

INFORME

FECOMÉRCIO

ANO V EDIÇÃO N° 026 MAR - ABR / 2016

PE

O despertar da economia cultural

CAPTAÇÃO DE RECURSOS PÚBLICOS E PRIVADOS PARA DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS CULTURAIS PASSA POR PROFISSIONALIZAÇÃO E AQUECE SETOR

34

06

SEM AMARGOR

Mercado de doces é antídoto para economia indigesta

16

SALDO APROVISIONADO

Como se livrar do excesso das inesperadas taxas bancárias

20

CAMPING SEM IMPROVISO

Turismo de acampamento se estrutura e atrai entusiastas

Faculdade Senac Pernambuco

Vestibular 2016.2

Bacharelado

ADMINISTRAÇÃO

Tecnólogo

DESIGN DE MODA

Tecnólogo

EVENTOS

Tecnólogo

GASTRONOMIA

Tecnólogo

**GESTÃO DE
RECURSOS HUMANOS**

**Outras Formas de
Ingresso:**

- **ENEM**
- **Portador de Diploma**
- **Transferência**


Fecomércio PE
Sesc | Senac

 **senac** 70
anos

designed by freepik.com



Renata Masur
Aluna da
Faculdade Senac

Foto: Turma 37 do Curso de Fotografia do SENAC

vestibular.faculdadesenacpe.edu.br

3413.6655 | 0800 281 6756

Av. Visconde de Suassuna, 500 - CEP 50050-540 - Santo Amaro - Recife - PE

**FINANCIAMENTO
DE ATÉ
100%
DO SEU CURSO**



editorial

CULTURA É NEGÓCIO



JOSIAS ALBUQUERQUE

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

Enaltecer a riqueza cultural de Pernambuco não é algo novo, mas a arte enquanto negócio e a profissionalização desse ramo é novidade para muita gente. Nos últimos anos, tem-se observado o surgimento e a solidificação de empresas relacionadas às artes cênicas, artes plásticas, exposições e eventos culturais. São empreendimentos que promovem a cultura ou que auxiliam outras empresas a promoverem.

A reportagem de capa da edição março/abril da Informe Fecomércio passeia pelo viés comercial do universo cultural de Pernambuco, mostrando que artistas e profissionais ligados às artes investem em qualificação e eficiência, deixando de lado o amadorismo na hora de gerir o negócio. Se diversão e arte podem ser bons negócios, com comida não é diferente. A tendência dos empreendimentos do ramo dos doces em revisitar receitas e ingredientes tradicionais é outro tema discutido nesta edição. E não é só na capital que o doce é

rentável. A Informe Fecomércio foi ao Sertão para mostrar que Araripina, conhecida como terra do gesso, tem destaque também na produção de mel. Outra cidade sertaneja visitada pela revista foi Floresta, que vai receber um centro esportivo do projeto Sesc Comunidade. Já a seção “Desbrave” colocou a mochila nas costas e foi em busca dos mais belos locais para acampar. Educação financeira, ensino a distância e solidariedade nas redes sociais também são temas de reportagens.

A entrevista desta edição é com Franco Perini, diretor comercial de uma das principais vinícolas do País. Ele fala sobre as estratégias para conquistar o consumidor pernambucano. Já Antonio Oliveira Santos, presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), aborda em um dos artigos a formação de expectativas no cenário econômico brasileiro. O economista Jorge Jatobá também assina artigo sobre o cenário econômico, mas destacando o papel do Estado. 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

Mar/Abr 2016 · XXVI Edição · **CONSELHO EDITORIAL** Lucila Nastassia, Oswaldo Ramos, Michele Cruz, Antônio Tiné · **COORDENAÇÃO-GERAL/EDIÇÃO** Lucila Nastassia · **REPORTAGENS** Eduardo Sena, Elayne Costa, Mariane Monteiro, Marina Afonso, Valéria Oliveira, Viviane Barros Lima · **EDIÇÃO** Juliana Ângela · **DIAGRAMAÇÃO, ÍCONES, ILUSTRAÇÃO** Gabrielle Souza, Ingrid Fraga (Dupla Comunicação) · **PROJETO GRÁFICO** Daniele Torres · **FOTOS** Agência Rodrigo Moreira · **REVISÃO** Aleph Consultoria Linguística · **IMPRESSÃO** Gráfica Flamar · **TIRAGEM** 7.000 exemplares · *Obs.: Os artigos desta revista não refletem necessariamente a opinião da publicação.*

JOSIAS ALBUQUERQUE

Presidente

FREDERICO LEAL

1º Vice-presidente

BERNARDO PEIXOTO

2º Vice-presidente

ALEX COSTA

3º Vice-presidente

RUDI MAGGIONI

Vice-presidente para Assuntos do Comércio Atacadista

JOAQUIM DE CASTRO

Vice-presidente para Assuntos do Comércio Varejista

ARCHIMEDES CAVALCANTI JÚNIOR

Vice-presidente para o Comércio de Agentes Autônomos

JOSÉ CARLOS BARBOSA

Vice-presidente para o Comércio Armazenador

EDUARDO CAVALCANTI

Vice-presidente para Assuntos do Comércio de Turismo e Hospitalidade

OZEAS GOMES

Vice-presidente para Assuntos de Saúde

JOÃO DE BARROS

1º Diretor-secretário

JOSÉ CARLOS DA SILVA

2º Diretor-secretário

JOÃO MACIEL DE LIMA NETO

3º Diretor-secretário

JOSÉ LOURENÇO

1º Diretor-tesoureiro

ROBERTO WAGNER

2º Diretor-tesoureiro

ANA MARIA BARROS

3º Diretor-tesoureiro

ALBERES LOPES

Diretor para Assuntos Tributários

FRANCISCO MOURATO

Diretor para Assuntos Sindicais

MANOEL SANTOS

Diretor para Assuntos de Crédito

JOSÉ CARLOS DE SANTANA

Diretor para Assuntos de Relações do Trabalho

EDUARDO CATÃO

Diretor para Assuntos de Desenvolvimento Comercial

MÁRIO MAWAD

Diretor para Assuntos de Consumo

CARLOS PERIQUITO

Diretor para Assuntos de Turismo

MILTON TAVARES

Diretor para Assuntos do Setor Público

CELSO CAVALCANTI

Diretor para Assuntos do Comércio Exterior

Conselho Fiscal Efetivo

JOÃO LIMA FILHO

JOÃO JERÔNIMO

JOSÉ CIPRIANO

SINDICATOS FILIADOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

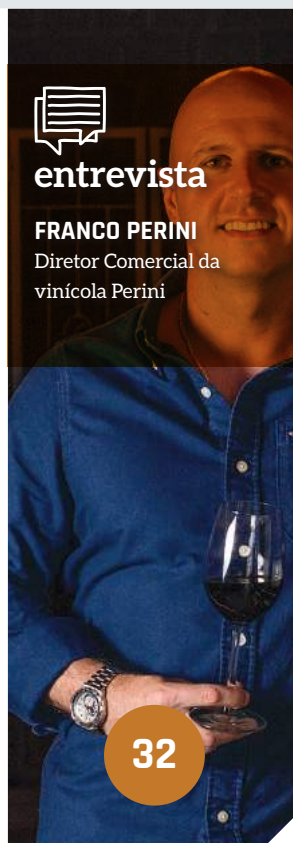
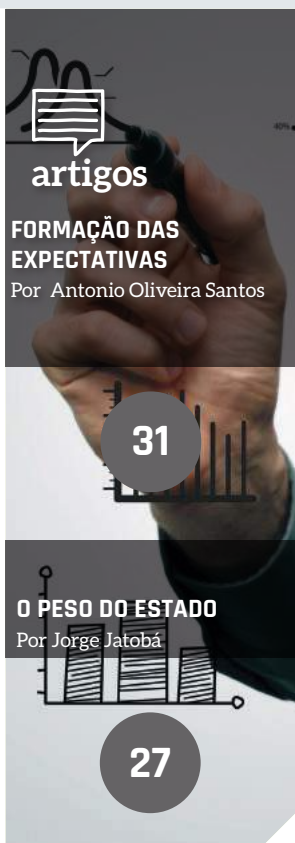
Sindicato dos Representantes Comerciais e Empresas de Representações Comerciais de Pernambuco
Tel./Fax: (81) 3226.1839 / 3236.4799

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

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

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



pág. 06

ESCUDO DE AÇÚCAR

Como o mercado de doces se mostra forte em tempos difíceis

pág. 10

ARARIPE EM FAVOS

Para além do gesso, município se consolida na produção de mel

pág. 12

CADEIA NÃO TÓXICA

Sesc estimula consumo de orgânicos e agricultura familiar

pág. 24

DÉBITOS INDESEJADOS

Redução das taxas bancárias passa por organização

pág. 28

EAD SEM PRECONCEITOS

Modalidade cresce e ganha destaque no Senac

pág. 42

RETRAÇÃO

Varejo sofre com a crise econômica

pág. 46

SOLIDARIEDADE

Redes sociais facilitam ajuda ao próximo

pág. 50

SESC COMUNIDADE

Projeto lança centro esportivo em Floresta

pág. 54

CURTAS

DOCE

NEGÓCIO

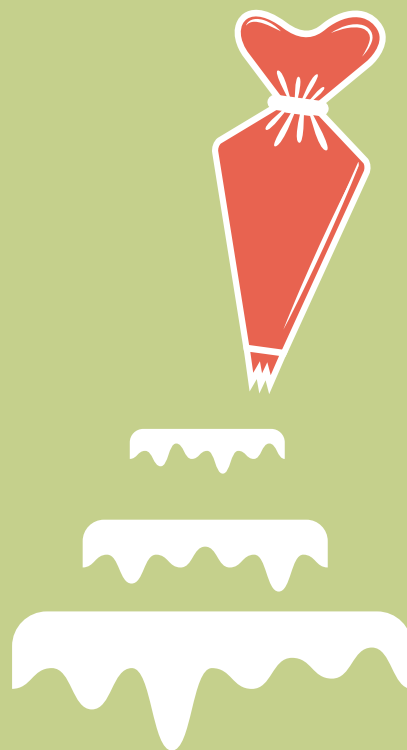
Alinhando ingredientes e receitas tradicionais às novidades do mercado, o ramo de doces como brigadeiros, brownies e churros vem ganhando cada vez mais espaço

POR LUIZA ALENCAR

Um dos doces mais tradicionais e populares, genuinamente brasileiro, ganhou novos sabores e roupagem: o brigadeiro. O queridinho de muitos recebeu o status de “gourmet”, mas despertou concorrentes de peso, como os churros e os brownies, também apresentados de forma reinventada. As opções são muitas e cada vez mais empreendedores investem nos doces. Alguns são itinerantes, com food bikes que passeiam por toda a cidade e participam de eventos e festas, outros marcam presença com pontos fixos. E, claro, ainda encontramos as guloseimas pelo meio virtual. Porém, a concorrência é forte e manter um negócio de

sucesso requer dedicação e, principalmente, criatividade para inovar e acompanhar as tendências do mercado, sobretudo em uma época em que as pessoas estão cada vez mais preocupadas com a alimentação saudável.

Com ingredientes tradicionais misturados às novidades, os brigadeiros ganharam força e o gosto do público. E foi com o incentivo do mercado favorecido que a jornalista Rafaella Magna deu início à Brigadeli Gourmet, uma empresa que atua no meio virtual. “O doce tem o poder de deixar a vida mais leve. Está diretamente ligado à felicidade. Por isso, optei abraçar esse segmento. Com as novidades que surgem a todo momento, através de ingredientes inusitados





“
As redes sociais
possibilitam
que eu concilie
minhas duas
atividades e me
permitem estar
mais perto do
público”

Rafaella Magna

e criatividade no formato do próprio doce e nas embalagens, esse segmento está ganhando cada vez mais espaço. Acredito que o aumento de renda das classes C e D no Brasil, nos últimos anos, favoreceu o consumo de produtos que antes não entravam nos gastos da população. Então, vi no meu dom de fazer brigadeiros e no mercado favorecido a oportunidade de abrir o negócio”, explica.

Como não pretende abrir mão do trabalho jornalístico, a opção de vender pelo meio digital foi a melhor forma encontrada por Rafaella de conduzir os dois trabalhos de maneira harmônica. “Além de otimizar o tempo, através das redes sociais você pode chegar mais perto do público e de forma rápida. Olhando o lado financeiro do negócio, o marketing digital ainda tem um custo mais baixo. As redes nos permitem expansão do mercado, melhor relacionamento com os clientes e fornecedores e redução de custos, sem falar no uso possível para campanhas de marketing”, pontua a empresária.

O consultor de Gastronomia do Sebrae, Danilo Lopes, explica que a procura por esse segmento de negócios se dá pelo fato de o doce ser um produto que faz parte do hall da alimentação e que não é de alto risco. Entretanto, ele destaca que é muito importante planejar e estudar o mercado. “É preciso fazer um plano de negócios, um planejamento. Procurar assessoria na área ou se apropriar da informação. Pensar no financeiro, no operacional e também no marketing”, destaca o especialista. Danilo acrescenta ainda que é preciso tomar cuidado para não cair na mesmice. “As pessoas estão oferecendo os mesmos produtos. E temos que correr disso. Fazer um estudo de mercado e validar isso. Testar. Sentir do público se é bom ou não. Olhar a concorrência. É preciso inovar e pensar em atender às diferenças.” E foi com foco na inovação que nasceu a Docecleto, uma browneria ambulante. A sócia e fundadora Mariana Paashaus, formada em hotelaria com ênfase em gastronomia, conta que abriu a empresa em parceria com

o gastrônomo Marcelo Moura, também sócio e que, por sempre trabalharem na área de alimentação, queriam encontrar uma maneira criativa e diferente de chamar atenção para o produto: o brownie. “Queríamos algo que realmente atraísse os olhares. Porque brownie é um bolo. E bolo todo mundo vende. Foi quando tivemos a ideia de fazer uma bicicleta - estilo retrô - remetendo aos entregadores de pão de antigamente. Então, quando começamos, não tínhamos noção do que era esse movimento food bike, na verdade, praticamente o movimento nem existia. Nós somos a quarta bicicleta do Brasil a fazer um negócio sobre duas rodas”, ressalta Mariana. Atualmente, a Docecleta conta com 22 bicicletas, seis delas exclusivamente para eventos. “Temos também duas plataformas para shoppings e franquias em Caruaru. E em breve vamos expandir para outros estados”, conta.

