

INFORME

FECOMÉRCIO

ANO VI EDIÇÃO N° 031 JAN - FEV / 2017

PE

PERNAMBUCO, CÂMERA, AÇÃO

PRODUÇÃO CINEMATOGRÁFICA LOCAL É DESTAQUE
INTERNACIONAL E CONQUISTA PÚBLICO PELA ORIGINALIDADE

06

E-COMMERCE

Consumidores mais
confiantes impulsionam
vendas online

10

TEM O MEU TAMANHO?

O mercado para quem
usa numerações maiores
ou menores

32

PASSEIOS DE FÉ

Roteiros religiosos
incrementam o turismo
no Estado

 **Fecomércio PE**

75
anos

DIVULGUE SUA EMPRESA NA REVISTA DO COMÉRCIO DE PERNAMBUCO

A PUBLICAÇÃO ESSENCIAL PARA QUEM
QUER ESTAR POR DENTRO DO MERCADO

ANUNCIE NA REVISTA

INFORME

FECOMÉRCIO PE

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

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

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


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



editorial

CINEMA DAQUI PARA O MUNDO



JOSIAS ALBUQUERQUE

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

Pernambuco é, sem dúvidas, um importante reduto de produções cinematográficas. Autorais e independentes, os filmes daqui se destacam mundialmente e formam diversos públicos dentro e fora do Estado. Além de destacar esses aspectos do nosso cinema, a reportagem de capa desta edição mostra também o incentivo do Sesc à sétima arte por meio de projetos e medidas para a formação de público.

A seção Desbrave faz um passeio por roteiros religiosos que, além de atenderem à devoção, servem para que o turista conheça as belezas de municípios pernambucanos nessa rota da fé. Nesta edição, a Informe Fecomércio traz entrevista com o empresário João Carlos Paes Mendonça. Ele fala sobre empreendedorismo, novos desafios e investimentos em tempos de crise como a de 2016, que foi ainda mais agravada pela crise política. Diante dessa realidade, a Agenda do Comércio 2017, lançada em fevereiro, traz uma análise do contexto econômico e os pleitos

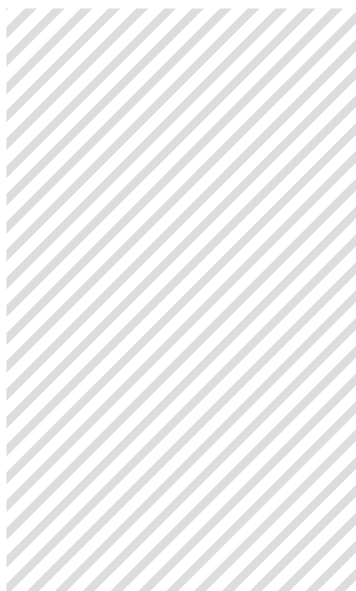
dos empresários do segmento. O lançamento da Agenda também é tema de matéria desta edição.

Destaca-se ainda o artigo do Presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, o empresário Antonio Oliveira Santos, que aborda de forma objetiva a importância da liberação dos recursos do FGTS dos trabalhadores, além da participação do Doutor Mozart Neves, professor titular da UFPE e diretor do Instituto Ayrton Senna, que trata do tema educação e inovação tecnológica.

São destaques também desta edição: a evolução dos quiosques de shoppings para pontos mais sofisticados e diversificados, os benefícios da prática de exercícios, o bom atendimento como meio de atrair a clientela e as empresas que buscam atender à demanda para produtos de vestuário de tamanhos maiores ou menores que os oferecidos normalmente no mercado. Além disso, descubra quais os idiomas, além do inglês, que o mercado de trabalho anda exigindo como diferencial. Boa leitura e até a próxima!



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



expediente

Jan/Fev 2017 • XXXI Edição • **CONSELHO EDITORIAL** Lucila Nastássia, Oswaldo Ramos, Michele Cruz, Antônio Tiné • **COORDENAÇÃO-GERAL/EDIÇÃO** Lucila Nastássia • **REPORTAGENS** Diego Mendes, Eduardo Sena, Elayne Costa, Mariane Monteiro, Ramon Andrade, Sheyla Lima Moreira, Tacyana Viard, Ulysses Gadêlha • **EDIÇÃO** Juliana Ângela • **DIAGRAMAÇÃO, ÍCONES, ILUSTRAÇÃO** Gabrielle Souza, Ingrid Fraga (Dupla Comunicação) • **PROJETO GRÁFICO** Daniele Torres • **FOTOS** Agência Rodrigo Moreira • **REVISÃO** Iaranda Barbosa Revisões Textuais • **IMPRESSÃO** Gráfica Flamar • **TIRAGEM** 7.000 exemplares • Obs.: Os artigos desta revista não refletem necessariamente a opinião da publicação.

JOSIAS ALBUQUERQUE

Presidente

FREDERICO LEAL

1º Vice-presidente

BERNARDO PEIXOTO

2º Vice-presidente

ALEX COSTA

3º Vice-presidente

RUDI MAGGIONI

Vice-presidente para Assuntos do Comércio Atacadista

JOAQUIM DE CASTRO

Vice-presidente para Assuntos do Comércio Varejista

ARCHIMEDES CAVALCANTI JÚNIOR

Vice-presidente para o Comércio de Agentes Autônomos

JOSÉ CARLOS BARBOSA

Vice-presidente para o Comércio Armazenador

EDUARDO CAVALCANTI

Vice-presidente para Assuntos do Comércio de Turismo e Hospitalidade

OZEAS GOMES

Vice-presidente para Assuntos de Saúde

JOÃO DE BARROS

1º Diretor-secretário

JOSÉ CARLOS DA SILVA

2º Diretor-secretário

JOÃO MACIEL DE LIMA NETO

3º Diretor-secretário

JOSÉ LOURENÇO

1º Diretor-tesoureiro

ROBERTO WAGNER

2º Diretor-tesoureiro

ANA MARIA BARROS

3º Diretor-tesoureiro

ALBERES LOPES

Diretor para Assuntos Tributários

FRANCISCO MOURATO

Diretor para Assuntos Sindicais

MANOEL SANTOS

Diretor para Assuntos de Crédito

JOSÉ CARLOS DE SANTANA

Diretor para Assuntos de Relações do Trabalho

EDUARDO CATÃO

Diretor para Assuntos de Desenvolvimento Comercial

MÁRIO MAWAD

Diretor para Assuntos de Consumo

CARLOS PERIQUITO

Diretor para Assuntos de Turismo

MILTON TAVARES

Diretor para Assuntos do Setor Público

CELSO CAVALCANTI

Diretor para Assuntos do Comércio Exterior

Conselho Fiscal Efetivo

JOÃO LIMA FILHO

JOÃO JERÔNIMO

JOSÉ CIPRIANO

SINDICATOS FILIADOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



artigos

EDUCAÇÃO E INOVAÇÃO NO SÉCULO 21

Por Mozart Neves Ramos

17

FINALMENTE, OS LUCROS DO FGTS SERÃO ENTREGUES AOS TRABALHADORES

Por Antonio Oliveira Santos

49



capa

LEÃO DO NORTE RUGE ALTO NAS TELONAS

Produções pernambucanas de cinema chamam a atenção no mundo e ganham força dentro do Estado

20



entrevista

JOÃO CARLOS PAES MENDONÇA

Empresário fala sobre investimentos em tempos de tremores políticos e econômicos

18



desbrave

ANDAR COM FÉ EU VOU

Modalidade religiosa impulsiona turismo em todo o Estado

32

pág. 06

BASTA UM CLIQUE!

Número de vendas pela internet aumenta e se destaca no varejo

pág. 10

OFERTA REPRIMIDA

Consumidores sofrem com ausência de numerações fora do padrão

pág. 14

TÁ DOMINADO!

Menor investimento faz dos quiosques um sucesso de mercado

pág. 28

BILINGUISMO

A necessidade de uma segunda língua aumenta na competitividade do mercado de trabalho

pág. 38

O QUE VALE É SE MEXER

Mesmo que só nos fins de semana, exercícios com regularidade trazem ganhos

pág. 42

ANFITRIÃO DE SERVIÇOS

Atendimento correto em operações de alimentação garante retorno da clientela

pág. 42

AGENDA DO COMÉRCIO

Movimentos necessários para crescimentos econômicos foram discutidos

pág. 46

CAFÉ NADA SUSTENTÁVEL

Segmento da bebida em cápsulas preocupa entidades de reciclagem

pág. 54

CURTAS

CONSUMO



E-COMMERCE EM ALTA

Na contramão dos números do comércio comum, as lojas online fecharam o ano com faturamento 3,8% maior

POR SHEYLA LIMA MOREIRA



Em 2011, o bancário Luiz Mascarenhas nunca havia comprado pela internet e nem pretendia começar. “Tinha medo de que o produto não chegasse, de precisar trocar e não conseguir ou, principalmente, de fraude com o cartão de crédito”, justifica. Seis anos depois, a realidade é outra. Roupas, celular, computador, televisão, artigos infantis, calçados e muitas outras coisas fazem parte da lista de itens que Luiz, 35 anos, compra principalmente em lojas online. “Tenho comprado mais pela internet, diminuindo as idas às lojas físicas. Na maioria das vezes compro de madrugada, sem precisar levantar do sofá e em um horário que não prejudica outras atividades”, explica.

O comportamento de Luiz reflete o que os estudos apontam: os consumidores têm comprado cada vez mais pela internet. Em recente pesquisa divulgada pela Ebit, especializada em comércio eletrônico, os números mostraram um crescimento de 3,8% no faturamento das compras natalinas realizadas pela web em 2016, quando comparado com o mesmo período do ano anterior. Foram R\$ 7,7 bilhões faturados, entre 15 de novembro e 24 de dezembro, contra R\$ 7,4 bilhões no mesmo período em 2015. Um dos motivos do aumento na receita total foi o aumento do valor do tíquete médio, que passou de R\$ 417 para R\$ 463. Mais confiantes, os consumidores deixam o medo para trás e compram itens em média 11% mais valiosos.

