

INFORME

FECOMÉRCIO

ANO IV • EDIÇÃO N.º 022 • JUL - AGO / 2015

PE

06

SEM ENDEREÇO FIXO

Levar os produtos ao encontro do consumidor é aposta atual do mercado

32

TEATRO DE TODOS

Palco Giratório leva artes cênicas para o interior

48

SABORES E PAISAGENS

Gastronomia e clima ameno movimentam turismo em Gravatá

IMPULSO PARA O DESENVOLVIMENTO

20

DESTAQUE NA ECONOMIA DE PERNAMBUCO, CARUARU GANHA NOVA SEDE E UM CENTRO DE CONVENÇÕES DO SENAC



EU FAZER BONS NEGÓCIOS

Os pequenos negócios fazem parte da história de todos os brasileiros. Geram empregos, fortalecem a economia local, impulsionam o desenvolvimento do país. E para valorizar as micro e pequenas empresas, vem aí o 5 de outubro, o Movimento Compre do Pequeno Negócio. Um dia para incentivar, fortalecer e comprar dos pequenos negócios. Acesse compredopequeno.com.br, faça seu cadastro e saiba mais.

#compredopequeno

5 DE OUTUBRO
MOVIMENTO COMPRE DO PEQUENO NEGÓCIO
ESSE NEGÓCIO TAMBÉM É SEU

Iniciativa:





editorial

SENAC GANHA NOVAS INSTALAÇÕES EM CARUARU



JOSIAS ALBUQUERQUE

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

A inauguração da nova unidade e do Centro de Convenções do Senac Caruaru é capa desta edição da revista Informe Fecomércio-PE, que traz em detalhes por que a cidade foi escolhida para ser sede do mais moderno Centro de Convenções do Senac no Norte e Nordeste. Além disso, a matéria traça a importância do centro para o crescimento econômico do município, um dos principais polos têxteis de Pernambuco.

O Novo Código Comercial Brasileiro também é matéria desta edição. Para explicar melhor como o código pretende modernizar a legislação empresarial, suas vantagens e desvantagens, a revista conversou com o advogado Hermann Dantas do Nascimento, do escritório Almeida Advogados Associados, especialista no assunto.

O entrevistado da nova revista é

o chef de cozinha André Saburó, proprietário dos melhores restaurantes de comida japonesa do Recife. Saburó falou com a Informe Fecomércio-PE sobre os desafios de gerenciar quatro restaurantes e ainda de ser referência quando o assunto é culinária oriental.

Comércio itinerante no Recife, consultoria verde, economia doméstica e novas regras da aposentadoria são temas de uma série de reportagens especiais, que trazem dicas e sugestões para os nossos leitores. Sobre os novos modelos de negócio que estão movimentando a economia de Pernambuco, o mercado livreiro e de games são destaques. E, para mostrar a força do Sesc no interior do Estado, a revista apresenta o novo formato do projeto Palco Giratório, que está ampliando a interiorização da sua programação e investindo em ações formativas.

Uma boa leitura e até a próxima!



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

Jul/Ago 2015 - XXII Edição • **CONSELHO EDITORIAL** Lucila Nastassia, Oswaldo Ramos, Michele Cruz, Antônio Tiné • **COORDENAÇÃO-GERAL/EDIÇÃO** Lucila Nastassia • **REPORTAGENS** Amanda Meira, Ana Luiza Souza, Eduardo Sena, Elayne Costa, Fabíola Moura, Kamila Nunes, Mariane Monteiro, Natália Simões, Pedro Paulo Catonho, Priscila Miranda • **EDIÇÃO** Juliana Ângela • **DIAGRAMAÇÃO ÍCONES, ILUSTRAÇÃO** Gabrielle Souza (Dupla Comunicação) • **PROJETO GRÁFICO** Daniele Torres • **FOTOS** Agência Rodrigo Moreira • **REVISÃO** Aleph Consultoria Linguística • **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

ARCHIMEDES CAVALCANTI JÚNIOR

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

A CONJUNTURA NACIONAL: CRISE E OPORTUNIDADE

Por Tânia Bacelar

09

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Por Francisco Saboya

38



capa

MAIS CRESCIMENTO PARA CARUARU

Senac inaugura nova sede e um Centro de Convenções no Agreste



20



desbrave

CLIMA DE SERRA

Conheça os atrativos turísticos e gastronômicos de Gravatá



48



entrevista

ANDRÉ SABURÓ



18

pág. 06

PELAS RUAS

Comércio itinerante leva produtos e serviços ao encontro do consumidor

pág. 10

CONTAS DE CASA

Como o planejamento financeiro ajuda a organizar o orçamento doméstico

pág. 12

PREVIDÊNCIA PRIVADA

pág. 14

GAMES

Setor de jogos eletrônicos em alta

pág. 26

NOVO CÓDIGO COMERCIAL

O que muda e quais as influências para o setor

pág. 32

DESCENTRALIZANDO

A ARTE

A magia do teatro chega ao interior por meio do projeto Palco Giratório

pág. 36

CONSULTORIA VERDE

pág. 40

LEITURA

O ramo de livrarias se reinventa

pág. 43

CURTAS

pág. 44

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Consumidores cada vez mais conectados influenciam o aumento das vendas pela internet

pág. 56

SUPERAÇÃO E TALENTO

Crianças e adolescentes usam a pintura para vencer barreiras da deficiência

A CAMINHO DO CLIENTE

Comércio itinerante cresce levando diferentes produtos e serviços aos recifenses



POR MARIANE MONTEIRO

Seja sobre duas ou quatro rodas, investir no mercado itinerante é a aposta feita por muitos empreendedores. Com uma vasta opção de segmentos, como cosméticos, vestuário, alimentação, floricultura, artesanato e bares, levar o produto ao cliente é cada vez mais uma prioridade para esses micro e pequenos empresários. Mesmo com o quadro de economia do País instável, esse tipo de negócio ganha novos adeptos pelo seu valor de investimento e corte de gastos que os “endereço” móveis proporcionam. Levar flores para as ruas da cidade em uma bicicleta foi a investida que a publicitária Tita de Paula fez. À frente da **Dona Jardineira** desde 2013, a recifense cresceu em um ambiente cercado por plantas, flores, temperos e ervas que contribuíram para a sua empreitada. “Minha avó materna,



Dona Ivone, me ensinou muito do que sei sobre as plantas. Além disso, me aprofundi nos estudos e fiz cursos de paisagismo e design floral. O design floral virou meu carro-chefe. A floricultura móvel nasceu dessa paixão", afirma Tita, que deixou a sua antiga profissão, a de publicidade, para se dedicar à Dona Jardineira.

A floricultura funciona de forma itinerante, com opções de flores da estação por dia, potencializando a acessibilidade ao produto e evitando o desperdício. "Levo as flores para as ruas para as pessoas se depararem com o produto, de forma inusitada e aconchegante, provocando sensações e sentimentos", afirma. Precursora no negócio, Tita alerta que montar uma empresa e se firmar no mercado é um processo lento, muito árduo e ter uma reserva é importante no início.



“

Já pensava em ter meu próprio negócio. Foi quando surgiram os *food trucks* e me apaixonei pela ideia”

Fernando Tasso

Podendo ser contratada para eventos ou outras finalidades, como o plano de assinatura de flores – flores em casa, trocadas toda semana –, a ideia da Dona Jardineira é circular pela cidade. Através das redes sociais (Instagram/Facebook), é possível acompanhar o itinerário da bicicleta. Deixar a profissão e investir no comércio itinerante também foi a escolha feita pelo advogado Fernando Tasso. Gerenciando o

RecBeer – bar itinerante dentro de uma Kombi azul –, Fernando e seu irmão, Eduardo Tasso, lançaram-se no negócio no início deste ano. “A primeira vez que a Kombi atuou foi em uma prévia de carnaval no bairro da Boa Vista. De lá para cá muita coisa mudou, desde os produtos comercializados até a estrutura do carro e o layout. E continua mudando. Em breve estaremos trabalhando também com chope artesanal”, completa Fernando, que oferta ao público cervejas especiais, puro malte, nacionais ou importadas, com média de preço em torno de R\$ 20 a garrafa de 600ml.

A Kombi, que estaciona em espaços privados, como em parcerias com eventos e festas fechadas, traz um pouco da relação que Fernando tem com a cervejaria. “Já pensava em empreender, em ter meu próprio negócio. Há muito tempo que sonhava em ter um bar ou algo do tipo. Nesse tempo surgiram os famosos *food trucks* em São Paulo e, quando eu vi, me apaixonei pela ideia. Depois de amadurecer um pouco a possibi-



Um dos sócios do Urbanóide, Thiago Rangel fica à frente da cozinha do food truck

lidade, que variou de salada para hambúrguer, decidi tirar do papel e montar o RecBeer”, explica. Entretanto, para entrar nesse segmento, Fernando precisou realizar pesquisas e ter algumas conversas, por exemplo, com o Sebrae. Investindo ao todo 100 mil reais, incluindo a compra dos veículos, equipamentos, taxas, impostos, entre outras demandas do negócio, os irmãos aprenderam também muita coisa na prática. O RecBeer pretende expandir o alcance da Kombi oferecendo, a partir de agosto, um trailer que funcionará como cozinha aos seus consumidores. Depois de estudar a febre americana e a repercussão no Brasil, fazer consultoria e pesquisar bastante antes de abrir o food truck **Urbanóide**, os sócios Thiago Rangel e Camila Wiedemann investiram inicialmente R\$ 200 mil. “Fechamos uma consultoria com a TGI, na qual foi feito um plano de negócio. Uma vez por mês acompanhamos o andamento, medindo indicadores e atividades estratégicas”, explica Camila. Formado em Gastronomia, Thiago Rangel fica à frente da cozinha do Urbanóide; já Camila tem formação em Economia e fica responsável pela área administrativa e financeira. Oferecendo um cardápio com hambúrgueres e wraps, entre outras especiarias, o food truck começou com um ponto fixo na Zona Norte e em seguida assinou um contrato para atuar na área externa do Shopping Recife, de domingo a domingo, das 14h às 22h. Podendo ser contratado para eventos também, a média de preço dos hambúrgueres é de R\$ 22. 

DE OLHO NAS NORMAS

Os negócios itinerantes, hoje potencializados através dos *food trucks*, precisam atender às exigências que a regulamentação para esse tipo de comércio pede. Por serem móveis e venderem comidas e bebidas, na maior parte dos casos, pensar numa logística que atenda às necessidades de preparação e comercialização é essencial para os micro e pequenos empresários. No Brasil, nem todos os estados têm uma legislação vigente para as cozinhas sobre rodas, explica o consultor do Sebrae-PE Vitor Abreu. “Algumas cidades ainda não regulamentaram este tipo de atividade, criando barreiras legais para o empreendimento. Sem o aval legal, não recomendamos que a empresa seja aberta, devido ao risco de transtornos futuros e possível readequação do negócio.” Além das exigências dos municípios, é importante atentar também para as normas de regulamentação propostas por segmentos relacionados ao comércio, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, por exemplo. “Com veículos formados por trailers, Kombis ou furgões adaptados, devem ser verificadas primeiramente, junto ao município, como também com o órgão estadual de trânsito (Detran), as adequações necessárias para os veículos”, aponta Vitor Abreu.



artigo

POR TÂNIA BACELAR



CONJUNTURA NACIONAL: CRISE E OPORTUNIDADE

O atual momento brasileiro está marcado pela retração de sua economia, com impactos negativos fortes num mercado de trabalho que vinha de um bom momento, por um novo repique inflacionário, por dificuldades crescentes no quadro fiscal, pela retomada do crescimento da relação dívida/PIB, entre outros elementos que ajudam a criar um ambiente no qual a palavra crise se encaixa bem. Como se não bas-

tasse, o ambiente político também está marcado pela crise do presidencialismo de coalizão, que dificulta a coordenação de saídas que interessem à maioria dos brasileiros e sinalizem para um novo momento na vida do País.

Mas, lembrando Albert Einstein, “a crise é a melhor benção que pode ocorrer com as pessoas e países, porque a crise traz progressos. A criatividade nasce da angústia, como o dia nasce da noite escura. É na crise que nascem as invenções, os descobrimentos e as grandes estratégias”.

Embora a crise mundial e seus desdobramentos recentes sobre os países emergentes e a desaceleração do crescimento chinês – elemento central da mudança brusca no mercado de commodities – tenham se associado no Brasil a dificuldades e erros internos, o momento favorece reflexões mais profundas em busca da construção de uma nova estratégia para o desenvolvimento futuro do País.

Enquanto se administra a crise, é importante, por exemplo, colocar em debate saídas para mudar o ambiente marcado pelas altíssimas taxas de juros num mundo onde elas estão muito baixas. Marca estrutural brasileira desde os anos finais do século passado, o elevado preço do dinheiro favorece os aplicadores, delicia os rentistas, mas trava o desenvolvimento nacional. Foi elemento central no bloqueio da dinâmica recente do consumo. O País precisa construir uma estratégia de saída da crise que priorize o investimento (em infraestrutura econômica e social, em educação, em inovação, em atividades produtivas...). Mas o alto custo do dinheiro desestimula quem quer investir para beneficiar quem vive de financiar o Governo (devedor desde os anos 1980 e cujo modelo de financiamento de seu déficit o tornou refém de seus credores). Num país carente de investimentos, gastar quase metade do orçamento da União pagando encargos

da dívida pública é inaceitável. Nesse contexto, parte relevante da carga tributária arrancada da sociedade é transferida para uns poucos via esfera financeira. Temos que construir uma estratégia consistente e lúcida para sair dessa armadilha.

Enquanto se administra a crise, temos que debater a resistente inflação brasileira, que teima em se situar em patamares elevados, mesmo depois do Plano Real. Sair da zona de conforto que se construiu pela voz dos que só enxergam a elevação dos juros como resposta à inflação. Voltar a analisar o peso da indexação, por exemplo, e seus impactos na tendência altista dos preços internos. E discutir nossa estrutura de custos, que tornou o Brasil um país caro para quem nele vive.

A crise não será breve, pois ela recebe influência de desafios não resolvidos – como o da expansão da educação de qualidade – e de reformas não realizadas, como a tributária e a política, a previdenciária e a urbana, entre outras, que sinalizem para o futuro num mundo em rápida e profunda transformação. Ela é uma oportunidade para a construção de novas estratégias. E a voz do comércio – atividade de grandes grupos nacionais e milhões de médios e pequenos empreendedores – é importante nesse debate, pois só o comércio varejista responde por quase 1/3 do número de empreendimentos do País. (IBPT, Censo das empresas brasileiras, 2012). ▢

Tânia Bacelar,
economista e sócia da CEPLAN
Consultoria

LIÇÃO QUE COMEÇA EM CASA

Com a alta dos preços, muitos brasileiros estão adaptando os gastos e iniciam fazendo ajustes na economia do lar

POR AMANDA MEIRA

A arquiteta Cristiene Crispim viu as contas básicas subirem significativamente em sua residência nos últimos meses; foi quando precisou adaptar-se a uma nova realidade. Abriu mão de antigos costumes criando novos hábitos, como diminuir as idas ao salão e cuidar da beleza em casa ou comprar alimentos em feiras livres. “Supermercado para mim sempre foi uma facilidade, mas fui obrigada a procurar alternativas. Passei a comprar em feiras orgânicas de bairros, onde tenho a possibilidade de negociar o preço com o vendedor. Também na alimentação, deixamos de ir a restaurantes com a mesma frequência, só vamos em datas comemorativas. Para economizar com combustível, passei a utilizar mais transporte público”, conta Cristiene. A população brasileira tem encontrado um novo cenário na economia. No segundo semestre do ano passado, a forte estiagem prejudicou a safra, ficando nas lavouras poucos produtos, o que elevou os preços das frutas e verduras. No início de 2015, o governo anunciou algumas mudanças políticas. Para combustível, houve aumento da tributação de gasolina. Na energia, foi deixado de repassar às tarifas do custo de operações de financiamento da Conta de Desenvolvimento Energético (CDE) - fundo do setor que realiza ações públicas -, o que deixou as contas de luz mais caras. Com juros e inflações altos, nossa taxa básica de juros (SELIC) está em 14,25%, os preços finais acabam pesando no bolso dos consumidores, fazendo com



que a renda disponível fique cada vez menor. Para o momento, a orientação é se adaptar e se reinventar, como indica o economista do Instituto Fecomércio, Rafael Ramos. “É preciso tomar medidas para diminuir os gastos. A energia, por exemplo, se pegarmos o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) dos últimos 12 meses, subiu 58,4%; é essencial a mudança de hábitos. Sair do ambiente e apagar a luz, trocar os produtos que consomem mais energia. Na alimentação, evitar comer fora, cortar os supérfluos e investir no tradicional prato brasileiro, feijão, arroz e carne. Essas pequenas ações auxiliam na diminuição dos custos”, esclarece Ramos. Quem também precisou ajustar os hábitos a essa nova realidade foi a

representante comercial Luciana Valões. Com duas filhas pequenas e despesas essenciais altas, criou novas rotinas, do banho quente ao lazer do fim de semana, e passou a vender cosméticos nos horários livres para complementar o orçamento. “Chuveiro elétrico só é ligado no período da manhã, antes da escola; o micro-ondas foi desligado, opto por esquentar a comida no fogão; troquei os grandes supermercados por mercadinhos de bairros, além de terem produtos mais acessíveis, focamos nos itens básicos da feira como feijão, arroz e carne; para o lazer, passamos a buscar parques e eventos infantis gratuitos”, declara Luciana. Assim, cortar gastos supérfluos é indicado para evitar o não pagamento das contas essenciais e o acúmulo de dívidas. Essa orientação é importante principalmente diante do panorama atual no qual os acumulados dos aumentos dos últimos meses mostram que na gasolina houve uma alta de 11,6%, na energia 58,4% e na alimentação, com um recorte para itens básicos: arroz 4%, feijão carioca 15,6% e carnes 18,7%. Somando esses incrementos, a sobra no orçamento das famílias depois de pagas todas as despesas será menor.

