

INFORME FECOMÉRCIO PE

Ano III – nº 16 | Jul-Ago/2014

CULINÁRIA PERUANA

Restaurantes especializados crescem no Estado e ganham cada vez mais adeptos

VALE DO CATIMBAU

Serras, vales e rochas na caatinga encantam turistas com cenários deslumbrantes

MATA NORTE

Comércio, serviços e indústrias encontram novas oportunidades no polo econômico que cresce sem parar desde a chegada da Fiat

Esporte movimentando o comércio local com o crescimento dos grupos de *CORRIDA*





**Atividades
recreativas e esportivas
Banho de piscina
Jogos de salão
Atrações musicais**

TODOS OS DOMINGOS

Sesc | Casa Amarela • Piedade • Caruaru
Garanhuns • Arcoverde • Petrolina
Sesc Ler | São Lourenço da Mata • Goiana • Surubim
Belo Jardim • Buíque • Bodocó • Araripina

EDITORIAL

Mercados AQUECIDOS

Nesta edição, a revista Informe Fecomércio foi conversar com pessoas que gostam de correr. Nos parques ou nas esteiras das academias, os entusiastas desse que é o mais prático dos esportes buscam investir em produtos voltados especialmente para eles. Conversamos com gerentes de lojas especializadas, personal trainers, maratonistas, fisioterapeuta e nutricionista para mostrar o que há no mercado de corrida e quais são as dicas essenciais para quem quer se aventurar no exercício.

No setor de serviços, fomos atrás de profissionais que trabalham com exclusividade. São pessoas que fazem compras, passeiam com cachorros e realizam várias outras tarefas diárias para clientes que sofrem por falta de tempo. E por falar em tempo, uma pesquisa do Sesc revela que os brasileiros consomem pouca cultura no seu tempo livre. Aproveitamos a ocasião para apresentar opções de lazer e entretenimento em Pernambuco em um convite à cultura. Pegando carona neste convite, damos sequência à série Tesouros de Pernambuco, mostrando as belezas do Vale do Catimbau.

Também estendemos o convite à gastronomia peruana, que invadiu a cidade do Recife com seus restaurantes e cardápios temáticos, a partir da iniciativa e da criatividade de chefs e empresários.

No espaço reservado para tecnologia, falamos a respeito do Mobile Payment, os pagamentos realizados por celular, e como eles estão modificando as relações entre clientes e estabelecimentos e motivando lojistas e consumidores.

Ainda nesta edição, uma entrevista pingue-pongue com o , gestor da área de treinamento e desenvolvimento da GS&MD – Gouvêa de Souza, Artur Mota, que fala sobre as tendências do varejo brasileiro para o ano de 2014 e sobre a participação do país na Feira Internacional do Varejo, realizada anualmente em Nova Iorque, cuja próxima edição está agendada para janeiro. Além disso, fomos buscar opiniões e informações sobre projetos voltados para o novo polo econômico que surge na Mata Norte de Pernambuco.



Josias Albuquerque

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



EXPEDIENTE

INFORME FECOMÉRCIO PE

Presidente **Josias Silva de Albuquerque** 1º Vice-Presidente **Frederico Penna Leal**; 2º Vice-Presidente **Bernardo Peixoto dos Santos O. Sobrinho**; 3º Vice-Presidente **Alex de Oliveira da Costa**; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio Atacadista **Rudi Marco Maggioni**; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio Varejista **Joaquim de Castro Filho**; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio de Agentes Autônomos **José Ramon Pipa Ferreira**; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio Armazenador **José Carlos Raposo Barbosa**; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio de Turismo e Hospitalidade **Eduardo Costa Cavalcanti**; Vice-Presidente p/ Assuntos do Comércio de Serviços de Saúde **Ozeas Gomes da Silva**; 1º Dir.-secretário **João de Barros e Silva**; 2º Dir.-secretário **José Carlos da Silva**; 3º Dir.-secretário **João Maciel de Lima Neto**; 1º Dir.-tesoureiro **José Lourenço Custódio da Silva**; 2º Dir.-Tesoureiro **Roberto Wagner Cavalcanti de Siqueira**; 3ª Dir.-Tesoureira **Ana Maria Caldas de Barros e Silva**; Dir. p/ Assuntos Tributários **Alberes Haniery Patrício Lopes**; Dir. p/ Assuntos Sindicais **Francisco José Mourato da Cruz**; Dir. p/ Assuntos de Relações do Trabalho **José Carlos de Santana**; Dir. p/ Assuntos de Desenvolvimento Comercial **Eduardo Melo Catão**; Dir. p/ Assuntos de Crédito **Manoel Santos**; Dir. p/ Assuntos de Consumo **Mário Luis de Barros Mawad**; Dir. p/ Assuntos de Turismo **Carlos Maurício Meira de Oliveira Periquito**; Dir. p/ Assuntos do Setor Público **Milton Tavares de Melo Júnior**; Dir. p/ Assuntos do Comércio Exterior **Celso Jordão Cavalcanti**. Conselho Fiscal - Efetivos: **João Lima Cavalcanti Filho**, **João Jerônimo da Silva Filho**, **José Cipriano de Souza**.

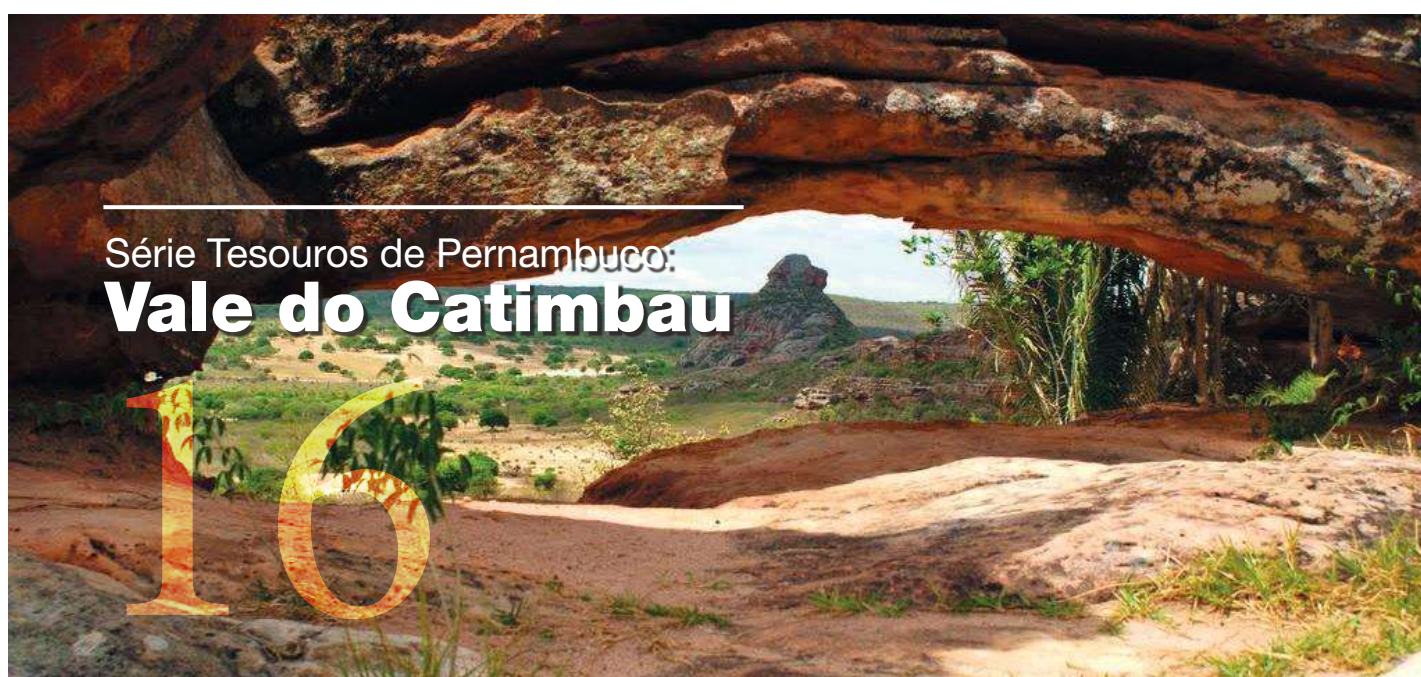
SINDICATOS FILIADOS Sind. do Comércio de Vendedores Ambulantes do Recife, Olinda e Jaboatão - Tel.: 3224.5180 Pres. **José Francisco da Silva**; Sind. do Comércio Varejista de Catende, Palmares e Água Preta - Tel.: 3661.0775 Pres. **Sérgio Leocádio da Silva**; Sind. do Comércio de Vendedores Ambulantes de Caruaru - Tel.: 3721.5985 Pres. **José Carlos da Silva**; Sind. dos Lojistas no Comércio do Recife - Tel.: 3222.2416 Pres. **Frederico Penna Leal**; Sind. do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Recife - Tel.: 3221.8538 Pres. **José Lourenço Custódio da Silva**; Sind. do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos do Estado de Pernambuco - Tel.: 3231.5164 Pres. **Ozeas Gomes da Silva**; Sind. do Comércio Varejista dos Feirantes do Estado de Pernambuco - Tel.: 3446.3662 Pres. **João Jerônimo da Silva Filho**; Sind. do Comércio Varejista de Materiais Elétricos e Aparelhos Eletrodomésticos do Recife - Tel.: 3222.2416 Pres. **José Stélio Soares**; Sind. do Comércio Varejista de Garanhuns - Tel.: 3761.0148 Pres. **João de Barros e Silva**; Sind. do Comércio de Hortifrutigranjeiros, Flores e Plantas do Estado de Pernambuco - Tel.: 3252.1313 Pres. **Alex de Oliveira da Costa**; Sind. do Comércio de Jaboatão dos Guararapes - Tel.: 3476.2666 Pres. **Bernardo Peixoto dos Santos O. Sobrinho**; Sind. do Comércio Varejista de Maquinismos, Ferragens e Tintas do Estado de Pernambuco - Tel.: 3221.7091 Pres. **Celso Jordão Cavalcanti**; Sind. do Comércio Varejista de Petrolina - Tel.: 3861.2333 Pres. **Joaquim de Castro Filho**; Sind. dos Lojistas do Comércio de Caruaru - Tel.: 3722.4070 Pres. **Michel Jean Pinheiro Wanderley**; Sind. do Comércio de Autopeças do Estado de Pernambuco - Tel.: 3471.0507 Pres. **José Carlos de Santana**; Sind. dos Representantes Comerciais e Empresas de Representações Comerciais de Pernambuco - Tel.: 3226.1839 Pres. **Severino Nascimento Cunha**; Sind. das Empresas de Comércio e Serviços do Eixo Norte - Tel.: 3371.8119 Pres. **Milton Tavares de Melo Júnior**

CONSELHO EDITORIAL Lucila Nastassia, Patrícia Nataska, José Oswaldo Ramos Coordenação-Geral/Edição **Lucila Nastassia**
Reportagens **Débora Leão**, **Bruna Oliveira**, **Giovanna Torreão** e **Gabriel Shimoda** (Multi Comunicação) Capa, Diagramação e Ilustrações **Daniele Torres** Fotos **Agência Rodrigo Moreira** Revisão **Laércio Lutibergue** Impressão **Gráfica Flamar** Tiragem **7.000 exemplares**

Sede Provisória: Rua do Sossego, 264, Boa Vista, Recife, Pernambuco, CEP 50050-080 Tel.: (81) 3231.5393 - Fax: (81) 3222.9498, www.fecomercio-pe.com.br, revista@fecomercio-pe.com. Obs.: Os artigos desta revista não refletem necessariamente a opinião da publicação.

- 4 Notas
- 6 Senac recebe palestra sobre clima escolar
- 9 Restaurantes peruanos conquistam recifenses
- 12 Tecnologia Mobile Payment nos smartphones
- 22 Serviços personalizados nas tarefas do dia a dia
- 32 Novas oportunidades na Mata Norte
- 36 Entrevista com Artur Mota: Caminho aberto para o varejo
- 38 Economia solidária promove inclusão social
- 42 Cursos de idiomas voltados para negócios
- 45 Um convite à cultura

ARTIGOS



NOTAS



SESC PERNAMBUCO EM PARCERIA COM O BASQUETE RECIFE

O Serviço Social do Comércio de Pernambuco (Sesc-PE) fechou parceria com o time Basquete Recife, que vai se integrar à equipe de esportes da instituição para desenvolver um trabalho social com os alunos da entidade e as comunidades carentes das redondezas das unidades do Sesc em Pernambuco. O time foi campeão invicto em 2013 da Liga de Basquete Feminino (LBF), sendo a primeira equipe a conquistar o título nacional para o Nordeste, quando fazia parte do Sport Club do Recife. A parceria foi fechada na sede administrativa do Sesc-PE, em Santo Amaro, com a presença do presidente do Sistema Fecomércio/Senac/Sesc-PE, Josias Albuquerque, do treinador do time, Roberto Dornelas, da comissão técnica e das jogadoras.