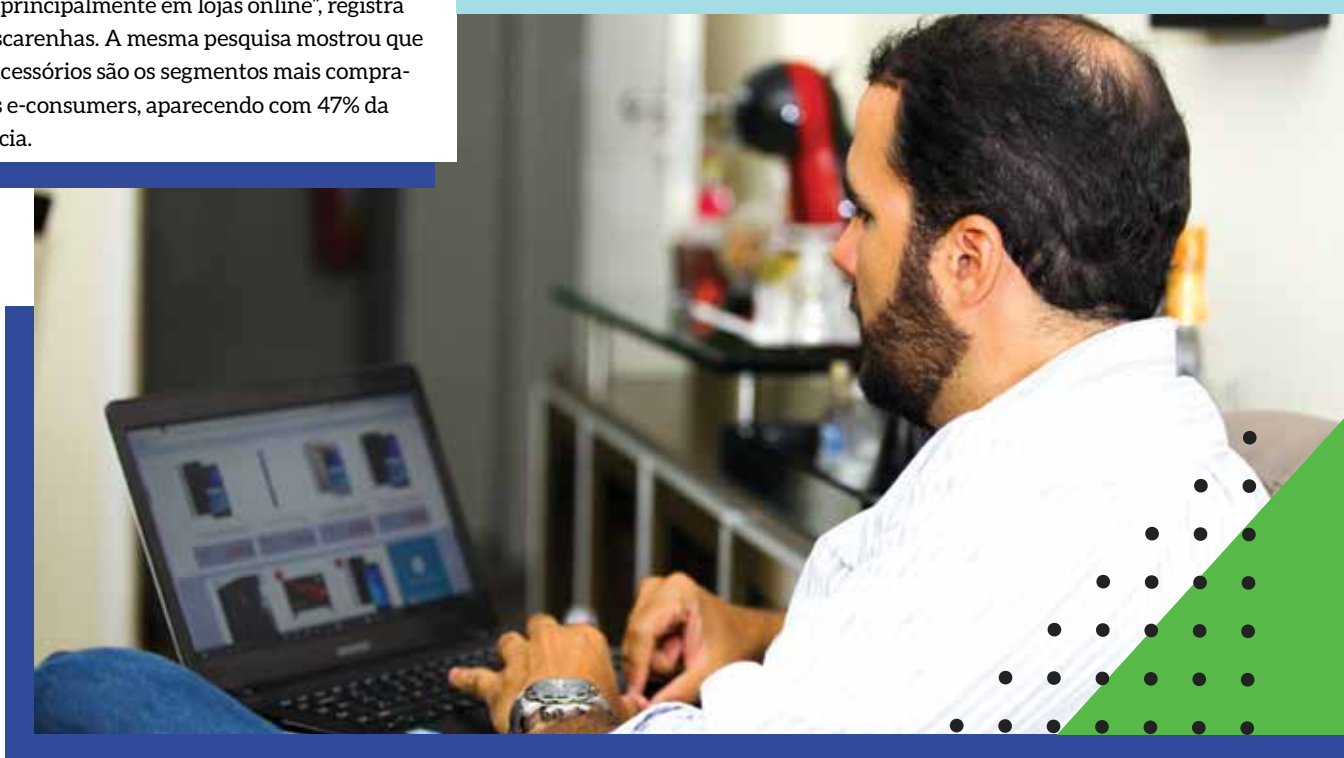
A comodidade citada por Luiz de comprar a qualquer hora e em qualquer lugar é uma das principais vantagens apontadas pelos consumidores de lojas online, de acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio-PE em novembro de 2016, durante a Feira do Empreendedor de Caruaru. Dos cerca de 1,3 mil entrevistados, 74% afirmaram ser adeptos do e-commerce e, desses, 60% citaram a praticidade como vantagem para comprar online. “Não gosto de provar roupas e sapatos, detesto os provadores das lojas. Por isso, quando compro pela internet e acerto, viro cliente fiel. Hoje em dia compro calçados e roupas principalmente em lojas online”, registra Luiz Mascarenhas. A mesma pesquisa mostrou que moda e acessórios são os segmentos mais comprados pelos e-consumers, aparecendo com 47% da preferência.



“

Tenho comprado mais pela internet e diminuído as idas às lojas físicas”

Luiz Mascarenhas



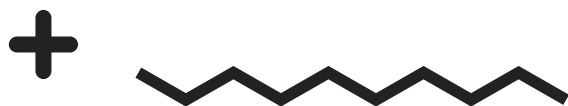


Se praticidade é levada em consideração, dinheiro também pesa na hora da decisão de compra. Para o médico Luciano Moreira, 32 anos, a vantagem do menor preço supera a comodidade da internet e a pronta entrega das lojas físicas. “Na web, quase sempre encontro preços melhores. Quando vou na loja física, eles normalmente não conseguem chegar ao valor do online, mesmo com todos os descontos”, afirma. Na pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio-PE, o preço foi citado por 64% dos entrevistados que consomem pela internet como principal vantagem do comércio eletrônico. Para encontrar o melhor preço, a maneira ideal continua sendo a pesquisa. Com o avanço da tecnologia, ela pode ser feita de qualquer lugar, sem a necessidade de ir pessoalmente de loja

em loja – facilidade que faz com que a maioria das pessoas realize de forma virtual pesquisa de preços, mesmo quando a intenção é efetuar a compra em uma loja física. Os dados apurados pelo Instituto Fecomércio-PE mostram que mais da metade (54%) dos e-consumers sempre pesquisam online antes de comprar algum produto. É o caso de Luciano: “A internet me dá um norte sobre o valor do que quero comprar e decido pelo melhor preço. Sempre faço a pesquisa antes da compra. Mesmo quando já estou na loja física, não invisto sem fazer uma busca rápida pelo celular. Já desisti de comprar por impulso porque, pela internet do celular, vi que não seria um bom negócio. Mas também já comprei em loja física que conseguiu cobrir o preço do site”, conta o médico.

“
A internet me dá
um norte sobre
o valor do que
quero comprar
e decido pelo
melhor preço.
Sempre faço a
pesquisa antes”

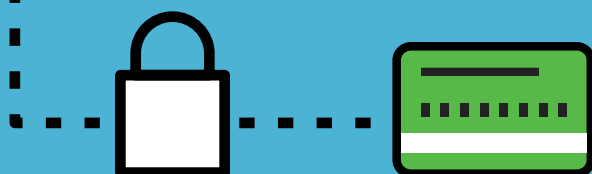
Luciano Moreira



→ CAMINHO CERTO

Para conseguir ofertar preços menores para os mesmos produtos, as lojas de comércio eletrônico contam com uma estrutura mais enxuta se comparada às das lojas físicas. “Não há os custos de aluguel e condomínio de quando só é preciso deixar as mercadorias em um estoque”, explica o economista do Instituto Fecomércio, **Rafael Ramos**. “O número de funcionários para atender os clientes também é menor no e-commerce e não há custos extras como água e café, por exemplo”, completa. O economista acredita que o comércio eletrônico só tende a crescer. “É o caminho. Estamos cada vez mais tecnológicos e conectados. Quem não aderir, vai ficar pra trás”, prevê Ramos. Segundo ele, alguns lojistas ainda têm receio dessa forma de vender, muito por causa do desconhecimento da tecnologia e do que ela pode oferecer.

“Há muitos lojistas que ainda não querem aderir e nós dizemos a eles que estão perdendo o mundo. Na loja física, você só vende a quem passa por ali. Na internet, não há limites”, anota. A pernambucana Delikata, especializada em doces e salgados para festas, apostou nisso. Em 2013, reformulou a marca e inaugurou o e-commerce da empresa. Atualmente, cerca de 30% das encomendas que chegam à empresa são feitas pelo site. “Muitas vezes quando abrimos a loja de manhã cedo, recebemos vários pedidos que foram feitos online e de madrugada. É a comodidade da internet”, acredita o sócio Clayton Rodrigues. “Nas lojas, temos mais compras por impulso, de itens que estão expostos no balcão. No site é uma encomenda mais planejada e prática. Não tem erro, não tem dúvida, está tudo lá”, acrescenta. □



**VOLTA
ÀS AULAS
IMBATÍVEL**

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



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

*Parcela Mínima de R\$ 50,00.

"COM QUAL NUMERAÇÃO VOCÊS TRABALHAM?"

Encontrar roupas e calçados com tamanhos maiores ou menores do que normalmente o mercado oferece é um desafio para o consumidor

POR MARIANE MONTEIRO

Ao entrar nas lojas de departamento, nas seções para adultos, os consumidores já percebem que as prateleiras de calçados costumam exibir tamanhos do 36 ao 39. Já as etiquetas, com marcações nas roupas, do 38 até o 44, normalmente não passam disso. Segundo pesquisas recentes publicadas na revista científica eLIFE, a estatura média do homem brasileiro é 1,73m, já as mulheres alcançam atualmente a marca de 1,61m. No entanto, quem está acima ou abaixo dessa média, costuma encontrar dificuldades na hora das compras. Buscando dar representatividade, empresas encontraram nessa lacuna uma oportunidade de mercado para investir. Com mais de 10 anos de atividades, a Zappataria apostou no comércio de calçados femininos personalizados e originais com tamanho do 33 ao 43. "Desde que começou, a Zappataria buscava um diferencial no mercado. Hoje, a loja conta com três unidades e atende a um público misto de

FABIANO MESQUITA





adolescentes, jovens e senhoras”, explica Michelle Pessoa, gerente da unidade localizada no Shopping Boa Vista.

Rasteiras, calçados fechados e saltos, as variedades nas prateleiras são inúmeras e a entrada no meio digital é um aliado na hora de reforçar a relação com as compradoras. “Temos clientes que já vieram do interior, como Caruaru, para comprar aqui na loja. Procuramos também pegar o Whatsapp das clientes para criarmos um cadastro e atendê-las de uma forma mais assertiva, avisando as novidades”, completa Michelle.