O economista ainda alerta para a necessidade de conhecer o orçamento familiar, quais são suas dívidas, renda, despesas fixas e variáveis. Para esse controle, uma boa maneira de visualizar essas movimentações financeiras é a planilha. “A planilha é uma ferramenta que possibilita saber quais são meus custos e o que eu posso retirar ou não”, reforça Rafael Ramos. □

Cristiene Crispim abriu mão de antigos costumes após as contas básicas de sua casa subirem



DRIBLE OS REAJUSTES ECONOMIZANDO:

Opte por feiras. Nesses espaços é possível negociar preços

Alimente-se em casa ou use marmitas em vez de comer em restaurantes

Escolha marcas de produtos mais em conta ou similares

Renegocie o preço de serviços como internet, TV a cabo e celular

APLICATIVOS PARA AJUDAR

Money Care
Gastos Diários
Toshl



POUPAR E PENSAR NO FUTURO

Com a discussão das novas regras da aposentadoria, a previdência privada vem sendo alternativa de muitos trabalhadores para manter padrão de vida

POR KAMILA NUNES

A na Cláudia Batista trabalhou numa multinacional por 10 anos. Assim que entrou, em 2003, a empresa incentivou a investir numa previdência privada. Hoje a empresária, que já resgatou o dinheiro, fez um investimento num imóvel. “Quando optei pela previdência privada, pensava em complementar a minha renda durante a aposentadoria. Mas, quando saí do emprego, saquei o valor para investir em algo rentável”, explica. Ana motiva os jovens a pouparem, investirem e pensarem no futuro. Desde os 18 anos, a filha dela já investe numa previdência complementar. A previdência privada não faz o trabalhador fugir da contribuição oficial, mas se coloca como uma suplementação da tradicional. Segundo o assessor tributário da Fecomércio, Luís Rodrigues, essa saída é indispensável para as pessoas que têm um salário maior que o teto disponível para a aposentadoria. “Empregados, autônomos ou mesmo os contribuintes indivi-



Dificuldade que Tácito Breckenfeld sempre sentiu para economizar foi amenizada pelo plano de previdência complementar

→ ENTENDA A NOVA FÓRMULA PARA CÁLCULO DE APOSENTADORIA

Está em discussão atualmente a fórmula 85/95, por meio da qual o trabalhador pode se aposentar quando a soma da idade e tempo de contribuição for 85, no caso das mulheres, e 95, no caso dos homens. O tempo mínimo de contribuição para elas é de 30 anos e, para eles, de 35 anos. A Medida Provisória 676 é uma alternativa a outra MP inicialmente proposta no Congresso, que pretendia instaurar a fórmula 85/95 fixa. A presidente Dilma Rousseff vetou e aprovou o cálculo 85/95 de forma progressiva até 2022.

Com a nova medida do governo, a partir de 2017, entra mais um valor nesse cálculo, que aumenta com o passar dos anos. Em 2017, por exemplo, mulheres precisarão de 86 pontos e homens, de 96 – ou seja, há a soma de um ponto. Em 2022, serão 5 pontos a mais. Os professores e professoras que comprovarem tempo de ensino na educação infantil, fundamental e médio ganham 5 pontos na soma da idade e tempo de serviço.

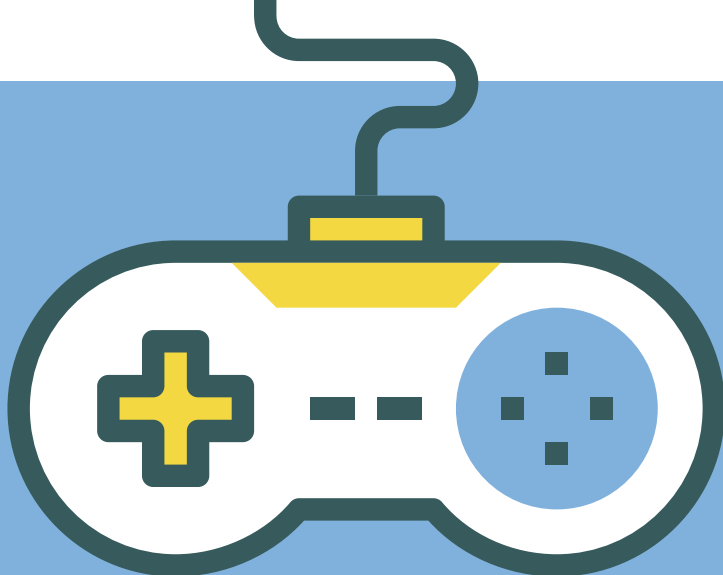
A medida acaba sendo uma alternativa ao Fator Previdenciário, fórmula criada no final dos anos 1990 que tem o objetivo de reduzir os benefícios de quem se aposenta antes da idade mínima de 60 anos para mulheres e 65 anos para homens e incentivar o contribuinte a trabalhar por mais tempo. A nova fórmula 85/95 pode beneficiar quem começa a trabalhar mais cedo e atinge o tempo de serviço antes da idade.

duais que ganham, por exemplo, R\$20 mil mensais, têm um gap de quase R\$16 mil ao se aposentar, mas podem recorrer à complementação da renda, por meio da previdência privada”, explica Rodrigues. O advogado destaca ainda que, na previdência privada, quem determina a aposentadoria é o trabalhador. É possível escolher o tamanho da contribuição e a periodicidade em que será feita. “O valor que receberá será proporcional ao que contribuiu.” Além disso, o montante investido pode ser resgatado pela pessoa, assim como aconteceu com Ana Cláudia. A única desvantagem, segundo o especialista, seria



Luís Rodrigues indica a previdência privada para empregados, autônomos ou contribuintes individuais

a taxa de administração. Para se livrar dos encargos, o consultor dá um conselho para manter o padrão de vida que se tinha com o salário: poupar. “É preciso pensar no futuro através de poupança e investimentos.” Foi o que fez o arquiteto Tácito Breckenfeld, de 38 anos. A dificuldade que sempre sentiu para economizar foi amenizada quando, há cinco anos, começou a trabalhar no Serviço Social da Indústria, o Sesi, e foi apresentado ao plano de previdência complementar. “É compartilhada a contribuição com a empresa e para mim é uma forma de poupar e pensar no futuro, já que eu gasto muito e não consigo guardar”, confessa. A corretora de seguros Alessandra Didier percebe que as pessoas ainda precisam criar a consciência de investir numa previdência privada logo cedo. “Quando as pessoas nos procuram já estão com a idade avançada e, como dependem da contribuição, nem sempre o valor resgatado no futuro corresponde ao salário que tinham quando jovens”, argumenta. Segundo a especialista, esse investimento deve ser pensado no começo da vida profissional. Na seguradora onde trabalha, o maior número de trabalhadores interessados em realizar um plano de previdência complementar são autônomos ou profissionais liberais. ▢



GAMES

BRINCADEIRA DE CRIANÇA? QUE NADA!

O crescimento na indústria de jogos eletrônicos mostra que eles vão além do entretenimento e representam mais uma opção no mercado

POR NATÁLIA SIMÕES

Há quem diga que videogame é coisa de criança. Entretanto, o que antes era só brincadeira virou assunto de gente grande. Os adultos, além de jogar, estão fazendo dos games o seu trabalho. Para alguns é o emprego dos sonhos. Gabriela Guimarães e Viviane Codeceira fazem parte do grupo dos sortudos que podem trabalhar e jogar ao mesmo tempo. As duas são da equipe de testes de uma empresa e, segundo Gabriela, como ela trabalha testando jogos, na roda de amigos a sua profissão sempre chama atenção. “Quando eu falo para eles o que eu faço, eles sempre dizem que também queriam passar o dia todo só jogando”, conta.

Apesar disso, o dia a dia não é só diversão. Segundo

as meninas, na área de testes há muito trabalho para fazer. “Nós precisamos prestar atenção, não é só jogar por jogar. Temos que ter visão técnica, observar bem o fluxo de jogo para fazer a parte analítica do game”, explica Gabriela. De acordo com Viviane, muita gente pensa que essa profissão é simples e muito fácil, mas é um trabalho que exige bastante concentração e esforço. “Não basta só gostar de jogar. Além de ter habilidade com os games, quem quer trabalhar com isso precisa gostar de testar, e isso inclui jogar milhões de vezes a mesma parte e observar todos os detalhes ao mesmo tempo, pois é algo bem repetitivo e não podemos deixar passar nenhuma falha”, disse. Nos últimos cinco anos, a indústria brasileira de jogos eletrônicos mostrou um crescimento entre 9%



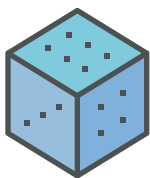
e 15% e, segundo a consultoria PricewaterhouseCoopers (PWC, 2014), o mercado de Jogos Digitais movimentou US\$ 65,7 bilhões em 2013, devendo chegar a US\$ 89 bilhões em 2018. “O Brasil é tido como o quarto mercado consumidor desse segmento, segundo alguns institutos de pesquisa, como a NewZoo. No entanto, sua indústria doméstica monta valores que posicionam a indústria brasileira apenas entre os 40 países produtores de games mundiais. Acredito que o Brasil já aprendeu a fazer games, mas o próximo passo é o de aprender a monetizar mais e melhorar seus lançamentos”, explica o vice-presidente da Associação Brasileira de Desenvolvedores de Games (Abragames), Fred Vasconcelos. No Brasil, existem cerca de 250 empresas que desenvolvem ou trabalham com Jogos Digitais e Pernambuco está entre os estados que mais se destacam nesse setor, acompanhado de São Paulo, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal. De acordo com Fred, a presença de polos de economia criativa e tecnologia influenciam o surgimento de empresas de games. Ele ressalta ainda que o Brasil está começando a figurar no mercado externo como exportador de jogos eletrônicos. “O que temos visto é um número crescente de novos desenvolvedores e de



“
O que temos visto
é um número
crescente
de novos
desenvolvedores
e maior
faturamento
advindos
do ato de
exportar”

Fred Vasconcelos

maior faturamento advindos do ato de exportar. Acredito que nos próximos anos deveremos ter ainda mais sucesso como exportadores”, disse. Entre os países que estão comprando jogos brasileiros destacam-se Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Portugal e, ainda, países da América do Sul. De acordo com a pesquisa realizada pela consultoria Newzoo, os brasileiros passam 71 milhões de horas diárias jogando. Nesse quadrante de horas gastas em frente aos games, está Gabriel Valença, de 31 anos, que passa, pelo menos, duas ou três horas por dia. Por não possuir movimentação no braço esquerdo, Gabriel adaptou um joystick (controle específico para videogame) para utilizar com o pé. “Eu deixo o joystick no chão, onde mexo com o pé, e uso o mouse na mão direita, conciliando os dois movimentos”, explica. Mesmo quando ainda estava estudan-



Pesquisas apontam que o Brasil é o quarto mercado consumidor de jogos digitais no mundo

do para concurso, Gabriel não deixou de lado suas horas dedicadas aos games. “Eu estudava em horário comercial, de manhã e de tarde, e à noite, a partir das 19h, eu parava para jogar. Consegui juntar as duas coisas e conciliar o horário. Às 23h era o limite que eu dava, mas já passei da hora algumas vezes e, quando vi, já era madrugada”, conta.

Além dos videogames, os chamados PC gamers (pessoas que jogam no computador), como Gabriel, vêm ganhando destaque. Segundo o gerente da categoria de games da Nagem, Fernando Freitas, esse público cresceu e é bastante amplo. “Observamos que muitas pessoas possuíam computadores com alta tecnologia apenas para jogar”, esclarece. Há pouco mais de um ano, a Nagem notou o crescimento do mercado de jogos digitais e passou a capacitar os profissionais das lojas para melhor atender esse público específico, que, segundo Fernando, é bastante exigente e precisa de um cuidado diferenciado no atendimento. “Do final de 2013 para cá tivemos um aumento de 30% no faturamento com os games e isso se deve às melhorias que fizemos em nossas lojas. Aumentamos a produção e profissionalizamos toda nossa equipe de jogos: todos dessa área compram *games*, jogam,



Fernando Freitas destaca que a Nagem teve um aumento de 30% no faturamento com os games

e, além disso, são apaixonados por jogar. Isso nos faz ficar mais perto do consumidor, que é extremamente exigente quando o assunto é game”, disse.

Percebe-se então que os jogos digitais estão mudando seu perfil, ultrapassando o entretenimento e adquirindo um caráter mais sério, segundo um mapeamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) em parceria com a Universidade de São Paulo (USP). A empresa *Joystreet*, comandada também pelo vice-presidente da Abragames, Fred Vasconcelos, é um exemplo de mudança no perfil desses empreendimentos no Estado, pois, como trabalha no desenvolvimento de jogos para alunos do ensino fundamental de algumas escolas públicas e privadas, tenta fortalecer o modelo de gamificação (nome que vem do inglês *gamefication*, que significa o uso de elementos e mecânicas dos jogos em outros espaços) na hora de aprender, a fim de aumentar o interesse dos alunos pelas aulas. “Na *Joystreet*, acreditamos que podemos retirar boa parte dessas 71 milhões de horas que são gastas em jogos de entretenimento para a utilização de games com caráter mais educativo, com a finalidade de aprender. Portanto, temos a responsabilidade de dar um novo significado às salas de aula”, conta Fred.



“
Não basta só
gostar de jogar.
Quem quer
trabalhar com
games precisa
gostar de testar e
observar todos os
detalhes”

Viviane Codeceira

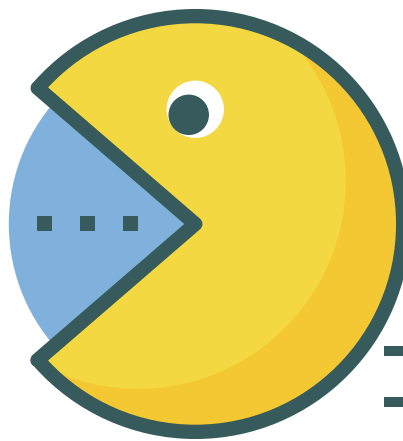
→ CAPACITAÇÃO É O START PARA O MERCADO DOS GAMES

O trabalho de desenvolver um game exige um grande conjunto de atividades e, dentre as capacitações mais procuradas, estão as de game designers, designers de interface, ilustradores, texturizadores, animadores e programadores.

