

INFORME

FECOMÉRCIO

ANO IV • EDIÇÃO N.º 021 • MAI - JUN / 2015

PE

17

PL DA TERCEIRIZAÇÃO

Entenda a lei e suas vantagens

36

LATIDO ALTO

Mercado Pet amplia
sua participação
no mercado

48

FORMAÇÃO

Programa estimula
perfil empreendedor

PETROLINA: ONDE O RIO É RUA

22

NO SERTÃO DO ESTADO, CIDADE TEM NAS ÁGUAS DO SÃO FRANCISCO
UM FIO CONDUTOR DO SEU COTIDIANO. NAVEGUE POR ELE

2º PRÊMIO
**Sistema
Fecomércio PE**
DE Jornalismo
2015



PARTICIPE!

R\$ 20 MIL EM PRÊMIOS

O Sistema Fecomércio/Senac/Sesc PE premiará as melhores matérias veiculadas de 1º de Dezembro de 2014 a 30 de Novembro de 2015 que tratem de temas relacionados ao comércio de bens, serviços e turismo.

INSCRIÇÕES ATÉ O DIA 10 DE DEZEMBRO

(No site www.fecomercio-pe.com.br ou na sede da Fecomércio, na Rua do Sossego, 264, Boa Vista, Recife, PE, 50.050-080)

MAIS INFORMAÇÕES

Tel.: (81) 3231-5393

premio@fecomercio-pe.com



Fecomércio PE



editorial

TURISMO NA CAPITAL DO SERTÃO



JOSIAS ALBUQUERQUE

Presidente do Sistema
Fecomércio/Senac/Sesc-PE
e 1º vice-presidente da CNC
josias@fecomercio-pe.com

Conhecida como a capital do Sertão, Petrolina tem como principais atrativos turísticos o Rio São Francisco e as vinícolas que formam a famosa Rota do Vinho, além, claro, das suas riquíssimas gastronomia, cultura e história. A revista Informe Fecomércio-PE desta edição viajou até a capital do Sertão para traçar um roteiro do que se tem de melhor para fazer na cidade, partindo das águas doces do rio e indo até as paisagens históricas e culturais mais bonitas do município sertanejo. O Centro de Enogastronomia do Senac Petrolina também é destaque da reportagem, que aborda o investimento feito pela instituição na capacitação da mão de obra da cidade.

As grandes oportunidades de negócios geradas pelos mercados *plus size* e *pet* e o crescimento do mercado náutico recifense são as novidades da revista sobre novas tendências de mercado. O empresário Samuel Brito, nave-

gador desde os 14 anos e proprietário da Setemares, revendedora dos barcos de luxo do estaleiro catarinense Schaefer Yachts em Pernambuco e na Paraíba, conta, em entrevista exclusiva para a revista, um pouco da história do mercado náutico local, de quanto esse mercado movimentou no Estado, do crescimento da venda de barcos no Recife e do quanto ainda podemos crescer nessa área. E para falar da importância da terceirização em um cenário nada animador da nossa economia, a Informe Fecomércio-PE conversou com o professor de Relações do Trabalho da Universidade de São Paulo (USP) e presidente do Conselho de Emprego e Relação do Trabalho da Fecomércio-SP, José Pastore. Confira ainda dicas de como reduzir o consumo de água, em tempos de crise financeira e hídrica, e como as empresas de Pernambuco estão investindo em alternativas para diminuir os gastos com água. Uma boa leitura!



Rua do Sossego, 264, Boa Vista | Recife-PE
CEP: 50050-080
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-5670
Fax: (81) 3231-2912
www.fecomercio-pe.com.br



expediente

Maio/Junho 2015 • XXI Edição • **CONSELHO**

EDITORIAL Lucila Nastassia, Oswaldo Ramos, Michele Cruz, Antônio Tiné •

COORDENAÇÃO-GERAL/EDIÇÃO Lucila

Nastássia • **REPORTAGENS** Amanda Meira, Eduardo Sena, Ericka Farias, Juliana Ângela, Camila Pires, Natália Simões e Tacyana Viard (Dupla Comunicação) •

PROJETO GRÁFICO Daniele Torres •

ÍCONES, ILUSTRAÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

Gabrielle Souza • **FOTOS** Agência Rodrigo Moreira • **REVISÃO** Laércio Lutibergue •

IMPRESSÃO Gráfica Flamar • **TIRAGEM** 7.000 exemplares • Obs.: Os artigos desta revista não refletem necessariamente a opinião da publicação.

JOSIAS ALBUQUERQUE

Presidente

FREDERICO LEAL

1º Vice-presidente

BERNARDO PEIXOTO

2º Vice-presidente

ALEX COSTA

3º Vice-presidente

RUDI MAGGIONI

Vice-presidente para Assuntos do Comércio Atacadista

JOAQUIM DE CASTRO

Vice-presidente para Assuntos do Comércio Varejista

JOSÉ RAMON PIPA

Vice-presidente para o Comércio de Agentes Autônomos

JOSÉ CARLOS BARBOSA

Vice-presidente para o Comércio Armazenador

EDUARDO CAVALCANTI

Vice-presidente para Assuntos do Comércio de Turismo e Hospitalidade

OZEAS GOMES

Vice-presidente para Assuntos de Saúde

JOÃO DE BARROS

1º Diretor-secretário

JOSÉ CARLOS DA SILVA

2º Diretor-secretário

JOÃO MACIEL DE LIMA NETO

3º Diretor-secretário

JOSÉ LOURENÇO

1º Diretor-tesoureiro

ROBERTO WAGNER

2º Diretor-tesoureiro

ANA MARIA BARROS

3º Diretor-tesoureiro

ALBERES LOPES

Diretor para Assuntos Tributários

FRANCISCO MOURATO

Diretor para Assuntos Sindicais

MANOEL SANTOS

Diretor para Assuntos de Crédito

JOSÉ CARLOS DE SANTANA

Diretor para Assuntos de Relações do Trabalho

EDUARDO CATÃO

Diretor para Assuntos de Desenvolvimento Comercial

MÁRIO MAWAD

Diretor para Assuntos de Consumo

CARLOS PERIQUITO

Diretor para Assuntos de Turismo

MILTON TAVARES

Diretor para Assuntos do Setor Público

CELSO CAVALCANTI

Diretor para Assuntos do Comércio Exterior

Conselho Fiscal Efetivo

JOÃO LIMA FILHO

JOÃO JERÔNIMO

JOSÉ CIPRIANO

SINDICATOS FILIADOS

Sindicato do Comércio de Vendedores Ambulantes do Recife, Olinda e Jaboatão
Tel./Fax: (81) 3231-6175

Sindicato do Comércio Varejista de Catende, Palmares e Água Preta
Tel.: (81) 3661-0332

Sindicato do Comércio de Vendedores Ambulantes de Caruaru
Tel./Fax: (81) 3719.0867 / 3721.5985

Sindicato dos Lojistas do Comércio do Recife
Tel./Fax: (81) 3222.2416

Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Recife
Tel./Fax: (81) 3221.8538

Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos do Estado de Pernambuco
Tel./Fax: (81) 3231.5164

Sindicato do Comércio Varejista dos Feirantes do Estado de Pernambuco
Tel.: (81) 3446.3662 / Fax: (81) 3446.2115

Sindicato do Comércio Varejista de Materiais Elétricos e Aparelhos Eletrodomésticos do Recife
Tel./Fax: (81) 3221.6167 / 3222.2416

Sindicato do Comércio Varejista de Garanhuns
Tel./Fax: (81) 3761.0148

Sindicato do Comércio de Hortifrutigranjeiros, Flores e Plantas do Estado de Pernambuco
Tel./Fax: (81) 3252.6464

Sindicato do Comércio do Jaboatão dos Guararapes
Tel./Fax: (81) 3481.0631

Sindicato do Comércio Varejista de Maquinismos, Ferragens e Tintas do Estado de Pernambuco
Tel./Fax: (81) 3471.0507 / 3338.1720

Sindicato do Comércio Varejista de Petrolina
Tel.: (87) 3861.2333 / Fax: (81) 3861.2333

Sindicato dos Lojistas do Comércio de Caruaru
Tel./Fax: (81) 2103.1313 / 3722.4070

Sindicato do Comércio de Auto Peças do Estado de Pernambuco
Tel.: (81) 3422.0601

Sindicato dos Representantes Comerciais e Empresas de Representações Comerciais de Pernambuco
Tel./Fax: (81) 3226.1839 / 3236.4799

Sindicato das Empresas do Comércio e Serviços do Eixo Norte
Tel./Fax: (81) 3371.8119

Sindicato do Comércio Varejista de Calçados do Recife
Tel./Fax: (81) 3222.2416



artigos

GESTÃO: ENTENDER PARA PRATICAR

Por Fernando Nunes

09

INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

Por Cláudio Marinho

30

pág. 06

TECNOLOGIA DA MELHOR IDADE

Idosos utilizam cursos e ferramentas para melhorar seu desempenho no mundo digital

pág. 10

OTIMIZAÇÃO DA ÁGUA



capa

ONDE O RIO SÃO FRANCISCO É MAIS BONITO

Conheça os atrativos turísticos de Petrolina no Sertão pernambucano

22

pág. 14

O OUTRO LADO DOS SHOPPINGS

Institutos ajudam jovens a entrarem no mercado de trabalho

pág. 17

TERCEIRIZAÇÃO

Como atua a nova PL



desbrave

TURISTA EM CASA

Cresce o número de brasileiros que optam por conhecer a sua própria região

40

pág. 32

PLUS SIZE

Vestuário que atende numerações maiores é mercado em potencial

pág. 35

CURTAS



entrevista

SAMUEL BRITO

20

pág. 36

MUNDO BICHO

Produtos e serviços voltados para animais de estimação aquecem economia

pág. 44

SOPA DE LETRAS

Projetos estimulam a formação de novos leitores

pág. 48

FORME

Programa desperta oportunidades de empreendedorismo

SEM LIMITES PARA APRENDER

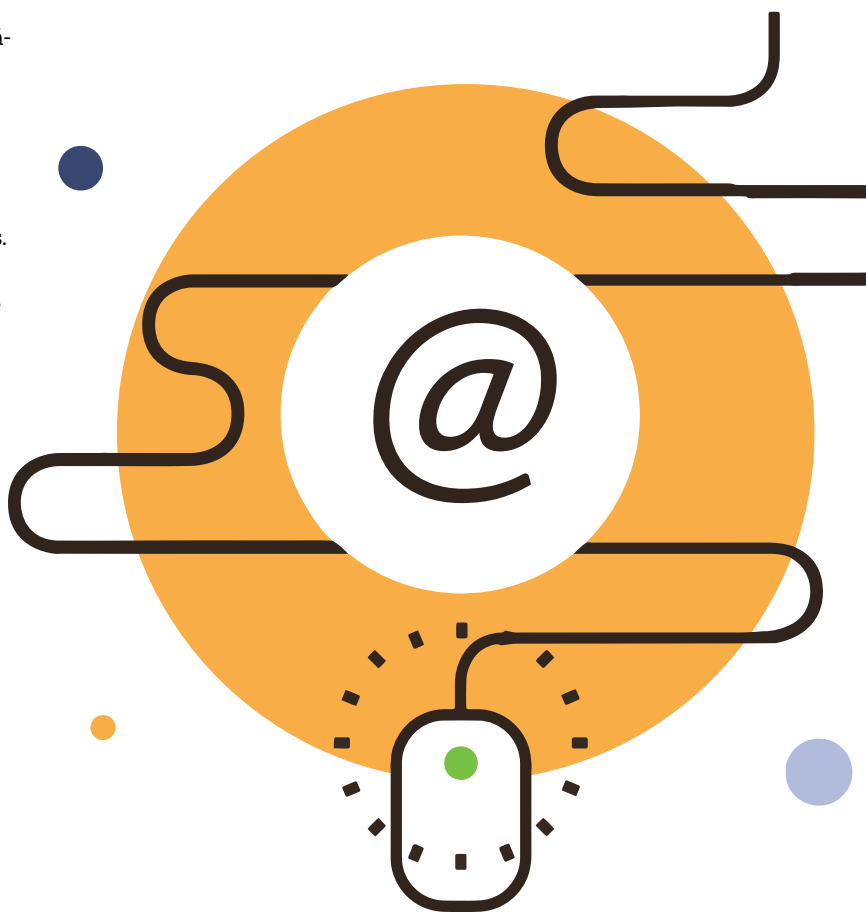
A busca de idosos pela participação efetiva na era do “www”

POR CAMILA PIRES

Euvaldo Antônio da Silva, 74 anos, é advogado e aprendeu a utilizar o computador para aperfeiçoar seu trabalho. Segundo ele, desde que a máquina de escrever foi deixada de lado e passou-se a utilizar o computador e, posteriormente, a internet, ele sentiu a necessidade de se atualizar para garantir a continuidade de sua carreira. “Essas são ferramentas dos novos tempos e, quem pretende evoluir, precisa aprender a utilizá-las. A internet é a mola mestre dessa nova era. Eu não esperava aprender tanto, mas sempre tive em mente que não podia ficar para trás”, afirma ele.

O senhor Euvaldo faz parte do grupo de idosos que decidiu ter inteira participação na era da tecnologia e acessar não somente a internet, como fazer parte também das redes sociais. De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBGE e divulgada em abril deste ano, o número de idosos que ingressaram no *World Wide Web* cresceu aproximadamente 121% entre os anos de 2008 e 2013. No início, apenas 5,7% dessa faixa etária havia criado intimidade com o mundo tecnológico, enquanto hoje esse número chega a quase 13%, representando, aproximadamente, três milhões de internautas sexagenários.

Apesar de não ser a maior faixa etária no ranking que calcula o uso da internet e das redes sociais, foi a que obteve o maior crescimento desde 2008, o que chama a atenção para um molde mais fácil e uma preocupação maior com o público-alvo dos aplica-





De acordo com
o IBGE, o Brasil
possui hoje,
aproximadamente,
3 milhões de
internautas acima
de 60 anos

Para se aproximar mais dos netos,
Antônio Hilário começou a utilizar a
internet

tivos e sites disponibilizados na internet. De acordo com Socorro Macedo, diretora da consultoria Le Fil, especializada em internet, é necessário que as empresas e desenvolvedores de aplicativos e redes sociais tenham estratégias focadas também nesse grupo de usuários. “É necessário lembrar que eles não possuem tanta intimidade com o mundo digital quanto os jovens e que alguns possuem até limites físicos, como a visão. Muitos, inclusive, trocam seus aparelhos por aqueles com telas maiores e preferem postagens em sites que disponibilizam letras maiores, também. Sabendo disso, é preciso oferecer uma experiência adequada ao momento de vida

desses internautas e um conteúdo que diga respeito aos seus interesses”, afirma ela.