A servidora pública Paula Leite sabe bem o significado da palavra procura na hora de comprar os sapatos. Calçando 42/43, nem sempre foi fácil ter opções nas lojas. “Por volta dos 10 anos eu dei um ‘estirão’ no tamanho e comecei a crescer. Naquela época, era mais difícil encontrar sapatos e os meus pais precisavam mandar fazer, o que era mais caro e me deixava com poucas opções”, conta. Com 1,85m de altura, Paula hoje consegue comprar sapatos em lojas espalhadas pelo Recife. Par-



Nem sempre foi fácil para Paula Leite encontrar calçados com a sua numeração nas lojas

tindo de indicação ou entrando nos estabelecimentos para perguntar sobre as numerações, as opções são mais fáceis do que na época de criança. “Eu costumo comprar em lojas como a Zappataria e a Ipanema Calçados. Nelas consigo encontrar o meu número e com boas variedades”, explica a servidora que também frequenta estabelecimentos de calçados nos bairros de Santo Antônio e São José.

E não são apenas os pés grandes que sofrem na hora de encontrar os calçados. A professora Marinalva Maria, 44, também tem dificuldade de achar nas lojas o tamanho 32/33 para os seus 1,43m. “Geralmente os modelos infantis são os mais fáceis na minha numeração. Costumo ir em lojas de departamento e feiras também, como a de Casa Amarela, mas nem sempre é

Quem está fora dos padrões de estatura média costuma encontrar dificuldades na hora das compras

fácil encontrar”, explica.

A professora conta ainda que muitas vezes recorre a uma numeração a mais, mesmo que a forma fique um pouco maior no seu pé. “Já comprei sapatos acima de 33, mas aí dou preferência para modelos que fiquem mais presos aos pés, pois assim não tem o perigo de ficar caindo”, conta.

Engana-se quem acha que os homens não sofrem com essa dificuldade também. O designer gráfico Claudenio Alberto tem os seus 1,93 m sustentados em pés tamanho 44, que podem chegar facilmente ao 45 em sapatos mais esportivos. A dificuldade de achar em lojas físicas o fez buscar na internet outras opções. “Eu costumo comprar em lojas online esportivas, pois elas têm bastante modelos com numerações maiores, principalmente pra mim que jogo basquete”, detalha o designer.

Na família, o histórico de altura vem do avô, ele media 1,96m.

“Quando era mais novo e comecei a crescer, minha mãe me levou ao médico, mas ele afirmou que estava tudo normal. Eu usava também roupas de tamanhos maiores que as vendidas para a minha idade, pois já cabiam em mim”, conta Claudenio.

Jogador de basquete, por hobby, a dificuldade de Claudenio se estende também na hora de dormir. A altura o fez procurar por camas com tamanhos maiores para poder ter mais conforto. “O meu colchão também é um pouco maior.

Durmo em um modelo Queen com 1,38m de largura por 1,88m de comprimento. Ainda passo um pouco, mas é maior do que as

camas comuns (risos)”, explica.

A Ortobom, empresa especializada em colchões, percebeu essa necessidade de um produto que apresentasse dimensões maiores e passou a oferecer os modelos Queen, King e Superking aos seus clientes. “O crescimento é bastante evidente. Atualmente, a venda dessas medidas representa cerca de 30% da nossa produção. Os três tamanhos maiores, Queen, King e Superking, estão entre os mais comercializados, não só em Pernambuco, mas em todos os estados do Brasil”, conta a responsável pelo marketing da empresa, Blanche Ferreira.

A diferença de tamanho entre os colchões, na Ortobom, é de cerca de 15%. Tomando como base a

medida de um colchão de casal 1,38m x 1,88m, o modelo Queen apresenta 1,58m X 1,98m, o King 1,86m X 1,98m e a Superking 1,93m X 2,03m, o que gera mais conforto e qualidade de sono aos seus consumidores.

“Inicialmente, os produtos com as medidas King e Superking, maiores que o tamanho padrão, eram vistos como especiais. Com o aumento da demanda, incorporamos esses tamanhos como padrão em nossa linha de produtos”, completa Blanche.

Além da altura, ter sobrepeso também pode tornar a procura por roupas difícil. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 82 milhões de brasileiros apresentam o Índice de



Massa Corporal (IMC) igual ou maior ao quadro de sobrepeso ou obesidade. A **Size Plus**, loja especializada no segmento plus size, opera oferecendo peças do 44 ao 58.

“Primeiro veio a Just, mas com a procura por números maiores na loja, expandimos e, em 2010, chegou a Size Plus. Oferecemos produtos antenados com as tendências da moda e em numerações maiores”, explica a supervisora da loja, Tatiana Veloso. A marca conta com duas lojas, uma em Casa Forte e outra em Boa Viagem, focadas no público plus size, além das lojas Just – com três unidades – voltadas também para o público feminino. □



“O meu colchão também é um pouco maior. Durmo em um modelo com 1,38m de largura por 1,88m de comprimento”

Claudenio Alberto



A EVOLUÇÃO DOS QUIOSQUES

Se antes os espaços abrigavam apenas serviços rápidos, agora estão mais sofisticados e abrangem vários segmentos do comércio

POR SHEYLA LIMA MOREIRA



As primeiras operações da The Brownie Factory foram em quiosques dentro de shoppings

Quem já passou dos 30 anos deve lembrar como era a experiência de passear e fazer compras nos shoppings: corredores largos, muitas vitrines e um ou outro quiosque de sorvete ou banca de jornais e revistas instalados pelo mall. Com a evolução desses – antes pequenos – espaços, hoje o cenário é completamente diferente. Os corredores, agora mais estreitos, abrigam quiosques cada vez maiores que oferecem serviços diversos, desde produtos de telefonia e acessórios até alimentação, com ambientes completos para uma refeição ou reunião de negócios, por exemplo.

Essa foi a opção da marca pernambucana The Brownie Factory, especializada em sobremesas tradicionalmente americanas. As primeiras operações foram em quiosques dentro de shoppings. “Para montar um negócio em uma loja fixa dentro de um centro de compras, além do valor do aluguel e condomínio, é preciso um investimento inicial no ponto. No quiosque, não há esse custo extra e o aluguel não varia”, justifica o proprietário da marca, Pedro Sette. Hoje, a empresa conta com quatro unidades, sendo dois quiosques e uma loja em shoppings, e uma operação de rua, localizada no bairro do Pina.

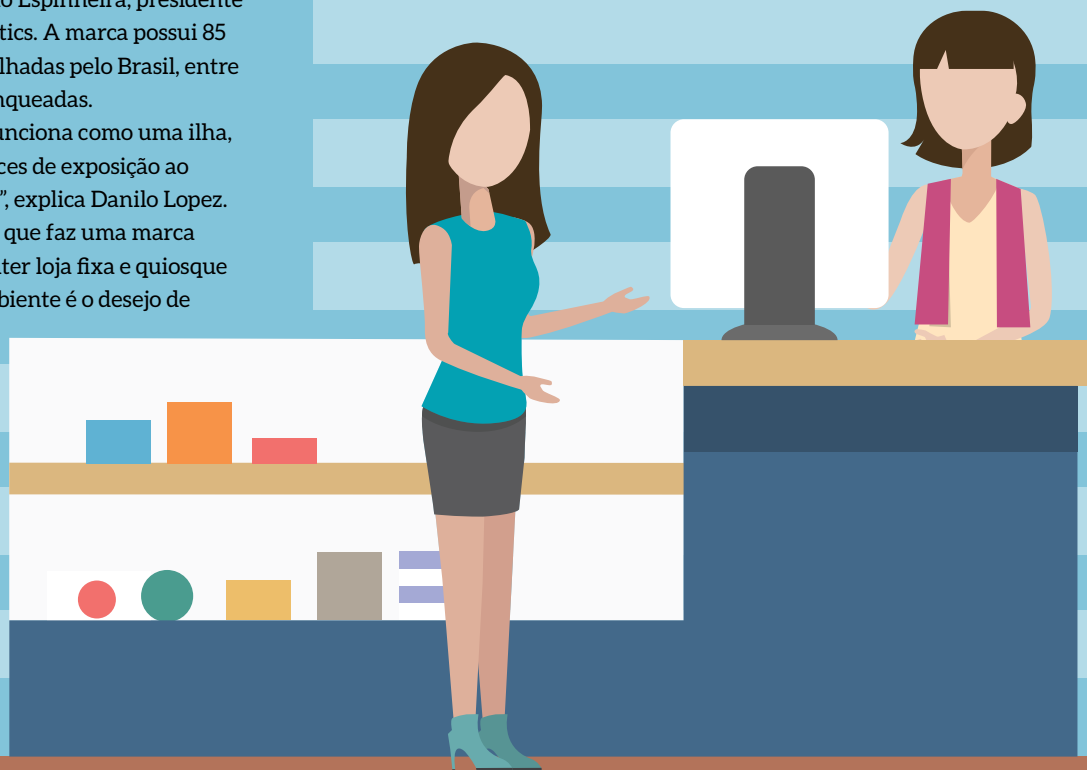
A necessidade de um investimento menor, que pode chegar a 30% de diferença, é o principal motivo apontado pelos empresários que optaram por esse modelo – disponível não apenas em shoppings, mas também em galerias e grandes redes de supermercados. “O custo em manutenção de infraestrutura também é menor. A iluminação utilizada, por exemplo, é a do proprietário do espaço, não há essa despesa individual para o quiosque”, explica o analista do Sebrae em

Pernambuco, Danilo Lopez.

A Le Lieu Esmalteria é outra empresa pernambucana que aposta no quiosque como espaço para o negócio. Quando as franqueadas **Natália Galvão** e **Danielle Nagem** inauguraram a franquia no Shopping Tacaruna, em dezembro de 2015, os quiosques estavam em alta, sendo muito procurados. “Além do aluguel fixo, o tempo de carência com aplicação de multa em caso de quebra de contrato também é menor, o que dá mais liberdade”, afirma Natália. Todas as unidades da Le Lieu funcionam em quiosques.