Com a missão de certificar alunos para o trabalho em atividades de comércio de bens, serviços e turismo, o Senac PE, através da Unidade de Tecnologia (UTIC), ob-

servou esse crescimento no setor e passou a oferecer dois cursos para quem deseja se inserir nesse mercado: o curso de Desenvolvedor de Jogos Eletrônicos e o de Técnico em Programação de Jogos Digitais. “Não podemos deixar de investir nesse segmento de desenvolvimento de games. O nosso objetivo é desenvolver sempre uma proposta inovadora, a fim de certificar excelentes profissionais para atuar no mercado, contribuindo para que Pernambuco continue se destacando nessa área da tecnologia”, explica o instrutor dos cursos, Sidney Ferreira.

Ainda de acordo com Sidney, a procura por cursos nessa área tem crescido nos últimos anos. “Esse aumento é alimentado pelo crescimento da indústria de Games no Brasil, que, apesar da crise, tem se destacado. O fato de cerca de 61 milhões de brasileiros brincarem com algum jogo eletrônico tem alavancado ainda mais a procura de cursos na área, já que esse mercado aquecido eleva cada vez mais a necessidade de profissionais capacitados”, explica. As pessoas que buscam se capacitar nesse universo ainda são os jovens, principalmente os que se identificam com isso. “Normalmente são jogadores apaixonados que geralmente possuem habilidades em desenhar ou em programar”, destaca o instrutor. No Senac, em média, 30 pessoas se capacitam por ano na modalidade presencial. Para Fred Vasconcelos, o setor de games ainda é uma indústria nascente, por ter cerca de 15 a 20 anos de existência profissional. Entretanto, o reconhecimento do potencial desse setor por diversas entidades de fomento faz os jovens buscarem a capacitação nessa área. “Acredito que teremos muitas oportunidades para novos entrantes no mercado, bem como para repatriar talentos que foram para empresas no exterior ou até mesmo para trazer talentos do exterior para cá nos próximos anos”, observa. □





entrevista

POR EDUARDO SENA



GASTRONOMIA

GESTÃO ORIENTAL É SUCESSO

Pode perguntar a qualquer chef de cozinha que também seja proprietário de restaurante: “O que costuma lhe tirar o sono?”. Em geral, nunca será a aprovação de um cardápio novo, mas equacionar as receitas (as do tipo fiscal) e despesas, administrar fornecedores, funcionários e fazer a casa rodar com saúde financeira. Agora imagine fazer isso com quatro estabelecimentos. É o que faz, aliás, de forma exemplar, o chef André Saburó, responsável pela administração e cozinha dos restaurantes japoneses Quina do Futuro, Sumô, Sushi Yoshi e, ainda, a cafeteria/boulangerie Tokyo's. Esses estabelecimentos são sempre uma referência de exímia qualidade na cidade. Para se ter uma ideia, o cozinheiro é um dos poucos do País que trabalham com o atum tipo 1, peixe que ocupa o segun-



do lugar de excelência na classificação internacional (- 2, 2, 2+, 2 seta, 1 e 1+, este, padrão Japão), ficando atrás apenas de um produto do tipo 1+. Sobre os desafios de gestão de restaurantes, Saburó falou à Informe Fecomércio.

Qual o principal gargalo na condução de um estabelecimento de comida hoje?

O custo fixo que você tem. Normalmente, as pessoas passam por um aluguel, só que de cinco anos pra cá ele triplicou o valor que era antigamente, o que leva o custo lá pra cima. Isso foi responsável no Recife por muitas casas da cidade terem aumentado o preço. Ficou caro comer fora porque o custo do aluguel ficou muito alto também no mercado. Fora isso, houve um aperto do governo com relação ao pagamento de impostos, e a Fazenda está sendo bem mais rigorosa do que nos anos anteriores.

Você é um dos poucos chefs do Brasil que trabalham com o atum tipo 1. A peça chega a custar até

R\$ 4 mil a mais que o tradicional. Entretanto, esse custo não é repassado ao cliente. Como capitalizar essa oferta de qualidade?

Começamos a trabalhar com esse atum há três anos, numa época em que tínhamos um consumo muito grande de salmão. Mas sabíamos que havia um potencial para fazer os clientes provarem outros peixes, aí surgiu o atum “export”, cujo preço é bem mais alto. Em princípio, queríamos dar a oportunidade ao nosso cliente para que ele pudesse provar outro tipo de atum sem pagar mais nada por isso. Ou seja, assumimos o custo de ter um produto mais caro, fazendo com que ele fosse provado pelo cliente. A partir desse momento, ele iria ter uma percepção do que seria um atum de qualidade e só passaria a querer comer esse. Na calculadora, a ideia da gente foi: a gente só consegue diminuir o custo do produto se começarmos a vendê-lo em quantidade. Se tivermos uma rotatividade sobre aquele produto, conseguimos fazer um rendimento melhor.

Três anos depois, o objetivo foi atingido?

Sim. Já no primeiro ano foi atingido. Há três anos, comprávamos 18 caixas de salmão por semana, hoje compramos 10. Não é que estejamos atendendo menos clientes, estamos atendendo até mais clientes que

há três anos, mas o atum já foi incorporado ao gosto do pernambucano. Pelo menos nas minhas casas, ele já prefere o atum ao salmão.

Quando o assunto são números, o que mudou nos últimos dez anos no cenário gastronômico local?

As exigências aumentaram muito de dez anos pra cá e a rentabilidade dos restaurantes tem diminuído cada vez mais. Porque a exigência aumentou bastante em relação à instalação física e ao serviço; a mão de obra ficou mais cara, mais disputada; e a quantidade de casas novas que abriram faz com que você tenha necessidade de fazer um investimento maior na sua casa para você dar um conforto maior para seus clientes.

Quais pilares administrativos compõem um restaurante com segurança financeira?

O primeiro ponto é a equipe, as pessoas, que devem ser comprometidas com o trabalho. Tem que trabalhar porque gosta de estar aqui. São essas pessoas que vão fazer sua casa ter sucesso, você sozinho não faz nada. É preciso gente comprometida com o seu pensamento, que segue a sua liderança e os seus passos de forma eficiente. Em seguida, é o produto. Mais do que qualquer outro ramo, o de comida requer um produto de qualidade, de primeira linha. E isso não significa o mais caro. Você pode ter um produtor local que lhe forneça algo muito bom. Outro pilar é evitar desperdícios. Em nossas casas, trabalhamos com uma meta para alimentos e bebidas. Se ela for batida mensalmente, os funcionários recebem um bônus no salário. Isso leva a um condicionamento melhor dos ingredientes, afinal ninguém quer perder o produto por guardar da forma errada. E aí, trabalhar com a equipe estimulada é bem mais fácil, e dividir a lucratividade com ela é muito melhor. Nessa época de crise, todo mundo quer bater a meta, e ela não é inatingível, é fácil de bater.

Falando em crise, como passar por ela minimizando perdas?

É agora que é fundamental investir em estrutura interna. Melhorar os processos, controle, atendimento, fazer treinamento com equipe, melhorar o serviço. Na crise, as pessoas procuram ir para lugares mais tradicionais, certas de que a experiência será boa. A gente não teve desde o início do ano até agora nenhum mês ruim porque, para passar pela crise, tem que olhar para sua própria casa, torná-la mais sólida do que antes, se preparando para quando a crise passar. Nenhuma dura para sempre. ☐



Quina do Futuro é um dos poucos restaurantes do País que trabalha com o atum tipo 1



capa

por FABÍOLA MOURA

CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO NO AGRESTE

Caruaru ganha nova sede do Senac e Centro de Convenções. Cidade foi escolhida por se destacar como importante polo econômico

Uma das principais cidades do polo têxtil de Pernambuco, Caruaru vivencia um marco importante para o seu desenvolvimento. A inauguração de uma nova sede do Senac e de um Centro de Convenções pretende trazer para o município um crescimento econômico ainda maior.

Caruaru parece não sentir tanto os efeitos das adversidades financeiras que o País está enfrentando. O secretário de Desenvolvimento Econômico da cidade, Erich Veloso, ressalta que ela só cresce em investimentos. “Caruaru surpreende com uma demonstração de empreendedorismo e criatividade para superação das dificuldades vividas no Brasil. Estamos nos preparando para a ampliação do Distrito Industrial com a doação de 97 lotes para mais de 30 empresas, que iniciarão suas obras de instalação em 2015. Receberemos mais quatro shoppings de vizinhança, que serão inaugurados até o início de 2017. Como podemos observar, continuamos avançando.”

Prova disso é a nova sede do Senac e o Centro de Convenções, inaugurados em julho pelo presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Josias Silva de



Nova sede do Senac e Centro de Convenções de Caruaru foram inaugurados em julho

Albuquerque. Esse é o primeiro Centro de Convenções de Caruaru e, não por acaso, foi instalado na cidade do Agreste pernambucano que se destaca como o mais importante polo econômico, médico-hospitalar, acadêmico, cultural e turístico. "Esse é o resultado de um trabalho de equipe, que começou na década de 1980, quando o Senac funcionava em cima de uma oficina. Em 1988, construímos o nosso Centro de Educação Profissional Dr. Luiz Pessoa, um prédio de vanguarda na época. Hoje esse trabalho culmina na inauguração desse empreendimento moderno que vai contribuir imensamente com o desenvolvimento do município", disse Josias Silva de Albuquerque.

Como não poderia ser diferente, o grande foco da nova sede do Senac será no Polo de Confeccões do Agreste. Existente há mais de 25 anos, ele engloba 17 municípios do interior do estado de Pernambuco e é composto por mais de 15 mil indústrias. Entre as cidades que ganham maior destaque estão Santa Cruz do Capibaribe, Toritama e Caruaru, que juntas detêm cerca de 90% dos estabelecimentos e empregos de todo o polo. De acordo com a Associação Comercial e Empresarial de Caruaru (ACIC), esse Arranjo Produtivo Local (APL) é o segundo maior do Brasil em peças produzidas, com estimativa de movimentação de R\$ 2 bilhões/ano. Entre os destaques da nova sede está o primeiro curso de figurinista da região e também a primeira modate-



“
Esse é o resultado
de um trabalho
em equipe. Um
empreendimento
moderno que
vai contribuir
imensamente
com o
desenvolvimento
do município”

Josias Albuquerque



ca. Ainda serão oferecidas capacitações voltadas para modelagem e confecção de moda praia, moda íntima, modelista, customização, visual merchandising, além de técnico em modelagem do vestuário, entre outras oportunidades de profissionalização na área de moda. Batizada de Dr. Luiz Pessoa, a sede tem 3.656 metros quadrados de área construída, distribuídos em 28 ambientes educacionais, com 11 salas de aulas, 13 laboratórios, biblioteca, modateca, espaço para exposições e uma empresa pedagógica, onde o aluno poderá garan-



A nova sede vai contar com o primeiro curso de figurinista da região e com uma modateca

tir a vivência do conhecimento adquirido em sala de aula. Mas nem só de moda vive a nova Unidade de Educação Profissional de Caruaru. O Senac investiu em infraestrutura e em tecnologia educacional para oferecer uma programação diversificada, que proporcione capacitação nos segmentos de artes, comunicação, beleza, comércio, conservação e zeladoria, design, educação, gestão, idiomas, informática, meio ambiente, produção de alimentos, saúde, segurança, telecomunicações, lazer, hospitalidade e turismo. Em atuação desde 1946, o Senac é hoje a principal instituição brasileira de educação profissional e tecnológica para o segmento do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Em Pernambuco, atende mais de 100 mil pessoas por ano em mais de 80 cidades do estado em cursos que vão desde a formação inicial, passando pelos níveis técnico e superior, até a pós-graduação.



“

Fico muito feliz como caruaruense de ter um equipamento desse porte na cidade. O Sistema S é parceiro da sociedade brasileira, e o Senac trouxe uma das obras mais importantes, não só para Caruaru, mas para o Agreste”

João Lyra Neto
ex- governador



→ CENTRO DE CONVENÇÕES

Além da escola, Josias Albuquerque também inaugurou o Centro de Convenções Empresário Djalma Farias Cintra, uma homenagem ao empresário local. Segundo o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, o nome do empresário foi escolhido por vários motivos, entre eles por ser uma referência em desenvolvimento em Caruaru e em outros estados. "Djalma é um empreendedor extraordinário, que tem crescido pela força de vontade e pela contribuição que dá à população de Caruaru", elogiou. O senador Douglas Cintra, filho do homenageado, também destacou a importância do empreendimento e da justa homenagem: "Como cidadão caruaruense, tenho a honra de poder afirmar que, em todos os lugares em que falamos dessa grande obra para Caruaru e região, foi unânime a constatação de que Djalma Cintra é uma referência para todos nós". O Centro de Convenções ocupa uma área de mais de quatro mil metros quadrados e conta com um auditório principal, com capacidade para 644 pessoas, dois miniauditórios com cem lugares cada e um auditório com 200 assentos, além de um salão de eventos. Para o prefeito de Caruaru, José Queiroz, a chegada desse centro traz uma nova perspectiva no turismo de negócios para a região. "O primeiro impacto positivo é o preenchimento de uma lacuna no nosso equipamento promocional. Agora, podemos realizar eventos de alcance regional e nacional, em instalações modernas e adequadas, além de promover o turismo de negócios, sediando, inclusive, congressos e encontros normalmente realizados no Recife", ressalta Queiroz. Em seu discurso na inauguração, o empresário Djalma Cintra, responsável pela rede Bonanza de supermercados e atacado, destacou a importância da nova sede do Senac e do Centro de Convenções para o desenvolvimento da região. "Este novo equipamento vai fazer relevante diferença na vida das pessoas e no seu futuro em um município que é conhecido por sua vocação empreendedora, criando um círculo vicioso de crescimento. Ele vai contribuir para as pessoas que encontram no Senac uma oportunidade de investir no seu futuro", falou.

O CENTRO DE CONVENÇÕES

- 1 AUDITÓRIO DE 644 LUGARES
- 1 FOYER
- 2 MINIAUDITÓRIOS PARA 100 LUGARES
- 1 AUDITÓRIO PARA 200 LUGARES
- 1 SALÃO DE EVENTOS





Josias Albuquerque, o diretor financeiro da CNC, Luiz Gil Siuffo, e o ex-governador João Lyra Neto na inauguração

→ OS HOMENAGEADOS

Formado em Direito e línguas neolatinas, Luiz Pessoa foi uma referência na história da educação em Caruaru. Foi professor, secretário, diretor e, posteriormente, proprietário do Ginásio de Caruaru, mais tarde conhecido como Colégio Caruaru. Fundou a Academia de Comércio de Caruaru e o Instituto Santo Antônio, que veio a se chamar Colégio Santo Antônio. Seguindo seu ideal de dotar a cidade com escolas de ensino superior, o professor Luiz Pessoa fundou as faculdades de Direito e de Odontologia e teve papel fundamental na criação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Caruaru (Fafica). Foi também vereador e líder da maioria no Legislativo. Embora tenha nascido em Nazaré da Mata em 1907, recebeu o título de cidadão caruaruense em 1959. Faleceu em 1985 deixando esposa e cinco filhos.