De acordo com Mariana, o maior desafio para um cozinheiro é inovar com o que já existe. “Começamos a trabalhar não usando o leite ninho in natura ou a farinha láctea in natura. A gente faz uma preparação a partir dela. Hoje o nosso carro chefe é o doce de leite, que é caseiro – feito por nós –, com a farofinha de farinha láctea ou de leite ninho. O que é muito legal. A gente repaginar uma coisa que já existe”, conclui Mariana.

Mas as repaginadas não se limitam aos brigadeiros e brownies. Outras iguarias ganham coberturas inéditas e recheios diferentes, como no caso dos churros. A administradora Alexsandra Passos e a Churée Churros são exemplo disso. A empresa, que foi criada em parceria com a arquiteta Manuela Lins a partir da paixão pelo doce, deu ar gourmet ao quitute, remetendo aos tempos de infância. “Somos apaixonadas por churros. O de infância, aquele que a gente comia na porta do colégio. Então começamos a pesquisar e idealizar um carrinho que remetesse à infância e escolhemos o churros original brasileiro, o frito”, explica Alexsandra. As opções de coberturas, recheios e toppings variam do tradicional com doce de leite ao chocolate belga, passando pelo leite condensado, leite ninho, goiabada, doce de leite argentino, Nutella e granulados. Mas, para a empresária, o diferencial está no atendimento. “O churros é artesanal, com massa manual e frito na hora. A gente bate a massa



Com novas receitas ou em sua forma mais original, o doce continua liderando a preferência do pernambucano





“

Optamos por deixar nosso cliente escolher os sabores e, assim, personalizar o seu churros”

Alexsandra Passos



para você, a gente frita para você. Na Churée você monta o seu churros. E essa composição de fatores torna o nosso churros gourmet”, completa. Atualmente, a empresa conta com um quiosque no Shopping Recife e participa de eventos e festas, mas em breve vai oferecer a opção de franquias.

Para quem vai abrir um negócio, seja virtual ou físico, é imperativo lembrar-se das questões de formalização e legalização. “Muitos querem usar a residência, mas precisam lembrar-se de que é necessário fazer adaptações. E, claro, todos precisam das autorizações da Prefeitura, Vigilância Sanitária, Corpo de Bombeiros e, se tiver confeitaria, é preciso também da Licença Ambiental. Tem que seguir todas as normas”, lembra o consultor do Sebrae.

→ RELAÇÃO CULTURAL

Para o jornalista e antropólogo especializado em alimentação Bruno Albertim, o açúcar tem uma relação cultural enorme com o pernambucano. “O paladar é muito mais propenso e tolerável ao doce do que outras culturas. A gente consome efetivamente muito mais açúcar. Embora venha diminuindo nos últimos anos em função da adesão social ao discurso da alimentação saudável. Basta falar que a história do Brasil começa no Nordeste e a própria culinária brasileira começa no Nordeste, através de um projeto colonial português que é viabilizado pela cana-de-açúcar”, explica o especialista.

E essa relação com o doce também está intimamente ligada ao afetivo. “A comida é responsável pela construção de uma teia muito profunda da nossa afetividade. Essas coisas ficam lá dentro. Uma relação coletiva de subjetividade, de afeto e pertencimento pode ser materializada através da comida. Eu arrisco dizer que hoje a oferta de doces que estariam dentro de uma linguagem mais contemporânea, de valorização da patisserie francesa, é menor do que os doces que procuram trabalhar no conceito do afeto à tradição. Tradição local. Como brigadeiros com leite ninho, farinha láctea, que são elementos historicamente muito antigos, mas que fazem parte da infância, sobretudo da infância pós-guerra”, conclui.



TERRA DO GESSO E DO MEL

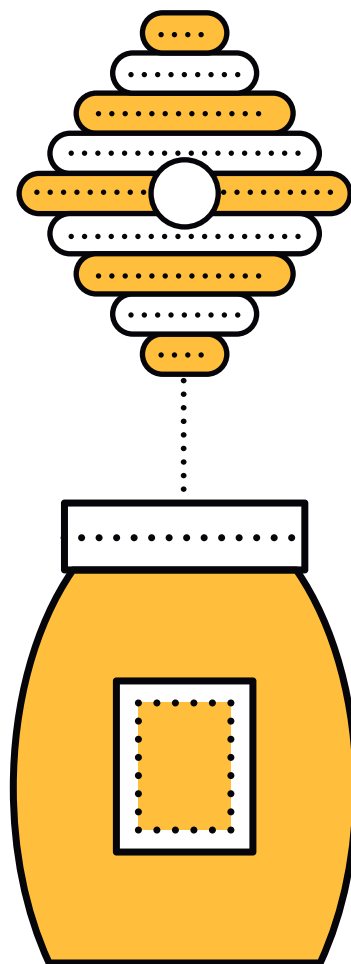
O Sertão do Araripe, conhecido pela produção gesseira, se destaca também na apicultura

POR LUIZA ALENCAR

A raripina, gesseira. A associação está correta e foi responsável pela popularização dessa cidade, que é responsável por aproximadamente 97% do gesso consumido no País. Mas a economia do município vai além. Pode-se dizer que a terra do gesso também é a terra do mel. Em 2011, Araripina esteve no ranking dos dez municípios brasileiros com maior produção de mel de abelha, de acordo com a Pesquisa Pecuária Municipal do IBGE. Foram produzidos no município 780 toneladas de mel, o que corresponde a 93,45% de todo mel produzido no Estado.

O trabalho com esse Arranjo Produtivo Local (APL), iniciado na década de 80, na gestão de Miguel Arraes, teve forte divulgação através da Empresa de Assistência Técnica e Extensão

Rural do Estado de Pernambuco (EMATER-PE). “Antes da estiagem nossa produção chegou a quase 60 toneladas de mel. Em 2008, ganhamos uma unidade de extração de mel, o que ajudou na otimização da nossa produtividade”, conta Moacir Oliveira, da Associação de Pequenos Produtores Rurais da Serra da Torre (APRASTE). Apesar de a atual estiagem ser considerada a pior dos últimos 50 anos, a região está vivenciando um novo momento no cenário do agronegócio. Para os produtores rurais atendidos pelos projetos do Sebrae no Sertão do Araripe, essa ameaça está sendo encarada como uma oportunidade de rever conceitos, aperfeiçoar e adotar novas técnicas de manejo e gestão, preparando-se para o futuro. Os trabalhos realizados já têm elevado a produtividade de mel. “No projeto de Apicultura no Araripe, de 250 produtores atendidos



pelo Sebrae, só um desses produziu cinco toneladas em 2015.", ressalta Maria Josiana Rocha, analista do Sebrae Unidade do Sertão do Araripe.

Agora, o objetivo é a exportação para a Europa e Estados Unidos. E, para tal, está sendo realizado um trabalho de qualificação, visando atender as exigências legais, para conquistar a certificação do Ministério da Agricultura. O Centro Vocacional Tecnológico (CVT) do Mel Governador Miguel Arraes, no município de Trindade, é um exemplo disso. O centro recebeu um investimento de R\$ 1,2 milhão do Ministério da Ciência e Tecnologia e da Secretaria Estadual de Agricultura/Prorural para ser construído.

780

toneladas de mel foram produzidas em Araripina em 2011



O mel produzido por Araripina em 2011 representa

90%

de todo o mel produzido em Pernambuco



A iniciativa fará com que o processamento da produção pernambucana seja efetuado aqui e não precise ir para outras localidades antes de sair do País. É que o mel bruto é enviado para o Piauí, Ceará e Rio Grande do Norte, retornando para o porto de Suape ou seguindo via Porto de Pecém (CE), onde recebe uma marca e passa a constar na pauta de vendas dos Estados em questão, tirando Pernambuco da rota. Dessa forma, após conseguir o selo que atesta a qualidade dos produtos, com a autorização para exportar, o mel processado em Pernambuco vai entrar na pauta de exportação do Estado. O que será uma grande conquista para os produtores pernambucanos. □

FEIRA

PRODUTOS ORGÂNICOS MAIS ACESSÍVEIS

População do bairro de Santo Amaro e cerca de 19 famílias da agricultura familiar são beneficiadas por feira agroecológica

POR MARINA AFONSO

Barracas com hortaliças, frutas e raízes frescas, sanduíches e pães sem glúten, bolos, sucos, entre outros, podem ser encontradas todas as quartas-feiras das 7h às 11h perto da casa da aposentada Diana Azeredo, 60 anos. Ela já havia percebido a movimentação pelo local e foi checar os produtos. Nas primeiras horas de funcionamento, é possível verificar que grande parte dos itens já foram vendidos, tamanha adesão da comunidade. Diana procurava um produto que já havia acabado, mas não desanimou. “Moro por perto. Vou voltar mais cedo na próxima quarta-feira”, disse entusiasmada. Essa gama de produtos que atraiu Diana e outros moradores do bairro de Santo Amaro, situado na zona Central do Recife, faz parte de uma feira promovida pela Rede Espaço Agroecológico de Pernambuco com parceria do Sesc Santo Amaro.

Essa feira beneficia cerca de 19 famílias da agricultura familiar e população dos arredores. A iniciativa, que já acontece no bairro das Graças e em Boa Viagem aos sábados, conscientiza para a importância do manejo alimentício livre de agrotóxicos, o que não só contribui com a saúde pública, mas apoia e incentiva pequenos agricultores e produtores de todo o Estado.

“Minha vida veio da agricultura”, conta com orgulho a produtora rural da cidade de Bom Jardim, Chirlene Barbosa, 32 anos. Herdeira da profissão dos pais, ela nasceu e cresceu no roçado. Aprendendo a plantar e colher de sua própria terra, Chirlene casou-se com o agricultor Antônio Custódio e hoje moram e produzem no Sítio Feijão,

Variedade, preços baixos e produtos livres de veneno são atrativos para clientes





Diana soube da feira e ficou animada com a novidade



no Agreste Pernambucano. Foi por meio dele que a produtora conheceu o modelo agroecológico de trabalhar e se associou à Rede Espaço Agroecológico de Pernambuco, que desde setembro de 2015, em parceria com o Sesc Santo Amaro, por meio do Programa ECOS, e com a Polícia Civil, tem realizado a feira todas as quartas-feiras.

Para quem já esteve predestinada a uma cadeira de rodas, tornar-se uma produtora rural parecia não caber na história da capixaba Cristina Petrone, de 48 anos. Viciada em refrigerantes e com uma alimentação desregulada, a produtora rural e coordenadora da Feira Agroecológica de Santo Amaro deu uma reviravolta não só no seu cardápio alimentar, mas na vida. Depois que seu marido teve um AVC, Cristina largou a vida de dona de supermercado e comprou um sítio em Porto Seguro-BA. Nesse passo, já faz seis anos que Cristina se tornou agricultora. Em passeio de férias a Pernambuco, os dois se apaixonaram pelo Estado e decidiram se instalar no Sítio Sete Estrelas, no município de Igarassu, na Região Metropolitana do Recife.

“Eu descobri esse mundo fascinante da agricultura e alimentação livre de agrotóxicos que eu não tinha ideia de que existia. Comecei devagar, na curiosidade e insistência dos meus vizinhos que já faziam



“

Temos contato direto com quem realizou todo o processo de plantio, podemos tirar dúvidas e constatar que os produtos são de qualidade e saudáveis”

Maria Paula



A agricultora Chirlene Barbosa cresceu no roçado e até hoje sobrevive da terra

parte do movimento”, relata a agricultora, que comercializa produtos processados na feira do bairro de Santo Amaro. “O que a gente planta no sítio a gente transforma, visando a durabilidade, diversidade e o valor agregado ao produto”, completa. Cristina comercializa mais de 19 tipos de pães com e sem glúten, sanduíches de carne de jaca, cenoura e ricota. Além de geleias, lambedores, repelentes e sucos.

Antes realizada no espaço interno do Sesc, a feira acontece desde o início de março na frente da unidade em Santo Amaro, no estacionamento da Delegacia da Mulher. Atualmente, são beneficiados agricultores de cidades como Igarassu, Lagoa de Itaenga, Chã Grande, Gravatá, Bom Jardim, Abreu e Lima, Vitória de Santo Antão, que tiram do plantio o seu sustento.

A coordenadora de Sustentabilidade Ambiental do Sesc Santo Amaro, Elisabete Lacerda, afirma que a mudança de

local visa a democratização do processo de comercialização dos produtos. “Gera também acessibilidade e inclusão social. É um espaço onde as pessoas conversam sobre alimentação, trocam receitas, falam de alimentação saudável e compram direto da agricultura familiar”, explica. Houve um aumento de 70% na movimentação da feira.

Elisabete adianta ainda que o número de barracas irá aumentar de nove para onze, o que beneficiará mais dois agricultores e trará maior variedade de produtos disponíveis para a população do bairro. Todas as barracas possuem um certificado, assinado pelo Ministério da Agricultura, de que os agricultores trabalham com produto orgânico.



BAIRRO MAIS SAUDÁVEL

Para a estudante de Direito, Maria Paula Gusmão, 21 anos, a feira agroecológica incentiva a agricultura familiar e beneficia a sociedade fazendo, inclusive, o governo economizar com saúde pública. “A gente não sabe o que está comendo quando compra produtos cheios de veneno. Já aqui, não. Temos contato direto com quem realizou todo o processo de plantio, podemos tirar dúvidas e constatar que os produtos são de qualidade e saudáveis”, assegura a estudante, que milita na Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e pela Vida. Levar a feira para o espaço público também ajuda a sociedade a conhecer os produtos orgânicos e desfazer o mito de que são mais

A feira agroecológica beneficia a agricultura familiar e contribui com a saúde pública

Cristina Petrone é produtora rural e vive de sua colheita há seis anos



→ CURIOSIDADES:

A Rede Espaço Agroecológico de Pernambuco abriga seis associações e a ONG Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá, que presta assessoria.

