

INFORME FECOMÉRCIO PE

Ano III – nº 15 | Mai-Jun/2014

CERVEJAS PREMIUM

Segmento ganha mercado local e conquista paladares aguçados

COMIDAS CONGELADAS

Versão gourmet ganha cada vez mais adeptos e aquece mercado recifense

ARTES MARCIAIS

Crescimento da cultura tem despertado o interesse das mulheres e gerado bons negócios

A "BOA IDADE"
Idosos movimentam
milhões na economia
e mercado
está de olho neles



DE **20** A **26**
julho outubro

INSCRIÇÕES ABERTAS

ATÉ
30/06/14

Nas unidades do

Sesc Santo Amaro, Casa Amarela,
Piedade, São Lourenço da Mata e Santa Rita

Natação, Atletismo, Vôlei de quadra, Futsal,
Beach Soccer, Vôlei de praia, Jogos de Salão,
Futebol Society e Corrida de Rua

ABERTURA NO SESC PIEDADE - 20/07/14

Sesc Piedade - R. Goiana, s/n | Jaboatão dos Guararapes | Informações - 81 3361.0097

Apoio:



Sindicato do Comércio de
Vendedores Ambulantes de
Recife-Olinda-Jaboatão

Realização:



Fecomércio PE
Sesc | Senac



Melhor idade, MELHOR VIDA

A Informe Fecomércio trata nesta edição das oportunidades de negócios voltados a atender aos idosos no Estado. A matéria aponta o crescimento da expectativa de vida no Brasil, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2012, que pulou para 74 anos, um acréscimo de 5 meses e 12 dias em relação a 2011, cujo consumo gera milhões em negócios para o País. São serviços, produtos e especialização de profissionais para tratar especificamente com essa faixa etária.

Nesta edição você também pode conferir o crescimento do mercado de comidas congeladas gourmet no Recife, que tem conquistado paladares exigentes não se restringindo aos congelados habituais encontrados nas prateleiras dos supermercados. São pratos elaborados que fazem parte do cardápio de casas especializadas que têm a preocupação em preservar o sabor e a qualidade.

O segmento de cerveja premium também merece destaque. A mudança no hábito dos brasileiros resultou no surgimento de profissionais especialistas no assunto e no aumento de estabelecimentos voltados para esse tipo de bebida. No Recife, existem locais prevendo crescimento de 40%. De acordo com dados do Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), o mercado premium movimenta, anualmente, cerca de R\$ 300 milhões e representa 5,5% do mercado total.

O aumento na prática de artes marciais; as vantagens e desvantagens do Home Office, prática cada vez mais comum na sociedade atual; e o importante papel do Sesc Pernambuco para a cultural local, em especial para a literatura, são alguns temas abordados nesta edição.

Você também poderá se deliciar com a primeira reportagem especial da série Tesouros de Pernambuco, que vai mostrar os encantos de Serra Negra, destino bastante procurado pelos amantes das caminhadas, trilhas e esportes de aventura.



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 Patricio 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 Bruna Oliveira, Denise Vilar, Patrícia França, Thais Neves, Tony Duda, Lindalva Coelho (Multi Comunicação) Capa Thiago Maranhão Diagramação Thiago Maranhão e 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 Um golpe de sucesso

10 Congelado e com sabor

14 Série Tesouros de Pernambuco - Serra Negra

19 Literatura para ver, ouvir e viver

30 No aconchego do lar, doce lar

34 Prevenir perdas é gerar lucro

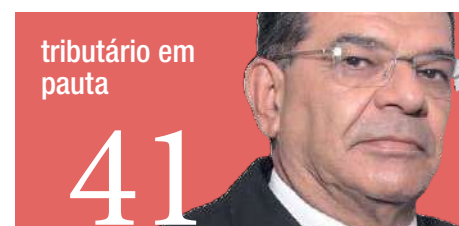
36 Compras públicas na mira de micros
e pequenas empresas



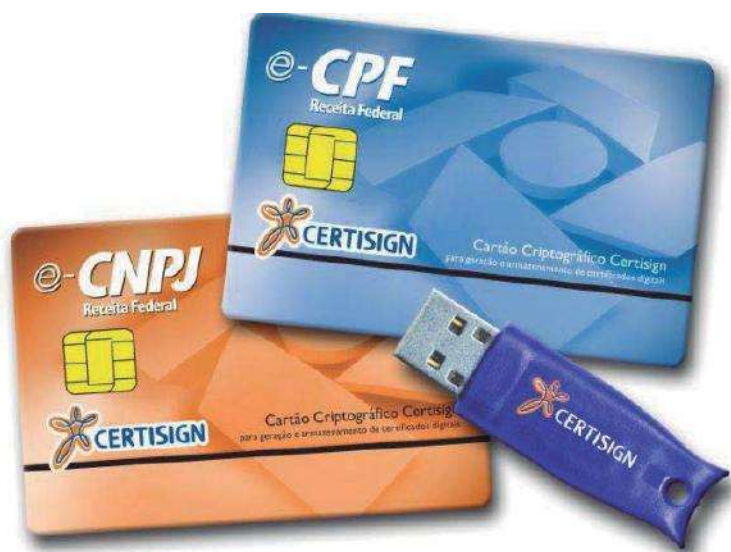
Cervejas Premium

43

ARTIGOS



NOTAS



RENDA DE 10 MI VAI EXIGIR ENTREGA DO IR COM CERTIFICADO DIGITAL

O contribuinte que recebe rendimentos tributáveis sujeitos ao ajuste anual, isentos ou não tributáveis ou tributados exclusivamente na fonte acima de R\$ 10 milhões deve entregar a declaração do Imposto de Renda com o uso do certificado digital. Também será obrigado a utilizar o certificado digital aquele que realizou pagamentos de rendimentos a pessoas jurídicas, quando constituam dedução na declaração, ou a pessoas físicas, quando constituam, ou não, dedução na declaração, cuja soma superou R\$ 10 milhões, em cada caso ou no total.

***Com informações do Portal da Folha de São Paulo.**

CRECEM AS TENTATIVAS DE FRAUDES CONTRA OS CONSUMIDORES

Segundo um levantamento recente realizado pelo Serasa Experian de Tentativas de Fraudes – Consumidor, houve 155.399 tentativas de fraude conhecidas como roubo de identidade. Esse dado representa um aumento de 2,4% em comparação ao mesmo período do ano passado. Os dados indicam que em março houve uma tentativa de fraude contra o consumidor a cada 17,2 segundos no Brasil. Entre os segmentos da economia, o de telefonia foi o maior alvo dos golpistas, com 59.255 tentativas, ou 38,1% do total. Serviços de construtoras, imobiliárias, seguradoras, salões de beleza e pacotes turísticos ocuparam o segundo lugar das tentativas de fraude, representando 32% do total. O setor bancário ficou em terceira posição nesse ranking, com 19,8% de tentativas. Os consumidores devem estar atentos aos cadastros realizados na internet, pois os criminosos costumam roubar dados pessoais através de sites desconhecidos. Além disso, o Serasa orienta a não fornecer nem confirmar informações pessoais em telefonemas e, ainda, ter atenção redobrada ao digitar o número da senha de cartões.

***Com informações do Serasa Experian.**



INSTITUTO FECOMÉRCIO CAPACITA MULHERES DO PROGRAMA MÃE CORUJA

O Instituto Fecomércio-PE, em parceria com o Sebrae-PE e a Secretaria de Juventude de Ipojuca, promoveu o primeiro programa Forme para mulheres atendidas pelo programa Mãe Coruja. Ao todo, 30 mulheres receberam capacitação em boas práticas de gestão, plano de negócios, associativismo, cooperativismo, além de terem a oportunidade de obter informações sobre o acesso a serviços financeiros, de microfinanças e de perspectivas de mercado. O programa foi realizado em Camela, distrito de Ipojuca, no Centro de Referência de Assistência Social. O objetivo do Forme Empresarial é capacitar a partir do desenvolvimento de comportamentos, atitudes e práticas empreendedoras, visando à formação de profissionais qualificados para o mercado.



ESTUDO REVELA QUE A PREVIDÊNCIA DO BRASIL É POUCO SUSTENTÁVEL

De acordo com um estudo internacional da Seguradora Allianz, se não houver uma reforma em breve, a Previdência Social será insustentável. Sugere-se a países nessa situação um aumento da idade mínima para concessão de benefícios. Entre os 50 países avaliados, o Brasil ocupa a segunda posição no ranking dos sistemas de pagamento de benefícios previdenciários com o maior risco de quebrar. Esse fato se deve a dois motivos: o número de contribuintes, que vai diminuir devido ao envelhecimento da população nos próximos 30 anos, e a baixa idade em que os brasileiros se aposentam, com 55 anos em média.

**Com informações da Folha de São Paulo.*

MERCADO DE PAPEL TENDE A CRESCER

A Indústria Nacional de Papéis deve se aquecer nos próximos meses. Um dos fatores que contribuem para esse crescimento são a Copa do Mundo e as eleições. Além desses eventos, tal expectativa de crescimento se deve a novos investimentos e reajustes de preços. Só este ano, espera-se um crescimento de 4% na venda de papelão. Apesar de o mercado estar com os olhos voltados a papéis usados na confecção de embalagens, o setor de papéis de imprimir e escrever também promete um avanço considerável. Acredita-se ainda que haverá crescimento nos segmentos de papelão e papel-cartão, que estão se beneficiando com a falta de oferta no setor doméstico.

**Com informações do Estadão.*





UM GOLPE DE SUCESSO

O crescimento da cultura das artes marciais na sociedade vai além das competições e aparece como aliado da saúde física e mental de quem pratica

por Bruna Oliveira

Hoje é muito comum ver pessoas, tanto homens quanto mulheres, vidradas em frente à televisão para ver alguma luta, seja do Ultimate Fighting Championship (UFC), que reúne diversos estilos no ringue, seja de lutas por modalidade, como judô ou taekwondo. Isso mostra que a arte marcial é uma prática que vem crescendo e conquistando novos adeptos. O UFC é a maior organização de artes marciais mistas do mundo e é hoje uma das competições que mais chamam a atenção dos brasileiros. Nomes como Anderson Silva, os irmãos Nogueira, Júnior Cigano e Chris Weidman mostram no tatame, além de força, muita técnica e estratégia, pois atingir o psicológico do oponente é um dos caminhos. O gosto pelas lutas também está gerando oportunidade de negócios e despertando interesse pelas artes marciais em academias.

A maioria é atraída para a prática, com interesse em unir a saúde física com a mental, apenas por hobby, como forma de se exercitar sem compromisso com competições, somente com a intenção de desenvolver estímulos no corpo. O jornalista Rhuan Torres, de 25 anos, pratica jiu-jítsu há cerca de um ano. A escolha por essa modalidade tem um motivo: “Eu faço porque é uma arte que trabalha bem o corpo, prega a disciplina e exige muito vigor físico”, conta. O jiu-jítsu é uma arte de origem japonesa que utiliza golpes de alavanca, torções e pressões para dominar e derrubar o oponente.

O nome foi escolhido para identificar a forma de luta sem a utilização de armas, desenvolvendo também vários estilos de combate. Rhuan, que é faixa-branca, treina três vezes por semana. Por enquanto, o objetivo é voltar à forma, mas ele quer futuramente participar de competições. “Depois que entrei no jiu-jitsu, fiquei com mais disposição para fazer outros exercícios, como pedalar e correr. Eu ainda não participei de nenhuma competição, pois quero perder mais peso para entrar bem numa disputa oficial”, explica.

Ao longo dos anos, o Sesc vem realizando diversos investimentos no mundo das artes marciais, especificamente no judô, formando e treinando grupos de alunos para serem vencedores. Os resultados aparecem em importantes competições ao redor do Brasil e do mundo. “A gente tem que saber unir as peças. Cada aluno passa experiência para o outro e, assim, o grupo se fortalece nos campeonatos”, fala **Vanialucia Silva**, segundo dan em judô e professora das equipes do Sesc em Santo Amaro, Recife. Segundo ela, o Sesc começou a investir nessa modalidade no início dos anos 2000. “Eu comecei o trabalho na unidade de Piedade, preparando vários atletas para competições.

Naquela época, tive atletas campeões no estadual, no brasileiro e no sul-americano de judô”, lembra.

As medalhas são recompensas do esforço realizado a cada treino e servem ainda de motivação para que a dedicação ao esporte seja sempre crescente. Atualmente, o Sesc de Santo Amaro treina quatro equipes, contabilizando 30 alunos, mas com meta de ampliar esse número para 50 até o fim deste ano. As equipes participam das ligas estaduais de judô e, a partir dessas competições, os alunos são pontuados no ranking da Confederação Brasileira de Judô (CBJ) para entrar nas disputas regionais, nacionais e internacionais.

Em 2011, o Sesc Santo Amaro levou sete atletas para o Pan-Americano, realizado no Rio Grande do Sul. Todos eles foram ao pódio. Em 2012, somente dois atletas participaram do campeonato sul-americano, sediado no Chile, mas os dois foram campeões nas categorias disputadas. “O Sesc é tudo para os alunos, porque oportuniza a prática de forma economicamente mais acessível e agora até gratuita, ajudando com os custos, como transporte. Podemos dizer que a instituição trabalha o social no judô através da conquista de



“Eu comecei o trabalho na unidade de Piedade preparando vários atletas para competições. Naquela época, tive atletas campeões no estadual, no brasileiro e no sul-americano de judô”

Vanialucia Silva



“Para participar das aulas de taekwondo, a gente exige que os alunos estejam matriculados na escola e também fazemos avaliação médica para garantir que o atleta esteja em condições físicas para treinar”

Mestre Caica

um lugar ao pódio, deixando esses alunos, que estão economicamente à margem da sociedade, visíveis aos olhos de muitos”, completa Vanialucia.