Para Antônio Hilário, de 76 anos, a internet veio como um modo de aproximá-lo dos netos. O desejo de aprender a utilizar essas novas ferramentas surgiu ao ver as crianças da família, ainda pequenas, tão desenvoltas ao lidar com o computador. “Eu via meus netos brincando tão envolvidos com esses aparelhos tecnológicos, e aí eu percebi que precisava me atualizar. Acho que, hoje, se você não se atualiza, acaba envelhecendo mais rápido e ficando isolado do mundo”, pondera.

Uma pesquisa realizada em 2009 pela Universidade da Califórnia, em Los Angeles (UCLA), demonstrou que a utilização do computador e a realização de pesquisas online podem ser atividades empregadas para melhorar a cognição

de idosos. O estudo foi realizado com 24 pessoas entre 55 e 78 anos e todos apresentaram elevação nos níveis de atividades cerebrais.

Segundo a pesquisa, navegar pela internet demanda um conjunto de habilidades cognitivas e motoras, as quais são consideradas essenciais para manter um cérebro saudável, como a ativação das memórias de curto e longo prazo, além de trabalhar as habilidades ligadas à nossa percepção visual e ao nosso nível de atenção.

A conclusão dos organizadores após os resultados finais é que manter a mente sempre jovem e ativa favorece a massa cinzenta. É essencial que os idosos façam trabalhos manuais, leiam bastante e aprendam coisas novas. A leitura e a interação social melhoram a atenção, a memória e a fluência verbal. Logo, manter o cérebro ativo pode ser sinônimo de longevidade.



O advogado Euvaldo Antônio inseriu-se no mundo digital para atualizar-se na sua profissão



→ AULAS PARA A BOA IDADE

Ciente de que na era das novas tecnologias o aprendizado não tem limite, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) passou a oferecer cursos voltados especialmente à terceira idade. São aulas remodeladas especificamente para pessoas a partir de 50 anos, possibilitando o aprendizado desde princípios da informática básica até a utilização de programas mais complexos instalados no computador.

Na grade de cursos do Senac, a área reservada para os idosos é chamada de “Boa Idade” e engloba os cursos de Informática, Internet e Photoshop. Os cursos possuem carga horária entre 20 e 66 horas e investimentos que variam entre R\$160,00 e R\$540,00, podendo ser divididos em até seis vezes no cartão.

De acordo com João Lobo, instrutor do curso de Internet para a Boa Idade, o que diferencia as aulas para idosos das demais não é apenas o ritmo mais compassado e o cuidado com os termos técnicos que são utilizados, mas também o nível de dedicação dos alunos. “É gratificante dar aula para eles, pois a maioria chega extremamente curiosa. Eles vêm com muita dedicação e interesse, não apenas para aprender e conversar com amigos e parentes, mas em muitos casos para se atualizar e continuar se sentindo produtivos”, afirma ele. □



SENAC

A UNIDADE DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO SENAC, RESPONSÁVEL PELOS CURSOS DE INFORMÁTICA, FICA LOCALIZADA NA NOVA SEDE DA INSTITUIÇÃO, NA AV. JOÃO DE BARROS, N 1593, NO BAIRRO DO ESPINHEIRO, RECIFE.

OS INTERESSADOS PELOS CURSOS PODEM ENTRAR EM CONTATO ATRAVÉS DO (81) 3242-2876.



artigo

POR FERNANDO NUNES



GESTÃO: ENTENDER PARA PRATICAR

A multiplicidade de conceitos sobre o título de “gestão” é expressiva e, cada vez mais, fragmenta-se, de forma que há uma tendência a tematizar, sobretudo nas organizações mais complexas, quando se pretende adentrar de forma mais abrangente em todo o espectro da organização. É comum ver referência a gestão do conhecimento, gestão corporativa, gestão de riscos e a uma série de outras, tudo para significar, ao final,

gerir, tomar conta, controlar, acompanhar, gerenciar.

A gestão de uma Instituição com o formato do Sesc requer um cuidadoso aprofundamento de todos os conceitos de gerenciamento, em razão da diversidade das ações empreendidas, com fortes traços de demandas sociais, de saúde, de educação e de assistência social específica, o que torna, também, o seu público muito diversificado. Ao lado disso, todas as entidades vinculadas ao chamado “Sistema S”, apesar de sua marcante característica de iniciativa privada, porque foi assim que foram concebidas e geridas ao longo dos anos, têm amarras próprias do serviço público, com todas as implicações burocráticas.

Assim, as demandas colocadas requerem do gestor celeridade no atendimento, porquanto elas são originadas de um público que precisa ou depende dos serviços. Esse público, por sua vez, não é muito afeito aos ritos burocráticos, mas exerce, de forma crescente, cobranças de seus direitos.

O grande objetivo, portanto, é estabelecer um modelo de gestão que possa ser chamado de inovador, seguro e que tenha plena aderência às características do Sistema, mas, que traga, sobretudo, uma incansável busca pela produtividade, pelo respeito às pessoas e observância dos preceitos legais. Portanto, o meu compromisso pessoal, na qualidade de diretor regional do

Sesc-PE, com a Instituição e com o seu presidente, é de exercitar uma gestão que tenha como traço mais marcante a simplicidade, a celeridade, uma amigável harmonia com o quadro de servidores e, de maneira complementar e prioritária, de apoio pleno à comunidade comerciária. □

Fernando Nunes,
diretor regional do Sesc-PE



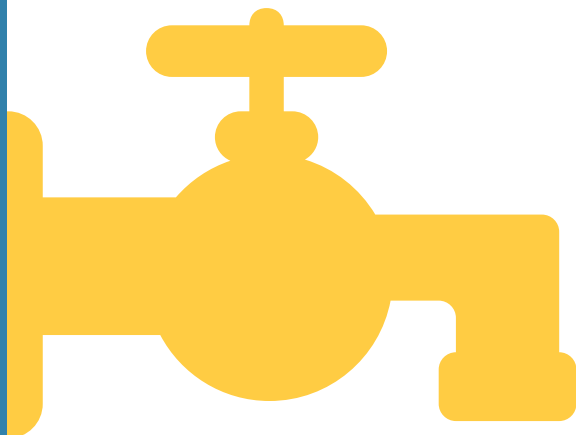
O grande objetivo
é estabelecer
um modelo de
gestão que possa
ser chamado
de inovador,
seguro e que
traga incansável
busca pela
produtividade”



ENXUGAR É A PALAVRA DE ORDEM

Empresas buscam alternativas para reduzir quilowatts e driblar crescimento dos custos com energia elétrica

POR JULIANA ÂNGELA



Evitatar desperdícios e gastar menos água é estratégia de empresas e estabelecimentos que pretendem reduzir custos e, ao mesmo tempo, ajudar o meio ambiente. De acordo com a entidade 2030 Water Resources Group, que auxilia os governos de alguns países na gestão dos recursos hídricos, a demanda por água doce e tratada no mundo vai ser 40% maior do que a disponibilidade em 2030. O desperdício é um fator que influencia bastante essa estimativa. Quando se trata de negócios, para os que têm a água como matéria-prima, isso significa custos mais elevados em toda a cadeia de produção.

Movidas por essa certeza de que a água está ficando cada vez mais escassa e, conseqüentemente, mais cara, algumas empresas de Pernambuco apostam na economia do recurso hídrico, seja investindo em tecnologias de reúso ou em outras estratégias para diminuir o consumo diário. A lavanderia de jeans Mamute é uma delas. O clima e a escassez de chuvas em Toritama, no Agreste de Pernambuco, onde ela está localizada, foram fatores decisivos para que a empresa adotasse práticas e tecnologias de consumo racional da água, garantindo sustentabilidade ambiental e econômica.

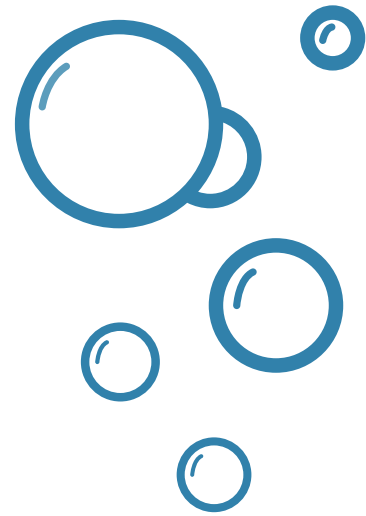
A lavanderia chegava a gastar 120 litros de água por peça e, em um primeiro momento, apenas identificando e con-

sertando vazamentos e reduzindo o número de enxágues, conseguiu diminuir o consumo para 70 litros por unidade. Esse consumo foi ainda menor, passando para 49 litros, após a instalação de um sistema de reúso de efluente, que reutiliza a água em atividades nas quais a potabilidade não é necessária. “Hoje, podemos dizer que temos um dos menores consumos de água por peça de todo o Brasil”, destaca Edilson Tavares, proprietário da Mamute.

A água de reúso também é uma alternativa adotada pelo Shopping Recife. Para diminuir o grande consumo diário, o centro de compras construiu uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) e de Água (ETA) própria, que, além de tratar todo o esgoto produzido pelo equipamento, vai reutilizar a água. Com esse sistema, 100% do esgoto produzido pelo Shopping Recife será encaminhado para a Estação

de Tratamento do *mall*, transformando-o em água de reúso e diminuindo o consumo em até 50%. “Em vez de sobrecarregar o sistema de esgotamento sanitário da cidade, vamos tratar os efluentes e obter a água necessária para o nosso abastecimento”, destaca o gerente de operações do centro de compras, Henrique Saraiva. Por hora, é possível tratar até 30 mil litros de água, o equivalente a 360 mil litros por dia. Com isso, mensalmente, o shopping deixará de consumir 15 milhões de litros de água potável.

Além de estação de tratamento, há alternativas que consistem na escolha por equipamentos mais econômicos. Lucíola Beltrão, gerente de Meio Ambiente da Compesa, explica que, atualmente, existem diversos produtos que auxiliam na economia de água. Torneiras com sensores de presença, por exemplo, que ligam e desligam conforme a



A lavanderia Mamute baixou o consumo de água de 120 para 49 litros por peça





FOTO: THIAGO MEDEIROS

“

**Ao invés de sobrecarregar
o sistema de esgotamento
sanitário da cidade,
vamos tratar os efluentes
e obter a água necessária
para o nosso abastecimento”**

Henrique Saraiva



aproximação ou o afastamento das mãos, reduzem o consumo de água em até 77%.

Também há hoje no mercado vasos sanitários desenhados para utilizarem no máximo seis litros de água por descarga – antes, esse volume chegava a 15 litros. A válvula do tipo Duoflux tem uma opção para reduzir ainda mais essa medida, pois despeja três ou seis litros de acordo com a opção de uso: menos água para resíduos líquidos, mais para sólidos. “O valor desses equipamentos é bastante similar, podendo haver uma

variação de preços de até 40% dependendo da marca/especificações do produto. Porém, a economia na conta de água pode ser de até 77% por equipamento”, ressalta Lucíola Beltrão.

Ela destaca, ainda, que é importante fiscalizar os possíveis vazamentos. “Uma torneira de lavabo desperdiça em média 46 litros de água por dia se estiver pingando. Um orifício de apenas dois milímetros no encanamento pode causar uma perda de 3.200 litros por dia”, alerta.



DIA A DIA SUSTENTÁVEL

Com o objetivo de reduzir os impactos ambientais e inserir atitudes sustentáveis no cotidiano, vem sendo implantado na Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), nas Federações do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Brasil e nos departamentos nacionais e regionais do Sesc e do Senac o programa Ecos de Sustentabilidade.

É uma iniciativa concebida a partir do conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e sob a lógica de dois modelos específicos de gestão ambiental: Ecoeficiência e Qualidade Ambiental Total. “O Programa foi idealizado com a missão de planejar, propor, executar e apoiar ações que induzam à prática intersetorial e colaborativa da sustentabilidade nas atividades desenvolvidas nos âmbitos da CNC, do Sesc e do Senac”, explica Cecília Barreto, analista de Educação Profissio-

MAIS ECONOMIA DE ÁGUA = MENOS CUSTOS

Confira dicas do Sebrae para investir em ações sustentáveis economizando água e reduzindo gastos.

- **Elimine vazamentos**
Isso evita o desperdício de água e reduz o valor da conta no fim do mês.
- **Equipamentos econômicos**
Instale torneiras de baixo consumo de água; troque as antigas descargas com válvulas por descargas acopladas com caixa.
- **Reaproveite**
Faça a captação e o aproveitamento da água da chuva e reúso da água em geral (use para manutenção dos ambientes e jardins).
- **Manutenção do jardim**
A grama alta retém mais umidade; por isso, durante o verão, deixe-a crescer pelo menos 4cm. Isso evitará que partes do solo fiquem ressecadas e diminuirá a necessidade de regar.



nal – Meio Ambiente do Senac Pernambuco.

As atividades iniciais consistiram em formação do Grupo Gestor, realização do diagnóstico do consumo de água, papel, copos descartáveis, energia elétrica e água e o planejamento das ações do programa. No Senac Pernambuco, a primeira ação implantada foi a coleta seletiva dos papéis com destinação para o Hospital de Câncer. Em relação à sustentabilidade hídrica, já é realizado o trabalho de sensibilização e informação dos colaboradores para a redução do consumo de água e instalação de torneiras automáticas nos sanitários do prédio administrativo, cujo acionamento do fechamento e vazão são controlados independentemente do usuário. A meta do programa é reduzir 5% do consumo de água em dois anos.

A Fecomércio-PE implantou o programa Ecos de Sustentabilidade, lançando, em abril do ano passado, a campanha Renove suas atitudes em prol do meio ambiente. “Nosso objetivo foi incentivar os funcionários a criar hábitos que ajudem a preservar o meio ambiente, através de pequenas atitudes no dia a dia, como usar menos papel, desligar a luz ao sair da sala, usar copos e canecas reutilizáveis, entre outros”, afirmou Josias Albuquerque, presidente da instituição e um dos maiores incentivadores do projeto.