FAMÍLIAS MENOS ENDIVIDADAS

O número de famílias endividadadas teve queda de dois pontos percentuais em junho com relação ao mês anterior, de acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), divulgada no dia 24 de junho pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Segundo os dados, 62,5% dos entrevistados declararam ter dívidas como cheque pré-datado, cartão de crédito e cheque especial. A queda também ocorreu na comparação anual. Em junho de 2013, o percentual de famílias endividadadas estava em 63%.

****Com informações do Portal da CNC.***



QUARTA EDIÇÃO DO CONGRESSO INTERNACIONAL DE ARTE-EDUCAÇÃO

O IV Congresso Internacional Sesc-PE e UFPE de Arte-Educação, antigo Seminário de Arte-Educação, realizado entre os dias 28 de julho a 1º de agosto, no Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Pernambuco (CCSA/UFPE), trouxe como tema “Ecos de Resistências na América Latina”. A intenção foi estimular, provocar e dar continuidade aos debates e pesquisas que se norteiam pelos princípios políticos e pedagógicos da arte-educação. Este ano o evento prestou homenagem a dois importantes nomes nos meios culturais e educacionais do Brasil: o professor, ator e diretor de teatro Carlos Varella (in memoriam) e o professor, escultor, pintor, desenhista, gravurista e ceramista Abelardo da Hora.



Abelardo recebeu a homenagem durante o evento

XII CONGRESSO INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA NA EDUCAÇÃO

O Senac Pernambuco promove, de 17 a 19 de setembro, o XII Congresso Internacional de Tecnologia na Educação, que este ano traz como tema Educação, Tecnologia e Formação do Professor. O propósito do encontro é debater a função do educador em meio a tantos equipamentos tecnológicos presentes dentro e fora das salas de aula. O evento também abre espaço para o Salão de Tecnologia e Inovação – feira de exposição e comercialização de produtos e serviços de tecnologia, artes e manufaturados. Esta edição também traz uma novidade ao congresso: a partir de agora, a cada ano, um educador será homenageado com o Diploma do Mérito Professor Lucilo Ávila Pessoa, em referência a um dos grandes nomes da educação no Brasil.



PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS FATURARAM R\$ 500 MILHÕES COM A COPA DO MUNDO

Um faturamento de meio bilhão de reais com a Copa do Mundo. Esse foi o resultado do programa Sebrae 2014, que envolveu a participação de 43.910 mil pequenos negócios e microempreendedores individuais (MEI) de todo o país. Esse balanço do desempenho dos empreendimentos de pequeno porte na Copa do Mundo foi apresentado pelo presidente do Sebrae, Luiz Barretto, no painel A Copa do Mundo e o Aumento da Competitividade das Empresas, realizado no início de julho. Para Barretto, este saldo positivo reflete a importância da preparação prévia e do comprometimento dos empresários das doze cidades-sede, que investiram em capacitação empresarial para extrair o máximo das oportunidades proporcionadas por um grande evento.

***Com informações do Portal do Sebrae.**

PONTO A FAVOR DA MOBILIDADE

O aplicativo CittaBus evoluiu – e agora passa a se chamar CittaMobi. O APP, que já ultrapassou os 110 mil downloads, apresenta novidades aos passageiros – agora, além das previsões de chegada dos ônibus, os usuários terão também informações sobre o tempo de percurso estimado em cada linha. A mudança de nome não é obra do acaso. O “bus” (ônibus) se transformou em “mobi” (mobilidade), porque o aplicativo pretende estender sua atuação também para linhas de metrô e bicicletas de aluguel.



Senac recebe palestra sobre clima escolar

Pesquisador americano Brian Perkins conversou com professores e alunos sobre os novos rumos da educação

“Há três coisas de importância fundamental na educação: relacionamentos, relacionamentos e relacionamentos.” A fala é do professor e pesquisador norte-americano Brian Perkins, que esteve presente no auditório Roberto Regniér do Senac no dia 27 de maio. O professor apresentou, em palestra direcionada a educadores e alunos, suas pesquisas sobre clima escolar, destacando a função dos educadores nesta era de tecnologia móvel.

Durante a palestra, Perkins destacou a quantidade de informações acessadas hoje por crianças em idade escolar e falou da responsabilidade que os educadores e líderes de instituições de ensino precisam ter para lidar com as mudanças sociais presentes nas salas de aula. “Crianças de 15 anos hoje sabem mais do que nós sabíamos aos nossos 15 anos”, afirmou Perkins. “Nós não temos mais o controle da informação que eles recebem, mas devemos ensiná-los a saber o que fazer com essas informações”, completou.

Autor das pesquisas “Onde aprendemos” (2006), “Onde se ensina” (2007) e “O que nós pensamos” (2008), Brian Perkins acredita que educadores precisam investir em um relacionamento de confiança com seus alunos. Uma pesquisa realizada por ele sobre escolas brasileiras revelou que 40% dos alunos têm medo de fazer perguntas aos professores. O resultado serviu como motivação para as palestras que ministra em diversos países. De acordo com Perkins, cabe aos educadores entender o estado emocional de seus alunos e apoiá-los de forma adequada. “É comum dizermos às crianças que não fiquem tristes ou com raiva, mas o que precisamos não é censurá-las e sim fazê-las lidar naturalmente com suas emoções.”

O professor também frisou três funções que o educador precisa incentivar em seus alunos. A primeira é a resolução de problemas através de um contexto – ou seja, ir além das fórmulas matemáticas, ensinar não apenas como se faz o cálculo, mas como aplicá-lo no cotidiano, por exemplo. A segunda função é o pensar crítico, formando opiniões próprias e superando o autoritarismo. Por fim, destaca que os estudantes



precisam ser atores independentes, capazes de lidar com a informação que possuem. Dirigindo-se aos líderes de instituições de ensino, pediu que os diretores de escola encorajassem mais ações inovadoras, que arriscassem mais e ensinassem aos estudantes que correr riscos é um processo natural.

O presidente do Sistema Fecomércio em Pernambuco, professor Josias Albuquerque, mostrou-se entusiasmado com as palavras de Perkins. “Faz parte do nosso papel transformar palavras como essas em realidade”, afirmou. A professora Terezinha Ferraz, diretora da Faculdade Senac Pernambuco, também falou da oportunidade única de a

“*Nós não temos mais o controle da informação que elas (crianças) recebem, mas devemos ensiná-los a saber o que fazer com essas informações*”

Brian Perkins

instituição receber uma palestra do pesquisador Brian Perkins. “O grande desafio da educação é formar pessoas satisfeitas em educar. Temas como esses são uma preocupação mundial e importantíssimos para promover a visão humana na formação de pessoas”, disse ela.



Josias e Brian após palestra para os alunos do Sesc Ler Goiana

BASEADO NA HISTÓRIA REAL DE
W A L T E R D A N T A S

SEBRAE APRESENTA:

O HOMEM QUE VIROU A MESA

Walter sempre foi um batalhador. Fez de tudo para realizar seu sonho.

E, quando o Sebrae cruzou seu caminho, o sonho virou realidade.

As aulas de empreendedorismo foram fundamentais na sua jornada.

O resultado dessa saga virou um filme inspirador e surpreendente.

Assista ao **resultado** dessa história em:
sebraeapresenta.com.br

Especialistas em pequenos negócios / 0800 570 0800 / www.sebrae.com.br





Sabor dos Andes no coração do Recife

**Restaurantes especializados na culinária
peruana crescem em Pernambuco**

por Débora Leão

Tradicionalíssima, a gastronomia peruana ganha cada vez mais fãs no mundo inteiro. É tão adorada que o Peru já venceu, por dois anos consecutivos, o prêmio World Travel Awards como melhor destino culinário do mundo. Isso graças à enorme variedade de ingredientes, principalmente de frutos do mar e acompanhamentos que misturam harmoniosamente sabores doces, cítricos e apimentados. A influência milenar do paladar peruano invadiu há alguns anos os restaurantes brasileiros e vem ganhando força, sobretudo no Nordeste. Em Pernambuco, o que começou com uma leve inserção nos cardápios locais vem se transformando em um grande sucesso local.

O primeiro restaurante brasileiro especializado no tema foi o Wanchako, inaugurado em 1996 em Maceió, comandado pela chef Simone Bert. Depois de visitá-lo, o chef pernambucano Biba Fernandes – que já era especialista em cozinha japonesa – se interessou pela gastronomia dos Andes. Viajou diversas vezes para o Peru e nutriu a ideia de criar um espaço dedicado à cozinha dos cebiches em Pernambuco. Com consultoria da chef Simone, que ajudou a montar o cardápio, Biba Fernandes lançou em 2007, no Recife, o Chiwake. O espaço, cuja estrutura remete a uma viagem que passa desde o Peru milenar até o Peru contemporâneo, não só oferece uma culinária genuinamente peruana, como também apresenta sua fusão com a gastronomia japonesa – mistura conhecida como nikkei. Na fusão são acrescentados temperos orientais como o gengibre e os molhos de soja e agri-doce.



Divulgação



Biba Fernandes foi pioneiro no Recife

“No início as pessoas estranhavam. Confundiam muito com a comida mexicana, que é totalmente diferente. Hoje a recepção é outra. As pessoas passaram a gostar do cardápio, das adaptações dos pratos”, revela Biba. O sucesso é tanto que nos últimos anos outros restaurantes especializados em comida peruana foram surgindo no Estado. O próprio Biba já mergulhou numa nova empreitada: o recém-chegado Chicama, também especializado nos sabores peruanos. Assim como ele, outros empreendimentos foram abrindo espaço para a gastronomia andina na região local.

O jornalista e fotógrafo Bernardo Soares, após viajar com a esposa, a turismóloga Andrea Ferraz, por todo o litoral peruano, em 2011, se apaixonou pela cultura do país e passou a pesquisar mais a culinária da região. De volta ao Recife, o casal uniu a admiração pela gastronomia com a vontade de empreender. Foi quando eles inauguraram o Mancora Restobar. O restaurante oferece uma grande variedade de pratos peruanos recriados para o paladar dos brasileiros. “Alguns ingredientes são bem semelhantes entre o Peru e o Nordeste brasileiro, como a batata-doce e a macaxeira. Investindo nesses ingredientes, nós aproximamos os brasileiros da gastronomia de lá, sem deixar de lado as características dos temperos peruanos”, afirma Bernardo.

Foi esta mesma vontade de empreender que fez o casal Federico e Cristiane Bresani inaugurar o Siwichi Cebicheria. Ele, peruano, e ela, brasileira, vêm da mesma família. Seus avós saíram do Peru e se instalaram em Pernambuco nos anos de 1970. E foi a tradição familiar de forte influência da cultura daquele país que transformou os encontros de domingo da família servidos por saborosos pratos andinos em um novo negócio. A cozinha do Siwichi é comandada pela chef Roxana Bresani, mãe de Federico, e pelo chef Erik Buarque. De acordo com Federico, a característica fundamental da gastronomia peruana



Siwichi:
tradição familiar
influenciou o
negócio



*É política do Peru
oferecer boa cozinha
a preço baixo”*

Federico Bresani

é a simultaneidade da simplicidade dos pratos, dos sabores universais e dos preços acessíveis. “É política do Peru oferecer boa cozinha a preço baixo. A comida boa não precisa ser cara, e não é por sua simplicidade que deixará de ser saborosa”, diz.

Carro-chefe da cozinha peruana, os cebiches (ou ceviches) são os favoritos entre os pernambucanos. Basicamente são compostos por peixes, em geral brancos, marinados em sabores cítricos. Mas podem variar muito mais, somando dezenas de tipos do mesmo prato. No Chiwake, pode ser destacado o Ceviche Nazca, composto por peixe, polvo e camarão marinados no limão com pepino agri-doce, tomate-cereja e molho tarê. No Mancora, uma das saídas de maior sucesso é o Ceviche Surf, um misto de polvo, camarão, lula e peixe, marinado



Divulgação / Siwichi



com cebola roxa e pimenta e acompanhado de batata-doce e macaxeira frita. Cebiches de outros tipos também podem levar vinho branco, creme de leite, gergelim e até milho, tornando o prato adaptável para todos os paladares. A harmonia do prato vem da junção de sabores opostos, como a batata-doce, ao quebrar a acidez do limão. Outro prato típico peruano que tem traços da culinária pernambucana é o Tacu Tacu, cuja receita tradicional leva arroz e feijão, podendo ser comparado com um baião de dois.