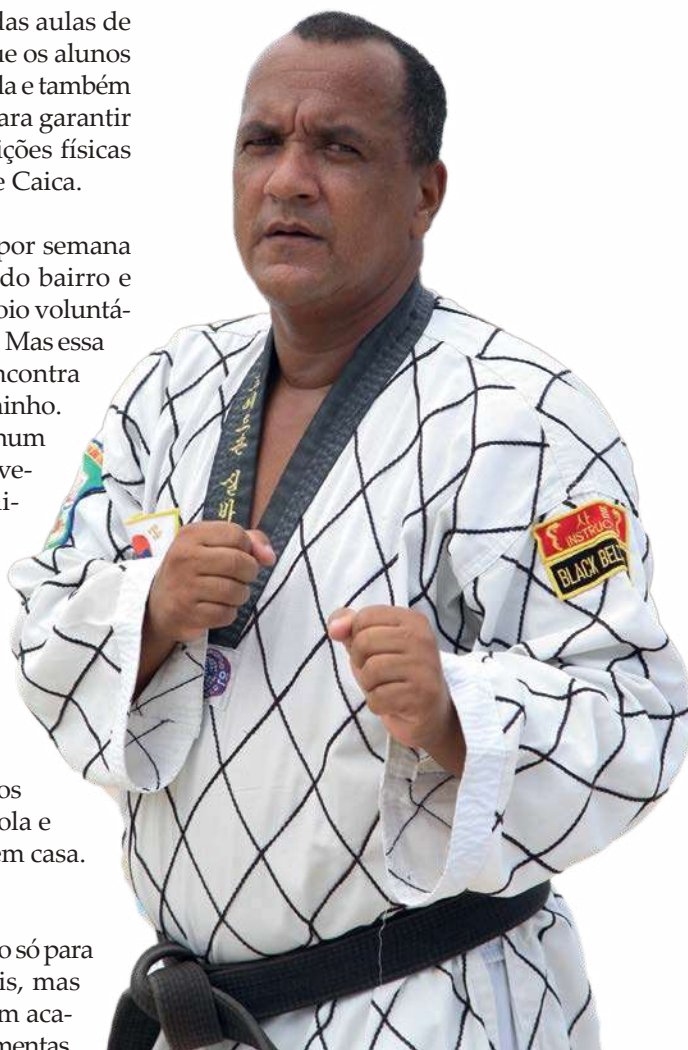
Além das equipes de Santo Amaro, o Sesc conta com um grupo de judocas em Triunfo, no Sertão de Pernambuco. “Temos 35 praticantes, com idade de cinco a 33 anos. Temos atletas de todas as categorias (superligeiro, leve, meio leve, leve, meio médio, médio, meio pesado, pesado e superpesado), conforme a faixa de idade”, diz o mestre José Morais, responsável pelas aulas em Triunfo. As turmas são divididas em três categorias: iniciação, iniciados e alto rendimento. Os alunos, por enquanto, estão competindo na esfera estadual, mas representam um avanço importante para o município, que fica a 410 km da capital pernambucana. “Apesar de se tratar de uma cidade muito pequena (15 mil habitantes) e que não tinha a cultura do esporte de rendimento, estamos tendo um bom desempenho. E isso contribui para a descoberta de novos talentos na modalidade”, completa José Morais.

O bairro do Jordão, no Recife, é palco de um projeto social solidário que, por meio do taekwondo, está mudando a vida de muitas crianças e adolescentes da área com idade de sete a 16 anos. Josiel Trajano Bezerra, mais conhecido como **mestre Caica**, trabalha com taekwondo desde 1982 e há um ano resolveu investir no desenvolvimento desse projeto.

Cerca de 120 alunos são beneficiados com a iniciativa. O principal objetivo dessa missão solidária é resgatar crianças e adolescentes do mundo do crime e incentivar a prática esportiva aliada à educação. “Para participar das aulas de taekwondo, a gente exige que os alunos estejam matriculados na escola e também fazemos avaliação médica para garantir que o atleta esteja em condições físicas para treinar”, explica mestre Caica.

As aulas ocorrem uma vez por semana numa quadra comunitária do bairro e mestre Caica conta com o apoio voluntário de dois atletas faixa-preta. Mas essa história de solidariedade encontra dificuldades no meio do caminho. “Nós não contamos com nenhum patrocínio. Às vezes algum ve-reador nos ajuda dando quimonos, mas a maioria das coisas fica por nossa conta”, lamenta Caica. Porém essa situação não desanima o mestre. Ele garante que o projeto tem muitos resultados positivos. “Os pais dos alunos chegam para falar com a gente e contam que os filhos melhoraram as notas na escola e também o comportamento em casa. Isso é gratificante”, finaliza.

E o mercado está ampliado não só para praticantes de artes marciais, mas também para investidores em academias, equipamentos e vestimentas



dos esportes. É o caso da MXA Fight Wear, uma loja que aposta no conceito de atitude, determinação e fé para atrair clientes, mostrando ser esse o caminho para o desenvolvimento e o sucesso na atividade de qualquer arte marcial. O local é especializado em comercializar produtos relacionados com os esportes de luta, além de promover atletas, treinadores e eventos do segmento. “Nós começamos como uma marca que fabricava bermudas e camisetas para MMA e depois vimos a necessidade de expandir para atender à demanda que surgiu”, diz **Max Sampaio**, um dos sócios da loja. Max acredita que a MXA trouxe ao mercado um conceito diferenciado para a prática de artes marciais no Recife e que o espaço se tornou um complexo de atividades. “Temos a loja para comercialização dos produtos, temos academia para todos os tipos de luta e também estamos inaugurando uma sala de fisioterapia. Nossa loja é a única do Nordeste nesse segmento”, completa.

O RINGUE TAMBÉM É DELAS

As mulheres têm invadido o tatame, mostrando que esse é um campo bem diversificado e que não tem preferência ou definição por gênero. O grande nome feminino mundial é a americana Ronda Rousey, ex-judoca e lutadora do MMA. A história de conquistas da atleta, primeira mulher a assinar contrato com o UFC e primeira campeã peso-galo da organização, serve de inspiração para iniciantes em diversas modalidades de luta.



A jovem **Alice Melo**, de apenas 18 anos, por exemplo, é adepta do kickboxing e do muay thai desde setembro de 2012. Ela escolheu esses tipos de luta por gostar do ritmo e também como incentivo para não ficar parada. “Eu treino três ou quatro vezes por semana, participo de competições internas da minha equipe no Curado I e já ganhei medalha de ouro e troféu de melhor luta feminina”, conta. Apesar do bom desempenho no tatame – já é faixa-vermelha – e da pouca idade, ela diz não ter pretensão de se tornar lutadora profissional. “Eu gosto muito do esporte e quero crescer na arte, mas só como hobby”, confessa Alice.

Assim como ela, a química industrial Ana Flávia Rodrigues, de 38 anos, também aderiu às artes marciais. Desde 1990, ela pratica taekwondo. “Entrei por gostar da arte, pelo fato de o esporte trazer muitos benefícios e também pela defesa pessoal”, explica. Ana já participou de várias competições estaduais e nacionais, chegando a ser primeira colocada no Campeonato Pernambucano de Taekwondo, mas a temporada de disputas oficiais ficou para trás. “Hoje eu não tenho tempo para competir, só treino duas vezes por semana, e quem participa de campeonatos treina praticamente todos os dias”, completa.

“Eu treino três ou quatro vezes por semana, participo de competições internas da minha equipe no Curado I e já ganhei medalha de ouro e troféu de melhor luta feminina”

Alice Melo





Congelado e com sabor

Comidas congeladas ganham versão gourmet e cada vez mais adeptos

por **Thais Neves**

Depois de um dia cheio de trabalho, chegar em casa e ainda ter que cozinhar é um desafio. Já faz algum tempo que as comidas congeladas chegaram ao mercado para diminuir o trabalho de quem passa o dia todo fora de casa e não tem tempo para cozinhar. A discussão sobre o assunto é quente. Há quem não abra mão da praticidade e há quem torça o nariz e não acredite no valor nutricional desse tipo de alimento. Goste ou não, a comida congelada vem ganhando cada vez mais adeptos.

É que nem só de lasanha e pizza vive o mercado de comida congelada. Muito pelo contrário. Risoto de tomate seco com manjerição e camarão com açafrão e ervilhas são algumas das delícias oferecidas em casas especializadas do Recife. Tudo feito com ingredientes selecionados e com o cuidado que toda refeição merece. Um exemplo disso é a Marc et Louis, dos sócios **Luiz Felipe** e **Marco Uchoa**, que surgiu em 2010 com a proposta de fabricar alimentos congelados gourmet e até hoje vê a demanda crescer. Atualmente, a marca tem

loja própria em Boa Viagem, além de diversos pontos de venda nas principais delicatessens, padarias e supermercados do Recife, Jaboatão dos Guararapes, litoral e interior do Estado. No início, a falta de opções no mercado foi o principal fator para a abertura do negócio. “Não existiam lugares que oferecessem esse tipo de alimentação prática que preservasse o sabor preocupado com a saúde, pois, nos nossos produtos, não são utilizados nenhum tipo de conservante ou aditivo químico, preservando, assim, o real sabor e a textura dos alimentos preparados”, diz Felipe Azevedo, um dos sócios da marca. Felipe explica ainda que o maior desafio para quem investe em comida congelada é acabar com o mito popular de que a comida congelada é sem gosto e sem qualidade.

Luiz Felipe e Marco Uchoa, sócios da Marc et Louis Gastronomie





“Acredito que as pessoas perderam o preconceito com comida congelada, especialmente depois que elas experimentam o prato”

Fernanda Vieira



O Empório Cozeart, em Boa Viagem, oferece mais de 500 produtos, como tortas doces e salgadas, tábua de frios, massas folhadas e antepastos, mas é a comida congelada que assume o posto de um dos principais carros-chefe da empresa, que surgiu em 1999. O cardápio é extenso. O cliente pode escolher entre frangos, carnes, crustáceos, além de canapés e massas frescas. Um dos pratos mais pedidos são os rotolones de todos os sabores: queijo e presunto, queijo do reino, quatro queijos e espinafre com ricota e nozes. Ao todo, são vendidos mais de 100 quilos de massa congelada por mês, e os meses com feriados e datas comemorativas são os que atraem mais clientes, segundo a gastrônoma **Fernanda Vieira**, uma das sócias da marca. “Temos um cardápio fixo para o dia a dia, que foi elaborado de acordo com o gosto dos nossos clientes. Criamos um primeiro cardápio e fomos inovando até chegar a este último, porém em todas as datas comemorativas criamos um cardápio especial”, explica Fernanda. Há três anos, a casa investiu no serviço delivery, que faz sucesso principalmente entre as pessoas que estão indo para a maternidade e também nos fins de semana. “Acredito que as pessoas perderam o preconceito com comida congelada,

especialmente depois que elas experimentam o prato, pois percebem que, apesar de congelados, nossos pratos são saborosos e sem aquele gosto de comida congelada”, diz Fernanda.

Ana Paula, Laudice e Fernanda, sócias do Empório Cozeart

O administrador de empresas Ronaldo Queiroz consome congelados regularmente, é cliente da Marc et Louis há cerca de um ano e meio e afirma que o preparo diferenciado foi um dos chamarizes para ele se render às delícias.

“A rapidez com que você monta os pratos me ajuda muito, já que o meu dia a dia é bem corrido. Apesar de, às vezes, o valor calórico desse tipo de comida ser maior, a praticidade, o sabor e a apresentação dos pratos fazem valer a pena”, afirma o administrador, que é apaixonado pelo gratin de bacalhau da Marc et Louis.



VALOR NUTRICIONAL NÃO É TÃO DIFERENTE

A discussão sobre a perda de vitaminas dos alimentos congelados é sempre atual. Segundo a nutricionista e coordenadora de nutrição da Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), **Fabrícia Padilha**, o valor nutricional dos alimentos congelados não varia tanto como as pessoas acreditam. “As perdas mais significativas são principalmente de vitaminas hidrossolúveis (complexo B e vitamina C), mas claro que essa perda vai variar de acordo com a forma como esses alimentos foram manipulados antes do congelamento, como ele está sendo acondicionado durante o congelamento e por quanto tempo será congelado. Todos esses fatores podem interferir na preservação do valor nutricional dos alimentos que passarão por esse processo de conservação”, explica a nutricionista.

Divulgação / Marc et Louis



Os alimentos mais sensíveis às perdas nutricionais são as hortaliças, frutas e verduras, pois em alguns o frio excessivo causa danos aos tecidos que, além de alterar o valor nutricional, alteram também características como cor, sabor e textura. Apesar disso, de acordo com Fabrícia, a comida congelada apresenta como vantagens a praticidade e a extensão do prazo de validade, fator importante para a vida corrida de hoje em dia. A nutricionista explica ainda que a principal desvantagem é que alguns alimentos industrializados congelados podem ser muito calóricos e são ricos em aditivos, conservantes, gorduras e sódio. Todos esses itens em conjunto e associados a um consumo frequente podem causar prejuízos à saúde a longo prazo.

“As perdas mais significativas são principalmente de vitaminas hidrossolúveis (complexo B e vitamina C)”

Fabrícia Padilha



Valéria Saturnino

Administradora e Sócia-Diretora da Ceplan Multiconsultoria
valeriasaturnino@ceplanconsult.com.br

Planejamento e controle financeiro no varejo



O planejamento financeiro é essencial para o desenvolvimento competitivo no setor de varejo, sendo realizado principalmente através da projeção das entradas e saídas de caixa, buscando criar uma reserva financeira nas épocas de saldos positivos para não ser necessário recorrer a empréstimos de curto prazo – geralmente caros e de difícil aprovação – em épocas de saldo negativo.

Existem três questões básicas que permeiam o planejamento financeiro no varejo: o planejamento de compras ao fornecedor a partir da análise das datas de compra e pagamento; a projeção de entradas de caixa, incluindo os efeitos da sazonalidade; e o planejamento dos meios de financiamento das demandas de caixa e também de aplicação dos saldos excedentes.

A primeira diz respeito ao modo como a empresa vai financiar seus custos e despesas enquanto não recebe pelas vendas realizadas. Quanto menor for este prazo, melhor para a empresa, pois ela necessitará de uma quantidade menor de capital de giro. Este capital tanto pode ser próprio (dos sócios) como de terceiros (via empréstimos bancários). Se for próprio, é melhor para a empresa, pois às vezes se precisa de mais capital de giro, às vezes de menos, e essa variação é muito ruim na hora de solicitar empréstimos, tornando-os mais caros.

Como há um padrão de prazo para pagamento aos fornecedores e geralmente o varejo oferece aos clientes períodos de tempo de médio a longo prazo, a única forma controlável pela empresa para diminuir o prazo de autofinanciamento pelo capital de giro é controlando o tempo que a mercadoria passa em estoque. Para isso, se faz necessária uma ferramenta de controle de compras que considere um estoque de segurança e o prazo do fornecedor, diminuindo assim o período que o produto fica armazenado.

Na projeção das entradas de caixa, é necessário considerar o prazo correto de recebimento das vendas, bem como os descontos relativos a tributos diretos na fonte e taxas de operações com cartões de crédito e débito. Mais importante ainda é considerar a sazonalidade inerente ao varejo, principalmente em épocas de datas festivas que trazem maiores receitas. É nesses períodos que os varejistas devem planejar uma reserva dos recursos excedentes que entrarem em caixa, para que nas épocas de caixa negativo (despesas maiores que receitas) não seja necessário recorrer a empréstimos bancários.