Além da criação de peças de sinalização, da implantação de coletores seletivos de lixo e do envio de e-mails marketing para todos os colaboradores, a Fecomércio-PE promoveu um ciclo de palestras intitulado “Qual o seu papel para a construção de um ambiente de trabalho sustentável?”, com os responsáveis pelo Ecos de Sustentabilidade nas unidades do Sesc e do Senac regionais. □



Grupo gestor do programa ECOS do Senac-PE





SOCIAL

SOLIDARIEDADE QUE RIMA COM OPORTUNIDADE

Shoppings investem em ações sociais nas comunidades vizinhas e, em troca, ganham profissionais qualificados para seus empreendimentos

POR ANA LUÍZA SOUZA

Grande parte dos shoppings centers da Região Metropolitana do Recife estão situados próximos a comunidades de baixa renda. Dessa contraditória relação, em que a desigualdade social grita, surgem oportunidades. Os institutos e projetos desenvolvidos por *malls* da região são iniciativas sociais para melhorar a qualidade de vida dessas pessoas e, oportunamente, gerar mão de obra qualificada para os empreendimentos. As instituições não possuem caráter de caridade, pelo contrário, querem oferecer aos jovens uma profissionalização.

Os institutos têm o objetivo de elevar o potencial de empregabilidade, ampliar o conhecimento, estimular a leitura e proporcionar orientação comportamental dos futuros contratados. Os shoppings capacitam mão de obra, que poderia estar ociosa, e, consequentemente, desenvolvem funcionários, proporcionando a criação de uma relação social que beneficia a imagem da empresa.

Os projetos, em sua maioria, destinam curso pré-vestibular e de qualificação profissional. A capacitação desenvolvida por todos é realizada em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac, instituição de

referência na área do comércio, o que garante a experiência para que as ações sejam bem-sucedidas. Para a coordenadora da unidade de Tecnologia do Varejo do Senac, Sheila Cristiane, a credibilidade da instituição é o que garante o entrosamento com os shoppings. “O Senac já se tornou referência por conta da sua credibilidade. É uma instituição que atende o comércio capacitando profissionais para entrar nesse mercado. Além disso, procuramos atender à demanda e executar o que cada instituto necessita”, explica. Um exemplo é o Instituto Shopping Recife, associação sem fins lucrativos, que beneficia os mo-

radores da comunidade Entra Apulso, na Zona Sul da cidade. A instituição, desde sua inauguração em 2007, já formou mais de três mil jovens, em cerca de 100 turmas de cursos profissionalizantes, inserindo mais de mil deles no mercado de trabalho. Além disso, o Instituto é corresponsável pelas 110 crianças da Creche da comunidade. "Realizamos trabalhos para promover várias capacitações para os empreendimentos comunitários, atividades de lazer e cultura. Essas ações são muito importantes para o cotidiano e o futuro de cada mora-

4.000

JOVENS FORAM CONTEMPLADOS NO INSTITUTO JCPM

100

TURMAS DE CURSOS PROFISSIONALIZANTES JÁ FORAM OFERECIDAS PELO INSTITUTO SHOPPING RECIFE

700

FAMÍLIAS FORAM BENEFICIADAS PELO INSTITUTO PERÓ DO SHOPPING GUARARAPES

dor da comunidade", pontua a presidente do Instituto Shopping Recife, Ione Costa.

Tamires Soares foi uma das primeiras alunas do Instituto Shopping Recife. Inicialmente, participou do curso de Formação Empreendedora, em seguida, teve aulas de informática, auxiliar administrativo e técnica de vendas. Hoje, aos 26 anos, trabalha como vendedora em uma das lojas do Shopping e acredita que a participação na instituição fez com que ela e os jovens da comunidade valorizassem mais a educação.

"O Instituto é uma porta grande, tanto para mim como para os jovens da comunidade, muitos de nós não têm condições de pagar um curso. Através dele, soubemos dar mais valor à educação e ter uma visão mais ampla do mercado de trabalho. É uma oportunidade para aqueles que sabem aproveitar. Hoje sou resultado do que aprendi", conta a vendedora.

Também com a mesma proposta, o Shopping RioMar começou desenvolvendo projetos sociais antes mesmo da sua inauguração, em outubro de 2012. O Instituto JCPM contempla, prioritariamente, jovens de 16 a 24 anos da comunidade de Brasília Teimosa, bairro da Zona Sul do Recife. Desde 2011, a entidade já atendeu mais de 4 mil jovens entre cursos de capacitação, aperfeiçoamentos e atividades complementares. Para a diretora de Desenvolvimento Social do Instituto JCPM, Lúcia Pontes, a iniciativa beneficia tanto o shopping como a comunidade. "Os cursos disponibilizados aperfeiçoam a escolaridade e favorecem a





inserção no mercado de trabalho. Além disso, qualificamos mão de obra que pode ser aproveitada dentro de nosso empreendimento, o que muitas vezes beneficia a logística de trabalho", destaca. Perto de concluir a faculdade de Gestão de Marketing, Ewerton Oliveira buscou, através da qualificação profissional, a tão sonhada oportunidade do primeiro emprego. Aos 21 anos, ele foi de Jovem Aprendiz a auxiliar de Marketing do RioMar Shopping, e teve sua chance de mudar de vida em 2012. Na época, cursava o ensino médio e o mall ainda não havia sido inaugurado. Ewerton entrou para o projeto e cursou aulas de fotografia, inglês básico e pré-vestibular e conseguiu entrar no programa do centro de compras. Desde então, está cheio de planos para continuar se aperfeiçoando profissionalmente. "Quando entrei no instituto, estava na fase que precisava discernir o rumo a seguir em busca da profissionalização. Já tinha realizado um curso de designer gráfico, mas ainda não

sabia em que área atuar, estava perdido. O instituto me ajudou a definir minha carreira e me fez perceber que não podemos parar de estudar. No final do ano, terminei minha faculdade e pretendo começar uma pós-graduação", planeja Ewerton.

Na Zona Norte da Região Metropolitana do Recife, onde está situado o Shopping Tacaruna, os moradores vizinhos são beneficiados pelo projeto Tacaruna Social. As ações promovem cursos e oficinas de acordo com as necessidades da comunidade, como cursos profissionalizantes, atividades de informática, cursos destinados a mulheres, principalmente confecção de artesanato, para proporcionar uma fonte de renda. Os de capacitação são realizados em parcerias com empresas e órgãos públicos, os quais podem ser de jardinagem, formação de garçons, marcenaria, serralharia, entre outros. Com previsão de inaugurar em 2016, o Camará Shopping fundou em 2013 o Instituto Camará, que já atendeu mais de 20 mil pessoas

no município de Camaragibe. Um dos "braços" do instituto, o projeto Florescer, atende à demanda de qualificação profissional nas obras e nas operações do complexo. "A meta do projeto é qualificar 12.500 pessoas, sendo 2.500 para atuarem na construção civil, com qualificações do Senai, e 10.000 para atuarem nas operações através da qualificação do Senac. Durante todo o período de implementação dos equipamentos da Reserva, com duração de oito anos, moradores de Camaragibe e seu entorno receberão qualificações através do Florescer", explica o Diretor Presidente da Reserva Camará, Serapião Bispo.

Já a cidade de Jaboatão dos Guararapes, Região Metropolitana do Recife, é contemplada com o Projeto Però, do Shopping Guararapes, situado no bairro de Piedade. O Instituto, que realiza atividades de ações de incentivo à leitura, arte, educação e profissionalização, em 10 anos de atuação já beneficiou 700 famílias, 900 crianças, adolescentes e jovens, e inseriu 55 profissionais no mercado de trabalho.

O Instituto Però é uma instituição de complementação à educação formal, reconhecida pela sociedade, que valoriza crianças, adolescentes, jovens e suas famílias, propiciando a formação de cidadãos e contribuindo para melhor qualidade de vida e convivência social. Através das atividades promovidas pelo Instituto, a comunidade é beneficiada com ações de incentivo à leitura, arte, educação e profissionalização. A pouca oferta de espaços públicos de lazer na cidade faz do Instituto um ambiente o qual permite o acesso a bens culturais, de lazer, oportunidades de inserção no mercado de trabalho e a formação de indivíduos mais críticos. □

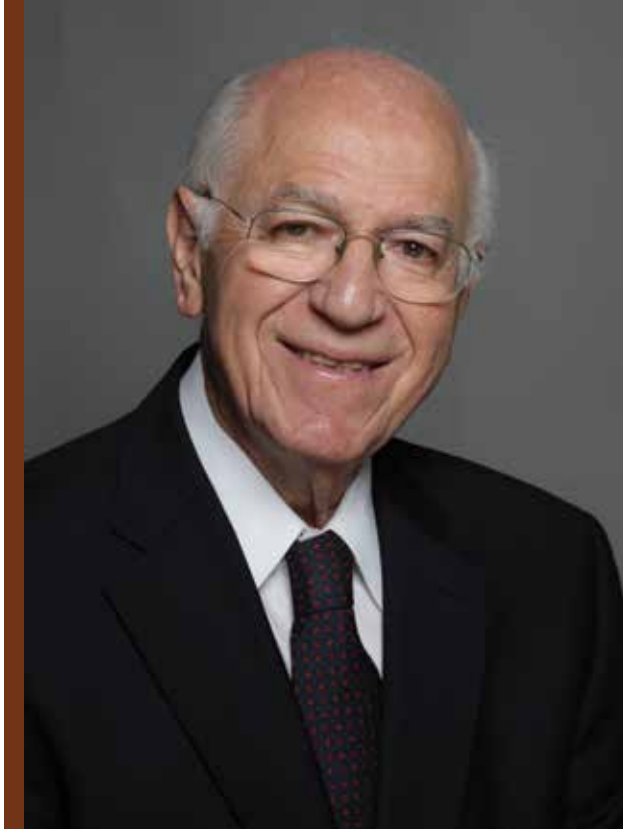
OS (OUTROS) ÂNGULOS DA TERCEIRIZAÇÃO

Projeto de Lei que regulamenta o trabalho terceirizado no País gera discussão que encobre seus aspectos benéficos

POR EDUARDO SENA

Não precisa andar muito pelo Recife para encontrar um muro ou qualquer superfície plana e visível, seja de concreto ou papel, com os dizeres “Não à terceirização”. O manifesto diz respeito ao projeto de lei nº 4.330/2004, aprovado no último mês de abril pela Câmara dos Deputados, o qual visa regulamentar os contratos de terceirização no mercado de trabalho (até o fechamento desta edição, a PL aguardava votação no Senado). E, como tudo o que envolve agendamentos políticos-trabalhistas, a PL provocou um debate polêmico e maniqueísta, em que só o bom e o ruim seriam as únicas possibilidades-fim.

Em resumo, a nova medida prevê a extensão dos serviços terceirizados para além das atividades-meio de uma empresa, o que possibilita a contratação de empresas terceirizadas que executem também atividade-fim. Se, por um lado, uns apontam a nova regra como um agente da precariedade das relações trabalhistas, por outro, há uma voz que sublinha o processo como um importante recurso do ponto de vista econômico. “Estamos falando de um projeto que permitirá a regularização de quase 12 milhões de trabalhadores e certamente poderá ajudar no aquecimento da nossa economia, pois, com os direitos trabalhistas assegurados, especialmente no aspecto remuneratório, que será compatível com a atividade profissional exercida, possibilita a aquisição de bens de consumo”, rubrica José Almeida, advogado trabalhista e assessor jurídico da Fecomércio-PE. Segundo o jurista, quando se discute a possibilidade da terceirização na atividade-fim, cria-se uma “fantasia” de que haverá desemprego, precarização nas relações de trabalho



e deterioração do salário, o que não é verdadeiro. “Não existe essa possibilidade de flexibilização e diminuição dos custos de contratações, considerando que os trabalhadores terceirizados terão asseguradas as mesmas condições oferecidas aos empregados da empresa tomadora dos serviços, inclusive as conquistas obtidas nos instrumentos coletivos de trabalho”, esclarece. O relator do projeto, o deputado baiano Arthur Oliveira Maia, em entrevista, defendeu que era preciso permitir a terceirização para qualquer atividade, desde que a empresa contratada seja especializada na execução do serviço em questão. Por outro lado, Paulo Rocha, secretário geral da Central Única de Trabalhadores de Pernambuco (CUT-PE), afiança que a Lei da Terceirização é um retrocesso trabalhista. Segundo o sindicalista, a chance dos trabalhadores terceirizados sofrerem com salários baixos, excesso de trabalho e alta rotatividade é grande.

“Em pesquisas comprovadas, os terceirizados recebem 25% a menos que os trabalhadores contratados diretamente, trabalham três horas semanais a mais e ficam desempregados de forma mais rápida”, destaca Rocha. O sindicalista ainda põe na berlinda outros danos consequentes à aprovação da PL, como problemas com o FGTS e insegurança em relação aos empregos no País como um todo. “Se um vai ter lucro, o outro vai ter prejuízo. Uma empresa pagava R\$ 2 mil a um trabalhador contratado de forma direta. Com a terceirização ampliada, ele pagaria R\$ 1.500 à empresa contratada e ela, por sua vez, precisa lucrar, então vai pagar R\$ 1,3 mil ao trabalhador”, argumenta.

→ ENTREVISTA

José Pastore, professor de Relações do Trabalho da USP e presidente do Conselho de Emprego e Relação do Trabalho da Fecomércio - SP

→ COMO A TERCEIRIZAÇÃO PODE SER IMPORTANTE NESTE MOMENTO DE ECONOMIA FRAGILIZADA?

Um dos maiores problemas da economia brasileira é a sua falta de competitividade. Com exceção do setor agrícola e o financeiro (que são bastante produtivos), o restante produz com custos muito altos e qualidade muito baixa. Para sair disso é preciso melhorar muito a qualidade do ensino, modernizar as tecnologias e criar regras trabalhistas que deem liberdade para se contratar com segurança das formas mais eficientes. A terceirização é uma delas. Por meio desse expediente, as empresas participam das cadeias globais de valor e isso gera empregos e atende as necessidades dos trabalhadores.

→ QUAIS PRINCIPAIS MITOS QUE SÃO POSTOS DE FORMA NEGATIVA QUANDO O ASSUNTO É A TERCEIRIZAÇÃO?

Que a terceirização desemprega; que a terceirização necessariamente precariza; e que a terceirização cria informalidade.

→ NESTE MOMENTO DE CRISE, COM A TERCEIRIZAÇÃO, O MERCADO DE TRABALHO SE TORNARÁ MAIS FLEXÍVEL, DIMINUINDO OS CUSTOS DE CONTRATAÇÃO E ABRINDO ESPAÇO PARA UMA REDUÇÃO MAIS RÁPIDA DO DESEMPREGO?

