCON de Peruíbe Orienta Mercados e Supermercados do Município

O Procon de Peruíbe, órgão de proteção e defesa do consumidor, conveniado à Fundação Procon São Paulo e à Prefeitura Municipal de Peruíbe, convocou os gerentes das redes de supermercados de Peruíbe conveniados à APAS – Associação Paulista de Supermercados – para passar informações sobre um tema que atinge toda a comunidade peruibense: as sacolas reutilizáveis.

Nesta reunião, estavam presentes os representantes dos supermercados Extra, Krill, Baba e Ueti, e lhes foi entregue um exemplar do Código de Defesa do Consumidor, juntamente com cartilha informativa sobre alguns direitos e deveres de consumidores e fornecedores e, principalmente, foi debatido e entregue uma cópia do TAC – Termo de Ajustamento de Conduta, que impõe algumas normas a serem seguidas pelos supermercados conveniados à APAS.

Segundo o TAC, homologado no Egrégio Conselho Superior do Ministério Público de São Paulo, os supermercados deverão informar aos clientes que não estão mais fornecendo as sacolas descartáveis, através de ampla divulgação no estabelecimento. Deverão também, até o dia 03 de Abril de 2012, fornecer gratuitamente àqueles que não levarem suas sacolas reutilizáveis, meios gratuitos e compatíveis para transportarem suas mercadorias.

O TAC também impõe que os supermercados deverão disponibilizar aos consumidores até dias 03 de Agosto de 2012, sacolas retornáveis para acondicionamento dos produtos adquiridos, a preço de venda que não exceda o valor de R$ 0,59. No dia 15 de Março (Dia do Consumidor), o cliente que adquirir no mínimo 05 produtos de qualquer valor, receberá uma sacola reutilizável, a qual terá garantia de 06 meses da sacola para troca por qualquer motivo e sem nenhum custo ao consumidor.

Para encerrar, o TAC determina que os funcionários de caixa deverão informar verbalmente, antes do pagamento do preço dos produtos, sobre o não fornecimento de sacolas descartáveis para acondicionamento das mercadorias que pretendem adquirir, para que não sejam surpreendidos com uma informação tardia sobre a inexistência das sacolas. Esta obrigação se estenderá pelo prazo de 01 ano. Caso esta obrigação não seja cumprida, acarretará no fornecimento gratuito de embalagens adequadas.

O Procon está trabalhando na orientação e conscientização de consumidores e fornecedores, visitando os estabelecimentos comerciais para verificar se tais normas estão de fato sendo cumpridas. Os consumidores que presenciarem o descumprimento de alguma destas obrigações informadas acima, deverão se dirigir e formalizar reclamação, no intuito de regularizar a situação o mais breve possível. Qualquer dúvida entre em contato através dos telefones: (13) 3453-7770 ou (13) 3453-7773.

Fecomercio diz que restrição a caminhões na cidade de São Paulo pode ser 'inócua'

Desde o dia 05 de março os caminhões que são flagrados trafegando na marginal Tietê entre as 5h e as 9h e entre as 17h e as 22h, de segunda a sexta-feira, são multados. Aos sábados, a restrição ocorrerá das 10h às 14h.

Para a federação, a medida pode não ser efetiva porque, a médio prazo, "as cargas terão de ser transportadas em veículos menores e em maior quantidade de viagens".

O texto ainda critica "a falta de investimentos na infraestrutura de transportes e logística do município", o que "deverá gerar aumento de custos para o trânsito de mercadorias, onerando o varejista e o consumidor".

A Fecomercio ainda afirma que acompanha com preocupação a paralisação dos caminhoneiros iniciada nesta segunda e que espera que sindicato e prefeitura encontrem uma saída ainda hoje.

Segundo a CET (Companhia de Engenharia de Tráfego), a medida visa reduzir as ocorrências envolvendo caminhões que interferem no tráfego da região nos horários de pico. A fiscalização é feita por agentes de trânsito e por radares fixos. A multa é de R$ 85,13 e acarretará acréscimo de quatro pontos na habilitação.

Arte/Folhapress

Dia do Consumidor em Peruíbe

O Procon Municipal de Peruíbe, com o apoio da Prefeitura Municipal, realizou no dia 15 de Março de 2012, o evento "Dia do Consumidor Pra Você", na Praça Matriz do Centro, em comemoração ao Dia Nacional do Consumidor.