Estas reservas financeiras podem ser aplicadas em investimentos de renda fixa e variável para gerar mais receitas para a empresa – desta vez financeiras – a depender da

aversão ao risco do administrador. O ideal é que, como são reservas, a maior parte seja aplicada em investimentos de renda fixa seguros, como CDB pré-fixado, e que uma parcela menos significativa seja destinada a ações ou fundos de investimentos administrados por corretoras, para tentar obter uma rentabilidade maior. Caso o varejista seja totalmente avesso ao risco, colocar as reservas financeiras em uma poupança é o mínimo para tentar melhorar a rentabilidade dos seus recursos.

Se mesmo com a realização das reservas os recursos não forem suficientes para cobrir o caixa negativo em alguns períodos, então a projeção destes saldos é essencial para que o varejista possa se antecipar na obtenção de empréstimos a bancos. Mesmo que o empréstimo seja de curto prazo, quanto antes for solicitado (dentro do período de necessidade), melhor para a organização, pois poderá avaliar a melhor alternativa e obter as melhores taxas de juros. Empréstimos de última hora são caros e trazem problemas de liquidez para a empresa no futuro.

Portanto, planejamento e controle são essenciais para se obter um bom resultado. Avaliar o fluxo de caixa semanalmente, comparando o projetado com o realizado, com certeza trará melhores resultados e maior competitividade para o negócio.

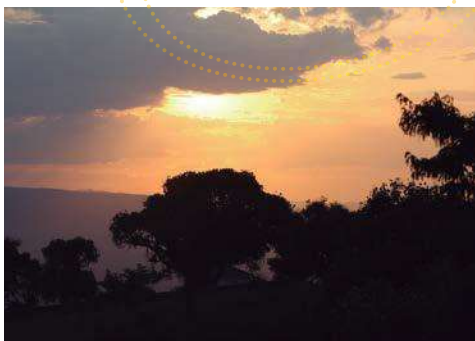


A Informe Fecomércio-PE inicia, nesta edição, a **Série Tesouros de Pernambuco**, que vai destacar alguns destinos preciosos do Estado.

Refúgio no Agreste

por Patrícia França

Serra Negra



Quem passa pela BR-232 na entrada de Bezerros, sentido Agreste pernambucano, nem imagina a riqueza que existe a 10 km do Centro da cidade. Um refúgio onde o turismo ecológico é o grande atrativo. Chamado de Serra Negra, o distrito de Bezerros é bastante procurado pelos amantes das caminhadas, trilhas e esportes de aventura, como rapel e escaladas. Conhecida também como Brejo de Altitude, localizada sobre o Planalto da Borborema, a cidade é dona de uma vista encantadora, com 978 metros de altitude, e tem sua economia baseada no turismo e na gastronomia.

Lá a paisagem fala por si só. Resquícios de mata atlântica e vegetações típicas da caatinga, como gramínea e bromélias, fazem parte do visual encontrado pelos vários turistas que visitam a cidade. A variedade de plantas se mistura com a bela paisagem, formando uma composição harmônica e atraente, lugar onde a poesia já nasce com os moradores, que vivenciam o cotidiano desse lugarejo. Diariamente, o pôr do sol luta contra a cerração, que insiste em aparecer na maior parte do dia. No inverno, a temperatura pode chegar aos 15° com sensação térmica de 10° e muita umidade.

De acordo com o turismólogo e morador da cidade João Bosco, a história de Serra Negra é baseada numa lenda datada da década de 70. “Dizem que nessa região uma família de fazendeiros perdeu uma criança na mata e, por isso, fez uma promessa: se ela fosse achada, seria construída uma capela em homenagem a São José dos Bezerros”, conta Bosco, acrescentando que acharam a criança debaixo de uma árvore e a promessa foi cumprida. “Serra Negra nasceu a partir da construção dessa igreja, a Matriz”, conclui.





O Véio comanda a noite de sábado, lotando a rua da Matriz

De uns anos para cá, o distrito vem passando por mudanças e atraindo mais visitantes com os investimentos recebidos de micros e pequenos empresários. No setor gastronômico, a Bodega de Véio é um exemplo de empreendimento que deu certo. Com sede em Olinda, Região Metropolitana do Recife (RMR), a casa começou de forma tímida. No início, a ideia da filial, criada em 2012 na Praça da Paróquia Matriz de Serra Negra, era atender somente o grande público do período junino, mas o negócio deu tão certo que virou o point das noites de sábado. A casa funciona de sexta a domingo e nas vésperas de feriado.

Durante o dia, o público encontra uma simples mercearia com iguarias da terra à mostra, sendo o carro-chefe os frios. Tudo minimamente anotado num bloquinho pelo Véio. “Servimos queijo do reino, provolone, peperone, azeitona recheada, além de sanduíches”, conta o empresário Edival Hermínio, o famoso Véio, acrescentando que o sanduíche Tostex, feito de queijo do reino na chapa, é o mais pedido. Os preços variam de R\$ 6 a R\$ 7 cada.

Quando o sol se põe, começa o movimento do boteco, onde, mesmo com o frio, a cerveja é servida bem gelada ao som de Zé Baracho, cantor da casa. Entre os nomes da música pernambucana que marcaram presença na filial da bodega, estão Maciel Melo e Josildo Sá. No quesito bebida, o público pode encontrar uma carta de vinhos com 30 rótulos, entre chilenos, portugueses, italianos e brasileiros. Tudo para esquentar o clima. Também são oferecidos café e chocolate quente.

Ainda de acordo com o Véio, Serra Negra era carente de casas que oferecessem diversão noturna. “Sempre vinha a Serra Negra e observava que as pessoas ficavam em casa à noite por falta de lugares para ir. Tentei convencer alguns empresários do setor a investir no segmento, mas não consegui. Foi aí que resolvi abrir a filial da Bodega, que já é um sucesso”, relata.

Dona Maria Ednalva, conhecida como Nalva, é moradora de Serra Negra há 30 anos e há 10 percebeu que os turistas que iam passear ali sentiam a necessidade de restaurantes. “Gosto de cozinhar e aqui sempre foi carente de estabelecimentos. Então resolvi fazer o que gosto e abri o Sabor da Serra”, relata. No restaurante, trabalham apenas familiares e a comida é tipicamente regional. “Servimos bode assado, galinha de capoeira, purê de macaxeira, entre outros pratos da nossa culinária”, conclui. O Sabor da Serra, localizado na Vila São Francisco Xavier, funciona no serviço self-service, onde cada pessoa paga R\$ 15 e se serve à vontade. De segunda a sexta, a casa abre apenas para o almoço, e nos fins de semana, para as três refeições.

Divulgação / Eudes Santana



No local, ainda existem o Bar da Serra e o Canto da Serra, que servem, respectivamente, carne de sol acebolada e cozido pernambucano



Serra Negra



Divulgação / Pref. de Bezerros



Divulgação / Eudes Santana



Cupim na pressão com purê de batata doce

Serra Negra possui cerca de dois mil habitantes e quase 1.500 visitantes mensais. Com isso, há três anos, surgiu o festival gastronômico chamado de Bem Temperado – Sabores da Serra Negra, em que os estabelecimentos participantes criaram pratos especialmente para o evento e que, hoje, foram adicionados ao cardápio da casa.

O projeto entende a gastronomia como cultura e foi dividido em duas etapas: a primeira composta por um curso de capacitação para donos de bares e restaurantes e profissionais do setor, e a segunda, o festival. O intuito do evento foi revelar aos visitantes os sabores dos bares e restaurantes do distrito serrano, destacando o melhor da culinária típica do Agreste.

CULTURA MOVIMENTA A ECONOMIA DA REGIÃO

Um fim de semana é o suficiente para conhecer as belezas de Serra Negra com direito a todo o acervo cultural de que o lugar dispõe. As tradicionais máscaras dos papangus – símbolo do Carnaval de Bezerros – e as comidas tipicamente nordestinas, como arrumadinho e macaxeira com carne de charque, podem ser apreciadas pelos turistas. O tour pode começar pelo polo cultural, onde são encontrados artesanatos de mais de 50 artesões, além do Centro de Informações Turísticas para o caso de dúvidas. No anfiteatro – inaugurado pelo cantor Gilberto Gil – acontecem atrações culturais, como o tradicional São João de Serra Negra, com o verdadeiro forró pé de serra, bandas de pífano e comidas típicas.

Logo ali, bem pertinho, o Mirante Serra Negra convida para uma vista de 1.004 metros de altitude, uma mistura de cores e sensações que faz do lugar único e marcante. Mas, quando o passeio pede uma pitada de adrenalina, é hora de desligar os celulares e escolher qual trilha fazer. A Caverna do Deda, a Reserva de Mata Atlântica Vertente e o Parque Ecológico são as opções de passeio. Cada caminho dura, em média, quatro horas e custa R\$ 75 por pessoa, incluindo o almoço, o acompanhamento do guia e o transporte até a metade do caminho, que é feito em um pau de arara.

De acordo com o presidente da Laurentur Receptivo, Iranir Laurentino, os passeios acontecem das 8 horas da manhã até o meio-dia, mas também podem ser feitos à noite. “Se o cliente quiser passear no período noturno, deve ser feito um agendamento prévio”, comenta, acrescentando que a trilha mais escolhida é a do Parque Ecológico.

No parque, alguns dos atrativos são o Mirante da Carambola (pedra em formato da fruta carambola), o Mirante da Escada (com 860 metros de altitude e uma vista para a caatinga), a Porta do Vento (onde são encontrados os líquens que, de acordo com os biólogos, aparecem na coloração rosada e são o último identificador de ar puro, porque só sobrevivem se houver ar puro no local), a Pedra Cortada (possui a formação rochosa em forma de onda, que foi lapidada pela erosão) e a Gruta do Amor (um afloramento rochoso cujo deslocamento formou uma gruta). Vale a pena dar uma parada para apreciar a vista e também para tirar foto.

O Pau Santo Casamenteiro é outra atração do parque, onde as mulheres costumam gastar mais tempo. “A tradição da árvore é dar três voltinhas do lado direito, abraçar, beijar e pedir para casar”, conta o guia João Bosco. “O Pau Casamenteiro é tradicional em Serra Negra. Pelo que vemos aqui, as mulheres que fazem o ritual casam com seis meses. Pode contar”, brinca João.

SETOR DE HOTELARIA ACOMPANHA O CRESCIMENTO ECONÔMICO

Em relação à hospedagem, a cidade dispõe de chalés, pousadas e áreas para camping. No Sítio da Pedra Solta, referência para quem quer acampar, são oferecidos vários espaços com vistas privilegiadas, com chão de pedra, de terra, coberto por folhas, com sombra ou sol, tudo a depender do gosto dos clientes, garante dona Da Paz, proprietária do estabelecimento junto com o marido, João.

No sítio, que normalmente lota quando há evento na cidade, cabem em média dez barracas na área de camping, onde é cobrada uma diária de R\$ 20 por pessoa. Mas quando o cliente quer um quarto, dona Da Paz dispõe de quatro cômodos, que foram feitos para os filhos e só são alugados quando estão vazios. A diária para o casal sai por R\$ 150 com café da manhã. “Nossa intenção não foi fazer quartos para alugar, mas, como a demanda é grande, aproveitamos para ganhar um dinheirinho extra. O que realmente disponibilizamos é o espaço de camping”, explica.



Simpatia: Seu João e dona Da Paz já são conhecidos dos turistas pela propaganda boca a boca de quem se hospeda lá pela primeira vez



Pousadas do Sítio da Pedra Solta são uma ótima opção de hospedagem barata



Caverna do Deda



Pau Santo Casamenteiro



Gruta do Amor



Prêmio Sebrae
Mulher de
Negócios

Prêmio Sebrae Mulher de Negócios

Há 10 anos, a gente faz histórias de sucesso como a sua inspirarem ainda mais mulheres a serem donas do seu próprio negócio. O Sebrae quer contar a sua história para todo mundo. Participe! Faça a sua inscrição de 8 de março a 31 de julho.

Acesse: mulherdenegocios.sebrae.com.br

Informações: 0800 570 0800

Ganhadoras do prêmio edição 2013 nas categorias:
Microempreendedora Individual, Pequenos Negócios e Produtora Rural.



Regina Célia, ES



Rosângela Melo, RN



Maria de Fátima, PB

Apoio Técnico



Realização



Secretaria de
Políticas para
as Mulheres



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



Literatura para ver, ouvir e viver

Com ações que percorrem todo o Estado durante o ano inteiro, o Sesc Pernambuco se firma como um dos maiores promotores de atividades formativas para leitores e escritores em Pernambuco

por Denise Vilar

No Rio de Janeiro, a Fecomércio divulgou recentemente uma Pesquisa Nacional sobre Hábitos Culturais, que mostrou um aumento de 13 pontos percentuais no número de brasileiros que frequentaram alguma atividade cultural no ano de 2013. Em 2009, 40% da população acima de 16 anos desfrutaram, pelo menos uma vez, de algum hábito de lazer cultural, enquanto no ano passado essa proporção subiu para 53%.

A leitura foi a opção que teve o maior avanço entre as atividades culturais, pois, segundo o levantamento, os brasileiros estão lendo mais. Em 2010, 34% dos entrevistados informaram que leram no mínimo um livro, contra 23% em 2009. O crescimento da prática está relacionado às bienais literárias e também ao avanço dos e-books. A maior expansão ocorreu na população com 60 anos ou mais: de 9% em 2009 para 23% em 2010. No entanto, dois em cada três brasileiros continuam sem o hábito de ler, porém um ano antes essa proporção era ainda maior: três em cada quatro.

Mesmo com o cenário nacional mostrado na pesquisa, o resultado é perceptível em Pernambuco. Além de ações gratuitas, bibliotecas públicas e atividades escolares, quando se trata de comércio, percebemos o crescimento de livrarias na cidade do Recife, por exemplo, que realizam eventos em parceria com editoras, além de sessões de autógrafos criadas pelos próprios autores, que buscam uma aproximação com o público.





II Mostra Sesc de Literatura Contemporânea

“A cada nova ação, fico impressionado com a receptividade do público, com o brilho nos olhos quando está diante de um escritor”

José Manoel Sobrinho

E são nas ações realizadas o ano inteiro, em todos os cantos do Estado, que o Sesc Pernambuco entra como protagonista dessa mudança, com conquistas lentas, porém progressivas, da inserção da literatura no cotidiano das pessoas. Não importa a idade, classe social ou profissão: a literatura em suas diferentes linguagens está lá para ser vivenciada e incorporada à vida de maneira simples e sem a barreira imaginária de ser inalcançável.