O empresário Djalma Cintra precisou ser emancipado, aos 17 anos para administrar a primeira empresa: uma pequena mercearia. De lá para cá, os negócios só cresceram e, atualmente, o grupo conta com operações no varejo, atacado e atacarejo. São 19 lojas com a marca Bonanza, em cidades do interior de Pernambuco e da Paraíba, além de operações como Balcão, Comprão, Aliança Distribuidora e Multi Distribuidora, que distribuem marcas renomadas como Danone, Unilever, Johnson & Johnson, entre outras. Juntas, as operações geram quase quatro mil empregos diretos. Djalma Farias Cintra fundou o Sindicato de Lojistas do Comércio de Caruaru, é formado em Direito e cursou MBA em Gestão de Negócios, pela Universidade de São Paulo (USP). Casado com Marliete Cintra há mais de 50 anos, é pai de seis filhos. □



“

Essa nova estrutura
vai ajudar e muito
na qualificação da
nossa mão de obra.
É oportunidade
de emprego e
aprendizagem”

Raquel Lyra
deputada estadual

CONHEÇA A ESTRUTURA DO SENAC CARUARU

- 11 SALAS DE AULA
- 2 LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA
- 1 LABORATÓRIO DE MANUTENÇÃO/ REDES
- 1 LABORATÓRIO DE IMAGEM PESSOAL
- 1 LABORATÓRIO DE ENFERMAGEM
- 1 LABORATÓRIO DE IDIOMAS
- 1 LABORATÓRIO DE MODA
- 1 LABORATÓRIO DE CRIAÇÃO
- 1 MODATECA
- 1 LABORATÓRIO DE MANICURE E PODOLOGIA
- 1 LABORATÓRIO DE MAQUIAGEM
- 1 LABORATÓRIO DE ESTÉTICA
- 1 COZINHA-DIDÁTICA
- 1 SALÃO DE BELEZA-ESCOLA
- 1 BIBLIOTECA
- 1 ESPAÇO DE EXPOSIÇÕES
- EMPRESA PEDAGÓGICA
- 1 LANCHONETE-ESCOLA, COM DUAS COZINHAS



“

A nova sede do Senac
é um avanço para
a instituição seguir
preparando empresas
para desafios”

José Queiroz
prefeito de Caruaru

MENOS AMARRAS PARA AS EMPRESAS

Em votação, Novo Código Comercial Brasileiro pretende modernizar a legislação referente às empresas

POR ANTONIO TINÉ

A Câmara dos Deputados deve votar neste segundo semestre uma das matérias mais esperadas pelo empresariado do País: o Novo Código Comercial Brasileiro. O Projeto de Lei (PL) 1.572/11, de autoria do deputado federal Vicente Cândido (PT-SP), tem como previsão dinamizar as relações comerciais entre os empresários, ou seja, tornar mais segura a prática de investimentos e operações, envolvendo o funcionamento e o fortalecimento de empresas, a redução de custos e perspectivas de geração de novos empregos. O Novo Código Comercial ressalta a função social da empresa, a liberdade de iniciativa e a liberdade de concorrência.

O Código Comercial vigente é de 1850, ou seja, da época do Império, e o projeto em tramitação no Congresso Nacional traz como vantagens, de acordo com o presidente do Sistema Fecomércio/Senac/Sesc-PE, Josias Albuquerque, a desburocratização da empresa, o aumento da segurança jurídica entre os empresários e a modernização da legislação empresarial, inclusive, com a eliminação da documentação em papel. “Temos que modernizar e simplificar a vida do empresário para aumentar

O ATUAL CÓDIGO
COMERCIAL É DE

1850

a sua competitividade. O objetivo é eliminar as travas nas relações entre empresas”, destaca.

Na visão do presidente do Sistema Fecomércio/Senac/Sesc-PE, “o Brasil precisa urgentemente de uma legislação moderna e mais inteligente, capaz de fortalecer as relações comerciais, eliminar conflitos e inserir o País no mercado comercial globalizado”. Com o passar dos anos, muito do que estava previsto no Código Comercial foi revogado. Novas leis surgiram para atender e regular, de forma pontual, as mudanças na economia brasileira, teve como principal alteração a entrada em vigor, em 2003, do novo Código Civil. O atual Código Civil revogou toda a “Parte Primeira” do Código Comercial de 1850, correspondente ao Direito Comercial Terrestre. Do Código Comercial vigente restou apenas a parte correspondente ao “Comércio Marítimo”.



O atual projeto em tramitação na Câmara dos Deputados conta com mais de 600 artigos divididos em cinco livros, que tratam das empresas, das sociedades empresariais, das obrigações dos empresários, da crise da empresa e de disposições finais e transitórias, bem como com livros específicos do Agronegócio e do Direito Comercial Marítimo. Para o presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), Antonio Oliveira Santos, a iniciativa é de extrema importância, e não só para os empresários, pois o texto em discussão vai influenciar a vida de todo cidadão brasileiro, tendo em vista que pretende reduzir as amarras que travam o crescimento da atividade empresarial no Brasil; o novo Código, portanto, poderá gerar desenvolvimento econômico, social e cultural, fortalecendo a função social das empresas. “O disciplinamento da atividade empresarial em geral interessa ao governo e ao empresário, mas também a toda a sociedade. Regras claras, factíveis e justas garantiriam o aumento da competitividade comercial brasileira, e esse aumento se traduz em produtos e serviços mais baratos e com maior qualidade; traduz-se em mais desenvolvimento econômico e social para todos”, afirma Oliveira Santos, em matéria publicada no CNC Notícias.

➔ MODERNIZAÇÃO

Na avaliação do deputado federal e vice-presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (SD-SE), Laércio Oliveira, o novo Código Comercial brasileiro irá fomentar a liberdade de iniciativa, a liberdade de competição e a função social da empresa. O foco principal do novo Código Comercial, de acordo com



Temos que modernizar e simplificar a vida do empresário para aumentar a sua competitividade”

Josias Albuquerque

o parlamentar, é modernizar a Lei acerca das empresas, para que elas possam funcionar e se desenvolver melhor, sem as amarras que atualmente existem. “E não falamos apenas sobre o empresariado, mas também com relação ao impacto na vida de todos os brasileiros, pois empresas criam postos de trabalho, atendem às necessidades dos consumidores, geram negócios e oportunidades e ainda atraem novos investidores para o nosso País”, defende. Para ele, uma das



PROJETO DO NOVO CÓDIGO CONTA COM MAIS DE

600 ARTIGOS

grandes novidades que virão com a criação do novo Código Comercial se refere ao comércio eletrônico. Esse segmento da economia movimentou, segundo dados da consultoria especializada no setor eMarketer, US\$ 16,28 bilhões em 2014, um crescimento de 22% em comparação ao ano anterior. Esse resultado fez com que o País entrasse na lista dos dez maiores mercados globais. O Brasil é o único país da América Latina a figurar no ranking dos dez maiores mercados de comércio eletrônico. A eMarketer estima que as vendas desse segmento no País devem crescer 15,5% este ano, 13,5% em 2016, 11,5% em 2017 e 10,0% em 2018, quando chegarão a US\$ 26,17 bilhões, uma fatia de 4,8% das vendas totais no varejo, de 3,8% atualmente.

“Atualmente, grande parte dos negócios entre empresários é realizada por meio de plataformas eletrônicas, acessíveis pela internet, sendo essa realidade ainda não prevista em lei. No novo Código, vale ressaltar, será disciplinado apenas o comércio eletrônico entre empresários, não se confundindo com a relação consumerista”, explica. Para tirar dúvidas e mostrar as vantagens da criação de um novo Código Comercial para o País, o deputado está há três anos viajando pelos

FIQUE POR DENTRO:

O QUE É UM CÓDIGO COMERCIAL?

O Código Comercial disciplina as relações jurídicas entre empresas e empresários. Trata dos contratos celebrados entre empresas, dos contratos firmados entre essas e os bancos, dos títulos que viabilizam o financiamento privado das atividades econômicas, dos direitos e obrigações dos sócios e das medidas relativas à crise da empresa (falência e recuperação judicial).

QUAIS OS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE EMPRESARIAL DEFENDIDOS PELO NOVO CÓDIGO?

Os princípios gerais defendidos pelo novo Código são: liberdade de iniciativa, liberdade de competição e função social da empresa.

QUAIS AS NOVIDADES TRAZIDAS PELO NOVO CÓDIGO COMERCIAL REFERENTES À ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL?

O objetivo do Projeto de Novo Código Comercial é simplificar a contabilidade dos empresários, dando maior importância às normas criadas pelos próprios contabilistas, por meio do Conselho Federal de Contabilidade.

estados brasileiros. “Estamos ouvindo a sociedade civil organizada, universidades, entidades de classe, estudantes e empresários. Realizamos, inclusive, com o apoio da CNC, um seminário internacional para conhecer a experiência de países como Alemanha, Itália e Espanha. Realizei dezenas de audiências públicas. Portanto, acho que chegou a hora de votar o Projeto”, garante. ▢

QUE CATEGORIA EMPRESARIAL OU SEGMENTO ECONÔMICO DEVERÁ SER MAIS BENEFICIADO PELO NOVO CÓDIGO COMERCIAL?

O Projeto de Novo Código Comercial será benéfico para os empresários em geral, simplificando e racionalizando o dia a dia da empresa, dando força aos contratos, coibindo práticas desleais, legalizando o comércio eletrônico, etc. O empresário competente, honesto e dedicado será beneficiado, independentemente do seu porte ou do segmento de atividade econômica em que atua.

O QUE O NOVO CÓDIGO COMERCIAL TRAZ DE AVANÇO NA PROTEÇÃO AO COMÉRCIO ELETRÔNICO?

Atualmente, grande parte dos negócios entre empresários é realizada por meio de plataformas eletrônicas acessíveis pela internet. Essa realidade, contudo, ainda não é disciplinada pela lei. O Projeto de Novo Código Comercial disciplina apenas o comércio eletrônico entre empresários. O comércio eletrônico com os consumidores será objeto de disciplina na reforma do Código de Defesa do Consumidor.

*Fonte: cartilha “Novo Código Comercial: O que muda no dia a dia das empresas e do cidadão”, da CNC.

→ ENTREVISTA

“Novo Código Comercial garante atração de investimentos e segurança jurídica”

A criação de um Novo Código Comercial Brasileiro não é uma unanimidade entre todos os agentes envolvidos no processo. Os defensores alegam que o País precisa modernizar sua legislação para promover e facilitar as relações jurídicas e garantir um maior desenvolvimento da atividade empresarial. Alguns críticos, por sua vez, avaliam que, com a entrada em vigor, em 2002, do novo Código Civil, as relações do Direito Comercial/Empresarial já estão atendidas. Para dirimir dúvidas e explicar as vantagens e os benefícios que o Novo Código vai trazer para o mercado, a Informe Fecomércio conversou com o advogado Hermann Dantas do Nascimento, do escritório Almeida Advogados Associados, especialista no assunto.

→ O BRASIL REALMENTE PRECISA DE UM NOVO CÓDIGO COMERCIAL?

Sim. O Código Civil de 2002 unificou o Direito Privado, ou seja, num único diploma legal, reuniu as matérias de Direito Civil e Direito Comercial/Empresarial, exceto o capítulo concernente ao Direito Marítimo. Esse processo de unificação do direito privado aconteceu na Itália, no ano de 1942, com a adoção do Novo Código Civil Italiano e o Brasil adotou esse modelo quando da edição do Código Civil de 2002. No entanto, os especialistas do Direito Comercial/Empresarial vêm sustentando que essa unificação causa entrave nas relações jurídicas empresariais, visto que o Direito Civil e o Direito Empresarial são ramos autônomos com seus respectivos princípios e normas correlatas.

→ QUAIS AS PRINCIPAIS VANTAGENS QUE O NOVO CÓDIGO COMERCIAL VAI PROPORCIONAR ÀS RELAÇÕES DE MERCADO ENTRE EMPRESAS, EMPRESÁRIOS, GOVERNO E CONSUMIDORES?

Como dito acima, o Direito Comercial/Empresarial tem seus próprios princípios e regras específicos e a importância do Novo Código Comercial/Empresarial é justamente calcada na aplicação prática desses princípios, tais como livre iniciativa, função social da empresa, etc., sempre no intuito de promover e facilitar as relações jurídicas empresariais e, assim, alavancar a criação e manutenção de empresas, pois



“

A ideia precípua da criação do novo Código Comercial é a atração de investimentos e segurança jurídica”

Hermann Dantas

hoje é cediço de todos que a empresa exerce uma função social, ou seja, ela proporciona empregos, gera postos de trabalho, promove a arrecadação de tributos nas esferas Federal, Estadual e Municipal. Os consumidores, portanto, serão beneficiados com a edição de normas que atendam ao dinamismo do mundo empresarial.

→ QUAIS OS PRINCIPAIS AVANÇOS PROPOSTOS PELO PROJETO DE LEI 1.572/2011, DO DEPUTADO VICENTE CÂNDIDO (PT-SP), QUE INSTITUI O CÓDIGO COMERCIAL E QUE ESTÁ PARA SER VOTADO, AINDA ESTE ANO, PELA CÂMARA DOS DEPUTADOS?

O Projeto de Lei nº 1.572/2011, que institui o Novo Código Comercial, abarca pontos relevantes concernentes ao Direito Comercial/Empresarial. Podemos, por exemplo, citar uma vez mais a aplicação dos princípios específicos desse respectivo ramo do direito, assim como os artigos que visam regular a desconsideração da pessoa jurídica, pois sabe-se que esse instituto vem sendo desrespeitado, o que inibe a criação de novas empresas. Vale também destacar que o Novo Código traz em seu bojo um livro específico para os títulos de crédito (cheques, nota promissória, duplicata), além de novidades como a sociedade unipessoal e a empresa em regime fiduciário, a falência transnacional, dentre outros institutos. No entanto, no que tange às sociedades anônimas, a ideia é manter que essas continuem sendo reguladas pela Lei 6.404/76, ou seja, lei específica, bem como pelo regime falimentar e as recuperações judicial e extrajudicial disciplinadas na Lei federal nº 11.101/2005.

→ QUAL A RELAÇÃO ENTRE O CÓDIGO CIVIL E O CÓDIGO COMERCIAL?

Na atualidade, por serem típicas relações de direito privado, as relações comerciais estão disciplinadas no Código Civil, exceto o Direito Marítimo, como acima apontado. Todavia, apesar de pertencerem ao direito privado, são ramos autônomos, com princípios e regras próprias e com arrimo nesse suporte fático é que necessitam que sejam regulados em códigos distintos, pois as regras constantes no atual Código Civil não são suficientes para abarcar as peculiaridades do Direito Empresarial/Comercial atual, haja vista que a dinâmica do mundo empresarial moderno é muito intensa.

→ O QUE MUDOU NAS RELAÇÕES DE MERCADO QUE FAZ COM QUE O CÓDIGO CIVIL, EM VIGOR DESDE 2003, TENHA QUE SER SEPARADO E, NA ATIVIDADE ECONÔMICA, SUBSTITUÍDO POR UM NOVO

CÓDIGO COMERCIAL?

O Brasil é um país que tem uma forte economia, apesar da crise momentânea que estamos vivenciando, e a mola propulsora dessa economia é a liberdade de empreender, que é derivada do princípio da livre iniciativa estampado no artigo 1º, inciso IV da Constituição Federal de 1988, um dos fundamentos da República Federativa do Brasil. Assim, a criação de um novo código vai em sentido linear à aplicação prática desse princípio fundamental, visto que as normas que estão elencadas no atual Código Civil não são suficientes para tal consecução, pois, pelo fato de o direito comercial/empresarial estar contido no Código Civil, nem sempre vem recebendo a interpretação adequada pelos operadores do direito, influenciados por princípios e regras típicas do direito civil e não do direito empresarial propriamente dito.

→ O QUE O NOVO CÓDIGO TRAZ DE NOVIDADES PARA O COMÉRCIO ELETRÔNICO?

Foram apresentadas duas Emendas a respeito desse assunto: a primeira (a), de caráter supressivo (Emenda Supressiva nº 41/12), propõe que o Código Comercial não regule a matéria; e a segunda (b), de caráter aditivo (Emenda Aditiva nº 46/12), sugere que a lei específica regule o comércio eletrônico e suas especificações. Particularmente, creio que a Emenda Aditiva nº 46/12, do Deputado Laércio Oliveira, no sentido de que o comércio eletrônico e suas especificações sejam disciplinados em lei específica, seja a mais coerente, haja vista a complexidade da matéria e de suas peculiaridades. Ademais, é sabido que, por força do artigo 49 (Art. 49 - O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio) do Código de Defesa do Consumidor, em que uma das partes é um consumidor e a outra um fornecedor de serviços ou produtos, as compras realizadas pela internet são reguladas pelo conteúdo de normas consumeristas, ou seja, estão enquadradas dentro da seara que protege os consumidores. Assim, o comércio eletrônico que o Projeto de Lei nº 1.572/2011 visa regulamentar é justamente aquele oriundo de relações empresariais e não de consumo.

→ COM O NOVO CÓDIGO, O QUE MUDA NO DIA A DIA DO EMPRESARIADO?