“A familiaridade com os ingredientes brasileiros é grande, o que faz da gastronomia peruana um negócio crescente”, diz Federico. “O diferencial é que há um toque harmonioso nessa cozinha, fazendo com que o Peru se destaque no mundo inteiro pelo que oferece”, completa.



“Alguns ingredientes são bem semelhantes entre o Peru e o Nordeste brasileiro, como a batata-doce e a macaxeira, por exemplo”

Bernardo Soares

O Ceviche Surf, do Mancora, mistura ingredientes locais com temperos peruanos, para agradar o paladar pernambucano

ONDE COMER

Culinária peruana no Recife

RESTAURANTE CHIWAKE

R. da Hora, 820, Espinheiro
(81) 4141.5000 ou (81) 3221.1606

MANCORA RESTOBAR

R. Almeida Cunha, 95, Boa Vista
(81) 3423.2877

SIWICHI CEBICHERIA PERUANA

R. do Cupim, 53, Graças
(81) 3204-9921 ou (81) 3204.9923

CHICAMA COZINHA PERUANA

Av. Conselheiro Aguiar, Boa Viagem
(81) 3221.4096

Cartão, dinheiro, cheque ou celular?

Tecnologia *Mobile Payment* coloca o smartphone como uma nova via de pagamento

por Débora Leão



Quando o analista de sistemas Diogo Lins precisa pagar uma conta ou uma parcela do carro, ele tira o celular do bolso e fotografa o código de barras do boleto bancário. Em seguida, acessa um aplicativo que já tem seus dados gravados e efetua o pagamento. É assim: direto, rápido e prático que ele paga suas contas. “A comodidade de poder realizar esses pagamentos em casa é uma grande vantagem. Sem contar quantas filas de banco dá para evitar”, afirma. Diogo faz parte de um grupo crescente de pessoas que está aderindo ao Mobile Payment – ou seja, o pagamento via celular. A tecnologia, já consolidada em vários segmentos do mercado, oferece novas alternativas ao comércio.

A leitura de código de barras não é a única possibilidade gerada pelos pagamentos via smartphone. Quem possui celulares compatíveis com a tecnologia near field communication (NFC), por exemplo, pode fazer uma compra através da aproximação do aparelho com um terminal (maquineta) de cartão. Outra opção, além da conexão entre celular e terminal, é a transformação de um no outro – ou seja, alguns aparelhos

permitem inserir o cartão (com ou sem chip) para leitura direta no smartphone. Significa dizer que a tecnologia está tornando possível a substituição, em alguns casos, da carteira pelo celular.

O especialista em m-payment e fundador do site FaixaMobi, Igor Taquehara, explica que essa tecnologia surge para facilitar as transações tanto para os clientes quanto para os comerciantes. “Em ambos os casos, as principais vantagens são a praticidade e a comodidade. O celular se tornou algo presente na rotina e no dia a dia de todas as pessoas. Ter a possibilidade de utilizá-lo no lugar do cartão de crédito ou da maquineta (serviço conhecido como POS, ou point of service) deixa o processo de pagamento mais prático e com custos menores para o usuário final”, garante.

Os custos podem favorecer o lojista, eliminando ou reduzindo as taxas de aluguel de terminal, e também os clientes – que podem ganhar pontos ou vantagens em serviços de fidelidade com estabelecimentos. O celular pode ser um grande aliado tanto em pagamento de boletos quanto em transações de débito e crédito



“A comodidade de poder realizar esses pagamentos em casa é uma grande vantagem”

Diogo Lins



por prover toda a segurança necessária para o cliente. É fundamental que o usuário utilize soluções homologadas por empresas de credibilidade no mercado”, reforça Taquehara. Diogo Lins concorda: “São poucos os casos de violação de segurança dos quais eu já tenha ouvido falar. Nunca aconteceu comigo, acredito que por causa da credibilidade dos aplicativos que utilizo”.

Os produtos existentes no mercado são baseados em soluções financeiras oferecidas por bancos, administradoras de cartão, redes adquirentes, intermediadores de pagamento e operadoras telefônicas. A diversidade da origem das empresas permite que cada uma possa desenvolver produtos voltados para diferentes áreas de atuação, aumentando a competitividade no comércio. “No fim das contas, o Mobile Payment é apenas mais uma forma de se fazer pagamento, assim como dinheiro, cheque e cartão de crédito ou débito”, acredita Taquehara.

em restaurantes, lojas, shoppings e até mesmo táxis. O PagueMob, o PagPop, o PagSeguro e o Payleven são algumas das empresas fornecedoras deste tipo de serviço – cada uma delas apresenta planos de utilização e taxas personalizadas para clientes e estabelecimentos.

Os aplicativos responsáveis por garantir os serviços de m-payment também podem vir de diversas outras empresas. Uma delas é a Visa, que, a partir de uma parceria com o Banco do Brasil, começou a testar aplicativos de transações bancárias pelo celular. A ideia é inserir as informações do chip do cartão do usuário nos smartphones e exigir a criação de uma senha extra pelo cliente, para que não seja necessário digitar a mesma do cartão, e a segurança seja reforçada. A segurança, aliás, é uma das principais preocupações de quem pretende utilizar o serviço.

“As empresas que desenvolvem essas soluções normalmente são bancos, bandeiras, operadoras ou intermediadores de pagamento. São elas as responsáveis

CONHEÇA MAIS

PAYLEVEN

payleven.com.br

PAGPOP

www.pagpop.com.br

PAGSEGURO

pagseguro.uol.com.br

PAYPAL

www.paypal.com/br

OIPAGGO

www.oipaggo.com.br





CAMPANHA FECOMÉRCIO PE DO CONTADOR

Caro contador,

Certificado digital é na **Fecomércio PE!**

Cadastre-se no site www.fecomercio-pe.com.br e
receba bonificações nas suas compras e indicações.

Mais informações:

Anexo Fecomércio PE

Avenida Visconde de Suassuna, 114, Boa Vista, Recife-PE

Tel.: (81) 3231-6175



Valdeci Monteiro dos Santos
Consultor econômico do Centro de
Pesquisa da Fecomércio-PE
valdeci@ceplanconsult.com.br



A vez do interior

No dia 14 de julho de 2014, a Fecomércio-PE prestou homenagem aos empreendedores que se destacaram no ano de 2013 na atividade varejista. No evento, prestigiado por autoridades, dirigentes e líderes de diversos segmentos, um aspecto pôde ser notado: a marcante presença de empresários do interior entre os premiados e presentes na cerimônia. O reconhecimento da história de empreendedorismo que caracterizou cada um dos que estavam ali presentes diz respeito ao que ocorreu, nos últimos anos, no mercado consumidor pernambucano.

Na última década (2000-2010), de acordo com dados do PIB dos municípios (IBGE), se a taxa anual média de crescimento da economia de Pernambuco foi de 3,9%, outro foi o quadro apresentado quanto às regiões que compõem o Estado. Entre as “regiões de desenvolvimento” do interior, apenas o Sertão do Itaparica apresentou dinâmica econômica mais tímida (2,2% ao ano de crescimento médio), ao passo que o Sertão do São Francisco (6,1% a.a.), o Agreste Setentrional (5,0% a.a.), o Agreste Central (4,3%) e o Sertão do Pajeú (4,1% a.a.), entre outras, superaram não só a média estadual de crescimento, como também a de regiões que, nos últimos anos, têm recebido importantes investimentos, como a Mata

Norte (2,9% a.a.), a Mata Sul (3,8% a.a.) e a Região Metropolitana do Recife (3,8% a.a.).

De modo geral, a expansão da demanda agregada, pautada no consumo das famílias, no investimento público e privado e nas exportações, foi determinante para o crescimento recente de Pernambuco. No interior, porém, esses efeitos foram ainda mais amplificados: a valorização real do salário mínimo, os programas sociais e de transferência direta de renda, a criação de empregos em obras como a transposição do Rio São Francisco e a Ferrovia Transnordestina, a consolidação de importantes atividades de base local (como as confecções) e a expansão de serviços como a educação técnica e superior contribuíram, entre outros fatores, para tornar o crescimento econômico interiorano ainda mais dinâmico.

Também digno de destaque foi o desempenho da agropecuária. No entanto, se a irrigação fez com que a região de Petrolina apresentasse importante avanço, inclusive com a comercialização da produção no exterior, deve-se destacar a necessidade de mitigar os efeitos negativos que as secas geram, sobretudo, sobre pequenos produtores do Semiárido. Com efeitos sociais benéficos, programas de convivência com

a seca podem e devem ser vistos também como oportunidade de negócios, uma vez que, quanto menor a vulnerabilidade social na região, maior as possibilidades de encaixe na dinâmica local de consumo.

Com uma base econômica em expansão relativamente mais favorável que no resto do Estado, há que se reconhecer a ainda forte concentração econômica na porção oriental de Pernambuco: juntas, a Região Metropolitana do Recife e as Matas Norte e Sul concentram aproximadamente 75% da riqueza estadual. E essa é uma tendência que deve continuar nos próximos anos, uma vez que quase 90% de investimentos cuja operação deve se iniciar até 2016 se concentra naquelas regiões, segundo informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC).

Diante desse quadro, é necessário – e prioritário – promover a consolidação e a sustentação do dinamismo recente do interior, através de ações públicas e privadas que sejam capazes de contrabalançar o quadro atual de concentração no litoral e de criar condições favoráveis ao avanço da região. Um tema que, certamente, estará na agenda das próximas eleições.



Vale do Catimbau

Beleza e história na caatinga

por Giovanna Torreão



Vale do Catimbau reúne serras, vales e rochas e sinais da presença do homem primitivo

O Parque Nacional Vale do Catimbau, a 283 km do Recife, é o segundo maior do país em sítios arqueológicos, atrás apenas da Serra da Capivara (PI). Com seus 62.300 mil hectares, divididos pelos municípios de Buíque e por áreas semiáridas de Tupanatinga, Inajá e Ibimirim, na microrregião do Sertão do Moxotó, o parque é um complexo de serras, vales e rochas que preserva uma das últimas áreas de caatinga e, por sua rara beleza e importância biológica, geográfica e arqueológica, foi eleito uma das sete maravilhas de Pernambuco.

O Vale do Catimbau, que na língua tupi significa “cachimbo pequeno apagado, práticas de feitiçaria e lugar de cobras”, é marcado pela história indígena e por suas práticas ritualísticas e abriga cemitérios pré-históricos e sítios arqueológicos com inscrições rupestres, entre gravuras e pinturas, que datam de um período de, pelo menos, seis mil anos e mostram evidências da passagem do homem primitivo pela região.





A extensa área, localizada no limite entre o Agreste e o Sertão, é o local onde os viajantes que buscam o ecoturismo encontram experiências únicas. Com seu ritmo particular, o Parque Nacional Vale do Catimbau convida os visitantes para uma caminhada por suas trilhas com cenário deslumbrante de vegetação típica e formações rochosas singulares. O parque possui nove trilhas liberadas pelo Ibama e cerca de 80 grutas, onde turistas e excursões pedagógicas podem percorrer cânions, chapadas, pontos de areia movediça e se banhar na cachoeira temporária.

Segundo o guia José Almeida, as trilhas são relativamente curtas e sem obstáculos, variando de 40 minutos a três horas e meia para serem percorridas, dependendo do ritmo da passada e do tempo de parada nos mirantes. Os passeios pelas trilhas só podem ser feitos com o acompanhamento dos guias da Associação dos Guias do Vale do Catimbau, todos nativos que foram capacitados pela Prefeitura de Buíque, pelo Sebrae-PE e pelo Ibama. “As trilhas podem ser perigosas para quem não conhece a área. Além de se perder, as pessoas ficam curiosas e levantam pedras e troncos e podem encontrar animais locais, como a cobra jararaca e escorpiões. Nossos guias também orientam os visitantes e fazem um trabalho de conscientização ecológica durante as caminhadas”, diz Almeida.





ARCOVERDE

**VALE DO
CATIMBAU**

IBIMIRIM

BUÍQUE

TUPANATINGA

A Vila do Catimbau é um pequeno povoado que serve como base para explorar a região. Formada por remanescentes de tribos indígenas que viveram na região, o local dispõe de uma infraestrutura básica para acomodação dos visitantes. Na via principal se encontra a Associação dos Guias do Vale do Catimbau, uma lojinha de conveniência e duas pousadas. A Pousada Maria Vitória, recém-inaugurada, cobra R\$ 80,00 por quarto duplo com pensão completa, enquanto a Pousada do Vale do Catimbau oferece dois tipos de quarto: o simples, sem banheiro, que custa R\$ 65,00 por pessoa, e a suíte, que custa R\$ 70,00 por pessoa. Ambas as pousadas têm restaurante aberto para não hóspedes, com pratos que custam em torno de R\$ 15,00.