“A cada nova ação, fico impressionado com a receptividade do público, com o brilho nos olhos quando está diante de um escritor. Esse profissional ainda é uma figura muito forte perante o leitor

comum, e a boa literatura seduz. Percebo que a literatura tem seu público, mas também posso observar quanto espaço ainda falta a ser preenchido. Todos nós somos leitores, o que muda são as nossas escolhas. Escolher a boa literatura é o desafio maior. O livro ainda é muito caro e o acesso à obra dos escritores brasileiros ainda é muito difícil. O Sesc tem tido um papel muito importante em relação ao acesso. Há muita gente escrevendo boa literatura e há muita gente querendo ler um bom poema, um bom conto, um bom romance. As oportunidades é que são poucas”, explica José Manoel Sobrinho, gerente de cultura do Sesc-PE.

José Manoel considera os eventos do Sesc, do governo do Estado e de outras instituições fundamentais para o surgimento de novos leitores, “porque tudo é uma questão de acesso, de oportunidade e de orientação. O novo leitor necessita ser orientado para escolher de modo mais consciente”, conclui.



Jornada Literária Portal do Sertão

SESC E LITERATURA EM PERNAMBUCO

O Programa de Literatura do Sesc em Pernambuco está alinhado com a proposta do Sesc Nacional, objetivando atuar para a formação de leitores, difusão e promoção das literaturas brasileiras, com foco no Estado. Há vários outros objetivos, como participar do processo de descentralização das experiências artísticas, atuar em todas as cidades, facilitar o acesso, criar redes de troca e intercâmbio. Os corredores culturais aproximam as diferentes literaturas, fazendo com que os leitores conheçam os escritores e vice-versa.

A atuação do Sesc em Pernambuco ocorre nas cidades de Petrolina, Araripina, Trindade, Ipubi, Ouricuri, Bodocó, Granito, Exu, Arcoverde, Buíque, Tupanatinga, Sertânia, Santa Cruz da Baixa Verde, Serra Talhada, Carnaíba, Pesqueira, Sanharó, Tacaimbó, Belo Jardim, São Bento do Una, Garanhuns, São João, São Lourenço da Mata, Surubim, Jaboatão dos Guararapes e Recife, mas há planejamento para atingir mais de 50 municípios com ações regulares, porque, conforme orientação do presidente do Sistema Fecomércio-PE, Josias Albuquerque, a ação da entidade necessita ser continuada, com foco nos processos educativos.



A importância das ações realizadas pelo Sesc é ressaltada pela jornalista e escritora Luce Pereira. “Quando me dizem que o Sesc é o ‘Ministério da Cultura de Pernambuco’, eu rio. Frase certeira, engraçada e carregada de ironia, mas acima de tudo uma prova clara da satisfação com o trabalho desenvolvido. E que trabalho! Participei de quatro jornadas (Jornada Literária Portal do Sertão) e não sei dizer em qual vi maior empenho dos profissionais na luta por aproximar as comunidades da cultura, palavra tão bonita e tão estranha para muitas delas. Nestes lugares, o processo é emocionante: a desconfiança diante do novo logo cede, vai dando lugar à alegria e, por fim, à gratidão”, narra Luce.

A jornalista conta que viu, durante essas andanças, “pessoas muito acalentadas pelas mensagens recebidas – seja via literatura, teatro ou música”. “Davam a impressão de se reconhecer naquilo que absorveram, com os olhos parecendo pedir ‘bis’, o que não deixava dúvida sobre o alcance do trabalho. Assim, depois de cada edição, é impossível não acreditar que haja diminuição da distância entre esta gente e a cultura. Trabalho de formiguinha, mas essencial àquilo a que se propõe”, finaliza a escritora, que deseja vida longa para este esforço transformador.

Na grade de programação, são realizadas a Jornada Literária Portal do Sertão e a Jornada Literária Chapada do Araripe. Os Laboratórios de Autoria Literária Ascenso Ferreira (Recife), Luzinete Laporte (Garanhuns), Marcelino Brígido (Bodocó) e José Rabelo de Vasconcelos (Arcoverde) também realizam ações permanentes. Outros projetos acontecem nas unidades do Sesc, como Clube do Livro (Triunfo), Poesia no Jardim e Ana (Petrolina), Surubim Literário (Surubim), Poetas Daqui (Buíque), Mostra Literatura e Oralidades e Mostra de Literatura Contemporânea (ambas no Recife).

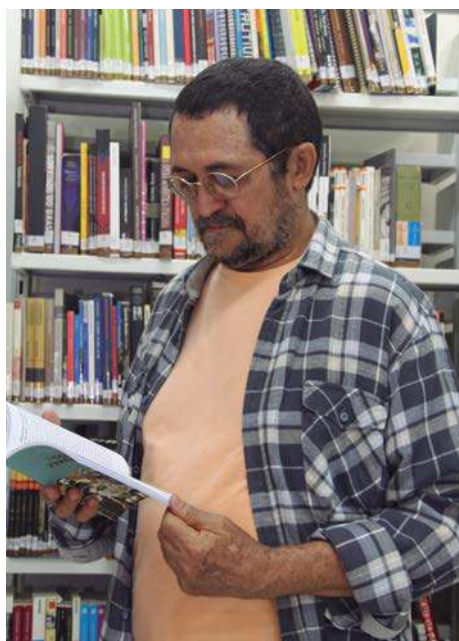
“Observamos que o público tem sido crescente e que para se gostar de literatura não existe idade certa, basta gostar de ouvir, narrar ou escrever histórias ou declamar, ouvir e escrever poesias”

José Manoel Sobrinho

Em bate-papo, a revista Informe Fecomércio-PE conversou com o escritor Pedro Américo de Farias, natural de Ouricuri-PE. Licenciado em letras e pós-graduado em educação de adultos, Pedro tem diversos trabalhos publicados e participa de várias ações formativas de literatura promovidas pelo Sesc Pernambuco.

REVISTA INFORME FECOMÉRCIO-PE
| Como a literatura entrou na sua vida?

PEDRO AMÉRICO DE FARIAS | Acho que a gente foi se vendo, flertando, como amor à primeira vista, mas sem perceber que era coisa séria. Ela foi se chegando e acabamos nos abraçando e aí não nos apartamos mais. Começou na infância, eu um menino nascido numa família de 14 irmãos, sendo o único que se bandeou para o lado da leitura sistemática de livros (textos teóricos, contos, novelas, romances, poesia), enfim, essa perdição toda que é fruto de uma entrega, na qual a pessoa só tem uma saída: entrar. Entrar de vez e chegar com ela (a leitura e a criação literária) até o fim da vida.



“Os mais diversos segmentos da produção literária dialogam com os mais diferentes tipos de público”

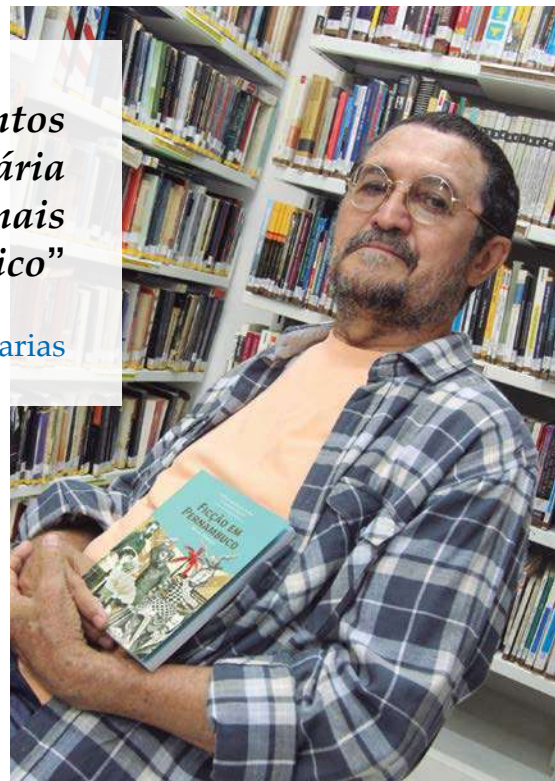
Pedro Américo de Farias

Em sua opinião, qual a importância das ações literárias que o Sesc promove por todo o Estado para a formação de novos leitores?

Sonho com um tempo – talvez irrereal – em que a arte, não apenas a literatura, seja veiculada nas grandes mídias, como é o esporte, sobretudo o futebol. Mas, enquanto esse tempo não chega, valorizo muito o trabalho que o Sesc vem fazendo no Estado de Pernambuco, levando a muitas comunidades do entorno das unidades da instituição espalhadas pelas regiões do Agreste e do Sertão ações de divulgação do texto literário e dos respectivos autores, em contatos abertos com debates, recitais, leituras de contos, teatralização. Os mais diversos segmentos da produção literária dialogam com os mais diferentes tipos de público, desmistificando a ideia de que literatura é algo inalcançável, desmontando preconceitos e revelando a criação literária através de conceitos acessíveis a todas as pessoas. Mesmo assim, se faz necessário que o Sesc invista ainda mais nas atividades de formação, dando especial atenção à leitura crítica, que contemple a pesquisa das linguagens.

Nos eventos em que você participou, qual o sentimento do público ao ter contato com o universo literário em suas diferentes formas e linguagens?

A sensação que tenho, sempre que interajo com o público, jovem ou adulto, é de que há uma relação que, primeiramente, revela surpresa (pode-se dizer, em algum momento, estranhamento) da parte desses segmentos, muitos dos quais mantêm o primeiro contato com escritores e com o texto literário; depois,



revela um conagraçamento pleno de alegria por eles se sentirem parte de uma realidade em que as histórias, narrativas ou poemas lhes pertencem como coautores, atores personagens, como se pudessem concluir: se literatura é isso, eu também faço parte dela, ela também é nossa.

Como e quando você se descobriu escritor?

Eu tinha 20 ou 21 anos quando comecei a escrever e fiz o primeiro livro, uma plaquetinha sem título e, hoje, sem maior valor literário, segundo minha própria ótica.

Qual a importância da escola na formação literária e como os jovens podem desenvolver seu talento desde cedo?

Penso que todo o sistema escolar deveria ser aparelhado de forma a estimular o jovem a experimentar os mais diversos tipos de profissão. A literatura não precisa ter tratamento diferente do que se pode dar ao que abraça a matemática ou a biologia. Uma vez descoberta a vocação, melhor seria dizer, o desejo de dedicação à literatura, a escola faria o acompanhamento dessa escolha oferecendo as condições essenciais ao seu desenvolvimento.



CURTINDO A “BOA IDADE”

Expectativa de vida
dos idosos cresce
no Brasil, gerando
milhões em negócios

por Patrícia França

Eles chegaram à terceira idade, mas são ativos, se preocupam com a saúde, querem se divertir, viajar, consumir e movimentam milhões na economia. E o mercado está de olho neles. De Norte a Sul, o Brasil está repleto de histórias de idosos que têm uma vida dinâmica, geram negócios e, segundo as estatísticas, deverão movimentar ainda mais números nos próximos anos.

Para alguns, ter vida social e autonomia, além de reconstruir a autoestima, está entre os principais desafios. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgados em 2012, a expectativa de vida dos brasileiros é de 74,6 anos para ambos os sexos, um acréscimo de cinco meses e 12 dias em relação ao tempo estimado para o ano de 2011 (74,1 anos). Para a população masculina, o aumento foi de quatro meses e dez dias, passando de 70,6 para 71,0 anos. Para as mulheres, o ganho foi maior: em 2011, a esperança de vida ao nascer era de 77,7 anos, elevando-se para 78,3 anos em 2012, seis meses e 25 dias a mais.



“Temos ainda o curso Saúde Sem Idade, que aborda o cuidado tanto com a criança, quanto com o idoso, levando os alunos a atividades extraclasse junto à comunidade, como creches, abrigos, igrejas”

Graça Maceira

Esse crescimento da população idosa abre as portas para ofertas de serviços e negócios voltados para a chamada “boa idade”. São cursos, atividades de lazer, turismo, produtos e até profissionais especializados para tratar deles. “Montamos um curso de cuidadores específico para atender a essa demanda do mercado”, explica **Graça Maceira**, professora do Senac Pernambuco. Na capacitação, que começará em junho,

os alunos vão aprender legislação da saúde e proteção ao idoso, processo de envelhecimento e humanização na assistência, como lidar com os primeiros socorros, doenças mais comuns, prevenção a riscos, cuidados com a alimentação e administração de medicamentos.

“O curso vai capacitar as pessoas para cuidar do idoso nos aspectos físico, psicológico e familiar”, complementa

a professora. Para participar, o candidato deve ter idade acima de 18 anos e comprovar a conclusão do ensino fundamental. A duração é de quatro meses. “Temos ainda o curso Saúde sem Idade, que aborda o cuidado tanto com a criança quanto com o idoso, levando os alunos a realizar atividades extraclasse na comunidade, como creches, abrigos e igrejas. Mesmo com todo o avanço tecnológico que favorece o aumento da perspectiva de vida, vivencia-se hoje na sociedade um crescente aumento da violência intrafamiliar e social contra os idosos”, comenta.

ARTE COMO ALIADA

Teresinha Guedes, de 82 anos, descobriu aos 58 uma paixão: o teatro. O encontro aconteceu em uma das atividades do programa Trabalho Social com Idosos (TSI), oferecido pelo Serviço Social do Comércio (Sesc). Teresinha frequenta o grupo há 24 anos e vê no teatro seu melhor amigo para se distrair e melhorar a qualidade de vida. “Sempre procuro um tempinho para participar das reuniões, que são bem movimentadas. É um momento que enriquece muito o nosso convívio, nossa amizade. Eu gosto muito da vida”, comenta. “O projeto tira os idosos das cadeiras de balanço e dos crochês”, brinca.





“O Sesc quer, através das atividades desenvolvidas no programa, que o idoso entenda as mudanças normais da sua idade, mas não se acomode, além de buscar um novo tempo para viver valorizando sua experiência de vida”

Silvia Cavadinha

Na área de sustentabilidade, Maria de Lourdes dos Santos, de 75 anos, é um exemplo de dedicação. Aos domingos, ela realiza um trabalho de conscientização sobre a importância de reciclar o lixo, no Sesc Piedade, onde é voluntária há 11 anos. Para ela, manter-se ativa é essencial para uma vida saudável. “Trabalhar o corpo e a mente faz bem para a saúde e favorece a longevidade”, comenta dona Lourdes. “Procurei fazer no grupo o que eu não fazia antes dos 60 anos. Comecei a praticar atividades físicas, a dançar quadrilha, ciranda e maracatu”, conta. Além do voluntariado, ela costuma se unir a outros idosos para ensinar aos garis, na praia, a coleta seletiva. Nas horas vagas, a pescaria é sua melhor diversão.

