

INFORME

FECOMÉRCIO

ANO VI EDIÇÃO N° 034 JUL - AGO / 2017

PE

10

A VEZ DA SUBLOCAÇÃO

A modalidade é uma alternativa mais barata aos aluguéis tradicionais

16

TURISMO AQUECIDO

Momento econômico ruim não esfria o prazer de viajar

22

CHEF X RESTAURATEUR

Em busca de uma boa gestão, funções internas dos restaurantes são divididas

CACHAÇA DA BOA

DESTILADO QUE É A CARA DO BRASIL FORTALECE TRADIÇÕES
E MOVIMENTA ECONOMIA DE PERNAMBUCO

28



Fecomércio PE

75
anos



Certificado **Digital** é na **Fecomércio!**

Adquira o seu nos
nossos pontos de
atendimento ou
agende em domicílio

Mais informações
pelo telefone
(81) 3231-6175

FECOMÉRCIO-PE

Rua Bispo Cardoso
Aires, nº 147, Sala
105, Santo Amaro,
Recife-PE

Fone: (81) 3231.6175
3231.5670

SINDVAREJISTA

Sindicato do Comércio
Varejista de Gêneros
Alimentícios do Recife

Rua Sete de
Setembro, nº 318,
1º andar, Sala 104,
Edf. Amaraji,
Recife-PE

Fone: (81) 3221.8538

SINCOPEÇAS

Sindicato do Comércio
de Auto Peças do Estado
de Pernambuco

Rua Guarani,
nº 33, Afogados
Recife-PE

Fone: (81) 3422.0601

SINDICOM

Sindicato do Comércio do
Jaboatão dos Guararapes

Rua Santo Elias, nº 344,
1º andar, sala 12,
Prazeres, Jaboatão dos
Guararapes-PE

Fone: (81) 3481.0631





editorial

A MAIS BRASILEIRA DAS BEBIDAS



JOSIAS ALBUQUERQUE

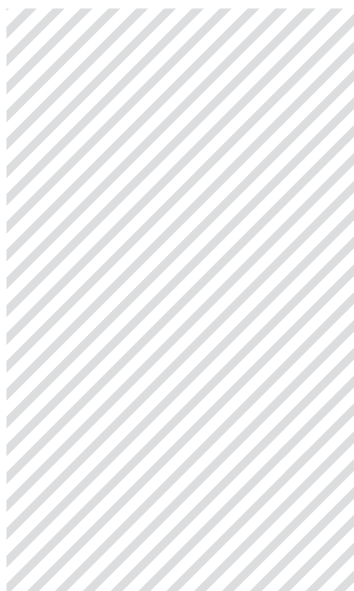
Presidente do Sistema
Fecomércio/Senac/Sesc-PE
e 1º vice-presidente da CNC
presidencia@fecomercio-pe.com

Assim como o champanhe é francês; a tequila, mexicana; a vodka, russa, e o saquê, japonês, a cachaça para ter esse nome tem de ser produzida no Brasil. E é sobre a produção de uma das mais brasileiras das bebidas, que conta com mais de 40 mil fabricantes em todo o País, grande parte delas em Pernambuco, que dedicamos a matéria de capa desta edição da Informe Fecomércio. Nela, mostramos desde as vantagens e bastidores da produção em solo pernambucano a uma radiografia de mercado e negócio. Falando em perspectivas econômicas, também trazemos nesta publicação matéria sobre o conceito e atuação do Marketplace, tipo de loja virtual na qual são vendidos produtos e serviços de várias empresas

em um único espaço. Gestão também é um dos destaques desta edição, que revela a estratégia de divisão de escopos de trabalho entre chefes de cozinha e administradores de restaurantes. Já a seção Desbrave faz um passeio pelas áreas verdes do Recife. Se o assunto é turismo, mesmo com o cenário econômico desfavorável, o programa de lazer do Sesc proporciona opções para manter o prazer de viagem mesmo em tempos economicamente desfavoráveis. Venda direta, educação estratégica no mercado de fotografia e moradia compartilhada são outros assuntos desta edição, que ainda traz uma entrevista com Fátima Casa Nova, coordenadora técnica do projeto Quero Bem, que acolhe famílias com crianças com microcefalia. Uma boa leitura e até a próxima!



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



expediente

Jul/Ago 2017 · XXXIV Edição ·
COORDENAÇÃO GERAL/PROJETO
Lucila Nastássia · **PROJETO GRÁFICO**
Daniele Torres · **FOTO CAPA** Sergio Lobo
· **FOTOS** Agência Rodrigo Moreira
· **REVISÃO** Glaucine Dias · **IMPRESSÃO** CCS
Gráfica · **TIRAGEM** 7.000 exemplares ·
Obs.: Os artigos desta revista não refletem
necessariamente a opinião da publicação.



Material Produzido pelo Núcleo de
Branded Content da Dupla Comunicação

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 AutoPeças 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

**Sindicato do Comércio Atacadista de
Drogas e Medicamentos de PE**
Tel./Fax: (81) 3033.8411 / 99165.5235

**Sindicato do Comércio Atacadista de
Gêneros Alimentícios de PE**
Tel./Fax: (81) 3033.8411 / 99165.5235



artigos

É A PREVIDÊNCIA, ESTÚPIDO!

Por Jorge Jatobá

27

A REFORMA TRABALHISTA

Por Antonio Oliveira Santos

53



capa

SABOR, TRADIÇÃO E ECONOMIA

A capacidade produtiva e a qualidade da cachaça de Pernambuco

28



entrevista

FÁTIMA CASA NOVA

A coordenadora técnica da clínica-escola FG Comunidade apresenta o projeto Quero Bem, voltado para crianças com microcefalia

14



desbrave

O VERDE DO RECIFE

Aproveitar a natureza sem sair da região metropolitana

36

pág. 06

FOTOGRAFIA

Arte, hobby e profissão

pág. 10

DIVIDIR O "AP"

Alugar um quarto ou dividir aluguel é alternativa para reduzir custos com moradia

pág. 16

VIAJAR EM TEMPOS DE CRISE

Opções para o turismo diante do cenário econômico desfavorável

pág. 20

MARKETPLACE GANHA FORÇA

Modalidade de vendas online traz vantagens para consumidores e lojistas

pág. 22

ENTRE COZINHAR E ADMINISTRAR

Restaurantes optam por dividir tarefas em busca da sustentabilidade do negócio

pág. 42

NEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS

Com aumento de débitos e da inadimplência, a negociação de dívidas tem sido a saída para muitas empresas e consumidores

pág. 46

O TOM DO APRENDIZADO

A importância da música no desenvolvimento das crianças

pág. 50

VENDA DIRETA

Venda porta a porta tem sido a solução para complementar a renda e saída para o desemprego

pág. 54

CURTAS

À PROCURA DO CLIQUE PERFEITO

Em meio ao digital e com a concorrência de amadores, fotógrafos apostam em aperfeiçoamento e serviços inovadores

POR RAMON ANDRADE

Equipamentos modernos, recursos simplificados e muita praticidade: os paradigmas da fotografia vivem em mudanças constantes. Com a tecnologia andando a passos largos, os processos de captação de imagens evoluem no mesmo ritmo, despertando cada vez mais o interesse de diferentes gerações. A área vem conquistando dois tipos de fotógrafos, os profissionais e os *hobbystas* – embora muitos especialistas iniciem a carreira a partir do exercício do prazer em fotografar, mas há quem prefira per-

manecer no universo sem compromisso de negócio. Independentemente do objetivo, o fascínio pelo poder das lentes segue em alta. “Sempre tive uma paixão por imagens. Comecei brincando com a câmera como passatempo e depois fui levando a sério”, conta o *web designer* André Martins, 28, que atualmente também atua como microempreendedor individual (MEI) no ramo. Casos de êxito como esse movimentam os bastidores do mercado de fotografia, ampliando o número de amadores que somados à facilidade (disponibilizada pela tecnologia) em registrar

momentos marcantes, gerou a necessidade da profissão se reinventar para manter-se viva no mercado de trabalho com serviços inovadores.

“Embora os *smartphones* ainda não tenham afetado o mercado profissional de forma drástica, eles começam a abrir um novo horizonte de experimentações, como a fotografia portátil. Acredito que, em pouco tempo, as câmeras profissionais serão artigos do passado e darão espaço para a fotografia de bolso”, comenta o instrutor do curso de Fotógrafo do Senac, Élvio Luiz. “[A disrupção] Aconteceu em outros mercados e na fotografia não será diferente. A tecnologia existe para tornar tudo mais acessível, como foi com a indústria da música. Mas nem por isso o profissional deixa de existir”, pontua. O professor exemplifica seu discurso com uma área que surgiu com uma nova proposta que está sendo valorizada no mercado, a fotografia artística. O segmento movimenta uma cadeia de colecionadores, galerias e museus, que contratam profissionais que utilizam a fotografia como meio de expressão. “Decoração de imóveis e espaços públicos também estão com uma alta demanda para fotógrafos”, lista Élvio.

A praticidade dos equipamentos modernos

O segmento movimenta
uma cadeia de
coleccionadores,
galerias e museus, que
contratam profissionais que
utilizam a fotografia como
meio de expressão



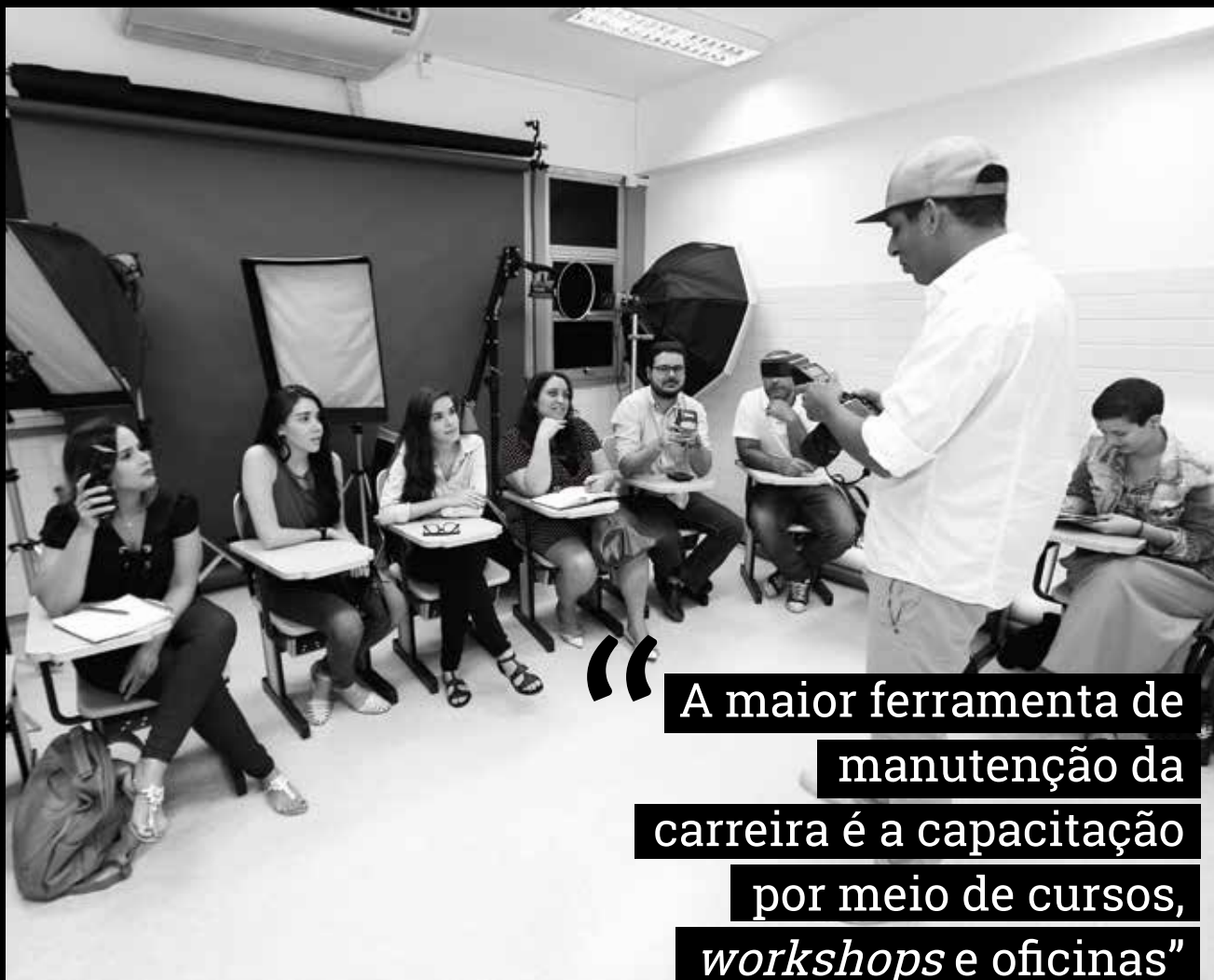


Com a foto da Ponte do Saber, André Martins foi vencedor da categoria "Abstrato" no *Monochrome Photography Awards 2016*

também abre espaço para um fator contestado, o ingresso de amadores no mercado de trabalho - mais um dos obstáculos a serem superados pelos profissionais. Com os recursos automáticos disponibilizados por um bom equipamento, muitas pessoas sem qualificação aproveitam para prestar serviços cobrando um valor abaixo do mercado. "É um momento delicado devido à grande quantidade de gente ingressando de qualquer forma, causando uma desvalorização em massa. A qualidade é trocada pela economia e gera uma insatisfação generalizada", destaca.

Especialista em fotografia de arquitetura, André Martins endossa a linha de raciocínio. "A disputa fica acirrada, com uma concorrência indireta. Digo indireta porque não estamos lidando com fotógrafos, mas com pessoas que comprem um bom equipamento, acionam o automático e acreditam que está tudo lindo. Mas falta a essência, pois fotografia é uma área complexa", pontua o profissional, vencedor da categoria "Abstrato" no *Monochrome Photography Awards 2016*, com uma fotografia da Ponte do Saber (Rio de Janeiro) clicada em 2015.

Foto: André Martins



“A maior ferramenta de
manutenção da
carreira é a capacitação
por meio de cursos,
workshops e oficinas”

Élvio Luiz

→ REVELANDO APERFEIÇOAMENTO

É justamente nessas horas que a capacitação e o aperfeiçoamento podem fazer a diferença. Afinal, com uma formação profissional, o fotógrafo tem mais chances de sucesso. No Senac, é possível aprimorar o conhecimento com cursos como *Fotografia Newborn*, *Iluminação de Estúdio* e *Flash Fotográfico Eletrônico*. “Procuro fazer cursos todo ano, para me manter atualizado. Hoje, estou cursando pós-graduação”, afirma André. “A maior ferramenta de manutenção da carreira é a capacitação por meio de cursos, *workshops* e oficinas, para que o profissional se mantenha perto de todas as tendências que vêm surgindo”, emenda Élvio.