A intenção precípua do Projeto de Lei nº 1.572/2011

de instituir o Novo Código Comercial é promover a aplicação de institutos típicos do direito comercial/empresarial de forma autônoma e com a leitura adequada que merecem. Com efeito, esse objetivo será alcançado com a edição de um Código que reflita as necessidades e peculiaridades das relações jurídicas comerciais/empresariais e que promova o dinamismo e segurança para que os empreendedores (pequenos, médios e grandes) se sintam agasalhados por uma legislação que norteie esses ideais. No entanto, vale ressaltar que o referido projeto de lei está em consonância com as legislações correlatas, tais como legislação trabalhista, consumerista, tributária, etc., pois visa a aplicação do princípio da livre iniciativa, não de forma isolada, mas em plena harmonia com os valores sociais do trabalho, defesa do consumidor, redução das desigualdades regionais e sociais, busca do pleno emprego e demais princípios gerais atinentes à atividade econômica.

→ DIANTE DA REALIDADE DO MUNDO DOS NEGÓCIOS, EXTREMAMENTE COMPLEXA E DINÂMICA, FAZ REALMENTE SENTIDO REGULAR AS MAIS DIVERSAS MATÉRIAS DE UMA DETERMINADA ÁREA DO CONHECIMENTO EM UM NOVO CÓDIGO COMERCIAL?

De fato, pois essa é a intenção principal do atual Projeto de Lei nº 1.572/2011, ou seja, devido ao dinamismo e complexidade das relações jurídicas empresariais, o atual Código Civil que regula a matéria está um pouco obsoleto e não vem conseguindo acompanhar as demandas da seara jurídica empresarial. Logo, também temos ciência de que algumas situações, devido ao seu corriqueiro dinamismo, a título de exemplo, o comércio eletrônico, deverão ser reguladas por leis especiais, pois é ilusão acreditar que um Código Comercial/Empresarial abarcará todas as situações. Por isso, em caso de lacuna, caberá a aplicação de princípios específicos

do direito comercial/empresarial para uma decisão mais consentânea desse ramo do direito privado.

→ A EXISTÊNCIA DE UM NOVO CÓDIGO COMERCIAL VAI SIGNIFICAR MAIOR SEGURANÇA JURÍDICA E GARANTIR QUE AS NORMAS DO DIREITO COMERCIAL TERÃO MAIOR EFETIVIDADE?

Sim. É justamente visando uma maior segurança jurídica que se pretende incluir no ordenamento jurídico pátrio um novo Código Comercial, que regulará com maior detalhamento possível as relações jurídicas típicas do mundo empresarial, e isso apenas será possível com normas jurídicas voltadas para a promoção de princípios e regras específicas do direito comercial/empresarial, mas sempre em consonância com outros valores jurídicos postos em nosso ordenamento jurídico.

→ ALGUNS CRÍTICOS DO NOVO CÓDIGO COMERCIAL AFIRMAM QUE ELE SOMENTE AUMENTARÁ A INSEGURANÇA JURÍDICA E AFASTARÁ O INVESTIMENTO. COMO O SENHOR AVALIA ESSA COLOCAÇÃO?

Seria interessante, antes de emitir um juízo de valor, que as pessoas procurassem colher mais informações acerca do Projeto de Lei nº 1.572/2011, pois o que mais se tem buscado com tal projeto é a promoção da segurança jurídica e a atração de investimentos. Consequindo esses objetivos, surgirão mais e mais empresas, que representam uma função social crucial para esse país, haja vista que são responsáveis pela criação de empregos, geração de riquezas, arrecadação de tributos, etc. Enfim, com total respeito aos que defendem essa inverdade, estão devidamente equivocados, porque a ideia precípua da criação do novo Código Comercial é a atração de investimentos e segurança jurídica, e isso apenas será alcançado com a edição de uma legislação que vise atender esses objetivos.



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
Espinheiro - Recife-PE - CEP: 52020-000
Fone/Fax: (81) 3221-0612 / 3221-0798
E-mail: almeidaadv@hotmail.com.br / almeidaadv@hotmail.com

ARTE

TEATRO AO ALCANCE DE TODOS

O projeto Palco Giratório Pernambuco interioriza sua programação e investe em ações formativas

POR ELAYNE COSTA

Uma janela de emoção no coração e na cabeça. É dessa forma que o acesso à cultura pode ser definido. O mundo mágico do teatro está conquistando cada vez mais expectadores e chegando a lugares onde a arte é pouco difundida. Esse cenário vem sendo mudado pouco a pouco com a descentralização das atividades artísticas da capital para o interior, o que, além de formar plateias, incentiva o empreendedorismo do setor. Focado em levar apresentações teatrais de qualidade para todas as regiões do Estado, o projeto Palco Giratório, que está na sua 17ª edição, movimenta programação até o mês de novembro.

Considerada a maior iniciativa de artes cênicas em circulação no país, com curadoria nacional do Serviço Social do Comércio (Sesc), o projeto ampliou a interiorização das apresentações e o investimento nas ações formativas. Apresentam-se 12 dos 20 espetáculos selecionados, passando por 14 cidades do Estado. Ao total, serão 50 apresentações e 216 horas de atividades de formação divididas mensalmente. Além dos grupos teatrais do Estado, companhias do Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Santa Catarina, Goiás, Bahia, Ceará, Rio Grande do Norte e Maranhão mostram o seu trabalho. “O Palco Giratório mudou a lógica da gestão de projetos culturais no país, rompendo a ideia de concentração nas capitais e chegando aos mais longínquos territórios do Brasil. Em Pernambuco é história. Não é apenas um projeto de circulação de espetáculos e de realização de cursos e oficinas. É uma escola de formação de plateias, espaço de convivência e saberes. Uma intervenção para o cidadão que tem tanta dificuldade de acesso à arte e ao conhecimento nos processos de criação artística”, explicou o Gerente de Cultura do Sesc Pernambuco, José Manoel Sobrinho.

Durante os seus 17 anos, os diversos tipos de espetáculos circularam por cidades como: Petrolina, Lagoa Grande, Ouricuri, Trindade, Araripina, Bodocó, Exu, Salgueiro, Serra Talhada, Santa Cruz da Baixa Verde, Triunfo, Arcoverde, Ibimirim, Floresta, Buíque, Pesqueira, Garanhuns, Belo Jardim, Caruaru, Surubim, Goiana, Camaragibe, São Lourenço da Mata, Jaboatão dos Guararapes, Olinda e Recife.

“Esta edição privilegiou o público e os grupos do interior, e, no caso do Recife, criou novas possibilidades de formato e manutenção das companhias locais, através do número de intercâmbios, no Recife e em Petrolina”, disse a curadora do Palco Giratório, Galiana Brasil.



Projeto Palco Giratório
está na sua 17ª edição com
programação até novembro



Segundo o Gerente de Cultura do Sesc Pernambuco, José Manoel Sobrinho, o interior sempre foi foco do projeto, o que foi fortalecido este ano. "Podemos adiantar que o formato foi acertado. O intercâmbio com os grupos de Pernambuco tem deixado um saldo de resultados muito expressivos, e, de fato, fortalece a cadeia produtiva. O público tem acolhido os espetáculos e os artistas de modo muito significativo. A estratégia do Sesc é muito cuidadosa. Não é simplesmente levar um espetáculo ao interior, é a promoção de um processo de troca de conhecimentos e de experiências, é uma proposta educativa para a qualificação das experiências artísticas", pontuou.

Até novembro, seis grupos de várias regiões do Brasil ainda passam por aqui. Entre as atrações, haverá uma residência artística com a Companhia Traço, do Paraná, que subirá ao palco com a peça *As Três Irmãs* e ainda ministrará curso no mês de outubro para atores e diretores, em intercâmbio com a pernambucana Fiandeiros. Na programação, também estão o espetáculo *Nina*, o *Monstro* e o *Coração*, do grupo *Clareira de Teatro* e *A Dança Contemporânea* em *Domicílio*, com a bailarina Claudia Müller.



“
A estratégia
do Sesc não é
simplesmente
levar um
espetáculo
ao interior, é
a promoção
da troca de
conhecimentos e
experiências,
uma proposta
educativa”

José Manoel Sobrinho





PERNAMBUCANOS

Dois grupos do Estado fazem parte dos selecionados para o circuito nacional, ambos na linguagem de dança. O primeiro é o espetáculo O Silêncio e o Caos, com o bailarino Dielson Pessoa, que retrata a experiência vivida por ele mesmo. Em cena, é abordado o tema da patologia psíquica, do reconhecimento e pesquisa do problema como porta para conhecimento do comportamento humano. Na primeira etapa do circuito nacional, o bailarino passou pela Bahia, Ceará, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília. Até novembro, 30 cidades das regiões Sul, Sudeste e Nordeste vão receber o espetáculo. “Ser escolhido para participar desse projeto, que considero importante na atualidade para as artes cênicas do país, foi um grande presente. Todo artista sonha em estar em um circuito como esse, em que a seriedade e o profissionalismo de todos os curadores e os demais profissionais envolvidos provam que é possível oferecer no Brasil o melhor da arte, de diferentes partes do território, para toda a população”, afirmou Dielson.

Além do incentivo à cultura, o projeto também é fonte da geração de empregos. “As ações do Palco são responsáveis pelo desenvolvimento sério e profissional da arte brasileira. As equipes de cada cidade são muito disciplinadas e possuem experiência profissional de excelência”, completou o bailarino. De acordo com ele, a expectativa é justificar em cada apresentação a qualidade do espetáculo e o motivo da presença no projeto. No Circuito Especial de Dança, ganhou reconhecimento o Balé Popular do Recife, fundado em 1977, com o espetáculo Nordeste: A Dança do Brasil, que faz um passeio pelas principais manifestações artísticas e culturais encontradas na região. A turnê foi iniciada pelas cidades de Parnaíba e Teresina, no Piauí, e em seguida passou por Fortaleza, Feira de Santana, Maceió, Aracaju, Recife, Poconé, Vitória, Cuiabá, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Paulo Afonso, Brasília, Florianópolis, Curitiba, Santos e São Paulo. Ao todo, o circuito passará por 22 cidades, nas cinco regiões do país. O elenco para apresentação foi reduzido para 15 integrantes, contando com a participação especial de Ângela Fischer, que, além de diretora geral, também é uma das fundadoras da companhia.

“O espetáculo marca a consolidação da metodologia básica de dança, instituída por André Madureira e os demais pioneiros do Balé Popular no Recife. Nele estão representados os quatro ciclos festivos desse método, que trabalha e desenvolve uma linguagem original em dança popular do Nordeste, desde o reisado até o frevo, passando por bumba-meu-boi, coco, ciranda, forró, xaxado, afro, maracatu, caboclinhos, capoeiras e maculelê”, explicou a produtora do Balé Popular do Recife, Christianne Galdino.

De acordo com ela, participar do Palco



CONEXÕES EM TRÊS CIDADES

Com atuação local, as Aldeias Culturais são um braço do projeto Palco Giratório. Realizando conexão entre diversas linguagens artísticas como teatro, música, dança, cinema, artesanato e exposições, a iniciativa é distribuída em três cidades do Estado. São quatro aldeias: a Vale Dançar, que aconteceu em abril, a Velho Chico, em agosto (ambas na cidade de Petrolina), a Aldeia Yapoatan, em Jaboatão dos Guararapes, que será realizada em setembro, e a última, fechando o ciclo de ações, é a Aldeia Olho D'água dos Bredos, em outubro, no município de Arcoverde.

“A expectativa é de que as Aldeias aumentem o alcance de atuação, através da inserção de novos municípios e comunidades incluídas, como aconteceu com a Aldeia Velho Chico, que englobou a cidade de Lagoa Grande, e a Aldeia Yapoatan, que chegará até Moreno”, explicou a curadora do Palco, Galiana Brasil.

As Aldeias recebem ações de arte e cultura organizadas pelos Departamentos Regionais do Sesc durante a passagem de espetáculos do Palco Giratório por seus territórios. A fidelidade às raízes é o objetivo da iniciativa, que traz para abertura um cortejo e também realiza uma maratona cultural, com 12 horas ininterruptas de programação.

Giratório é uma oportunidade única de fortalecer o Balé como grupo e de divulgar a cultura popular de Pernambuco. “A difusão ainda é um dos principais desafios do processo de desenvolvimento de companhias de dança, principalmente dos grupos situados em cidades distantes do eixo Rio-São Paulo. Receber essa homenagem, de uma instituição renomada como o Sesc, é uma honra e, ao mesmo tempo, uma missão para nós. Ela vem coroar a trajetória de um grupo que há quase 40 anos realiza um árduo trabalho de preservação, ressignificação e divulgação das danças e folguedos”, completou. ▢



CONSULTORIA VERDE E EMPRESAS NO AZUL

Uso de sustentabilidade pelas empresas fideliza o consumidor.
Consultorias de planejamento são acionadas pelos estabelecimentos

POR PEDRO PAULO CATONHO

A utilização de atividades voltadas à sustentabilidade, além de preservar o ambiente, traz retornos financeiros para as empresas. Projetos socioambientais aumentam em até 4% o valor de mercado das companhias, de acordo com um levantamento da consultoria espanhola *Management & Excellence* (2010). Um estudo de 2012, feito pela Uniethos com 250 instituições brasileiras, apontou que 69% reconhecem que a inserção da preocupação ecológica no planejamento estratégico é uma necessidade. De olho nessa realidade, muitas empresas buscam apoio de consultorias de planejamento sustentável, com foco no direito ambiental, engenharia e marketing. “Estamos presenciando uma revolução no consumo, pressionada até mesmo pelas atuais circunstâncias econômicas. Isso torna o comprador mais exigente, mais seletivo. A ONU e até o Vaticano têm pressionado a favor da

utilização consciente de produtos. E quem estiver se adequando a essa realidade estará se habilitando estrategicamente a embarcar no ‘bonde do futuro’”, disse o advogado Hélio Gurgel Cavalcanti. Integrante da equipe de Direito Ambiental da Martorelli Advogados, ele atua nas esferas Administrativa e Judicial, desempenhando advocacia consultiva e contenciosa e executando procedimentos perante órgãos de fiscalização e controle, nas repercussões judiciais cíveis e criminais. As grandes empresas, através de suas políticas, precisam adotar a racionalidade ambiental com soluções de sustentabilidade, e o processo não é simples, na opinião do representante da Fecomércio-PE no Grupo de Trabalho Técnico de Meio Ambiente (GTTMA) na Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), José Almeida de Queiroz. “É preciso mudar todo um estilo de vida, não só dos funcionários, mas também das pessoas envolvidas em todo o processo. A partir de 1972, o alerta vermelho foi dado

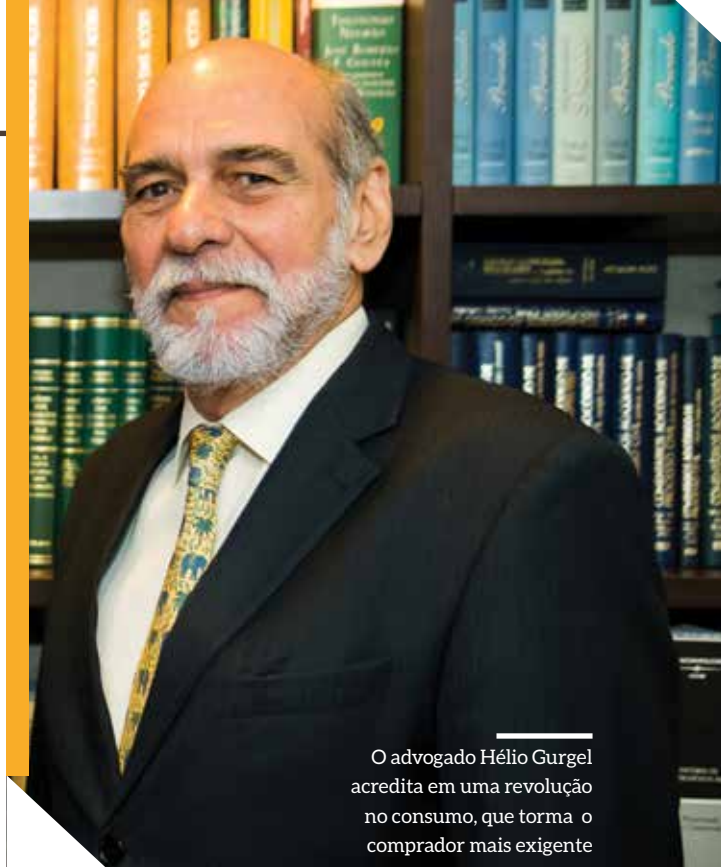
na Conferência de Estocolmo, promovida pela ONU, quando surgiu o conceito de desenvolvimento sustentável, com base nos pilares dos aspectos ambientais, sociais e econômicos. Esse conceito foi ampliado, passando para outras esferas do conhecimento, pois estava relacionada à conservação da biodiversidade e dos sistemas de vida”, completou Queiroz. Mas o leitor deve estar se perguntando: como é feito o trabalho dessas consultorias? De acordo com Gurgel, primeiramente elas conhecem a empresa ou o grupo de pessoas com o qual irá trabalhar e entende os objetivos das atividades sustentáveis. A partir daí, faz um diagnóstico da situação, dos hábitos e processos. Na sequência, a consultoria comunica para os públicos integrantes do relacionamento da empresa. “É recomendada uma postura preventiva ao cliente, para que, através do planejamento ambiental, ele possa desempenhar as suas atividades dentro das normas exigidas, evitando multas, embargos,

suspensão de atividades, entre outras sanções impostas pelos órgãos competentes. Isso é possível dentro dos serviços que o escritório oferece, de implantação de um Sistema de Gestão Ambiental, em que são consideradas as atividades do empreendimento e as normas que as regulamentam”, explicou o advogado. Segundo um estudo do Instituto de Tecnologia de Massachussetts e do Boston Consulting Group, mais de um terço, num universo de 2.600 empresas pesquisadas, reporta lucro com seus esforços de sustentabilidade. Além disso, 48% mudaram seus modelos de negócio em função do tema. Essa alteração é feita, por exemplo, com uso de matérias-primas certificadas de origem ambientalmente corretas, ou através da prestação de serviços com a adoção de práticas que reduzem o impacto ambiental de suas operações - são as atitudes mais comuns.