De acordo com a diretora da divisão de atividades sociais do Sesc Pernambuco, **Silvia Cavadinha**, há 50 anos a instituição vem prestando serviços para os idosos com o TSI, e a unidade de Casa Amarela foi a primeira a receber o programa em Pernambuco. “O Sesc quer, através das atividades desenvolvidas no programa, que o idoso entenda as

mudanças normais da sua idade, mas não se acomode, além de buscar um novo tempo para viver, valorizando sua experiência de vida”, explica. “Também são oferecidos projetos intergeracionais, ou seja, convívio com crianças e adolescentes”, acrescenta.

Ainda segundo Silvia, hoje são 15 grupos de convivência do Sesc espalhados pelo Estado, o que totaliza uma média de 2.100 inscritos. As reuniões ocorrem uma vez por semana, quando são decididos os temas trabalhados nos encontros seguintes. Tudo acompanhado por profissionais capacitados na área social. Solidariedade, saúde, memorização e Estatuto do Idoso são alguns dos assuntos mais debatidos durante as dinâmicas de grupo.





QUANDO A DANÇA VIRA TERAPIA

Alegre, disposta e cheia de saúde, Irani Barbosa tem 57 anos e acredita que a vida pode ficar melhor quando se alcança a 'boa idade'. Médica por formação e dona de casa por opção, Irani tem a vida marcada por grandes perdas que foram superadas quando ela conheceu a dança. "Resolvi sair pra dançar e conhecer os bailes do Recife. A dança me completa e preenche o vazio", conta. Nas horas vagas, ela costuma fazer caminhadas, ir para academia e fazer compras.

E para atender a essa demanda crescente, casas de shows no Recife têm criado programações específicas para os chamados 'pés de valsa' da terceira idade. Com direito, inclusive, a profissionais da dança que vão, exclusivamente, para animar a festa e não deixar ninguém parado. Essa tendência vem conquistando um público fiel que não abre mão de se divertir com qualidade. Em Boa Viagem, há oito anos, a Salla de Dançar tornou-se o point das quintas-feiras, das 16h30 às 23h30. São, em média, 250 pessoas que vão conferir os shows de Vilma Araújo e Orquestra Brilhante.

De acordo com o empresário José Paulo, conhecido como Lulu Kareta, o mercado de serviços para a terceira idade vem crescendo nos últimos anos e é visto como lucrativo. "Larguei minhas atividades com a música para trabalhar pra esse público. Além de ser prazeroso, não precisamos de muito investimento. Idoso não bebe para brigar, bebe para se divertir. Até coloquei um cartaz na parede que diz que em caso de confusão, encaminhar para a delegacia do idoso", brinca.

Quando o assunto é 'gastar as solas dos sapatos', o dançarino Marcos Leite não deixa a desejar. Aposentado, de 64 anos, ele tem a dança como o seu principal hobby, além da pescaria durante o dia. Desde que a Salla de Dançar abriu, que ele não perde uma quinta-feira. "É um divertimento fazer senhoras da minha idade voltar a ser jovens. A dança é uma terapia e proporciona o bem-estar", comenta.

Por cada noite, Marcos cobra R\$ 100, por mesa. Segundo ele, dá pra atender até duas mesas com quatro pessoas. "Se tiver duas senhoras ou quatro o valor permanece o mesmo. Basta me pagar a diária e a água mineral que a diversão está garantida até a festa acabar", diz. Além da Salla de Dançar, ele marca presença no Clube das Pás, no Clube da Sudene e no Longe de Casa.

“Costumo sair todas as semanas e sempre ligo para o Eros. Investir na produção com direito a salão e roupa nova e não ter com quem dançar não dá”

Maria Emília Santana





“*Já trabalhei com pagode e brega, mas a violência era muito grande e o gasto com seguranças também. Eu tive uma casa de shows, mas a experiência não foi boa. A partir daí, tudo que planejei foi por água abaixo e eu resolvi trabalhar para um público de mais idade”*

Edvaldo Martins

Assim como Marcos, o jovem **Eros Lima** de 31 anos, se autointitula como Personal Dancer. Segundo ele, é necessário fazer um agendamento prévio para garantir a diversão durante o baile. Ele cobra entre R\$ 120 e R\$ 200, por 4h de diversão. Estudante universitário do curso de administração de empresas, Eros tem o gingado nos pés e conquista a preferência de muitas senhoras. “Costumo sair todas as semanas e sempre ligo para o Eros. Investir na produção com direito a salão e roupa nova e não ter com quem dançar não dá”, brinca **Maria Emília Santana**, de 67 anos, cliente fiel do Personal Dancer. Aposentada, Dona Emília optou por continuar trabalhando e montou um salão de beleza, onde, segundo ela, é ótimo para passar o tempo. “Comigo não tem lugar

certo. Frequento os bailes da Sudene, Clube das Pás e Akropoles”, conclui.

Outro empresário do ramo, **Edvaldo Martins** conhecido como Supimpa, resolveu investir nesse segmento da terceira idade há 16 anos, mas há 36 trabalha com festas. “Já trabalhei com pagode e brega, mas a violência era muito grande e o gasto com seguranças também. Eu tive uma casa de shows, mas a experiência não foi boa. A partir daí, tudo que planejei foi por água abaixo e eu resolvi trabalhar para um público de mais idade”, conta.

Hoje, Supimpa é um dos responsáveis por organizar os bailes no Clube das Pás, na Zona Norte do Recife, conhecida pela tradição há 126 anos. Nas Pás, os homens viram artigo de luxo. Dentro desse cenário, G. Moraes, de 60 anos, não para de dançar um minuto e se revela uma pessoa ativa. “Meu dia é livre, vou à praia, pratico esportes e danço muito. Frequento há 10 anos as festas organizadas por Supimpa”, comenta.

TRATAMENTO PELO ESPORTE

Quando o assunto é esporte, **Dona Maria das Dores**, de 65 anos, conhecida como Dora, coloca muito jovem no bolso. Fã da natação desde pequena, seu maior orgulho são as medalhas que coleciona de campeonatos estaduais, nacionais e sulamericanos, que totalizam mais de 500. Além disso, ela carrega o título de 5ª colocada entre as 10 melhores do país. “Nadar é vida, saúde e lazer. Saio todos os dias para caminhar e passear na cidade, porque com isso estou adquirindo saúde”, relata. Em 2011, ela participou do nado sincronizado no Rio de Janeiro que foi transmitido para o mundo.

Assim como Dona Dora, muitos outros idosos procuram a natação como lazer ou por recomendação médica. Com isso, as academias têm investido na capacitação de seus profissionais e criado pacotes especiais voltados para este público. “As pessoas com mais idade quando procuram as nossas aulas de natação e hidroginástica, normalmente, vêm com uma recomendação médica, o que acaba garantindo sua permanência e fazendo do negócio um mercado mais lucrativo”, garante o empresário e professor de educação física Roberto Burkhardt, da Aquavida, localizada em Piedade, Jaboatão dos Guararapes. Há 37 anos, a casa oferece natação, hidroginástica e musculação e de uns anos pra cá tem investido nesse segmento.

Para Roberto, a natação é um dos esportes de maior qualificação por ter uma atuação privilegiada nos trabalhos cardiorespiratórios. “Na Aquavida, os exercícios são feitos em condições especiais, facilitando os movimentos. Na medida do possível procuramos unir pessoas da mesma idade para garantir a integração dos alunos. Cada exercício é específico”, conclui.



“Nadar é vida, saúde e lazer. Saio todos os dias para caminhar e passear na cidade, porque com isso estou adquirindo saúde”

Maria das Dores



Alessandro Rodrigues
Ouvidor do Senac-PE e da Faculdade Senac-PE
alessandro@pe.senac.br



Um ano de escuta

No final do mês de abril, foi concluído o ciclo de um ano de vida da Ouvidoria do Senac. Desde maio de 2013, o Senac Pernambuco colocou à disposição da sociedade pernambucana um canal permanente de comunicação de segunda instância, com a finalidade de aprimorar cada vez mais os seus serviços de acordo com as necessidades de seus clientes, colaboradores, fornecedores e público externo, através de suas manifestações devidamente formalizadas.

Ao longo do ano, a Ouvidoria passou por um processo natural de implantação e sedimentação, quebrando alguns paradigmas equivocados, onde naturalmente alguns tinham, ou ainda tem, o conceito de que se tratava de um setor fiscalizador, “dedo duro”, como também, “reclamadoria” ou balcão de informações.

A cada dia vem se consolidando ainda mais o conceito de que a Ouvidoria do Senac é uma ferramenta de gestão munida de informações precisas e preciosas e que tem a função de intermediar a relação entre o público interno e externo junto à alta administração da Instituição, resguardando direitos, prevenindo e mediando conflitos, buscando soluções que atendam de modo satisfatório as partes envolvidas e obedeçam aos princípios constitucionais, legislação de regência, pareceres dos

órgãos de controle e o regimento interno da Instituição.

A Ouvidoria aplica uma visão mais difundida e abrangente sobre as demandas analisadas, apesar das demandas serem originadas de um fato concreto e envolver pessoas e/ou setores específicos. A Ouvidoria sempre irá averiguar onde potencialmente poderá ou estará ocorrendo uma situação análoga que merece uma atuação preventiva ou iminente com a finalidade objetiva de eliminar as condições favoráveis à continuidade ou à disseminação dos problemas identificados ou potenciais.

Nesse início de vida, a Ouvidoria recebeu diversas manifestações classificadas como reclamações, sugestões e elogios, com maior participação do público externo e uma tímida colaboração do público interno. Todos os processos foram devidamente analisados e respondidos em tempo hábil, respeitando o sigilo das identificações dos manifestantes quando solicitado.

A Ouvidoria vem atuando intensamente em demandas que abarcaram desde questões simples sobre a falta de estacionamento, como em questões relevantes onde podemos destacar o caso que envolveu a utilização indevida do nome da Instituição por pessoas não autorizadas com o objetivo

único de lesar e ludibriar pessoas carentes interessadas em cursos de capacitação gratuitos. Destacamos que, nesta demanda, a Ouvidoria agiu de forma criteriosa e enérgica, contando com o apoio dos demais setores administrativos do Senac, das autoridades policiais e da imprensa pernambucana.

É certo que as respostas nem sempre foram aquelas que os manifestantes almejavam receber, no entanto, o objetivo da Ouvidoria consiste em ouvir o pleito e atender o manifestante com imparcialidade, disponibilidade e da melhor forma possível, com a finalidade de buscar junto aos setores demandados a solução viável, seja para o problema ou sugestão apresentada ou mesmo para repassar o elogio declarado, mas nem toda demanda é procedente. Independentemente, as respostas da Ouvidoria foram e deverão ser pautadas na ética e no direito positivo, visando à mediação do conflito com o esclarecimento dos direitos e deveres dos envolvidos.

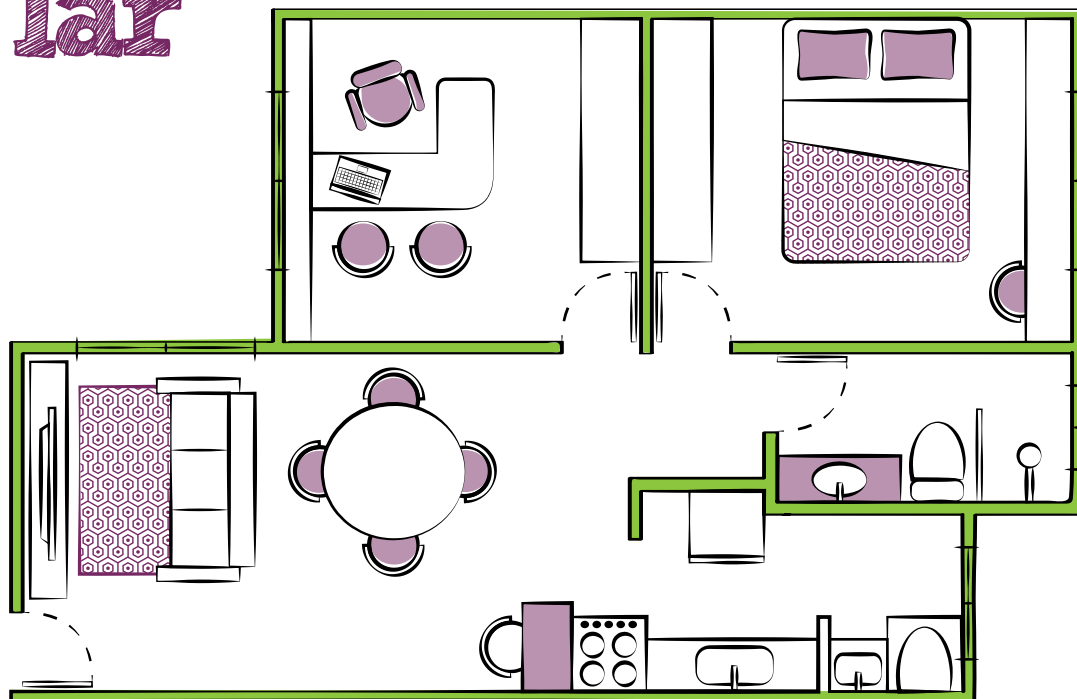
A conquista da confiança e da credibilidade do público interno e externo, como também, a redução dos conflitos fazem parte do processo de maturação e da conscientização do conceito da Ouvidoria. Enquanto isso, a Ouvidoria continuará a quebrar paradigmas em busca da excelência do atendimento e da prestação do serviço, inerentes ao conceito e missão do Senac Pernambuco.

No aconchego do lar, doce lar

Conference
Call às 9h

Fazer
compras

Ligar para
cliente



Obter mais qualidade de vida, ter maior produtividade e reduzir custos são alguns dos motivos que estão levando profissionais e empresas a optar pelo trabalho *home office*.