No Senac, o curso profissionalizante de Fotógrafo continua sendo bastante procurado pelo público. “As vagas sempre esgotaram muito rápido e a demanda sempre segue em alta”, comenta a coordenadora pedagógica da instituição no Recife, Jacira Cardoso. “Temos uma reunião periódica que acontece uma vez ao ano na qual é feita uma revisão de conteúdo do curso. O mercado muda muito rápido e nós sempre buscamos estar com o curso reestruturado. É justamente por isso que recebemos tanto alunos iniciantes quanto pessoas com bacharelado na área. O público procura apostar em capacitação e aperfeiçoamento para estar sempre atualizado”, finaliza. □

MORADIA COMPARTILHADA

Dividir moradia ou alugar quartos tem sido alternativa de jovens no Recife

POR ARTUR FERRAZ

Sair da casa dos pais e conquistar a independência financeira é um longo processo de crescimento pessoal e profissional que requer, além de força de vontade, paciência e planejamento. Por isso, é comum, no início da carreira, as pessoas alugarem um imóvel compartilhado com amigos ou até desconhecidos para poder reduzir os gastos e, assim, juntar dinheiro até atingir o sonho da casa própria. E num momento de crise econômica, também é vantajoso para o proprietário disponibilizar um apartamento ou um quarto para aluguel como forma de adquirir uma renda extra durante o mês.

É o caso da administradora Alessandra Papini, de 43 anos, que desde 2013 tem alugado dois quartos do apartamento onde mora, no bairro de Boa Viagem, Zona Sul do Recife. Para ela, que tem pais idosos, esse dinheiro ajuda a pagar as contas. “Meu pai é aposentado e ele e minha mãe têm problemas de saúde, então [o aluguel] é um incremento importante. Por enquanto estou sem alugar, porque está tendo um vazamento no prédio, o que altera extremamente a receita”, conta.

As vagas eram oferecidas só para mulheres e custavam R\$ 500 e R\$ 750 por mês, de acordo com o tamanho do cômodo. Os valores também incluíam estacionamento. “Alugar um quarto é muito mais simples e me dá muito menos despesas do que se dis-

ponibilizasse um apartamento inteiro, porque toda a responsabilidade financeira de pagar condomínio, energia, IPTU, internet é minha. E é uma forma de controle, estou sempre lá vendo se estão usando de forma adequada. Até hoje nunca tive problema com nenhuma hóspede”, afirma.

Já para quem divide um apartamento, a economia é uma grande vantagem. A produtora cultural Renata Farias, de 30 anos, que mora com a executiva de pré-vendas Cleide Correia, de 28, diz que deixa de gastar, no mínimo, R\$ 300 por mês só por compartilhar o imóvel. “Em média, cada uma banca de R\$ 600 a R\$ 700 mensais. Se fôssemos morar sozinhas, certamente procuraríamos lugares mais baratos e corte de gastos. Como dividimos as contas, alivia muito a nossa situação e nos possibilita certos ‘luxos’”, ressalta.

O contrato está no nome das duas amigas, que já dividiram outro imóvel antes. “Tivemos que juntar nossas rendas para poder dar entrada na imobiliária e os fiadores são os meus pais. No outro apartamento, cheguei a pensar em morar só e decidi esperar um ano para que Cleide pudesse se organizar. Mas encontramos um apartamento maravilhoso, fiquei apaixonada por ele e disse que não sairia mais de jeito nenhum”, recorda Renata.

O desafio é ainda maior para os que precisam se mudar para outra cidade onde não têm nenhum

conhecido. Antes mesmo de achar um lugar, é importante checar onde e em que condições está sendo oferecido o imóvel para não ser enganado. No mercado, aplicativos e sites ajudam esse público a encontrar hospedagem ou moradia. Entre eles, está o *Moove In*, que reúne pessoas que pretendem morar em um local compartilhado com base no perfil dos pretendentes traçado a partir de um questionário online e ainda usa informações coletadas nas redes sociais.



COMPARTILHAR EXIGE PARCERIA

Numa casa nova, sem a família por perto, é preciso sempre tomar cuidado para manter uma boa convivência com os outros moradores e evitar conflitos. Para que isso aconteça, a psicóloga Juliana Santos, do Hospital Memorial Jaboatão, defende que tanto o dono do imóvel quanto os novos

inquilinos estabeleçam regras que garantam o respeito mútuo entre eles. “Eu acho importante ter essas regras claras. Se na casa dos pais, com os irmãos, cada um tem sua personalidade e já gera conflitos, imagina pessoas que vêm de famílias diferentes?”, questiona a especialista.

Ainda de acordo com a profissional, para garantir um convívio saudável, todos devem ter em mente pelo menos três palavras-chave: respeito, educação e comunicação. “Esses são os principais pontos. Se um vai dormir ou estudar em determinado horário, o outro deve fazer menos barulho nessa hora. Isso é uma coisa que precisa ser acordada. Se for receber alguém de fora, como um familiar, tem que haver comunicação para que as outras pessoas estejam cientes. Ou então se estabelece desde o início a regra de não receber ninguém”, explica. Foi o que Alessandra Papini fez no apartamento dela. “A gente



“ O convívio
saudável depende
de estabelecer
e seguir regras
claras”

Juliana Santos



Cleide Correia e Renata Farias (D) garantem que dividir as contas aliviam as despesas e permite certos luxos

tinha um acordo de convivência, principalmente em relação a receber namorados e fazer festas. Se fosse receber alguém, não ficava lá. Tem uma área comum, como a sala e a cozinha, mas se você fica muito tempo na sala, por exemplo, pode tirar a privacidade das outras pessoas. Já aluguei para gente bem jovem e nunca aconteceu nada. Acabo fazendo novas amigas”, afirma a administradora.

A produtora cultural Renata Farias também acredita que o respeito à individualidade do outro é fundamental quando se divide um apartamento. “Nós já vivemos juntas há um tempo, e isso nos possibilitou maior conhecimento, não só como amigas, mas também como pessoas. Pegamos o *feeling* uma da outra, respeitamos nossos espaços e compartilhamos muitos momentos”, conta.

As duas fazem alguns acordos sobre a limpeza e as refeições. “Antes de termos uma diarista, nós dividíamos os ambientes ou as funções. Também já tivemos o acordo ‘gatos/plantas’, que estabelece o revezamento no cuidado com eles durante a semana”, explica Cleide.



Marília Rêgo (C), que há quatro anos divide um apartamento com uma amiga, costuma abrigar outras pessoas para reduzir as despesas

→ DIVIDIR COM RESPONSABILIDADE

Para diminuir ainda mais os custos e o valor do aluguel, alguns inquilinos resolvem chamar mais uma pessoa quando há um quarto vago. De acordo com o advogado José Almeida de Queiroz, consultor jurídico da Fecomércio/PE, essa prática, conhecida como ‘sublocação’, está dentro da lei, mas só deve ser feita com o consentimento do proprietário do imóvel. Caso contrário, o contrato de sublocação pode ser anulado. “O sublocatário assumirá toda a responsabilidade em caso de eventuais danos ou descumprimento contratual”, alerta.

Há quatro anos dividindo um apartamento com uma amiga, na Cidade Universitária, Zona Oeste do Recife, a jornalista Marília Rêgo, com 21 anos, costuma abrigar outras pessoas para reduzir as despesas. “No começo, veio uma menina de Limoeiro, que passou uns seis meses e depois foi morar em outro lugar. A gente então passou um tempo sozinha até que chegou outra do Ceará. Ela ficou aqui até passar num concurso e indicou uma amiga, colombiana, que está morando com a gente agora”, conta.

De acordo com ela, apesar de não estar prevista originalmente no contrato a possibilidade de convidar outros inquilinos, o dono do apartamento sabe que há uma terceira pessoa na casa e nunca viu problema nisso. “Ele ajuda muito a gente, sempre vem aqui e pergunta se está precisando de alguma coisa. O contrato está no nome da minha mãe e não consta nada sobre quantas pessoas, isso é a critério da gente. Todo mês tem que pagar o aluguel, mas, independentemente disso, quantas pessoas quiser colocar a gente bota”, afirma.

O advogado José Almeida de Queiroz ressalta, no entanto, a necessidade de se fazer um documento como forma de evitar complicações jurídicas, tanto nos casos de aluguel compartilhado quanto de sublocação. “O importante é ter a autorização do proprietário porque, com ela, não há contestação. Deve-se fazer o contrato indicando de forma clara e precisa o espaço que está sendo cedido a cada participante. Também é importante comprovar a regularidade de cada compartilhado, perante os órgãos oficiais, quanto às obrigações fiscais e trabalhistas, evitando, no futuro, medidas judiciais”, recomenda. □



O Sesc Pernambuco
está com inscrições
abertas para cursos
de cultura, esportes
e educação de
jovens e adultos.



Confira na unidade
mais perto de você

Outras informações,
consulte nosso site:
www.sescpe.org.br

Siga-nos!

 /sescpe

 @sescpe



FÁTIMA CASA NOVA

“NOSSO MELHOR RETORNO É O SORRISO QUE RECEBEMOS DAS CRIANÇAS”



Um momento que era para ser de plenitude ganhou notas de tensão no ano de 2015. Um surto de microcefalia teve sua origem atribuída ao Zika vírus e deixou as gestantes muito apreensivas quanto à saúde dos bebês que carregavam. No primeiro ano da crise, o Brasil teve 2.205 casos confirmados e um total de mais de 10 mil notificações, segundo o Ministério da Saúde. Passado o momento inicial, a hora é de arregaçar as mangas e fazer o possível para dar condições às crianças afetadas de se desenvolverem da melhor forma possível. Nesta entrevista, concedida à revista Informe Fecomércio, a coordenadora técnica da clínica-escola FG Comunidade, Fátima Casa Nova, apresenta o projeto Quero Bem, responsável por acolher, não somente os pequenos, mas também prestar atendimento psicológico às famílias, principalmente às mães.

Como o projeto Quero Bem foi concebido?

A ideia surgiu a partir de uma palestra para alunos do Direito e da Psicologia. A ideia inicial era falar dos direitos que essas mães podiam buscar, junto aos poderes públicos, para seus filhos nascidos com a microcefalia. Percebemos que o assunto não tinha se esgotado e que ainda gerava dúvidas. Um segundo encontro, bem maior que o primeiro, foi planejado, dessa vez incluindo médicos especialistas no assunto, autoridades na área

de saúde e da área jurídica. A partir daí, sentimos que existia a necessidade de continuar trabalhando sobre o tema. A missão da Laureate, grupo do qual a UniFG faz parte, é “expandir o acesso a uma educação da mais alta qualidade para tornar este mundo um lugar melhor” e foi com esse foco que começamos a desenvolver o projeto “Quero Bem”. Nosso intuito foi acolher essas famílias e prestar toda a assistência de que elas necessitam, tanto para os adultos quanto, principalmente, para as crianças com microcefalia. Posteriormente, fizemos entrevistas com 50 mães com filhos com microcefalia e iniciamos o atendimento às crianças em 2016.

Quando uma mãe fica sabendo da clínica, o que ela precisa fazer para começar a ser atendida? E quais os tipos de protocolos ou triagens existem?

No projeto “Quero Bem” não temos limitações por classe social, por bairro em que reside ou de idade. O projeto está aberto para todos e estamos, inclusive, de portas abertas para receber mais famílias com microcefalia. Para integrar o projeto, basta a mãe procurar a FG Comunidade, localizada na avenida Ayrton Senna da Silva, em Piedade, em Jaboatão do Guararapes, e realizar uma triagem. Logo após passar pela primeira etapa, os candidatos precisam passar por uma entrevista clínica com profissionais da Psicologia, Fisioterapia e Nutrição. Prestamos atendimento nas três áreas, mas vale ressaltar que é importante que o

tratamento oferecido pelo “Quero Bem” caminhe junto com os atendimentos médicos realizados pelas crianças.

Quais os tipos de tratamentos (estímulos) que os bebês e crianças recebem?

Temos uma clínica de Fisioterapia com vários equipamentos disponíveis e profissionais preparados. Além dos nossos alunos, os professores também atuam na nossa clínica-escola e estão sempre à frente dos atendimentos. Além

disso, oferecemos atendimento nutricional, para que as mães ofereçam os alimentos adequados para o desenvolvimento das crianças.

A partir de que idade elas podem começar a receber atendimento?

Recebemos crianças com meses. Quanto antes o tratamento for iniciado, melhor costuma ser a resposta das crianças e maior é o seu desenvolvimento. Mas é importante ressaltar que não temos limite de idade para novos pacientes.

Existe prazo para o término dos tratamentos?

Não, vai depender do desenvolvimento da criança. Muitas vezes tratamentos neurológicos duram a vida inteira. Nesse caso da microcefalia, ainda não temos uma ideia de como ocorrerá o desenvolvimento na vida adulta. Esse é o principal diferencial do nosso projeto: não temos um prazo para que o paciente receba alta.

Como é o perfil das famílias que chegam na clínica?

As mães costumam chegar muito abaladas, ansiosas, cansadas e até depressivas. Financeiramente, a

maioria é de baixa renda. Por isso identificamos que é importante também oferecer um atendimento psicológico para essas mulheres. Elas participam de terapias em grupo e trocam experiências com outras que estão vivenciando a mesma situação. Depois de um ano do projeto, sentimos que elas têm acreditado mais nos profissionais, estão mais seguras e com mais esperança no próprio desenvolvimento do filho.

O projeto está concorrendo a um prêmio internacional. Ganhar seria um reconhecimento?

Eu ficaria muito impactada, caso sejamos os vencedores, porque estamos concorrendo com instituições de muitos países. O *Here for Good* é um prêmio da *Laureate International Universities* que premia projetos que causaram impacto social positivo. Todas as instituições da rede *Laureate* podem concorrer. Em nenhum momento nós criamos esse projeto pensando em premiação. Inclusive, ele foi inscrito muito depois de iniciarmos o trabalho. Ganhar seria importante pelo que poderemos oferecer às crianças com esse prêmio.

Como você avalia a evolução na saúde das crianças que estão no projeto?