As empresas realizam projetos sociais, ambientais e culturais que possam envolver articulações junto aos seus públicos. Mudança estrutural, disseminação de conteúdo ou ações ligadas à educação também são opções de atividades diversificadas utilizadas pelas instituições para se adequarem às ações ambientais. “Muitas empresas, principalmente as grandes, mantêm projetos sociais ou ambientais, geralmente ligados ao seu ramo de atividade e com o propósito de compensar algum tipo de impacto que ela cause, além de objetivar uma boa reputação para a marca. Outras praticam ações que possam gerar uma economia de recursos nos seus processos, enquadrá-las no cumprimento de leis voltadas para o meio ambiente ou mesmo certificações ISO, como a 14001 e a 26000”, explicou a proprietária da Girar Consultoria – Sustentabilidade Criativa, Ludmila Valença. A empresa realiza consultoria em Sustentabilidade Corporativa e planejamento de ações através das ferramentas do

ENTRE AS MAIS SUSTENTÁVEIS

A Natura é a única empresa brasileira presente no ranking das cem companhias mais sustentáveis do mundo, de acordo com levantamento da canadense Corporate Knights. A fabricante de cosméticos está na 44ª colocação. Biogen Idec (EUA), Allergan (EUA), Adidas (Alemanha), Keppel Land (Cingapura), Kesko (Finlândia), BMW (Alemanha), Reckitt Benckiser Group (Reino Unido), Centrica (Reino Unido), Schneider Electric (França) e Danske Bank (Dinamarca) compõem o Top 10.



O advogado Hélio Gurgel acredita em uma revolução no consumo, que torna o comprador mais exigente

marketing e da comunicação, com o foco na promoção de práticas sustentáveis e na disseminação de conteúdo.

Há muitos casos de empresas que implantaram ou estão implantando práticas ambientalmente corretas. A forma como se integram a esse grupo pode causar problemas, já que são encontradas muitas atividades que precisam ser regulamentadas, mas que, por desconhecimento dos gestores, estão descobertas. Um exemplo de destaque foi o caso da usina hidrelétrica de Belo Monte (PA). Em 2013, os gestores não atenderam às exigências de regularidade ambiental e não cumpriram as condicionantes dentro do prazo exigido.

“Vale lembrar que as multas ambientais são altas. Além disso, a adoção de práticas corretas que recomendamos quase sempre significa redução de custos, principalmente a médio e longo prazo. São ações que incluem logística, distribuição, manipulação, estocagem e embutem atividades diversas que devem ser sincronizadas. O gestor empresarial vem buscando agregar a estratégia ambiental, e é nesse ponto que entra o apoio para a indicação de implantação de programa sustentável”, completou Hélio Gurgel.

No Brasil apenas uma empresa está entre as 100 melhores no ranking das companhias mais sustentáveis do mundo. É a Natura, na 44ª colocação, de acordo com levantamento da canadense Corporate Knights. □



artigo

POR FRANCISCO SABOYA



COMÉRCIO ELETRÔNICO: MERCADO GLOBAL, BRASIL E TENDÊNCIAS

A entrada da internet na vida cotidiana em meados dos anos 1990 propiciou, entre outras coisas, o surgimento de novas estratégias comerciais. A desregulamentação da economia e a abertura dos mercados forçaram as empresas a serem mais ágeis na busca de novos clientes e na identificação de suas preferências, assim como na simplificação dos processos de pagamento e entrega de mercadorias e serviços. O chamado e-commerce explodiu, e as transações por meio da internet com pagamento on-line já passam da marca do trilhão de dólares. Segundo a consultoria eMarketer, o mercado global deverá movimentar em 2015 em torno de US\$ 1,5 trilhão. O Brasil ocupa a posição 10 do ranking da consultoria, tendo crescido 22% no ano passado. Ao todo, o País movimentou US\$ 16,28 bilhões. A expectativa da eMarketer para 2015 é de que a evolução do segmento no País seja de 15%, atingindo a

marca dos US\$ 18,8 bilhões. China e Estados Unidos controlam cerca de 60% do e-commerce do mundo, sendo os principais players. Esses países deverão movimentar na internet, em 2015, respectivamente, US\$ 562,6 bilhões e US\$ 349,06 bilhões. A estimativa é de que em 2018 só a China movimentará cifras superiores a US\$ 1 trilhão, mais que o dobro do volume esperado para os Estados Unidos e vinte e cinco vezes o estimado para o Brasil. Do ponto de vista dos produtos, observa-se que há uma clara preferência nos mercados globais por produtos eletrônicos, moda e acessórios, livros e serviços. No Brasil, essas posições se invertem e moda e acessórios assume o primeiro lugar. Isso traz novas oportunidades para a economia pernambucana, em especial para o polo de confecções do Agreste do Estado, que obviamente tem que modernizar suas plataformas eletrônicas a fim de absorver parcela desse fluxo de comércio. A consultoria AT Kearney tem uma leitura mais pessimista quanto ao desempenho do Brasil, apontando para uma participação tímida no longo prazo como reflexo do baixo potencial de crescimento do segmento no País, além de suas deficiências em infraestrutura e regulação. Segundo a consultoria, o País está na posição 21 no seu índice global de comércio eletrônico, tendo perdido nada menos que 13 posições desde a última medição. E não custa lembrar que somos a sétima economia do planeta. Contribuem para esses indicadores pálidos principalmente o mau desempenho geral da economia, a falta de investimentos nos gargalos de logística e a baixa qualidade da banda larga. Mas outros aspectos não podem ser desprezados, como, em especial, o baixo apetite do empresariado nacional por esse tipo de tecnologia de negócios. Segundo dados do CGI – Comitê Gestor da Internet Brasil, metade dos domicílios brasileiros já possui computador, em sua maioria com acesso à internet. E os usuários, com forte presença nas redes sociais (cerca de 77%), são tam-

bém grandes consumidores potenciais do e-commerce. Para se ter uma ideia, 65% desse universo procura regularmente informações sobre produtos, e um terço concretiza as transações, em especial devido à economia de tempo, maior variedade de produtos e possibilidade de comparação de preços. Em 2014, foram mais de 103 milhões de pedidos, com um ticket médio de cerca de R\$ 350,00.

Todavia, quando se olha o e-commerce sob a perspectiva do empresariado, observa-se uma grande assimetria de comportamento. No universo de empresas com dez ou mais empregados, pouco mais de um terço possuem alguma presença nas redes sociais – lugar onde se encontra a maior parte de sua clientela. E para fechar o quadro, verifica-se que apenas 13% realizam transações eletrônicas, muitas delas limitando-se à frustrante emissão de boletos de pagamento ao final do processo. Um dos principais argumentos é a tradição. Aqui vale um alerta: o comércio eletrônico é um dos segmentos da economia mais dinâmicos, e não apenas quanto ao ritmo de crescimento, mas também quanto às mudanças no portfólio de produtos e serviços e às exigências dos consumidores. É muito provável que a maioria dos que leem este artigo já deve ter comprado CDs e DVDs, produtos que praticamente nem mais existem.

Tradição não combina com inovação. É bom se livrar das velhas práticas e experimentar as novas possibilidades que a internet propicia, abrindo os olhos para o incrível mundo do comércio eletrônico. Essa é uma tarefa que a Fecomércio pode conduzir com amplas chances de êxito, particularmente, entre tantas iniciativas, por meio de ações educativas e de conscientização do empresariado a serem implementadas com apoio do Senac.

Francisco Saboya,
economista, presidente do Porto
Digital e coordenador da Câmara
de TI da CNC



XIII CONGRESSO
INTERNACIONAL
DE TECNOLOGIA
NA EDUCAÇÃO

EDUCAÇÃO, TECNOLOGIA E A ESCOLA DO FUTURO

Inscrições

R\$ 140,00

Vagas
limitadas

Palestras • Conferências • Minicursos • Salão de Tecnologia e Inovação • Espaço do Conhecimento

23 a 25 de setembro de 2015
Centro de Convenções de Pernambuco

Palestrantes

Adriana Martinelli (SP), Alex Inácio (PE), Ana Cláudia Dias (PE), Brasilina Passarelli (SP), Bruno Lira (PE), Carlos Soares (PE), Carlos Marcelo (Espanha), Cláudia Sansil (PE), Denilson Rossi (PR), Edgar Morin (França), Eduardo Lyra (SP), Eduardo Shinyashiki (SP), Fernando Azevedo (PE), Gildo Neves Baptista (PE), Gustavo Moretto (DF), Leila Vasconcelos (PE), Leo Fraiman (SP), Leonardo Batista (RJ), João Nascimento (PE), Jussara Hofmann (RS), Kátia Smole (SP), Massimo di Felice (SP), Marcelo Feres (DF), Maria Teresa Maldonado (SP), Mário Ghio Jr (SP), Maristela Andrade (PE), Moacir Gadotti (SP), Mozart Neves Ramos (PE), Patrícia Távora (PE), Rejane Maia (PE), Renata Gazzinelli (MG), Sabah Abouessalam (França), Sérgio Abranches (PE), Sophie Eickman (PE), Telma Vinha (SP), Thiago Aquino (SP), Vasco Moretto (DF)

Inscrições pelo site www.tecnologianaeducacao.com.br

REALIZAÇÃO


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

APOIO

PATROCÍNIO



FIRMES NO MERCADO DA LEITURA

Na contramão de dados nacionais,
livrarias locais mantêm volume de vendas

POR MARIANE MONTEIRO

Mesmo com eventos literários, como a Flip, Fliporto e Bienal, acontecendo anualmente, o índice de leitura apresentado no Brasil, segundo o ministro da Cultura, Juca Ferreira, é de 1,7 livro por ano. Muito inferior aos países vizinhos, esse número não intimida os proprietários de livrarias do mercado regional, que apostam em pontos espalhados pela região metropolitana da cidade para se firmarem nesse segmento.

Fundada em 1972, a Livraria do MEC começou vendendo apenas itens de papelaria e depois incorporou os livros as suas vendas. Com um público de aproximadamente 30.000 pessoas, mensalmente, a livraria dispõe de cinco unidades - Piedade, Prazeres, Candeias, Jaboatão Centro e Moreno - e, atualmente, é a maior rede de papelaria do estado de Pernambuco.

Agrupando materiais escolares às prateleiras do negócio, apostar nesses produtos contribuiu para a soma nas vendas, indica o diretor das Livrarias do MEC, Paulo Freire. "Temos, em média, um crescimento de 8% ao ano, devido, principalmente, ao segmento de material escolar. Os livros mais

vendidos na livraria são os didáticos, seguidos dos paradidáticos.” A livraria alia ao negócio presentes, material de escritório e pintura, informática e serviços de cópias e gráfica rápida. Além disso, contação de história e pintura também são estímulos realizados, na busca pelo incentivo à leitura e à compra de livros infantis para as crianças. Reinventando-se ao longo de todos os anos de mercado, Paulo Freire aponta algumas dificuldades que o segmento apresenta, mas que não o deixam intimidar. “O mercado de livro ainda é rentável, por conta da imunidade de alguns impostos. Porém, as vendas de livros de papel têm caído por conta da concorrência com os digitais e em nosso plano estratégico prevemos que, em até cinco anos, teremos uma queda ainda mais drástica.” O Instituto Pró-Livro - promovendo estudos sobre o comportamento do leitor brasileiro - divulgou na 3ª edição da sua pesquisa, aplicada em 2011, que algumas das razões apontadas para a redução no número de leitores são a falta de tempo, desinteresse ou preferência por outras atividades. A economia em crise também é um dos fatores que influenciam, aponta o sócio-administrador da Livraria Imperatriz, Jacob Berenstein Neto. “Nesse momento de concorrência acirrada e crise econômica, a receita é convencional em alguns momen-



Paulo Freire destaca que as Livrarias do MEC têm, em média, um crescimento de 8% ao ano

tos, como a redução do quadro de funcionários e renegociação com fornecedores, ou ousada, como nos casos das filiais do Shopping Difusora, em Caruaru, quando abrimos nossa única loja fora de Recife, ou na reforma da filial do Shopping Recife, ano passado, que reverteu uma situação desfavorável de queda nas vendas. Além disso, temos que nos preparar também para fechar alguma unidade, caso seja necessário”, conta. Fundada em 1930 por Jacob Berenstein, na Rua da Imperatriz, 17, no Recife, a Livraria Imperatriz era ponto de encontro de

leitores e intelectuais da época. O centro da cidade era a área nobre da região. Trabalhando com livros de literatura e importação de títulos estrangeiros, ela foi se modificando ao passar dos anos. “Na década de 1950, a livraria sofreu um grande incêndio e recomeçou tudo. Nas décadas de

PRÊMIOS DA LIVRARIA DO MEC

PRÊMIO DESTAQUE EMPRESARIAL -
PROMOVIDO PELO SEBRAE
PRÊMIO DESTAQUE EM PAPELARIA DO NORDESTE -
PROMOVIDO PELA FEIRA BRASIL ESCOLAR
5º PRÊMIO DESEMPENHO -
PROMOVIDO PELA REVISTA DA PAPELARIA





“

“Temos clientes assíduos que passam para conversar, tomar um café, sem necessariamente comprar”

Jacob Berenstein Neto

LIVRARIA IMPERATRIZ

SHOPPING RECIFE
SHOPPING TACARUNA
SHOPPING PLAZA CASA FORTE
SHOPPING GUARARAPES
SHOPPING DIFUSORA - CARUARU

1970 e 1980, mudou o enfoque para área escolar, que era mais rentável. Nos anos 1990, voltou às origens de livraria propriamente dita, reduzindo a parte escolar. Também passou por um processo de expansão e foi para os shoppings, acompanhando a mudança de perfil dos consumidores. A última loja inaugurada, a sétima, foi a de Caruaru, em 2012”, afirma Berenstein Neto.