Neste evento, os funcionários do Procon permaneceram de plantão no local entre 9hs e 16hs, oferecendo orientações sobre direitos e deveres do consumidor, e realizando atendimentos preliminares, agilizando a abertura de reclamações junto ao órgão. Além disso, foram distribuídos exemplares do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, cartilhas com balanço de atendimentos e projetos realizados pelo setor nos últimos 3 anos, e também cartilha de orientações básicas aos consumidores.

Mesmo com o clima instável da tarde peruibense, foram realizados cerca de 50 atendimentos no estande montado com o apoio da Prefeitura Municipal, ultrapassando assim a marca atingida no projeto realizado em 2011.

O evento foi muito bem recebido pelos cidadãos à procura de seus direitos, que apoiaram a ação realizada em prol da informação e orientação, idealizada pelo diretor do setor, Alexandre Tamer Júnior.

O Procon Municipal de Peruíbe oferece atendimento à população de Segunda à Quinta-Feira, das 8hs30min às 11hs e 13hs30min às 16hs, e de Sexta-Feira, das 8hs30min às 12hs. Para eventuais dúvidas, entre em contato pelo (13) 3453-7770 e o (13) 3453-0377

Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe recebeu duas Moções de Congratulações, da vereadora Onira Betioli Contel

A Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe recebeu duas Moções de Congratulações, da vereadora Onira Betioli Contel, uma pela passagem do 32º Aniversário da Entidade, ocorrido em 30 de janeiro deste ano e outra pela organização e realização da atividade do Bolo Comemorativo ao 53º Aniversário de Peruíbe, ocorrido em 25 de fevereiro do corrente ano.

Em sessão da Câmara Municipal de Peruíbe, realizada no dia 1º de fevereiro, a Moção pelo 32 anos de existência da ACEP, a vereadora enalteceu o fato de que a ACEP sempre foi representada por uma classe de empresários e empreendedores, disposta a fomentar debates sobre desenvolvimento, cursos de qualificação, fortalecimento de todos os ramos de atividade.

"A ACEP é, sem dúvida alguma, é uma das principais entidades de nossa Cidade, onde reúne comerciantes de vários segmentos que buscam o melhor para Peruíbe", disse.

Ao destacar a trajetória de luta da entidade, citou todos os membros que integraram a diretoria, desde a fundação, até os que hoje se encontram à frente da Associação. "A ACEP foi ao longo do tempo se fortalecendo e se tornando referência não só para o segmento que representa, mas para a sociedade como um todo, pois ela está no dia a dia de toda a Cidade, participando ativamente de debates, de conselhos institucionais, seminários, prestando serviços a seus associados, fazendo parcerias, promovendo atividades, entre outras ações. Hoje esta equipe que está à frente da ACEP tem o desafio de fortalecer ainda mais o comércio, os empreendimentos, os investimentos de nosso Município. A Cidade de Peruíbe cresce a cada dia e somente com Instituições do porte da ACEP teremos uma Cidade desenvolvida, boa para se viver, com geração de emprego e renda, com investimentos, com oportunidades para todos. Neste sentido, a ACEP tem papel fundamental de induzir o desenvolvimento, fortalecer o comércio local, ter uma economia dinâmica", esta foi a justificativa apresentada pela vereadora Onira.

Uma segunda Moção, encaminhada ao diretor-presidente da Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe (ACEP), João Fioribelli Júnior, apresentada em sessão realizada na Câmara Municipal de Peruíbe, no dia em 29 de fevereiro, a vereadora Onira destacou organização do Bolo, que há 12 anos vem sendo oferecido pela ACEP, em comemoração ao aniversário da cidade. "O evento foi marcado por muita competência na organização, alegria, confraternização e celebração desta data tão importante e significativa para todos nós. E, neste sentido, ao proporcionar a festa do Bolo, a ACEP dá mais uma contribuição para nossa comunidade", afirmou a nobre vereadora.

Gastronomia e Turismo: o papel da mídia na construção de cenários gastronômicos

A importância do jornalismo dentro da cadeia de gastronomia e negócios foi ressaltada pelo jornalista e editor de suplementos do jornal O Estado de S. Paulo e também criador do caderno Paladar Luis Amélio CamargoCamargo, que apontou a determinação como um dos principais ingredientes para fazer uma matéria sobre gastronomia.