A empresa que busca apenas uma redução de custos logo percebe que essa é uma má estratégia. A principal vantagem da terceirização é a de se contar com a participação de pessoas especializadas em tarefas que são feitas com mais qualidade do que seriam feitas pela contratante. Além disso, a terceirização permite utilizar o expertise da contratada apenas nos momentos de necessidade da contratante.

→ QUAIS OUTROS ASPECTOS POSITIVOS DA TERCEIRIZAÇÃO?

Com o avanço das tecnologias, a terceirização vai exigindo mais qualificação dos profissionais que prestam serviços. As empresas são induzidas a promover treinamento e aperfeiçoamento do seu quadro de pessoal. Com isso, os salários vão subin-

do e isso é bom para os trabalhadores.

→ **DE QUE FORMA A TERCEIRIZAÇÃO ESTENDIDA AO SERVIÇO PÚBLICO PODE SER NOCIVA?**

Só é nociva quando substitui o Estado de modo menos eficiente. No caso do Brasil, a ineficiência dos serviços públicos é notória. Será difícil encontrar quem consiga piorar. Mas, é claro, há limites. Será difícil justificar a terceirização do exército, da polícia e da diplomacia.

→ **NO ÂMBITO SINDICAL, O TRABALHADOR NÃO FICARÁ DESAMPARADO?**

Nada muda nesse campo. O trabalhador continuará com livre acesso aos sindicatos laborais.

→ **NÚMEROS E ESTIMATIVAS**

O Ministério do Trabalho não tem números oficiais de terceirizados no Brasil. De acordo com um estudo da CUT em parceria com o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), o total de trabalhadores terceirizados em 2013 no Brasil correspondia a 26,8% do mercado formal de trabalho, somando 12,7 milhões de assalariados. Os estados com maior proporção de terceirizados, ainda segundo a pesquisa, são São Paulo (30,5%), Ceará (29,7%), Rio de Janeiro (29,0%), Santa Catarina (28%) e Espírito Santo (27,1%), superior à média nacional de 26,8%.

Para o advogado José Almeida, é importante destacar que atualmente não existe segurança jurídica sobre os trabalhos terceirizados no Brasil. "Entendemos que o objetivo inicial é de regularizar a situação de 12 milhões de trabalhadores. Com as novas regras, existirá a representação sindical, exigências para criação de empresas prestadoras de serviços, principalmente que comprove a sua capacidade econômica para assumir os direitos trabalhistas e previdenciários dos trabalhadores", esclarece. Para o deputado federal e presidente do Sistema Fecomércio em Sergipe, Laércio Oliveira, o processo de terceirização é uma excelente ferramenta de gestão, uma vez que sua adoção em qualquer área do setor produtivo significa competitividade, produtividade e eficiência. "No atual momento da economia, onde "o despertar para novas práticas" pode significar a sobrevivência dos negócios, a terceirização certamente é um aliado indispensável", diagnostica. □

→ **O QUE É TERCEIRIZAÇÃO?**

Na terceirização, uma empresa prestadora de serviços é contratada por outra empresa para realizar serviços determinados e específicos. A prestadora de serviços emprega e remunera o trabalho realizado por seus funcionários, ou subcontrata outra empresa para realização desses serviços. Não há vínculo empregatício entre a empresa contratante e os trabalhadores ou sócios das prestadoras de serviços.

COMO É HOJE?

Atualmente, a Súmula 331 do Tribunal Superior do Trabalho (TST) determina que a terceirização no Brasil só deve ser dirigida a atividades-meio.

O QUE MUDA?

A proposta permite que qualquer atividade de uma empresa possa ser terceirizada, desde que a contratada esteja focada em uma atividade específica.

QUAL A POLÊMICA?

O PL 4.330/04 envolve quatro grandes polêmicas, que têm causado protestos das centrais sindicais: a abrangência das terceirizações tanto para as atividades-meio como atividades-fim; obrigações trabalhistas serem de responsabilidade somente da empresa terceirizada – a contratante tem apenas de fiscalizar; a representatividade sindical, que passa a ser do sindicato da empresa contratada e não da contratante; e a terceirização no serviço público. Já os empresários defendem que a nova lei vai aumentar a formalização e a criação de vagas de trabalho.



entrevista

POR EDUARDO SENA



MERCADO NÁUTICO

UM MAR DE OPORTUNIDADES

Navegador desde os 14 anos, o empresário Samuel Brito (42) entende de mar e marés como poucos. Seja no sentido literal ou de acordo com uma metáfora econômica. A propósito, se o assunto é o mercado náutico recifense, o proprietário da Setemares (revendedora dos barcos de luxo do estaleiro catariense Schaefer Yachts em Pernambuco e na Paraíba) navega a favor dos ventos e das correntezas em meio a um cenário que movimenta cerca de R\$ 30 milhões ao ano e cresceu 40% nos quatro primeiros meses de 2015 ante o mesmo período do ano passado. E há perspectiva para um crescimento maior, sobretudo numa perspectiva turística. Samuel falou à Informe Fecomércio.



Conte-nos uma curiosidade sobre o mercado náutico em Pernambuco.

É um mercado antigo, mas dominado sempre por embarcações pequenas devido aos trajetos dos passeios serem curtos. Só que o poder aquisitivo da população vem aumentando e consequentemente o tamanho do barco segue a mesma linha. Se antes o exibicionismo natural de quem estaria “melhor de vida” e queria demonstrar isso era através do carro, atualmente, essa performance se dá com embarcações. É um mercado de muitas vaidades em que o maior é o melhor.

Quanto é o investimento médio em barcos hoje?

Normalmente, o cliente quando não tem experiência em barco vai comprar um pequeno, em que se gasta em torno de R\$ 130 mil, o mais em conta. Aí depois evolui para um de R\$ 300 mil. O ticket médio seria esse por conta da grande quantidade de barcos pequenos. Mas aqui são vendidos barcos de R\$ 4 milhões ou mais.

Em média, quanto esse mercado movimentava anualmente aqui no Estado?

Tenho uma noção recente, que gira em torno de uns R\$ 20 a 30 milhões. Só que, eventualmente, acontecem picos que com a venda de três barcos chega-se a R\$ 15 milhões.

De janeiro a abril desse ano, fala-se no crescimento de 40% na venda de barcos ante o mesmo período do ano passado, a crise não afeta o setor?

Como vendo barcos mais caros, para mim, este início de ano está sendo muito bom, dentro desse crescimento. Mas sei que para barcos pequenos, que dependem muito de financiamento, a crise

tem atrapalhado um pouco. Nota-se que o dinheiro existe, mas o consumidor está um pouco mais receoso em adquirir os bens. Entretanto, nos barcos a partir de R\$ 300 mil não têm muita dificuldade, não. Porque é um cliente que já tem uma embarcação, já vem planejando uma troca e raramente depende de financiamento.

Com esse mercado aquecido, estima-se um grande movimento nas marinas. Elas atualmente suportam essa demanda?

Esse é o grande gargalo no Recife. No Brasil todo é um pouco complicado, mas aqui é especialmente pior porque não temos grandes marinas. Já deixei de vender barco porque o cliente não se dispôs

a pagar R\$ 200 mil em um vaga nas marinas, cuja fila de espera é de até três anos. Se os empresários que se dedicam a esse ramo construírem algumas marinas vão ganhar muito dinheiro. Há uma demanda muito grande, porque o pessoal não quer mais pegar um carro, ir para Maria Farinha e depois voltar dirigindo um carro. Ele quer sair do bairro que está e ir navegando.

Já existem projetos nessa perspectiva?

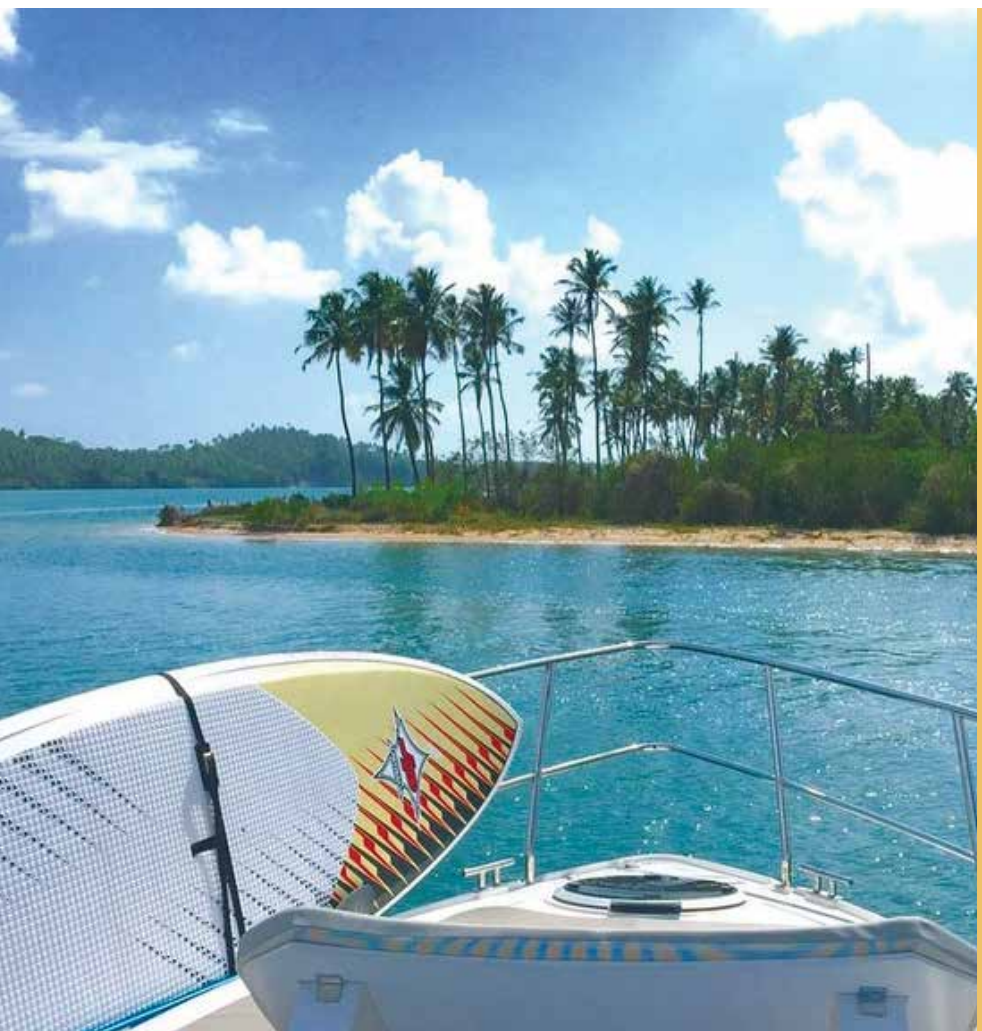
Sim, tem a marina lá do Porto Novo do Recife que foi liberada junto com o hotel, essa vai nos ajudar bastante. Inclusive porque é feita para barcos maiores, que há uma deficiência ainda maior.

E em uma projeção turística, o que a Cidade hoje não oferece, mas poderia oferecer?

Hoje, nós já vemos alguns empresários desbravando caminhos, fazendo passeios nos rios com os turistas passando por baixo da ponte, mas ainda é uma coisa incipiente que se restringe ao Recife. Se o turista for para o lado de Porto de Galinhas, salvo raríssimas exceções, não vai achar ninguém que vá promover algum passeio para a Ilha de Santo Aleixo, Carneiros... Um passeio náutico demora pelo menos um dia, ou seja, um dia mais de diária para o hotel, um dia a mais de restaurante, enfim, é dinheiro que entraria a mais na cidade.

Então ainda há muito potencial turístico?

Sem dúvidas! Recife tem uma vocação natural para a náutica, é banhada por rios e isso é pouquíssimo explorado. Temos um potencial muito grande para explorar como turismo, uma grande fonte de receitas que está adormecida.



SERTÃO EM ESPLENDOR AQUÁTICO

Margeada pelo Rio São Francisco, Petrolina tem na água doce mais do que paisagem, e sim um jeito de viver para si mesma



Velho Chico. Pode até parecer mais um clichê tratar com essa forma afetuosa o Rio São Francisco, mas não seria exagero. Ele é o coração de Petrolina e está tão relacionado ao cotidiano das pessoas, privilegiadas por tê-lo tão

perto, que é fácil perceber porque o trabalho e o lazer se misturam. Conhecer Petrolina é a oportunidade de entender um pouco e ser contagiado pela paixão que essas famosas águas despertam nas pessoas.

Conhecida como a Capital do Sertão e localizada a aproximadamente 730 quilômetros do Recife, Petrolina possui nas águas doces seu principal elemento, a matéria-prima que gera o turismo, a cultura, a agricultura, o negócio e o dia a dia da cidade. O Rio São Francisco é protagonista desse passeio repleto de sabores e belezas naturais.

Petrolina é um destino prático. Diariamente, três companhias aéreas fazem rota para a cidade e chegam ao aeroporto Senador Nilo Coelho, o qual opera 24h por dia. Por terra, em um raio de até 500 quilômetros, está próxima a Salvador e Aracaju. Ampliando para 750 quilômetros, é possível ir ou voltar de Maceió ou Teresina. Além disso, Petrolina é ligada a Juazeiro, na Bahia, pela ponte Presidente Dutra – travessia realizada diariamente pelos seus moradores. O mineiro Salém Batista, de 58 anos, está na região a trabalho e aproveita os cinco meses de hospedagem em Juazeiro para conhecer a cidade vizinha. Ele programa seus finais de semana para visitar os encantos

da capital do sertão pernambucano. “Gosto de pegar um ônibus e ir descobrindo os caminhos e as paisagens. É um lugar muito lindo e quero aproveitar essa minha estada aqui”, diz. Um dos atrativos visitados por Salém é a Ilha do Rodeadouro, que em período de alta chega a receber duas mil pessoas. É dividida em duas alas. Uma pertence a Pernambuco, com restaurantes mais amplos e música ao vivo, mas com área de banho mais limitada diante da correnteza. No lado baiano, mais palhoças e maior área de uso do espaço. Aqui, não importa em que cidade você está. A paisagem continua sendo a atração principal do passeio. A travessia é rápida, cerca de seis minutos, tranquila e com horários constantes, das 8h às 18h.