COMO CHEGAR

*Parque Nacional
do Vale do Catimbau*

DE CARRO

Siga pela BR-232 até Arcoverde.

De lá, pegue a PE-270 no sentido de Buíque, por aproximadamente 25 quilômetros.

- Chegando a Buíque, permaneça na PE-270 até passar o açude, à direita.
- Após o açude, vire à direita em uma estrada de barro.
- Siga pela estrada até a Vila do Catimbau, aproximadamente dez quilômetros.

DE TRANSPORTE COLETIVO

- É necessário pegar um ônibus para Arcoverde, onde existem linhas até Buíque a cada hora. Táxis fazem o caminho de Buíque até o Vale do Catimbau por cerca de R\$ 50,00.

PRÊMIO **Sistema Fecomércio PE** DE Jornalismo **2014**



PARTICIPE!

R\$ 18 MIL EM PRÊMIOS

O Sistema Fecomércio/Senac/Sesc PE premiará as melhores matérias veiculadas de 1º de janeiro a 31 de outubro de 2014 que tratem de temas relacionados ao comércio de bens, serviços e turismo.

INSCRIÇÕES ATÉ O DIA 10 DE NOVEMBRO

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

MAIS INFORMAÇÕES

Tel.: (81) 3231-5393

premio@fecomercio-pe.com



Fecomércio PE

Fernando Soares
Ouvidor do Sesc-PE
ouvidoria@sescpe.com.br

Primeiras ações



A Ouvidoria do Sesc-PE, iniciativa pioneira entre as administrações regionais do Sesc no Brasil, está completando um ano de implantação de suas atividades finalísticas. Criada em maio de 2013, por resolução do Conselho Regional, após um primeiro momento de organização e estruturação, a Ouvidoria do Sesc-PE passou a desenvolver ações de divulgação de seus serviços através de visitas, palestras e distribuição de banners e panfletos em todas as unidades do Sesc na capital e no interior do Estado. Tivemos então oportunidade de estabelecer canais de comunicação com os gestores, funcionários e clientes, além de implantarmos no site e na intranet do Sesc um link com a ouvidoria.

No decorrer do primeiro ano de atuação, a ouvidoria acolheu 236 manifestações de clientes e funcionários, com 90% dos processos já concluídos. É interessante esclarecer que aproximadamente 37% das demandas dos clientes são dúvidas sobre atividades administrativas rotineiras, como matrículas, inscrições ou resultados de seleção de pessoal e datas de convocação para admissão ao Sesc. O maior percentual das reclamações, aproximadamente 65%, é ligado à oferta de vagas para atender às solicitações de matrículas, inscrições e reservas de hospedagem nos nossos hotéis. Ressaltamos que metade das reclamações sobre

os serviços administrativos das unidades executivas é acompanhada de sugestões dos manifestantes.

Bons serviços ofertados pelo Sesc à comunidade pernambucana geram, por consequência, uma crescente demanda em todas as unidades executivas. A Administração Regional do Sesc orienta os melhores esforços na ampliação de suas instalações e serviços em todo o Estado, já que tem previsão de proporcionar 34 milhões de atendimentos nas atividades de educação, esportes, cultura, lazer, assistência à saúde e à terceira idade, além de ações comunitárias.

O empreendedorismo do presidente do Sesc e da sua equipe tem merecido o reconhecimento dos comerciantes, nossos clientes prioritários, a atenção das autoridades e dos cidadãos pernambucanos, indispensáveis parceiros. Nossa ouvidoria, no propósito de atuar na interlocução entre o cidadão e o Sesc, tem contribuído para o desempenho eficaz das atividades da Administração Regional, exercendo seu papel de importante ferramenta na gestão estratégica do Sesc, graças à permanente atenção e disponibilidade dos gestores e funcionários, que, a exemplo da presidência, tratam com respeito e transparência nossas demandas.



Eles fazem isso por você

**Busca por serviços personalizados
ajuda pessoas que não possuem
tempo ou disponibilidade para
organizar tarefas do dia a dia**

por Débora Leão

Quando o Ibope divulgou, em dezembro do ano passado, uma pesquisa que revela que 35% dos brasileiros se sentem “escravos do tempo”, o dado não causou surpresa. As “insuficientes 24 horas” de um dia têm deixado cada vez mais gente acumulando afazeres para o dia seguinte, até mesmo simples tarefas do cotidiano. Dificuldade para uns, nicho de mercado para outros. Com essa aposta na praticidade, serviços personalizados estão tão diversificados e versáteis que crescem em espaço na sociedade. São pessoas aptas a cuidar, comprar e acompanhar seus clientes em várias de suas necessidades – estejam elas relacionadas a lazer, trabalho, animais de estimação ou serviços domésticos.





“Às vezes, os donos não têm disponibilidade para o passeio, ou (...) não têm condições de levar animais maiores para caminhar”

Nádia Comber

A personal dog walker Adriana Mignot oferece o serviço de passeio com cães para pessoas que não têm tempo de fazê-lo. Ela vai à casa do cliente, busca o animal e realiza atividades como caminhada ou brincadeiras, a depender das necessidades de gasto de energia do cachorro. Geralmente o passeio dura 45 minutos e pode ser individual ou com mais de um animal ao mesmo tempo. “O passeio é muito importante para o cão, principalmente para os que vivem em apartamento. Às vezes, os donos não têm disponibilidade para o passeio, ou, em casos em que os donos são idosos, muitas vezes eles não têm condições de levar animais maiores para caminhar”, diz Adriana, que oferece o serviço desde 2013. Os preços, geralmente montados por pacotes, variam de acordo com o porte do animal e a quantidade de dias e horários escolhidos pelos clientes.



Quem também enxergou o passeio com cães como uma oportunidade foi Nádia Comber, que logo expandiu o negócio para pet sitter, serviço um pouco mais caro e complexo que o passeio: ela cuida e alimenta animais que ficam sozinhos em casa quando os donos estão viajando. Nessa situação, são atendidos cães e gatos. “A relação de confiança é essencial para o serviço”, afirma Nádia. “De qualquer forma, é algo que não pode ser dispensado. Os animais precisam de atenção e cuidados quando ficam sós em casa por muito tempo”, completa.

Além dos cuidados com os bichos de estimação, a falta de tempo pode gerar a demanda por serviços de compras pessoais. Os personal shoppers, como são conhecidos,



fazem a lista, as compras e as próprias entregas dos produtos aos clientes. Compras de supermercado, por exemplo, se encaixam nesse cenário e podem ser solicitadas até mesmo pela internet. No Brasil, já são comuns, especialmente na Região Sudeste, estabelecimentos que fornecem a opção de o cliente realizar as compras do mês através de pedidos on-line.

Para quem quer ajuda na hora de comprar roupas e acessórios, os serviços personalizados de compra e consultoria unem o útil ao agradável. A personal shopper Micheline Macedo conta que o serviço ajuda os clientes a encontrar produtos mais adequados ao perfil de cada um. “É preciso levar em conta o estilo



peçoal, o tipo físico, a ocasião solicitada e o orçamento. Com esse acompanhamento, o cliente tem melhor aproveitamento de tempo e investimento, já que a compra com a assessoria de um personal shopper não é feita por impulso ou apelo emocional”, revela Micheline.

O personal stylist Dawy Villar concorda. Ele acredita que a compra é um serviço que só funciona com o acompanhamento. “Geralmente o serviço de personal shopper é complementar ao serviço de consultoria de imagem. Não há como chegar aleatoriamente e sair comprando sem analisar bem o cliente. Antes disso, tem que haver um estudo da cor da pele, do estilo pessoal, das medidas

“O serviço atende justamente as pessoas que querem um acompanhamento diferenciado”

Carol Chambel

do corpo (de altura a tamanho de sapato), porque todas essas questões são sensíveis. Usamos conhecimentos técnicos, como jogo de cores, silhueta, ótica e estética, para selecionar as peças que melhor vestem nossos clientes”, explica.

Acompanhamento e consultoria também são especialidades da administradora Camila Teixeira. Mas, em vez de trabalhar com moda, ela trabalha com organização – e isso inclui guarda-roupas, mesas de escritório, armários, cômodos, malas, entre tantas outras necessidades. Camila montou a empresa Organizze para dar mais formalidade aos seus serviços. “A consulta começa com uma visita de avaliação gratuita. Em seguida, montamos um projeto e estabelecemos algumas metas para a transformação daquele espaço”, revela.

E se a necessidade surgir na hora de cuidar da alimentação, o mercado também conta com profissionais especializados em montar serviços especiais para os clientes. Quem trabalha com isso há sete anos é a nutricionista Carol Chambel. Ela afirma que o programa de personal

diet leva em conta todas as necessidades do cliente. “Toda dieta vem acompanhada de uma detalhada lista de compras, informando as marcas dos produtos e os lugares em que eles podem ser encontrados. Em determinados casos, eu mesma faço pequenas compras, seja para apresentar novos produtos que serão inseridos na dieta, seja em casos de necessidades especiais”, afirma.

A vantagem de contratar esses serviços, de acordo com a nutricionista, está na atenção que o cliente recebe. “O serviço atende justamente as pessoas que querem um acompanhamento diferenciado, com mais proximidade tanto na rotina entre profissional e cliente quanto na obtenção dos resultados”, acredita Carol. Mais do que a relação de aproximação com o profissional, quem opta pelos serviços personalizados se beneficia pela escolha do local de atendimento e pela grande flexibilidade de horário.



(...) montamos um projeto e estabelecemos algumas metas para a transformação daquele espaço”

Camila Teixeira



Direito Individual e Coletivo do Trabalho

Direito Processual Civil

Relações de Consumo

Contratos

Licitações

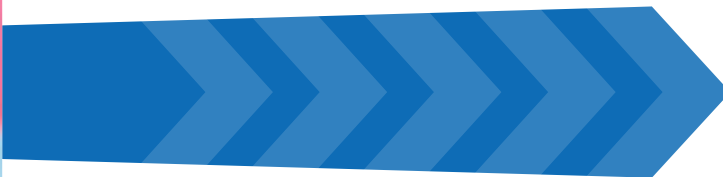
Av. Agamenon Magalhães, 2764 - Sala 603
Empresarial, Antônio de Albuquerque Galvão
Espinho - Recife-PE - CEP: 52020-000
Fone/Fax: (81) 3221-0612 / 3221-0792
E-mail: almeidaadv@hotmail.com.br / almeidaadv@hotmail.com



Mercado *acelerado*

**Praticantes, profissionais e grupos de corrida
movimentam o comércio de produtos e acessórios
voltados a um dos mais práticos esportes**

por **Débora Leão**



Pode ser num parque, numa pista ou numa esteira. Poucos esportes são tão práticos quanto a corrida – às vezes nem é preciso sair de casa para praticá-la. Seja amadora ou profissionalmente, seja por hobby, por prazer, pela busca do corpo ideal ou como treino regular para grandes maratonas, a prática da corrida traz benefícios ao corpo e à mente. A artesã Gabriella César é uma entusiasta da atividade, ainda que não de forma profissional. Ela começou a correr na areia da Praia de Candeias, perto de casa, devido à vontade de emagrecer. Hoje, após um ano de atividades diárias com um grupo de treino, Gabriella conta as vantagens: “Além de ter conseguido perder peso, sinto que meus dias melhoraram em autoestima e disposição. Trabalho e sou mãe, e a corrida me dá muita energia para o dia a dia, além de sempre me trazer novas amizades”, afirma.

Assim como ela, são inúmeras as pessoas de diversas profissões e faixas etárias que dedicam parte de seus dias ou de suas semanas à corrida. E para encarar o esporte, os investimentos podem ir muito além do trio básico “short, tênis e camiseta”. Os corredores apostam cada vez mais em acessórios que facilitem a prática, além de seguir dicas de alimentação e postura essenciais para obter os efeitos desejados.

**“
(...) a corrida me dá
muita energia para
o dia a dia, além de
sempre me trazer
novas amizades”**

Gabriella César

De acordo com uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria do Esporte (Abriesp), o Brasil possui hoje 14 mil lojas que vendem artigos esportivos e outras 7 mil especializadas no ramo. É um mercado amplo e abrangente, que oferece produtos voltados para iniciantes e profissionais. A busca começa pelo tênis ideal. Eles devem ser escolhidos de acordo com as necessidades do usuário, que podem prezar pelo amortecimento, pelo controle de movimento ou por estabilidade. Os preços podem variar de R\$ 70 a mais de R\$ 1.000.