O assunto gastronomia vem nos últimos anos ocupando espaços relevantes na mídia, que está cada vez mais buscando aprimorar o tema, com a intenção de levar ao leitor, informações precisas e bem-editadas. Como são muitas informações, que incluem dicas, receitas, mercado, negócios, inaugurações, Camargo alerta para o papel do jornalista que quer se especializar nessa área, que, segundo ele, deve buscar filtrar as informações para transmitir a melhor imagem da gastronomia.

Camargo destacou ainda a importância de se proceder estudos comparativos para melhor avaliar a atuação no setor no Brasil. Segundo ele, o Brasil ainda tem muito que crescer nesse setor, proporcionando melhores serviços, principalmente bons restaurantes, para atrair turistas. "É um grande desafio para o Brasil, o país tem um grande potencial no turismo, a partir do momento em que houver melhorias", alertou.

O churrasco foi um dos exemplos citados pelo jornalista, prato típico brasileiro é o grande potencial do Brasil e muito bem recebido não só na Europa, mas como no mundo todo. "O Brasil tem temperos bastante conhecidos e cobiçados pela indústria alimentar".

Desafios para o Brasil

Comer comida brasileira em restaurantes segundo Camargo é como comer em casa e "um bom profissional não pode esquecer suas comidas típicas, ele tem que desenvolver fórmulas que mantenha o fruto dessa terra". Porém, "o Brasil precisa ainda de um processo de desenvolvimento, que permita também investir no profissionalismo do setor". Segundo apontou, há pesquisas que indicam que grande parte de formandos em gastronomia no Brasil procuram aperfeiçoamento profissional no exterior. Países como França e Itália são os mais procurados.

Para Camargo, o Brasil tem um longo caminho para o desenvolvimento do turismo, hotelaria e gastronomia. Primeiramente, a gastronomia brasileira tem que reconhecer a culinária de origem, saber que temos pratos nacionais e regionais que são reconhecidos mundo afora. Buscar bons profissionais para cozinha é uma estratégia a ser adotada por empresários do setor, mesmo ele sendo estrangeiro.

Ele cita o exemplo de famílias tradicionais que se firmaram no ramo de restaurantes e que mostram como negócios desse tipo podem dar certo. Ou melhor, investem em locais agradáveis e de boa receptividade. "Somos muito carentes do básico", ressalta Camargo para chamar a atenção sobre a necessidade de investimento na capacitação de profissionais do setor e de como a tradição é um ponto forte para atrair clientela.

"Usar a tradição a nosso favor é o primeiro passo que a cozinha brasileira tem de abranger, não pelo peso do passado e nem como dogma imutável, mas transformando em novos repertórios gustativos. Isso tudo envolve auto-estima e iniciativa. Um boteco que oferece carnes secas, caldos e outros são revoluções, onde a cada dia poderá descobrir petiscos novos" exemplifica ele.

O evento contou com a presença do diretor do Centro de Excelência em Turismo (CET/UnB), Neio Campos, e da professora de Faculdade de Comunicação da UnB e autora da pesquisa "A Construção de Imagens da Gastronomia nos Cadernos de Turismo dos Jornais Brasileiros", Tânia Montoro, que debateu o tema com o palestrante.

RECEITA PRÁTICA E ECONÔMICA

Bacalhau à Pé na Areia

Ingredientes:

1 ½ k de Bacalhau em postas.
01k de batatas cortadas em rodelas
03 tomates cortados em rodelas
03 cebolas cortadas em rodelas
01 pimentão verde fatiado
01 pimentão vermelho fatiado
02 dentes de alho amassado
100g de azeitonas pretas
01 xícara de salsinha picada
½ vidro de leite de coco
Azeite para regar.

Modo de preparo:

Limpe o bacalhau e deixe na água para dessalgar dentro da geladeira por 02 (dois) dias, trocando a água 02 (duas) vezes ao dia.
Cozinhar as batatas, deixar ao dente.
No refratário colocar primeiro as batatas, depois os pedaços de bacalhau, regar com azeite.
Por cima a metade dos tomates, depois as cebolas e assim por diante até terminar todos os ingredientes.
Por último regar com leite de coco e azeite, e para finalizar cobrir com papel alumínio, levar ao forno por aproximadamente 30 minutos ou até levantar fervura.