Já as vinícolas são o grande atrativo para turistas e formam a Rota do Vinho. As visitas podem ser agendadas por telefone ou integradas a outras programações, como os passeios de barco. As estradas que dão acesso a duas das principais vitivinícolas estão conservadas e possibilitam a fluidez e a tranquilidade do trânsito. Em Lagoa Grande, a 55 quilômetros de Petrolina, está Santa Maria, que já foi cenário para uma minissérie de televisão. Produz 16 variedades de uvas. Por mês, quase mil pessoas conhecem as fases de amadurecimento da uva, podendo experimentá-las ainda no pé, e visitam todas as etapas de preparo do vinho. Há, ainda, opção de passeio de barco com espumante à vontade. O roteiro encerra com a degustação na loja, cujos preços das bebidas são acessíveis e tentadores.

Com programação para o dia e para a noite, quem visita Petrolina pode incluir no roteiro experiências históricas, gastronômicas, religiosas, culturais e fluviais.

Veja alguns dos atrativos:



→ **NAS ÁGUAS**

Nos finais de semana e feriados, as ruas cedem espaço para a navegabilidade. Na orla, as águas ganham práticas esportivas, como o *stand up paddle* e passeios de motos aquáticas. Esta, inclusive, é a única atividade de lazer do empresário Jefte Caldas, de 31 anos. Todos os sábados e domingos ele se junta à esposa e mais um casal para se aventurar pelo rio. “Chegamos a passar quatro horas nas águas. É meu maior prazer”, conta. Para quem prefere ir além, há disponibilidade de passeios mais longos. O Balneario de Pedrinhas, a 30 quilômetros do Centro de Petrolina, é uma dessas opções, com águas calmas e peixe como principal prato do lugar.



→ **BODÓDROMO**

Degustar nesse complexo gastronômico é obrigação de todo turista. O local reúne pouco mais de dez restaurantes, que funcionam do almoço ao jantar. Contraditoriamente, o bode não é o prato predileto de quem frequenta o local. A carne, por ser mais dura e com sabor forte, foi perdendo espaço para o carneiro, considerado mais macio e saboroso, bem aceito nas mesas. Aos domingos e quartas à noite a refeição pode ser acompanhada de um legítimo forró Pé-de-Serra.

➔ MUSEU DO SERTÃO

Fundado em outubro de 1973 e abrigando mais de três mil peças, o espaço leva o visitante a uma vivência sertaneja. Através de cinco galerias, que retratam aspectos da natureza, a tradicional residência do morador local, artesanato, costumes indígenas, política e religiosidade, o visitante pode conhecer ou reviver a história da região semiárida de Pernambuco. “Recebemos uma média de 1,5 mil pessoas por mês, que podem conhecer um pouco mais de nossa história”, defende a gerente do espaço, Kátia Carvalho.

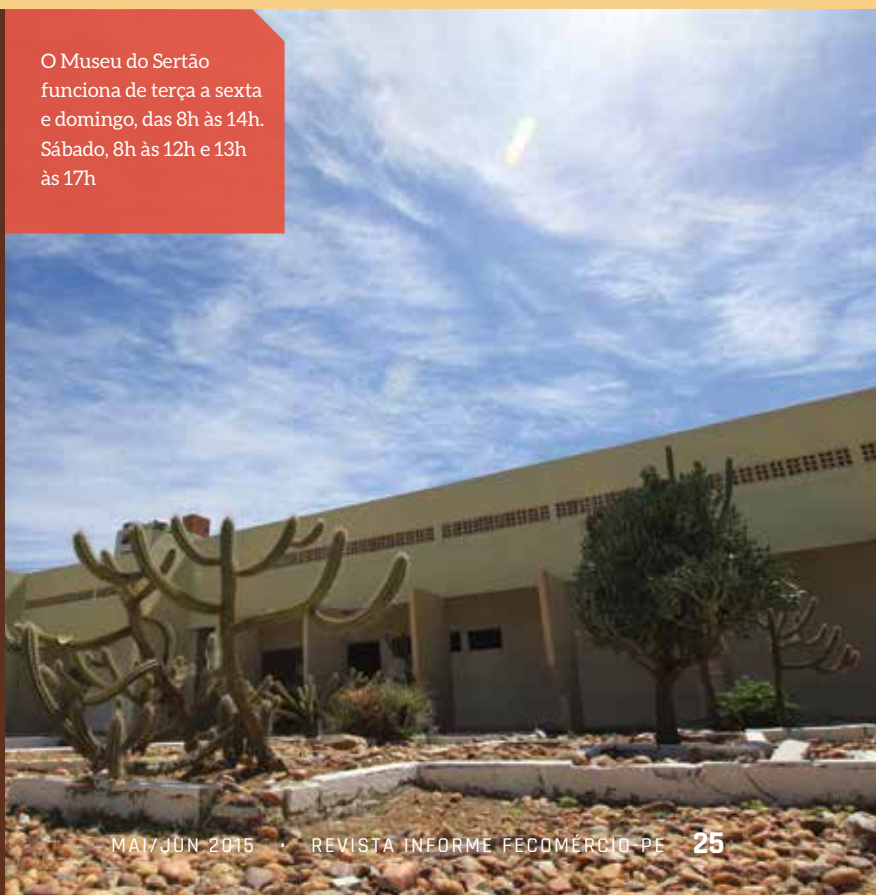


“
Um pouco da história de
Petrolina é representada aqui”

Kátia Carvalho



O Museu do Sertão
funciona de terça a sexta
e domingo, das 8h às 14h.
Sábado, 8h às 12h e 13h
às 17h





→ ORLA

É no nascer da lua que a orla ganha mais vida. Além de praça para eventos, banco 24h e uma estação de bicicletas, há jogos de capoeira, pedaladas, corridas, *slackline* ou um simples passeio. Há, ainda, uma diversificada rede de bares, restaurantes e barracas que compõem uma opção de jantar diversificada. Petiscaria, tapiocaria, pizzaria, restaurantes e bares atraem também moradores de Juazeiro.



→ CATEDRAL

No Centro da cidade, vale a pena ir à Igreja Sagrado Coração de Jesus, inaugurada pelo Bispo Dom Malan, que nomeia a praça e homenageia a maior referência histórica de Prolina. Inaugurada em 1929, a Catedral, erguida em formato de cruz, pode ser considerada o marco do crescimento e do desenvolvimento da cidade. Foi no entorno dela que equipamentos, como a Prefeitura e o colégio Dom Bosco, foram sendo construídos. A praça, um dos maiores cartões-postais, também recebe eventos abertos ao público.



→ VAPOR DO VINHO

O pacote completo do passeio inclui ida à fazenda Fortaleza e à Vinícola Ouro Verde. O ponto alto é a chegada e saída da Barragem de Sobradinho, na Bahia. O volume de água surpreende e gera um inevitável frio na barriga quando o barco entra em um dos canais para a eclusagem. A viagem segue pelo rio durante aproximadamente quatro horas, incluindo parada para banho na Ilha do Maroto. Do barco, no qual é servido o almoço com música ao vivo, o rio ultrapassa o limite alcançável pela visão, mas também já dá lugar a terras secas, pedras, bancos de areia e pequenos canais de correnteza gerados pela diminuição gradativa da água.



→ TURISMO É NEGÓCIO

Petrolina caminha na contramão de outros destinos turísticos. Os períodos de alta temporada dela são aqueles que acompanham o ritmo de trabalho, e não os disputados meses de férias, como janeiro e julho. São visitantes que reconhecem o potencial econômico da região, especialmente as vinícolas e fazendas - referências locais, nacionais e internacionais para o mercado de bebida e a agricultura. Só em 2014, o volume de alimentos produzido nos perímetros de Petrolina aumentou 23,2%, se comparado ao ano anterior, de acordo com dados da Unidade de Apoio à Produção da Gerência Regional de Irrigação da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf). Uva e manga lideram a exportação. "O turismo é quem pode nos dar sustentabilidade. Quanto mais gente atraímos, mais geramos oportunidade de negócios", avalia o presidente do Sindilojas de Petrolina, Joaquim de Castro. De acordo com levantamento do órgão, pelo menos quatro mil pessoas vão à cidade todos os dias para utilizar a rede de saúde, de bancos ou de lojas.

A rede hoteleira registra taxa de ocupação média de 70%. O Quality Hotel Petrolina, inaugurado em 2013, tem o pico de hospedagem durante a semana com 80%. Apesar de atuar também com suítes no *pool hoteleiro*, é o tíquete da hospedagem dos turistas que sustenta a operação. "Procuramos estreitar relacionamento com todo o trade porque temos o mesmo objetivo, que é mostrar ao mundo o diamante que temos aqui na cidade", afirma o gerente geral do empreendimento, Roberto Inglês.

Uma dessas parcerias é com o Senac, que está em



“
Nosso objetivo é contribuir para a formação dos profissionais e elevar a qualificação do mercado. Iniciamos um trabalho de relacionamento com empresários locais”

Erismar Siqueira



Petrolina há 21 anos e há dois inaugurou o Centro de Enogastronomia. Marília Clara, com 20 anos, já foi efetivada pelo hotel, após cursar Técnico Administrativo na instituição e cumprir o período de estágio no Programa Jovem Aprendiz. "Foi um ensino muito importante porque os professores têm muito conhecimento e me deram oportunidade de crescimento", relata.

Diante desse volume e potencial, a mão de obra precisa acompanhar os níveis de exigências dos turistas, que vão a negócios ou diversão. "Nosso objetivo é contribuir para a formação dos profissionais e elevar a qualificação do mercado", afirma a gerente do Centro de Enogastronomia do Senac de Petrolina, Erismar Siqueira. O Centro de Enogastronomia foi desenvolvido para fomentar esse diferencial. Oferece, entre outros, cursos de auxiliar de cozinha, confeitaria e sommelier. "Iniciamos um trabalho de relacionamento com os empresários locais, visitamos empresas e percebemos que temos muito a contribuir", afirma. Até o final do ano, mais especialidades vão se somar ao leque de aperfeiçoamentos já oferecidos. "Vamos ensinar culinária especial, italiana, regional,

chinesa e natalina", adianta. Uma parceria entre o Senac e o Sebrae dará andamento ao Pro-turismo. O projeto prevê rodadas de ações com os equipamentos turísticos, por meio de mapeamento e padronização de processos que melhorem os processos dos equipamentos. "Nós buscamos trabalhar integrando gestão, tecnologia e comercialização do serviço, somando esforços públicos e privados para otimizar tempo e recurso para potencializar nosso destino", opina o gerente regional do Sebrae, Sebastião Gomes. Essa visão é partilhada pela gerente do Petrolina Palace

COMO CHEGAR

De avião:
Diariamente, há voos com duração média de 1h, da Avianca, Gol e Azul.

De ônibus:
Do Terminal Integrado de Passageiros do Recife, a Progresso realiza o trajeto até Petrolina acima de R\$ 130 e duração aproximada de 11h.

De carro:
Saindo do Recife pela BR-232, em média 9h de viagem.

ONDE SE HOSPEDAR

Petrolina possui aproximadamente 30 equipamentos de hospedagem. Entre as opções na orla, existem o Quality Hotel Petrolina e o Petrolina Palace Hotel, com acomodações a partir de R\$ 160,00. Já no centro, as alternativas são o Reis Palace Hotel e Íbis Petrolina, com diárias a partir de R\$ 140.

Outras informações:
www.cadastur.turismo.gov.br

Hotel, Glauciane Ferreira. O hotel, com 26 anos, projeta manter em 70% a taxa de ocupação para este ano. Entre os visitantes, profissionais a trabalho, estudantes de universidades, concurseiros e até moradores temporários. Por mês, são aproximadamente 40 eventos nas cinco salas para atividades corporativas. 



O curso de Confeitaria Temática é uma das opções oferecidas pelo Centro de Enogastronomia do Senac, em Petrolina



artigo

POR CLÁUDIO MARINHO



INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

Uma das tarefas mais importantes que considero ao tratar da questão da inovação com empresas ou organizações do setor público é a da criação de *habitats de inovação* estimuladores do *empreendedorismo de base tecnológica*.

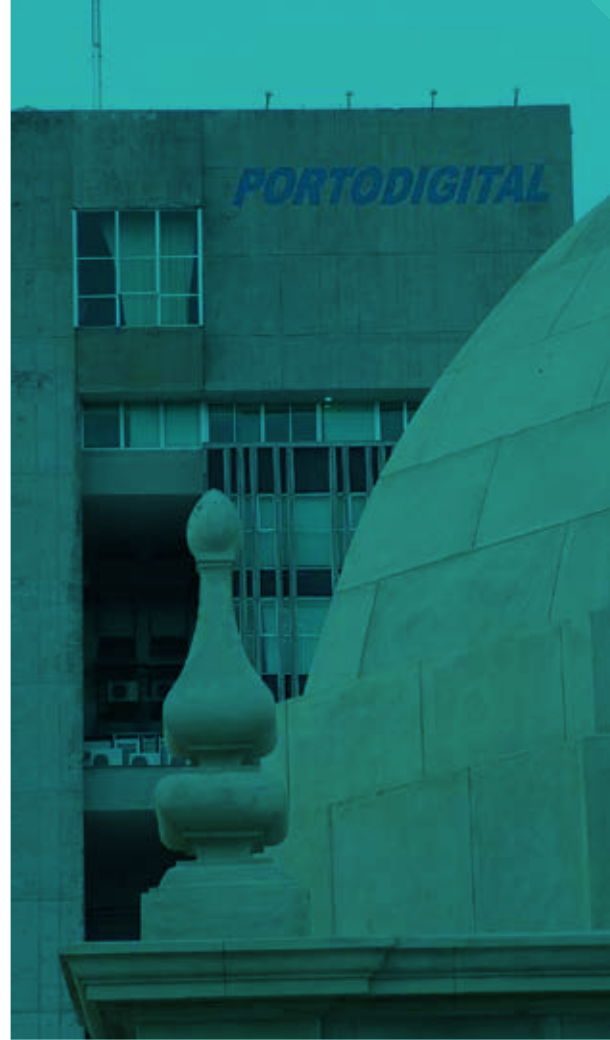
Cada uma dessas palavrinhas tem um peso. Parto da minha experiência - como coordenador de estratégia pública do Governo de Pernambuco na criação do *Porto Digital*, o melhor parque tecnológico urbano de empreendimentos de tecnologia da informação e da economia criativa do país

-, ao tratar desse assunto. No bairro histórico do Recife Antigo, o parque reúne 250 empresas intensivas em tecnologia que empregam mais de 7.000 jovens empreendedores. Hoje, TODO mundo já fala que a inovação é palavra de ordem para a competitividade da indústria brasileira (e de outros setores). Além disso, TODO mundo repete (finalmente!) que inovação não é só de produto, também é de processo. ALGUNS até já falam da inovação organizacional (importante inovação de processo, de modelos de negócio). Mas POUCOS sabem como apoiar efetivamente as empresas em iniciativas de inovação.