A **Fartlek** oferece testes gratuitos para o cliente

Na loja especializada em corrida Fartlek, localizada no bairro dos Afritos, no Recife, o atendimento aos clientes conta com o acompanhamento de fisioterapeutas, para auxiliar na escolha do melhor produto. “Dependendo da atividade que a pessoa vai praticar, aplicamos um teste de caminhada ou corrida na esteira e avaliamos seu tipo de pisada, que pode ser supinada, pronada ou neutra. Isso é importantíssimo para a escolha do tênis adequado”, diz a fisioterapeuta da loja, Késia de Castro. Ela ressalta que a avaliação é gratuita e não depende da compra do produto pelo cliente.

O investimento é necessário, de acordo com Jean Marcel Fonseca, gerente de marketing e apaixonado pelo hobby. Seu trabalho faz com que ele viaje frequentemente por oito Estados do Nordeste – e nem isso impede que ele corra cinco vezes por semana. “Como corro muito, fico revezando com três pares de tênis diferentes, tentando não repeti-los em dias seguidos. Isso é essencial para que o calçado não se desgaste”, afirma ele.

Outros itens recorrentes nas compras dos corredores são as peças de compressão, que funcionam como uma espécie de barreira elástica para os músculos do corpo, diminuindo a sensação de cansaço. Em geral, elas também auxiliam a recuperação muscular e diminuem a perda energética do atleta durante o exercício, melhorando seu desempenho. Os tecidos de compressão estão disponíveis sobretudo em meias, palinas e bermudas, com modelos disponibilizados nas mais diversas cores e estampas. Quem opta por esses produtos encontra uma variedade de preço que pode ir de R\$ 60 a R\$ 300, a depender da peça. Junto com os tecidos de compressão estão também as camisas e bermudas térmicas,



(...) fico revezando com três pares de tênis diferentes(...). Isso é essencial para que o calçado não se desgaste”

Jean Marcel Fonseca





Nuno orienta os alunos de acordo com seus objetivos

responsáveis por reter suor e regular a temperatura do corpo durante o exercício.

Para os apaixonados pela corrida dispostos a investir um pouco mais na atividade, outros acessórios também estão entre os favoritos. “Relógios com GPS, garrafas tipo squeeze com filtro, porta-MP3, viseiras e monitores cardíacos são produtos de boa saída”, diz Edson Luiz, gerente da loja Paquetá Esportes do Shopping RioMar, que vende também peças de vestuário, tênis e acessórios para outras modalidades. De acordo com ele, os artigos específicos para o setor de running representam 30% do faturamento total da loja. A diversidade de produtos gera procuras diversas, que podem ser motivadas por conforto, necessidade, preço ou tendências de moda.

“Quem pratica a corrida precisa de acompanhamento adequado para orientar sobre saúde e prevenção de riscos”

Nuno Trigueiro



NO AQUECIMENTO

Apesar da praticidade do esporte, alguns cuidados são obrigatórios antes de simplesmente se vestir e ganhar as pistas. Vai correr sozinho ou prefere entrar em grupos de academia? Quer correr para ganhar resistência física, para emagrecer ou para se tornar um profissional? O professor, maratonista e personal trainer Nuno Trigueiro informa que, antes de qualquer exercício, o atleta precisa traçar objetivos. “A intensidade e a duração do treino depende do histórico de atividades do aluno, da meta que ele quer alcançar, de quanto tempo ele pode dedicar à atividade e de suas condições de saúde”, completa.

Morgan Andreony, também personal trainer e coordenador do grupo de corrida da academia Via Forma, na Zona Norte do Recife, concorda. “Os exercícios são voltados a atletas iniciantes, intermediários ou avançados. Os testes de condicionamento físico são essenciais para o direcionamento correto do treinamento”, afirma. O grupo coordenado por ele na academia corre todas as terças e quintas-feiras na Praça do Hipódromo. Sobre o local, Morgan afirma que é um dos poucos parques disponíveis na cidade para uma demanda tão crescente. “A corrida é uma prática prazerosa e relativamente simples, que tem tudo para ganhar cada vez mais adeptos. O Recife poderia investir mais em estrutura e segurança para incentivar a prática”, comenta.

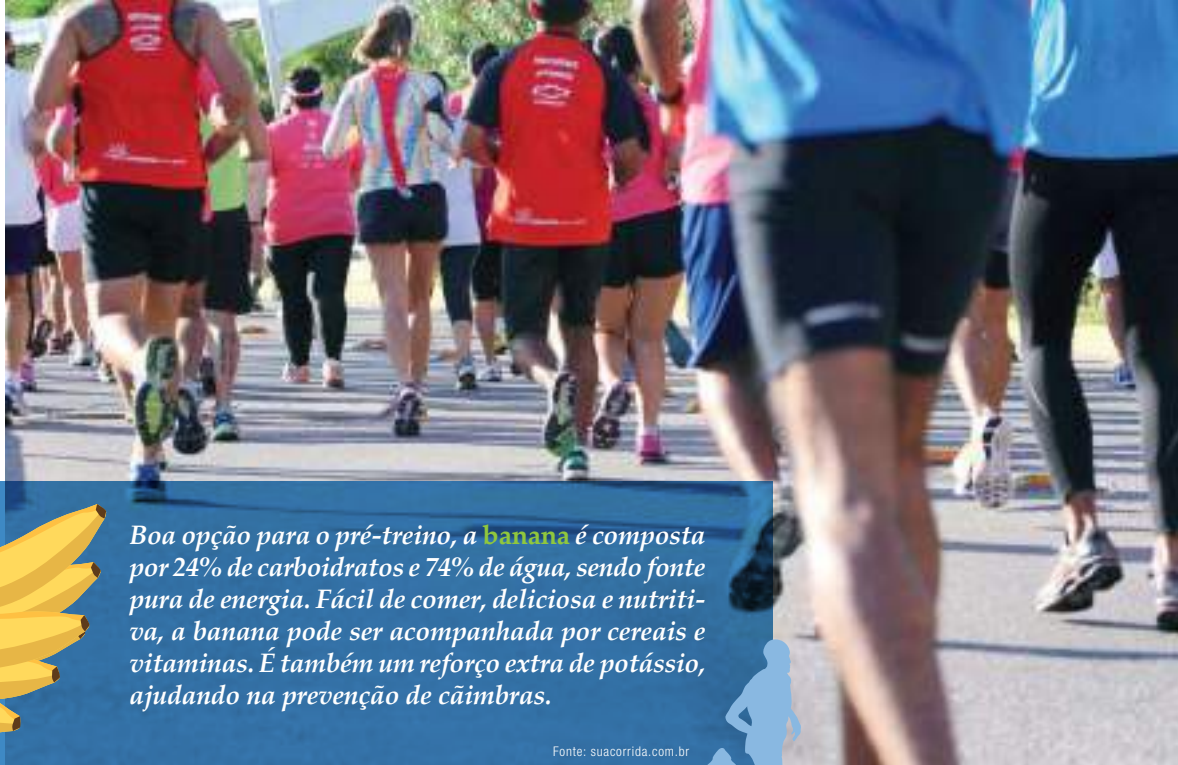
Nuno Trigueiro também acredita que a atividade tem tudo para crescer na cidade. Experiente, o maratonista já participou de corridas no mundo inteiro. E vai contar tudo no livro “Maratonas de A a Z”, que está prestes a lançar e traz a história de 26 torneios, realizados em 26 cidades espalhadas pelo mundo – uma para cada letra do alfabeto. Sobre o Recife, ele observa o crescimento e sugere ideias para melhorar as condições dos corredores na cidade. “Quem pratica a corrida precisa de acompanhamento adequado para orientar sobre saúde e prevenção de riscos. As pessoas precisam notar o quanto podem obter vantagens com uma prática tão simples”, afirma.

A corrida é uma prática prazerosa e relativamente simples, que tem tudo para ganhar cada vez mais adeptos”

Morgan Andreony

O arquiteto Leonardo Vieira conhece bem essas vantagens. Ele tem o hábito de correr todos os dias – e se os parques não estão disponíveis, as esteiras estão. “O importante é não ficar um dia parado. Ainda que haja estresse, ainda que o dia não tenha sido o melhor, correr sempre vai me deixar mais disposto e ativo”, revela.





Boa opção para o pré-treino, a **banana** é composta por 24% de carboidratos e 74% de água, sendo fonte pura de energia. Fácil de comer, deliciosa e nutritiva, a banana pode ser acompanhada por cereais e vitaminas. É também um reforço extra de potássio, ajudando na prevenção de câimbras.

Fonte: suacorrida.com.br



ANTES DE CORRER BEM, COMER BEM

Além dos cuidados com o corpo e a postura, é fundamental que o atleta associe exercício à alimentação balanceada – mas muitas vezes o atleta não sabe o que isso quer dizer na prática. A nutricionista Mariana Alencar dá algumas dicas para comer bem antes e depois dos treinos (ver quadro). Entre suas recomendações, ela aconselha que o atleta nunca se exercite em jejum. Também diz que a hidratação é essencial desde o dia anterior à corrida. “Se for uma corrida de curta duração, pode-se usar apenas a água, consumida em pequenos goles durante a prova. Caso seja uma corrida de longa duração (acima de 60 minutos), é importante que, além da água, sejam utilizados repositores hidroeletrólitos, que possuem eletrólitos e carboidratos. Outra opção seria a água de coco, que é considerada um isotônico natural”, afirma. Por fim, para evitar o desconforto e o volume de líquidos ou alimentos no estômago, indicam-se carboidratos em forma de gel.

DICAS

- Antes do treino, priorize alimentos de baixo a moderado índice glicêmico, como as frutas (maçã, pera, morango, melão, ameixa fresca), torradas integrais e sucos naturais.
- Evite o consumo de leite e derivados, alimentos gordurosos, açucarados e ricos em fibras, pois podem trazer desconfortos gastrointestinais durante a corrida.
- Nunca pratique exercícios em jejum.
- Após o exercício, a reposição de nutrientes deve combinar proteínas magras e carboidratos de alto índice glicêmico, como carnes magras (exemplos: peito de peru, peito de frango, filé de peixe), queijos, arroz, batata, frutas (exemplos: banana e melancia), no máximo até duas horas após a atividade.
- Evite os shakes industrializados. Dê preferência aos caseiros, feitos com frutas, leite desnatado e sementes como linhaça e chia.



Novas oportunidades na Mata Norte

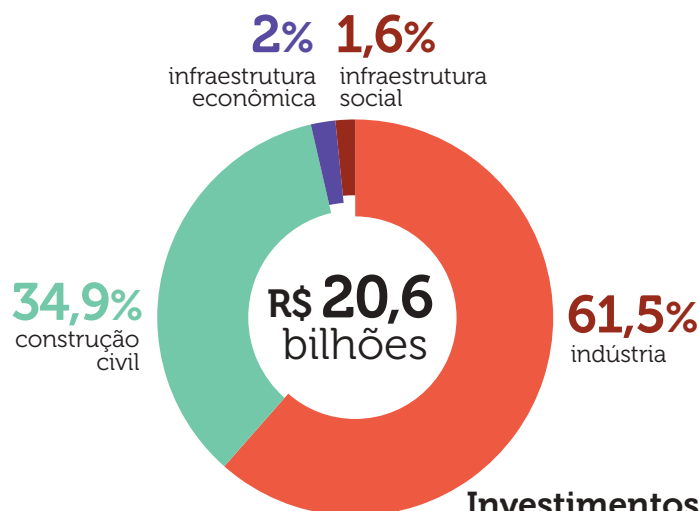
**Polo econômico que surge
a partir da cidade de
Goiana é potencial para
investimentos nas áreas
de indústria, comércio e
serviços**

Acompanhando o forte ritmo de desenvolvimento econômico de Pernambuco, que tem o Complexo de Suape como grande destaque recente na região sul, a Mata Norte também vem surgindo como um potencial polo de crescimento do Estado. Um dos principais motivos é a chegada da fábrica da Fiat, na cidade de Goiana, cujas obras estão em fase de conclusão. As obras representam um avanço no setor industrial e possuem impacto direto na geração de renda e no incentivo ao comércio e aos serviços tanto do município, quanto de seu entorno.

Diretamente, a fábrica da Fiat tem previsão de gerar 4 mil empregos, envolvidos em um processo de produção de 250 mil veículos por ano. O resultado é uma mudança de caracterização social da região, motivada pelo aumento populacional e de demandas para setores de hospedagem, alimentação, lazer e entretenimento. Na outra mão, também se torna urgente a necessidade de qualificação profissional dos trabalhadores da região. Por isso, são diversos os estudos e projetos que partem do governo e de instituições públicas e privadas para investir no crescimento desse novo polo.