➔ EXPOSIÇÃO ESTRATÉGICA

Algumas empresas apostam nos quiosques também como estratégia de marketing. É o caso da empresa pernambucana de cosméticos Yes! Cosmetics. Em um shopping do Recife, a marca instalou uma loja fixa e um quiosque, ambos próprios. O objetivo é aumentar a exposição e a presença da marca. Para isso, a empresa aposta na mobilidade como diferencial. “A possibilidade de transferi-lo de um lugar para outro, de acordo com a nossa estratégia, resulta numa exposição maior do produto se comparado à loja fixa”, afirma Cândido Espinheira, presidente da Yes! Cosmetics. A marca possui 85 unidades espalhadas pelo Brasil, entre próprias e franqueadas. “O quiosque funciona como uma ilha, com quatro faces de exposição ao mesmo tempo”, explica Danilo Lopez. Segundo ele, o que faz uma marca optar por manter loja fixa e quiosque no mesmo ambiente é o desejo de

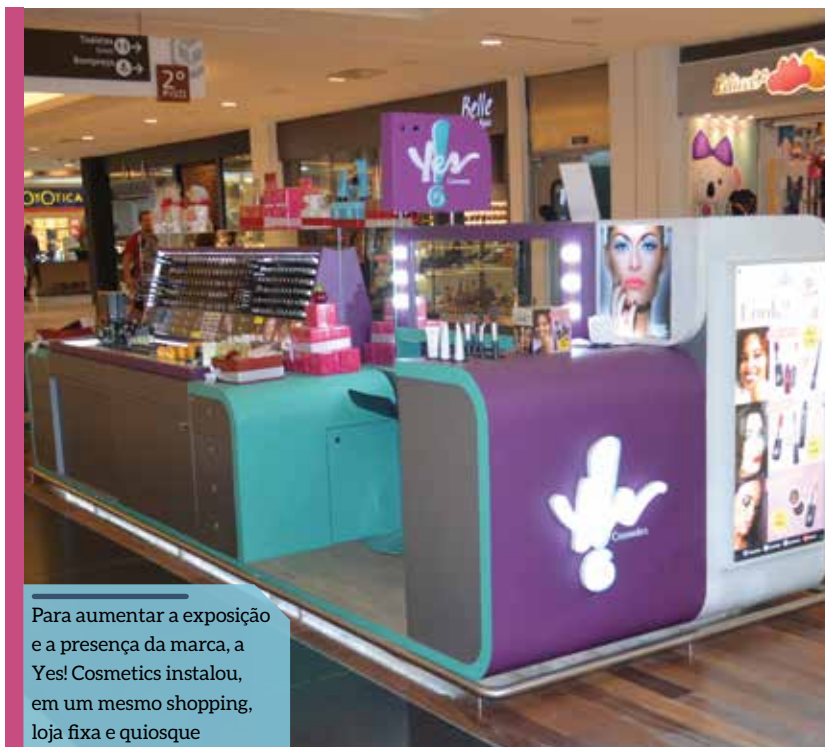


atingir todos os tipos de públicos. No corredor de um shopping ou na entrada de um supermercado, o fluxo de pessoas é muito maior e é possível abordar diretamente o cliente. Na loja só há uma entrada e é preciso esperá-lo tomar a decisão de entrar. “É como se a loja fosse em 2D e o quiosque em 3D”, compara o analista do Sebrae.

➔ VANTAGENS DAS LOJAS

São muitas as vantagens dos quiosques, mas elas não implicam necessariamente em desvantagens para as lojas fixas. O tamanho, por exemplo, é um diferencial: a The Brownie Factory, do Shopping Recife, única unidade da marca em shoppings instalada em loja fixa, é a de maior faturamento. São 84m² contra 38m² dos quiosques. Nessa unidade, a empresa criou ambientes diferentes, que agradam tanto aos consumidores que buscam mais privacidade quanto aos que preferem acompanhar o movimento dos corredores enquanto estão na loja.

A metragem maior também permite que as empresas criem ambientes diferenciados, como lounges e espaços infantis, por exemplo. A vitrine também é um espaço privilegiado de exposição do produto. Nela, é possível criar diferentes cenários e apostar na criatividade. “Na loja fixa, conseguimos oferecer um atendimento mais personalizado ao cliente. Na nossa experiência com consumidores que ainda não têm contato com a marca, o quiosque acaba sendo o lugar para conhecê-la e a loja fica com a compra final dos produtos”, detalha Cândido Espinheira. Para o empresário, um modelo complementa o outro.



Para aumentar a exposição e a presença da marca, a Yes! Cosmetics instalou, em um mesmo shopping, loja fixa e quiosque

Shoppings e supermercados que oferecem espaço aos quiosques podem aplicar regras internas específicas para cada modelo

➔ LEGISLAÇÃO

A escolha sobre o melhor espaço para montar o negócio vai depender do objetivo, estilo e aporte financeiro do empresário. Com vantagens e desvantagens para cada lado, um ponto permanece o mesmo tanto para quiosques como para lojas fixas: a legislação. “As obrigações e os trâmites legais são os mesmos para os dois tipos de operações”, pontua Valéria Rocha, gestora do Sebrae em Pernambuco. Ela acrescenta que os shoppings e supermercados que oferecem espaço aos quiosques podem aplicar regras internas específicas para cada modelo. □



JUAN GUERRA/INST. AYRTON SENNA



EDUCAÇÃO E INOVAÇÃO NO SÉCULO 21

No século 21, a relação entre educação e inovação é cada vez mais profunda e recíproca: sem educação, não haverá inovação; e, sem inovação, não haverá educação. Por um lado, precisaremos investir muito em educação de qualidade se quisermos alcançar o patamar das sociedades mais inovadoras do mundo. Por outro, só conseguiremos dar um verdadeiro salto de qualidade na nossa educação se inovarmos profundamente na maneira como educamos.

O preço por negligenciar essa relação pode ser, e já está sendo, altíssimo. Do ponto de vista econômico, a falta de qualidade da nossa educação se reflete no baixo índice de produtividade dos nossos trabalhadores e na nossa dependência econômica de *commodities*. Se não fizermos nada para mudar esse cenário, estaremos sempre à mercê da

inovação produzida por outros países, vendendo produtos e serviços baratos e comprando tecnologias caras que não seremos capazes de desenvolver. Certamente, continuaremos ouvindo falar de brasileiros criativos que desenvolvem soluções inovadoras para problemas pontuais, mas eles continuarão sendo ilhas de excelência em um mar de obsolescência e improdutividade.

Só a educação de qualidade para todos pode garantir um futuro de prosperidade para nossa sociedade. Um estudo do economista-chefe do Instituto Ayrton Senna, Ricardo Paes de Barros, mostrou que, entre 1980 e 2010, cada ano a mais de estudo no País foi seguido de um aumento extra de produção de apenas US\$ 200 por trabalhador, sendo que esse valor foi de US\$ 3.000 no Chile e R\$ 6.800 na Coreia. Esse dado revela que, apesar de termos expandido consideravelmente a média de anos de escolaridade dos brasileiros, a nossa educação não está dando conta de preparar os jovens para um mercado de trabalho cada vez mais globalizado e complexo.

Precisamos urgentemente inovar a nossa educação. Digo “inovar” porque não se trata de “consertar” ou “remendar”. Trata-se de criar uma nova educação que responda aos desafios do mundo em que vivemos. Diferente do mundo do século 19 (em que foi concebido o sistema educacional vigente), o mundo atual exige das pessoas a capacidade de seguir aprendendo ao longo da vida e de colocar o conhecimento “em ação” para endereçar problemas que ainda não são conhecidos. Para isso, a escola precisa fazer mais do que transmitir conteúdo, precisa considerar o aluno “por inteiro”, trabalhando o desenvolvimento de suas competências cognitivas (como raciocínio lógico e pensamento crítico) e socioemocionais (como resiliência e colaboração), promovendo o seu protagonismo e engaja-



mento com a própria aprendizagem.

A flexibilização dos currículos, a personalização do ensino, o foco em multiletramentos (letramento em programação, letramento científico, letramento corporal etc.), os métodos mistos de ensino (em que métodos online e presencial se misturam), a gamificação dos conteúdos e outras inovações são alguns caminhos para a promoção dessa educação integral, mas não são os únicos. Assim como nossas crianças e jovens, teremos que ser abertos e criativos para pensar no futuro da educação. Seja qual for esse futuro, precisaremos investir em políticas e práticas baseadas em experiências e evidências, num espírito de compromisso e colaboração entre gestores, educadores, empresários e sociedade em geral. Sem esse compromisso, não haverá educação, não haverá inovação e, temo dizer, não haverá futuro. ▢

Mozart Neves Ramos,
diretor do Instituto Ayrton
Senna. Foi reitor da UFPE
e secretário de Educação de
Pernambuco.



entrevista

POR SHEYLA LIMA MOREIRA

JOÃO CARLOS PAES MENDONÇA

“NÃO PARAMOS DE INVESTIR DURANTE A CRISE”

A trajetória do Grupo JCPM é reconhecidamente um sucesso e um exemplo de investimentos diversificados. São shoppings, imóveis, um sistema de comunicação e, mais recentemente, uma vinícola em Portugal. O empresário João Carlos Paes Mendonça, nome à frente do grupo, contou à Informe Fecomércio como manteve os investimentos, mesmo em meio a uma crise econômica e política como a que o Brasil vive, e como pretende encarar o cenário pós-crise quando ele chegar.

Quais os principais critérios que o senhor leva em consideração para tomar a decisão de investir em um determinado segmento? Considero três pontos na hora da decisão: se é estratégico, se dá prazer e se dá retorno financeiro. São coisas que devem ser observadas profundamente pelo investidor. A Quinta Maria Izabel, em Portugal, é um exemplo de investimento que nos dá prazer. Não é estratégico, não esperamos grandes resultados financeiros, mas nos dá prazer.