Apesar de termos ainda muitas dúvidas e desconhecimento de como e do quanto essa doença pode afetar o desenvolvimento das crianças, já conseguimos ver muitas mudanças físicas. Movimentos novos e novas expressões nos mostram que tudo está valendo à pena. Cada evolução nos deixa muito felizes. Nosso melhor retorno são os sorrisos que provocamos nas crianças e nos seus familiares. Isso nos deixa ainda mais comprometidos. □

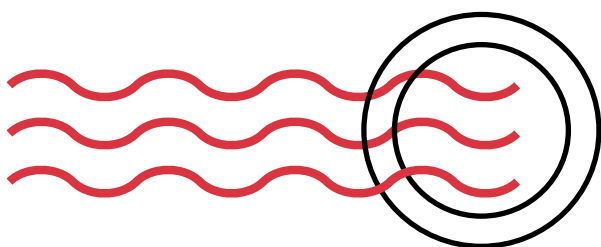
“ O principal diferencial do nosso projeto é não termos um prazo para que o paciente receba alta”



ELES NÃO ABREM MÃO DE VIAJAR

Com cenário econômico desfavorável, empresas e viajantes encontram opções para manter o prazer de uma viagem

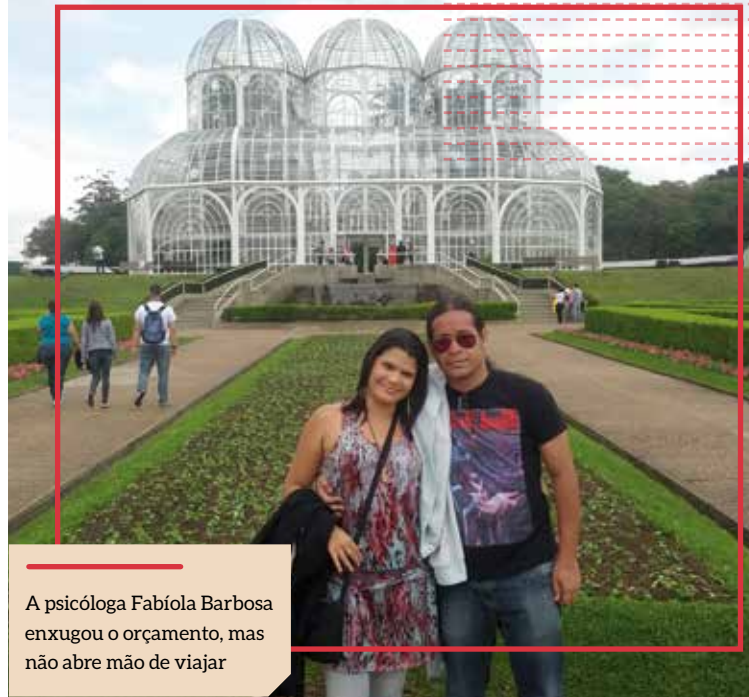
POR TACYANA VIARD



A s incertezas da economia, com elevados índices de desemprego ou reajustes salariais que não cobrem os percentuais de inflação, levaram o brasileiro a abrir mão de compras e hábitos. Os cidadãos passaram a avaliar melhor as aquisições, definir novas prioridades, optar por produtos e serviços mais baratos e repensar o comportamento no dia a dia. O objetivo é enxugar as despesas e, ao fim do mês, garantir a tranquilidade de fechar as contas no azul ou, pelo menos, sem dívidas. Outro prazer é conquistar uma realização, como o hábito de viajar. Antes imerso em insegurança, o brasileiro hoje começa a se programar, dentro de uma possível estabilidade, para manter no calendário anual os desejáveis dias fora de casa. É o que indica a Sondagem do Consumidor – intenção de Viagem, chancelada pelo Ministério do Turismo. De acordo com o estudo, 25% da população canarina pretende viajar neste segundo semestre.

“Tenho priorizado viajar porque isso me traz oxigenação para a vida”, avalia a psicóloga Fabíola Barbosa, de 30 anos. A última viagem dela aconteceu em julho deste ano para Belo Horizonte e São Paulo, e a próxima, prevista para setembro, será para o Uruguai e a Argentina. “Mantive meu calendário de viagem, mas reduzi para até 12 dias a duração delas, dentro de um orçamento mais enxuto e com uma programação antecipada”, conta. Além disso, fica atenta à promoção de passagens e acompanha as possibilidades de hospedagens compartilhadas, como o *Airbnb* ou em casa de amigos.

Independentemente da idade, as pessoas querem viajar, sair da rotina. “No entanto, temos percebido um movimento de ajustes no comportamento do turista. Quem antes fazia uma programação para 15 dias, com *transfer* aéreo, hoje opta por transporte terrestre e com redução de tempo”, avalia Ana Paula Cavalcanti, diretora da Divisão de Atividades Sociais do Sesc (DAS) em Pernambuco. A DAS é responsável pelo turismo social da instituição, voltado para a promoção de roteiros de viagens e de excursões nacionais, mas com foco nas cidades pernambucanas. Com a prática de viajar para a Europa, São Paulo e Rio de Janeiro todos os anos, a funcionária pública Solange Ferraz, de 49 anos, precisou se ajustar. “Com um aumento abaixo da inflação, ficou difícil manter as contas em dia e viajar com a mesma frequência”, analisa. Para garantir uma temporada de 15 dias,



A psicóloga Fabíola Barbosa enxugou o orçamento, mas não abre mão de viajar

menos do que costumava em outros países em 2018, excluiu a viagem internacional e uma nacional neste ano, mesmo já tendo disciplina financeira. Tem uma poupança só para viagem, abastecida mensalmente, evita gastos com alimentação fora de casa e a compras excessivas. Tudo com o foco neste tipo de lazer. “É uma forma de sentir o mundo e as pessoas, além de ser uma terapia e um excelente investimento de tempo e dinheiro”, defende.



“

Temos percebido um movimento de ajustes no comportamento do turista. Quem antes fazia uma programação para 15 dias, hoje opta por redução de tempo”

Ana Paula Cavalcanti



“

Viajar é uma forma de sentir o mundo e as pessoas, além de ser uma terapia e um excelente investimento de tempo e dinheiro”

Solange Ferraz

➔ POSSIBILITANDO VIAGENS

Diante da continuação do desejo de viajar, o mercado precisou se adequar, seguindo o caminho da lei da oferta e procura. Equipamentos hoteleiros, agentes de turismo, estabelecimentos, como bares e restaurantes, buscaram alternativas para manter médias de frequência, possibilitando o lazer de turistas e visitantes. “Diante desse cenário, e com muita prudência, ficamos otimistas com o resultado que estamos percebendo no setor”, avalia Marta Freitas, presidente do *Recife Convention Bureau*.

Com oito agências de turismo em Pernambuco, o Sesc tem a missão de proporcionar a comerciários e dependentes opções de lazer dentro da realidade dessa parcela da população, mas com vagas também para o público em geral e com preços mais atrativos. Além de aumentar a preferência pela malha terrestre, a instituição aproveita a capilaridade que possui nas cidades de Garanhuns e Triunfo ou de outros estados onde possui hotéis, o que acaba barateando o custo de hospedagem. “Nossas ações se tornam mais viáveis porque o preço agrega todos os serviços, como ingressos dos passeios, guias turísticos, refeições, seguro, entre outros itens, e essa economia é repassada para o nosso cliente”, avalia Junior Oliveira, analista de turismo do Sesc no Estado.

Professora de escola particular, Héli da Xavier já realizou duas viagens este ano pela agência da instituição, uma para Pipa (RN) e outra para Triunfo (PE). “Com meu equilíbrio nas finanças, já estou me planejando para a próxima deste ano, que é conhecer o Natal Luz de Garanhuns”, finaliza. □

SERVIÇO:

Coordenação de Turismo Social - Setor de Reservas
81 3421 5054

Agência de Turismo - Sesc Piedade
81 3361 0097

Agência de Turismo - Sesc Santo Amaro
81 3216 1703

Agência de Turismo - Sesc Garanhuns
87 3761 2658

Agência de Turismo - Sesc Caruaru
81 3721 3967/2368

Agência de Turismo - Sesc Arcoverde
87 3821 0864

Agência de Turismo - Sesc Petrolina
87 3866 7474

Agência de Turismo - Sesc Ler Goiana
81 3626 5904

Agência de Turismo - Sesc Casa Amarela
81 3267 4427

O Sebrae paga

70%

no valor do seu projeto.

Transforme sua empresa.

O Sebrae chega junto para

inovar
no seu negócio.



UMA VITRINE DE MUITAS LOJAS



Conceito de *Marketplace* ganha fôlego dentro das modalidades de vendas *online*, beneficiando tanto lojistas quanto consumidores

POR LUIZA ALENCAR

Já imaginou “passear” por um *shopping center*, escolher produtos dos mais variados segmentos em um mesmo ambiente e comparar preços antes de concluir a compra usando o celular, tablet ou computador? É o que dá força ao conceito de *Marketplace*, que nada mais é do que uma loja virtual, na qual são vendidos bens e serviços. Em um espaço único, pode-se encontrar livros, perfumes, cosméticos, vestuários e produtos artesanais de várias marcas e empresas.

Entre as vantagens para os empreendedores está a redução dos custos para a construção da loja virtual e o marketing inicial da marca. Isso significa aumento da visibilidade dos produtos e menor investimento para alavancar as vendas. “Reforçar as vendas sem o peso de um investimento inicial em uma loja virtual solo é um dos benefícios. Entretanto, até mesmo para quem já possui um *e-commerce* individual, é importante continuar abrindo canais de venda. Desta forma, estar presente em um *marketplace* é positivo”, explica Conceição Moreira, analista do Sebrae-PE. Com uma plataforma pré-estruturada e regras pró-



prias para cada site, os *marketplaces* estão cada vez mais populares. Mercado Livre, Submarino, Elo7, Enjoei e Tanlup são algumas das opções de comércio eletrônico agregador, tanto para clientes quanto para lojistas. A artesã Sílvia Ribeiro, que há cerca de um ano comercializa pinturas em garrafas de vidro, optou se cadastrar em um *marketplace*, com foco no trabalho criativo. A escolha se deu pelas vantagens quando comparados os valores e os benefícios. “O custo inicial de uma loja virtual era fora da nossa realidade. O Tanlup nos deu a oportunidade de comercializar nosso produto com facilidade, praticidade e por um custo muito baixo, sem que precisemos contratar alguém para gerir nossa loja”, anota.

Já para Fernanda Paulino, professora de dança, que desde 2013 produz e vende roupas em malha de dança flamenca, a iniciativa de participar surgiu após conhecer uma empresa pernambucana de acessórios autorais que comercializava as suas peças nes-



“
O custo inicial de uma loja virtual era fora da nossa realidade”

Sílvia Ribeiro



te tipo de plataforma. “Como o conceito deles batia com o que pretendia com uma loja virtual, resolvi começar e montar a minha. As facilidades de montar a loja, de personalizá-la e gerenciá-la são atrativos”, sublinha a empreendedora. Para Fernanda, a “rede é muito boa para principiantes em vendas online”.

Mas gerenciar bem a sua loja virtual vai além de seguir as regras e direcionamentos da plataforma de *marketplace* escolhida. É preciso conhecer e entender o seu público-alvo e oferecer um serviço de qualidade. “Os clientes estão buscando conveniência, rapidez e experiências positivas de compra e de consumo”, ressalta a analista do Sebrae-PE Conceição Moreira. E se tratando de uma loja virtual é imperativo ofertar um excelente atendimento, com respostas rápidas e adequadas para cada meio de comunicação, canais de atendimento em pleno funcionamento, informações devidamente registradas e claras para o entendimento dos consumidores. □



“
As facilidades de montar a loja, de personalizá-la e gerenciá-la são atrativos do *Marketplace*”

Fernanda Paulino

ENTRE PANELAS E CALCULADORAS

Chefes e *restaurateurs* se revezam na divisão de tarefas
em busca da melhor performance do restaurante

POR EDUARDO SENA



Por trás das cortinas, sempre um bastidor. E não é só no teatro, a máxima também se aplica aos restaurantes. Afinal, até um prato chegar à mesa, sua biografia não é das mais curtas. E não é de se estranhar as razões pelas quais os aplausos quase sempre são direcionados ao chef responsável e não ao todo. É esse profissional quem pensa o produto final: o que será comprado, o melhor fornecedor, a maximização dos lucros para viabilizar financeiramente o empreendimento, fichas técnicas, controle de desperdício, elaboração do cardápio e, por fim, a coreografia do delicado balé que se inicia na cozinha desde que o cliente faz o seu pedido.

É natural que, com tantas responsabilidades, algo deixe a desejar no bastidor administrativo: contas a pagar e a receber, recursos humanos, segurança, marketing, gerenciamento de custos... A lista é longa e tem levado à construção de modelos de negócios dos quais emergem as figuras do gestor administrativo de um lado e do chef de cozinha do outro. O objetivo é alcançar a melhor performance do empreendimento não só no “palco”, mas na “cochila” e no “camarim”. É essa a linha recentemente adotada pelo chef Hugo Prouvot que, a despeito dos seus mais de 15 anos de experiência no *metiê*, enxergou nessa divisão de tarefas uma forma de crescimento sustentável das casas que comanda.

Para Hugo, com essa divisão, sua atuação na cozinha é otimizada. “Imagina você ter que ir à feira, a uma vila de pescadores em busca de produto fresco, tendo que pensar nos boletos que estão vencendo, no funcionário que faltou, na água que não chegou... Essa divisão é fundamental para

que os dois processos sejam qualificados separadamente. Dessa forma, acredito que a empresa se fortalece”, pontua o cozinheiro, que mantém sociedade com o consultor de empresas Maurício Xavier, nos restaurantes Prouvot Pizza D.O.C, no Pina, e Prouvot Bistrô, no Parnamirim. Até o final do ano, a dupla deve abrir mais duas operações no segmento gastronômico no Recife e outra em João Pessoa.

“Esses novos projetos só se tornaram viáveis por conta dessa forma de administrar. Os dois setores alinhados, cada um com suas metas e métodos de trabalhos, permitem um crescimento sustentável”, acredita Prouvot. O discurso é corroborado pelo seu



Hugo Prouvot mantém sociedade com o consultor de empresas Maurício Xavier nos restaurantes Prouvot Pizza D.O.C e Prouvot Bistrô

O sucesso de um restaurante se dá pela competência de profissionais em várias áreas, mas sempre com foco no cliente



De nada adianta um chef extraordinário se a parte administrativa não consegue dar o suporte”

Joca Pontes



OUTROS INGREDIENTES

Apesar de convergirem em um propósito comum, essas relações também são capazes de gerar alguns embates. “A parte administrativa sempre tentará ganhar margem, tratando tudo de forma mais profissional e empresarial possível. Porém um restaurante tem suas particularidades que devem ser respeitadas, senão perde sua ‘alma’”, expõe Longmann. Ele cita como exemplo a simples compra de um queijo muçarela. “Se o chef não estipular algumas marcas aceitáveis, o setor de compras irá procurar o mais barato possível, podendo haver perda de qualidade na ponta. Na contramão, ele pode inserir numa receita um item muito caro ou que não venda localmente, inviabilizando ou até impossibilitando a realização da venda com lucro de determinado prato”, finaliza.



braço administrativo. Para Maurício, o sucesso de um restaurante se dá pela competência de profissionais em várias áreas, mas sempre com foco no cliente, entendendo suas necessidades e desejos: como um ambiente acolhedor, excelente atendimento, comida inesquecível e preço justo.