**“É importante atuar
em conjunto pela
qualificação tanto
em empresas já
existentes, como nas
que estão para surgir”**

Ana Dias



Investimentos na região de Goiana e entorno

Abreu e Lima, Aliança, Araçoiaba, Camutanga, Condado, Ferreiros, Goiana, Igarassu, Itaquitinga, Itambé, Itapissuma, Itamaracá, Paulista e Timbaúba

“É importante atuar em conjunto pela qualificação tanto em empresas já existentes, como nas que estão para surgir. Nós levantamos dados para subsidiar empresários a fazer investimentos de acordo com as necessidades desse novo polo que surge na Mata Norte”, afirma a

“A ideia é tornar essas empresas aptas a atender às demandas comerciais do polo que surge com a Fiat”

Gilane Dias

gerente de comércio do Sebrae-PE, Ana Dias. Ela aponta as oportunidades para o crescimento de mercadinhos, salões de beleza, lojas de eletrônicos, hotéis, bares e restaurantes como necessidades básicas para o desenvolvimento econômico dos municípios. O Sebrae trabalha com o Instituto Fecomércio, o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), a AD Goiana e a Secretaria de Trabalho, em pesquisas sobre o potencial da região – a partir da contextualização socioeconômica e a caracterização dos novos empreendimentos.

Um dos programas voltados, sobretudo, para o setor automotivo é o Programa de Desenvolvimento

Divulgação / Hemobrás

Hemobrás, estatal vinculada ao Ministério da Saúde, é uma das âncoras do Polo Farmacoquímico de Goiana





A chegada da Fiat impulsionou a geração de empregos e qualificação profissional na região

de Qualificação de Fornecedores, do IEL. Segundo a superintendente do instituto, Gilane Dias, o projeto trabalha com capacitação, diagnóstico, consultoria e qualificação de empresas fornecedoras de serviços industriais, metalmecânica, elétrica, auto peças, entre outras áreas. "A ideia é tornar essas empresas aptas a atender às demandas comerciais do polo que surge com a Fiat. Mas isso não se limita à cidade de Goiana – atinge todo o entorno", afirma Gilane.

A Secretaria de Trabalho, Qualificação e Emprego do Estado (STQE) também trabalha com um programa de qualificação profissional. De acordo com o secretário Murilo Guerra, o programa surgiu para atender às demandas das fases de construção e montagem da Fiat – mas ampliou sua atuação nos últimos meses. "Ministramos cursos a trabalhadores de Itambé, Timbaúba, Itapissuma e Itamaracá. Também iniciamos

ações de formação profissional em segmentos de serviços, comércio, turismo e transporte em Goiana, qualificando 286 trabalhadores", comenta Guerra. O secretário também comenta sobre a responsabilidade da gestão pública a respeito desse novo polo: "É uma grande oportunidade para modificar e fortalecer políticas públicas, nesse momento em que aportam nessa região importantes empreendimentos para a economia de Pernambuco, gerando postos de trabalho qualificados, fazendo crescer a renda per capita da Mata Norte e o PIB do Estado", afirma ele.

**VOLTA
ÀS AULAS
IMBATÍVEL**

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



Candeias 3361.6060	Jaboatão 3481.2510	Piedade 3466.1883	Prazeres 3476.2666
www.livrariamec.com.br			livrariamec

*Parceria Mídia de R\$ 14,00

Luis Rodrigues

Assessor tributário da Fecomércio-PE
luisrodrigues@alradvocacia.com.br

Sonegação fiscal é crime contra a ordem tributária



Conforme definido na Lei nº 4.729, de 19 de julho de 1965, constitui crime de sonegação fiscal, entre outros, o ato de prestar declaração falsa ou omitir informação aos órgãos da administração tributária com a intenção de eximir-se do pagamento de tributos, taxas e quaisquer adicionais devidos por lei; alterar faturas e quaisquer documentos relativos a operações mercantis com o propósito de fraudar a Fazenda Pública; fornecer ou emitir documentos gratuitos ou alterar despesas com o objetivo de obter dedução de tributos devidos à Fazenda Pública, sem prejuízo das sanções administrativas cabíveis.

Na mesma linha, a Lei nº 8137, de 21 de dezembro de 1990, no que se refere aos contribuintes em geral, determina que constitui crime contra a ordem tributária, entre outros, suprimir ou reduzir tributo, ou contribuição social e qualquer acessório, omitindo informação, ou prestar declaração falsa às autoridades fazendárias; falsificar ou alterar nota fiscal, fatura, duplicata, nota de venda ou qualquer outro documento relativo à operação tributável; negar ou deixar de fornecer, quando obrigatório, nota fiscal ou documento equivalente relativa à venda de mercadoria ou prestação de serviço efetivamente realizada, ou fornecê-la em desacordo

com a legislação; fazer declaração falsa ou omitir declaração sobre rendas, bens ou fatos, ou empregar outra fraude para eximir-se, total ou parcialmente, de pagamento de tributo; utilizar ou divulgar programa de processamento de dados que permita ao sujeito passivo da obrigação tributária possuir informação contábil diversa daquela que é, por lei, fornecida à Fazenda Pública.

No mesmo sentido, o Estado de Pernambuco, através do Decreto nº 21.618, de 30 de julho de 1999, instituiu o Programa Permanente de Combate aos Crimes contra a Ordem Tributária, alterado pelo Decreto nº 39.886, de 7 de outubro de 2013, implementado conjuntamente pela Secretaria da Fazenda, pela Secretaria de Defesa Social e pela Procuradoria-Geral do Estado, em articulação com o Ministério Público Estadual, prevendo que a autoridade fiscal que identificar indícios de crime contra a ordem tributária deve formalizar o fato, identificando todas as pessoas físicas ou jurídicas envolvidas direta ou indiretamente.

Assim, não há dúvida de que a sonegação fiscal está elencada entre os crimes contra a ordem tributária e que merece atenção especial dos empreendedores

e gestores para a erradicação do paradigma de que “a sonegação faz parte do jogo”, padrão este que deve ser combatido com determinação, pois é grande o seu risco devido aos cruzamentos de informações eletrônicas disponíveis para o fisco, sem esquecer que os efeitos financeiros e penais atingem a pessoa jurídica e as pessoas físicas envolvidas direta ou indiretamente.

Portanto, mais importante e necessária é a busca consciente pela mudança e pela simplificação do nosso sistema tributário, atrelada ao combate à sonegação fiscal. A propósito, muito oportuna e merecedora de referência é a campanha “Quanto Custa o Brasil pra Você?”, liderada pelo Sindicato Nacional dos Procuradores da Fazenda Nacional (Sinprofaz), que visa estimular a educação fiscal e a conscientização tributária.

Caminho aberto para o varejo

Em entrevista concedida ao Informe Fecomércio, Artur Mota, gestor da área de treinamento e desenvolvimento da GS&MD – Gouvêa de Souza, apresenta as tendências, os desafios e as oportunidades para o cenário varejista do Brasil para os próximos meses. Além disso, destaca a participação brasileira na próxima edição da Feira Internacional do Varejo, que será realizada em janeiro de 2015.

QUAL É O ATUAL CENÁRIO DO SETOR VAREJISTA NO BRASIL EM RELAÇÃO AOS ÚLTIMOS DEZ ANOS?

O cenário atual é de incerteza e grande ansiedade. Estamos em um ano eleitoral e os indicadores econômicos despertam atenção. Além disso, o consumidor vem apresentando uma redução no seu grau de confiança. Esse indicador é importante, pois mede a sensação do consumidor em relação à sua situação econômica pessoal e à do país em curto e médio prazo, o que traz impactos diretos no seu comportamento de consumo.

QUAIS SERIAM ESSES FATORES?

São inúmeros, como incentivos governamentais, estrutura do varejo e desenvolvimento por setor da economia.

O QUE PODEMOS CONSIDERAR COMO TENDÊNCIAS DE MERCADO PARA O FUTURO?

O varejo continuará buscando aumentar sua relevância em envolver o consumidor de diversas formas: seja ampliando sua oferta de produtos e serviços, seja acelerando a inovação e expandindo canais como o e-commerce.



QUAIS SÃO OS GRANDES DESAFIOS E AS GRANDES OPORTUNIDADES DO VAREJO MODERNO?

Acredito que os maiores desafios de hoje estão direcionados para o aumento de produtividade, para a redução de custos e expansão das vendas. O principal desafio, porém, é desenvolver diferenciação e relevância. O cliente deve ser fiel à experiência de compra na sua loja. É um conjunto de elementos de difícil comparação.

COMO VOCÊ ENXERGA A NECESSIDADE DE QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL NO SETOR VAREJISTA?

É preciso quebrar o paradigma existente de que a qualificação é ineficaz em um ambiente de alto turnover. Estatisticamente, os investimentos em capacitação melhoram o resultado e a satisfação do colaborador.

O QUE PODEMOS ESPERAR DA FEIRA INTERNACIONAL DO VAREJO (NRF) DE 2015?

O foco em temas como produtividade e a busca de relevância através da diferenciação de experiências. Também é certo que a tecnologia continuará sendo amplamente utilizada para suportar esses objetivos. Entre as áreas de maior destaque estão as que possuem impacto direto no relacionamento com o cliente. A delegação GS&MD realiza resumo das palestras e consolida conhecimentos e novas práticas para os participantes durante e após o evento.

“O varejo continuará buscando aumentar sua relevância em envolver o consumidor de diversas formas”

Artur Mota

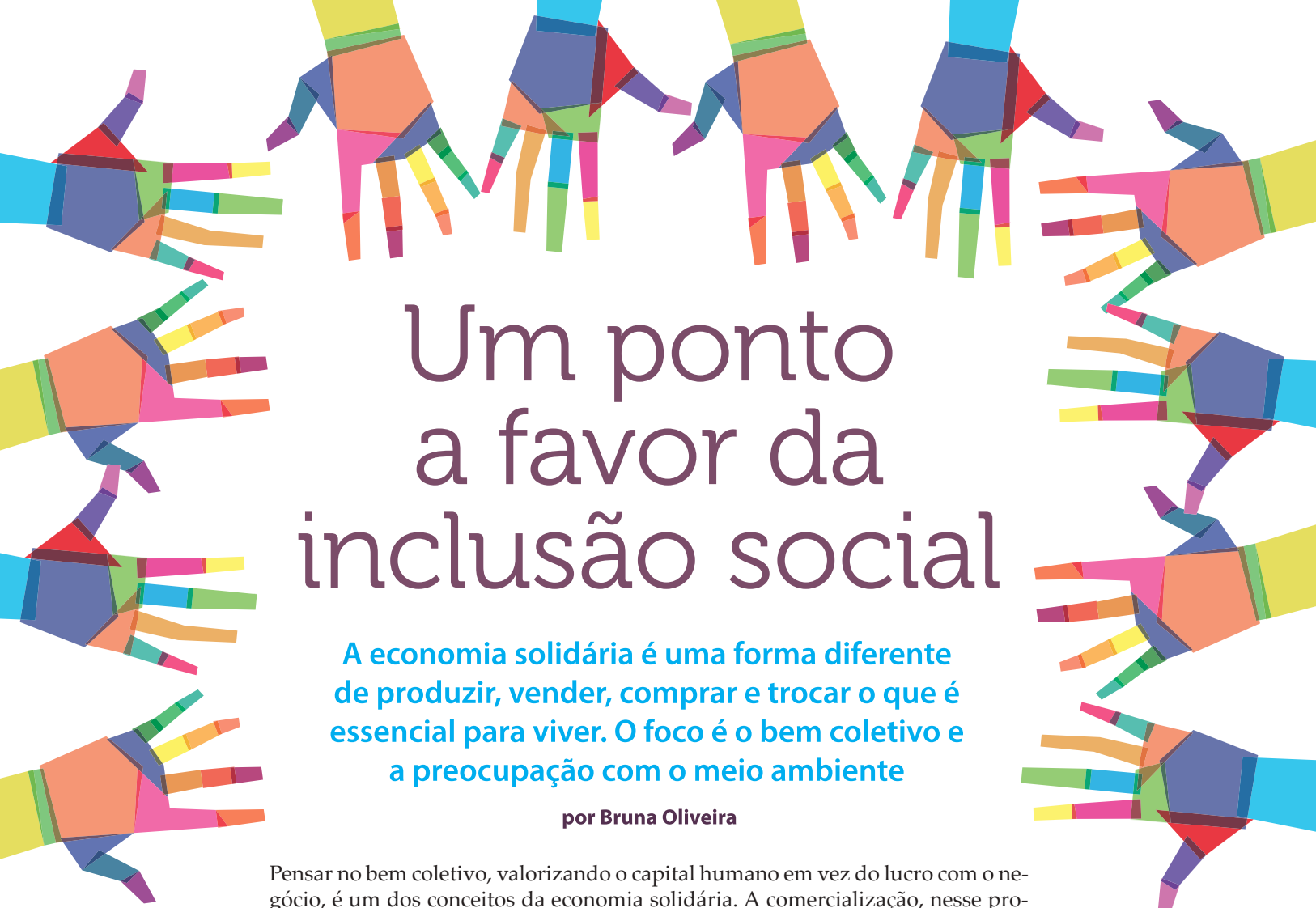
EM 2014, O BRASIL FOI O MAIOR REPRESENTANTE FORA DOS ESTADOS UNIDOS NA FEIRA. ESSA TENDÊNCIA DEVE SE REPETIR EM 2015?