Como surgiu o interesse em investir no mercado de vinhos? Quais são seus planos futuros nessa área?

Este é um caso no qual a motivação foi o prazer. Confesso que, inicialmente, a emoção falou mais alto. Já tinha apartamento em Lisboa e tive a oportunidade de adquirir uma quinta em uma das regiões mais belas de Portugal que é o Douro. Gosto de vinho, mas não entendia de produção. Contamos com uma boa equipe e temos importante parceria com um dos maiores enólogos da Europa que é Dirk Niepoort. Hoje, quase cinco anos depois da nossa entrada, já temos certo reconhecimento no mercado. Costumo dizer que é um hobby, embora a gente administre tudo com muito profissionalismo. Estamos em boa parte do Nordeste e em Portugal. Como meta, queremos aumentar a distribuição e caminhar sempre para melhorar o padrão do nosso vinho Maria Izabel.

Existem planos de ampliar esse leque de investimentos, talvez num cenário pós-crise?

Não paramos de investir durante a crise. Em 2014, inauguramos o RioMar Fortaleza, com aplicações de R\$ 850 milhões e, em 2016, abrimos o RioMar Kennedy, com aportes de R\$ 500 milhões. Portanto, dois grandes empreendimentos no auge da retração econômica. Ainda devemos fazer novos investimentos na área imobiliária, desta vez em Pernambuco. Mas nossa meta central no pós-crise, como você se referiu, é consolidar o que temos no nosso grupo. Atualizar os shoppings mais antigos e trabalhar arduamente nos mercados recém-inaugurados. Outro grande desafio é implementar as mudanças necessárias no setor de Comunicação, com todo o Sistema Jornal do Commercio. É uma área com muitos desafios, com transformação global de como a notícia vai chegar até o cidadão no futuro próximo.

Qual a opinião do senhor sobre empreender nesse momento que estamos vivendo?

Nós fizemos isso. Mas tomamos essa decisão porque queremos estar preparados para o momento em que a economia voltará a crescer. Não dá para ficar de braços cruzados. No entanto, tudo deve ser feito com muita atenção para não desequilibrar os negócios. Depende da saúde financeira da empresa. Recorrer a bancos, por exemplo, em um momento como esse, pode ser problemático. Nem sempre é fácil manter o nível de investimento. Essa foi uma decisão nossa e tínhamos nos preparado para isso.

“

É possível
crescer, se
desenvolver e
traçar grandes e
bons caminhos
profissionais”

O Instituto JCPM oferece, entre outras ações, formação empreendedora para jovens. De que forma isso pode ser um diferencial na vida profissional deles?

Esperamos despertar neles a ideia de que é possível crescer, se desenvolver e traçar grandes e bons caminhos profissionais. Nossa equipe trabalha diariamente, inclusive com muitas parcerias, entre as quais destaco a Fecomércio, para dar oportunidades a esses jovens. Hoje, aproximadamente 1,5 mil jovens trabalham no RioMar Recife graças à nossa ajuda. Temos o Instituto JCPM em quatro estados (Pernambuco, Bahia, Ceará e Sergipe), com previsão de atender mais de quatro mil jovens a cada ano. Nos orgulhamos dos resultados e de histórias de sucesso que, com o tempo, passamos a fazer parte.

O Grupo JCPM completa 82 anos de atividades em 2017. Como o senhor o vê daqui a quinze anos?

Vejo consolidada a sucessão. Hoje, meus três netos (João Carlos, Marcelo e Renato) atuam comigo na empresa e cada um já tem seu papel definido. Desejo também que sejam mantidos os mesmos valores e o espírito empreendedor, inclusive com o histórico de vanguarda. E sempre servindo à sociedade onde atuarmos. □

C I N E M A mundialmente PERNAMBUCANO

Autoral e independente, a produção cinematográfica de Pernambuco se destaca internacionalmente e forma diferentes públicos dentro e fora do Estado



©
SOM
AO REDOR
KLEBER MENDONÇA FILHO

O cinema que respeita as fronteiras do lugar onde é produzido, segundo o cineasta alemão Wim Wenders, detém grande valor artístico. Isso ocorre quando, nas telas da sala escura, o espectador é transportado para uma experiência única, quando é possível assimilar um “sentido de lugar”, quando é apresentado a novas identidades e comportamentos. Essas histórias, ao mesmo tempo intranferíveis e universais, estão presentes no mundo inteiro e o estado de Pernambuco é, decerto, um celeiro de boas narrativas contadas a partir da sétima arte. *Baile Perfumado*, *Amarelo Manga*, *Cinemas Aspirinas e Urubus*, *Boi Neon*, *Tatuagem e Aquarius*, por exemplo, são obras que distinguem seus realizadores no mundo inteiro. No próprio estado, os filmes receberam atenção especial do público nativo, o que coloca em evidência esse fenômeno de produções locais. É possível relacionar uma série de características que formam a identidade pernambucana como ela é vista mundo afora, a “pernambucanidade”. São parte dessa “iconografia” as pontes do Recife, o sotaque nordestino, o sentimento revolucionário histórico de nomes como Joaquim Nabuco, Gilberto Freyre e Josué de Castro, os canaviais da Zona da Mata, as vaquejadas, o frevo, o maracatu e o baião como expressões da música local, a paisagem do Sertão, as criações do artesanato, a confecção de vestuário próprio, o litoral paradisíaco, o manguezal, o cuscuz, o bolo de rolo, a cachaça, as bodegas, o linguajar, as histórias que se contam no dia a dia. Transportados para a tela do cinema, esses elementos trazem uma sensação de pertencimento ou de reconhecimento da cultura de um povo.



“

A pluralidade de ideias é a grande força motora do cinema realizado no Estado”

Camilo Cavalcante





BAILE PERFUMADO

LÍRIO FERREIRA, PAULO CALDAS

A distinção da identidade pernambucana no cinema ganhou visibilidade nos últimos anos, mas o interesse local pela sétima arte existe desde a década de 1920, com um movimento intitulado “Ciclo do Recife”. Nessa época a produção de filmes era ainda muito tímida, embora pioneira no Brasil. Na década de 1970, o “Ciclo do Super Oito” fez surgir uma quantidade mais expressiva de filmes de ficção e documentários. Essas obras se aproveitavam da efervescência artística e do sentimento de contestação no período ditatorial para compor ditos de liberdade e poesia.

A virada da cinematografia local acontece no fim da década de 1990. O lançamento do filme *Baile Perfumado*, de Paulo Caldas e Lírio Ferreira, acontece como um disparo de ânimo para a criação. Nesse mesmo contexto, inaugura-se o Cinema da Fundação Joaquim Nabuco, no Derby, e o festival Cine PE, locais de assídua apreciação dos filmes da terra. “O *Baile* é o primeiro longa-metragem depois do Ciclo do Recife, de porte, que vai dar o pontapé inicial na conhecida Retomada do Cinema Pernambucano. O filme é de 1996, mas a produção começou por volta de 1994. Na época, houve uma mobilização muito grande, todo mundo da cidade se envolveu na produção do filme”, rememora o crítico e pesquisador de cinema Alexandre Figueirôa.

O enredo de *Baile Perfumado* é a história do libanês Benjamin Abrahão, personagem que conheceu de perto Virgulino Ferreira, Lampião, e que fez fama com os únicos registros em vídeo do líder cangaceiro. Chico Science e Nação Zumbi estão presentes na trilha sonora, o roteiro é assinado pelos realizadores Paulo Caldas, Lírio Ferreira e Hilton Lacerda, que se estabeleceram na cena com o sucesso alcançado pelo longa. “Com o *Baile* foi assim: você está no lugar certo, na hora certa, tudo funciona. O filme vai nesse embalo, nessa expectativa de movimentação, como algo vindo do Nordeste. Ele desconstrói a imagem de Lampião como cangaceiro cruel, desumano. A junção desses elementos acaba tornando o filme uma coisa pop”, explica o crítico.

A Retomada ganha corpo nos anos seguintes com o lançamento de filmes que consolidam esse espírito pernambucano. *Amarelo Manga*, de Cláudio Assis, em 2002, mostrando o Recife suburbano e o drama inserido nessa dura realidade. Depois a incursão de um viajante alemão no sertão nordestino da primeira metade do século 20, em *Cinema, Aspirinas e Urubus*, de Marcelo Gomes, em 2005. Nessa fase, os filmes locais começam a viajar por premiações e festivais em Brasília (DF), Tiradentes (MG), Veneza (ITA), Berlim (ALE) e Rotterdam (HOL), ganhando prestígio