“Para ser alcançado, esse conjunto de variáveis requer a integração do talento de um bom chef de cozinha e um administrador competente nos processos de compras dos melhores insumos, com o menor preço possível; recebimento, armazenamento e controle desses produtos; gestão e o desenvolvimento das pessoas nas suas áreas de atuação; manutenção diária do ambiente físico e a segurança do cliente; acompanhamento do serviço e dos resultados financeiros (receitas x despesas), além do processo de tomada de decisão integrado”, lista Maurício.

Sócios nos restaurantes Ponte Nova, Villa e na rede de creperia Bercy Village, o chef Joca Pontes e o administrador Luciano Longmann endossam o coro. “[A administração] é a outra metade de uma boa gestão de um restaurante. De nada adianta um chef extraordinário se a parte administrativa não consegue dar o suporte para o desenvolvimento de suas receitas. Um menu pode ser tão excelente quanto não executável caso os insumos não cheguem. Então a gestão tem de complementar a criação, tem de dar o suporte”, acredita Pontes.



escolha dos insumos para a compra, até o momento em que o prato chega à mesa do cliente. “Isso cria um respeito muito grande. Aprende-se a valorizar o trabalho essencial de toda a retaguarda de um restaurante. Não acredito em quem se forma e já quer se chamar de chef. Todo chef é, antes de tudo, um grande cozinheiro e excelente gestor de pessoas”, defende.

É no que também acredita André Saburó, que administra quatro endereços gastronômicos (Quina do Futuro, Sumô, Tokyo’s e Sushi Yoshi), cozinhando nos três primeiros deles – e com muita serenidade. Nome expoente no trabalho com atum, o chef conta que a dificuldade é apenas estruturar os setores administrativos e de cozinha com uma equipe alinhada com o ideal da casa. Uma vez alinhado, o trabalho em conjunto flui sem grandes problemas. “Venho formando equipes

gerenciais sólidas com mais de 14 anos de casa, capazes de assimilar as tarefas em equipe, permitindo que eu me debruce estrategicamente em algumas delas, quando necessário, sem o que o outro lado perca”. Para ele, é fundamental que o cozinheiro esteja por dentro dos números na cozinha, o que promove uma sensação de controle com criação sustentável. Saburó conta que uma coisa é cozinhar sem fazer conta. É fácil, mas um grande erro. “Você não consegue ter êxito no negócio se fizer um prato de alto custo sem o suporte de um cardápio equilibrado, no qual 80% dos pratos consigam te dar um retorno eficiente, dedicando apenas 20% para a sua satisfação como cozinheiro em trabalhar com insumos nobres”, anota. “A cozinha, o salão e o escritório são três mundos distintos que o chef precisa fazer conversar entre si, em paz e equilíbrio”, finaliza.

“Muitas vezes um prato excelente pode inviabilizar a rentabilidade do negócio, pois temos que adequar os altos preços dos ingredientes, além dos custos trabalhistas, fiscais, fixos e variáveis (aluguel, IPTU, energia elétrica, gás, água, telefone) entre outros”, acrescenta Maurício Xavier. Nome à frente da gestão do restaurante Mingus, do food truck Bou Comida de Verdade e do Em Cima Gin-
-Bar, o restaurateur Nicola Sultanum traz um outro contorno à discussão. Ele lembra que a divisão de tarefas é fundamental, mas cabe ao chef estar envolvido em todo o processo, desde a





→ FORMAÇÃO É AMPLA

A formação do Tecnólogo em Gastronomia é descrita pelo Ministério da Educação no Catálogo Nacional dos Cursos Superior de Tecnologia, que define as diretrizes curriculares para sua formação. O amplo escopo permite que o gastrônomo, ou tecnólogo em gastronomia, possa atuar em várias áreas dos serviços de alimentação. Há quase 10 anos ofertando o curso, a Faculdade Senac é uma das instituições reconhecidas pelo alinhamento com tais critérios. Não é à toa o curso de Gastronomia da instituição é considerado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa Educacionais Anísio Teixeira (Inep/MEC) como o melhor do Nordeste, por meio do resultado do Exame Nacional de Desempenho Estudantil (Enade) de 2015, obtendo o conceito 4 em uma escala 1 a 5. ☐

ATRIBUIÇÕES DE UM TECNÓLOGO EM GASTRONOMIA:

Conceber, planejar, gerenciar e operacionalizar produções culinárias nas diferentes fases dos serviços de alimentação.

Criar preparações culinárias e valorizar a ciência dos ingredientes.

Diferenciar e coordenar técnicas culinárias.
Planejar, controlar e avaliar custos.

Coordenar e gerenciar pessoas de sua equipe.
Validar a segurança alimentar.

Planejar, elaborar e organizar projetos de fluxo de montagem da cozinha.

Identificar utensílios, equipamentos e matéria-prima em restaurantes e estabelecimentos alimentícios.
Articular e coordenar empreendimentos e negócios gastronômicos.

Identificar novas perspectivas do mercado alimentício.

Vistoriar, avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

**VOLTA
ÀS AULAS
IMBATÍVEL**

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



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

*Parcela Mínima de R\$ 50,00.



É A PREVIDÊNCIA, ESTÚPIDO!

Impressiona como algumas pessoas são cegas às evidências numéricas. Os dados da Previdência Social são cristalinos e só não os enxergam e compreendem o seu significado aqueles que, ou estão obcecados ideologicamente ou cuja desfaçatez é imperativa ou, ainda, por ignorância.

O déficit do Regime Geral da Previdência Social (RGPS) cresceu 74,3%, de R\$ 86 para R\$ 150 bilhões, entre 2015 e 2016. As causas desse déficit são conjunturais e estruturais. A conjuntura explica a queda na arrecadação devido à redução na massa salarial. As causas estruturais repousam no envelhecimento da população, na generosidade do sistema de pensões e outros benefícios e em distorções entre a previdência urbana e rural. O déficit do RGPS tem peso importante

no déficit primário da União. Em 2015, correspondia a 72,6% do déficit primário federal. Em 2016, esse percentual elevou-se para 93,9%. Qualquer governante minimamente responsável do ponto de vista fiscal sabe que essa situação é insustentável. Tendo sido congelado o gasto primário real do governo federal pela PEC do teto, na ausência de Reforma da Previdência, a única forma de respeitar o limite de gasto seria cortar as despesas com investimento e custeio, comprometendo programas nas áreas de saúde, educação, defesa e segurança, assistência social, etc. Em nome do pagamento de aposentadorias, pensões e benefícios da Previdência Social iriam ser sacrificadas ações relevantes do Estado Brasileiro, essenciais para a provisão de serviços públicos e, portanto, para a qualidade de vida da população. O Presidente da República enfrentaria então o dilema de governar para todos brasileiros ou, apenas, para os beneficiários da Previdência.

Na Previdência Pública, sob a égide dos Regimes Próprios de Previdência Social (RPPS), os déficits da União

e dos Estados/DF foram, em 2016, respectivamente de R\$ 77,2 e R\$ 89,6 bilhões. No caso dos Estados/DF, as cifras apresentam variações substantivas, mas indicam que reformas da previdência pública- a menos que se comprometa a governabilidade por falta de recursos- terão que ser feitas com brevidade para evitar que se chegue à situação limite e caótica do Estado do Rio de Janeiro.

A questão da Previdência em ambos os regimes, geral e próprio, não é ideológica, é desafio, ao mesmo tempo, posto pela demografia e pela necessidade do equilíbrio fiscal. Quem, em nome da demagogia ou da defesa de privilégios de grupos encrustados no aparelho de estado ignorar suas origens e consequências, não estará apto a legislar e a governar. □

Jorge Jatobá, é Doutor em Economia e Sócio-Diretor da Consultoria Econômica e Planejamento CEPLAN e CEPLAN MULTI





capa

POR MARIANA MESQUITA

UMA DOSE DE TRADIÇÃO E OPORTUNIDADE

Forte representante da cultura pernambucana, a cachaça traz grande potencial econômico em tempos de crise



Com 500 anos de história, a cachaça é um dos produtos mais tradicionais de Pernambuco. Apesar do tempo, o negócio segue em ascensão mesmo no cenário de crise econômica.

Segundo a diretora executiva da Associação Pernambucana dos Produtores de Aguardente de Cana e Rapadura (Apar), Margareth Rezende, entre 2015 e 2016 houve um crescimento de 4% no volume de litros produzido no estado. Alguns dos produtores que se dedicam ao segmento de cachaças *superpremium*, envelhecidas em barris de madeiras nobres e com maior valor de revenda, estão inclusive ampliando seus parques industriais. Apesar do preconceito que muitos ainda sentem em relação à bebida, a cachaça vem sendo cada vez mais valorizada e desperta o interesse de consumidores de dentro e de fora do país. O segmento é visto como uma das áreas mais promissoras para rodadas de negócios. De fato, os dados levantados no “Estudo sobre a Oportunidade de Feiras e Eventos de Negócios em Pernambuco” mostram que o seg-

mento de bebidas se destaca, junto com setores diversos como tecnologia da informação, comunicação, economia criativa, desenvolvimento portuário, segmento fármaco químico, fruticultura irrigada, e mercados pet, *fitness*, de terceira idade e LGBT.

A pesquisa foi realizada em maio de 2017, através de parceria entre o Instituto Fecomércio-PE e o Sebrae-PE, com o apoio técnico-científico da empresa de consultoria CeplanMulti. Conforme aponta o estudo, feiras de negócios traduzem a busca por novos mercados e podem efetivamente beneficiar determinados segmentos da economia, trazendo oportunidades essenciais em meio à recessão. Para o economista Osmil Galindo, sócio-diretor da CeplanMulti, a cachaça é “um segmento com muito potencial, que vem atraindo inclusive o interesse de outras indústrias de bebidas etílicas”. Pernambuco tem um mercado peculiar, sendo “o único estado que possui uma convivência extremamente harmônica entre os grandes e pequenos produtores”.

Apesar do preconceito, a
cachaça vem sendo cada vez
mais valorizada e desperta o
interesse de consumidores de
dentro e de fora do país



→ UMA HISTÓRIA DE AMOR E LUTA

Pernambuco apresenta algumas vantagens em relação à produção da cachaça. A primeira delas, como aponta o engenheiro Jairo Martins (autor de “Cachaça – O mais brasileiro dos Prazeres” e outros livros sobre o tema), é o clima quente e ensolarado, propício à produção de cana com maior teor de sacarose. Mas, até chegar ao atual posto de segundo maior produtor da bebida, houve percalços, proibições e até guerras. Aqui, em 1516, na feitoria de Itamaracá, começou-se a destilar essa aguardente que se tornaria símbolo nacional. “É uma bebida que possui uma grande riqueza de tradições anteriores à chegada dos portugueses ao Brasil. O processo de destilação surge a partir do século X, através de alquimistas árabes, e Pernambuco é o primeiro ponto onde se desenvolveu o cultivo tropical de origem europeia”, especifica Gilberto Freyre Neto, que é coordenador de projetos da Fundação Gilberto Freyre e membro da Apar. Na Europa, era comum a ingestão de destilados para “proteger” o corpo antes das jornadas de trabalho. O costume foi trazido para as colônias e pode ser a raiz da visão negativa que perdurou por muitos anos, tratando a cachaça como bebida inferior e consumida por escravos, criando o estigma pejorativo do “cachaceiro”.

Apesar da origem humilde, a cachaça foi ganhando espaço; tanto que, em 1649, a Coroa Portuguesa proibiu sua comercialização (porque concorria com o vinho e a aguardente bagaceira, importados da Europa). A produção passou a ser clandestina e o impedimento estimulou um sentimento nacionalista: na

Revolução Pernambucana de 1817, a cachaça foi um dos símbolos da luta contra o domínio português, e os intelectuais e artistas da Semana de Arte Moderna de 1922, em São Paulo, também recorreram à bebida como marca da identidade nacional.

“Todo brasileiro precisa ter na sua casa uma garrafa de cachaça branca, para fazer caipirinha, e uma armazenada ou envelhecida, para se tomar pura. Devemos oferecer cachaça às visitas com muito orgulho, principalmente às visitas estrangeiras. Infelizmente esta é uma lacuna cultural que temos e é necessário mudar de atitude”, conclama Jairo Martins.

Enquanto outros destilados são envelhecidos apenas em tonéis de carvalho, a cachaça pode ser armazenada em 30 tipos de madeiras diferentes”

Jairo Martins





PERNAMBUCO TRABALHA PARA AMPLIAR EXPORTAÇÃO

Depois de acompanhar os altos e baixos da construção sociocultural do Brasil, a cachaça definitivamente ocupou seu espaço. Os dados não são fiéis à realidade, porque há um grau de informalidade muito grande, especialmente nos estados de São Paulo e Minas Gerais. Mas o número de litros de cachaça legalizada, produzidos no país atualmente se encontra na casa dos 800 milhões. O número é expressivo, contudo dá conta do quanto é preciso desbravar o mercado exterior: apenas 8,3 milhões de litros são vendidos a outros países, o que representa cerca de 1% de nossa produção. Desse total, 27,25% são enviados para a Alemanha.

"A exportação de cachaça é muito tímida e temos muito espaço para crescer", alerta Margareth Rezende, da Apar. Ela traça uma comparação entre a cachaça e a tequila. "No México, se exporta entre 40 e 50% da produção de tequila", aponta. Nosso vizinho latino-americano está colhendo os frutos de um amplo projeto setorial iniciado ainda nos anos 1960. "Os mexicanos defendem a tequila, sua bebida tradicional. Toda a cadeia veste a camisa. Se você entra num bar, os garçons ime-

diatamente lhe oferecem uma margarita. Aqui, se você pede uma cachaça num restaurante fino, ainda vão olhá-lo com espanto. E não é culpa deles. Já ouvi um funcionário de hotel contando que tinha recebido vários treinamentos de vinho e nenhum de cachaça", critica Margareth. Para ela, este "é um gargalo que precisamos vencer e que vai levar longos anos". "O mercado é difícil, tem muitas barreiras técnicas e tarifárias. É essencial ter apoio dos órgãos governamentais e não-governamentais", acrescenta. Pioneiro também no ramo de exportação de cachaça, a Pitú iniciou o processo no país, fazendo o primeiro embarque para a Alemanha nos anos 1970. Pernambuco atualmente está ligeiramente melhor que o país como um todo. Em 2015, exportou cerca de 2,2 milhões de litros de cachaça e em 2016, 2,3 milhões. Como a produção local supera os cem milhões de litros, com destaque para a Pitú, o fato é que mais de 90% da produção vêm ficando restritas ao mercado nacional.