Sim, a delegação brasileira é tradicionalmente o maior grupo internacional no evento. A GS&MD é responsável pela maior delegação brasileira, que leva mais de 200 pessoas. O cenário deve se manter exceto se houver uma mudança no cenário econômico do nosso país, como aumento da inflação, variação na taxa de câmbio do dólar ou na taxa de juros e retração da economia.

QUE ESTRATÉGIAS DEVEM SER APLICADAS PARA MELHORAR A EFICIÊNCIA DO MERCADO VAREJISTA NO PAÍS?

Há diversas oportunidades para melhorar a eficiência do varejo no país. A estratégia ideal passa pela organização dos varejistas em grupos setoriais. Eles permitem o compartilhamento de ideias e ações com maior importância econômica e social.





Um ponto a favor da inclusão social

A economia solidária é uma forma diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é essencial para viver. O foco é o bem coletivo e a preocupação com o meio ambiente

por Bruna Oliveira

Pensar no bem coletivo, valorizando o capital humano em vez do lucro com o negócio, é um dos conceitos da economia solidária. A comercialização, nesse processo, ganha uma nova face, que defende a não exploração das pessoas, do meio ambiente e do pensamento individualista. A economia solidária surge como alternativa para a geração de emprego e renda, privilegiando o viés da inclusão social. Por meio das associações, cooperativas, redes de trocas, entre outras, as práticas econômicas e sociais são desenvolvidas em diversas localidades ao redor do Brasil.

Em 2003, o governo federal, com a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária, implantou o Programa de Economia Solidária em Desenvolvimento. O objetivo foi promover a divulgação do projeto através de políticas públicas integradas. De acordo com informações do site do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), a economia solidária possui quatro características: cooperação – interesses e objetivos comuns a todos; autogestão – os próprios participantes das organizações desenvolvem as práticas dos processos; dimensão econômica – reúne os elementos de viabilidade econômica, baseados por critérios de eficácia e efetividade; e solidariedade – revelam o compromisso com o capital humano, com o meio ambiente, de forma a desenvolver resultados importantes na comunidade. O governo implantou ainda o Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (Sies), para registrar dados dos empreendimentos econômicos e entidades de apoio e fomento à economia solidária.

O bairro de Bomba do Hemetério, Zona Norte do Recife, é um dos locais onde os princípios da economia solidária foram desenvolvidos, em parceria com o Instituto Walmart. Desde 2008, o instituto trabalha na localidade o programa Bombando Cidadania, com o objetivo de desenvolver o potencial empreendedor

dos moradores e fazer com que eles mesmos busquem investimento para seus projetos. Atividades integradas destinadas a cultura, meio ambiente, saúde, educação e geração de renda são desenvolvidas dentro do programa e têm ajudado a tirar vários projetos comunitários do papel. Dentro desse panorama, em 2012, o Instituto Walmart, junto com a Aliança Empreendedora, lançou o primeiro site de crowdfunding, financiamento colaborativo do Brasil, exclusivo para microempreendedores: o Portal Impulso. A ferramenta busca apoiar os projetos por meio de doações on-line.

Assim, foi lançado um desafio aos empreendedores da Bomba do Hemetério: conseguir captar recursos para tocar os projetos nascidos na comunidade. “Sete projetos já ganharam apoio no Portal Impulso”, diz Adriana Franco,

“Trabalhamos ações sociais voltadas para as atividades produtivas dos moradores”

Adriana Franco



Divulgação / Izabel Monteiro

consultora do Instituto Walmart, panorama conquistado com o desenvolvimento de ações como seminários, atividades de capacitação e preparação de planos de negócios. “Nós trabalhamos ações sociais voltadas para as atividades produtivas dos moradores, damos foco e embasamento para que eles desenvolvam o princípio da autogestão”, conclui Adriana. Para incentivar os projetos, o Instituto Walmart coloca 30% do recurso em todos os projetos do canal e eles têm a responsabilidade de conseguir os outros 70% do valor solicitado num prazo de dois meses.

Entre os sete projetos está o Balé Bacnaré, que pelo Portal Impulso conseguiu captar

Divulgação / Caio Pinheiro





“Eu comecei a fazer trufas e deu certo. Hoje os meus filhos têm faculdade graças à minha atividade com chocolate”

Wilma Leonidio

recursos para investir em melhorias do projeto. A meta era conseguir R\$ 3 mil para pintar a sede da agremiação, colocar letreiro na fachada e organizar o piso de acesso. Mas o grupo foi além e conseguiu R\$ 8 mil. “A gente postou no portal um vídeo mostrando o nosso trabalho, falando o que estávamos precisando para fazer a reforma do salão para os ensaios do grupo”, conta Antônia Batista Ferreira, diretora e coreógrafa do Balé Bacnaré. O grupo, que vai completar 30 anos de existência em novembro deste ano, é composto por 40 pessoas, entre crianças, adolescentes e adultos. Além dos ensaios para apresentação nos ciclos culturais do Carnaval, São João e Natal, os membros do Balé Bacnaré também confeccionam instrumentos de percussão e figurinos, com foco na geração de renda. “Nosso sonho era ter um espaço cultural próprio, pois também fazemos turismo no bairro, tanto com as escolas quanto com turistas que querem conhecer nosso trabalho”, fala Antônia.

A Faculdade Frassinetti do Recife (Fafire), dentro do projeto da Incubadora

Tecnológica de Cooperativas Populares, implantado na instituição, ajudou a desenvolver as atividades do grupo Semeando Futuro, nos moldes e princípios da economia solidária. O grupo é composto por 15 artesãs moradoras da Região Metropolitana do Recife. O projeto de incubação surgiu em 2009 e foi o primeiro do Brasil a ser criado dentro de uma faculdade. Como o objetivo principal é a geração de renda, o Semeando o Futuro é um projeto voltado para a formação e capacitação de pessoas para a produção de artesanato e confecção de instrumentos de percussão. “Antes de nos tornarmos uma Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários – ITCP Fafire, desde 2003 trabalhávamos com grupos produtivos. Até que em 2007 passamos a conhecer a Economia Solidária, ingressamos no movimento e fomos descobrindo outras possibilidades de geração de trabalho e renda, consumo, comercialização e distribuição de renda, com base associativista/cooperativista, autogestionária, centrada na valorização do ser humano, na vida, e não no capital”, explica a assistente social Karla Lorena, uma das responsáveis pelo projeto na Fafire.

A artesã Wilma Leonidio viu sua vida dar uma guinada depois que entrou no grupo. “Melhorou muita coisa, porque a gente conseguiu participar de várias feiras em Pernambuco e também em outros Estados”, conta Wilma. Ela era professora, mas em 2002 ficou desempregada e procurou uma alternativa de renda para ajudar na criação dos filhos. “Eu comecei a fazer trufas e deu certo. Hoje os meus filhos têm faculdade graças à minha atividade com chocolate e a partir disso também foi que as portas se abriram para mim no Semeando o Futuro”, explica Wilma. Outra artesã que conta a mudança de vida após o



“Trabalhamos com seriedade e temos a preocupação de dar orientação ao público, incentivando o crescimento dos microempreendedores”

José Ventura



projeto é Marivalda Barbosa, cujo forte é fazer bijuterias. “Eu estudava na Fafire e tive a oportunidade de expor meu trabalho numa feira lá. Depois disso, recebi o convite para fazer parte do grupo, e isso foi muito bom para a minha vida”, diz Marivalda.

A área de confecção, desde a produção até a comercialização, é a que mais cresce nesse segmento de economia solidária, segundo José Ventura, diretor executivo do Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos de Pernambuco (Ceape-PE). Há 22 anos no mercado, o Ceape-PE deu significado ao assunto de solidariedade nos pequenos negócios, pelo aval solidário.

“Um microempreendedor dá aval para o outro. A ação pode ser feita em dupla ou em grupo de até quatro pessoas”, explica José Ventura. O limite de liberação de microcrédito para os pequenos empreendedores é de 15 mil, mas é preciso comprovar atividade produtiva há pelo menos seis meses. O Ceape-PE chega a emprestar por mês de dois a três milhões de reais. Nesses 22 anos de atuação no mercado financeiro, José Ventura estima ter emprestado R\$ 340 milhões para cerca de 220 mil pessoas. “Trabalhamos com seriedade e temos a preocupação de dar orientação ao público, incentivando o crescimento dos microempreendedores”, completa.

O ramo de economia solidária, como todo negócio, precisa de fertilizante para crescer, tanto no investimento em capital como na capacitação das pessoas envolvidas para geração de renda ou na preocupação, principalmente, com o bem coletivo. A forma de fazer economia, de fato, não é mais a mesma.

Muito além do verbo **to be**

Necessidade de boa comunicação no mundo dos negócios faz crescer procura por cursos de idiomas voltados para o ambiente empresarial

Conhecer outro idioma deixou de ser diferencial e passou a ser obrigação de quem quer pensar e agir globalmente. A comunicação está cada vez menos dependente de limites geográficos – o que implica dizer que as trocas culturais, comerciais e sociais entre pessoas e instituições em diferentes países fazem crescer a importância dos cursos e especializações em idiomas, sendo a língua inglesa o maior destaque. No entanto, além de conhecer uma nova língua, é necessário saber utilizá-la nos contextos do dia a dia. No âmbito empresarial, a fluência no inglês torna-se um desafio até mesmo para aqueles que já têm prática na língua.

O Brasil cresce a passos lentos no ensino de idiomas, muitas vezes dependente apenas do aprendizado

escolar. De acordo com uma pesquisa do Instituto Data Popular, encomendada pela organização British Council, somente 5,1% da população brasileira com faixa etária superior a 16 anos dizem ter algum conhecimento em inglês – desse já reduzido número, 47% afirmam ter apenas conhecimento básico. Mesmo assim, a maioria reconhece a importância da língua: 90% da população acreditam que pessoas que sabem falar inglês ganham melhores salários do que as que não sabem. E saber o básico nem sempre é suficiente. Para uma efetiva competitividade no mercado internacional, o brasileiro precisa de fluência técnica nas suas áreas de atividade.

Tendo em vista o fortalecimento da produtividade de seus profissionais, as empresas vêm investindo na capacitação de pessoal voltada para o mundo dos negócios. Para atender a essa demanda, cursos de ensino intensivo e personalizado surgem no mercado com o objetivo





de facilitar o uso da língua dentro das empresas. Entre elas está a Optimum Technical Language, uma instituição que fornece cursos de inglês empresarial, dirigido para diferentes públicos. Eles atuam dentro de empresas, com turmas corporativas, ou individualmente, com pessoas que queiram aprimorar seu conhecimento no idioma.

Já consolidada no Sudeste, a Optimum Technical Language chegou a Pernambuco pelas mãos do empresário Cristiano Andrade, em virtude da alta demanda de aperfeiçoamento de idiomas na região. “O ensino tradicional do inglês quase nunca é suficiente para os executivos brasileiros. O mercado exige mais proficiência, mais conhecimento técnico”, afirma Andrade. De fato, uma pesquisa do instituto Global Language, divulgada em 2013, pôs o Brasil entre os piores colocados no nível de fluência profissional em inglês – ele ocupa a 70ª posição em uma lista de 78 países.

“O ensino tradicional do inglês quase nunca é suficiente para os executivos brasileiros. O mercado exige mais proficiência, mais conhecimento técnico”

Cristiano Andrade

O empresário Ranilson Moura foi um dos profissionais a procurar a Optimum para buscar um curso intensivo de inglês. “Eu já tinha um bom nível de fluência na língua e já morei um ano nos Estados Unidos, mas percebi que precisava de aperfeiçoamento, pois tinha dificuldades em apresentar minha empresa para estrangeiros. Sempre esbarrava em alguns termos técnicos”, diz.