Bom Apetite!!!
Quiosque 17 Pé na Areia
Av. Gov. Mario Covas Jr., 2.130.

Quadro de Avisos

Dez dicas para você negociar melhor e

Por: Márcio Miranda

Todo empreendedor precisa de regras práticas para poder negociar e fazer seu negócio prosperar.

A habilidade de negociar bem é essencial para sua sobrevivência no disputado mundo de negócios de hoje. Com a globalização, downsizing, reengenharia e outras tendências, todos os recursos são muito disputados e vence quem negociar melhor. O processo de negociação pode ser angustiante para quem não conhece as técnicas, mas é extremamente envolvente e apaixonante para os negociadores bem preparados. Para você, executivo atarefado, aqui vão 10 dicas práticas de negociação:

1ª) - Tente negociar tudo

Negociadores de sucesso conhecem bem uma coisa – tudo pode ser negociado! Isto quer dizer que você não deve aceitar nada que seja imposto, deve questionar. A um nível prático, isto significa tentar negociar o valor de uma multa, a diária de um hotel, o preço de uma passagem aérea. Você não pode negociar se não estiver disposto a questionar a veracidade e a firmeza dos pontos de vista de seus oponentes.

Ser assertivo significa pedir o que você deseja e não aceitar o "não" como uma primeira resposta. Comece a praticar uma postura, onde você vai expressar seus sentimentos sem ansiedade ou raiva. Mostre para as pessoas o que você deseja duma maneira amigável, sem ameaças. Veja que existe uma grande diferença entre ser assertivo e agressivo. Você é assertivo quando cuida de seus próprios interesses e diz o que pensa, com educação.

2ª) - Torne-se um bom ouvinte

Negociadores são como detetives. Eles fazem perguntas e depois calam a boca. Na maioria das vezes seu oponente vai lhe falar tudo o que você precisa saber – contanto que você fique calado. Aliás, muitos conflitos poderiam ser resolvidos se os negociadores ouvissem melhor. O grande problema é que nunca fomos treinados a ouvir, e sim a falar. Temos uma grande ansiedade em expor nossos pontos de vista, e não conseguimos nos concentrar no que nosso oponente está falando. Duvida? Faça você mesmo um teste. Em sua próxima negociação, veja quanto tempo consegue ficar calado, sem pensa em suas respostas e sem interromper o outro lado,N você ficará surpreso! Quem fala mais dá mais informação. Como uma regra básica, lembre-se da célebre teoria de Pareto. Fale 20% do tempo e ouça os outros 80%. Faça bastante perguntas abertas, aquelas que não podem ser respondidas com um simples "sim" ou "não".

3ª) - Planeje

Nunca vá para uma negociação sem fazer sua lição de casa. Existem várias informações que você precisa descobrir antes do início da negociação. Por exemplo: Quais as opções que ele tem? Quais as pressões que está sofrendo? Ele tem uma data limite para resolver o problema? Qual o seu orçamento? Quando você planeja, a tensão e o stress diminuem. O cenário se torna mais familiar, e várias novas opções vão surgindo a sua frente. Você fica mais tranqüilo e confiante para qualquer negociação.

4ª) - Peça alto ou ofereça baixo

Aristóteles Onassis já dizia: Quem pede mais, leva mais. Lembre-se que o encarregado de defender os seus interesses é você. Ou seja, se você não pedir alto, o outro lado não vai ficar com dó e aumentar a oferta. Na prática, o resultado vai ser deste valor pedido para baixo. O mesmo raciocínio se aplica se você estiver comprando. Em todas as negociações existe uma gordura de pelo menos 10%. Ela vai ficar com quem for mais ousado e pedir alto ou oferecer baixo. Um lembrete – use esta técnica com cautela se o seu relacionamento com o outro lado for importante e de longo prazo.

5ª) - Justifique sua oferta

Oferecer baixo ou pedir alto não funciona se você não souber como justificar sua posição. Descubra maneiras de mostrar o valor da solução que você está propondo, diferencie sua solução. Saber diferenciar significa conseguir valores mais altos. Veja o exemplo da água mineral francesa Perrier. Ao criar uma grife, a Perrier consegue ser a água mais vendida no mundo inteiro e uma das que consegue o maior preço. Se alguém consegue diferenciar água mineral, certamente você tem elementos para conseguir diferenciar sua posição, não é mesmo?