“
A exportação
de cachaça é
muito tímida,
e temos
muito espaço
para crescer.
Só vendemos
8,3 milhões
de litros para
o exterior”

Margareth Rezende

8,3 MILHÕES

de litros são vendidos a outros países



O que representa

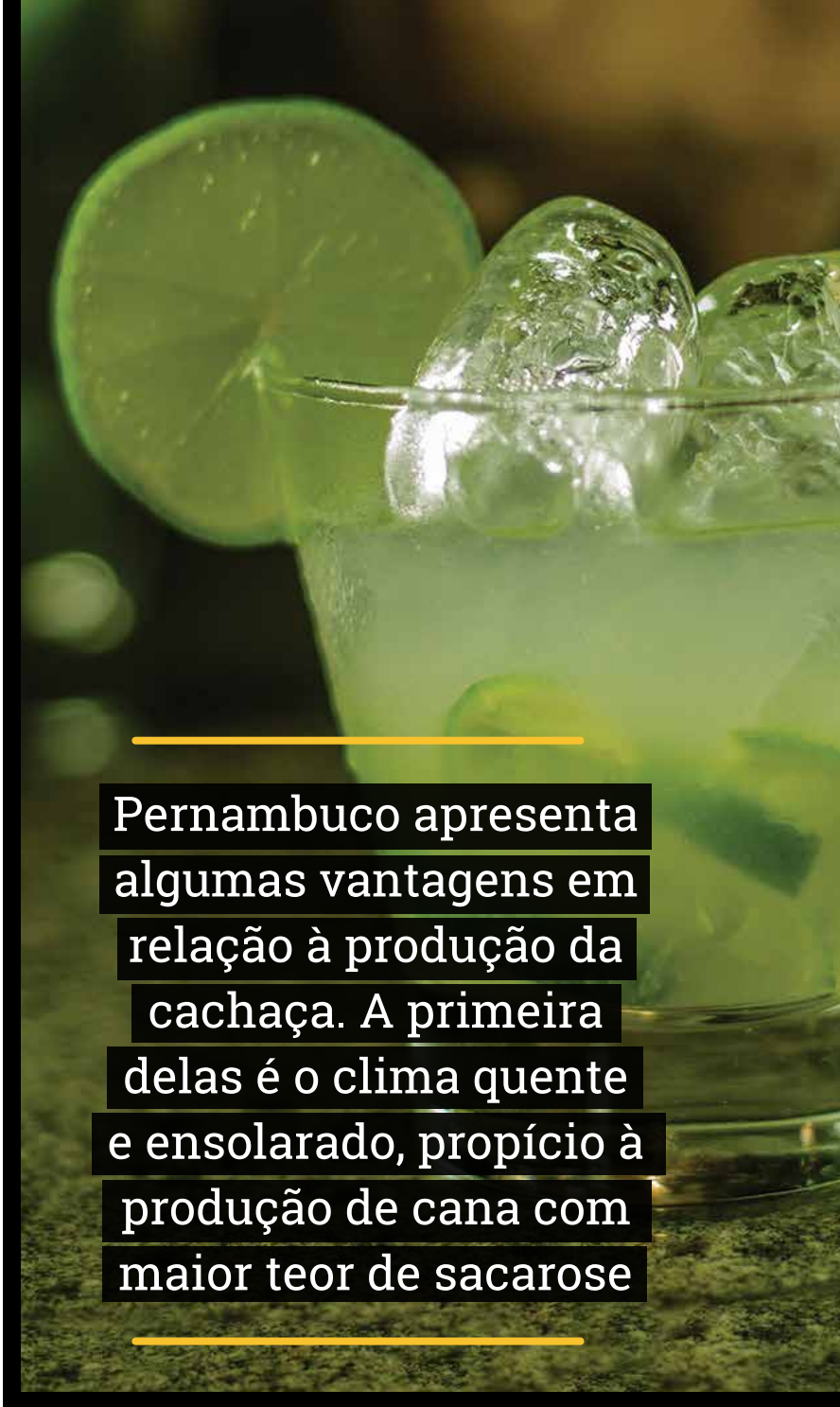
1% da produção nacional

→ ASSOCIAÇÃO AMPLIA VISIBILIDADE DA PRODUÇÃO LOCAL

Através da Apar, que congrega seis produtores locais (Pitú, Carvalheira, Sanhaçu, Engenho Água Doce, Triunfo e Quilombo), vem sendo realizado um amplo trabalho de divulgação da cachaça, o que inclui campanhas de conscientização acerca do consumo moderado, para que a bebida seja prazer e não vício. “Queremos promover o reposicionamento da cachaça no patamar que ela merece, competindo com os melhores destilados do mundo”, resume Margareth Rezende, que entre 2012 e 2016 chegou a presidir a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Cachaça, fórum que funciona dentro do Ministério da Agricultura, em Brasília.

O trabalho de formiguinha inclui a construção de uma carta da cachaça pernambucana (que traz uma base histórica e lista as empresas do estado), treinamentos (voltados para *sommeliers*, chefs de cozinha, garçons e outros profissionais) através de parcerias com restaurantes e hotéis, nos quais são abordados desde a história, até as características do produto e o modo de servir e eventos de degustação. Durante a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, a entidade promoveu ações junto ao complexo hoteleiro e participou de um projeto junto com a Casa da Alemanha, servindo 7 mil caipirinhas e mil doses de cachaça envelhecida. Junto com o sorvete de açaí, a cachaça pernambucana foi o único produto brasileiro servido aos atletas, à imprensa e aos demais convidados alemães que frequentaram o espaço.

A Apar também fornece suporte a seus associados, no sentido de consolidar e melhorar a produção. Um exemplo disso aconteceu quando a Sanhaçu lançou sua cachaça *premium* envelhecida em barris de madeira umburana. A ideia foi de Jairo Martins, membro benemérito e consultor da Apar. *Sommelier*, pesquisador e professor no Senac Anhembi Morumbi, em São Paulo, e na escola de gastronomia alemã da Münchner Volkshochschule, em Munique, Jairo é especialista em harmonizar a bebida com pratos variados. “Enquanto outros destilados são envelhecidos apenas em tonéis de carvalho, a cachaça pode ser armazenada em 30 tipos de madeiras diferentes, abrindo um leque de opções para harmonizar com comidas”, explica ele. A gerente comercial da Sanhaçu, Elk Barreto Silva, confessa que a empresa no início resistiu à proposta. “A gente não queria diversificar naquele momento e



Pernambuco apresenta
algumas vantagens em
relação à produção da
cachaça. A primeira
delas é o clima quente
e ensolarado, propício à
produção de cana com
maior teor de sacarose

Foto: Peu Hatz

só resolvemos produzir quando ele aceitou assinar nosso rótulo”, relembra. Adocicada e com leve sabor de canela, a Sanhaçu Umburana é perfeita para ser degustada junto com nosso bolo de rolo e outras sobremesas. A dica certa de Jairo Martins já rendeu 14 prêmios à Sanhaçu, entre eles o Concurso Mundial de Bruxelas (2014, 2015, 2016 e 2017) e o duplo ouro no Concurso Mundial de Destilados da China (2015).



ESPAÇO PARA PEQUENOS E GRANDES

O mercado pernambucano congrega produtores de diversas escalas – da Pitú, grande indústria que comercializa anualmente cerca de 95 milhões de litros, à Sanhaçu, que produz apenas 20 mil litros no mesmo período. “A nossa qualidade nos diferencia do resto do Brasil, e um fato importante é que não há canibalismo entre marcas. As empresas não brigam entre si”, diz Gilberto Freyre Neto. “Há uma boa convivência entre as cachaças industriais e artesanais, uma não tira o mercado da outra”, concorda Jairo Martins.

Foto: Divulgação



VEJA NO QUADRO ALGUNS EXEMPLOS DE NOSSAS MARCAS

Pitú

Fundada em 1938, no município de Vitória, a empresa é líder de mercado e se tornou uma das maiores indústrias de bebida do Brasil. Integra o ranking das 20 marcas de bebidas destiladas mais produzidas no mundo. Além da cachaça tradicional, a Pitú vem investindo no segmento de cachaças envelhecidas *premium* (Pitú Gold) e *superpremium* (Vitoriosa). É a empresa que mais exporta cachaça no Brasil. Entre as novidades, se destaca a cachaça Vitoriosa, envelhecida por no mínimo cinco anos em barris de carvalho francês e apresentando qualidade sensorial aprimorada, com aromas e cores refinados e produção em pequena escala, configurando-se como um produto-conceito dessa marca tradicional pernambucana.

Engenho Água Doce

Fundada em 2003 por Mário Ramos Andrade Lima Filho, no município de Vicência, a cachaça artesanal divide espaço com outros produtos típicos de cana de açúcar, como a rapadura, o mel de engenho e os licores. Mário controla toda a cadeia produtiva, do plantio ao engarrafamento da bebida e está ampliando seus pontos de distribuição em 12 estados brasileiros. Anualmente, cerca de 30 mil litros de cachaça são produzidos pela empresa, divididos nos segmentos prata, ouro e *premium*. O Engenho Água Doce funciona também como equipamento turístico, recebendo visitantes que podem conhecer as etapas de produção dos produtos e fazer degustação, ao final.

Carvalheira

Criada em 1995 por Octávio Pinto Carvalheira e seu filho Eduardo, a empresa recifense tem uma marca bem-consolidada e vem promovendo parcerias com distribuidores e representantes em outros estados. Um de seus grandes diferenciais é o parque industrial de barris de carvalho, que é um dos maiores do Brasil. Nos alambiques de envelhecimento da Carvalheira, a cachaça descansa por cinco ou doze anos, dentro do processo de envelhecimento *superpremium*. Atualmente, a produção anual da Carvalheira é de 150 mil litros e existe a intenção de iniciar em breve a exportação de seus produtos. A sede da Cachaçaria Carvalheira, no bairro da Imbiribeira, também é muito conhecida como ponto de visitação turística e se tornou um disputado espaço de eventos na cidade do Recife.

Quilombo

Em funcionamento desde 2007, no histórico município de Palmares, a empresa é de propriedade de AbilenioSukar Júnior e produz uma média mensal de 5 mil litros de cachaça, que deve se ampliar após a transferência da pequena fábrica para outro terreno. O empresário tem investido em garrafas diferenciadas, rótulos bonitos e bebida de qualidade refinada, envelhecida em barris de carvalho francês, para conquistar seu espaço no mercado. Para ele, uma dificuldade tem sido o fato de ser o único produtor em sua região, e a falta de aporte financeiro para investir em propaganda de forma mais massiva. Com contatos em Minas Gerais, onde viveu por 25 anos, Abilenio vem participando de feiras e procurado tornar seu produto mais conhecido.

Sanhaçu

Criada em 2000, a empresa é considerada pela Fundação Getúlio Vargas como uma das doze micro e pequenas empresas mais sustentáveis do Brasil. É a única pernambucana a produzir cachaça orgânica certificada. Tem uma produção pequena, de cerca de 20 mil litros anuais, que em breve devem se expandir para, no máximo, 50 mil. Trabalha com bebidas envelhecidas em três tipos de barris (freijó, carvalho e umburana), com uma gama de 13 produtos entre miniaturas e tipos de garrafa. Segundo a gerente comercial Elk Barreto Silva, a Sanhaçu acaba de fazer sua primeira exportação oficial este mês, enviando cem garrafas para a Áustria. "Mas já me mandaram fotos de cardápios dos Estados Unidos e da Austrália, onde vendem cada dose de Sanhaçu a 15 dólares. Eles sabem que somos biscoito fino", afirma.

Triumpho

Criada em 2001 pelo empresário Pedro Oliveira, a cachaça homenageia Triunfo, sua cidade de origem, localizada no sertão pernambucano e como grande fluxo de turistas. O engenho São Pedro, onde a pequena fábrica está instalada, fica numa região onde tradicionalmente se costumava produzir cachaça, rapadura e mel de engenho. Pedro controla a produção do plantio ao engarrafamento, em parceria com 13 pequenos produtores de cana e produz uma bebida ecologicamente correta, não fazendo queimadas na roça e evitando uso de defensivos químicos. A Triumpho fabrica apenas 20 mil litros de cachaça por ano, divididos em tradicional e *premium* e ainda não tem planos de exportar seus produtos, por conta da reduzida escala produtiva. Apesar de pequena, é grande na qualidade e já recebeu uma medalha de prata no Concurso Mundial de Bruxelas, em 2011. No complexo turístico, que inclui uma pousada e um parque aquático, ele recebe visitantes para usufruir de degustação e forró pé-de-serra.

Foto: Sergio Lobo



Em Pernambuco, o nicho de produção de bebidas é historicamente promissor. Por conta do clima propício à produção de cana, a cachaça sempre foi nosso carro-chefe. Muitos desconhecem, porém, o fato de que a primeira cerveja das Américas, a *La Fontaine*, foi produzida no Recife em 1640, a mando de Maurício de Nassau, durante a ocupação holandesa. Hoje, o mercado cervejeiro local se encontra em expansão. Além de ser o principal produtor do Norte-Nordeste, através do polo formado pelas fábricas da Ambev, Brasil Kirin e Itaipava, Pernambuco se tornou o maior fabricante de cervejas artesanais da região, contando com nove microcervejarias que produzem bebidas com aroma, sabor e textura diferenciados. Trata-se de um mercado em franca e rápida expansão no Brasil, crescendo nos últimos anos a um ritmo acelerado de, em média, 20% ao ano. Paralelamente, a vitivinicultura segue forte no Vale do São Francisco, onde o clima possibilita a produção de quase três safras de uva por ano, sendo a única região do mundo que produz vinho o ano todo e atrai produtores gaúchos e até do exterior. □



QUAL A DIFERENÇA ENTRE CACHAÇA E AGUARDENTE?

Toda cachaça é uma aguardente, mas nem toda aguardente é cachaça. As aguardentes podem ser obtidas a partir da destilação de diversos vegetais, como cereais, raízes e frutos. Entre as diversas aguardentes que existem no mundo, podemos lembrar a italiana grappa (de uva), o japonês saquê (de arroz), o libanês arak (de uvas e anis) e o rum cubano (de cana), entre centenas de exemplos.