O *Porto Digital* conseguiu articular elementos virtuosos de um habitat de inovação para estimular a criatividade dos jovens empreendedores da economia digital. A minha ênfase especial neste artigo vai para a INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL.

Quando desenhamos o modelo de política público-privada para atrair empresas pro Bairro do Recife, visualizamos a necessidade de tratar de três elementos: o TERRITÓRIO (uma área central histórica e degradada, que poderia ser revitalizada, criando um lugar charmoso para atrair talentos), INSTITUIÇÕES (instrumentos regulatórios formais e um ambiente informal que estimula a inovação) e

Hoje, poucos sabem como apoiar efetivamente as empresas em iniciativas de inovação



uma ORGANIZAÇÃO capaz de operar coletivamente a governança público-privada do lugar.

Essa organização, o Núcleo de Gestão do Porto Digital, uma OS (organização social), é uma das principais razões do sucesso da iniciativa. Ela em si é uma inovação organizacional, entidade cujo conselho administrativo de 19 membros é composto pelos principais stakeholders da iniciativa e onde o poder público é MINORITÁRIO (só pode ocupar até 40% dos assentos). Com isso, a organização fica blindada às ingerências da má política nas transições de governos e o projeto já vai completar 15 anos com o apoio de todos.

Cláudio Marinho,
consultor de cenários e gestão estratégica da Porto Marinho Ltda

SUPERE AS BARREIRAS MAIS DIFÍCEIS PARA UMA EMPRESA: AS DA SUA MENTE.

Empretec é um curso desenvolvido pela ONU que testa e potencializa o seu comportamento empreendedor. São seis dias de treinamento intensivo onde você encara seus medos, acorda para oportunidades, enfrenta limitações e fortalece suas habilidades. Ninguém sai ileso de um Empretec. Nem você, nem a sua empresa.

EMPRETEC. PREPARE-SE PARA OS DESAFIOS DO MERCADO.

Inscrições:
0800 570 0800
www.pe.sebrae.com.br
empretec.sebrae.com.br



empretec



TAMANHO GG

Mercado *plus size* apresenta demanda reprimida e configura-se como oportunidade de negócios

POR AMANDA MEIRA

Pesquisa do Ministério da Saúde revela que 51% da população brasileira está acima do peso. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2020, o número de obesos deve chegar a 30% de toda a população brasileira, o que significa mais de 55 milhões de pessoas. Um movimento oposto à realidade do mercado de vestuário voltado para esse público.

Entre essa parcela está Taís Machado, manequim 46 e sócia da Opulência, loja recifense voltada para o público feminino com tamanhos acima do 44. Os pais, sócios do empreendimento, também são gordinhos. A abertura do negócio surgiu devido à carência por opções de peças. “Era frustrante. Quando eu entrava nas lojas, os vendedores já me abordavam avisando que não tinham meu tamanho. Quando tinha, não eram

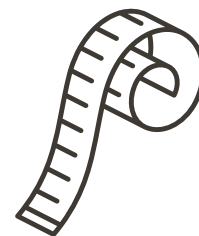
roupas jovens, não seguiam as tendências da moda”, lembra Taís. Ela, que já comandou um blog de moda e entende bem as tendências, desejava roupas com estilo em tamanhos grandes. Como não encontrava, tratou de atender sua demanda pessoal e de tantos outros manequins extragrandes que integram a taxa do Ministério da Saúde. Foi quando abriu, no ano passado, a Opulência. De início uma abertura tímida, apenas com atendimentos pré-agendados, mas que cresceu e, em menos de um ano, mudou-se para um novo endereço, pensado para atender seu público da melhor forma. “O público *plus size* exige mais atenção. Muitos chegam com a autoestima baixa, o que demanda um cuidado maior no trato e na hora de ajudar a escolher as peças”, explica a empresária.

A blogueira Dani Oliveira, autora da página virtual *Eu não sou mode-*





Sócias da Opulência, Taís e Rita de Cássia atendem a demanda de quem busca roupas com estilo e em tamanhos maiores



lo, também sabe bem o que é ter um mercado que não atende a procura dos gordinhos. Por dar muitas dicas de moda em seu blog, conhece bem as lojas de departamento, suas linhas especiais e pontos que ficam a desejar. “Ainda há muito a ser feito. Eles disponibilizam uma grade de roupas muito pequena. Não temos uma continuidade das coleções principais, mas um número restrito de peças, normalmente sérias, que não são o que procuramos”, declara.

Uma marca que compreendeu bem as chances de crescimento do mercado para gordinhos foi a Eveíza, a qual atua no varejo há 37 anos. Desde 1990, passou a desenvolver roupa a partir do manequim 44, depois de um pedido de uma cliente. “Atendíamos à Bahia.



“
Observamos
um aumento
de oferta para
o público
plus size no
Agreste, mas a
procura ainda
está longe de
ser atendida”

Fredi Maia

Um dia, recebemos encomenda de bermudas maiores, porque as consumidoras de lá não eram atendidas com nossos tamanhos menores. A partir dessas primeiras peças, as demandas foram tantas que nos adaptamos à realidade do mercado. Hoje, só trabalhamos para esse segmento”, conta Eveline Albuquerque, sócia da Eveíza.

De Fortaleza e com oito unidades no Brasil, uma delas no Recife, a loja chegou à capital pernambucana como mais uma opção para o público que ainda sofre diante da pouca oferta. Para acompanhar a velocidade da moda, desenvolvem duas coleções no ano e abastecem as araras com minicoleções toda semana.

Apesar dessas opções, o mercado ainda deixa a desejar. Rita de Cássia Barros, também sócia da loja Opulência, destaca que, mesmo querendo atender, esbarra na escassez de fornecedores. “Só conseguimos identificar no País um fornecedor de lingerie com a padroniza-

ção do nosso público”, lamenta a empresária.

Essa também é uma realidade na produção local. Para Fredi Maia, diretor de gestão do Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confeções em Pernambuco, a procura ainda está longe de ser atendida. “Observamos um aumento de oferta para o público *plus size* no Agreste, tanto no Moda Center como nos pátios das feiras. Agora, é comum encontrar manequins maiores. Atualmente, produzimos 700 milhões de peças no estado, mas apenas 112 milhões são voltadas para o público. É inclusive uma grande oportunidade para investimento e expansão”, declara Fredi Maia. □

Autora do blog *Eu não sou modelo*, Dani Oliveira dá dicas para manequins acima de 44



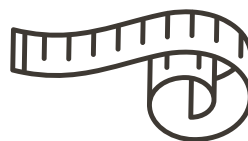
➔ ALÉM DO PESO

As questões em torno da obesidade ultrapassam as barreiras mercadológicas e entram na seara social. Vivemos em uma sociedade de culto ao corpo e à beleza, na qual quem estiver fora do padrão estético precisa ter uma boa estrutura emocional para não se abalar com os fatores externos.

O índice de obesos tem crescido de maneira inversamente proporcional ao indicado do surgimento de lojas que atendem esse público. “Se eu estou fora do padrão estabelecido, eu estou à margem. Assim, sentirei o preconceito. Apesar de sermos sujeitos singulares, sofremos muito com as pressões sociais. A condição egóica é que vai determinar nosso comportamento”, declara a professora do curso de psicologia da Uninassau, Patrícia Amazonas.

Dani Oliveira sabe bem como é difícil viver em uma sociedade com paradigmas pré-estabelecidos. “Já fui desprezada em lojas. Hoje, que uso 46, não sofro tanto, mas antes, quando meu manequim era 52, tinha uma sensação terrível ao entrar nos estabelecimentos. Só era bem-atendida em uma loja específica. É uma questão que vai além do caber, é o tratar bem”, desabafa Dani. Sentir-se bem com o seu corpo é uma batalha constante na vida de quem está acima do peso. “Entrar naquela loja específica para os gordinhos é afirmar que você é gordo, e nem todos estão preparados emocionalmente para aceitar que não se enquadram na estética socialmente estabelecida”, conclui Amazonas.

A dificuldade de aceitação gera impacto na vida pessoal dos obesos, mas é preciso ter amor próprio e se aceitar. Dessa forma, a sociedade passará a desconstruir os padrões e compreender que existem várias formas e tamanhos que precisam ser inseridos e atendidos pelo mercado.



PROFISSÃO

BRINCANDO NAS FÉRIAS

As cidades do Recife, Arcoverde, Caruaru, Petrolina, Bodocó e Surubim recebem nova edição do projeto Brincando nas Férias em julho. A iniciativa, que acontece no período do recesso escolar, oferece opção de entretenimento para crianças a partir dos 4 anos de idade e adolescentes até os 15 anos. São atividades esportivas, gincanas, banho de piscina, jogos, oficinas, passeios e sessão de cinema. Esse ano, o Sesc Arcoverde traz como novidade a colônia de Férias para a Terceira Idade. Os dias e horários variam de acordo com a unidade.

QUE SEJA DOCE

A Chef de cozinha do Senac, Tânia Bastos, foi a vencedora do reality show "Que Seja Doce", o qual estreou no canal GNT no dia 11 de maio. No episódio que garantiu sua vitória, ela preparou uma receita de bolinho de rolo – uma de suas especialidades, servido com paçoca de Castanha-do-Pará, produzida com rapadura aerada e calda de mel licoroso de jabuticaba. Tânia Bastos levou para casa o troféu de "Confeiteira mais doce" e teve sua receita especial publicada no Livro dos Campeões, que contém as receitas dos vencedores do programa.



SENAC NO MUNDO

Após vencer a versão nacional da Olimpíada do Conhecimento realizada no dia 05 de maio, Aldair Santos, aluno do Senac considerado o melhor estudante de cabeleireiro do Brasil, irá representar o país na versão mundial da Olimpíada – conhecida como WorldSkills – que acontece pela primeira vez na América do Sul. Aldair venceu as três etapas do evento e segue para o mundial em agosto, no Parque Anhembi, em São Paulo.



Mercado "Cãopeão"



No Brasil, mercado de serviços e produtos para animais de estimação apresentou crescimento de 8% em 2014

POR ERICKA FARIAS

Decoração caprichada com personagens e tons de azul. Uma mesa com um bolo no centro e rodeada dos mais variados quitutes demonstravam fartura para os convidados. O aniversariante recebe todos com empolgação. Um animador é o responsável por manter a alegria da festa e entreter a todos. A descrição poderia ser da comemoração de um aniversário infantil, mas na verdade é o relato da festa de quatro anos de Bob, um cãozinho da raça *Shih Tzu*. O serviço é uma das novidades oferecidas pelo mercado voltado para animais de estimação em Pernambuco. Apesar da crise mundial, o setor ostentou crescimento de 8% no Brasil em 2014. Neste ano, os investimentos continuam acelerados, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet). Apesar de ser a sétima economia do mundo, o Brasil ocupa a segunda posição quando o assunto é mercado pet global. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o cachorro já está presente em 44,3% dos lares do país. A população total de caninos foi estimada em 52,2 milhões, com média de 1,8 por domicílio. Já os gatos são 22 milhões em todo o território nacional. Esses dados comprovam que a quantidade de animais de estimação já ultrapassou a de

Marília Moraes, dona do Xodó 4 Patas, viu no cuidado com os pets uma oportunidade de negócio





crianças com até 14 anos, que em 2013, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), era de 44,9 milhões.

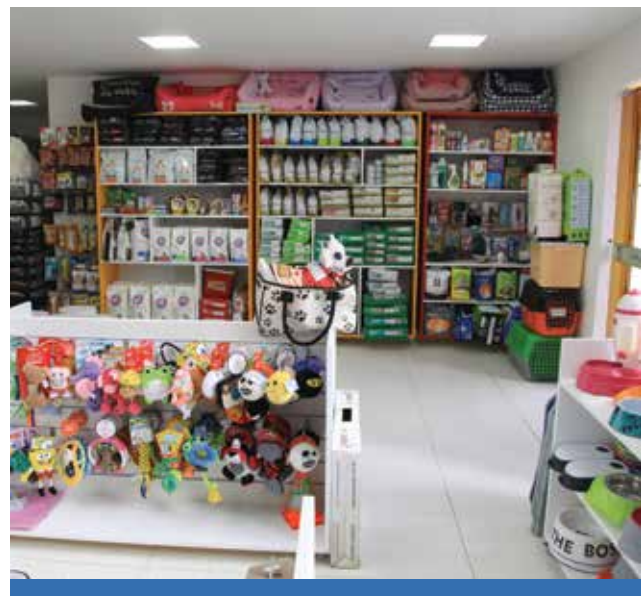
A festa de aniversário para animais de estimação é um dos serviços considerados como novidade e uma prova de que a paixão pelos pets só cresce. “Gastamos cerca de R\$ 2.000,00 em um evento para aproximadamente 12 convidados. Foi tudo muito caprichado e o Bob ficou muito feliz. Não me arrependo e com certeza faria novamente”, afirma a bibliotecária Luciana Castro. O evento contou com bufê para humanos e animais.

“Muitas pessoas, assim como eu, não têm a intenção de gerar filhos. Todo o cuidado e atenção acabam se voltando para os pets. Já há alguns anos, o modo de criar animais domésticos mudou bastante. Antes eram apenas cães e gatos. Hoje, passaram a ser membros da família”, explica Marília Moraes, dona do pet shop *Xodó 4 Patas*. O estabelecimento foi inaugurado

“
Sempre
reclamei
dos serviços
prestados por
lojas do ramo.
Prezo pelo
atendimento
diferenciado
e por serviços
inovadores”

Marília Moraes

em dezembro de 2014 e motivado por um antigo desejo de Marília, que é publicitária por formação, por um serviço diferenciado. “Sempre reclamei dos serviços prestados por lojas do ramo. O tratamento com o dono era indiferente e os bichinhos já entravam tremendo no local. Prezo pelo atendimento diferenciado e pelo oferecimento de serviços inovadores”, destaca. A insatisfação fez com que a empresária começasse a estudar e des-



bravar o mercado. Após encontrar números animadores, foi a hora de tirar os planos do papel. “Oferecemos desde os básicos, como banho, tosa e venda de acessórios, até serviços de *spa*”, ressalta. O banho de ofurô é um dos destaques. Em um espaço todo preparado para desestressar, as essências são indicadas de acordo com o objetivo. “A de maracujá é relaxante enquanto a de açaí com cupuaçu é energizante”, esclarece a dona do *Xodó 4 Patas*. O mimo custa R\$ 70,00, enquanto um banho simples custa a partir de R\$ 25,00.