Os produtos agroecológicos são comercializados até 35% mais barato, se comparado aos produtos convencionais das grandes redes de supermercado.

Em comparação com os itens convencionais das feiras livres, os produtos orgânicos da Rede saem até 19% mais em conta.

As feiras orgânicas da Rede possuem cadeia de comercialização mais curta, ou seja, o consumidor compra direto com o agricultor. Esse tipo de comércio beneficia a agricultura familiar e assegura a qualidade do produto livre de veneno ao consumidor.

caros do que os convencionais. Um produto livre de agrotóxicos vendido na feira agroecológica pode chegar a ser 35% mais barato, de acordo com a pesquisa “Preço do Produto Agroecológico - Elementos para Desconstrução de um Mito”, realizada pela ONG Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá, em parceria com o Instituto Federal de Pernambuco (IFPE).

Ainda segundo o estudo, que levou em conta 20 produtos, comparados com três grandes redes de supermercados e três feiras livres da Região Metropolitana do Recife, os produtos das feiras agroecológicas saem, inclusive, mais baratos do que os itens convencionais das feiras livres. A pesquisa foi realizada durante o mês de junho de 2015 e pode ser conferida online. Além disso, os valores são tabelados nas três feiras promovidas pela Rede Espaço Agroecológico de Pernambuco - seja nas Graças, em Boa Viagem ou em Santo Amaro, o preço da banana ou qualquer outro produto será o mesmo. □

EDUCAÇÃO FINANCEIRA É A CHAVE DA ECONOMIA

Para ficar longe das armadilhas do sistema bancário, é preciso prestar atenção nos juros cobrados em cada conta e priorizar o pagamento das despesas mais onerosas

Cheque especial, cartões de crédito, financiamentos, juros altos de contas em atraso. São muitas as formas que o mercado financeiro encontra para deixar os consumidores em maus lençóis. Aliado a isso, há também o fato da maioria dos brasileiros não ter uma educação financeira que permita com que todas as contas sejam pagas em dia, sempre. Para fugir das armadilhas, é preciso ter um controle dos gastos e tentar, ao máximo, usar a frieza na hora de saber quais despesas quitar em tempos de crise. Muitas vezes, o consumidor não sabe quais taxas bancárias estão, de fato, embutidas em um produto financeiro. Não é raro encontrar termos abstratos nos extratos da conta corrente ou nos contratos assinados com os bancos. Para tentar pagar o mínimo possível de juros às instituições financeiras, o cliente tem que entender algumas regras. A primeira delas é que, assim como em tudo na vida,

todos são tratados de forma diferente.

“O cliente que tem uma conta corrente robusta paga menos juros ou tem acesso a taxas mais baixas do que aqueles que têm menos dinheiro. Quanto maior for o vínculo que a pessoa física tem com o banco, mais vantagens ela vai ter”, explica o consultor financeiro e professor de economia Roberto Ferreira. Segundo ele, é preciso um certo esforço para colocar as contas na ponta do lápis e evitar cair em armadilhas operadas com maestria pelo sistema financeiro. Por exemplo, quase todas as famílias têm os mesmos tipos de despesas: gastos com moradia (condomínio, aluguel, prestação do apartamento, energia elétrica, entre outros), tributos, boletos da escola dos filhos, alimentação, conta da internet, além de compras de bens de consumo. Muita gente recebe menos do que gasta ou então não recebe todo o salário até uma data específica do mês (no caso dos autônomos, por exemplo). Em casos assim, é preciso saber quais contas priorizar e quais atrasar.

“É preciso pesar alguns fatores. Por exemplo, é vital pagar primeiro as contas que geram altas multas depois da data do vencimento. Além de serviços essenciais que são cortados em um curto período de tempo se não forem pagos, como energia elétrica”, informa Ferreira. Na hora de escolher entre duas despesas que gerarão multas se forem quitadas depois do prazo estabelecido pelo cobrador, é necessário optar por aquela que implicará em um gasto financeiro maior em caso de atraso.

Outra dica é ficar longe das soluções que parecem quase milagrosas. Ferreira afirma que algumas ofertas são tão obviamente erradas que caem na categoria da ignorância financeira. “Se você paga somente o valor mínimo do cartão de crédito, você só está pagando os juros. No outro mês, a despesa terá o mesmo peso. Se uma empresa empresta dinheiro mesmo para pessoas que estão negativadas, é óbvio que as taxas de juros serão altíssimas, porque esse é um tipo de cliente de alto risco”, completa. Outro sintoma da tal ignorância financeira é ter inúmeros cartões de crédito pagando as taxas de anuidades em cada um deles somente para esbanjar status.

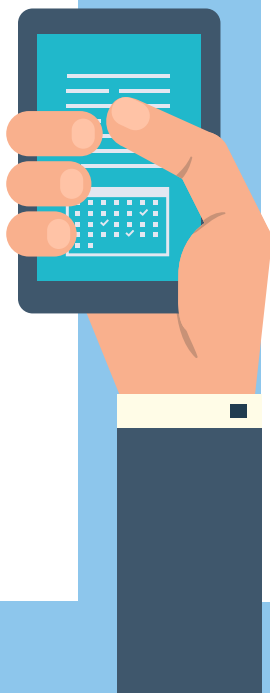
Para Ferreira, o consumidor desorganizado financeiramente e que deseja a todo custo manter o status gastando mais do que pode apresenta sintomas parecidos com os de um alcoólatra compulsivo. Ele não consegue dizer não ao seu vício. No caso, comprar, comprar, comprar. E o mercado não perdoa



“Quanto maior for o vínculo que a pessoa física tem com o banco, mais vantagens ela vai ter”

Roberto Ferreira

essa compulsão. Por isso, as promoções parecem tão tentadoras, a padaria está sempre no fundo do supermercado para fazer com que o consumidor caminhe por entre vários produtos quando apenas o que ele precisa fazer é comprar pão, os restaurantes colocam preços quebrados nos cardápios. “Você não encontra um prato que custe um valor redondo, é sempre algo terminado no número 9. Isso causa a impressão de que você paga menos.” Outro aspecto que envolve a psicologia na hora de gastar é a diferença entre o pagamento em espécie e o com cartões de crédito ou débito. Por conta da insegurança e até pelo fato de a maioria dos negócios não dispor de muito “dinheiro vivo” para passar o troco, as pessoas se acostumaram a lidar com as maquininhas. A praticidade de ter o cartão aceito para comprar quase tudo faz com que muita gente saia com o dinheiro de plástico no bolso. A questão é que quando passamos o cartão não enxergamos, na prática, o dinheiro saindo da conta. “Uma coisa é você tirar as notas do bolso e contá-las antes de pagar a despesa. Outra é passar o cartão e colocar a senha. No segundo cenário, fica a sensação de gastar menos”, analisa Ferreira.



É preciso ter controle dos gastos e informar-se sobre as taxas para fugir de armadilhas do sistema financeiro



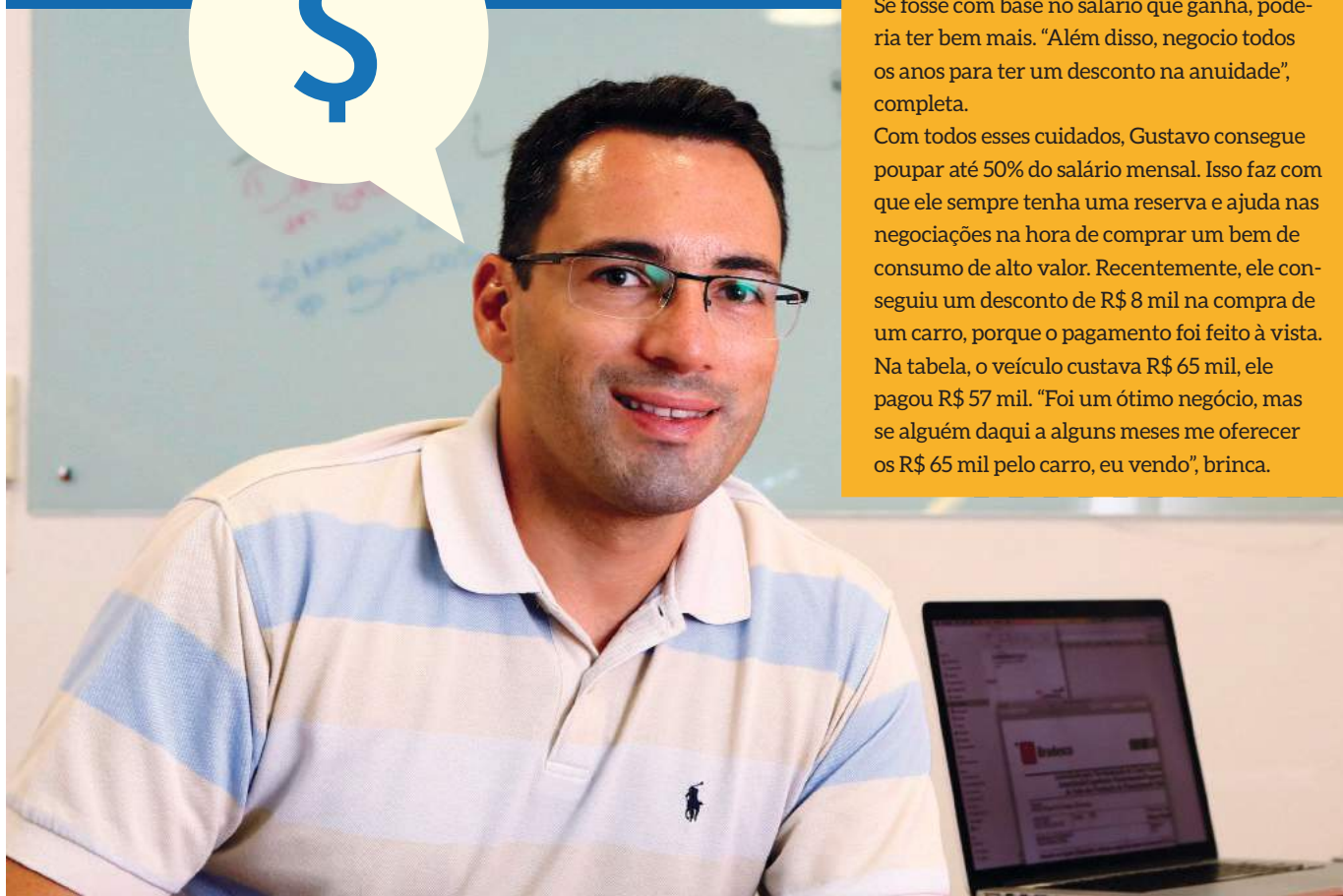
→ CHEIO DE MANIAS

Quando se fala em educação financeira, o engenheiro de software **Gustavo Limaverde** segue o máximo possível das lições à risca. Ele explica que faz de tudo para fugir das armadilhas do sistema financeiro, que não paga juros de cartão de crédito e que, quando um banco se nega a isentá-lo de cobranças por seus serviços, ele simplesmente fecha a conta e abre outra em uma instituição bancária que o ajude a economizar.

Muitas contas mensais ele prefere colocar no débito automático para conseguir descontos. "Com a conta de telefone e internet, por exemplo, pago R\$ 10 a menor por mês porque optei pelo débito em conta, mas fico de olho para ver se a cobrança está sendo feita da forma correta. A economia parece pequena mas, quando você junta com outras, o valor é bem significativo."

Outro hábito é conferir a conta do supermercado, item por item, para ver se existe alguma discrepância na quantidade ou entre os preços cobrados na prateleira e no caixa. Ele tem apenas dois cartões de crédito, mas só utiliza um. O outro serve somente para emergências. Se fosse com base no salário que ganha, poderia ter bem mais. "Além disso, negocio todos os anos para ter um desconto na anuidade", completa.

Com todos esses cuidados, Gustavo consegue poupar até 50% do salário mensal. Isso faz com que ele sempre tenha uma reserva e ajuda nas negociações na hora de comprar um bem de consumo de alto valor. Recentemente, ele conseguiu um desconto de R\$ 8 mil na compra de um carro, porque o pagamento foi feito à vista. Na tabela, o veículo custava R\$ 65 mil, ele pagou R\$ 57 mil. "Foi um ótimo negócio, mas se alguém daqui a alguns meses me oferecer os R\$ 65 mil pelo carro, eu vendo", brinca.



Vida financeira em ordem



Nunca gaste mais do que você ganha. Parece bem óbvio, mas muita gente não segue essa regra básica. Saiba exatamente quanto você ganha, quanto gasta e quanto deve.

Cheque especial e cartão de crédito são as opções financeiras com os maiores juros do mercado. Em caso de aperto, vale mais a pena procurar um empréstimo consignado.



Se possível, pague os tributos como IPVA e IPTU na cota única para aproveitar o desconto.

Opte por fazer as operações bancárias online para não pagar as taxas.



Coloque as contas em débito automático em caso de desconto oferecido pela empresa para esta forma de pagamento, mas confira se o valor debitado está correto.

Poupe, pelo menos, 10% do seu salário, todos os meses.



Despesas fixas como condomínio, prestação do carro, plano de saúde, entre outras, devem ser prioridades.

Fique de olho nos gastos “invisíveis”, aqueles que não são fixos e parecem pequenos, como o estacionamento do shopping, mas que unidos podem desestabilizar o orçamento mensal.