Confira mais dicas na próima edição!

Antes de vender - CONSULTAR

VENDEU e não RECEBEU - REGISTRAR

RECEBEU - CANCELAR o registro

Chamamos atenção dos associados para a importância de REGISTRAR seus inadimplentes no Banco de Dados do SCPC. O associado tem que perceber e reconhecer a importância do CICLO do crédito.

INSTRUÇÕES PARA UTILIZAR O SISTEMA SCPC

Acessar o site www.aceperuibe.com.br, onde poderá ser realizado consultas e inclusões no SCPC

Não tendo acesso à Internet, solicite a consulta ao nosso Expediente, ligando para 3455-2507 ou 3455-9595, de segunda a sexta, das 9:00 às 18:00 horas e aos sábados das 9:00 às 12:00 horas, ou pelo 0800-707-4024, atendimento 24

Aniversariantes

Nome	Empresa	Data
Joao luiz ramos da silva	Snob calcados ltda	06/mar
Gislaine r. A. Souza	Clinica veterinaria Peruibe	10/mar
Graziella zanetti	Lestcon imobiliaria adm. Bens e con	12/mar
Natalia conticelli toreto	Mult koisa	18/mar
Wagner f. Galvao	F. Galvao Pneus comercial ltda	20/mar
Helio fernando cornea	Funesp - Funeraria São Paulo	23/mar
Roberto capozzi	Beto joias	23/mar
Rosemary barboza clavisso	Big Bread Padaria e Confeitaria	26/mar
Leonaldo claudino	Centro imobiliario	29/mar
Ir. Ione honoria de souza	Inst. Educ. e Assist. S. Lucia Filippnii	31/mar
Luis marsala	Alctec's Eletronica	31/mar
Osvaldo Lopes Masculi	Arca Móveis e Decoração	01/abr
Edlaine de Cássia Carre	Papelaria Status	02/abr
Leonardo Rocha da Silva	Multi Koisa	02/abr
Antonio Marcos Valtuille Nunes	Casa de Rações Falcão	04/abr
Clayr M Fonseca Firmo Guerreiro	Clayr M Fonseca Firmo Guerreiro	05/abr
Irineu M Uragutti	Air Eletro	08/abr
José Luiz Carvalho Pereira	Carvalho Pereira Advogados Assoc.	12/abr
Sérgio de Oliveira e Silva	Supermercado Krill	17/abr
Altamiro Miguel Manco	Banco do Brasil Ag. Peruíbe	18/abr

vivo EMPRESAS

Admite-se Vendedor Externo com experiência

* Salário fixo de R$828,00;
* Registro em Carteira;
* Ajuda de custo; e
* Comissão.

O candidato deverá possuir Habilitação (CNH) B e carro próprio.

Hot Shop vivo
Av. Pe. Anchieta, 1702 - Stella Maris - Peruíbe - SP

Imóveis

Vdo Edícula - Jd Ribamar 500m² c/escritura e imposto Valor R$ 70 mil Tratar fone 3456-2267

Vendo Casa StellaMaris - Peruíbe 3 Dorm (1 suite) R$ 160 mil Tratar fone 3455-2489

Vdo Terreno em Iguape ao lado da Rodoviária F: 3457-9301

Vdo ou Financio 2 casas Estação e Luciano de Bona Fone 3457-9301

Vd Casa Jd. Ribamar : c / 4 comodos, suíte, quintal, sem Escrituração Área total do terreno é de 35X6 m² - Valor é de R$ 40.000,00. F: 3453-5067 ou9744-4261

Vendo casa em Peruíbe Caraguava - próx. Delegacia

Vdo Terreno em Peruíbe Bairro Leão Novaes

Vd Casa em Peruíbe - Aceito troca em Itanhaém C/ 3 Dmts comodos (2 suítes), sala, cozinha e garagem autos, Tratar F: 3455-2489 ou 9743-1905 c/Camila

Vendo ou Financio 2 casas Docs OK uma Luciano de Bona - outra na Estação Tratar Fone: 3457-9301