A prática cresce cada vez mais no país e, ao mesmo tempo, impulsiona novos negócios que investem na coletividade.

por Lindalva Coelho

Trabalhar no conforto da casa, sem precisar enfrentar o trânsito diário ou os problemas da contemporaneidade, como longos percursos, já é uma realidade para muitos brasileiros. De acordo com o Top Employers Institute, organização que certifica práticas de recursos humanos em todo o mundo, 15% das empresas brasileiras implantaram a modalidade *home office* para os seus colaboradores somente no primeiro trimestre deste ano. O percentual é o dobro do ano passado, quando o número era de 6%, e comprova que o estilo vem ganhando cada vez mais adeptos e mais espaço dentro das empresas.

Obter mais qualidade de vida, ter maior produtividade ou reduzir custos. Os motivos para esse crescimento são muitos, incluindo até o desenvolvimento da tecnologia da comunicação. Na lista de fatores que contribuem para a disseminação dessa prática, especialistas defendem que o *home office* possibilita reduzir o uso ocioso do espaço físico da empresa. Afinal, das 8.640 horas do ano, apenas 40% delas são usadas com os profissionais dentro da empresa, os outros 60% representam fins de semana e feriados, além de horas noturnas. Contudo, entre as vantagens, alcançar melhor qualidade de vida está no topo do pódio.

“Nos dias de semana, recebo pessoas da equipe, faço reuniões e todo o planejamento do trabalho em minha residência”

Vanessa Lins

Foi com essa ideia que o web designer e analista de mídias sociais Chrystian Wanderley decidiu mudar a forma de trabalhar. Para ter maior disponibilidade de horário e aproveitar o crescimento das ferramentas de internet, como redes sociais e marketing digital, ele começou a realizar as atividades em casa e não precisou fazer um investimento alto para isso. “Apenas uma boa máquina para suportar os programas de edição de fotos, vídeos e design”, informa. Segundo o designer, o controle e o aproveitamento dos horários são as principais vantagens de estar em casa, mas a instabilidade e os riscos financeiros podem interferir e são pontos negativos. Quanto à disciplina, ele diz que não tem uma rotina fixa. “Na verdade, eu não tenho uma regra, vou sempre fazendo as obrigações que foram acordadas com os clientes”, diz. Além disso, ele aproveita o trabalho para pesquisar novos conteúdos e se atualizar sobre novas tecnologias que possam ser aplicadas para melhorar o serviço.

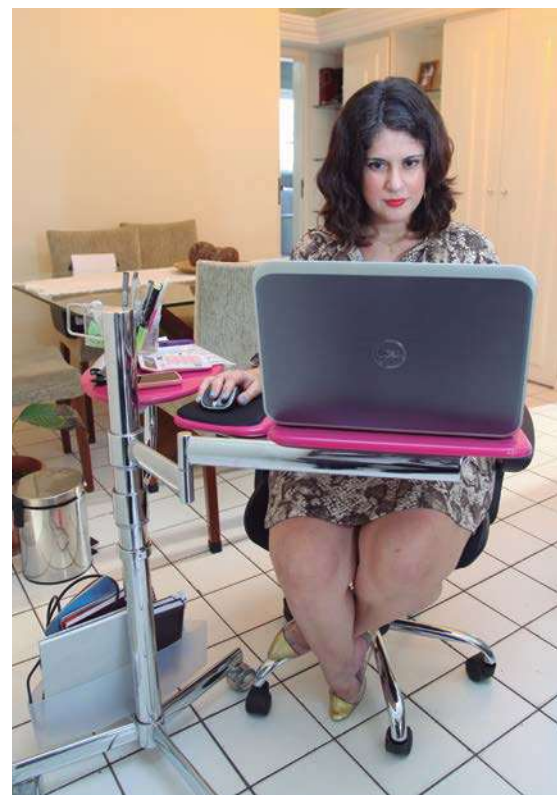
Comodidade é um dos pontos altos de estar em casa para a relações-públicas **Vanessa Lins**. Ela começou a trabalhar em *home office* há dois anos e conta que o formato a ajuda a ter mais acesso à informação e mais contato com livros

e materiais de apoio. “A comodidade de ter uma gama de informações sobre o tema do meu negócio, o marketing digital, ao meu alcance, o aparato tecnológico e a velocidade de conexão que preciso são fatores decisivos”, conta. Depois de um ano, Vanessa abriu junto com uma sócia a Realce Promove, empresa especializada em marketing digital. Com 12 clientes, de perfis diversos, nos segmentos de moda, imobiliária, estética, entre outros, ela faz toda a parte de planejamento, orientação, prospecção e curadoria, contando com o trabalho de mais duas pessoas para executar as tarefas. Tudo é feito em *home office*. A comunicação entre as profissionais é realizada on-line, pelas redes e pelo WhatsApp, mas também são feitas reuniões presenciais.

Vanessa fez intervenções em casa para “acomodar” a empresa: comprou uma mesa de trabalho e estabeleceu algumas prioridades. “Nos dias de semana, recebo pessoas da equipe, faço reuniões e todo o planejamento do trabalho em minha residência. Nesse caso, a organização dos móveis da sala, as visitas, a rotina de empregados e de telefonemas são voltados para esse fim”, diz. As mudanças são recompensadas com um grande benefício para a empresária: ela pode acompanhar de perto a educação e a rotina da filha.

Outro aspecto que Vanessa faz questão de manter é a disciplina. “O meu dia tem horários estabelecidos para os serviços internos e externos. Tenho a disciplina de começar e terminar o trabalho dentro de um tempo previamente planejado. É fundamental ter essa organização quando se trabalha em casa, para que não se perca o foco com assuntos domésticos”, completa.

Vanessa Lins já trabalha em casa há dois anos, atuando na área de marketing digital





SUPORTE

O *home office* não é novidade, afinal muitas profissões já são exercidas a partir de casa, e isso é bastante praticado em outros países há algum tempo. Apesar de ter crescido muito no mercado de trabalho, montar uma infraestrutura em casa é um dos empecilhos aos planos de quem pretende tirar do papel a ideia. A falta de espaço adequado e de tranquilidade pode ser um dos percalços.

Pensando em facilitar esta questão, a empresária Maria de Lourdes Lucena abriu, há quase 15 anos, o Espaço Macambira, um edifício de três pisos na Rua da Aurora, na área central do Recife. O local funciona para atender autônomos e pequenas empresas e tem sala de reunião, sala de treinamento e 18 salas executivas, que variam de 15 a 150 metros quadrados. A proposta é oferecer ao público um ambiente específico para uma reunião ou trabalhos rápidos, tudo num ambiente funcional. “Atendemos uma clientela bem diversa de advogados, representantes comerciais e até médicos”, diz Maria de Lourdes. O menor plano de locação é o de duas horas. O Espaço Macambira também oferece o serviço de endereço fiscal para o recebimento de correspondências e documentos.

No mesmo sentido de coletividade, o designer e produtor cultural **Ticiano Arraes** decidiu tomar o caminho inverso e voltou a trabalhar fora de casa depois de dez anos. Adepto do *home office* no início da vida profissional por causa do custo-benefício, com o tempo, percebeu que, mesmo tendo contato com muitas pessoas, não havia uma troca de ideias e interação efetiva. Depois de morar em Londres e conhecer espaços de uso coletivo, voltou para o Recife e passou dois anos procurando um espaço ideal para montar algo com um perfil diferenciado. Em 2013, nascia o Orbe Coworking, localizado no coração do Centro do Recife, na Av. Dantas Barreto, no Edifício Pernambuco. “Um espaço amplo, aberto e compartilhado que conecta as pessoas”, define.

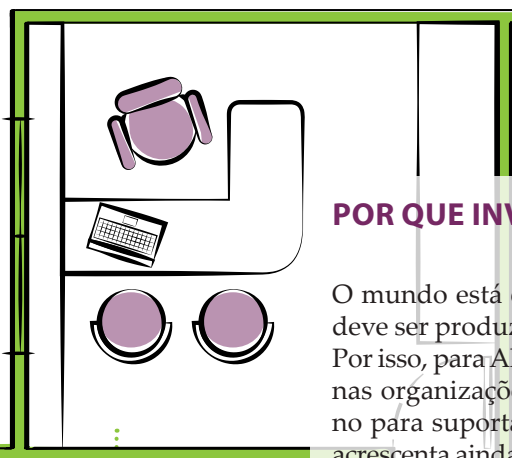


“Um espaço amplo, aberto e compartilhado que conecta as pessoas”

Ticiano Arraes

O local, com visual arrojado e identidade com a “cara do Recife”, de acordo com Ticiano, oferece salão com capacidade para abrigar até 40 pessoas trabalhando na mesma área, sala de reunião e de espera, banheiro e copa, além de impressora, scanner, copiadora e armários para locação. “É só trazer o laptop”, diz Ticiano, que é um dos sócios do empreendimento. O cliente também tem direito a café expresso gratuito. O menor pacote é o de oito horas de uso, que podem ser divididas de acordo com as necessidades do cliente e valem pelo período de 30 dias. Segundo o empresário, o Orbe acaba sendo uma solução mais econômica para quem está começando a carreira ou para quem não pode ter despesas onerosas. Entre os frequentadores, estão profissionais de diversos segmentos. Para animar o fim de semana e promover ainda mais interação, serão realizados *happy hours* todas as sextas com a participação de convidados para um debate ou troca de experiências sobre temas de interesse comum. Direito, tecnologia e economia criativa são alguns deles.

Além do Orbe Coworking, no local funciona o Espaço Coletivo, ação de Ticiano em conjunto com mais quatro profissionais, que trabalham de forma independente, com CNPJs individuais, ocupando um mesmo espaço físico. A iniciativa é uma maneira de cada um fazer suas atividades e dividir as despesas.



POR QUE INVESTIR NO HOME OFFICE?

O mundo está exigindo novas formas de trabalho, tudo deve ser produzido com rapidez, qualidade e diferencial. Por isso, para Alexandra Pontes, especialista em psicologia nas organizações, a casa se tornou “um local mais ameno para suportar o estresse do dia a dia”. A especialista acrescenta ainda que as empresas estão investindo em *home office* porque “a preocupação com a alimentação saudável em vez de *fast-food*, a redução de estresse e os cuidados com o colaborador passam a ser diferenciais e uma forma de reter talentos na empresa”. Ainda de acordo com Alexandra, há momentos mais indicados para se investir nesse estilo de trabalho. São eles: quando houver necessidade de criação de produto ou serviço; planejamento de algum projeto inovador; reflexão sobre alguma atividade nova para facilitar o trabalho da empresa ou dos colaboradores. A profissional dá algumas dicas para quem pensa em começar a trabalhar no estilo *home office*:

Para a empresa

- ✓ Estar sempre “perto” acompanhando o trabalho, solicitando relatórios diários e entrando em contato para saber se está tudo bem;
- ✓ Estimular essa nova cultura entre os colaboradores e gestores;
- ✓ Apresentar vantagens e desvantagens dessa prática de trabalho.

Para o profissional

- ✓ Fazer um planejamento do trabalho diário;
- ✓ **Ter disciplina para cumprir o planejamento;**
- ✓ Escolher um local tranquilo e onde se sinta bem;
- ✓ **Ter cuidado para não confundir vida pessoal com o trabalho (não sair do foco);**
- ✓ Ter material de trabalho acessível e com boa qualidade de funcionamento (computador, impressora e acesso à internet, três peças fundamentais para o trabalho hoje);
- ✓ **Organizar o material e o local de trabalho, assim como ter em mente quais são as prioridades do dia.**



Direito Individual e Coletivo do Trabalho

Direito Processual Civil

Relações de Consumo

Contratos

Licitações



Av. Agamenon Magalhães, 2764 - Sala 603
Empresarial Antônio de Albuquerque Galvão
Espinheiro - Recife-PE - CEP: 52020-000
Fone/Fax: (81) 3221-0612 / 3221-0798
E-mail: almeidaadv@hoilink.com.br / almeidajaq@hotmail.com

Prevenir perdas é gerar lucro

Contribuir na definição de estratégias e implantar ações de prevenção e correção de perdas dentro das empresas são algumas das funções do técnico em prevenção de perdas, novo profissional que tem papel fundamental, principalmente, no comércio.

por Lindalva Coelho



“É uma satisfação ser uma técnica em prevenção em perdas formada pelo Senac no primeiro curso oferecido no país, pois tenho mercado para trabalhar e colocar em prática meus conhecimentos”

Denize Morais

Aos 29 anos, **Denize Morais** é ex-aluna do curso técnico de prevenção de perdas promovido pelo Senac e já está no mercado de trabalho. Há três meses, ela trabalha no centro de distribuição de uma rede de supermercados do Estado, sendo responsável por acompanhar o recebimento e a entrega de mercadorias e a expedição de produtos para as lojas, sempre verificando o prazo de validade e as possíveis avarias.

Ela faz parte de um nicho de trabalho que vem se especializando nos últimos anos e que tem um vasto campo a crescer. Hoje a prevenção de perdas é vista como parte importante da gestão organizacional, uma vez que oferece condições para a tomada de decisões estratégicas mais acertadas. E uma das principais áreas de atuação deste profissional é o comércio. “O profissional de prevenção de perdas é peça fundamental na organização empresarial, como chave na análise dos dados e na otimização de resultados”, explica a diretora de desenvolvimento educacional do Senac, **Ana Morais**.

“O profissional de prevenção de perdas é peça fundamental na organização empresarial, como chave na análise dos dados e na otimização de resultados”

Ana Morais



Segundo ela, as perdas costumam acompanhar proporcionalmente o crescimento das vendas e, com as margens comerciais cada vez mais reduzidas, qualquer percentual de perda pode significar a diferença entre lucro e prejuízo. Para o executivo de prevenção de perdas Ivan Moreira, que foi instrutor do curso no Senac, o profissional formado na área tem um papel de gestor de lucratividade. “E não somente no segmento de varejo (supermercados), mas também em lojas de departamentos, home centers e indústrias”, completa. Para ele, o desafio deste profissional é estar preparado para transformar resultados negativos em positivos, contribuindo para o alcance das metas e para o crescimento das empresas. Assim, o trabalho do agente de prevenção de perdas ajuda a definir estratégias e implantar ações de natureza preventiva e corretiva dentro das empresas.

PIONEIRO

O Senac foi pioneiro no país na criação, em 2012, do primeiro curso técnico de prevenção de perdas, impulsionado pela falta de profissionais especializados no mercado. A capacitação tem conteúdo programático dividido em três módulos e o aluno recebe duas certificações: a de fiscal de prevenção de perdas, ao final do segundo módulo, e a de técnico em prevenção de perdas, ao término do curso.

“A organização dos conteúdos privilegia o estudo contextualizado, agregando competências relacionadas às novas tecnologias, trabalho em equipe e autonomia para enfrentar diferentes situações com criatividade e flexibilidade”, informa Ricardo Santos, coordenador pedagógico do Centro de Tecnologia do Varejo do Senac na época da implantação do curso.