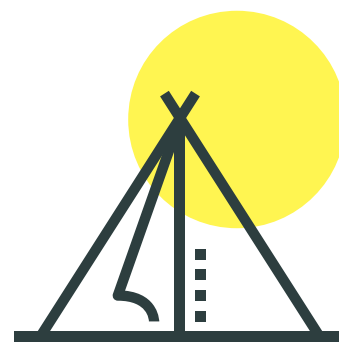
DE MOCHILA E BARRACA

Na serra, na mata ou na praia, Pernambuco conta com opções de locais para quem quer contemplar as belezas naturais acampando



desbrave

POR MARIANE MONTEIRO



Gostar de aventura, estar em contato com a natureza e apreciar as belezas de Pernambuco são algumas das escolhas que impulsionam os apaixonados em acampar. Seja no Litoral, Sertão, Agreste

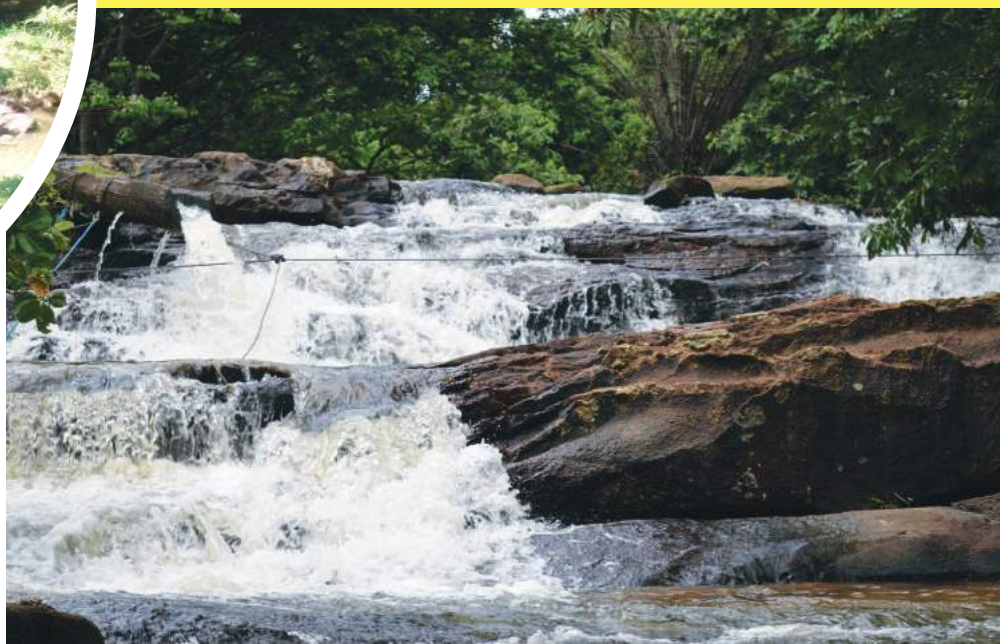
ou Zona da Mata Pernambucana, os roteiros traçados variam e, para ajudar aos campistas de primeira viagem, a sessão Desbrave selecionou um roteiro com opções de camping no Estado, além de dicas com campistas experientes para você aproveitar.

O Camping do Mágico, localizado a 18km do município de Bonito, é uma opção para quem quer aproveitar uma estrutura de acampamento, mas não dispensa esportes radicais. Há oito anos funcionando, o camping comporta mais de 33 barracas e recebe uma média de 110 pessoas. Oferecendo banheiros, estacionamento, restaurante e cozinha para os campistas, o ambiente é cercado, iluminado e com segurança. O camping oferta ainda os serviços de tirolesa, piscinas naturais, piscina infantil e adulto, arborismo e cachoeira. E, se você quer acampar, mas não tem barraca, não se preocupe. O Camping do Mágico oferece pacotes com aluguel de barracas e colchonetes para os campistas.

Localizado entre o Agreste e o Sertão de Pernambuco, acampar no Parque Nacional do Catimbau, segundo maior parque arqueológico do Brasil, é ideal para quem procura mergulhar na cultura do País, pela sua estrutura geológica e pinturas rupestres. O Eco Camping oferece aos seus campistas uma estrutura com wifi, cozinha equipada, banheiros com chuveiro quente e alugueis de barracas ou kit completo com colchonetes e sacos de dormir. É possível ainda fazer trilhas, com níveis de moderado a muito difícil, rapel e trilhas a cavalo.



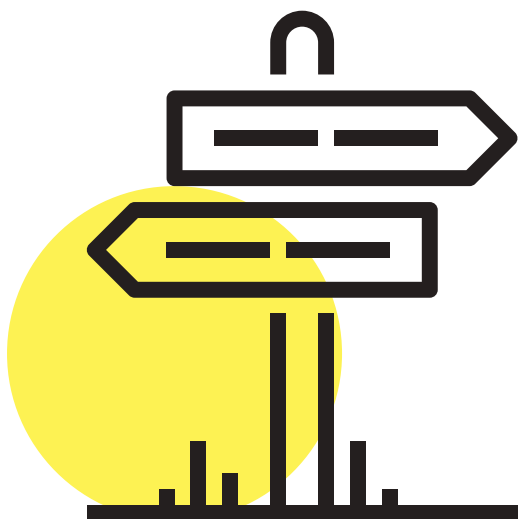
Camping do Mágico, localizado em Bonito, PE



O QUE LEVAR

Barraca, colchonete, colchão inflável ou saco de dormir, travesseiro, fósforo ou isqueiro, lanterna ou lampião, analgésico e antisséptico, kit de primeiros socorros e canivete multiuso

Eco Camping, localizado no Parque Nacional do Catimbau



No litoral de Pernambuco, Maracaípe é conhecida pela sua beleza natural, altos coqueiros e ponto de encontro dos surfistas.

O **Camping Maracaípe** comporta uma média de 30 barracas e oferece aos campistas uma ótima opção à beira mar, com chuveirão, banheiro, cozinha, iluminação, wifi e aluguel de barraca. Há seis anos abrigando os campistas, o ambiente fica próximo a serviços como passeios de buggy e guias de turismo para quem quer se aventurar pelo local. A época do ano, o tempo disponível para fazer a viagem e levar em conta a decisão coletiva, quando se acampa em grupo, são algumas das preocupações que é preciso ter quando acampar. Fazer parte de grupos de camping, através das redes sociais, também pode ser uma boa opção para quem está começando ou já tem experiência e quer conhecer gente nova.

O analista de logística, Emmanuel Guerra, é um desses apaixonados pela natureza e acampa há cerca de 13 anos. Para ele, desbravar os espaços em grupo ou sozinho é uma escolha que depende do momento. “Acontece algumas vezes de querer explorar e ficar mais sozinho com a natureza e outras de querer compartilhar aquele momento longe do corre-corre habitual da cidade e aproveitar a natureza com os amigos”, explica Emmanuel, que faz parte de dois grupos de camping e confessa gostar mais de acampar na Serra ou Mata.

Planejando acampar em Serra Negra e reencontrar os amigos, Emmanuel tenta manter uma média de fazer um camping por mês e leva sempre em suas saídas uma mochila com mantimentos que suportem os dias planejados para passar no local. Fazer um checklist com itens como barraca, colchonete, colchão inflável ou saco de dormir, travesseiro, fósforo ou isqueiro, lanterna ou lampião, analgésico e antisséptico, kit de primeiros socorros e canivete multiuso também faz parte da rotina do analista quando ele vai acampar. “Hoje em dia há muitos sites e informações sobre camping disponíveis na internet. Com essa ajudinha eu também aprendi diversas recomendações e até esse checklist de tudo necessário para se levar, como materiais pessoais, cozinha e primeiros socorros”, conta.

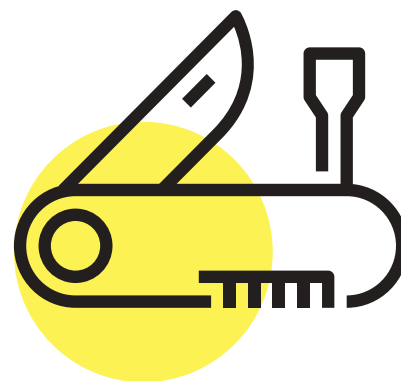


“**Sozinho ou com meus amigos, são vivências que me permitem contemplar o meio ambiente**”

Emmanuel Guerra

QUEM NUNCA ACAMPOU

A dica é procurar um camping estruturado. Alguns oferecem cozinha equipada, banheiros e aluguéis de barracas



E para quem quer dar o pontapé inicial e se jogar no mundo do acampamento, Emmanuel traz algumas dicas. “Não há uma cartilha básica de recomendações, mas é interessante se informar um pouco sobre o local. Se for um camping estruturado, saber o que as proximidades têm de recurso natural a oferecer e se, por exemplo, é um pico ‘badalado’ ou mais sossegado pra não ter surpresas. Caso a opção seja por um camping sem estrutura, sempre bom estar acompanhado de algum guia local que conheça o setor ou ter uma boa orientação com mapa local e bússola. Se certificar de que a sua barraca aguenta as condições climáticas do ambiente e que você está se dispondo a sair definitivamente da rotina também é importante”.

A estudante de ciências biológicas Thaís Sousa também procura analisar a infraestrutura do local quando vai acampar. Há três anos praticando a modalidade, Thaís costuma ir em grupo, mas garante que não é difícil acampar sozinho. “Sempre tenho algum amigo muito a fim de ir, mesmo quando é para pesquisa de campo em biologia. Mas não há muitos obstáculos para quem quer acampar sozinho, mesmo sendo mulher. Há sempre campings ou espaços abertos em todo lugar que você for. E, caso não tenha, dá pra pedir um pedacinho do quintal de alguém e acampar. É só ter sempre itens que garantam sua segurança”, explica a estudante.

SEGURANÇA

Em camping sem estrutura, é aconselhável estar acompanhado de algum guia local



“Conhecer a estrutura do lugar e cuidar dos itens de segurança são conselhos fundamentais para quem quiser se tornar um campeiro”

Thaís Sousa

Chapadas Diamantina, dos Veadeiros e dos Guimarães estão entre outros lugares pelos quais a estudante já passou. Em sua última viagem, em janeiro e metade de fevereiro deste ano, ela passou por alguns estados do Brasil até a Bolívia, sempre acampando. Levar indispensavelmente uma faca - pela sua funcionalidade, como cortar o barbante e amarrar a lona - e os itens de instalação, como barracas, colchão, e, dependendo do local, um isolante térmico, é indispensável quando você quer acampar. “É importante que alguém que nunca tenha acampado na vida se instale em algum camping. Se já tiver um camping em mente, procurar saber se o espaço para barraca é abrigado, com árvores, por exemplo, se tem cozinha disponível e tudo que diz respeito à infraestrutura do local. A partir daí se escolhem os itens a serem levados”, explica Thaís.



E a você, que, ao ler esse roteiro e relatos de campistas, gostou da ideia e pretende pegar uma mochila e ir acampar nos próximos dias, sem perder muito tempo pesquisando opções, Thaís também aconselha: “para quem pretende escolher o camping quando chegar à cidade viajada, é bom ter sempre itens que garantam uma certa independência quanto ao local. A lona, por exemplo, é bem importante. Ela protege a barraca de sol, chuva e pode criar um ambiente externo, tipo de convivência. Quanto à alimentação, caso não queira gastar dinheiro na cidade e o camping não tenha cozinha, uma fogueira resolveria o problema sem a necessidade de ter que comprar um fogão para o primeiro acampamento”, aconselha. □

QUEM PROCURAR?

Camping do Mágico:

(81) 9 9666 6190

(81) 9 9635 1600

CAMPINGDOMAGICO@BOL.COM.BR

CAMPINGDOMAGICO.BLOGSPOT.COM.BR

Eco Camping

(81) 9 9542 2141

RESERVA@ECOCAMPING.RINDO.TUR.BR

RINDO.TUR.BR/INDEX.HTML

Camping Maracaípe

(81) 9 8504 6779

FATIMA.MARACAIPE@YAHOO.COM.BR

FACEBOOK.COM/CAMPINGMARACAIPE

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

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

EMPRETEC. PREPARE-SE PARA OS DESAFIOS DO MERCADO.

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



empretec





artigo

POR JORGE JATOBÁ



O PESO DO ESTADO

Em geral as discussões sobre o papel do Estado na economia estão contaminadas por fortes argumentos ideológicos. As polêmicas sobre estado mínimo e/ou capitalismo de estado são muito extensas na mídia e na literatura acadêmica. Não vou entrar nesse debate porque está dominado, na sua maior parte, por uma discussão ideologicamente obscurantista. O Estado tem que ser funcional, ou seja, tem que atender às demandas do cidadão por bens e serviços públicos de qualidade, pois, governos - os gerentes passageiros do Estado - são financiados com o dinheiro que pagamos de impostos. É factual também que, ao controlar grandes empresas, o Estado, através dos governos de plantão, possa utilizá-los para fins ilícitos, quer seja para apropriar privadamente recursos, quer seja para desviá-los para financiar partidos políticos. O escândalo da Petrobras é emblemático de como a desonestidade

associada à má gestão é capaz de abalar profundamente a saúde financeira e a imagem de uma empresa que, no passado, foi orgulho dos brasileiros. É preciso regular e instituir boa governança corporativa nas estatais para reduzir os riscos de que estes problemas sejam recorrentes.

Escritas tais considerações, analisaremos agora o peso do Estado nas economias pernambucana e recifense, medido não pela sua contribuição ao PIB, mas pela presença no mercado de trabalho formal. Usaremos os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) gerados pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) para os anos de 2004 e de 2014. Considerando o Estado como o conjunto do setor público, incluímos neste universo as informações dos governos federal, estadual, municipal e das empresas estatais. Em 2014, a participação da massa salarial nominal recifense, entendida como a soma de todas as remunerações pagas pelo setor público na cidade, correspondia a 51,7% da massa salarial total.