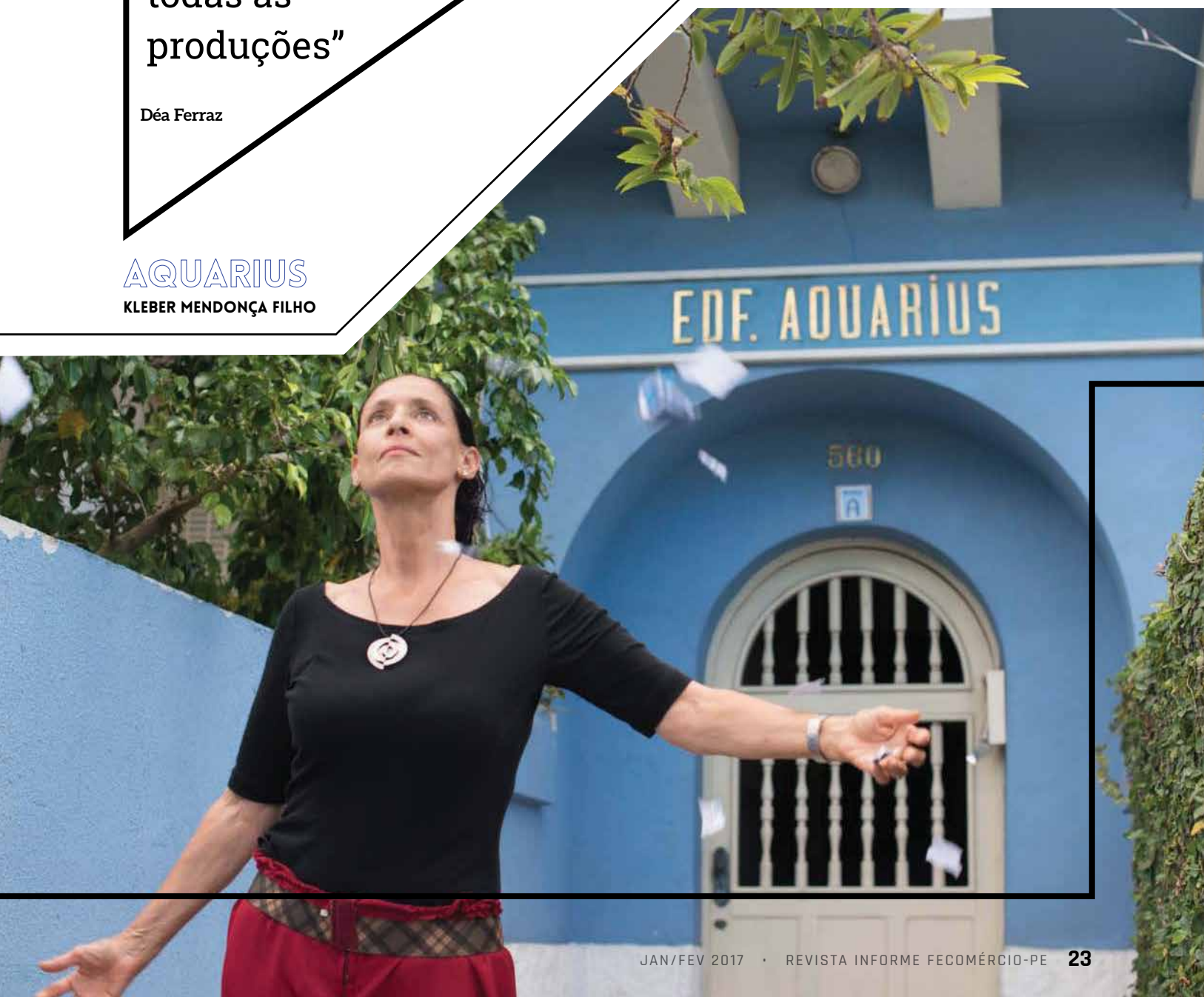
Pernambuco
tem um cinema
autoral, político,
independente
e isso se vê em
praticamente
todas as
produções”

Déa Ferraz

AQUARIUS
KLEBER MENDONÇA FILHO

e reconhecimento em todo o mundo.

A chegada de *Aquarius*, de Kleber Mendonça Filho, em 2016, à competição da Palma de Ouro do Festival de Cannes, na França, simboliza a fase mais recente do cinema pernambucano. O filme alcançou 360 mil espectadores desde seu lançamento e, apesar de não ter levado o prêmio, o mais importante do cinema autoral internacional, retornou ao Brasil como a sensação da cena cultural brasileira. No mesmo caminho seguiram *Tatuagem*, de Hilton Lacerda, *Boi Neon*, de Gabriel Mascaro, *O Som ao Redor*, também de Kleber Mendonça Filho, e *A História da Eternidade*, de Camilo Cavalcante. Aqui se estabelece um novo paradigma, quando os filmes produzidos localmente, na lógica autoral, passam a contagiar públicos diferentes, figurando no circuito comercial das salas de cinema, na TV aberta e nas plataformas de *streaming*.





A HISTÓRIA DA ETERNIDADE

CAMILO CAVALCANTE

RECUSA DO ÓBVIO

Em entrevista recente, Lírío Ferreira disse que o cinema pernambucano se caracteriza pela recusa do óbvio. Nessa mesma perspectiva, a estudante do curso de Cinema da UFPE Sâmara Carvalho, uma espectadora aficionada pela produção local, acredita que a representação da identidade nordestina, com os sotaques e as paisagens dos filmes, também cria identificação com o público, porque demarca uma posição diferente. Para ela, trabalhos como o de Kleber Mendonça Filho têm um papel importante na adaptação daquele olhar médio, acostumado à linguagem das telenovelas.

Tanto *O Som ao Redor* quanto *Aquarius*, por exemplo, foram gravados na paisagem urbana da Zona Sul do Recife, levando em conta a trilha sonora, os costumes

e o imaginário locais. “Eu cresci vendo imagens de Ipanema, Copacabana, Leblon, Avenida Paulista, Nova Iorque e Los Angeles, como uma criança brasileira. Ainda está muito longe do ideal, no sentido de ter uma regionalização, para que a gente veja dramas de ficção, documentários que façam justiça ao tamanho do país e à complexidade da cultura brasileira. Mas dentro da produção de cinema brasileiro, essa mudança começou”, atesta Kleber Mendonça.

A cineasta Déa Ferraz enxerga que “Pernambuco tem um cinema autoral, político, independente e isso é uma característica mais generalizada aqui, que se vê em praticamente todas as produções. Acho que nós construímos na desconstrução, na crítica, no desejo de entender essa linguagem como instrumento de pensamento, acima de qualquer coisa”, explica.



TATUAGEM

HILTON LACERDA

A visão de Alexandre Figueirôa é de um ambiente de colaboração, de diálogo entre realizadores, algo que nasce no contexto do Super Oito e que permanece na construção contemporânea. “Não existe um movimento uníssono, mas movimentações e inquietações artísticas. Cada realizador se expõe com um grau de honestidade máximo em suas obras. Desta forma, a pluralidade de ideias é a grande força motora do cinema realizado no Estado que somada ao investimento maciço feito ao longo dos últimos 6 anos no audiovisual, tornou Pernambuco um terreno muito fértil para a realização cinematográfica”, avalia o cineasta Camilo Cavalcante (*A História da Eternidade*).

Distante do eixo Rio-São Paulo – onde mais se produz cinema comercial no País – Pernambuco

usufrui de mais liberdade criativa, na visão de Kleber Mendonça Filho. O ambiente rico de manifestações culturais, uma característica histórica do Estado, de gigantes como Gilberto Freyre e João Cabral de Melo Neto, favorece a construção de uma voz própria para a cinematografia local. “Deixar Recife em segundo ou terceiro plano é um erro político histórico. A gente sabe que potencial econômico não tem a ver com riqueza cultural, algo que Pernambuco sempre teve”, afirma o diretor. “Se você pegar a ala autoral do cinema brasileiro hoje, o cinema pernambucano é claramente o mais visto e que tem as maiores bilheterias no segmento. Além disso, os filmes daqui têm conquistado prestígio, com a presença frequente nos festivais, como nenhum outro lugar”, revela Kleber.



“Se você pegar a ala autoral do cinema brasileiro hoje, o cinema pernambucano é claramente o mais visto e que tem as maiores bilheterias no segmento”

Kleber Mendonça Filho

LEITURAS DO CINE

“O melhor de fazer cinema é justamente entender que cada pessoa vai receber o filme de uma maneira muito particular, independentemente de ser ‘especializado’ ou não. Cada um vai se encontrar com o cinema – e com a arte em geral – carregando suas vivências e reflexões. Isso é o que vale”, considera Déa Ferraz. Ela é autora do filme *A Câmara de Espelhos*, um retrato aprofundado sobre o universo masculino e sobre como os homens enxergam o papel das mulheres na sociedade ocidental. Considerado um filme-dispositivo, a obra lotou a sessão do Cinema São Luiz, no centro do Recife, em outubro de 2016, numa segunda-feira à noite.

Esse interesse também se manifesta pelos outros exemplares da cinematografia pernambucana, como é o caso de *Tatuagem*, de Hilton Lacerda, que passou um ano em cartaz também no São Luiz. “Na última noite, o filme recebeu mais de mil pessoas para lotar o cinema, um cinema de rua, e depois sai todo mundo pelas ruas, indo para uma festa de despedida da exibição. Isso não é uma coisa normal, isso não é uma coisa que acontece em outras cidades. Isso não se vê em São Paulo, nem no Rio de Janeiro, onde as pessoas produzem filmes próprios. É muito interessante perceber como esse interesse local foi construído com naturalidade”, opina Kleber Mendonça Filho.

A popularização do cinema autoral pernambucano é um trabalho de várias frentes. A presença desses filmes no circuito comercial, na televisão e nas plataformas de *streaming* revela que a oferta foi claramente ampliada, embora a diferença nas bilheteiras expresse que é preciso reforçar essa distribuição. Déa Ferraz, por exemplo, ainda não viabilizou a exibição d’*A Câmara de Espelhos* no circuito comercial, enquanto Camilo Cavalcante afirma ter esbarrado em obstáculos das grandes distribuidoras. Kleber Mendonça Filho, por outro lado, obteve resultados melhores com *O Som ao Redor* e *Aquarius*, alcançando 100 mil espectadores com o primeiro e 360 mil com o segundo. Em relação à cinematografia



LIZANDRA MARTINS





VERNER BRENNAN

comercial, a diferença é considerável, com filmes chegando à casa dos milhões de espectadores. Uma das medidas mais expressivas para formação de público espectador parte do Sesc, com o Circuito Sesc do Cinema Pernambucano. O projeto licencia obras para exibição em todas as unidades da instituição. A entidade também apoia iniciativas com foco no desenvolvimento do audiovisual em Pernambuco, como a Mostra Canavial de Cinema, O FestCine e o Festival de Cinema de Triunfo. No período de um ano, o circuito realizou 81 sessões de cinema em cinco cidades, com público total de 5.452 pessoas presentes. “É necessário concretizar o cinema no cotidiano das pessoas para que a formação desse público aconteça. Não há como dizer que ‘não existe’ interesse, se não há oferta. A experiência obtida da primeira edição do Circuito Sesc nos mostra que sim, há o interesse, mas que ele precisa ser estimulado de forma consistente e qualitativamente para que se reflita num público ainda maior para a produção audiovisual do Estado”, afirma Naruna Freitas, responsável técnica de cinema da instituição.