Alugo loja na Av.Padre Anchieta 6352, loja 1 incluindo ótimas instalações comerciais, que servem pra vários ramos de atividade. (R$ 600,00 mensais). Tratar no endereço citado, loja ao lado"

Vd Casa em Peruíbe - Aceito troca em Itanhaém C/ 3 Dmts comodos (2 suítes), sala, cozinha e garagem autos, Tratar F: 3455-2489 ou 9743-1905 c/Camila

Diversos

Vende-se Bar no Centro- em frente à Elektro e Palace - F:8103-4216

Vdo Moto Biz/126 verm. Ano 2006 - 15 mil Km F: 3458-4830 - Nelson

Vendo Barco de Madeira
Ano 2007 com 9,22 mts de comprimento
Tratar F: 3455-2592 ou 9704-3612 c/José Carlos

Vendo Lancha Esportiva
19 pés - Motor 70HP
Valor: R$ 13 mil - F: 3456-2267 ou 8117-9837

Profissionais Liberais

Massagens e Massoterapia
c/ óleos e aparelhos apropriados
VOU ATÉ VOCÊ
Ligue e agende um horário
F: 9771-4720/9626-0949/9706-1095
8146-0831/8833-1119 – Francisco

Aula de Corte e Costura Industrial - Moda Praia
Fone: 3457-9301

Astronômia à Domicílio
Tratar com Irani
Fone 3457-9301

Empregos

Sat TV A Cabo Admite
Recepcionista
Ligar para 3458-4040
Av. Pe. Anchieta, 6278 – Oasis – Peruíbe

Precisa-se
Ajudante Geral p/ Oficina de Tornearia Mecânica
Enviar e-mail: cristiane@flexstamp.com

Relação de Vagas Ativas

O PAT/SINE não arruma emprego, encaminhamos os candidatos conforme o perfil solicitado e o empregador é quem seleciona e emprega.

AÇOUGUEIRO COM EXPERIÊNCIA.
AUXILIAR DE ESCRITÓRIO (MULHER) QUE ESTEJA CURSANDO OU CONCLUÍDO CURSO DE CONTABILIDADE OU ADMINISTRAÇÃO.
BALCONISTA (HOMEM) COM EXPERIÊNCIA.
BALCONISTA (MULHER) COM EXPERIÊNCIA E QUE TENHA CNH CATEGORIA B".
BARBEIRO OU CABELEIREIRO (A) COM EXPERIÊNCIA.
COSTUREIRA COM EXPERIÊNCIA EM MÁQUINA INDUSTRIAL.
DOMÉSTICA COM EXPERIÊNCIA.
FAXINEIRA COM EXPERIÊNCIA (QUE TENHA ENSINO MÉDIO)
JARDINEIRO COM EXPERIÊNCIA.
MANICURE COM EXPERIÊNCIA.
MARCENEIRO COM EXPERIÊNCIA.
MECÂNICO/ALINHADOR DE AUTOMÓVEIS COM EXPERIÊNCIA.
MOÇAS OU RAPAZES PARA TRABALHAR COM CARRINHO DE SORVETE.
MONTADOR DE MOVÉIS COM EXPERIÊNCIA.
PANFLETEIRO (A).
PEDREIRO COM EXPERIÊNCIA.
PINTOR COM EXPERIÊNCIA.
RECEPCIONISTA COM EXPERIÊNCIA.
SERRALHEIRO COM EXPERIÊNCIA.
VENDEDORA C/ EXPERIÊNCIA NA ÁREA DE CONSTRUÇÃO CIVIL E ENSINO MÉDIO.
VENDEDOR (A) EXTERNO C/ EXPERIÊNCIA, ENSINO MÉDIO E CNH CATEGORIA "B".
VENDEDOR(A) C/ VEÍCULO PRÓPRIO, P/ VENDA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS.
VIDRACEIRO MONTADOR COM EXPERIÊNCIA.

Apresentar-se na sede da PAT/SINE:
Rua São Paulo, n° 89 - Stella Maris - Peruíbe - Fone: 3453-6081

FILIADA À FACESP
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE PERUÍBE - ACEP

Abrace essa idéia: "Em Peruíbe todo cidadão deve ser um agente de turismo".

Somente na última temporada, mais de 350.000 visitantes estiveram em nossa cidade!