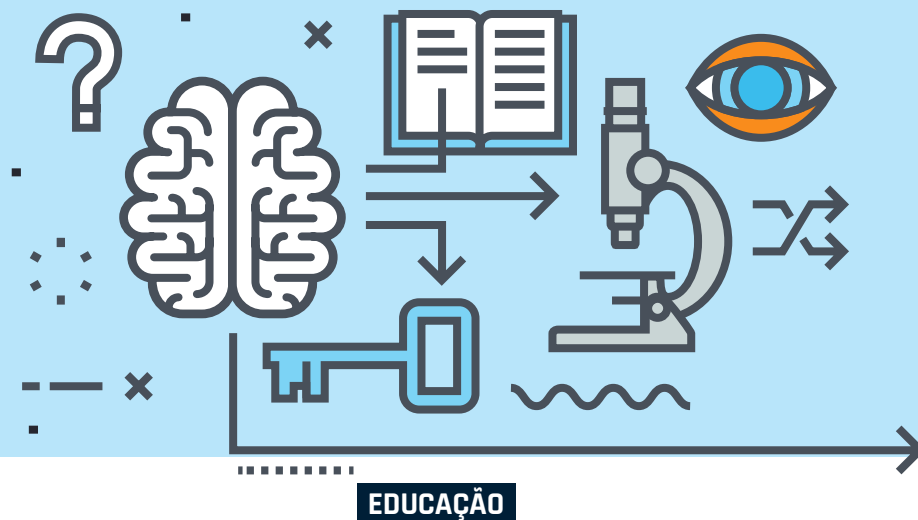
Ou seja, em Recife, mais da metade das remunerações formais, isto é, de pessoas empregadas com carteira de trabalho assinada, regidas, portanto, pela CLT, ou pertencentes ao regime do serviço público nas diversas esferas de governo, estão abrigadas no setor público. Esse percentual já foi mais elevado dez anos antes; em 2004 foi de 55,3%, tendo diminuído pela presença crescente do setor privado impulsionado pelo substantivo bloco de investimentos que aportou em Pernambuco, conduzindo a um maior dinamismo do mercado de trabalho recifense, que experimentou uma forte geração de empregos formais em paralelo a uma queda nas taxas de desemprego. Para o conjunto do Estado, a participação é menor e também decrescente, evoluindo de 45,0%, em 2004, para 42,1% em 2014. O percentual da massa salarial recifense é maior do que no Estado de Pernambuco porque o município é sede regional de instituições federais (tribunais, por exemplo) com jurisdição maior do que o território pernambucano, sendo também a sede do Governo do Estado.

Os dados, por conseguinte, são inequívocos ao revelarem uma forte presença do setor público no conjunto de remunerações do município, e, embora menor, também, do Estado. Em tempo de inflação e crise fiscal, os funcionários públicos de todos os níveis de governo e de empresas estatais têm perdas reais de salário e não têm aumento nominal como, de resto, todos os trabalhadores. Por outro lado, como uma boa parte desses servidores é estável, ou seja, não podem ser demitidos a não ser por motivos graves e após inquérito administrativo ou judicial, contrariamente ao setor privado o ajuste não é feito pelo lado das demissões, mas apenas pelo da contenção da massa salarial nominal. Além disso, os salários dos trabalhadores do setor privado são mais flexíveis para baixo enquanto os do setor público são rígidos. O setor privado, quando não demite, negocia salários mais baixos ou recontrata com remuneração inferior. Isso não é possível no setor público a não ser para os não concursados detentores de cargos comissionados.

A massa salarial nominal do setor público, contudo, não aumenta apenas por motivo de reajuste, pois possui a propriedade, protegida pela legislação, de apresentar um crescimento vegetativo devido à concessão de anuênios, bônus, promoções, etc. Assim, a manutenção ou baixo crescimento da massa salarial nominal do setor público funciona como mecanismo de sustentação da renda, minimizando o impacto da crise econômica sobre o nível de atividade local. Tem, portanto, uma característica anticíclica enquanto a massa salarial do setor privado cai com a recessão, sendo pró-cíclica.

Argumento, ainda, que as remunerações do setor público respondem, em parte, pela alta e invariante desigualdade de renda no Recife, uma vez que os salários pagos pelo setor público não apenas são bem mais altos do que no setor privado, mas também crescem mais rapidamente. Analiso isso depois. Até breve. ▢

Jorge Jatobá,
doutor em economia
e sócio-diretor da consultoria
econômica e de planejamento
CEPLAN e CEPLAN MULTI



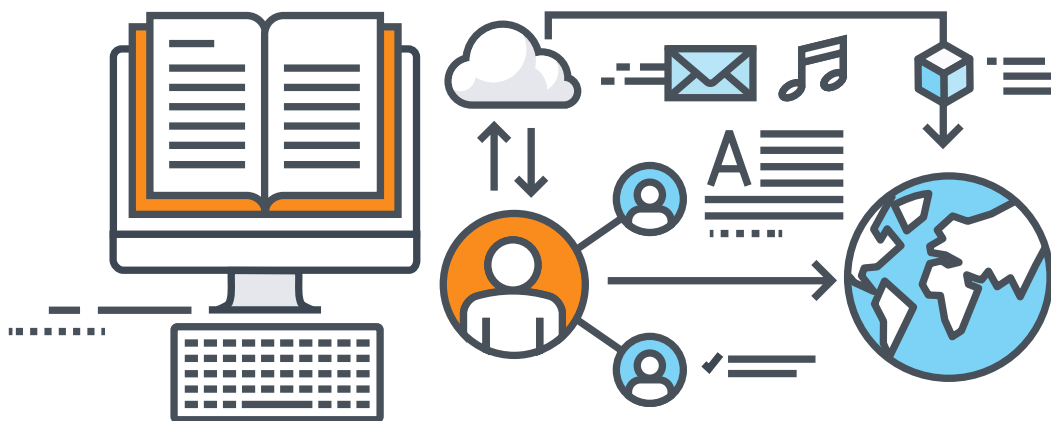
CONHECIMENTO COM COMODIDADE E QUALIDADE

EAD é a modalidade de ensino que mais cresce no País.
A credibilidade nos cursos a distância vem aumentando

POR VALÉRIA OLIVEIRA

Com o mercado de trabalho cada vez mais dinâmico e competitivo, se destacar não é tarefa fácil para aqueles que almejam uma boa colocação no ambiente profissional. Um diploma de graduação ou especialização se tornou requisito fundamental e que pode fazer a diferença para o desenvolvimento de uma carreira estável. No entanto, o desejo de crescimento de muitos profissionais geralmente esbarra na falta de tempo, provocada por extensas jornadas de trabalho. A dificuldade de conciliação de rotina de estudo com trabalho é um dos principais fatores que tem impulsionado a expansão do Ensino a Distância (EAD), que já desponta como a modalidade de ensino que mais cresce no País. Dados do último Censo da Educação Superior, divul-

gado anualmente pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), revelam que, em dez anos, o número de estudantes de EAD passou de 49 mil para 1,1 milhão, colocando a modalidade como responsável por mais de 15% de todas as matrículas em ensino superior. Em 2014, segundo levantamento da Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED), o total de matriculados em EAD já ultrapassava a marca de 3,8 milhões. Referência na modalidade, a Rede Nacional de EAD do Serviço de Aprendizagem Nacional (Senac) detém, aproximadamente, 12 mil alunos matriculados. A instituição, que recebeu nota máxima no recredenciamento realizado pelo Ministério da Educação (MEC), oferece, atualmente, 42 cursos de ensino superior, 12 cursos técnicos e 114 cursos livres (formação inicial



e continuada), com polos em todos os estados do Brasil para os momentos presenciais (neste caso, provas semestrais) exigidos por lei. “Nessa modalidade de ensino, o aluno tem muito mais comodidade, pois não precisa se deslocar até uma unidade educacional para aprender. Ele só precisa ter um computador conectado à internet, através do qual terá acesso às vídeo-aulas, aulas narradas e todo o material de estudo disponibilizado pela instituição. Além disso, realizamos web conferência, na qual alunos e professores se comunicam em tempo real para debater o conteúdo estudado. Também trabalhamos com o fórum de dúvidas no ambiente virtual, onde os alunos podem postar seus questionamentos e receber os esclarecimentos dos professores via web”, explica o coordenador geral de EAD do Senac, Alcir Vilela Júnior.

Comodidade, flexibilidade de horários, economia de tempo e mensalidades mais baratas – o valor chega a ser até quatro vezes mais barato do que um curso presencial – são alguns dos atrativos do método de ensino. E foram esses fatores que levaram o consultor de tecnologia educacional Bruno Santos, 30 anos, a optar pelo EAD quando decidiu que faria um curso de pós-graduação. Bacharel em sociologia e mestre em educação

O consultor de tecnologia educacional Bruno Santos optou por cursar pós-graduação a distância



tecnológica pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Santos agora se especializa em Gerenciamento de Projetos por meio da Rede Nacional EAD do Senac. “Sempre tive vontade de fazer doutorado, mas viajo muito durante minha rotina de trabalho e isso impossibilita a realização desse tipo de especialização. Nessa perspectiva, o EAD foi a saída perfeita, pois consigo conciliar tranquilamente a rotina de estudos com a jornada de trabalho. Sou eu quem moldo os meus próprios horários”, explica Bruno Santos. De acordo com o consultor, os con-

Em dez anos, o número de estudantes de EAD passou de 49 mil para 1,1 milhão

teúdos trabalhados e os métodos avaliativos da modalidade são tão rigorosos quanto os de um curso presencial, assim como o nível de aprendizagem. Embora ainda não tenha concluído a especialização, Bruno Santos afirma que o curso já tem contribuído para o seu desenvolvimento acadêmico e profissional. “O fato de estar realizando essa pós-graduação tem aberto portas do ponto de vista profissional. Já aplico as ferramentas que aprendi no curso no meu ambiente de trabalho e também tenho sido convidado para encabeçar projetos dentro da empresa. Eu acho que é muito importante que o profissional esteja sempre se aperfeiçoando, uma vez que o mercado exige isso. E o ensino a distância é uma excelente oportunidade para quem quer se aperfeiçoar, mas a modalidade requer do aluno certa maturidade para administrar seu tempo”, opina.

A bióloga e chefe de laboratório Raquel Gomes de Andrade, 42, também viu no EAD a oportunidade de realizar a sonhada especialização sem comprometer a jornada de trabalho. Pós-graduada em docência do ensino técnico, Raquel acredita que o método também ajuda a desenvolver outros pontos essenciais para o profissional, como disciplina, independência e concentração. “O EAD faz com que você saia do comodismo. Você precisa se dedicar bastante”, afirma a bióloga. “Esse curso favoreceu muito o meu crescimento profissional. Com os conhecimentos que adquiri ao longo da pós, já ministro capacitação dentro da empresa que atuo. Me sinto realmente capacitada. A especialização me deu bastante segurança no ambiente profissional”, complementa. □



A bióloga Raquel Gomes de Andrade viu no EAD a oportunidade de realizar a pós-graduação em docência do ensino técnico

→ PRECONCEITO

Apesar do crescimento do Ensino a Distância e dos números positivos obtidos desde sua regulação pelo MEC, em 2006, a modalidade já enfrentou muito preconceito, sobretudo em relação à confiabilidade dos métodos avaliativos. Entretanto, esse cenário vem mudando graças à evolução dos programas EAD, o que tem garantido a consolidação da modalidade.

“Quando o EAD surgiu no Brasil, as primeiras instituições de ensino que aderiram ao modelo entraram com programas frágeis, até porque não existia uma regulamentação específica. Mas isso mudou radicalmente. Hoje o MEC reconhece o EAD como uma modalidade essencial para que as metas do Plano Nacional de Educação (PNE) sejam cumpridas”, ressalta Alcir Vilela Júnior. Ainda segundo o coordenador, a eficácia do método é comprovada nos exames nacionais aos quais os alunos são submetidos. “Assim como os alunos de um curso presencial, os estudantes do EAD passam por avaliações do MEC. No Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade), por exemplo, os resultados alcançados são excelentes. Se equiparam e, às vezes, até superam os de um curso presencial”, afirma Vilela Júnior.

Para a consultora de RH da JBV – Soluções em Recursos Humanos, Vanci Magalhães, o mercado de trabalho também está mais aberto a aceitar profissionais com este perfil curricular. “As empresas tinham maior resistência em contratar profissionais graduados por meio do ensino a distância, mas isso vem se dissolvendo, pois os novos programas EAD vêm desmistificando esse preconceito. Os cursos a distância estão exigindo cada vez mais do aluno e entregando ao mercado profissionais qualificados”, afirma.



FORMAÇÃO DAS EXPECTATIVAS

No campo econômico, as expectativas dos agentes em relação ao futuro têm o condão de se transformar no mundo real. Tendo como pano de fundo a queda do PIB da ordem de 3,8%, em 2015, uma nova queda na mesma proporção já estaria “contratada” para 2016. O pessimismo em relação ao futuro da economia está aprofundando a recessão, cuja face mais perversa é o crescente nível do desemprego. Esse clima de desalento está configurado em indicadores antecedentes, assim chamados porque buscam prever a marcha da economia. Entre tais indicadores, destacam-se o Índice de Confiança do Consumidor calculado pela FGV e os Índices de Confiança do Empresariado na área do Comércio e da Indústria, calculados respectivamente pela CNC e CNI. Os últimos valores divulgados (janeiro de 2013)

apontam para o índice 67,9 no caso do consumidor, 80,9 e 38,5 para o empresariado do comércio e da indústria, respectivamente. Os dois primeiros índices têm como linha de corte, que separa o otimismo do pessimismo, o índice 100 para o comércio e o índice 50 para a indústria. Qualquer que seja o índice, predomina o pessimismo em relação ao futuro.

Quais seriam os fundamentos e as razões desse pessimismo, agora num quadro de recessão? Antes de tudo, o descumprimento da meta de inflação e a revisão para menos do superávit primário, no âmbito fiscal.

Nos últimos anos, o centro da meta de inflação de 4,5% ao ano não foi alcançado e, sim, substituído, dada a margem de tolerância de dois pontos percentuais, pelo seu limite superior de 6,5%. Atualmente, a taxa de inflação rompeu a fronteira dos 10% ao ano, como síntese da alta dos preços.