“ É necessário concretizar o cinema no cotidiano das pessoas para que a formação desse público aconteça”

Naruna Freitas

O Sesc também realiza ações de formação; oficinas, cursos e palestras que são ministrados por profissionais da área cinematográfica. O viés educativo é destacado, pois sempre após as exibições é realizado um debate junto ao público; o que garante uma análise mínima do filme que está sendo apresentado. “Os filmes precisam ser exibidos num número maior de janelas, eles precisam compor

a programação nas cidades do interior. Sem dúvida, na capital, o interesse do público é maior, pois os filmes têm uma visibilidade maior”, avalia Naruna.

Ainda em 2017, acontece a Mostra Sesc de Cinema, um evento nacional que reúne as cinematografias de vários estados brasileiros de realizadores independentes. O objetivo é promover a difusão da produção cinematográfica brasileira que não chega ao circuito comercial de exibição, contribuindo, assim, para a promoção e o lançamento de artistas de todo o país.

Naruna Freitas ressalta a inovação dessa mostra em promover um circuito próprio que garanta visibilidade para a produção autoral.

“Qualquer iniciativa de formação de público que tenha uma curadoria inteligente, que leve o cinema para lugares onde normalmente o cinema não vai, para mim, elas são absolutamente importantes. A imagem está muito disseminada através de tudo, tablets, computadores, YouTube. Agora essa possibilidade de você surpreender as pessoas através de novas visões e novos pontos de vista é totalmente importante”, pondera Kleber Mendonça Filho.

Autor de um filme que se passa no sertão pernambucano, Camilo Cavalcante fez questão de exibir *A História da Eternidade* em um projeto volante que atingiu cerca de 10 mil pessoas, levando também outros filmes da cinematografia nacional. “Diante desta carência de exibição, no Interior, de filmes diversos que tragam à tona questões poéticas e instiguem o olhar a refletir sobre a realidade do país, todos esses eventos são imprescindíveis. Dentro do contexto de espetáculo coletivo, é preciso manter viva a tradição de se compartilhar experiências vindas da tela grande e debater sobre elas”, afirma. □

DO YOU SPEAK ENGLISH?



Inglês ainda lidera ranking de idiomas mais exigidos pelo mercado de trabalho, mas ter conhecimento em línguas como Mandarim pode ser um excelente diferencial

POR RAMON ANDRADE



Cultura, qualidade de vida e experiência profissional. São várias as razões que fazem os brasileiros estarem cada vez mais interessados em ingressar no mercado de trabalho estrangeiro. De acordo com uma pesquisa feita pela Brazilian Educational & Language Travel Association (Belta), o Canadá desbancou os Estados Unidos e hoje é o destino favorito entre os intercambistas. Na maioria dos casos, os estudantes buscam por oportunidades de emprego e, na melhor das hipóteses, uma nova nacionalidade. Com o País passando por crise financeira, o interesse em mudar de ares está com uma força evidente. Mas, para realizar esse sonho, o conhecimento de uma língua estrangeira é imprescindível, e isso também se aplica para profissionais que atuam no Brasil. Afinal, empresas multinacionais que investem seus negócios em terras tupiniquins costumam exigir fluência em pelo menos um idioma além do português. “Seja no mercado nacional, seja no internacional, a fluência em uma língua estrangeira será sempre um diferencial”, comenta Michelle Diniz, consultora de Carreiras e mestre em Gestão de Pessoas. Embora o Francês tenha registrado um crescimento significativo, Inglês e Espanhol ainda são os cursos de língua mais procurados pelo público. Alemão e

Italiano, além de Japonês e Mandarim, também possuem uma alta demanda no Brasil. “A possibilidade de migrar para o Canadá tem atraído muitas pessoas para o nosso curso de Francês”, cita a gerente da Unidade de Idiomas do Senac, Mauricéa Oliveira. “Inglês ainda é um pré-requisito, mas hoje o mercado de trabalho está valorizando a fluência em mais de uma língua estrangeira. Para quem busca uma oportunidade profissional, dominar o Mandarim, por exemplo, é uma aposta acertada, pois temos recebido demandas de comerciantes e empresários que mantêm vínculos econômicos com a China. Eles precisam de pessoas fluentes nessa língua para realizar as articulações comerciais”, explica Mauricéa, lembrando que o Senac tem parceria com a Canadian College, em Vancouver, para onde alguns alunos são enviados. Muitos especialistas defendem a ideia de que os brasileiros costumam ser bem aceitos no exterior, por conta de seu poder criativo e inovador enquanto profissional. Quando resolveu fazer mestrado em Auditoria e Análise de Empresa na Universidad Complutense de Madrid, na Espanha, Renata Barbalho se viu obrigada a se especializar na língua e resolveu fazer o curso de Espanhol no Senac. “Acredito que nos dias atuais é imprescindível as pessoas dominarem, no mínimo, dois idiomas. Meu processo de adaptação foi bem tranquilo, apesar da enorme diferença cultural existente entre Brasil e Espanha. Os conhecimentos adquiridos na língua espanhola me proporcionaram uma maior facilidade de compreensão nas aulas do mestrado, no estágio que realizei em uma multinacional e no dia a dia nas relações com as pessoas”, declara a brasileira, hoje proprietária da Espanha Fácil, uma empresa de assessoria de



imigração cuja sede se encontra em Madri. Mesmo aprovada em um concurso público no Brasil, Renata abriu mão da vaga para investir no seu próprio negócio na Espanha. Após 11 anos vivendo no país europeu, hoje ela possui nacionalidade espanhola. O conhecimento em línguas estrangeiras sempre foi um diferencial conhecido pelos brasileiros. No entanto, ainda é grande o número de pessoas com cargos elevados que não possuem segunda língua. “Tivemos alguns problemas recentes em relação a isso, quando ocorreram as Olimpíadas e a Copa do Mundo”, destaca a consultora Michelle Diniz. Segundo ela, a fluência no idioma ainda não é suficiente para as pessoas que pretendem morar no exterior. “Cada país possui uma forma própria de compreender as relações sociais, incluindo as relações de trabalho, e isso deve estar claro para quem deseja fazer essa empreitada. Portanto, conversar com quem já teve experiência naquele lugar, pesqui-

“
Os conhecimentos
adquiridos
na língua
espanhola me
proporcionaram
uma maior
facilidade de
compreensão nas
aulas do mestrado
em Madri”

Renata Barbalho

sar sobre costumes, valores, crenças e história podem minimizar possíveis problemas futuros de adaptação e de desempenho”, alerta a profissional.

O professor e pesquisador Ítalo Soeiro é um exemplo disso. Depois de concluir o curso de Espanhol no Senac, ele precisou se desdobrar para abrir novas portas na sua vida profissional. “Conhecer o Espanhol não me garantiu a inserção automática no mercado de trabalho. Busquei colocar em destaque esse diferencial e fazer valer o conhecimento. Comuniquei-me o máximo possível com pesquisadores e estudiosos de países de língua espanhola. Tal fato possibilitou-me convites e estágios acadêmicos em universidades latino-americanas. Hoje, graças ao Espanhol, sou membro de grupos de pesquisas internacionais”, declara Ítalo, que faz parte do Grupo de Estudios Cultura, Naturaleza y Territorio da Universidad de Buenos Aires.

Enquanto o Brasil tenta resolver seus problemas econômicos e sociais, a população busca fora dele a oportunidade de ter uma melhor qualidade de vida. Além de Estados Unidos e Canadá, outros países que estão em alta com intercâmbios são Irlanda, Austrália e Nova Zelândia. 



Embora o Francês tenha registrado um crescimento significativo, Inglês e Espanhol ainda são os cursos de língua mais procurados pelo público



SERVIÇO

O Senac oferece os seguintes cursos de idiomas:

Inglês
Espanhol
Francês
Alemão
Italiano

Mais informações pelos telefones:

(81) 3413.6724 / 3413.6717 /
3413.6716

Endereço: Avenida Visconde de
Suassuna, nº 500, Santo Amaro,
Recife-PE





Quer inovar?
O Sebrae ajuda
com até **70%**
do valor a ser pago.

SEBRAETEC

NOVAS SOLUÇÕES PARA UMA NOVA MANEIRA DE LUCRAR

Conheça o SEBRAETEC e as soluções que ele pode oferecer para a sua empresa, sem pesar no seu bolso.

Design, produtividade, propriedade intelectual, qualidade, inovação, sustentabilidade e serviços digitais com subsídios de até 70%.



0800 570 0800 | pe.sebrae.com.br

A FÉ QUE MOVE O TURISMO

Atraídos pela devoção e pelo desejo de conhecer locais sagrados, os viajantes desbravam o estado e usufruem das belezas naturais, artísticas e culturais

Há algum tempo o turismo religioso deixou de ser feito apenas por romeiros que costumavam ir ao destino e retornar no mesmo dia sem usufruir de outros atrativos da cidade visitada. Hoje, a ida aos locais sagrados tornou-se uma atividade mais ampla. Além de atender à devoção, o passeio serve para conhecer as belezas naturais do município de destino, assim como outros itens apreciados por viajantes de todo o mundo. Hotéis, centros de artesanato, restaurantes e toda infraestrutura que o local tenha a oferecer são analisados por esses desbravadores movidos pela fé. Em Pernambuco, opções não faltam para esse perfil de turista. No Agreste, a cerca de 200 quilômetros do Recife, fica um dos mais famosos destinos religiosos do Brasil. Fazenda Nova, no município de Brejo da Madre de Deus, é conhecida pela encenação da Paixão de Cristo de Nova Jerusalém, no teatro ao ar livre montado em uma área de 70 mil m², cercado por muralhas de pedras de três metros de altura. Em 2016, 65 mil pessoas passaram pela cidade-teatro na Semana Santa. Mas o turismo local não vive só dessa atração. O município oferece boas opções de hospedagens e belas paisagens para o ecoturismo. A cidade fica em um vale entre elevações rochosas e por isso existem várias serras, como a do Prata (com



SECRETARIA ESTADUAL DE TURISMO/ROBERTO ROSA

936 metros de altitude), a do Ponto (com 1.200 metros), e outras com 800 metros de altura, a exemplo da Serra do Estrago, onde tem um sítio arqueológico repleto de pinturas rupestres. Na época de chuva, surgem, ainda, as cachoeiras da Arara e de São Francisco. Essa paisagem rústica é o cenário perfeito para as obras em pedra do Parque das Esculturas Monumentais Nilo Coelho. São 60 hectares com trabalhos representando personagens nordestinos da religião, da música e do folclore, dentre eles, Lampião, Maria Bonita, rendeiras e sanfoneiros.