Danilo Rodrigues, professor de inglês do programa In Company do Senac Pernambuco, fala que o diferencial de cursos empresariais é a adaptação das aulas de acordo com as principais necessidades dos alunos, em suas respectivas áreas: “Os cursos atendem à demanda do mercado e mergulham



“Os cursos atendem à demanda do mercado e mergulham na natureza da empresa, entendem sua linguagem, seu cotidiano”

Danilo Rodrigues

na natureza da empresa, entendem sua linguagem, seu cotidiano e, a partir daí, os planos de ensino são montados”. Instituições como a Optimum e o Senac atendem a empresas nas áreas de negócios, comercial, bancária, hoteleira, financeira, médica, jurídica, de marketing, de petróleo, de atendimento ao público, entre outras.

Os cursos empresariais variam em tempo e intensidade, dependendo da dedicação necessária do empresário e de seu pré-conhecimento. Podem ter de 40 a 200 horas-aula e atingir de um mês a dois anos e meio de estudos. De qualquer forma, tornam-se cada vez mais necessários para ajudar o empresário global a realizar tarefas como escrever um e-mail profissional em inglês ou realizar uma grande viagem de negócios.

OUTRAS LÍNGUAS

No mundo corporativo, o inglês permanece como carro-chefe. Mas outras línguas também surgem no horizonte empresarial. As duas principais são o espanhol e o francês. O mandarim, apesar de ter tido um crescimento considerável em procura nos últimos anos, não chega a tanta força quanto as anteriores. Ainda de acordo com o professor Danilo Rodrigues, outra língua que também vem lentamente despontando em interesse no cenário empresarial é a língua brasileira de sinais (Libras), voltada para a comunicação e a inclusão social.



Um convite à cultura

Ir a exposições de arte ou a concertos, pintar, assistir a uma peça de teatro, tocar um instrumento...

Alguma dessas atividades faz parte da sua programação nos dias de folga?

Pois pode se sentir privilegiado, porque não é o que a maioria dos brasileiros costuma fazer.

por Gabriel Shimoda

De acordo com uma pesquisa feita em todo o país pelo Sesc em parceria com a Fundação Perseu Abramo, cerca de 60% dos brasileiros nunca assistiram a uma peça de teatro nem foram a nenhuma sala de espetáculo assistir a um show de música. Os números crescem ainda mais quando se trata de espetáculos de ópera ou música clássica: 89% das 2.400 pessoas entrevistadas nunca foram a uma apresentação desse tipo. Em suma, o brasileiro não está tão acostumado a consumir tipos variados de produtos culturais. No Nordeste, o contingente de pessoas que consome cultura durante a semana é um dos mais baixos entre as cinco regiões do país, um dado surpreendente, haja vista a grande riqueza cultural da região e o gosto pelas tradições festivas.

Por outro lado, opções não faltam, tanto para receber quanto para produzir cultura. A capital pernambucana, por exemplo, oferece uma série de espaços charmosos e alternativos, que convidam o tímido consumidor pernambucano a se engajar mais. Um deles é o Cinema da Fundação, cuja proposta é trazer com periodicidade filmes que geralmente fogem do padrão hollywoodiano de popularidade: os tiros e explosões dão lugar a mais reflexões e sensações. Recentemente, o cinema passou por modernização, envolvendo a chegada de projeção com qualidade 4K (ultra HD), a alta capacidade de servidores para projeção e a chegada de filmes em 3D.

Além de ser um local de discussão (periodicamente é fornecido um espaço para debater filmes após a exibição, como foi o caso de *Ninfomaníaca* em seu mês de estreia), o Cinema da Fundaj também tem uma cinemateca. O espaço tem como objetivo documentar, conservar e difundir as obras cinematográficas e documentos relacionados a elas – uma boa pedida para quem aprecia filmes de época, para quem faz trabalhos escolares/acadêmicos até para os simples curiosos. Para acompanhar um bom filme, ou até para discutir negócios, se reunir com amigos ou namorado(a), há o Café da Fundação, que fica em frente à sala de exibição dos filmes e possui um menu bastante harmonizado com o ambiente, oferecendo drinques de café, pequenos salgados e doces, entre outras coisas. Vale a pena conferir!



Divulgação / Eudes Santana

Para quem está interessado em produzir cultura, o Coletivo Lugar Comum é um espaço de pesquisa, reflexão e o mais importante: ação. O espaço foi criado em 2007 e reúne artistas das mais diversas áreas (dança, teatro, música, artes visuais, literatura) com o objetivo de fomentar novas visões e novos parâmetros de cultura para a sociedade. O Coletivo já foi incentivado pelo Funcultura em um projeto de 2009, com o projeto Conexões Criativas e a criação do espetáculo de dança *Leve*, que participou do Festival Palco Giratório, evento promovido pelo Sesc. O Lugar Comum sempre busca convidar tanto o leigo quanto o profissional das artes para tomar a iniciativa de participar de seus projetos culturais, como podemos ver na pesquisa “A Voz do Movimento”. Através dela, desde 2013 o Coletivo promove todo mês encontros de improviso (jam sessions)



voltados para a dança, convidando até quem nunca dançou para, quem sabe, descobrir um talento escondido.

A Galeria Café Castro Alves é outro espaço dedicado à promoção da cultura, que oferece uma combinação de gastronomia e arte. Pratos de qualidade gourmet são vendidos a preço convidativo



Reprodução Facebook



e, de quebra, o consumidor pode se alimentar de exposições de quadros, esculturas, fotografias e livros. O café também funciona como casa de shows, dando espaço a bandas alternativas e improvisadores, além de happy hours com mesinhas em frente ao local, proporcionando um clima aconchegante e informal sem perder a classe.

As unidades do Sesc-PE também são uma ótima opção para quem quer realizar atividades culturais em variadas áreas. Na grade de programação, estão cursos de teatro e dança, além de apresentações com espetáculos de teatro e dança, exposições e mostras de cinema.

Gostou das dicas? Então se convida a mudar de hábitos. Você vai se surpreender vendo que não custa caro encontrar boas opções que farão bem para a mente, o corpo e o estômago.

BOAS OPÇÕES

CINEMA DA FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO

Rua Henrique Dias, 609,
Derby, Recife-PE
facebook.com/cinemadafundacao
(81) 3073-6689

GALERIA CAFÉ CASTRO ALVES

Rua Capitão Lima, 280,
Santo Amaro, Recife-PE
(Ao lado da TV Jornal)
facebook.com/galeriacafecastroalves
(81) 3032-1023

COLETIVO LUGAR COMUM

Rua Capitão Lima, 210,
Santo Amaro, Recife-PE
www.coletivolugarcomum.com
facebook.com/lugarcomumcoletivo

SESC PIEDADE

Rua Goiaba, s/nº, Piedade,
Jaboatão dos Guararapes-PE
www.sesc-pe.com.br
(81) 3361-0097



Reprodução destemperados.com.br

José Almeida de Queiroz
Consultor da Presidência do Sistema Fecomércio-PE
almeidajaq@hotmail.com

Taxa de desemprego no Brasil



Na opinião de alguns articulistas econômicos, quando indagados sobre a taxa de desemprego no Brasil, deve-se apenas responder: Qual a taxa? A do IBGE ou a do Dieese? A do Dieese é simplesmente o dobro da do IBGE. Enquanto o IBGE fala que a taxa de desemprego foi de 5,3%, o Dieese afirma que foi de 10,5%. Dois indicadores iguais com uma margem de erro de incríveis 100%. E as implicações disso são enormes. Ao passo que uma taxa de desemprego de 5,3% é menor que a de todos os países europeus (exceto Suíça e Áustria), norte-americanos, asiáticos e da Oceania, uma taxa de 10,5% só é inferior à francesa, portuguesa, irlandesa, grega e espanhola.

Ou seja: o mesmo país, o mesmo indicador, duas realidades totalmente opostas. Na metodologia do IBGE, um malabarista de semáforo é considerado empregado. Um sujeito que vende bala no semáforo também está empregadíssimo. Um sujeito que lavou o carro do vizinho na semana passada em troca de um favor é considerado empregado (ele entra na rubrica de “trabalhador não remunerado”). Se um sujeito estava procurando emprego há seis meses, não encontrou nada e desistiu temporariamente da procura, ele não está empregado, mas também não é considerado desempregado. Ele é um “desalentado”. Como não entra na conta dos desempregados, ele não eleva o índice de desemprego.

Além disso, o índice também coloca na rubrica “empregado” todas aquelas pessoas que exercem trabalhos considerados precários, como o sujeito que trabalha poucas horas por semana e gostaria de trabalhar mais, mas não consegue (muito provavelmente

por causa das regulamentações trabalhistas), e o sujeito que faz vários bicos, mas cujo rendimento mensal é menor que o salário mínimo. Ou seja, você substitui seu vizinho na barraca de pipoca dele por três dias. Em troca, ele lhe dá R\$ 250. Você foi considerado pelo IBGE como estando empregado — tendo efetivamente trabalhado três dias no mês. Com todos esses truques, não é de se estranhar que o Brasil esteja com “pleno emprego”, mesmo com sua arcaica legislação trabalhista, sua escandinava carga tributária e seus espoliadores encargos sociais e trabalhistas. Mas isso, sejamos francos, não é exclusividade brasileira.

O governo americano, por exemplo, também divulga dois índices, cada um com uma metodologia diferente. Obviamente, ele se pauta apenas por aquele que fornece o mais róseo resultado. Uma fonte privada complementa fornecendo o terceiro índice, bem mais rigoroso. Na Europa, a coisa é ainda mais discrepante. Alguém realmente acredita que o real desemprego na França e em Portugal é a metade do espanhol? A impressão é que a Espanha é o único país que de fato adota uma metodologia mais rigorosa.

Felizmente, o IBGE disponibiliza em seu site todos os dados coletados desde março de 2002, possibilitando que uma pessoa mais interessada em fatos e menos em ideologias possa analisar um pouco melhor a realidade do país, verificando o número de “pessoas desalentadas”, “pessoas subocupadas por insuficiência de horas trabalhadas”, “pessoas ocupadas com rendimento/hora menor que o salário mínimo/hora” e “pessoas marginalmente ligadas à população economicamente ativa (PEA)”.

AMARELO

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

Joaquim Falcão (professor)

G R Á F I C A
FLAMAR
O SENTIDO DA COR



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

81. 2102.0050
www.graficafamar.com.br
f graficafamar @graficafamar





**XII CONGRESSO
INTERNACIONAL
DE TECNOLOGIA
NA EDUCAÇÃO**

EDUCAÇÃO, TECNOLOGIA e FORMAÇÃO DO PROFESSOR

CENTRO DE
CONVENÇÕES/PE

17 18 19

**SETEMBRO
2014**

CERIMÔNIA DE ABERTURA
NO CHEVROLET HALL



INSCRIÇÕES ABERTAS!

Até 14/06 - R\$ 100,00

De 15/06 a 15/07 - R\$ 110,00

De 16/07 a 15/08 - R\$ 120,00

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

Confira a programação completa e faça sua inscrição online
www.tecnologianaeducacao.com.br

PALESTRANTES:

ADRIANE KROEFF / RS
ALEXANDRINA GUEDES / PE
ANA ELISA CASSAL / SC
ANA MAE BARBOSA / SP
ANNA PAULA GASPARRI / RJ
ANTONI ZABALA / ESPANHA
ANTONIO NÓVOA / PORTUGAL
CAIO DIB / SP
CARLOS BRITO / PE
CELSO ANTUNES / SP
CLÁUDIA GERMANA / PE
CLÁUDIO OLIVEIRA / SP
DANIELA SOBRAL / PE
EDUARDO LYRA / SP
ELIZABETH BATISTA / RJ
ELVIRA SOUZA LIMA / SP
ÉRICO ANDRADE / PE
ESPAÇO CIÊNCIA / PE

FERNANDA BÉRGAMO / PE
GILVÂNIA PORTO / RJ
GUSTAVO MORETTO / DF
IÇAMI TIBA / SP
ISABEL PAROLIN / PR
IVAN ECCO / SC
IZABEL HAZIN / RN
JAIME ZORZI / SP
JOSIAS ALBUQUERQUE / PE
LUIZ SCHETTINI / PE
MARCOS CAVALCANTI / RJ
MIGUEL ARROYO / DF
MOZART NEVES RAMOS / PE
PEDRO DEMO / DF
TARGÉLIA ALBUQUERQUE / PE
TEREZA CRISTINA JORDÃO / SP
THIAGO FEIJÃO / SP

REALIZAÇÃO



Fecomércio PE
Sesc | Senac

APÓIO

Sesc

Senac

PATROCÍNIO

SEBRAE CAIXA