Quanto ao superávit primário, instrumento para manter a dívida pública sob controle, em anos recentes oscilou entre 2 e 3% do PIB, mas, depois de estimar 1,2% para este ano de 2016, a proposta governamental é de reduzi-lo para 0,5% do PIB. Redução imposta no quadro recessivo pela queda de receita via impostos diante de despesas incompressíveis, por compulsórias. Tal redução pode ainda levar à transformação do superávit em déficit primário.

Mas há mais. Os principais vetores do que se convencionou chamar de “nova matriz econômica” estão identificados nos juros mais baixos, expansão fiscal com ênfase em gastos sociais e crédito abundante, este último para inflar a demanda global, o todo constituindo a abordagem keynesiana. É bem verdade que os Programas de Aceleração do Crescimento (sic) contêm em sua pauta investimentos na infraestrutura econômica. Mas tais investimentos como obras complexas, desdobradas em segmentos do projeto global, apresen-

taram claros problemas de gestão, a começar pelo atraso na emissão da licença ambiental e deficiências do projeto básico terminando no estouro dos cronogramas.

Um caso extremo é o da ferrovia Norte-Sul, cuja construção, iniciada durante a Presidência Sarney, até hoje está inconclusa e com problemas de traçado. Outros projetos são a transposição do Rio São Francisco e a Ferrovia de Integração Oeste-Leste. No primeiro caso, os trabalhos começaram em 2005, o eixo Leste deveria estar concluído em 2010 e o eixo Norte em 2012. A conclusão dos dois eixos foi, primeiro, adiada para 2015 e, agora, mais uma vez adiada para 2017. No segundo caso, o da Ferrovia da Integração, os trabalhos tiveram início em fins de 2010, com previsão de término em meados de 2013, já adiado para 2018 pelo atraso cumulativo. Tais atrasos têm custos diretos e custos de oportunidade, nada desprezíveis.

O escândalo envolvendo a Petrobras ainda não terminou em seus desdobramentos. O drama da petroleira atinge a economia dos Estados produtores e é uma das causas do nível de desemprego. Somando-se a isso a cotação internacional do barril de petróleo, o Eldorado do pré-sal pode transformar-se em miragem. A intercessão da crise econômica com a crise política resulta em um véu de incerteza que cobre o País, moldando as expectativas do pessimismo. A única certeza é de que a reversão vai estar ainda muito longe. ▢

Antonio Oliveira Santos,
presidente da
Confederação Nacional
do Comércio de Bens,
Serviços e Turismo (CNC)



entrevista

POR EDUARDO SENA

FRANCO PERINI

"PERNAMBUCO SE RENDEU ÀS BORBULHAS"

Em artigo mais ou menos recente, o - baírrista - jornal francês Le Monde diagnosticou a Serra Gaúcha, no Rio Grande do Sul, como um dos cem terroirs obrigatórios para o vinho no mundo. Para quem acha a lista extensa, Portugal sozinho tem quase uma centena de lugares como esse. Neste cenário promissor, o espumante é o produto vinícola brasileiro que vem ganhando não só projeção mundial, mas também nacional, quebrando, inclusive, tradições sólidas. "Quando iniciamos o trabalho comercial em Pernambuco, me assustei porque na praia de Boa Viagem se bebia uísque com gelo. 'As pessoas só podem se odiar', pensava", lembra Franco Perini, diretor comercial da vinícola Perini, localizada em Farroupilha, também na Serra Gaúcha. Em nove anos de atuação no Estado, a marca saiu do zero e hoje já vende 20 mil caixas de vinhos anualmente para a capital pernambucana, que já é o 5º mercado da marca no Brasil, com números que cresceram 40% nos últimos quatro anos. Sobre o assunto, Franco falou à Informe Fecomércio.



Até que ponto a demanda de Pernambuco é, atualmente, uma surpresa para o mercado vinícola?

O que me chama atenção é como Recife, que tem características de clima quente e de comportamento social como a ida à praia, consegue ingerir bebidas "quentes" como o uísque na escala que consome e beber ainda tão pouco vinho branco e espumante na escala que bebe. Mas é uma proporção que vem melhorando nos últimos anos com um trabalho quase que catequizador de que a acidez natural, leveza, frescor e álcool moderado combinam muito mais com dias quentes do que o uísque, que tem aí o maior consumo per capita do mundo.

Você fala de melhorias. Nos últimos anos, quais avanços mais significativos foram anotados?

Começamos o trabalho em Pernambuco em 2007, há nove anos, portanto, saímos do zero e conseguimos entregar hoje 20 mil caixas de vinhos tranquilos e espumantes anualmente. Desse número, o volume que se sobressai são os espumantes, que mordem 70% da fatia. Desse universo de espumantes, 70% são secos e 30% doces. O que é uma grata surpresa, pois sugere que o pernambucano tem um paladar mais apurado, talvez até por estar acostumado a sabores tão pungentes e agressivos como o uísque, em que não há a presença de notas adocicadas.



Pernambuco é hoje o maior consumidor de vinhos tranquilos e espumantes do Nordeste e o 5º do Brasil"



Na capital pernambucana, é o uísque o grande concorrente do vinho?

Sim, sim. Ambas assumem a postura de bebida festiva, só que historicamente, por algum motivo indefinido, o uísque obteve uma grande fatia do mercado. Mas por meio de estratégias de marketing que entendemos como acertadas, o cenário vem mudando. De 2012 pra 2015, aumentamos em 40% as vendas do Estado. Aposto que nesses anos o uísque não cresceu nem metade disso. Os vinhos ganharam espaço. Recife é a terceira capital mais gastronômica do Brasil, e harmonizar refeições com vinhos espumantes é muito mais agradável do que com uísque. O pernambucano está percebendo isso, só precisou de um empurrãozinho por meio de parceria sólida e efetiva com os distribuidores, que atuam com propriedade na participação dos produtos nos eventos sociais, casamentos, formaturas da cidade, harmonizando nossos produtos com os pratos servidos. Tudo isso gera argumentos e repertório que fazem as pessoas assimilarem os benefícios de consumo.

Qual a importância do Estado para a Perini?

Pernambuco é hoje o maior consumidor de vinhos tranquilos e espumantes do Nordeste e o 5º do Brasil. Obviamente, há muito trabalho ainda a ser feito, mas a conscientização das vantagens dessas bebidas já foi plantada e compreendida. E, quando falamos em 40% de crescimento, é importante pontuar a questão migratória. Não crescemos somente em cima de novos bebedores, mas de consumidores que bebiam um outro tipo de bebida e agora aderiram ao espumante. Pernambuco já se rendeu às borbulhas.

Quão pesa para o mercado de vinhos nacionais essa aderência ao espumante?

O espumante é, acima de tudo, a porta de entrada para os vinhos nacionais. Acredito que o consumidor brasileiro seguirá as tendências mundiais de consumo moderno de vinhos, preferindo os que possuem pluralidade gastronômica, acidez natural, leveza, frescor e álcool moderado. Exatamente as qualidades dos espumantes brasileiros. No Brasil, o consumidor tem demandado tanto os espumantes daqui que a exportação destes produtos deixou de ser foco prioritário. Virou o vinho do dia a dia. Nosso embate agora é equiparar o valor do nosso produto, que tem tributação muito maior que os importados, aos de referência de qualidade. 



capa

POR VIVIANE BARROS LIMA

MERCADO CULTURAL ESTÁ CADA VEZ MAIS EFICIENTE

Empresas do ramo investem em capacitação e na preparação para captar recursos públicos e privados. Aprovação de projetos ficou mais fácil com o passar dos anos



Investir em cultura não é coisa nova. Não é coisa ruim. Nem sem retorno. Mas, até muito pouco tempo, era coisa bem difícil. Com a profissionalização dos negócios do ramo e a aproximação, ainda que tímida, das empresas que pretendem gastar dinheiro com isso e os profissionais da arte, a economia cultural está ficando cada vez mais eficiente em Pernambuco.

Nos últimos 10 anos, muitas empresas que operam no setor deixaram o amadorismo de lado e começaram a investir em qualificação e profissionalização para atrair os capitais público e privado. A tarefa não é simples. As políticas públicas são instáveis e mudam ao sabor das práticas de cada governo. O dinheiro privado é escasso devido à falta de informação de grande parte das empresas sobre os benefícios de usar recursos para financiar projetos da área. Mas os artistas e os profissionais ligados de uma forma ou de outra às artes descobriram que com eficiência é possível tirar ideias complicadas do papel e levar mais cultura para o público em geral. Como em qualquer negócio, a palavra chave é preparação. Camila Bandeira, sócia-diretora da Proa Cultural, sabe bem disso. Antes de abrir sua empresa, junto com uma parceira que mudou de ramo após a formação da sociedade, ela passou um bom tempo estudando o mercado. Depois da formação em administração pela Universidade Federal de Pernambuco, da especialização internacional em marketing em uma universidade norte-americana, da bagagem adquirida no trabalho em agências de publicidade e de um ano conversando com empresários e fazendo cursos no Sebrae, ela resolveu montar um negócio especializado em transformar a vontade dos empresários em investir em cultura em realidade.

“O interessante da nossa empresa é que ela faz o caminho inverso. Muita gente do ramo tem projetos culturais e vai atrás do capital privado. Nós batemos na porta das empresas e realizamos projetos que elas nem sabiam



O Filig, festival promovido pelo Grupo Ferreira Costa em Garanhuns, é produzido pela empresa Proa Cultural

que queriam fazer”, explica Camila. Funciona mais ou menos assim: uma empresa X quer investir em cultura, seja em uma peça de teatro, uma exposição de artes plásticas, uma feira de literatura, mas não sabe o bê-á-bá do processo. Daí, a Proa se reúne com os gestores do negócio e transforma ideias abstratas em projetos tangíveis. Foi assim com o Grupo Ferreira Costa. “Quando começamos a conversar, o pessoal da empresa sabia que queria fazer algo em Garanhuns (cidade do Agreste de Pernambuco onde o negócio nasceu) que envolvesse livros e crianças. Depois de várias reuniões e troca intensiva de ideias, montamos o Filig (Festival Internacional de Literatura Infantil de Garanhuns)”, informa Camila. Já são três anos de parceria e a cada edição o Filig fica cada vez maior. Em 2014, ano do primeiro festival, seis mil

“

Muita gente tem projetos culturais e vai atrás do capital privado. Nós fazemos o caminho inverso: realizamos projetos para empresas que querem investir em cultura”

Camila Bandeira

pessoas passaram por um dos três polos do evento durante quatro dias. No ano passado, o público aumentou para sete mil. Para a edição deste ano, prevista para ocorrer no início de novembro, é esperado um incremento ainda maior na participação popular. Além disso, a aproximação com as escolas que participam do festival fica maior a cada edição. Essa aproximação se estende para os alunos, pais, professores e para a população em geral da cidade, tanto da sua área urbana como rural. Quando fundou a Proa, em 2010, o mercado era mais complicado e a resistência das empresas um pouco maior. Hoje Camila já negocia com empresários que desejam investir em projetos de artes plásticas, cinema e teatro. Ela diz que há ainda um longo caminho a ser percorrido, mas que as portas estão mais abertas para esse tipo de investimento.

Exposição no Instituto Ricardo Brennand, montada pela Art.Monta Design, empresa especializada em produção, montagem e design de eventos culturais





Empresas tributadas através do lucro real podem destinar até 4% do valor que pagam de Imposto de Renda para investimentos em projetos da área cultural

Mesmo que ainda seja discreta, a presença do capital privado no financiamento de projetos culturais faz muita diferença para os negócios do setor e para a imagem das empresas que decidem investir neles. As duas edições do Festival Internacional de Literatura Infantil de Garanhuns (Filig), por exemplo, ajudaram a transformar, de uma forma positiva, a imagem que os consumidores têm do Grupo Ferreira Costa.

“As pessoas já fazem a ligação imediata entre o Filig e a empresa. Subjetivamente, já tem essa associação”, informa Camila. E o melhor é que as empresas podem optar por patrocinar uma peça de teatro, uma exposição de pinturas ou um filme com o dinheiro que iria para os cofres públicos. Não é preciso ter um capital extra para isso, basta relocar recursos que seriam pagos em tributos.

De acordo com as regras da Lei Rouanet, as empresas tributadas através do lucro real podem destinar até 4% do valor que pagam de Imposto de Renda para investimentos em projetos da área cultural. Especialistas dizem que aprovar um projeto de acordo

com os parâmetros da legislação não é difícil. Complicado mesmo é conseguir recursos para colocá-lo em prática.

“O grande provedor ainda é o capital público. É preciso mais investimento do setor privado. Hoje conseguimos elaborar projetos que seguem todas as exigências com preocupação com aspectos como curadoria e acessibilidade. O mais difícil mesmo é captar recursos”, garante o coordenador da Art.Monta Design, Eduardo de Souza. A empresa atua no mercado desde 1997 e é especializada em produção, montagem e design de eventos culturais, sobretudo de exposições.

Ele conta que alguns ramos dentro do setor cultural se tornaram mais eficientes nos últimos anos. Um detalhe que facilitou a aprovação de projetos elaborados por sua empresa foi a maquete digital que simula virtualmente como a exposição será na prática e projeta soluções para os espaços. “Isso é vital para participar de uma licitação na área. É um campo de trabalho que ganhou profissionalismo de uns tempos pra cá”, completa.

Na lista de parcerias e clientes da Art.Monta Design estão o Centro Cultural dos Correios, o Instituto Ricardo Brennand, o Itaú Cultural, a Fundação Gilberto Freyre, o Museu de Arte Moderna Aluisio Magalhães e o Serviço Social do Comércio (Sesc). No ano passado, a empresa levou a obra *Bela Aurora do Recife*, do artista Wilton de Souza, para as unidades do Sesc de dois municípios do interior de Per-

Alguns ramos dentro do setor cultural se tornaram mais eficientes nos últimos anos



A Companhia Fiandeiros de Teatro é um grupo com sede e gestão próprias, o que é raro no setor

nambuco: Petrolina e Garanhuns. Este ano, será a vez do Recife e de Goiana. Primeiro, é feita uma oficina sobre a montagem, depois um exercício prático para tirar a exposição do papel. Em cada cidade, cerca de 25 pessoas participaram da oficina. As datas para levar a obra para os dois municípios incluídos no cronograma deste ano ainda não foram definidas.