Compete a todos nós peruibenses receber os visitantes de braços abertos, pois são eles nossos principais agentes de turismo. Visitante satisfeito divulga com muito mais credibilidade, não apenas as nossas belezas naturais, mais principalmente nossos serviços e hospitalidade.

Vamos empunhar essa bandeira: "Em Peruíbe todo cidadão deve ser um agente de turismo". Assumindo essa postura, os empresários e comerciantes aumentarão os seus faturamentos, o que garantirá o emprego de todos e possibilitará a abertura de novos postos de trabalho.

Participe, a nossa saúde econômica agradece!

Peruíbe: 53 anos de lutas e conquistas!

Devido ao Carnaval, a tradicional festa em comemoração ao aniversário da cidade, que este completou 53 anos, foi realizada no sábado, dia 25 de fevereiro.

Como vem acontecendo ininterruptamente há 12 anos, a ACEP - Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe realiza o evento com o bolo, que é compartilhado e servido gratuitamente para a população.

Para o presidente da ACEP, João Fioribelli Júnior, a parceria entre empresários e a Prefeitura Municipal já se tornou uma tradição: "Assim como o bolo, esse ano com 53 metros, que cresce a cada ano a aliança entre a ACEP, Prefeitura e população", declarou João.

Para a prefeita Milena Bargieri que participou da distribuição do bolo, acompanhada por membros de sua equipe, comwerciantes e de diretores da ACEP, "quem sai ganhando é a nossa cidade, pois sai fortalecida pela união". Milena declara que é do espírito da solidariedade que vem a força: "São esses eventos coletivos, onde a população participa com entusiasmo, que nos dá a energia necessária para continuarmos, cada vez mais, lutar pela melhoria da qualidade de vida da cidade", encerrou a prefeita.

O evento contou com a participação de várias autoridades, entre elas a prefeita Milena Bargieri, pelos diretores e associados da ACEP que distribuiram o bolo para o grande número de munícipes que participaram com muita animação trazendo alegria para a festa!

Rey Sul
MATERIAIS PARA CONSTRUÇÃO
SEU AMIGO DE TODAS AS OBRAS
Sempre o menor preço

BABA
Fone: (13) 3455-2004
SUPERMERCADO BABA

ANPP
MADEIREIRA
É pau pra toda obra

COLÉGIO
IRENE BARGIERI
ARTHR
SISTEMA DE ENSINO
POSITIVO
Educação Infantil
Ensino Fundamental
Ensino Médio

REDEKRILL
DESUPERMERCADOS
QUALIDADE E ECONOMIA TODO DIA

DUDA
LOCAÇÕES
EQUIPAMENTOS PROFISSIONAIS
O que é diferente não se compara!

A D P
PERUÍBE SP
ALARMES
D. PEDRO II
Monitoramento 24 Horas

Cristal Piscinas
• PRODUTOS PARA PISCINAS
• MÓVEIS E ACESSÓRIOS
• AQUECEDORES
• FILTROS E BOMBAS
3455-5823 e 3454-1730

A ACEP - Associação Comercial e Empresarial de Peruíbe agradece a todos os colaboradores deste importante evento!

SUPERMERCADO
UETI

agora eu sou uma estrela...
Reymar
O LADO BOM DA CONSTRUÇÃO

Di Fiori
Pizzas & Esfihas
PIZZAS E ESFIHAS TEM NOME!
3453.2639
3453.6339

Comeri
PERUIBE
LIDER EM
VENDAS
VOLKSWAGEN

Hering
Store
Peruíbe

CENTRO CLÍNICO
PERUÍBE
O CARINHO COM O PACIENTE

Desde 1951
Refrigerantes
convenção

Mamma Lina
Restaurante e Pizzaria
FONE: (13) 3457-9386
Av. Central. nº 643
Guaraú - Peruíbe - SP

J.R.PRETO
PARTICIPAÇÃO & ADMINISTRAÇÃO LTDA.

AUTO POSTO
7 PASSOS

CONSTRUTORA
HALCCA LTDA.
Telefax: 3455-6207
e-mail: halcca@uol.com.br

sabesp

IN-Kapa
publicidade
Sua 1ª Lista
(19) 3278.4950

AB
BALDIM
REDE lar