Ir à livraria para desfrutar do que ela pode oferecer, além dos livros, também é uma das alternativas para fidelizar clientes. Apostar em cafés é uma das formas de estimular a convivência com o espaço. “Temos clientes assíduos na filial do Shopping Recife que passam lá todo dia para conversar e tomar um expresso, sem necessariamente comprar”, explica Berenstein. Parceria com o DOTz, por exemplo, também oferecida pela Imperatriz, contribui nessa fidelização, produzindo informações gerenciais que auxiliam na administração das livrarias. □

BIRÓ X

**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

MULTILASER

TRIS

tilibra

FABER-CASTELL

Jandaia

3M

dello

BIC

credeal

ACRILEX

FORONI

EM ATÉ 6X VISA OU MASTER

ALDEIA YAPOATAN

Linguagens artísticas diversificadas, como teatro, música e circo, integram a programação da terceira edição da Aldeia Yapoatan - Mostra de Artes em Jaboatão dos Guararapes, de 15 a 27 de setembro. As atividades acontecem em polos descentralizados, indo de espaços abertos, como a Feira de Bonança e a de Cavaleiros, até as escolas municipais, o bairro de Jaboatão Centro e o Parque Dona Lindu. A iniciativa, que é um braço do projeto Palco Giratório, terá sua abertura movimentada por meio de um cortejo com grupos artísticos locais e o encerramento com 12 horas ininterruptas de atrações culturais.

ODONTOLOGIA

Com 104 atendimentos diários, a Clínica Odontológica do Sesc Santa Rita comemora no mês de setembro 15 anos. O espaço, que oferece educação em saúde e qualidade de vida para os comerciários e dependentes, conta com uma área de 160m². Entre os serviços, a população pode contar com polimento, aplicação de flúor, tratamentos de doenças gengivais e restaurações dentárias a preços populares. Nesses anos de atuação, foram realizados 192.305 atendimentos. A equipe é formada por 34 profissionais que recebem três capacitações anuais, além de protocolos específicos da área.



ENTRE OS MELHORES

Pernambuco fez sucesso na WorldSkills, competição mundial de educação profissional. O Brasil foi representado pelo estudante do Senac Aldair Santos, que ficou em quinto lugar na ocupação cabeleireiro. Aldair competiu com estudantes de 32 países, como Japão, Coreia do Sul e França e, desde o início, estava entre os favoritos. Ele também está trazendo para o nosso estado a Medalha de Excelência, dada aos competidores que obtiveram 500 pontos ou mais, mas que não ficaram entre os três primeiros lugares.



II PRÊMIO DE JORNALISMO DA FECOMÉRCIO-PE

A segunda edição do Prêmio de Jornalismo da Fecomércio-PE segue com inscrições abertas até o dia 10 de dezembro. Nesta edição, a premiação será ampliada para todas as mídias a fim de reconhecer as matérias e séries de reportagens relativas aos segmentos do comércio de bens, serviços e turismo de Pernambuco. Os temas que deverão ser abordados nas matérias são: Práticas inovadoras, educação, responsabilidade social, sustentabilidade e políticas públicas e legislação setorial. Ano passado, uma das integrantes da banca de jurados foi a economista Tânia Bacelar.

ON LINE

E-COMMERCE EM ALTA

Com tecnologia avançada, consumidores pressionam empresas a investirem no comércio pela internet

POR KAMILA NUNES

São irreversíveis as mudanças que a tecnologia trouxe para o comércio. Hoje o volume de negócios na internet no Brasil já atingiu quase R\$36 bilhões, com uma taxa de crescimento de 24% ao ano em 2014, sendo mais de 100 milhões de pedidos. Para Francisco Saboya, coordenador da Câmara Brasileira de Tecnologia da Informação (CBTI), da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e presidente do Porto Digital, os empresários não podem deixar de oferecer essa nova modalidade de compra. “É preciso avaliar a natureza do seu produto, do seu negócio e reconhecer seu público. Se não houver impedimentos, o comerciante tem que aderir ao comércio eletrônico”, aconselha.



No entanto, hoje a realidade é que apenas 13% das empresas realizam esse tipo de comércio. Ainda de acordo com Saboya, 45% das empresas não vendem on-line por questões tradicionalistas. O especialista também lembra que é necessário estar presente nas redes sociais. "Um pouco mais da metade das empresas com mais de 10 funcionários têm website, mas apenas 37% usam as redes sociais, onde estão 77% dos clientes conectados", alerta.

De olho nesses clientes conectados às redes sociais, a jovem empresária Lígia Melo, de 24 anos, criou a Versalli Acessórios. Por meio de um perfil no Instagram com mais de 33 mil seguidores e um convênio com os Correios, ela vende e entrega roupas e acessórios de moda para todo o Brasil. "Sempre tive muitos amigos nas redes sociais, comecei expondo meus

Pesquisa da CNC aponta que peças de vestuário estão entre as campeãs de vendas na internet, ao lado dos eletrônicos

produtos para a minha rede de contatos. Depois criei uma marca. Eu mesma ia até a casa das clientes, mas, por questão de segurança e para ampliar os negócios, agora envio os pedidos", explica. Além de uma conta no Instagram e página no Facebook, a empresária mantém no ar um site e também usa o Whatsapp para entrar em contato com os seus compradores e para receber *feedback* das entregas. A empresa de Lígia é reflexo de uma pesquisa da CNC que aponta peças de vestuário entre as campeãs de vendas na internet, ao lado dos eletrônicos e eletrodomésticos. A pesquisa também mostra que 73% das pessoas compram on-line por economia de tempo e 58% levam em consideração a falta de fila para realizar a compra. É o caso do estudante Vitor Castelo Branco, de 21 anos, que se declara um assíduo comprador-internauta há quase quatro anos. "Cerca de

40% do que consumo é comprado pela internet. Vai desde roupas e aparelhos eletrônicos até músicas, aplicativos”, conta.

Ele revela que quando as compras são feitas em sites internacionais, como os da China, podem demorar bastante a chegar, até cerca de três meses, mas isso não se configura um problema para o comprador. “Compras feitas pela internet são que nem presentes do Papai Noel, você espera e fica super feliz quando vê. É uma felicidade chegar em casa e encontrar um pacote do correio”, compara.

Mesmo admitindo que já “perdeu” dinheiro com compras que fez pela internet e não foram remetidas, o estudante alega que prefere arriscar, pois o valor do produto é mais barato. No entanto, Vitor se diz bastante esperto: fica “de olho” na segurança do site, se tem alguma ligação com sites conhecidos de pagamentos on-line, e nos lançamentos do cartão de crédito, para reconhecer qualquer movimentação estranha.

O empresário Bruno Aleixo, que está de casamento marcado, também se diz um comprador fiel à internet. Cerca de 90% dos móveis e eletrodomésticos da casa nova foram comprados em sites. Bruno explica que tomou o cuidado de comprar só em lojas mais conceituadas.

“Recebi antes do prazo acordado e todos os produtos em perfeito estado. Só tive um problema: um extravio nos Correios, que foi solucionado em 30 dias”, alega. O empresário conta ainda que sempre recorreu ao comércio eletrônico e que não ficou receoso na hora de comprar desta vez, mesmo sendo um grande volume de produtos e um momento muito especial da

Compras feitas em sites internacionais, como os da China, podem demorar bastante a chegar, até cerca de três meses

vida. “Aconselho compras pelos renomados: Mercado Livre e Mercado Pago também”, completa.

→ APLICATIVOS

Com o número de smartphones ultrapassando a marca dos 152 milhões no Brasil, segundo a Fundação Getúlio Vargas, as compras por meio dos dispositivos móveis estão se tornando comuns. Pode ser visto, portanto, um esforço por parte das empresas para se adaptar aos novos hábitos dos consumidores. Para oferecer mais comodidade, os empresários estão entrando no mundo dos aplicativos.

A Pizzaria Atlântico, por exemplo, investiu R\$15 mil na criação de um aplicativo próprio para dispositivos móveis no último ano, que já representa 15% dos pedidos feitos pela internet e já obteve



“
Os
empresários
não podem
deixar de
oferecer
essa nova
modalidade
de compra”

Francisco Saboya

cerca de 10 mil downloads. “É um incremento de vendas. Queremos facilitar ainda mais a vida do cliente”, justifica o diretor do grupo, Ivo Lira.

Além do setor alimentício, a febre dos aplicativos também seduziu os consumidores de produtos e serviços. É cada vez mais comum que a busca por passagens aéreas e hospedagem, por exemplo, seja feita pelos Apps das empresas e cada vez menos pelos sites ou lojas físicas. “No Brasil, o número de usuários da internet é crescente, bem como a busca por serviços turísticos. Os Apps de empresas de taxi são outro exemplo de serviço que caiu no gosto dos consumidores pela praticidade e rapidez, que facilitam a mobilidade”, aponta Francisco Saboya. □



CUIDADOS NA HORA DE COMPRAR ONLINE

Busque informações sobre o site, veja se há reclamações no cadastro do Procon ou procure referências com amigos;

Verifique o endereço físico do fornecedor e se existe telefone ou e-mail para esclarecimento de dúvidas;

Verifique os procedimentos para reclamação, devolução do produto, prazo para entrega;

Verifique as medidas que o site adota para garantir a privacidade e segurança dos usuários;

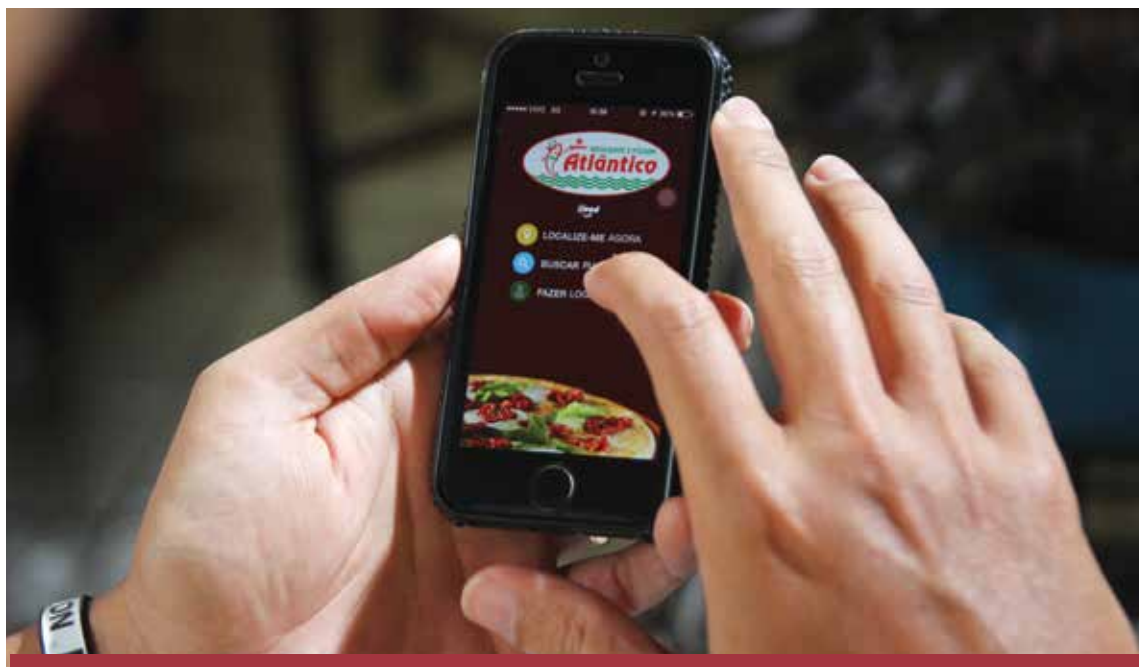
Não forneça informações pessoais desnecessárias para realização da compra;



Guarde todos os dados da compra, como nome do site, itens adquiridos, valor pago e forma de pagamento, número de protocolo da compra ou do pedido;

Guarde a confirmação do pedido, e-mails trocados com o fornecedor que comprovem a compra e suas condições.

Aplicativo já representa 15% dos pedidos feitos pela internet



UM OÁSIS FRIO NO AGRESTE



Gravatá é um local para se descobrir aos pouquinhos. Turismo, história, gastronomia, comércio e cultura misturam-se em passeios para a família toda. Conhecida por ser um dos oásis frios no meio do Agreste de Pernambuco, a cidade não deixa de abrigar calorosamente moradores e turistas, que vivem o município de maneira singular. A Revista Informe Fecomércio-PE percorreu 80 quilômetros da BR-232, saindo do Recife para conhecer de perto o município.



Não são 10h da manhã e o Mercado Público, localizado no centro da cidade, já está lotado de gente comendo e bebendo. O clima ameno e chuvoso não intimida quem quer fazer uma refeição matinal reforçada, digna de campeões olímpicos. Cuscuz, macaxeira, galinha guisada e carne de sol, tudo regado a café com leite, dão a sustância adequada para quem deseja bater perna pela downtown gravataense. O burburinho da feira livre convida a conhecer barracas de frutas, verduras, carnes e temperos. Entre os comerciantes do local, dona Mo-cinha Teixeira, 75 anos de idade e 40 deles vendendo goma de mandioca. Todo dia, ela monta a banca às 5h para vender a “massa de tapioca da boa”. “Dou valor ao que faço”, diz.

Andando mais algumas ruas, a história da cidade agrestina começa a surgir. O Memorial de Gravatá, local onde funcionou uma prisão e que, recentemente, foi restaurado, abriga fatos relevantes da construção do município, fundado em 1893, que hoje conta com mais de 80 mil habitantes. “Antigamente, a Rua das Calçadas, no Centro do Recife, era conhecida como a ‘rua dos currais’, onde o gado era vendido. Um dos vaqueiros que lá comercializavam era José Justino Carreiro de Miranda. Foi ele quem construiu a fazenda com o nome de Caruatá, que deu origem a Gravatá, que significa ‘mato que arranha’ ou ‘mato que fura’, na linguagem Tupi”, explica o turismólogo Patrick Serapião, da Secretaria de Turismo da cidade.



→ MIRANTE

Quem deseja contemplar uma bela vista do município pode conhecer a Capela do Cristo Rei, localizada no Mirante do Cruzeiro. Na parte alta da cidade, o local é ideal para muitas fotos. Foi o que fizeram os amigos [Leonardo Henrique, Catarina Almeida e Marlon Me-deiros](#). Naturais de Barreiros, no litoral norte pernambucano, eles estavam pela primeira vez em Gravatá e aproveitaram a paisagem para garantir os cliques ao estilo selfie. “Visitamos as partes mais turísticas da cidade: comemos bem, ouvimos música boa, tudo ótimo. O clima é diferenciado”, afirma Marlon.



A fazenda com o nome de Caruatá deu origem a Gravatá, que significa ‘mato que arranha’ na linguagem Tupi

→ MATRIZ

Entre as curiosidades históricas, está a construção – e demolição – da Igreja Matriz de Sant’Ana. A primeira construção foi iniciada no ano 1810 e a inauguração aconteceu em 1822. Porém, em maio de 1940, a igreja foi demolida para a abertura de uma nova, seis meses depois. O Memorial de Gravatá guarda fotos e réplicas do passado que não ficou de pé.



→ GASTRONOMIA MARCANTE

O clima mais frio da região é altamente convidativo para apreciações gastronômicas. E Gravatá tem muitas opções para os que adoram agraciar o paladar com iguarias doces, salgadas e alcoólicas. Na hora do almoço, a parada é certa no Restaurante **Charque da Dona Neuza - Mãe do Serginho**. A matriarca Dona Neuza comanda as panelas na cozinha do estabelecimento até hoje. “A gente começou a fazer a charque na feira, em 1987. A maioria do público daqui é o pessoal do Recife que já conhece nossa comida, mas temos clientes de Alagoas, Rio Grande do Norte, Paraíba, de todo canto”, explica o filho e empresário Serginho. O prato que dá nome ao restaurante custa R\$ 75 e serve bem três pessoas.

Um dos lanches mais famosos do município e que é praticamente um patrimônio afetivo de moradores e turistas é a coxinha do **Rei das Coxinhas**. A rede de lanchonetes serve o salgado em sabores tradicionais, como frango e frango com catupiry, além de alternativas mais regionais, como charque e camarão. A média de preço de cada coxinha é de R\$ 5. Uma combinação bastante gravataense é comer uma coxinha com uma xícara de chocolate quente (R\$ 8).