A cachaça é uma aguardente de cana-de-açúcar com graduação alcoólica de 38% a 48%, obtida a 20 graus Celsius pela destilação do mosto fermentado de cana de açúcar. Caso não atenda a esses requisitos (apresentando, por exemplo, maior ou menor teor alcoólico), a bebida só poderá ser comercializada como aguardente de cana.



NOMENCLATURA DAS CACHAÇAS

Cachaça industrial: produzida em larga escala com cana de açúcar, cultivada em grandes áreas. Utiliza fermentação por meio de produtos químicos. Geralmente é obtida através da destilação simples em coluna contínua em tonéis de aço inox. Não separa a parte nobre do destilado.

Cachaça artesanal (de alambique): feita em escala reduzida por pequenos produtores, é obtida pela destilação em alambique de cobre. A fermentação ocorre de forma natural e a parte nobre da cachaça é separada das impurezas, para dar mais qualidade ao produto.

Cachaça orgânica: geralmente, trata-se de uma cachaça artesanal, que está livre de agrotóxicos e outras substâncias químicas durante todo o seu processo de produção. Assim, o produto é ambientalmente responsável e sustentável. Para ser considerada orgânica, a empresa precisa obter uma série de certificações. No Brasil, dentro de um universo de aproximadamente 4 mil marcas registradas, apenas 40 são orgânicas. No momento, a única cachaça orgânica pernambucana é a Sanhaçu.



AINDA EXISTE MUITA NATUREZA AO LADO

Vivenciar o silêncio. Relaxar a mente. Exercitar o corpo. Desfrutar da natureza. Em meio ao dia a dia estressante das cidades, achar pausas para buscar esses momentos é fundamental



De pracinhas nos bairros a trechos remanescentes de Mata Atlântica, as áreas verdes do Recife têm grande importância para a qualidade ambiental. São essenciais para manter o clima mais agradável, preservando mananciais de água e garantindo a permeabilidade do solo.

Há diversas nomenclaturas que classificam os espaços verdes recifenses. O município possui 25 unidades de Conservação da Natureza (UCNs) e duas de Conservação da Paisagem (UCP). Existem também as Unidades de Equilíbrio Ambiental e os Imóveis de Proteção de Área Verde (IPAVs), os jardins históricos e as árvores tombadas. Todos integram o Sistema Municipal de Unidades Protegidas (SMUP), criado para preservar os espaços de interesse ambiental ou paisagístico da cidade.

Segundo o gerente geral de Sustentabilidade da Secretaria de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Recife, Alexandre Ramos, a cidade conta com diversas áreas públicas e privadas, abertas ou não à visitação. “Dos que têm acesso ao público, os mais preservados são a UCN do Jardim Botânico, no Curado, e a Mata de Dois Irmãos, de propriedade do

governo estadual. Em ambas, existem diversos espécimes da fauna e da flora e onde é possível realizar visitas e trilhas guiadas”, aponta.

Alguns desses espaços não são imediatamente lembrados pelas pessoas, como as praias de Boa Viagem e do Pina (onde em alguns trechos ainda se preserva a vegetação original de restinga), o Parque dos Manguezais (área extensa de propriedade da Marinha e que se localiza entre Boa Viagem e Imbiribeira, ladeando a Via Mangue) e as ilhas do Bananal e do Zeca (que ficam no meio do rio Capibaribe, próximo a Apipucos e à Ilha do Retiro).

Outros, de menor porte e grande importância, integram o dia a dia de muitos bairros recifenses: é o caso de 15 jardins históricos, projetados pelo paisagista Roberto Burle Marx, na década de 1930 e tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. São eles as praças de Casa Forte, Euclides da Cunha, Derby, Salgado Filho, Faria Neves, Pinto Damaso, Entroncamento, Chora Menino, Maciel Pinheiro, Dezessete, Artur Oscar, o conjunto formado pela Praça da República e o jardim do Campo Princesas, mais o jardim da Capela da Jaqueira e os largos da Paz e das Cinco Pontas.

Recife tem 15 jardins históricos projetados, na década de 30, pelo paisagista Roberto Burle Marx



→ ESPAÇOS NA REGIÃO METROPOLITANA TAMBÉM SÃO BOAS OPÇÕES

Perto do Recife, na parte histórica da cidade de Olinda, quem gosta de fazer piqueniques e brincar com a criançada pode usufruir do Sítio de Seu Reis, próximo à praça do Carmo. Com laguinho, coreto e muitas árvores, a área é bastante agradável e procurada nos fins de semana. Entre os locais com história, não se pode esquecer o Parque dos Montes Guararapes, na fronteira com Jaboatão e o Parque Armando Holanda, no Cabo de Santo Agostinho (localizado entre as praias de Gaibu, Nazaré e Suape) tem uma vista bonita e ruínas de um forte e de um casarão. Alguns antigos engenhos vêm descobrindo seu potencial turístico. É o caso do Carnijó, em Moreno, que se transformou em reserva ecológica e promove ações educativas; e do Engenho Guarany, no bairro de Socorro, em Jaboatão dos Guararapes. Nele fica localizada a famosa “Lagoa Azul”, local utilizado para a prática de trilhas e de esportes radicais, como rapel e *bungee jump*. Para quem quer desfrutar da natureza, uma opção é o Bosque das Samambaias, que fica na estrada da Mumbeca (que liga a estrada de Aldeia, em Camaragibe, ao bairro da Guabiraba, no Recife). No paraíso ecológico há piscinas de água corrente, trilhas e banhos de argila. O espaço funciona em sistema de *day use*, possui seis hectares de área verde e promove diversos eventos culturais e educacionais.

As áreas verdes do
Recife têm grande
importância
para a qualidade
ambiental. São
essenciais para
manter o clima
mais agradável na
cidade



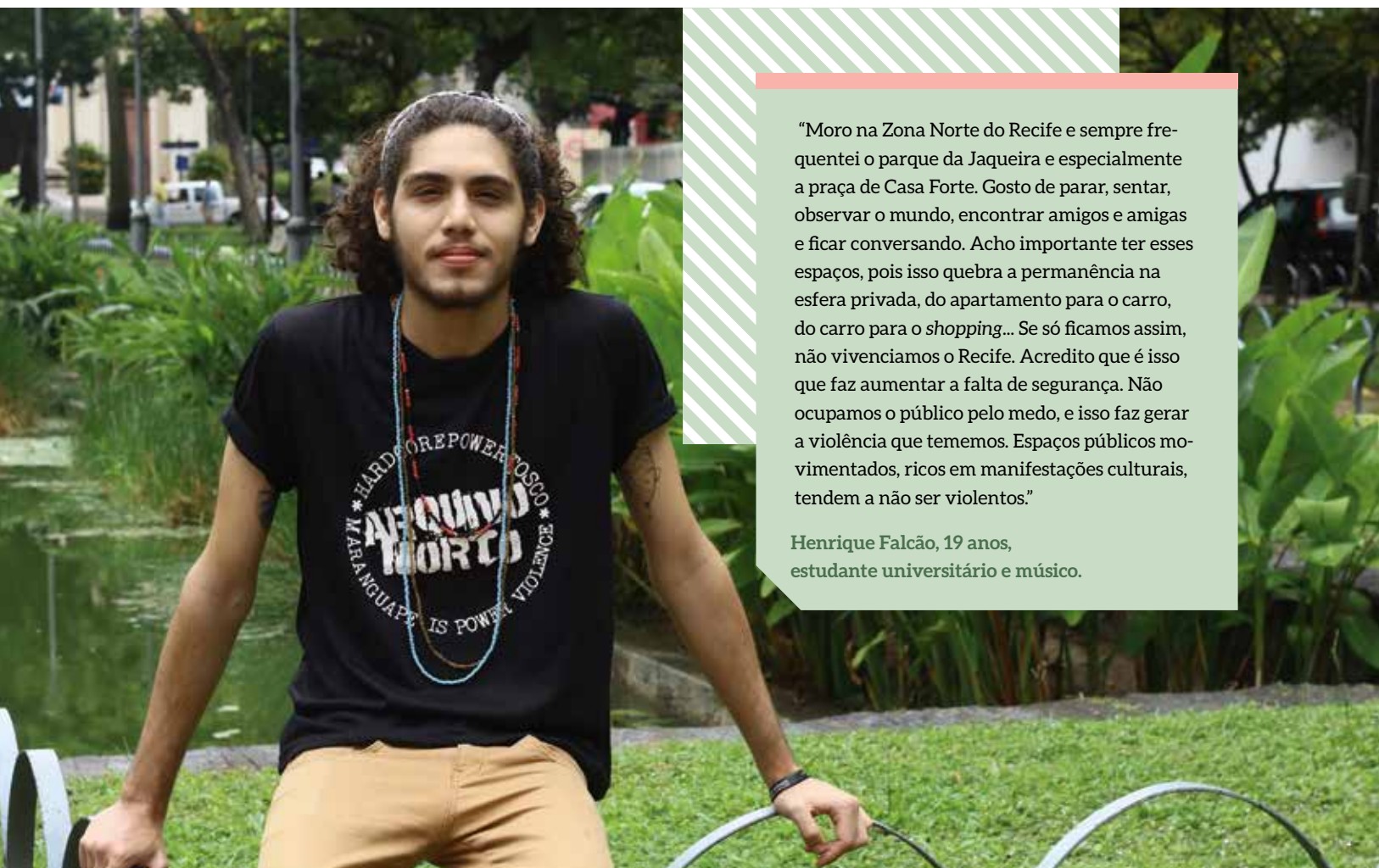
“Um dos meus espaços favoritos no Recife é conhecido por quase todo mundo, mas muito pouco frequentado. É a Praça da República, onde gosto de levar meus filhos Iago e Nina nos fins de semana. Gosto de lá porque tem um componente histórico muito forte, com os prédios dos três poderes e o Teatro Santa Isabel. Minha filha também ama fontes e lá tem uma bonita. Sempre que a gente vai, o portão está aberto, e eu levo uma manta pra gente poder deitar no chão. Uma das coisas mais lindas que tem nesse jardim é o baobá, que é uma árvore sagrada africana. Através da existência dessa árvore, consigo conversar sobre história e natureza, e conectar meus filhos com sua ancestralidade.”

Patrícia Sampaio, 43 anos, odontóloga.



“Conheci o Jardim Botânico de forma mais intensa através do meu trabalho como professora. Ensino português na Escola de Referência Trajano de Mendonça, em Jardim São Paulo, e os alunos fazem vivências esporádicas no espaço, especialmente aulas de botânica. O Jardim Botânico acabou sendo um dos motivos que me fez escolher minha atual moradia. Me mudei há três meses para um residencial que fica no Curado, bem atrás do parque. É muito bom. Eu abro minha janela e dou de cara com a floresta. De noite, a temperatura é muito agradável. Faz muito menos calor do que na minha antiga casa. De manhã, acordo com o canto dos pássaros. Quando a gente entra num espaço como esse, sente na hora a queda da temperatura, a qualidade do ar que respira, muito mais puro. O espaço de que mais gosto de ficar é perto do lago, que tem um poder incrível de gerar relaxamento.”

Nathaly Caldas, 34 anos, professora.



“Moro na Zona Norte do Recife e sempre frequentei o parque da Jaqueira e especialmente a praça de Casa Forte. Gosto de parar, sentar, observar o mundo, encontrar amigos e amigas e ficar conversando. Acho importante ter esses espaços, pois isso quebra a permanência na esfera privada, do apartamento para o carro, do carro para o shopping... Se só ficamos assim, não vivenciamos o Recife. Acredito que é isso que faz aumentar a falta de segurança. Não ocupamos o público pelo medo, e isso faz gerar a violência que tememos. Espaços públicos movimentados, ricos em manifestações culturais, tendem a não ser violentos.”

Henrique Falcão, 19 anos,
estudante universitário e músico.



DICAS ÚTEIS

Opte por locais seguros e, no caso das matas, que contenham guias especializados;

Procure usar repelente e protetor solar;

Leve pelo menos um litro de água (e traga de volta o cantil ou garrafa);

Vista roupas apropriadas, além de boné e óculos escuros.

Nas matas, é aconselhável usar calça, blusa de manga comprida e sapatos fechados;

Recolha qualquer lixo gerado durante o passeio.



OS MAIORES ESPAÇOS VERDES DO RECIFE QUE PERMITEM VISITAÇÃO

Mata de Dois Irmãos: possui uma área superior a 460 hectares. Situa-se entre as bacias hidrográficas dos rios Beberibe e Capibaribe e é considerada uma das mais expressivas parcelas da floresta litorânea de Pernambuco. Na área, encontram-se o Horto Zoológico de Dois Irmãos, onde é possível realizar atividades de educação ambiental e visitas guiadas e o Sítio Histórico e Cultural do Açude do Prata (primeira fonte de abastecimento de água potável do Recife, a partir do século XIX).

Campo do Jiquiá: localizado no bairro do Jiquiá, na zona oeste do Recife, tem mais de 40 hectares. Nessa área, na década de 1930, funcionava o campo de pouso do dirigível *Graff Zeppelin*, que fazia viagens entre a Europa e o Brasil. A torre de atracação do Jiquiá é a única ainda existente em todo o mundo. Nessa unidade de conservação será implantado o Parque Científico e Cultural Alberto Santos Dumont. Atualmente o espaço não conta com nenhuma infraestrutura, mas a Prefeitura do Recife realiza visitas guiadas, quando solicitadas por pesquisadores e instituições, cujos casos são avaliados individualmente.

Mata do Curado: tem área superior a 400 hectares. Localizada na bacia hidrográfica do rio Tejiú, apresenta vegetação de mata atlântica, de capoeira e cultura de subsistência. Não possui facilidades de visitação; porém dentro dessa unidade de conservação, encontra-se o Jardim Botânico do Recife, onde é possível realizar atividades de educação ambiental e visitas guiadas.