Apesar das parcerias, Souza informa que o setor ainda precisa de mais organização, sobretudo no campo de gerenciamento de negócios. “As empresas precisam se organizar para capacitação e formação desse tipo de empreendimento.” Outro problema é a instabilidade financeira que rodeia o ramo. A atividade cultural, por conta da dependência de recursos públicos, ainda é bem sazonal. “Há meses de bastante trabalho e outros com pouca atividade. O mercado é inconstante. Não podemos fazer um planejamento anual”, lamenta. Outro problema é a centralização de recursos públicos dos fundos de incentivo à cultura para os projetos do Centro-Sul do Brasil, onde estão situadas as empresas com mais experiência na captação de verba das diversas áreas.



→ CADA UM COM SUA ARTE

Outra grita do mercado é a diferença entre os incentivos dados a um certo tipo de arte em detrimento de outra. Para o pessoal do teatro, por exemplo, os recursos são mais escassos. “As políticas culturais não dão incentivos para todas as linguagens. O cinema é mais priorizado, talvez porque tem a capacidade de atingir um público maior de uma forma mais fácil. Mas é preciso ter uma política cultural específica para cada tipo de arte. Algo fixo, que não dependa das mudanças entre um governo e outro”, explica a diretora da Companhia Fiandeiros de Teatro, Daniela Travassos. Ela que, além de diretora, também é professora na escola de teatro do grupo, diz que o sucesso da empresa é uma história de resistência. “Temos um processo de gestão próprio, somos um grupo de teatro com sede própria. Isso é raro no setor. A escola, por exemplo, é um projeto regular que cresce a cada ano”, completa. A instituição de formação de atores tem seis anos de atuação. Começou com uma turma pequena e hoje são cerca de 150 alunos a cada semestre. A maioria é de Pernambuco, dos mais diversos municípios do Estado. O investimento na profissionalização foi bem importante para manter a empresa no mercado. Os funcionários do grupo têm algum tipo de graduação na área cultural ou então uma especialização. “Já temos um curso de graduação para formação de professores de teatro da Universidade Federal de Pernambuco, mas ainda carecemos muito de uma variedade maior de cursos de formação de atores. Muita gente estuda fora e volta para trabalhar aqui”, diz Daniela. □



CRISE AFETA VENDAS DO COMÉRCIO

Retração atinge quase todos os setores varejistas. Perdas acumuladas devem continuar até, pelo menos, o final deste ano

Assim como ocorre com os mais diversos setores econômicos brasileiros, o comércio está passando por uma fase de retração, que já dura alguns meses, e não tem previsão de melhorar em um futuro próximo.

As empresas do setor terão que aprender a enxugar gastos, a ser mais competitivas, a inovar e, mesmo fazendo tudo isso, a garantia de sucesso não é grande, por causa dos fatores externos que estão tirando o sono de todo mundo.

Esse panorama pode ser comprovado por meio dos números apresentados pela economista e consultora da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco (Fecomércio-PE), Tania Bacelar, na última reunião da diretoria da instituição. Dados do IBGE mostram que as vendas do varejo ampliado (incluindo as de veículos e material de construção, além dos outros segmentos) diminuíram bastante em fevereiro deste ano em comparação com o mesmo mês do ano passado. A retração é generalizada. Acontece em âmbito nacional e também nos estados. Em Pernambuco, as vendas caíram 12,7% em



fevereiro/2016 (mês base da apresentação da economista) em relação ao mesmo período de 2015.

Nessa mesma comparação, a retração de Pernambuco foi bem pior do que as registradas na Bahia (7,2%), no Ceará (7%) e no Brasil como um todo (5,6%).

“O comércio, de uma forma geral, já vinha apresentando uma forte crise a partir de maio de 2015. O primeiro segmento a ser atingido foi o de venda de automóveis, depois a retração afeta os demais segmentos”, explica Tania.

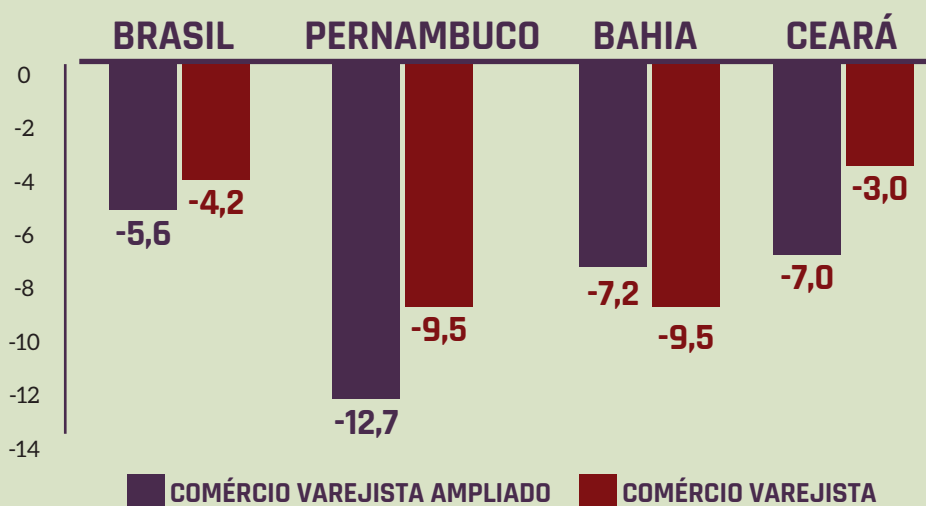
Quando passamos a vista pelos segmentos, a queda mais acentuada do volume de vendas, no período fevereiro/fevereiro, ocorreu na comercialização de eletrodomésticos. A retração foi de 39,4%. Outros dois setores que também registraram retrações fortes foram o de livraria e papelaria e o de tecido, vestuários e calçados.

“No caso dos eletrodomésticos, a queda pode ser explicada porque esse é o

Ao longo dos últimos anos, a economia de Pernambuco resistiu melhor à crise nacional, mas o comércio do Estado sofreu mais do que o do Brasil, pois o nível de desemprego aqui está crescendo mais comparado à média nacional

FEVEREIRO/2016: VAREJO AMPLIADO DE PERNAMBUCO TEM QUEDA MAIOR QUE BRASIL E ESTADOS DO NORDESTE

Brasil, PE, BA e CE: variação mensal do volume de vendas do comércio varejista, em % fevereiro/2016 (base: fevereiro/2015)



*Fonte: Pesquisa Mensal de Comércio-IBGE. Elaboração Ceplan Multiconsultoria.

(*) O Varejo Ampliado inclui veículos e materiais de construção, além dos demais segmentos do varejo.



“

O comércio, de uma forma geral, já vinha apresentando uma forte crise a partir de maio de 2015. O primeiro segmento a ser atingido foi o de venda de automóveis”

Tania Bacelar

tipo de bem que a população pode deixar de comprar. Não é item de necessidade básica. Além disso, ele tem um valor agregado alto”, informa Tania. Outro motivo que originou os dados negativos foi o fato de muita gente já ter comprado esses produtos durante o boom de consumo ocorrido em anos anteriores, quando as vendas do setor estavam em alta. Na outra ponta está o segmento de farmácia e perfumaria, o único dentro do comércio varejista ampliado que apresenta bons números. Na mesma comparação temporal, as vendas das empresas desse setor cresceram 12,7%. Não é por acaso que, na Região Metropolitana do Recife, a população avista uma farmácia sendo aberta quase que em cada esquina. Muitos terrenos e áreas construídas, que antes serviam de domicílio ou abrigavam outro tipo de negócio, hoje são ocupados por uma revendedora de remédios.

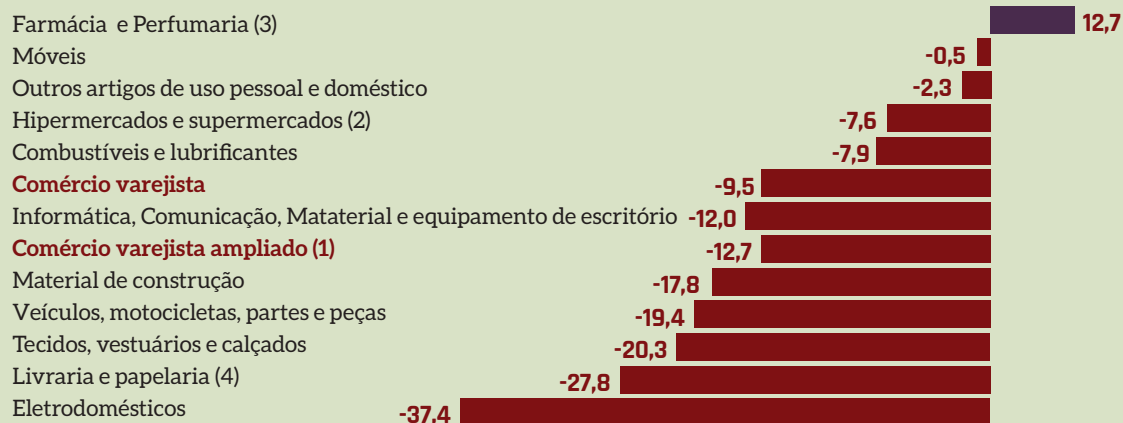
Isso ocorre, basicamente, por dois motivos. A população não pode se dar ao luxo de deixar de comprar medicamentos. Assim como os produtos alimentícios, eles são itens de necessidade básica. Em segundo lugar, o segmento apostou muito na diversidade da oferta de produtos. Antigamente, as farmácias só vendiam medicamentos. Depois passaram a investir em cosméticos. Hoje em dia, há também a comercialização de alimentos.

“Muitas redes grandes de outros Estados investiram em Pernambuco, hoje é possível ver um número enorme de farmácias de grupos que vieram de outros lugares tomando conta do mercado local”, diz Tania. Essa “invasão” de redes com atuação nacional fez com que muitas pequenas farmácias de Pernambuco tivessem que fechar as portas por não conseguirem competir com a concorrência.

Mas o fechamento de empresas não está restrito a esse segmento específico do varejo. “Há muitas empresas fechando ou sendo compradas por outra maior. Um processo de fusão está ocorrendo muito fortemente no comércio”, resume Tania. A realidade é tão desfavorável que as promoções, outrora localizadas em datas específicas, hoje ocorrem quase que constantemente, mas sem resultados positivos. “O varejo vive em promoção, mas o povo não está comprando”, completa.

FEVEREIRO/2016: VOLUME DE VENDAS COM QUEDA QUASE GENERALIZADA ENTRE OS SEGMENTOS DO VAREJO

Pernambuco: variação mensal do volume de vendas por segmentos do comércio varejista, em % - fevereiro/2016 (base: fev/2015)



*Fonte: Pesquisa Mensal de Comércio/IBGE. Elaboração Ceplan Multiconsultoria.

(1) Inclui veículos e materiais de construção, além dos demais segmentos do varejo; (2) Inclui produtos alimentícios, bebidas e fumo;

(3) Trata-se de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumarias e cosméticos; (4) Corresponde a livros, jornais, revistas e papeleria.

→ PIB VERSUS COMÉRCIO

A economia de Pernambuco apresentou um comportamento que, à primeira vista, parece contraditório, mas que pode ser explicado pela queda do poder aquisitivo da população local. Ao longo dos últimos anos, a economia do Estado resistiu melhor à crise nacional, mas o comércio de Pernambuco sofreu mais do que o do Brasil. Isso porque o nível de desemprego aqui está crescendo mais em comparação com a média nacional. O emprego formal em Pernambuco caiu muito em 2015 e continua retraindo em 2016. A massa de rendimento também diminuiu. Na prática, isso quer dizer que muita gente perdeu o emprego e que quem conseguiu continuar no mercado de trabalho teve o poder de compra restringido pelo aumento da inflação. A saída foi cortar os gastos familiares e diminuir o consumo. "Em Pernambuco, o PIB cresceu bastante por causa do aumento no nível de investimento, tanto do setor público quanto do setor privado. Para se ter uma ideia, entre 2006 e 2014, R\$ 105 bilhões foram investidos em obras no Estado para tirar do papel projetos de infraestrutura e indústrias como a refinaria, o polo naval e a Fiat. O boom de emprego foi enorme", relembra Tania.

Somente a refinaria empregou 42 mil pessoas no auge das obras. Quando começou a produção, esse número foi reduzido para 1.500. Essa queda já era esperada, mas ela coincidiu com o começo da crise nacional. "Uma massa tão grande não tem como ser reabsorvida pelo mercado. Muita gente que trabalhava na obra já estava preparada para ir para outro estado para fazer parte da construção de uma outra indústria. O problema é que muitos projetos não saíram do papel por causa da crise, então o pessoal não tinha para onde seguir", informa.