Um dos serviços mais procurados é o de creche. Um espaço com areia, gramado artificial e muitos brinquedos recebem animais para um dia de brincadeiras. “Um monitor anima a todos. Muitos tutores precisam sair para trabalhar e optam por deixarem os animais aqui para que não fiquem sozinhos”, ressalta. A diária custa R\$ 45, mas pacotes promocionais são feitos para os clientes que usam o serviço muitas vezes por semana. Para serem aceitos, os cães precisam estar com as vacinas e vermifugação em dia.

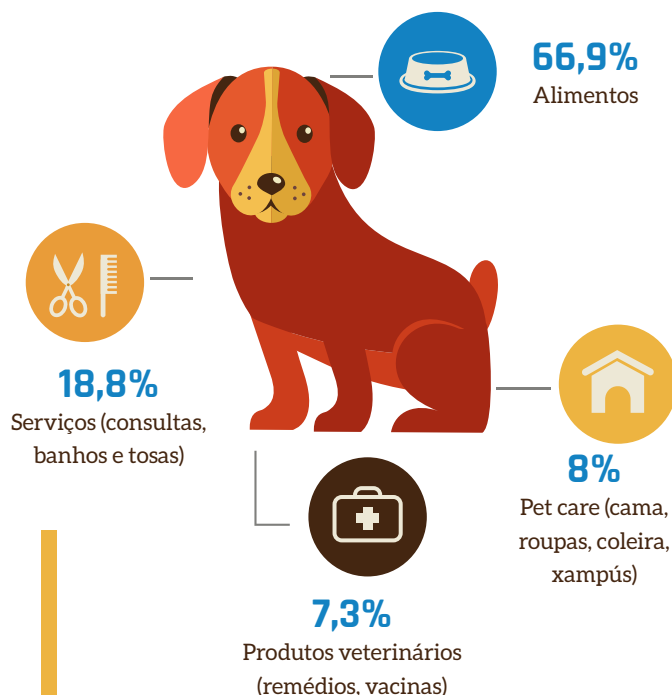
A cartela de clientes do *pet shop* é bastante variada, mas três tipos de públicos se destacam. “Casais de idosos, de homossexuais e recém-casados são bastante numerosos. Percebo que 85% das pessoas que frequentam a loja tratam os animais como filhos”, destaca Marília. O gasto médio mensal com cada pet é de cerca de R\$ 350.

A funcionária pública Aurora Capela é cliente assídua do *pet shop*. Tutora do cão Tyson, da raça *Shih Tzu*, ela costuma utilizar vários serviços oferecidos. “Ele toma banho toda semana e costuma ficar na creche. Cães são animais sociáveis e precisam se relacionar com outros”, ressalta. Tyson também realiza procedimentos de estética. “Hidratação é essencial para manter o pelo saudável, assim como o uso do tonalizante deixa a cor dos fios mais uniforme e sem manchas. A tosa para diminuir o volume mantém a elegância sem alterar o comprimento”, explica a tutora. 

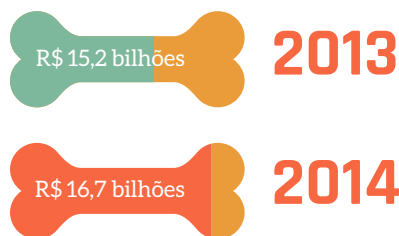


Universo Pet

Em média, o gasto total dos brasileiros com os seus bichos de estimação é distribuído da seguinte forma:



Gastos anuais:



Dados da Abinpet
(Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação)



A funcionária pública Aurora Capela leva o seu cão toda semana para o banho e costuma deixá-lo na creche

População de animais domésticos no Brasil



52,2 milhões



22 milhões

44,9 milhões

de crianças até 14 anos



Dados do IBGE
(Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)



CUIDADOS ESSENCIAIS

Apesar de muita coisa parecer futilidade, alguns cuidados são essenciais para a saúde e bem-estar dos bichinhos. “O banho deve ser semanal ou quinzenal, variando de acordo com a raça do animal. No caso dos gatos, deve ser mensal”, informa a professora de Medicina Veterinária na Uninassau, Elayne Cristine da Silva. A alimentação deve ter como base uma ração de qualidade e visitas ao veterinário devem ser regulares. “Um *check-up* é indicado a cada seis meses. Nos animais idosos elas devem ser mensais ou toda vez que o bichinho apresentar algum problema”, ressalta. Até mesmo roupinhas e sapatinhos possuem utilidade e não servem apenas para alimentar a vaidade dos tutores. “Algumas raças não possuem muito pelo e sentem muito frio em ambientes com ar-condicionado ou durante o inverno, sendo necessário o uso de algo para esquentar. Os calçados protegem contra vermes, pulgas e carrapatos, uma vez que evitam o contato das patas com o chão”, destaca a veterinária. Além do banho, algumas raças precisam de cuidado com a pelagem. “Hidratações são importantes para manter o pelo saudável. Fios muito secos podem resultar em nós, que são incômodos e podem machucar o animal”, explica Elayne Cristine, completando que é essencial secar bem o bichinho após o banho, pois o acúmulo de umidade pode estimular a proliferação de fungos.

Um cuidado que muitos tutores esquecem é com a saúde bucal. “Cachorros precisam, sim, escovar os dentes com creme dental especial para eles”, lembra a veterinária. O tártaro pode causar doenças graves e até fazer com que o animal perca dentes. “Uma limpeza especial deve ser feita no consultório, anualmente, como forma de prevenção de problemas periodontais”, ratifica.





desbrave

POR ANA LUIZA SOUZA

TURISMO SEM ALFÂNDEGA

Cresce o número de brasileiros que preferem viajar pelo próprio país

Aos 57 anos, a professora Maria Sena intensificou o seu espírito viajante após a aposentadoria. Sempre gostou de conhecer novos lugares, mas a partir de 2011 não precisava ter necessariamente que fazer planos para pegar a estrada. Tinha apenas que existir o desejo. Acompanhada pelo marido, Josias Sena, Maria costuma viajar de carro pelo território nacional. Já esteve em Taquaritinga, Sergipe, Alagoas e Petrolina. “Eu e meu marido gostamos muito de viajar, ele faz questão de conhecer nosso país”, conta. A caminhonete dos Sena tem muita história para contar de tantos kms percorridos. “Um dia estávamos no nosso sítio em Serra Negra, Bezerros, quando decidimos ir para Belém do Pará. Quando mandei mensagem para meu filho avisando, ele me ligou





sem acreditar”, relata rindo.

Quem nunca ouviu alguém dizendo que antes de conhecer outros países é preciso viajar pelo seu? É exatamente isso que está acontecendo no cenário turístico. Apesar dos brasileiros terem realizado mais viagens internacionais nos últimos anos, é o Brasil que vem se destacando nos roteiros. Segundo pesquisa feita pelo Ministério do Turismo, os destinos nacionais estão no topo da lista de 73% dos que pretendem viajar nos próximos seis meses. Os dados da Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem ainda revelam que 45% dos lugares escolhidos estão no Nordeste. De acordo com o estudo, Recife é um dos destinos mais procurados pelos turistas brasileiros. O levantamento entrevistou pessoas nas sete capitais brasileiras responsáveis por 70% do tráfego aéreo: Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Segundo representantes do setor, o mercado interno é a principal alavanca para o turismo no Brasil, que neste ano teve os números impulsionados pela visibilidade das cidades durante a Copa do Mundo, a valorização do dólar e os feriados prolongados.

Segundo o Ministério de Turismo, 73% das pessoas que pretendem viajar escolhem os destinos nacionais e 45% dos lugares escolhidos estão no Nordeste do Brasil



Para explorar várias cidades, a aposentada Maria Sena gosta de fazer suas viagens de carro

A pesquisa de Sondagem do Consumidor também mostrou que mais de 62 milhões de turistas realizaram 206 milhões de viagens no ano passado pelo Brasil. Para este ano, as estimativas são que, só com os feriados prolongados, o impacto global na indústria brasileira de viagens e turismo chegará a R\$ 18,66 bilhões com a realização de 10,9 milhões de viagens domésticas extras.

Para a Coordenadora de Turismo Social do SESC Pernambuco, Camila Vila Nova, os resultados da pesquisa não é uma surpresa. “Recebemos procura por nossos pacotes durante todo o ano. Todos com 100% de ocupação. Em 2015, houve um maior contato por conta do aumento significativo das datas comemorativas e feriados prolongados”, pontua. Vila Nova também destacou que o período carnavalesco e junino são os que exigem roteiros mais diversos pelo Estado. “Nessas ocasiões oferecemos viagens para cidades como Pesqueira, Caruaru, Petrolina e Triunfo”, ressalta.

A atividade de Turismo Social do SESC possui

destinos variados, do Sertão ao Litoral do Estado e de Norte a Sul do País, oferecidos através das oito Agências. Em Pernambuco, existem unidades executivas, na Capital – nos bairros de Piedade, Santo Amaro, Casa Amarela e Goiana – e Interior – nas cidades de Petrolina, Arcoverde, Garanhuns e Caruaru. “Temos o objetivo de que os excursionistas conheçam a cultura local, manifestações artísticas, economias criativas e regiões sustentáveis, pois acreditamos que visitando e reconhecendo seu estado a cidadania floresce, com a troca de experiências entre a comunidade receptora e os turistas”, rubrica Vila Nova.

A entidade ainda realiza o receptivo de grupos de outras Regiões, o que cria movimentação na rede própria de hotéis e na cadeia produtiva das Regiões do Litoral, Agreste e Sertão. “As excursões do SESC vão além dos famosos pontos turísticos e promovem diferentes visões do Brasil, relacionadas à cultura e história de cada região. Nos roteiros estão: praias, estâncias ecológicas, grandes centros urbanos, cidades históricas e festas populares”, explica a coordenadora. Aposentado da marinha, o militar Valderes Vanderlei, de 66 anos, integrou o SESC Piedade através do grupo da terceira idade. Das reuniões aos passeios turísticos foi um pulo. “Desde 2006 estou viajando com o SESC. Os passeios são muito bons”, diz. Valderes ainda explica que

geralmente viaja com a esposa e o destino a ser seguido varia muito dos lugares que quer conhecer ou refazer o passeio. “Algumas vezes nós revolvemos viajar para visitar cidades novas e outras só queremos repetir um passeio que adoramos. Já conheço o Brasil quase todo. Só falta o Maranhão e Piauí. Mas nossos planos é Garanhuns em julho”.

➔ PÉ NA ESTRADA

O investimento das viagens programadas pelo SESC atrai muitos olhares. Nelas estão incluídos os serviços hospedagem e transporte, variando de passeios com valores de R\$ 120 a R\$ 900, na alta estação. Para outros Estados, os preços variam de R\$ 375 a R\$ 2.800 para o Rio de Janeiro, Gramado, Paraná e Belém. Segundo dados do SESC, em Pernambuco, os destinos mais procurados para turismo são as cidades de Garanhuns e Triunfo. “Em 2014 realizamos 14 excursões para os municípios. A liderança na demanda se deve à existência dos ‘Centros de Turismo e Lazer’,

onde os excursionistas utilizam as excelentes instalações e programações voltadas para todas as idades”, relata Camila Vila Nova. O pacote oferecido pelo SESC inclui os serviços de alimentação, hospedagem, transportes aéreo ou rodoviário, guia de turismo acompanhante e local, seguro viagem e acesso aos parques, museus e festas no destino final do passeio ou viagem. A coordenadora do SESC, Camila Vila Nova, aponta que as excursões para Garanhuns e Triunfo são as mais procuradas pelos turistas pernambucanos e, por causa disso, a instituição criou novas programações. “É grande a demanda que recebemos para esses municípios. Dessa forma, sempre estamos em busca de oferecer novidades aos nossos excursionistas. Triunfo, por exemplo, vai ter a partir de setembro um programa de SPA, em que uma vez por mês, o hóspede poderá comprar um pacote, com programação diferenciada, voltada para o relaxamento, cuidado com a saúde e o bem-estar físico. Outro serviço que vamos passar a oferecer lá é o Vale Núpcias”, anota. □



Valderes Vanderlei já conheceu quase todos os estados brasileiros



ESCOLHA SEU DESTINO

SESC Arcoverde

GRAMADO (RS)

DE 1 A 31 DE JULHO - INSCRIÇÕES ABERTAS PARA A EXCURSÃO A GRAMADO DE 6 A 11 DE SETEMBRO.

TRIUNFO (PE)

DE 1 A 31 DE JULHO - INSCRIÇÕES ABERTAS PARA A EXCURSÃO A TRIUNFO DE 7 A 9 DE AGOSTO.

FORTALEZA (CE)

EXCURSÃO PARA FORTALEZA DE 15 A 19 DE OUTUBRO.

OLINDA (PE)

EXCURSÃO PARA OLINDA DE 07 A 08 DE NOVEMBRO.

FOZ DO IGUAÇU (PR)

EXCURSÃO PARA FÓZ DO IGUAÇU DE 15 A 19 DE NOVEMBRO.

SESC Goiana

GARANHUNS (PE)

DE 1 A 31 DE JULHO - INSCRIÇÕES ABERTAS PARA EXCURSÃO A GARANHUNS, DE 14 A 16 DE AGOSTO.

TRIUNFO (PE)

EXCURSÃO PARA TRIUNFO DE 16 A 19 DE JULHO.

FORTALEZA (CE)

EXCURSÃO PARA FORTALEZA DE 04 A 07 DE SETEMBRO.

GRAMADO (RS)

EXCURSÃO PARA GRAMADO DE 04 A 09 DE OUTUBRO.

SESC Santo Amaro

NATAL (RN)

EXCURSÃO PARA NATAL DE 04 A 07 DE SETEMBRO.

GARANHUNS (PE)

EXCURSÃO PARA GARANHUNS DE 24 A 28 DE SETEMBRO.

FORTALEZA (CE)

EXCURSÃO PARA FORTALEZA DE 23 A 28 DE SETEMBRO.

RECIFE CULTURAL (PE)

EXCURSÃO PARA O RECIFE CULTURAL NO DIA 03 DE OUTUBRO.

ENGENHO CACHOEIRA (PE)

EXCURSÃO PARA ENGENHO CACHOEIRA NO DIA 25 DE OUTUBRO.