Hoje, avaliando todo esse cenário profissional, Denize faz uma retrospectiva de suas escolhas e tem cada vez mais certeza de que está no caminho certo para o sucesso. “Sinto que tenho um diferencial competitivo. É uma satisfação ser uma técnica em prevenção em perdas formada pelo Senac no primeiro curso oferecido no país, pois tenho mercado para trabalhar e colocar em prática meus conhecimentos. Sem essa oportunidade oferecida pelo Senac, de estudar com uma bolsa de estudos pelo PSG, eu não teria conseguido”, comemora.



COMPRAS PÚBLICAS NA MIRA DE MICROS E PEQUENAS EMPRESAS

Para as micros e pequenas empresas conseguirem mais espaço e vender bens e serviços ao poder público por meio de licitação, a legislação federal ainda precisa ser regulamentada em alguns municípios

por Tony Duda

Os primeiros passos para que micros e pequenas empresas pudessem estreitar um namoro com o serviço público já foram dados, mas o caminho para que esse relacionamento vire um casamento e esse casal possa, de fato, trocar as alianças e realizar negócios de verdade ainda é longo. Isso por causa da regulamentação que muitos municípios ainda precisam fazer de uma legislação federal chamada Lei Complementar nº 123, seja por meio de uma lei aprovada pela Câmara Municipal, seja via decreto municipal do Executivo.

Publicada em 14 de dezembro de 2006, a norma trouxe um tratamento diferenciado e favorecido para micros e pequenas empresas em relação ao fornecimento de produtos e serviços, por meio de licitação, ao serviço público. Principalmente no que se refere à redução da carga tributária, à desburocratização e ao acesso a crédito e mercado.

Mas só permitir que essa negociação esteja prevista no papel não é tudo. De acordo com o gerente da unidade de políticas públicas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Pernambuco (Sebrae-PE), **Leonardo Carolino**, para que essa negociação ocorra, na realidade, e os benefícios cheguem às empresas, é preciso colocar essa legislação em prática.

Para se ter ideia do cenário atual em Pernambuco, dos 185 municípios existentes no Estado, um total de 132 cidades já regulamentou a norma. No entanto, até agora, apenas 37 delas

introduziram, de fato, a legislação. “O desafio é implantar, mas o município tem que querer”, diz Leonardo. Para isso, adianta ele, o Sebrae disponibiliza orientação sobre o assunto, ensinando ao gestor público como contratar as micros e pequenas empresas localmente e, assim, evitar muitas vezes recorrer a outros municípios ou Estados vizinhos para que sejam atendidas suas necessidades de bens e serviços no dia a dia.

Na lista de compras estão itens como material de expediente, itens que compõem a merenda escolar, fardamento para alunos, mobiliário, além da contratação de pequenos serviços, como refeição, manutenção de equipamentos, oficina mecânica, fotografia, chaveiro e cerimonial.

RETORNO

Como resultado, essa negociação acaba beneficiando os dois lados. Afinal de contas, o retorno ocorre não só para as empresas contempladas, mas também para o município, que passa a arrecadar mais tributos, como o Imposto Sobre Serviços (ISS). E fazendo as contas na ponta do lápis, Leonardo avalia que, a cada um real adquirido de uma empresa local, R\$ 0,70 retornam para o município.

Sem falar que essa abertura nas compras coletivas também incentiva e fortalece o empreendedorismo, a formalização de empresas, fomenta a economia local, gera empregos e permite que muitas dessas micros e pequenas empresas possam expandir no mercado. Até porque uma empresa que começa a participar de licitações tende a aumentar sua capacidade técnica e também seu faturamento. E a concorrência entre empresas acaba favorecendo a baixa na oferta de preços dos produtos e serviços disponibilizados, o que gera mais economia aos cofres públicos.



“O desafio é implantar, mas o município tem que querer”

Leonardo Carolino





DUELO ENTRE DAVI E GOLIAS

De funcionário a dono do próprio negócio, o empresário **Jefferson Lovis**, 45 anos, descobriu que poderia ser empreendedor quando ainda trabalhava em uma empresa de equipamentos e soluções de informática. Percebeu que havia espaço para atuar com o serviço público e resolveu abrir uma pessoa jurídica para cair em campo. Começou como microempreendedor individual. Em menos de um ano, o faturamento anual subiu e o trabalho por conta própria acabou virando uma microempresa, que já está em operação há três anos no mercado, com maior foco de atuação na capital do Estado. Atende também empresas privadas, mas a maior parte dos clientes são empresas públicas nas esferas municipal, estadual e federal.

No dia a dia, ele vende, aluga e faz manutenção de equipamentos como copiadoras e impressoras multifuncionais, além de disponibilizar itens de suprimentos. Ele não tem funcionários. Para dar conta de todas as atividades, recorre a parceiros.

Os negócios estão indo bem, mas Jefferson reclama que ainda sente dificuldades em participar de algumas licitações. A pedra no sapato, segundo ele, é exatamente a parte burocrática das contratações, que acaba tirando a força de micros e pequenas empresas na hora de competir e ganhar licitação com organizações de maior porte. É quase um duelo entre Davi e Goliás. Para tentar minimizar essa diferença, uma sugestão dele é que a licitação fosse dividida em lotes para que micros e pequenas empresas pudessem entrar no páreo e atender à demanda.

“Vale a pena buscar. O momento é de empreendedorismo, e quem apostar vai encontrar seu lugar ao sol”

Jefferson Lovis



Apesar dos entraves, o desejo dele de ver sua empresa crescendo e prosperando o motiva a conquistar espaço. "Vale a pena buscar. O momento é de empreendedorismo, e quem apostar vai encontrar seu lugar ao sol", completa Jefferson.

MAIS FORÇA PARA ATUAR NO MERCADO

Elas são pequenas, mas juntas têm força e voz no mercado. Representam hoje 98% das empresas existentes no país e respondem por cerca de 30% das contratações com o serviço público na esfera federal. O representante do Sebrae Leonardo Carolino considera um avanço essa participação delas nas compras públicas, pois, antes de a lei complementar entrar em vigor, esse percentual chegava a 12%. É bom lembrar que a legislação foi regulamentada em 2007 pelo governo federal e em 2008 por Pernambuco.

De lá para cá, de alguma maneira essa medida fortaleceu esse setor. Atualmente, existem oito milhões e seiscentas mil empresas no Brasil que são optantes pelo Simples. Ou seja, micros e pequenas empresas. Em Pernambuco, chegam a 244 mil e 300 empresas optantes pelo Simples. A maioria delas está atuando principalmente na capital e na Região Metropolitana do Recife.

Em junho do ano passado, o Governo do Estado de Pernambuco lançou o Programa Governo Cliente com a intenção de incentivar as compras públicas a micros e pequenas empresas. Realizado por meio de parcerias entre Secretaria de Trabalho, Qualificação e Empreendedorismo (STQE), Secretaria de Administração (SAD), Agência de Fomento do Estado de Pernambuco (Agefepe) e Sebrae, o programa tem como meta ampliar a participação desse público nas compras governamentais.

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DA CONTRATAÇÃO DE EMPRESAS LOCAIS

- Evita buscar bens e serviços em outros municípios ou Estados vizinhos.
- Aumenta a arrecadação tributária ao município, como o Imposto Sobre Serviços (ISS).
- Incentiva e fortalece o empreendedorismo.
- Estimula formalização de empresas.
- Fomenta a economia local.
- Gera empregos.
- Permite expansão de mercado, aumento na capacidade técnica para participar de novas licitações e incremento no faturamento dessas micros e pequenas empresas.

Fonte: Sebrae-PE.

SAIBA MAIS

- Microempresa é aquela que fatura até R\$ 360 mil/ano.
- Pequena empresa é aquela que fatura de R\$ 360 mil/ano até R\$ 3,6 milhões/ano.
- Microempreendedor individual é aquele que trabalha por conta própria, fatura até R\$ 60 mil/ano e não tem participação em outra empresa como sócio ou titular.

BIRO X

VOLTA ÀS AULAS
IMBATÍVEL

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



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

*Parcela Mínima de R\$ 50,00.



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



Luis Rodrigues

Assessor tributário da Fecomércio-PE

luisrodrigues@alradvocacia.com.br

Sucessão planejada: antecipação e seus efeitos tributários



A empresa familiar, independentemente do seu tamanho ou porte, bem como a família empresária, mesmo que em sua totalidade os seus membros herdeiros não tenham participação direta no empreendimento ou negócio como investidor ou gestor, pode e deve fazer o planejamento para a sucessão patrimonial e da gestão. Esse planejamento, na sua grande maioria, deve ser conduzido pelo empreendedor líder investidor sem compartilhamento algum com os demais membros herdeiros.

É muito importante para os patriarcas e seus herdeiros antecipar e definir regras de sucessão envolvendo os aspectos societários, de gestão e patrimonial, sempre levando em consideração a busca do consenso e do foco na identificação da melhor forma para atingir o objetivo, bem como identificar e preparar o novo líder, se for o caso, para assumir a condução da administração dos negócios ou dos bens.

O planejamento sucessório patrimonial pode ser atrelado a um bom planejamento tributário envolvendo a antecipação da transferência da propriedade de bens e direitos dos patriarcas para os herdeiros, tendo como resultado benefícios de ordem tributária, tudo com regras bem claras e definidas quanto à transferência futura

e à oportuna posse, com cláusulas restritivas no que se refere a inalienabilidade, incomunicabilidade, impenhorabilidade e possível reversão. Portanto, o foco do planejamento é antecipar a partilha de bens ainda em vida com redução da carga tributária e evitar os desgastes naturais tão comuns em processo de inventário.

Ressalte-se, por consequência, que os patriarcas permanecerão com o pleno controle e administração dos bens cuja propriedade foi objeto de transferência antecipada para os herdeiros, tudo pautado em procedimento devidamente instrumentalizado contratualmente e resguardado pela legislação pertinente, que lhes garantem a posse, os benefícios e as riquezas decorrentes dos referidos bens e direitos.

Os meios e instrumentos de contrato adequados dependem, efetivamente, de cada caso e de suas especificidades, ou seja, não há regra pronta e única para ser seguida, daí a necessidade de análise profunda e estruturação específica para um bom planejamento eficaz e sem risco aparente.

Vale destacar que, nessa mesma linha, a família não empresária mas possuidora de bens patrimoniais geradores de lucros ou

rendimentos, especialmente imóveis em nome das pessoas físicas, também pode e deve buscar formas de redução ou benefício de ordem tributária, pautadas em bom planejamento sucessório, de gestão e tributário para os bens da família, com ou sem antecipação da partilha dos referidos bens. A alternativa do planejamento sem a antecipação da partilha para os herdeiros é simplesmente um plano de ordem tributária que pode trazer de modo lícito significativa redução de encargos tributários, sendo também extremamente útil.

Regra geral, o planejamento sucessório deve estar, necessariamente, respaldado por harmonioso clima de consenso entre os envolvidos, ou seja, patriarcas e herdeiros, consensual e genuinamente ajustados, os quais devem ser bem informados e ter esclarecimentos, para eliminar toda e qualquer dúvida de que o caminho escolhido é o adequado e atende à expectativa de todos, pois o objetivo maior é reduzir encargos tributários e, se for o caso, evitar futuros litígios em processo de inventário.

O sucesso do planejamento depende, pois, de liderança forte e genuína aliada à visão de futuro em benefício do grupo familiar.

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

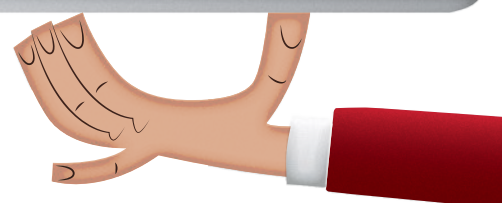


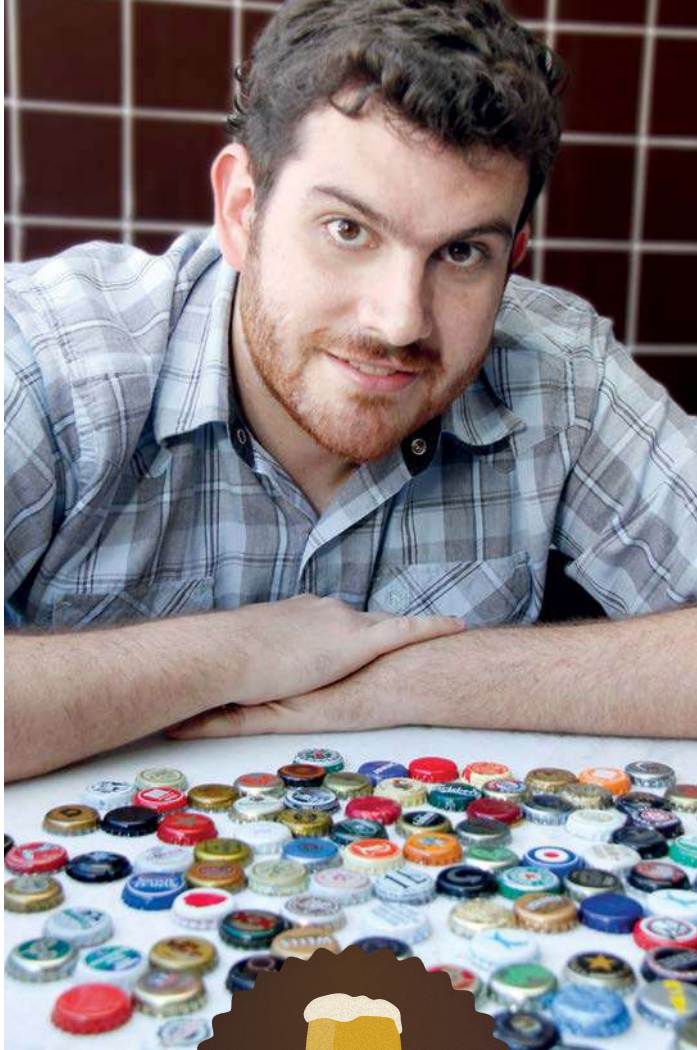
CERVEJA PARA PALADAR APURADO

Cresce no Brasil o segmento de cervejas premium, fazendo aumentar o número de profissionais capacitados na área

por Patrícia França

O brasileiro adora cerveja. Tanto que a “loira” gelada é chamada de paixão nacional. Mas a escolha pela bebida está ganhando requinte e se tornando um momento de degustação, em que apenas estar “estupidamente gelada” não é mais suficiente. Chamado de premium, esse segmento tem ganhado o mercado nacional e conquistado novos paladares. Essas bebidas, consideradas especiais, são geralmente produzidas em pequena escala, o que eleva a qualidade e o valor do produto final.