Gastronomia agrada diversos paladares

O happy hour pode ser aproveitado no Pirata Bar, no bairro do Prado. Servindo pratos da culinária regional, como mão de vaca e galinha de capoeira, o espaço é conhecido principalmente pelas cachaças artesanais. O dono do estabelecimento, José Pires, 48 anos, conhecido como Pirata, destaca as bebidas nos sabores abacaxi com menta e caju. O bar inteiro é decorado pelas branquinhas em garrafas especiais. À noite, quando o clima é mais ameno, os turistas adoram comer fundue e tomar vinho nos restaurantes especializados. Uma das casas mais tradicionais é a **Taverna Suíça**, fundada há mais de 40 anos pelo suíço José Luís Truan. O ambiente remete bastante à atmosfera europeia, com arquitetura no estilo chalé e brasões distribuídos pelo salão. O fondue de queijo custa R\$ 94 e serve três pessoas.





→ COMPRAS

Os visitantes ávidos por consumir têm a Rua Duarte Coelho, no centro da cidade, como ponto de referência para gastar em produtos feitos pelos gravataenses. É lá onde funciona o Polo Moveleiro, lugar com cerca de 60 lojas onde os artesãos da cidade reservam o melhor do artesanato. Peças de madeira, tecido, alumínio, bronze e outros materiais de qualidade chamam a atenção de compradores das mais diversas regiões, que vêm até a cidade em busca do melhor em movelaria.

Para descansar das compras, nada melhor do que uma pausa em alguma cafeteria ou chocolateria presente na via. No Antiquário Café, do empresário Sérgio Zarzar, os clientes também podem escolher móveis e peças de decoração do século 18, 19 até início do século 20, adquiridos dentro e fora do Brasil. “Preciso ter muito cuidado para escolher tudo. O produto tem que estar em perfeito estado”, explica Sérgio. Para pegar a clientela pelo estômago, o empresário reservou um espaço do antiquário para uma cafeteria. “Comecei a servir os clientes e deu certo. Hoje o cappuccino e o bolo de noiva são sempre muito pedidos”, elenca.

Peças de madeira, tecido, alumínio e bronze chamam a atenção de compradores

→ VOLTA AO PASSADO

Os apreciadores de antiquários certamente também gostam de museus. No clima de resgate ao passado, o Museu de Carros Antigos Sonho de Criança, na Avenida 15 de Novembro, reúne uma coleção generosa de automóveis. Como o nome denuncia, o espaço foi idealizado a partir do desejo infantil do empresário José “Dedo” Ferreira de possuir muitos carros. Aberto ao público de terça a domingo com um ingresso no valor de R\$ 10, o ambiente possui dezenas de veículos das mais variadas épocas, além de réplicas da estação ferroviária de Gravata e de um posto de gasolina dos anos 1960. Uma das raridades da coleção é um carro modelo Impala do cantor Roberto Carlos. “Até hoje o colecionador paga multa para que a documentação do veículo permaneça com o nome do artista”, diz o turismólogo Patrick Serapião.



Museu de Carros Antigos Sonho de Criança reúne uma coleção generosa de automóveis



SERVIÇO

Como chegar

DE CARRO: SAINDO DO RECIFE PELA AVENIDA ABDIAS DE CARVALHO, SIGA PELA BR-232 ATÉ GRAVATÁ.

DE ÔNIBUS: AUTOVIAÇÃO PROGRESSO - ÔNIBUS DIÁRIOS, SAINDO DO TERMINAL INTEGRADO DE PASSAGEIROS, NO CURADO;
INFORMAÇÕES: (81) 2121-9090 | WWW.PROGRESSOONLINE.COM.BR
CARUARUENSE - ÔNIBUS EXECUTIVOS DIÁRIOS, SAINDO DO TERMINAL INTEGRADO DE PASSAGEIROS, NO CURADO.
INFORMAÇÕES: (81) 3452-2500

Onde ficar

HOTEL FAZENDA PORTAL DE GRAVATÁ
BR 232, QUILOMETRO 82.
(81) 3304-8888 | WWW.PORTALDEGRAVATA.COM.BR

LAZER E DESCANSO

Os turistas são muito importantes para o funcionamento da cidade. São mais de 20 mil casas chamadas de segunda residência, além de aproximadamente 3.200 leitos que formam a rede hoteleira, com chalés, pousadas, hotéis, spas e resorts. Os visitantes gostam de aproveitar atividades diversas nesses estabelecimentos, estando hospedados ou não.

A médica **Aline Tavares** veio do Recife com o marido e os dois filhos para Gravatá, onde possui casa, porém aproveitou o final de semana para curtir com a família o day use do Portal de Gravatá. "Vim para passar o dia com as crianças porque elas gostam muito de brincar aqui", conta. O hotel fazenda oferece programação infantil e adulta para hóspedes e visitantes que gostam do contato com a natureza. "É impressionante como existem crianças hoje em dia que não conhecem animais ao vivo e passam a ter contato aqui no hotel", diz o diretor do Portal de Gravatá, Eduardo Cavalcanti. *[confira a entrevista com o empresário na próxima página]* 

→ ENTREVISTA

Eduardo Cavalcanti é diretor do Portal de Gravatá, hotel fazenda fundado há 30 anos com 210 mil m² de área, 88 leitos e diversos espaços para que hóspedes e visitantes possam desfrutar de atividades típicas da vida no campo. O empresário, que também é vice-presidente da Fecomércio-PE para assuntos de Turismo e Hospitalidade, falou sobre o orgulho em contribuir para o desenvolvimento de Gravatá.

→ PODEMOS CONSIDERAR O PORTAL DE GRAVATÁ UM DOS PIONEIROS NA ÁREA DE HOTEL FAZENDA EM PERNAMBUCO?

Acredito que sim. O Portal está com 30 anos, foi construído inicialmente com 42 apartamentos por meu pai, Waldyr Cavalcanti, que faleceu há cinco anos. Ele era médico, mas sempre foi empreendedor e conversava muito com os hóspedes. Começou a perceber que as pessoas vinham ao hotel todo mês. Pesquisou sobre flats para esses hóspedes e foi um sucesso. Há 28 anos fizemos o primeiro flat, hoje temos 206 deles e estamos construindo 18 casas.

→ QUANTOS EMPREGOS O HOTEL GERA, DIRETA E INDIRETAMENTE?

Diretamente, são 200 empregos. Já os indiretos chegam a mais de 300.

→ O QUE O PORTAL REPRESENTA HOJE PARA GRAVATÁ?

Ele é chamado pela população de Gravatá de “sala de visitas”. E as pessoas que trabalham aqui têm orgulho. O Portal completou 30 anos este ano, e com isso nós fechamos o hotel e fizemos uma festa só para os funcionários, com uma palestra motivacional. Também houve entrega de prêmio para os funcionários mais antigos. Somos conscientes de que não adianta apresentar a estrutura se você não tiver um sorriso ou um “bom dia” para dar aos hóspedes. Os funcionários precisam estar satisfeitos com o que fazem. Por isso, investimos muito na qualificação profissional.

→ QUE TIPO DE PROGRAMAS DE VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL VOCÊS REALIZAM?

Já fizemos um curso de inglês do Senac para os funcionários no horário do expediente, com imersão na língua porque temos interesse que eles aprendam. Nós também lançamos um programa de valorização e fidelização do profissional, chamado “Domingo no Portal”. Uma vez por mês, recebemos de 15 a 20



“

O Portal é a sala de visitas de Gravatá”

Eduardo Cavalcanti



funcionários com suas respectivas famílias para dormirem como se fossem hóspedes. A família passa a conhecer o ambiente de trabalho do profissional, é incrível.

→ VOCÊ CONSIDERA O HOTEL UMA REFERÊNCIA PARA OUTROS NÃO SÓ EM PERNAMBUCO, MAS NO BRASIL?

Muito. Já recebemos diversos prêmios consecutivos das revistas *Turismo e Eventos* e da *Viagem e Turismo* como um dos melhores hotéis fazendas do Brasil. Recebemos este ano o selo do site TripAdvisor por qualidade de atendimento e por projeto ecológico (Ecoline), como hotel com estrutura ecológica e sustentável. Donos de hotéis e resorts vêm para cá e passam um tempo com a gente para saber como o Portal funciona. E isso tudo virou escola.

"Melhorou 100% a alimentação, porque agora podemos fazer salada de frutas, sucos e sobremesa. Temos também carne de ovelha saborosa e saudável, que as crianças gostam tanto cozida quanto assada".

Clube de Mães e Creche Lar
Esperança da Muribeca

Instituição atendida pelo
Banco de Alimentos



Seja um doador.
Alimente essa ideia.

(81) 3252.1329 / 3249.4641

bcoalimento@sescpe.com.br



www.sescpe.com.br

TERAPIA ENTRE TINTAS, TELAS E PINCÉIS

Atividades artísticas auxiliam no desenvolvimento e tratamento de crianças e adolescentes com deficiências

POR ANA LUIZA SOUZA

Carlos Santana, 19 anos, desenvolveu seu dom ainda adolescente, durante as aulas na escola, quando percebeu seu amor pelas artes. Era seu momento favorito. “Sempre fui muito bom na disciplina artística e a partir daí começou a surgir o desejo de continuar na área”, lembra. O que não faltou foi incentivo para motivar o jovem a seguir seu sonho. Cadeirante devido a uma distrofia neuromuscular, o artista encontrou apoio do maestro Rodrigues, da Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). “Fiz um desenho e mostrei para ele, que me aconselhou a fazer pinturas em tela e ainda providenciou o material de que precisava. Disse que tinha talento para ser profissional e, depois disso, comecei a criação e nunca mais parei”, relata. Morador de Paudalho, município da Mata Norte de Pernambuco, Carlos, há doze anos, faz o percurso até o Recife uma vez por semana para realizar seus tratamentos na instituição. Sem condições de arcar com os

materiais de trabalho, Carlos conseguiu ajuda com os voluntários da AACD. Eles auxiliam com as doações e as vendas. Os quadros ficam expostos lá. Para Carlos, a atividade que ele exerce ainda contribui para fortalecer sua região motora. “É como se estivesse fazendo fisioterapia com as mãos”, pontua. Também artista, Diogo começou desde cedo a fazer ilustrações. Aos seis anos, o gosto pelo desenho e pela pintura já era visível. O menino, portador do autismo – distúrbio neurológico caracterizado pelo comprometimento da interação social, comunicação verbal e não verbal e comportamento restrito e repetitivo –, utiliza lápis e papel para se expressar. A mãe, Rejane Calife, conta com orgulho como começou a relação do filho com o mundo criativo. “Ainda criança, durante as sessões terapêuticas, foi observado que o Diogo



Carlos Santana sempre gostou de pintar e na AACD recebeu incentivo para o seu talento



Diogo desenvolve camisetas e mochilas que são vendidas através do seu site e eventos ligados ao autismo

gostava muito de desenhar e pintar. E essa era a forma que ele tinha de comunicar, então matriculamos no curso de pintura. Porém, em vez disso, ele optou pelo desenho", lembra.

Do papel ao computador. Foi assim a evolução de Diogo. Com ilustrações feitas no programa Paint e texto autoral, o jovem, hoje aos 17 anos, está no processo de revisão do seu segundo livro, que deverá ser lançado durante Bienal do Livro de Pernambuco, entre 2 e 25 de outubro. Além disso, o ilustrador desenvolve material para camisetas e mochilas que são vendidas através do seu site e eventos ligados ao autismo como forma de arrecadar recursos para a produção da literatura.

Carlos e Diogo. O que eles têm em comum? Além de artistas, os dois utilizaram a arte como a força propul-

sora para ajudar no seu desenvolvimento e a superar os obstáculos que as suas "limitações" tentavam impor. Ambos têm o talento auxiliando no tratamento. Segundo a pedagoga Roberta Sarmento, a arte-terapia oferece uma oportunidade de exploração de problemas e de potencialidades pessoais por meio da expressão verbal e não verbal. Auxilia na evolução de recursos físicos, cognitivos e emocionais, bem como na aprendizagem de habilidades, por meio de experiências terapêuticas com linguagens artísticas variadas. "O processo criativo por meio da arte-terapia pode ser tanto de reconciliar conflitos emocionais como de facilitar a autopercepção e o desenvolvimento pessoal, permitindo maior autonomia, interação e novas possibilidades de atividades realizadas no cotidiano", explica.

➔ CORRENTE SOLIDÁRIA EM AÇÃO

Uma vez por semana, o engenheiro aposentado Luís Fernando passa a tarde na sala de pintura do Núcleo de Apoio à Criança com Câncer (NACC). Amante da arte, que tem como hobby a pintura, resolveu compartilhar seus conhecimentos com as crianças da instituição. Ele é o responsável por criar essa oficina na entidade. "Sou voluntário no NACC há um ano, mas na área de evento externo. Tenho um ateliê em casa para passar o tempo e há quatro meses resolvi dividir esse meu prazer com as crianças", conta.

Para Luís, a pintura leva as pessoas para outra esfera de energia na qual o envolvido extravasa e pode se esquecer de tudo ao redor. "Gosto muito de poder realizar esse trabalho. Quando comecei, pensei que estaria os ajudando, pois quando estão aqui o tempo passa e eles podem esquecer um pouco das amarguras. Contudo, quem está sendo ajudado sou eu, que aprendo diariamente", afirma o aposentado.

Uma das alunas de Luís, a pequena Luana Estefane, 8 anos, já participou de três dias da oficina. "Gosto muito de vir para cá. A pessoa brinca e se distrai quando está pintando." Cheia de ideias para quando crescer, ela planeja continuar com as tintas, mas não abre mão de seu sonho. "Penso em ser cantora, mas continuar pintando para me distrair", sonha.



Maria Cláudia Pedrosa observa que os adolescentes passaram a interagir mais após as aulas de pintura

A terapeuta ocupacional Maria Cláudia Pedrosa, que trabalha com crianças no NACC, pontua que a reabilitação envolvendo a arte é uma forma de trabalhar com o lúdico, a parte criativa dos envolvidos. “O objetivo é explorar ao máximo o potencial funcional de cada paciente, visando à maior independência e socialização”, esclarece. Ela ainda observa que o comportamento das crianças mudou após a oficina. “Percebi que os adolescentes, que vivem ligados no mundo digital, estão saindo mais para interagir”, pontua. □



Uma vez por semana, Luís Fernando passa a tarde na sala de pintura do NACC dividindo conhecimentos

COMO AJUDAR

AS INSTITUIÇÕES QUE TRABALHAM REALIZANDO ALGUMAS ATIVIDADES DE EXPRESSÃO ARTÍSTICA, COMO A AACD E O NACC, DESENVOLVEM ESSES PROJETOS POR MEIO DO VOLUNTARIADO. E VOCÊ PODE DAR A SUA CONTRIBUIÇÃO DA SEGUINTE FORMA:

AACD

WWW.AACD.ORG.BR
SELO EMPRESA PARCEIRA;
RELAÇÕES COM A COMUNIDADE (DOAÇÃO DE PRODUTOS OU SERVIÇOS);
DOAÇÕES PARA O BAZAR;
MANTENEDORES – BOLETO BANCÁRIO; HIPERCARD; DOAÇÕES PONTUAIS (BANCO BRADESCO – AGÊNCIA: 3209-03/ CONTA CORRENTE: 66.666-1);
CORRENTE DO BEM;
AACD MARCAS;
TELETON;

NACC

WWW.NACC.ORG.BR
VOLUNTÁRIO;
PARCERIA;
DOAÇÃO DE ALIMENTOS, ROUPAS OU BRINQUEDOS;
REALIZANDO DEPÓSITOS EM CONTA CORRENTE
BANCO DO BRASIL – AGÊNCIA: 2802-9 / CONTA CORRENTE: 10310-1
BRADESCO – AGÊNCIA: 3205-0 / CONTA CORRENTE: 436.683-2
CAIXA ECONÔMICA – AGÊNCIA: 1294 / CONTA CORRENTE: 003 902000-1

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



SENAC EAD UM MUNDO NOVO DE OPORTUNIDADES

Descubra novas possibilidades para
sua vida profissional com os diversos
cursos a distância do Senac.

www.ead.senac.br



O melhor ensino a distância do país

Cursos Livres • Idiomas • Cursos Técnicos • Graduação • Pós-Graduação • Extensão Universitária