O difícil dessa situação de desalento é que ela vai durar, pelo menos, até o final deste ano e provavelmente durante parte de 2017. A queda substancial de 3,8% no PIB brasileiro, registrada em 2015 em comparação com 2014, deve se repetir em 2016. Cada ponto percentual de retração significa queda na produção da indústria, diminuição das vendas do comércio, mais desemprego e diminuição na renda e no consumo das famílias. □



SOLIDARIEDADE

ABRAÇOS E GENTILEZAS VIRTUAIS

A internet também abriga amor e solidariedade. Há muita gente usando as plataformas virtuais para ajudar o próximo

Bethina é uma linda menininha, residente em Santa Maria (Rio Grande do Sul), que tem três anos, dois irmãos, pais amorosos e muita vontade de viver. Ela nasceu depois de apenas 25 semanas de gestação e já sofreu muitos problemas de saúde para a sua pouca idade. Entre paradas cardíacas, dificuldades para respirar e desenvolvimento prejudicado das funções cerebrais, a pequena passou toda a vida entre hospitais, terapias e consultas médicas. Agora, ela precisa de um tratamento de ponta no Chile para ajudar na sua reabilitação neurológica. Mas a família não tem os recursos financeiros necessários para investir na esperança de um futuro melhor e possível. A história dela é um dos

destaques do site Vakinha.com.br, especializado em arrecadar dinheiro de doadores de todo o Brasil para os mais diversos tipos de causas, sobretudo as sociais. A plataforma, lançada em 2009 para facilitar a doação de dinheiro como presente de casamento, transformou-se em uma rede de solidariedade virtual que faz com que desconhecidos se juntem para financiar todos os tipos de sonhos, inclusive o de salvar a vida de uma criança que só conhecem por foto ou vídeo.

Quem quiser ajudar entra no site, preenche o formulário com dados básicos, escolhe quanto quer doar e se o dinheiro será pago com boleto bancário ou no cartão de crédito. Quem quiser ser ajudado preenche os dados, conta sua história, pode postar um vídeo mostrando os detalhes do problema e a forma de resolvê-lo e estipula a quantia a ser



arrecadada.

“Existem arrecadações de todos os tipos – para financiar tratamentos de saúde; pagar as despesas de quem ganhou uma bolsa de estudos no exterior, mas não tem recursos para financiar a viagem; bancar a ida de uma atleta para uma determinada competição”, explica o CEO do Vakinha.com, Fabrício Milesi. Mais de 400 mil “vaquinhas” já foram abertas no site.

Para ajudar a garantir o sucesso de uma “vaquinha”, Milesi diz que é preciso contar a história da ação de uma maneira clara e tocante, fazer um vídeo mostrando a vida da pessoa que será beneficiada e pedir para que familiares e amigos façam as primeiras doações, porque estranhos ficam tímidos na hora de doar



Plataformas digitais impulsionam ações solidárias. Redes sociais aproximam quem quer ajudar de quem precisa de ajuda



dinheiro para uma campanha que não arrecadou nada. Não é sempre, mas, em alguns casos, o valor arrecadado supera em muito a quantia solicitada. É a corrente do bem passando pelas teclas do smartphone ou do computador. A internet também virou lugar de ajudar a melhorar a vida dos outros.

Um grupo de amigos de Pernambuco sabe bem da força que as plataformas digitais têm para impulsionar a vontade de fazer parte de uma ação solidária. Fundado em 2010, o movimento Novo Jeito (hoje oficialmente uma ONG) partiu da conversa de um grupo de amigos em comum que ficaram comovidos com as histórias das vítimas da enchente que, naquele ano, tinha assolado vários municípios da Zona da Mata Sul de Pernambuco e queriam fazer algo para aliviar o sofrimento das famílias. “Pelo noticiário, vimos que uma das principais necessidades era a doação de colchões para os desabrigados que estavam em alojamentos improvisados em escolas e locais assim. A corrente



O movimento Novo Jeito teve início a partir de conversas entre amigos e, hoje, tem 90 mil seguidores nas redes sociais



do bem foi feita por e-mail, de um amigo para outro. Conseguimos, em pouco tempo, arrecadar uma quantia significativa que deu para comprar tantos colchões que a entrega teve que ser feita em um caminhão”, explica a presidente do Conselho Novo Jeito, Maria Eduarda Mello, uma médica de 34 anos que doa boa parte do seu tempo livre para a organização.

Ela diz que, quando os amigos chegaram para fazer a doação, muita gente que tinha contribuído com o auxílio financeiro tinha ido por conta própria ao local para ver a entrega, conversar com as vítimas, saber se poderia ajudar em algo mais. “Vimos que, mais do que dinheiro, as pessoas queriam doar seu tempo, seu carinho, algo mais. Descobrimos que muita gente não tem dinheiro para doar, mas quer auxiliar de outras formas”, completa.

Em 2012, o Novo Jeito fez uma campanha voltada para ajudar o Hospital do Câncer de Pernambuco. A ideia era arrecadar dinheiro para reformar as instalações do lugar e, no dia da entrega da obra, realizar ações para divertir os pacientes e acompanhantes que são atendidos no local. Foi feita uma convocação online. Os voluntários ajudariam em um mutirão de limpeza, a brincar com as crianças, a levar carinho para os pacientes e





suas famílias. No dia da ação, 1.200 pessoas, muitas delas que nunca tinham entrado no hospital, apareceram para fazer parte do movimento. As ações do Novo Jeito já fazem tanto sucesso que a equipe da ONG resolveu lançar um programa para que pessoas de outras cidades do Brasil copiassem o modelo de solidariedade e o adaptassem para suas realidades. "Queremos replicar o Novo Jeito para outras partes do País. Vamos fazer uma capacitação das pessoas que se inscrevem no programa", informa Maria Eduarda. Ela diz que as redes sociais conseguiram transformar a visão das pessoas no que se refere à solidariedade. Elas facilitaram as ações de grupos que pretendem ajudar quem mais precisa. Atualmente, o Novo Jeito tem 90 mil seguidores, somando as três redes sociais onde atuam

(Facebook, Twitter e Instagram). Cada plataforma nova na qual eles ingressam vem acompanhada de um boom de seguidores. Uma das campanhas mais marcantes do grupo é o #Mais Amor, uma distribuição de rosas, abraços, carinho e gentileza no último dia de cada ano, no Parque da Jaqueira. Na ocasião, centenas de voluntários se juntam para levar a mensagem da solidariedade e amor ao próximo para quem trabalha nos arredores, estiver passando pela rua, caminhando ou tenha ido ao local com a clara intenção de ganhar um afago. Na ocasião, as pessoas param os carros e descem para receber abraços de gente que nunca viram na vida, mas que querem melhorá-la. ☐

BIRÔ X

**VOLTA
ÀS AULAS
[INIBATÍVEL]**

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



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

*Parcela Mínima de R\$ 50,00.

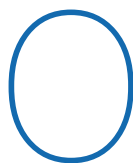


ESPORTES

MAIS ACESSO A ESPORTE E LAZER NO SERTÃO

Floresta é a primeira cidade de Pernambuco a receber o Projeto Sesc Comunidade, que vai lançar no município o Centro Esportivo Empresário Arlindo Gomes de Sá

POR MARINA AFONSO



incentivo à prática esportiva no Brasil e no mundo tem papel importante na construção de uma consciência cidadã. Pensando nisso, o Departamento Nacional do Serviço Social do Comércio (Sesc) lança o primeiro Centro

Esportivo do Projeto Sesc Comunidade em Pernambuco. A cidade escolhida foi no Sertão do Pageú, no município de Floresta, a 430 quilômetros da capital pernambucana. Para o treinador do time de futebol e futsal sub-20 do município, Ozair Souza, 41 anos, o novo espaço proporcionará o desenvolvimento esportivo da cidade e trará mais opções de estrutura para treinamento. “Temos quadras, mas os horários são muito disputados. Com o centro esportivo do Sesc, teremos mais uma opção”, celebra o treinador.

Ozair tem dois filhos envolvidos nos esportes e destacou a importância social do investimento em esportes. “É um atrativo para essa juventude. Enquanto eles estiverem nas quadras, não vão pensar em drogas e outras coisas que fazem mal à saúde.” O filho mais velho do treinador, Douglas Yan Souza, 18 anos, é atleta de três





“

Tenho um carinho muito especial pela cidade de Floresta. Esta obra será feita com muito amor pelo Sesc e entregue à prefeitura”

Josias Albuquerque

modalidades, futebol, vôlei e handebol. O presidente do Sistema Fecomércio-PE, que é cidadão florestano, Josias Albuquerque, afirma que a escolha da cidade é um compromisso firmado entre ele e os cidadãos de Floresta. “Mesmo indo embora, deixei muitos amigos, casei com uma florestana e tenho um carinho muito especial pela cidade. Esta obra será feita com muito amor pelo Sesc, mas será entregue à prefeitura para que ela dê continuidade ao nosso sonho”, contou emocionado, durante a solenidade de lançamento da pedra fundamental do Centro Esportivo Empresário Arlindo Gomes de Sá. O nome escolhido para o espaço é uma homenagem ao sogro de Josias, que foi comerciante natural do município e atuou por muitos anos no segmento farmacêutico.

O novo equipamento, resultado da parceria das duas instituições, terá uso público e será erguido num terreno de 25 mil metros quadrados doado pela prefeitura. O espaço contará com uma quadra poliesportiva coberta, campo de futebol society, pista de cooper e ciclovias. Todos os aparelhos são adequados para atividades de saúde preventiva e de lazer para crianças, jovens, adultos e também o público da terceira idade. O objetivo do projeto é democratizar o acesso ao esporte e lazer, promovendo o exercício da cidadania, da solidariedade e da inclusão social. “Este centro esportivo foi muito desejado pelos florestanos, principalmente pelos nossos atletas, e vai se tornar uma referência na prática do lazer e de esportes. Certamente, a obra vai fazer com que Floresta alcance novos patamares nas áreas de lazer e de esportes”, comemora





a prefeita Rorró Maniçoba. Sesc Comunidade – O programa é uma iniciativa do Departamento Nacional do Serviço Social do Comércio (Sesc) e visa democratizar o acesso ao esporte e lazer, promovendo o exercício da cidadania, da solidariedade e da inclusão social. O Sesc Comunidade amplia o acesso e promove qualificação dos indivíduos e organizações comunitárias, proporcionando espaço físico para atividades diferenciadas e integradas, que atendam diferentes interesses, pessoas e faixas etárias. No espaço serão promovidas atividades de esporte e lazer, além de ações socioeducativas e culturais para as comunidades circunvizinhas. Inauguração - O lançamento da pedra fundamental do Centro Esportivo e de Lazer Empresário Arlindo Gomes de Sá aconteceu

no dia 18 de março e contou com a participação da prefeita de Floresta, Rorró Maniçoba, e representantes do governo municipal, secretários e vereadores. Também marcou presença na solenidade o presidente do Sistema Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, e a diretoria do Sesc Pernambuco. Já pensando na construção do Centro Esportivo, um grupo de atletas comemorou a novidade plantando mudas de caraiibeiras no terreno doado pela prefeitura e o cantor e compositor Junior Baladeiro, de Ouricuri, encantou a todos com uma apresentação artística. A prefeita agradeceu o apoio e a parceria de Josias Albuquerque no incentivo à vida saudável e à prática de esportes dos florestanos. Ela contou que o centro esportivo foi muito desejado por eles, principalmente pelos atletas da região. □



→ LEGALIDADE

A Lei Municipal da doação do terreno para as obras do Centro de Esportes e Lazer Empresário Arlindo Gomes de Sá foi sancionada pela prefeita de Floresta, Rorró Maniçoba, no dia 11 de abril de 2012.



Direito Individual e Coletivo do Trabalho

Direito Processual Civil

Relações de Consumo

Contratos

Licitações

Av. Agamenon Magalhães, 2764 - Sala 603
Empresarial Antônio de Albuquerque Galvão
Espinheiro - Recife-PE - CEP: 52020-000
Fone/Fax: (31) 3221-0612 / 3221-0798
E-mail: almeidaadv@hoilink.com.br / almeidajaq@hotmail.com



CONTRA A MESMICE NOS NEGÓCIOS

A maior dificuldade dos empresários na hora de buscar o sucesso perdido na mesmice dos negócios ainda é arriscar na novidade.

Pensando nessa carência de atitude da maioria dos gestores, o Instituto Fecomércio-PE, em parceria com o Sebrae, realizou, entre os dias 05 e 07 de abril, uma série de encontros com o tema "Movimentação: como afastar a mesmice e melhorar os resultados".

Mais de 600 empreendedores participaram dos fóruns de debates realizados nas cidades de Vitória de Santo Antão, Ipojuca e Serra Talhada. Os encontros abordaram mudanças de comportamento que podem ajudar os segmentos do comércio e dos serviços a transformarem dificuldades em oportunidades. Para o consultor Fred Alecrim, um dos palestrantes do evento, a crise existe, mas não é preciso se contaminar por ela. "A mudança deve ser uma constante nos negócios. É a mesmice que leva ao fracasso. Se você não muda, o cliente muda-se de você", enfatizou o consultor.



70 ANOS

O presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, Josias Albuquerque, recebeu, no dia 06 de abril, homenagem da Alepe pelo aniversário de 70 anos do Senac. O proponente foi o deputado José Maurício.

"Josias vem dedicando os últimos 30 anos de sua vida à organização da classe empresarial pernambucana. Desde que passou a compor a equipe do Senac, contribui para a consolidação da imagem do órgão como referência estadual e nacional na educação profissional para o comércio de bens, serviços e turismo. Para mim, é uma honra poder realizar essa reunião solene em homenagem a um dos órgãos mais importantes do País", declarou José Maurício.

"Essa homenagem deixa um compromisso ainda maior para que possamos continuar empreendendo. Nossa política é uma política social. Estamos aqui para trabalhar por Pernambuco e não abrimos mão da qualidade na qualificação, já capacitamos 130 mil pessoas na área de formação profissional. Vamos continuar trabalhando juntos. É um momento de muito orgulho", falou emocionado o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, Josias Albuquerque.

Na ocasião, merece destaque o público que lotou o espaço da Assembleia Legislativa, além das presenças da Sra. Tide Albuquerque (esposa do presidente), da economista Tania Bacelar, funcionária do Sistema Fecomércio, do deputado estadual Clodoaldo Magalhães, entre outros parlamentares, do secretário executivo de Fomento ao Empreendedorismo, João Baltar Freire e do ex-deputado Severino Cavalcanti.

4º colocado no Brasil
Categoria Econômico



Centro de Turismo e Lazer
Sesc Garanhuns



Centro de Turismo e Lazer
Sesc Triunfo

Informações e reservas:
(81) 3421.5054
turismo@sescpe.com.br


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio


Sesc