ÁRVORES TOMBADAS

O tombamento de árvores é uma forma de preservar espécimes vegetais, consideradas significativas por conta de sua raridade, beleza, localização ou condição de produtoras de sementes. No Recife, existem mais de 50 árvores protegidas pelo poder público municipal e qualquer cidadão pode indicar uma espécie para tombamento. Entre as árvores assim distinguidas, encontram-se o baobá, que deu nome ao Jardim do Baobá (espaço na margem do rio Capibaribe, nas Graças) e a gameleira do Sítio de Pai Adão (em Água Fria). □

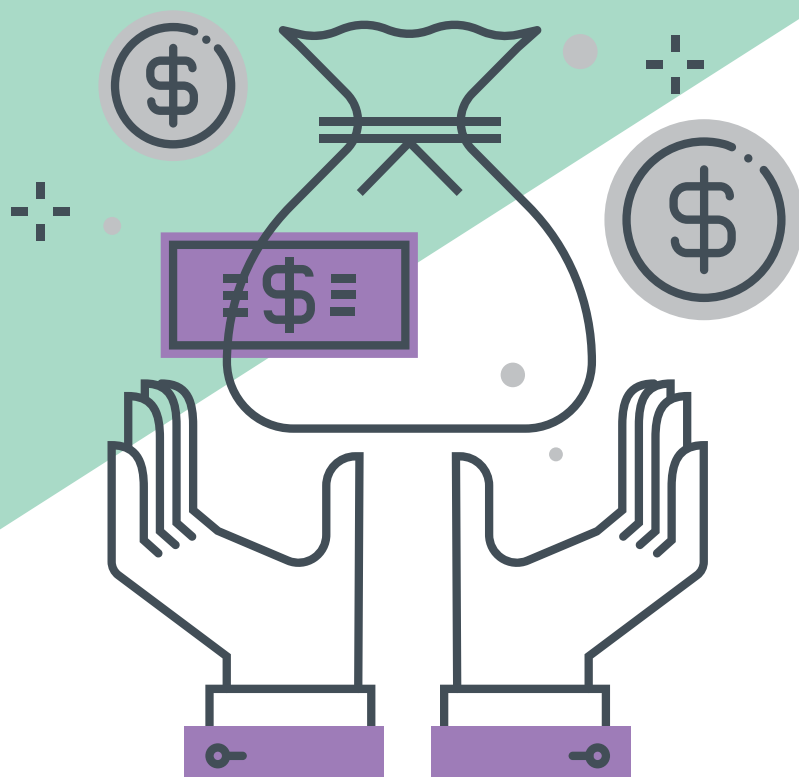
MESMO NA CRISE, LIVRE-SE DAS DÍVIDAS

Diante da retração econômica, é preciso fugir dos juros altos e buscar alternativas

POR MARIANA MESQUITA

Não é nenhuma novidade dizer que os índices de endividamento e de inadimplência são preocupantes no país. Os dados de julho da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) refletem uma situação complicada, em que 43,7% das famílias com renda de até dez salários mínimos, consideram-se “muito” ou “mais ou menos” endividadas, tendo seus rendimentos comprometidos com dívidas como cheques pré-datados, cartões de crédito (apontado por 93,5% das famílias), carnês de lojas, empréstimo pessoal e prestações de carro e seguros. Porém, como frisa a economista-chefe do SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito), Marcela Kawauti, “uma pessoa endividada não é obrigatoriamente inadimplente. O problema acontece quando a renda familiar fica muito comprometida ou quando se torna impossível pagar as parcelas estabelecidas”, explica.

Embora um estudo do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) aponte que 76% dos consumidores consideram que a vida financeira pessoal continuou igual ou pior do que em 2016, alguns indícios mos-



tram que tanto o endividamento como a inadimplência têm melhorado nos últimos meses. “Dá para dizer que a situação parou de piorar, mas a melhoria efetiva só deve se apresentar a partir de 2018, a depender do andamento das questões eleitorais e de outros fatores”, aponta Marcela.

De acordo com os dados da PEIC, o percentual de endividados melhorou em relação ao mesmo período do ano anterior. Conforme cita Rafael Ramos, economista do Instituto Fecomércio, Pernambuco saiu de 68% de endividados, em junho, para 67,6% em julho de 2017. O dado se mostra ligeiramente melhor que no mesmo período do ano anterior, quando o percentual era de 67,8%.

“Já era esperado que houvesse uma queda no endividamento do estado em julho, pois o mês não possui nenhuma festa de grande apelo emotivo. Apesar das férias, em 2017, julho foi impactado negativamente pelos altos índices de chuvas que ocorreram em Per-

Pernambuco
saiu de
68,0% de
endividados,
em junho,
para 67,6%
em julho de
2017



“

Uma pessoa
endividada não é
obrigatoriamente
inadimplente”

Marcela Kawauti

nambuco, o que acabou segurando parte do consumo potencial”, comenta Rafael, referindo-se ao cenário retratado pela PEIC. Ele destaca que alguns indicadores (como a inflação, a geração de empregos formais, a redução dos juros e o crédito menos restrito; além da liberação do saldo das contas do FGTS inativo) vêm aos poucos recuperando o poder de compra da população. Por sua vez, Marcela Kawauti cita que uma explicação para os índices menores de endividamento está no comportamento dos consumidores, que refreiam suas intenções de compras diante da insegurança do mercado e na postura dos bancos e do comércio que têm oferecido menos facilidade de crédito.

Técnico em Segurança do Trabalho, Enoch Leite viu o mercado, para sua profissão, deteriorar-se ao longo dos últimos anos, com a onda de demissões ocorrida no polo de Suape e a crescente oferta de cursos na área, aumentando a concorrência para a função. Após trabalhar como professor em escolas técnicas e como auxiliar administrativo, desde 2015 ele está desempregado, sobrevivendo como artesão e recebendo uma remuneração flutuante. “Em determinados meses, recebo bem. Em outros, a renda é mais baixa. Eu insisto porque é um trabalho digno e tinha como proposta ser um complemento. Mas, atualmente, é nossa fonte de renda mais certa”, conta ele.

Em 2016, a esposa de Enoch também foi demitida e a família, desde então, conta com empreitadas incertas para dar conta das dívidas. Cortaram plano de saúde e supérfluos, como a TV a cabo e as viagens espo-



“(Cortamos plano de saúde e supérfluos, como a TV a cabo e as viagens esporádicas. Negociamos as dívidas com o plano telefônico e suspendemos o serviço fixo. Por medo de não conseguir honrar com as parcelas, também cortamos os cartões de crédito”

Enoch Leite

rádicas. Negociaram as dívidas com o plano telefônico e suspenderam o serviço fixo. Por medo de não conseguirem honrar com as parcelas, também cortaram os cartões de crédito. Obtiveram um bom desconto na escola do filho e, por estarem os dois sem renda fixa, conseguiram registro para poder prestar concursos públicos de graça e ter abatimento na conta de energia elétrica.

“A saída é tentar achar outras formas de ganhar dinheiro e até, em alguns casos, se sacrificar e se desfazer de algum bem, porque arcar com os juros altos é pior”, alerta Marcela Kawauti. Para ela, “todos os serviços essenciais que correm o risco de ser cortados devem ser prioridade, assim como o pagamento dos cartões e cheques especiais, que podem se transformar em dívidas mais altas”.

A negociação de dívidas também representa uma ótima alternativa. Para isso, é possível se dirigir às próprias empresas, contar com auxílio de defensorias públicas e comparecer aos mutirões periódicos de renegociação de dívidas, promovidos por órgãos como o Procon e o Serasa (ocasiões em que costumam ser oferecidos descontos substanciais nos juros e parcelamentos diferenciados). Veja no quadro ao lado algumas dicas dos economistas ouvidos nesta matéria e do portal Serasa Consumidor. □



COMO FAZER NEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS?

1

Analise o contrato firmado. Verifique se não possui cláusulas abusivas ou que já definam as questões de inadimplência.

2

Veja sua situação financeira, saiba quanto recebe e quanto gasta, para saber quanto sobra e, a partir daí, pensar em uma negociação.

3

Defina um valor limite para negociar e não assuma um compromisso com o qual não possa arcar.

4

Se não houver sobras, é preciso cortar os supérfluos para não prolongar o transtorno. Busque ideias para gerar renda extra.

5

Pesquise propostas de outras instituições, migrando a dívida para outro banco que apresente algo mais realista e tangível.

6

Não se intimide em negociar. Busque uma negociação que aconteça pessoalmente, aumentando o poder de barganha.

7

Chegando ao acordo, mantenha todos os contatos e visitas protocolados, registrando tudo que ficou acordado.



COMO EVITAR NOVAS DÍVIDAS?

> Compreenda seu real padrão de vida. Gaste baseando-se em quanto ganha e analise quanto precisa poupar para ter uma reserva em caso de imprevistos.

> O maior vilão do endividamento é a utilização inconsciente do cartão de crédito e do cheque especial. Utilize apenas quando houver real necessidade.

> Enxergue seu orçamento de médio e de longo prazo. Não se torne refém do cheque especial, do rotativo de cartão de crédito e outras fontes com juros estratosféricos. Procure reservar pelo menos 5%

da sua renda mensal para imprevistos, mesmo enquanto paga eventuais dívidas.

> Há uma série de ações judiciais favoráveis a consumidores que tiveram retenção de salário depositado em conta superior ao percentual de 30% do rendimento mensal.

> O Código de Defesa do Consumidor proíbe ameaça, coação e qualquer tipo de constrangimento à pessoa endividada.

> Se receber carta de cobrança dizendo que está sujeito à penhora

de bens, lembre-se de que não podem ser penhorados salário, imóvel único da família, móveis e utilidades domésticas como geladeira e fogão e poupança de até 40 salários mínimos que seja anterior à dívida.





INFÂNCIA

SOM QUE PULSA DA INFÂNCIA

Além de entretenimento, a música pode facilitar o
aprendizado das crianças

POR ELAYNE COSTA



uvir para descobrir, cantar para
lembrar histórias e, em seguida,
experimentar vários sons. A
música chama atenção das crian-
ças desde cedo, e a prova disso

é a quantidade de brinquedos existentes com
vibrações sonoras. E é aguçando a curiosidade
de um dos cinco sentidos do corpo humano,
que os pequenos fazem na infância o seu
primeiro contato com essa linguagem, uma das
mais antigas da humanidade, relevante para
o desenvolvimento educacional, psicomotor e
socioafetivo do público infantil.

A companhia pernambucana Caixinha de
Música, que atua na educação e no entrete-
nimento cultural, faz dos sons do corpo um
instrumento para despertar a atenção de
meninas e meninos pela música na primeira
infância. “Trabalhamos as vibrações da voz,



Grupos trabalham a música como um recurso facilitador para o desenvolvimento cognitivo, corporal e educacional da garotada

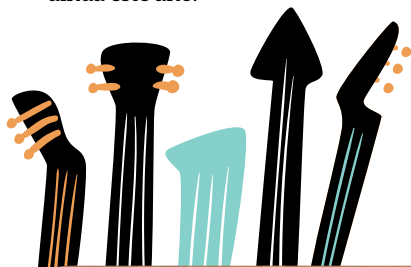


das mãos, dos pés, cabelos, unhas e dentes. Além disso, usamos uma variedade de instrumentos como violão, percussão, pandeiros, alfaia, triângulo e chocalhos para convidar as crianças a participar das apresentações”, explica o diretor musical da Companhia, Rodrigo Lacerda. O grupo, que também integra a cantora e contadora de histórias Nívea Ramos, o empreendedor cultural André Barreto e o professor de música Eraldo Antonio, realiza cantação musical em hotelzinho, oficinas, *pockets show*, colônia e vivenciais musicais para bebês a partir dos oito meses de idade.

Apresentando um repertório autoral, composto por 30 músicas, com letras e melodia que mexem com a criatividade, a curiosidade e a ludicidade, o projeto da Caixinha de Música teve os seus primeiros passos iniciados em 2014. Nos shows, a companhia apresenta canções como “Sons dos Bichos, Tchau!”, “Hora de Ser Feliz” e “A Cigarra e a Formiguinha”, já pedida pelo público e passeia ainda por temas clássicos instrumentais indo até a música popular brasileira e ritmos nordestinos, entre eles o forró, baião e frevo.

Além de promover o entretenimento, a vivência musical é mais um recurso facilitador para o desenvolvimento cognitivo, corporal e educacional da garotada. “Os sons são trabalhados com crianças desde a Educação Infantil para que elas tenham a noção da rotina, como canção da chegada a sala de aula, a da hora do lanche e a de ir ao banheiro. Isso estimula a linguagem, memória e criatividade”, explica a psicóloga Raquel Lacerda, do Lubienska Centro Educacional. De acordo com a profissional, com o passar da idade o estímulo vai trazer outros bene-

fícios e um deles é o conhecimento de ritmos variados. O diretor musical Rodrigo Lacerda concorda com a especialista. Para ele, é por meio das brincadeiras que esse público tem a oportunidade de experimentar o mundo, ganhar autonomia nas ações e organizar as próprias emoções. O pequeno Otniel Felipe Barbosa da Silva, de dois anos, já sente e vibra com o som arrojado da bateria. O garoto teve a sua primeira vivência na igreja, quando tinha apenas 1 ano e 6 meses, e hoje, ao chegar da escola, pede para escutar música em casa. “Sempre que tem ensaio do grupo de louvor levamos ele. Sinto que a música acalma e o deixa concentrado”, explica a mãe Taise Barbosa, moradora do bairro da Madalena, no Recife, que pretende comprar uma bateria profissional para o filho ainda este ano.