TRIUNFO (PE)

EXCURSÃO PARA TRIUNFO DE 05 A 09 DE NOVEMBRO.

PRAIA DOS CARNEIROS (PE)

EXCURSÃO PARA PRAIA DOS CARNEIROS NO DIA 15 DE NOVEMBRO

TRIUNFO (PE)

EXCURSÃO PARA TRIUNFO DE 19 A 23 DE NOVEMBRO.



Direito Individual e Coletivo do Trabalho

Direito Processual Civil

Relações de Consumo

Contratos

Licitações

Av. Agamenon Magalhães, 2764 - Sala 603
Empresarial Antônio de Albuquerque Galvão
Espinhoiro - Recife-PE - CEP: 52020-000
Fone/Fax: (81) 3221-0612 / 3221-0778
E-mail: almeidaadv@hoilink.com.br / almeidaadv@hotmail.com

PARA NÃO PERDER O HÁBITO DE LER

Projetos colocam livros ao alcance da população a fim de estimular a leitura em adultos e crianças

POR ELAYNE COSTA

Frente de temas para compreender a si e o mundo, a leitura é uma importante ferramenta de inclusão

social. A sua prática, que, muitas vezes, depende de estímulo, ajuda a criar familiaridade com a escrita, a se comunicar melhor, além de desenvolver a criatividade, imaginação e a aquisição de vocabulário e conhecimento. Entretanto, em meio ao *boom* tecnológico, essa prática tem sido cada vez menos frequente. Para mudar esse cenário, vários projetos de incentivo à leitura levam o mundo da fantasia às escolas e comunidades.

O hábito de ler livros vem sendo substituído pelos computadores, celulares e *tablets* – que já disponibilizam *e-books*. De acordo com a pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), sete em cada dez brasileiros não leram





O projeto Ler nas Férias promove contação de histórias e oficinas de leitura para crianças de 5 a 10 anos

sequer um livro em 2014. O estudo foi realizado em 70 cidades e aponta que esse hábito caiu de 35% para quase 30% entre os entrevistados. Para ajudar a virar esse jogo, o Sesc Pernambuco realiza ações de incentivo com alunos da instituição e das comunidades onde os Centros Educacionais estão inseridos, no Recife e Interior do Estado. Entre os projetos estão o *Ler nas Férias*, com contação de histórias e oficinas de leitura para crianças de 5 a 10 anos na biblioteca da unidade de Arcoverde, e o *Clube do Livro*, em Caruaru, sempre às quintas-feiras. Na iniciativa, os alunos da rede e também de escolas municipais e estaduais discutem sobre as obras lidas e escolhem novos títulos para imergir no mundo das letras. Em Bodocó, o projeto *Zé do Livro* realizado sempre no segundo semestre estimula a leitura e a escrita, através de um kit formado por um boneco (o Zé), uma maleta e um livro. Diariamente, um aluno é sorteado para receber os itens e produzir uma nova história com base no que leu. No final do ano, a ação ganha culminância e é editada uma publicação com tudo o que foi escrito durante os cinco meses de ação. Além disso, as bibliotecas desenvolvem projetos sistemáticos para celebrar datas como Dia do Livro, do Meio Ambiente e Folclore. Hoje, o Sesc Pernambuco conta com 13 unidades fixas distribuídas nas unidades de Santo Amaro, Casa Amarela, Santa Rita, Piedade, Caruaru, Garanhuns, Arcoverde, Petrolina, Belo Jardim, São Lourenço da Mata, Araripina, Goiana e no Centro de Turismo e Lazer Triunfo. “Nosso propósito é trazer o hábito da leitura em adultos e despertar nos



De acordo com a pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), sete em cada dez brasileiros não leram sequer um livro em 2014

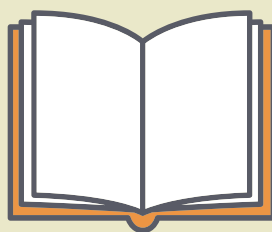


Unidade móvel do BiblioSesc circula por várias cidades do Estado com aproximadamente 5 mil livros



pequenos o prazer que as páginas proporcionam, tornando-os futuros leitores”, explica a coordenadora de Biblioteca, Paula Alves. Só em abril deste ano, foram realizados mais de 160 mil atendimentos e cerca de seis mil inscrições nas redes de bibliotecas do Sesc em Pernambuco.

A instituição possui também duas unidades móveis do projeto BiblioSesc. As carretas, cada uma com aproximadamente cinco mil livros, atuam em várias cidades do Estado. Adotado em todo Brasil, o BiblioSesc foi criado em Pernambuco em 2005. São duas bibliotecas móveis que circulam em um caminhão baú, oferecendo gratuitamente consulta e empréstimos de livros ao público quinzenalmente. A iniciativa, que acontece em parceria com as Prefeituras, passa pelos municípios de Ipojuca, Cabo de Santo Agostinho, Igarassu, Ilha de Itamaracá, Goiana, Contado, Itambé, Ferreiros e Itaquitinga. Para fazer o empréstimo, é necessário tirar a carteirinha de usuário, que é gratuita, apresentando uma foto 3x4, um documento de identificação e um comprovante de residência. □



→ NA ESTAÇÃO

Desde 2007, a Biblioteca Leitura nos Trilhos, projeto do Instituto Brasil Leitor, dirigido pela MetroRec na estação de metrô do Recife, leva aos milhares de usuários do transporte público, além da comunidade em geral, um incentivo a mergulhar no mundo da imaginação. “O nosso foco são os títulos de literatura em geral, como livros de romance, ficção, poesia e crônica. Na unidade também temos publicações de História, Educação, Religião, Saúde e Biografias”, disse uma das responsáveis pelo atendimento ao público no espaço, Roseana Maciel. A biblioteca funciona das 7h às 17h e possui cerca de sete mil exemplares e cinco mil sócios. O acesso é gratuito. Para fazer o empréstimo, basta apresentar a original e cópia da Carteira de Identidade, do CPF, do comprovante de residência e uma foto 3x4. A carteira de acesso pode ser retirada um dia após a entrega dos documentos.

OUTRAS INICIATIVAS QUE COLOCAM OS LIVROS AO ALCANCE DA POPULAÇÃO

- **PERÓ**

O Instituto Però, criado pelo Shopping Guararapes e localizado na cidade de Jaboatão, oferece na sua biblioteca livros de literatura infanto-juvenil, adulto, técnicos, de referência, cordéis, revistas, gibis e DVD's. O acervo conta com mais de quatro mil títulos. Para se cadastrar é necessário apresentar documentos de identificação pessoal (RG e CPF), comprovante de residência e duas fotos 3x4. O atendimento é realizado das 9h às 18h. O empréstimo de publicações acontece no período de oito a quinze dias.

- **LIVROS INFANTIS**

Voltado para o público com idade entre 0 e 5 anos, a Coleção Itaú de Livros Infantis também traz títulos que despertam o interesse dos adultos pela leitura. O acesso às coleções pode ser feito através da internet, pelo site www.itaubooks.com.br/itaucrianca. As publicações chegam através dos Correios em todo o Brasil. A ação, que integra os trabalhos da Fundação Itaú Social, tem como objetivo mobilizar a população para atividades de incentivo à leitura, principalmente em escolas, bibliotecas comunitárias, creches e ONGs.

- **PRAZER EM LER**

O Programa Prazer em Ler, criado em 2006 pelo Instituto C&A, incentiva a leitura através de quatro eixos, entre eles projetos de leituras em espaços como ONGs, escolas e bibliotecas. Em Pernambuco, a iniciativa trabalha em parceria com a Creche Educacional Shekiná, a Creche Irmã de Castro/Lar MeiMei e o Movimento Cultural Boca do Lixo, todos em Olinda, além do Centro de Educação Popular Mailde Araújo, Associação Círculo de Histórias do Coque e o Clube de Idosos, no Recife. O Programa também atua com as frentes de Espaço de Leitura, Mediação da Leitura e Acervo de Livros.



UM ESTÍMULO AO EMPREENDEDORISMO

Programa de Formação Empreendedora do Instituto Fecomércio capacita interessados em montar e gerir a própria empresa

POR NATÁLIA SIMÕES

Artesã, costureira, atriz e microempresária, Arlete Silva, de 70 anos, não quer deixar a vida parada. Mesmo com suas atividades rotineiras, em 2014 ela foi além e criou seu próprio empreendimento. Tudo começou com o desafio proposto pelo Programa de Formação Empreendedora para jovens e adultos (Forme), promovido pelo Instituto Fecomércio, em parceria com o Sebrae, do qual Arlete participou. Nas aulas, o desafio lançado foi de montar uma empresa fictícia e um plano de negócio. “Eu, junto com mais duas pessoas, encaramos o desafio e, como sei cozinhar, resolvemos criar uma empresa de trufas. Dividimos as tarefas e, quando o curso acabou, mesmo sem os outros integrantes da equipe, decidi continuar com o empreendimento”, conta Arlete. Os doces são produzidos na cozinha de sua casa, local que ela transforma em seu atelier de trabalho, e as vendas são realizadas por encomenda. O retorno financeiro vem como uma renda extra.

Depois do curso de Formação Empreendedora, Arlete Silva investiu na fabricação e venda de trufas



Com esse mercado cada vez mais exigente e competitivo, empreendedores como a senhora Arlete passaram a buscar soluções para enfrentar as dificuldades. Dentre elas, os cursos de capacitação. Diante desse panorama, o Instituto Fecomércio, em parceria com o Sebrae, criou o Forme, uma alternativa para quem deseja encarar a vida de empresário e ter um diferencial na busca por emprego. Com a intenção de promover a qualificação dos microempreendedores individuais, empreendedores informais ou em potencial, o Progra-



“
O Forme é
uma iniciativa
pensada para
reforçar e
estimular o
comportamento
empreendedor
nos jovens e
adultos”

Brena Castelo Branco



Após capacitação, o cabeleireiro Fábio Lima otimizou os serviços prestados e aumentou os lucros do seu salão

ma de Formação Empreendedora, que é realizado em mais de 15 municípios do estado, já capacitou cerca de 1.500 alunos.

De acordo com Arlete, participar do curso foi importante para a concretização da vontade de empreender a qual ela sempre teve e, além disso, contribuiu com outras atividades. “Depois do Forme eu aprendi a organizar os negócios, saber vender e até a empregar melhor o meu dinheiro. Agora eu sei como posso calcular o valor dos meus produtos a fim de que ele possa me dar bom retorno no final”, explica. Antes de participar do curso, a microempresária sentia bastante dificuldade em assimilar os negócios e por isso decidiu se capacitar e desenvolver o seu perfil empreendedor. Segundo ela, o aperfeiçoamento nessa área é muito válido para o crescimento profissional.

“Sempre estou à procura de cursos. Acho muito importante este tipo de aprendizado. Nas aulas do Forme, por exemplo, aprendemos até como devemos lidar com os clientes, o que é um diferencial. As aulas foram tão instrutivas para mim que hoje eu chego a dar dicas para a minha filha, que trabalha fazendo bolos por encomenda”, diz.

Dono de um salão de beleza há 12 anos, Fábio Lima sentiu necessidade de se capacitar para melhorar seu



empreendimento e resolveu participar do programa. Atrair mais clientes e organizar os negócios eram as dificuldades que ele sentia no dia a dia do salão. Sem saber como estruturar as questões econômicas e internas do estabelecimento, Fábio buscou o curso. “Antes de participar do Forme eu não conseguia encontrar maneiras de fazer a minha empresa crescer em relação ao retorno financeiro. Além disso, não conseguia aumentar a quantidade de clientes”, conta ele. Após o início das aulas, Fábio pode compartilhar experiências e encontrar mais caminhos para crescer e se consolidar. “Durante o período das aulas troquei bastante conhecimento com os outros participantes e, quando terminei o curso, passei a fazer um planejamento para o meu salão, a buscar os produtos corretos, com um bom preço e, além disso, consegui organizar meu dinheiro da melhor maneira. Até atendendo com mais assertividade quem busca meu serviço”, explica o empresário. Depois do Forme, o salão de beleza, intitulado de *Fábio Fashion Cabelereiro*, obteve um aumento de 50% no retorno financeiro, assim como no ganho de novos clientes, chegando a atender cerca de 30 pessoas por dia. □

→ QUALIFICAÇÃO

A diretora-executiva do Instituto Fecomércio, Brena Castelo Branco, ressalta que o Forme foi uma iniciativa pensada para reforçar as características do comportamento empreendedor nos jovens e adultos. “Com o mercado exigente, é necessário também ter um diferencial e o aluno pode buscar isso para ganhar destaque como funcionário na empresa em que trabalha”, explica Brena.

Em 2012, o curso foi reformulado para atender a demanda do mercado e hoje as aulas do Forme, com carga horária de 99 horas, buscam estimular nos participantes a confiança e fortalecer a auto-estima, além de ter como atividade a realização de um plano de negócios. “Dos 33 encontros que temos, os dez primeiros são focados em trabalhar a confiança e o comportamento empreendedor. Após esse período, os alunos são desafiados a colocar em prática o que foi abordado, formulando um plano de negócios e montando uma empresa fictícia”, destaca Brena. Ao final do curso, os projetos criados são apresentados a uma banca de avaliação.

**VOLTA
ÀS AULAS
[IMBATÍVEL]**

**「 APROVEITE OS
PREÇOS BAIXOS
QUE A MEC
PREPAROU
PRA VOCÊ! 」**



Candeias	Jaboatão	Piedade	Prazeres
3361.6060	3481.2510	3468.1883	3476.2666
www.livrariamec.com.br			/livrariamec

*Parcela Mínima de R\$ 50,00.

AMARELO

Amar ele.
Amar ela.
Amar eles.
Amar elas.
Amar é elo.
Amarelo.

Joaquim Falcão (professor)

G R Á F I C A
FLAMAR
O SENTIDO DA COR



A Gráfica Flamar é certificada com os selos Huber Green e FSC (Forest Stewardship Council). Essa é a política de qualidade e gestão socioambiental que aprovamos.

81. 2102.0050
www.graficaflamar.com.br
f graficaflamar t @graficaflamar



Serviço Social do Comércio
APRESENTA

2015
REDE SESC
DE INTERCÂMBIO E DIFUSÃO
DE ARTES CÊNICAS

PALECO GIRATÓRIO

RECIFE

Programação completa no site
www.sescpe.com.br


Fecomércio PE
Sesc | Senac


Sesc