De que é composta a cerveja?

A cerveja é composta de água, malte, levedura e lúpulo e, em alguns casos, trigo. Não é necessária a adição de conservantes e estabilizantes, uma vez que o lúpulo tem essa função. Na indústria, as cervejas populares utilizam até 45% de milho ou arroz (cereais não maltados) e não fazem parte do mercado premium.

“Quando a pessoa passa a ter o costume de tomar cervejas especiais, percebe que a exclusividade faz a diferença e o preço passa a ser um detalhe”

Danilo Almeida

“O preço não é problema para quem aprecia. Quando a pessoa passa a ter o costume de tomar cervejas especiais, percebe que a exclusividade faz a diferença e o preço passa a ser um detalhe. O gosto já mostra que a preparação foi feita de forma minuciosa, com menos produtos químicos”, revela o publicitário **Danilo Almeida**, de 31 anos. Desde 2011, quando experimentou a primeira cerveja premium, Danilo coleciona tampinhas de marcas nacionais e internacionais, que hoje já passam de cem.

A mudança no hábito dos brasileiros resultou no surgimento de profissionais especializados e, consequentemente, no aumento de casas especializadas. “As cervejas especiais estão se popularizando no Brasil, o que leva à necessidade de profissionais especializados no assunto. Essa formação é fundamental para orientar o público na hora da compra e conquistar o novo cliente. O profissional também tem que orientar quem não entende de cervejas premium ou não tem o hábito de beber”, explica a beer sommelier **Gabriela Ramos**, formada pela Associação Brasileira de Sommelier, em São Paulo.

Para Gabriela, o mercado de cervejas premium no Brasil está bem estável e já conseguiu conquistar um público fiel. Mas no Recife esse cenário não é o mesmo. “Aqui eu vejo o mercado como promissor, mas ele está engatinhando. As pessoas ainda têm muito o que aprender sobre as cervejas especiais”, argumenta.

Na opinião do consumidor, a escolha do lugar faz toda a diferença na hora de degustar a paixão nacional. “Gosto de tomar a cerveja em lugar especializado com os amigos, tiro uma foto para guardar e levo a tampinha. É todo um ritual”, brinca Danilo Almeida. Para os que estão começando agora, ele sugere as especiais feitas com trigo. “Elas são mais maltadas e menos amargas”, conclui.

tipos de cerveja LAGERS

A cerveja **Insana**, light lager nacional, propõe aromas cítricos e sabores refrescantes equilibrados entre o malte e o lúpulo.



Utilizam a leveduras de baixa fermentação em temperaturas baixas (de 5°C a 14°C). São normalmente douradas e filtradas, mas existem variações escuras. O teor alcoólico dessa família varia em 5%.

Pilsen ou premium lager: Cerveja clara, filtrada, com leve amargor, original da cidade de Pilsen.

Standard lager: Equivocadamente chamada de pilsen por ter as mesmas características, sua fermentação tem aditivo de milho ou arroz, além de conservantes e estabilizantes, pois ela recebe pouco lúpulo. Representa até 90% do consumo nacional.

Malzbier: Cerveja escura e adocicada de malte caramelizado.

De acordo com dados do Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), o mercado premium movimenta, anualmente, cerca de R\$ 300 milhões e representa 5,5% do mercado total. Há dez anos, essa proporção era de 2%. Dentro desse cenário promissor, a loja Capitão Taberna, localizada em Casa Forte, Zona Norte do Recife, resolveu tornar-se referência na venda de cervejas premium na capital pernambucana, com mais de 150 rótulos consagrados internacionalmente, como Belirium (belga), Taps (alemã), Pilsen Urkell (tcheca) e as nacionais Colorado, Way e Banberg. Com apenas um ano e meio, a casa conta, além das cervejas, com tulipas apropriadas para cada tipo da bebida e livros sobre o assunto.

Segundo um dos sócios da Taberna, **Tales Leiming**, o perfil do consumidor de cervejas especiais é, em sua maioria, homens de classe média que gostam de degustar a bebida. “Essas pessoas que têm o costume de comprar cervejas premium não bebem de forma exagerada, apenas compram para sentir o sabor da bebida”, comenta Tales. “Mas o segmento ainda é restrito. Estamos no Nordeste, onde ainda há muito terreno para trabalhar. Nós que vendemos para o consumidor final sofremos muito com os atravessadores e com a carga tributária”, argumenta.

Para o cervejeiro e um dos diretores da Associação dos Cervejeiros Artesanais de Pernambuco (Aserva-PE), Raphael Vasconcelos, o mercado de produtos e serviços tem crescido em ritmo acelerado devido à grande procura. “A curiosidade é o primeiro fator que leva uma pessoa a experimentar uma cerveja especial, até porque o preço delas é mais alto que o das consideradas de massa”, diz. “Quando se faz um processo industrial considerado pesado, muito intenso e com bastante química, a cerveja perde características que a levedura colocou nela. Isso não acontece com as especiais, o que as diferencia das demais”, explica.

Foi assim que o dentista Thiago Golin, de 26 anos, entrou para esse segmento. Sempre apreciador das cervejas diferentes, ele mergulhou no setor há um ano quando participou de um workshop de cerveja artesanal. Hoje ele produz cervejas artesanais em casa e se diverte com os experimentos. “Dependendo dos ingredientes usados, podemos fazer vários estilos de cerveja, como as belgas, as inglesas e as americanas. A grande jogada é que você pode brincar com os ingredientes e fazer sempre uma cerveja diferente. Tudo com qualidade”, explica Thiago, que também é colecionador de garrafas. Ao todo, ele tem 90 rótulos, entre garrafas abertas e fechadas.





As vendas de cervejas premium também atraíram a atenção das lojas de conveniência. O posto Ipiranga próximo à Feirinha de Boa Viagem, Zona Sul do Recife, criou em 2013 o Beer Cave, um espaço destinado à venda de cervejas especiais, onde o cliente leva para casa a cerveja de sua preferência e na temperatura indicada. O Beer Cave tornou-se referência pela variedade dos rótulos, que totalizam hoje 250, sendo 80% importadas. Em junho do ano passado, a loja ganhou o título de terceiro Beer Cave do Brasil e primeiro do Nordeste. Para o gerente do posto, **Alexandre Waechter**, o mercado de cervejas premium é bastante lucrativo e a expectativa para 2014 é de um crescimento de 20%. “Com o Beer Cave nós quadruplicamos o faturamento em venda de cervejas desde a reabertura de nossa loja”, comemora.

No bairro de Parnamirim, o Snaubar tornou-se o point dos apreciadores de cervejas especiais da Zona Norte do Recife. Com apenas um ano e meio, a casa, estilo gastrobar (conceito de bar com apelo da cozinha árabe), possui 68 rótulos, com expectativa de crescimento de 25% até o fim de maio. “Pretendemos adicionar 16 rótulos à nossa carta de cervejas para atrair ainda mais o público que tem a cultura de beber cerveja de qualidade”, comenta o empresário Leonardo Mascarenhas, que divide a sociedade da casa com a empresária Janice Muniz.

Ainda de acordo com Leonardo, a expectativa de crescimento para 2014 é de 40%. “Somos uma empresa jovem no mercado e, desde setembro de 2013, nossa carta de cervejas cresceu 30%”, completa. No Snaubar, o preço das bebidas varia de R\$ 6,20 a R\$ 186 e o tíquete médio é de R\$ 37.

tipos de cerveja ALES

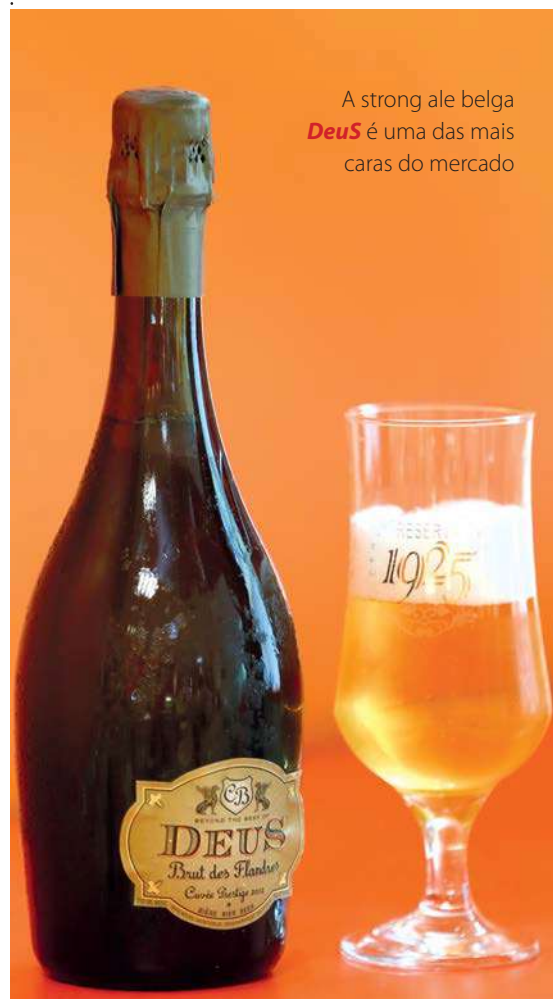
São cervejas que utilizam leveduras de alta fermentação em temperaturas mais elevadas (de 15°C a 24°C). Seu teor alcoólico pode chegar a 13%. A maioria possui mais corpo e paladar frutado. É o tipo que conta com o maior número de variações de estilo.

Weizenbier, weissbier ou weisse: Cervejas de trigo, geralmente não são filtradas.

Stout: Cerveja escura, de médio/alto amargor, malte tostado.

Trapista: Cerveja feita pelos monges trapistas belgas.

India pale ale (IPA): Cerveja com alto teor de lúpulo, alto amargor.



A strong ale belga
DeuS é uma das mais
caras do mercado

tipos de cerveja LAMBIC

São cervejas de trigo, sem adição de leveduras, com fermentação espontânea pelos agentes naturais, os quais são encontrados somente numa pequena área ao redor de Bruxelas. São raras e tem preços elevados. É um tipo peculiar de cerveja, com vários aromas, que vão do frutado (como framboesa, cereja ou banana) ao cítrico (como vinho branco ou vinagre). É o tipo mais antigo de cerveja feito no mundo.

Faro: Cerveja lambic com adição de açúcar.

Geuze: Blend de cervejas lambic.

Kriek: Cerveja lambic com adição de cerejas durante o período de maturação em barrica.



Cresce a procura pela especialização

Assim como o vinho, a cerveja premium pede um profissional capacitado para sugerir harmonizações, elaborar cartas e conhecer o gosto dos brasileiros. Se um dos deleites da vida é uma cerveja bem gelada, por que não degustá-la com um prato que combine com ela? Também é função de um beer sommelier entender do processo produtivo e saber diferenciar um estilo de outro.

De acordo com Gabriela Ramos, os cursos que oferecem formação na área ainda estão concentrados no Sudeste. “As pessoas que se interessam em estudar a área têm que fazer um investimento considerável, pois o curso de beer sommelier só existe nas regiões Sul e Sudeste”, explica. “Quando eu fiz a capacitação, em 2012, tive que investir R\$ 2.400, além de passagens aéreas e hospedagem. Isso pesa no bolso”, conclui.



Arquivo pessoal

“Essa formação é fundamental para orientar o público na hora da compra e conquistar o novo cliente”

Gabriela Ramos



José Almeida de Queiroz

Consultor da presidência do Sistema Fecomércio-PE
almeidajaq@hotmail.com

Aspectos legais sobre pessoa com deficiência

A Lei nº. 8.213/91 dispõe no seu Art. 93 sobre a obrigatoriedade das empresas com 100 ou mais funcionários preencherem cotas para pessoas com deficiência, obedecendo uma proporcionalidade de 2% a 5%. Em 2009 foi feita uma projeção para atualização da Lei de Cotas, que reservava 1,3 milhão de vagas para pessoa com deficiência. O censo realizado pelo IBGE em 2010 constatou que o número de pessoas com deficiência que compõe a População Economicamente Ativa (PEA) era de 5,7 milhões.

Para atender essa demanda, na qual é exigido das empresas o cumprimento das cotas fixadas em lei, é preciso a implementação de políticas públicas inclusivas de educação, com capacitação de professores, acessibilidade nas escolas e salas de aulas adequadas. O Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (CONADE), cujo colegiado tripartite a CNC integra, tem debatido a necessidade das instituições públicas e privadas, juntamente com outras instituições de formação profissional, promoverem a participação das pessoas com deficiência em programas de aprendizagem profissional e aperfeiçoamento técnico, inclusive os beneficiários do Benefício de Prestação Continuada (BPC).

A Lei nº. 12.470/11, chamada de “Lei Romário”, alterou as regras de concessão do BPC, permitindo a suspensão do benefício e a restauração do mesmo no caso de desligamento do emprego. Com a instituição em 2012 pelo governo federal do Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência, denominado de “Plano Viver sem Limite”, foram assinados uma série de decretos, sendo o principal o Decreto 7.612.

A finalidade desse Plano é promover, por meio da integração e da articulação de políticas, programas e ações, o exercício desses direitos nos termos da Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência. O Plano Viver sem Limite pretende garantir o transporte escolar acessível na forma de entrega de 2.600 ônibus em 42 mil escolas, criação de 12 cursos de pedagogia com ênfase na educação bilíngue, português e língua brasileira de sinais para surdos, e vagas no Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC). Mais uma conquista foi a Portaria Interministerial nº. 1, de 27 de janeiro de 2014, que aprovou o instrumento destinado à aposentadoria da pessoa com deficiência com base no Decreto nº. 3.048/1999, relativo aos efeitos de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, através da perícia médica do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

Deficientes no trabalho



VERDE E AMARELO

Verde-amarelo-Brasil
 é pátria amada brilhando.
 Bandeira na mão,
 pintura no rosto, as cores de um país.
 Nos pés de quem pinta, talento.
 No grito de gol, esperança.
 Na taça, ouro.
 Verde-esperança-amarelo-ouro.
 É hexa, Brasil.
 É Pernambuco campeão.

Gilberto Pimentel

Secretário Executivo de Relações Institucionais
 da Secretaria da Copa em Pernambuco.



81. 2102.0050
www.graficaflamar.com.br

graficaflamar

@graficaflamar

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.



**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

APOIO

Sesc

Senac

PATROCÍNIO

SEBRAE CAIXA