→ DE OLHO NOS MAIORES

Na cidade de Araripina, no Sertão pernambucano, a educação anda lado a lado com o ritmo forte da música. Crianças na faixa etária dos 9 anos, que cursam a Educação Integral do Sesc e o Curso de Sopro da Unidade, levam para as ruas a vivência dos sons aprendidos com a Banda Marcial Princesa do Araripe, que surgiu em 2014. Ganhando destaque na região pelas apre-

sentações nos desfiles cívicos e aberturas de eventos. A banda é formada hoje por 44 integrantes. Os jovens aprendem a tocar instrumentos de percussão, como as caixas e atabaques, pratos e bombos; e de sopro, entre eles o saxofone, clarineta e o trompete. “Trabalhamos primeiro com as crianças a percepção de cada instrumento e depois avaliamos o interesse e aptidão de cada um. É empolgante notar como a música vem auxiliando no comportamento e aprendizado. É por meio dela que os estudantes estão



A Banda Marcial Princesa do Araripe, que surgiu em 2014, é destaque na região pelas apresentações nos desfiles cívicos e aberturas de eventos



A música chama atenção das crianças desde cedo, e a prova disso é a quantidade de brinquedos existentes com vibrações sonoras

buscando ter um bom desempenho escolar para se apresentarem em público”, explica o professor de Música do Sesc Ler Araripina, Flávio Daniel da Silva. Em Pernambuco, as unidades de Casa Amarela, Belo Jardim, Caruaru, Garanhuns, Arcoverde, Araripina e Goiana oferecem na Educação vivência com a música. O contato começa já na pré-escola, com os sons inseridos nas atividades e vai acompanhando os alunos até o Ensino Fundamental. “A musicalidade desenvolve as habilidades das crianças e traz grandes retornos no aprendizado diário”, afirma a coordenadora Regional de Educação Infantil e Ensino Fundamental do Sesc Pernambuco, Risonete Assis de Lima. No município de Caruaru, no Agreste, a cultura é aliada à educação no Projeto Habilidades de Estudo, desenvolvido pelo Sesc, e promove a iniciação às linguagens artísticas para o público de 6 a 10 anos. Dentro dessa iniciativa, alunos do 5º ano do Ensino

Fundamental da Instituição estão criando instrumentos musicais com materiais recicláveis para formar uma banda, que deve ganhar sua primeira apresentação no fim do ano. “Além de ser uma fonte de conhecimento e facilitador para o trabalho do conteúdo do ano letivo, o contato com essa linguagem tem mudado o comportamento dos estudantes, inclusive, em casa”, comemora a professora do Ensino Fundamental do Sesc Caruaru, Robesia Elaine de Farias Rodrigues. Fora do horário escolar, também é possível ter o contato com a música e aprender novas experiências. Crianças a partir dos 8 anos de idade podem participar do grupo de Choro Infanto-Juvenil do Sesc Santo Amaro, que oferece o acesso à educação musical. Segundo a professora de Música da Unidade, Lais de Assis, nas aulas é possível vivenciar um trabalho em grupo e desenvolver o sentido da coletividade e interação e até mesmo de senso crítico. □

DE PORTA EM PORTA

Seja como profissão ou para complementar a renda familiar, a venda direta se reinventou e ainda é uma opção fácil de empreender

POR ERICKA FARIAS

Parece repetitivo dizer que o Brasil enfrenta um dos momentos econômicos mais difíceis da sua história. Vários setores foram duramente impactados. Os orçamentos das famílias encolheram, mas uma das faces mais cruéis da crise é, sem dúvida, o aumento do número de desempregados. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 13,5 milhões de brasileiros estão sem trabalho fixo e essa é a maior taxa desde 2012. Alternativas são sempre buscadas para reverter o cenário e uma das maneiras mais simples de empreender é recorrer às vendas diretas, seja para complementar a renda ou para fazer dela profissão. Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD), esse mercado conta com mais de 4,5 milhões de pessoas no Brasil. A venda direta é um tipo de negócio que se baseia através do contato pessoal e direto entre o vendedor e o comprador, sendo desnecessário um local fixo, como o de uma loja convencional, por exemplo. O especialista em *marketing* e relacionamento e professor da UniFG, Adérison Rocha, afirma que essa autonomia é uma das grandes vantagens da categoria. “Além

de ser uma boa fonte alternativa de renda, ela ainda está disponível para qualquer pessoa, independente de gênero, nível escolar ou experiência, basta ser maior de idade para começar. Para o cliente, essa venda ainda representa um atendimento personalizado, em que ele escolhe data, horário e local para ser atendido”, informa. Atualmente existem três tipos de venda direta. A modalidade mais comum, o porta a porta, é quando o vendedor literalmente vai às casas dos clientes sem antes marcar e oferece os produtos. O segundo, também bastante difundido, é o de catálogo. O consumidor escolhe os produtos que irá comprar através de revistas e a entrega é agendada e feita posteriormente. O estilo mais moderno é o party plan no qual o vendedor promove um encontro, regado a café, chás e comidinhas, com grupos para comercialização e demonstração de produtos. “Todas as modalidades estão sendo incrementadas com o avanço da tecnologia. O uso

das redes sociais, como Facebook e WhatsApp, tornaram o processo mais eficiente”, destaca Adérison Rocha, completando que um bom número de seguidores no mundo virtual pode também refletir nos resultados.

De acordo com o economista do Instituto Fecomércio, Rafael Ramos, o setor de vendas diretas pode ser utilizado tanto como ocupação única, como para complementar as finanças. “Ambas são importantes. Claro que é ainda mais crucial quando a renda é principal porque é o que vai dar sustento, mas quando é um extra, as pessoas tendem a guardar ou reinvestir e isso também é muito positivo para a economia poder girar. Somente em 2016, o setor gerou uma movimentação de 40 bilhões de reais”, informa.



SUCESSO NAS VENDAS

O primeiro passo para ser bem sucedido no setor de vendas diretas é conhecer muito o que está sendo oferecido. “Quando for comercializar algum produto, use-o porque não conseguimos vender bem algo de que não gostamos ou o qual não entendemos.” Outra dica importante é ter cuidado com a separação das finanças da atividade. “O setor de vendas diretas é como se fosse uma conta própria. Você é o empresário. A organização do seu tempo e a sua negociação é que vai determinar o quanto você vai lucrar, porque você pode ganhar nada ou muito”, afirma o economista.

Foi justamente a possibilidade de ajustar a vida profissional de

“
Eu ganho infinitamente
mais e ainda posso
dizer que eu tenho
independência financeira,
sonho de qualquer pessoa”

Janete Torres



acordo com a necessidade que mais encantou Janete Torres com a ocupação. “Quando eu conheci as vendas diretas, descobri a chance de fazer a minha carreira, de ter reconhecimento e flexibilidade de horário. Eu ganho infinitamente mais e ainda posso dizer que eu tenho independência financeira, sonho de qualquer pessoa”, conta. Janete começou a trabalhar no setor, depois que ficou sem perspectivas no emprego anterior. Assistente Social por formação, ela conta que chegou a entrar em depressão pela realidade em que vivia. “Após trabalhar por cinco anos, percebi que eu não conseguia sonhar com o futuro e que tudo era distante de mim. Além de ganhar muito mal e não ter nenhum tipo de reconhecimento, eu adquiri uma dívida muito grande. Cheguei a um estágio que pensei não conseguir mais resolver a minha vida. Pensei até em sair do país”. Consultora da Mary Kay há cinco anos, Janete vive somente com a renda dos produtos que vende e já ganhou um carro da em-

presa devido ao sucesso que obteve. Na vida de Elisabete de Araújo, a venda direta entrou como atividade para complementar a renda.

“Antes eu trabalhava em uma loja. Tinha que abri-la pela manhã e fechá-la à noite. A partir das 19h é que eu ia fazer visita. Eu chego na casa do cliente, demonstro, faço testes com sessões de cuidado com a pele, por exemplo. Agora estou aposentada e gosto da atividade, porque faço o meu horário. Escolho alguns dias da semana”, explica.

Além de ocupar o tempo, a atividade representa também um retorno financeiro para Elisabete. “Tem sido muito gratificante. Tenho tido um lucro interessante”, destaca ela, ressaltando que o bom resultado é fruto da própria dedicação. “É uma coisa muito boa. Adoro fazer isso porque o cliente se sente melhor, já que o contato é direto com ele. Às vezes a pessoa não tem como sair e nem ia comprar, mas pelo atendimento especializado, pela atenção, ela acaba conhecendo e comprando”, ratifica a vendedora. □

“ Às vezes a pessoa não tem como sair e nem ia comprar, mas pelo atendimento especializado, pela atenção, ela acaba conhecendo e comprando ”

Elisabete de Araújo





CAROLINA BRAGA (CNC)



A REFORMA TRABALHISTA

De um modo geral, todos concordam que a vetusta CLT - Consolidação das Leis do Trabalho de 1943, do Presidente Getúlio

Vargas, com 922 artigos e milhares de parágrafos e incisos, está defasada em função das novas dimensões ocorridas há mais de setenta anos no relacionamento entre empregados e empregadores. Dessa forma, o Presidente Michel Temer marcou importante vitória política ao conseguir a aprovação da Reforma Trabalhista nas duas Casas do Congresso Nacional.

A nova Lei nº 13.467, de 13/7/2017, com 233 novas regras, que entrará em vigor em novembro próximo, é complexa, mas não se pode deixar de reconhecer que foi amplamente debatida entre todos os interessados. Entre as novas regras da Lei, merece

destaque a que prescreve o conceito de que “o negociado prevalece sobre o legislado”, indicando que a “convenção coletiva e o acordo coletivo de trabalho tem prevalência sobre a lei quando, entre outras matérias, dispuserem sobre jornada de trabalho, banco de horas anual, plano de cargos, salários, teletrabalho, regime de sobreaviso e trabalho intermitente, remuneração por produtividade, troca do dia de feriado e participação nos lucros e resultados da empresa”. Essas inovações incentivarão as negociações coletivas diretas entre trabalhadores e empregados, importarão na redução dos litígios judiciais entre as partes e certamente irão conferir maior segurança jurídica às relações trabalhistas.

A nova Lei acrescentou à CLT o artigo 59-A, que faculta às partes, “mediante acordo individual escrito, convenção coletiva ou acordo coletivo de trabalho”, estabelecer horário de trabalho de doze horas seguidas por trinta e seis horas ininterruptas de descanso, observando ou indenizando os intervalos para repouso e alimentação.

A Lei trouxe avanços para as relações do trabalho, racionalizando o uso do tempo pelo empregado, criando novos modelos de contratos de trabalho, estabelecendo equilíbrio entre direitos e deveres das partes e fortalecendo a autoresolução de impasses pela negociação coletiva.

Considero que a reforma quebrou paradigmas históricos ao retirar da tutela estatal parte da regulamentação das relações do trabalho, valorizando a autonomia de vontade das partes, como, por exemplo, na relevante questão das férias dos empregados. A nova Lei dá nova redação ao §1º do art. 134 da CLT, para estabelecer: “desde que haja concordância do empregado, as férias poderão ser usufruídas em até três períodos, sendo que um deles não poderá ser inferior a quatorze dias corridos e os demais não poderão ser inferiores a cinco dias corridos, cada

um”. Beneficiando os trabalhadores, foi acrescentado um parágrafo, que veda “o início das férias no período de dois dias que antecede feriado ou dia de repouso semanal remunerado”.

Outra inovação da reforma trabalhista é a introdução de novas modalidades de contratação, tais como: o contrato de trabalho intermitente e o teletrabalho, que são formas de contratos já existentes em economias mais desenvolvidas. Em boa hora, a reforma estabeleceu que a jurisprudência não pode restringir direitos previstos em lei e tão pouco criar regras e condições de trabalho. Isso significa que a razoabilidade deverá ser observada por todos – capital x trabalho e operadores de direito –, a fim de que prevaleça a segurança jurídica no ambiente do trabalho.

Ao que tudo indica, com a nova realidade haverá uma cultura comportamental voltada à governança de conflitos dentro das empresas, permitindo incrementar a produtividade e, consequentemente, contribuir para criação de novos postos de trabalho. Isso significa o empoderamento da Negociação Coletiva no Brasil, uma vez que se prestigia a vontade coletiva e individual em detrimento da norma celetista.

A nova Lei contém numerosas outras normas, que, por certo, aperfeiçoarão as relações entre os empregadores e os trabalhadores, assim contribuindo para o desenvolvimento social e econômico do País. Por todas essas razões, a Confederação Nacional do Comércio de Bens Serviços e Turismo (CNC) congratula-se com o Congresso Nacional e o Presidente da República pela aprovação e sanção da nova Lei, que efetivou a esperada Reforma Trabalhista. □

Antonio Oliveira Santos,
é presidente da CNC

SESC LEVA ESPETÁCULO A ESCOLAS DE JABOATÃO

Após dois anos de temporadas no Recife e participações em festivais, incluindo a Mostra Internacional de Valongo, em Portugal, o Grupo Matraca de Teatro, do Sesc Piedade foi até as escolas para apresentar o espetáculo “*Angelicus Prostitutus*”. Durante dois meses, a premiada peça foi encenada para alunos de instituições públicas de Jaboatão dos Guararapes. Ao todo, o coletivo realizou 12 apresentações no primeiro semestre deste ano, com apoio do Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura), do governo estadual. Tendo como inspiração estética a *Commedia Dell’Arte*, gênero de comédia bastante popular na Itália entre o fim da Idade Média e o Renascimento, a peça tratou de temas atuais, como a prostituição e a corrupção nas instituições sociais, com jovens a partir de 16 anos. “A gente também trabalha com a linguagem dos autos medievais e toca na ferida da prostituição, que não é só da carne, mas dos aparelhos ideológicos, das instituições e até da família. Tivemos uma receptividade muito boa”, conta o gerente do Sesc Piedade e diretor da peça, Rudimar Constâncio. Nos próximos meses, o grupo planeja a estreia de um novo espetáculo, que vai abordar a questão da memória, a velhice e o Mal de Alzheimer.



TECNOLOGIA NA EDUCAÇÃO

A evolução nos recursos de conhecimento acadêmico estará em pauta no XV Congresso Internacional de Tecnologia na Educação, que acontece entre os dias 20 e 22 de setembro, no Centro de Convenções de Pernambuco. Promovido pelo Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, o evento traz mais de 30 palestras e oficinas sobre o tema, com nomes como Eduardo Shiniashyky (SP), César Aparecido Nunes (SP), Vitor da Fonseca e Rui Trindade (Portugal), Susana Graciela Pérez (Uruguai), Alex Sandro Gomes (PE), entre outros. Com a expectativa de reunir mais de quatro mil participantes este ano, o Congresso terá espaço para comercialização de livros, equipamentos de tecnologia, artesanato, entre outras atividades.

CULINÁRIA FRANCESA

O Instituto Fecomércio, em parceria com o Tacaruna Social, irá capacitar moradores de Santo Amaro, para produção de macaron, doce popularmente francês.

O curso, que acontece de 02 a 06 de outubro, na Associação Comunitária da Ilha do Chié, busca unir empreendedorismo e inclusão social. Nas aulas, os professores darão dicas e apresentarão técnicas para a confecção da sobremesa. Após concluídas, os alunos sairão capacitados para continuar a produção sozinhos e empreender.

DIVULGUE SUA EMPRESA NA REVISTA DO COMÉRCIO DE PERNAMBUCO

A PUBLICAÇÃO ESSENCIAL PARA QUEM
QUER ESTAR POR DENTRO DO MERCADO

ANUNCIE NA REVISTA

INFORME
FECOMÉRCIO PE

Uma publicação bimestral, com 7 mil
exemplares distribuídos entre empresários e
formadores de opinião, que aborda as tendências
de mercado e tudo que o empresário precisa
saber para desenvolver seus negócios.

CRÉDITO: FOTO: RODRIGO MOREIRA

Para mais informações acesse:
www.fecomercio-pe.com.br

Contato comercial: Shirley Florêncio
Email: comercial@fecomercio-pe.com
Telefone: (81) 9 9681-0150


Fecomércio PE
Federação do Comércio de Bens, Serviços
e Turismo do Estado de Pernambuco



XV CONGRESSO
INTERNACIONAL
DE TECNOLOGIA
NA EDUCAÇÃO

EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA EM TEMPOS DE MUDANÇA

Palestras | Oficinas
Salão de Empreendedorismo
Espaço do Conhecimento

20 a 22 de setembro de 2017
Centro de Convenções de Pernambuco

Inscrições pelo site
www.tecnologianaeducacao.com.br

REALIZAÇÃO


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

 Sesc

 Senac

APOIO

 SEBRAE

PATROCÍNIO

 CAIXA

 BRASIL
GOVERNO FEDERAL