Na mesma região de Fazenda Nova fica outro ponto de peregrinação e muita diversão em harmonia com a natureza. Trata-se da Vila de Cimbres, na cidade de Pesqueira, distante da Capital cerca de 220 quilômetros. O principal atrativo de turistas é a Capela de Nossa Senhora das Graças. O destino fica em terras dos índios xukurus e ganhou fama após o Vaticano reconhecer uma aparição de Nossa Senhora naquela área. Depois de pedir proteção à santa, os devotos podem vivenciar as maravilhas oferecidas pela culinária local. A fabricação de doces é um dos carros-chefes do município. As rendeiras não deixam a desejar e fazem bonito, compondo o patrimônio artístico. Afinal de contas, elas são responsáveis por atrair cada vez mais admiradores dos produtos fabricados artesanalmente.

A 241 quilômetros da Capital e 92 quilômetros de Pesqueira, fica Garanhuns. Os acessos rodoviários são bons tanto para quem vai de transporte coletivo quanto para quem usa veículo particular. A cidade fica no Agreste Meridional, a uma altitude de 890 metros. A essa distância, em relação ao nível do mar, o município registra uma das temperaturas mais baixas de Pernambuco. Nos últimos 30 anos, segundo a Agência Pernambucana de Águas e Climas (APAC), em julho, o município chega, em média, à casa dos 16 graus centígrados. Aproveitando essa temperatura europeia, acontece no local o famoso Festival de Inverno de Garanhuns (FIG), com atrações artísticas locais, nacionais e internacionais. É nesse ambiente de pouquíssimo calor que os turistas conhecem destinos religiosos, como Cristo de Magano, Santuário Mãe Rainha e Mosteiro de São Bento, além de parques, praças e prédios, a exemplo do palácio Celso Galvão, onde é realizado o Natal Luz.



“

**Em Garanhuns,
o Santuário da Mãe
Rainha e o Cristo
encheram nosso
passeio de paz”**

Maria Valdelena da Silva



O Cristo de Magano é um dos pontos de turismo religioso em Garanhuns

Apaixonada pelas viagens, a aposentada Maria Valdelena da Silva, de 70 anos, já subiu a serra várias vezes para visitar as belezas de Garanhuns. Com a família ou com grupos de amigos, ela gosta de rever as belezas naturais e arquitetônicas da cidade. A última ida de Maria à “Suíça Brasileira”, como é conhecido o município devido às baixas temperaturas, foi em dezembro de 2016. “Eu queria conhecer a decoração do Natal Luz. Fiquei encantada. É tudo muito bem feito. Muitas luzes e cores que me encantaram”, explicou. Depois de conhecer a decoração natalina, a recifense visitou o Santuário da Mãe Rainha, o Mosteiro de São Bento e o Cristo de Magano. “Tive a oportunidade de saber como vivem os monges. Eles nos mostraram a rotina deles. Isso foi enriquecedor. O Santuário da Mãe Rainha e o Cristo encheram nosso passeio de paz”, concluiu a turista que trouxe como lembrança de Garanhuns um terço.

Ao seguir pela Rodovia Luiz Gonzaga (BR-232), depois de percorrer 586 quilômetros a partir do Recife, chega-se ao Sertão, onde é possível conhecer Serrita. Na cidade, há quase 50 anos, no mês de julho, o vaqueiro Raimundo Jacó é homenageado pelos colegas durante a tradicional Missa do Vaqueiro. Milhares de pessoas participam todos os anos da celebração realizada na caatinga e sobre o lombo dos cavalos. Também faz parte da cultura local o artesanato em couro, sobretudo de artigos usados na lida com o gado, como o gibão. A cerâmica e a tecelagem ocupam outro espaço importante na vida econômica do local e enchem os olhos dos visitantes. A gastronomia fica por conta das comidas regionais. Tem buchada, carnes de bode e de sol.



ROTA RELIGIOSA NOS ENGENHOS

Milhares de fiéis vão há décadas às terras do Engenho Ramos, na cidade de Paudalho, na Zona da Mata Norte de Pernambuco, para celebrar São Severino Mártir do Engenho Ramos. Uma imagem dele trazida de Roma encontra-se na Capela Nossa Senhora da Luz, onde hoje funciona o Santuário. A devoção ao religioso começou após relatos de milagres proporcionados a pessoas que tocaram na escultura trazida da Itália pelo morador da propriedade rural desativada em 1920, um sacerdote.

Não se sabe a data exata que os fiéis iniciaram as peregrinações até a Capela Nossa Senhora da Luz. Mas hoje especula-se que o local é o maior centro de romaria de Pernambuco e o terceiro do Brasil. O santo é um dos mais populares no Nordeste brasileiro e é reverenciado sobretudo a partir de setembro, atingindo o ápice no Domingo de Ramos.

Além do Santuário de São Severino, Paudalho abriga o Mosteiro de São Francisco. A cidade também oferece como atrativo os diversos passeios pelos engenhos que lá existem. As visitas às casas grandes e capelas dessas propriedades rurais são apreciadas pelos turistas, que podem caminhar sobre a Ponte de Itaíba, inaugurada pelo imperador Dom Pedro II, no século 19, e curtir apresentações dos grupos folclóricos de maracatus, bois e caboclinhos.

SECRETARIA ESTADUAL DE TURISMO/LUIZ LUCAS



TURISMO RELIGIOSO NO RECIFE

A Capital não fica fora do roteiro da fé. Além dos famosos Santuários das Nossas Senhoras da Conceição e de Fátima, existem a Basílica do Carmo e o Convento de São Felix de Cantalice, onde ocorrem as homenagens a Frei Damião. Na Zona Norte, bairro de Água Fria, tem o Sítio do Pai Adão, um dos mais antigos terreiros do Brasil. Compõe esses destinos a primeira sinagoga das Américas, a Kahal Zur Israel, na Rua do Bom Jesus, antiga Rua dos Judeus, no Bairro do Recife. E não se permite excluir os passeios culturais aos templos evangélicos, centros espíritas, islâmicos e budistas.

Em Olinda, na Região Metropolitana do Recife, o Templo Budista Fo Guang Shan oferece estágios de meditação, palestras, cursos e retiros. Na Capital, diversos grupos se juntam para estudar e meditar coletivamente. Os encontros também acontecem em Timbaúba, na Zona da Mata Norte, no Centro de Estudos Budistas Bodistva. Lá tem hospedagem e área de camping. Os adeptos ao islamismo dispõem do Centro Islâmico no Recife desde 1989 - fica na rua da Glória, bairro da Boa Vista e são realizadas orações de segunda a quinta-feira, das 8h às 15h e sábado das 8h às 12h (na sextas-feiras, às 13h, o acesso é exclusivo aos membros da comunidade).

Já os centros espíritas estão espalhados por vários bairros da Região Metropolitana e se juntam ao longo do ano para realizarem grandes eventos. Como o Fórum de Juventude Espírita de Pernambuco (mês e data são móveis) e a Mostra Espírita, que ocorre normalmente em setembro. A Federação Espírita de Pernambuco fica na avenida João de Barros, no Espinheiro, no Recife. Os templos evangélicos também estão distribuídos no Estado e o calendário de atividades é extenso, a exemplo da "Marcha para Jesus" que ocorre em setembro. O endereço de todos esses destinos turísticos religiosos podem ser

encontrados na publicação Rota da Fé, editada pela Secretaria de Turismo de Pernambuco (Setur). De acordo com a Setur, os principais pontos de turismo religioso catalogados no guia possuem uma boa oferta de hotelaria, além de serviços de bares, restaurantes e transportes. Essa boa infraestrutura já faz Maria Valdelena planejar a próxima viagem. “Só não vai ser para já porque estou de cirurgia marcada. Vou operar o olho, para enxergar melhor todas as belezas que existem no nosso estado e no Brasil. Logo que me recuperar, vou querer conhecer novas cidades”, garantiu a aposentada.



→ NA ROTA DA FÉ

Não é de hoje que surgiu esse interesse de conhecer locais sagrados. Um levantamento do Departamento de Estudos e Pesquisas do Ministério do Turismo, em 2014, já apontava que cerca de 17,7 milhões de brasileiros viajaram pelo País, naquele ano, motivados pela fé. Para atender ao desejo desses “novos romeiros”, o Turismo Social do Sesc organiza viagens para todo o Estado, sempre incluindo roteiros sagrados.

“Sabemos que os locais religiosos são destinos desejados pelos viajantes. Por isso sempre tentamos incluí-los nos passeios que desenvolvemos durante as excursões realizadas pelo Turismo Social do Sesc. Além de conhecermos os pontos sagrados, realizamos roteiros mais amplos em cada uma dessas cidades. A parte religiosa é um dos tópicos do nosso planejamento”, explicou a coordenadora do Turismo Social do Sesc Pernambuco, Camila Vila Nova.

Durante as viagens, os turistas que vão para as cidades do Sertão têm como boa opção para descansar o hotel do Sesc em Triunfo. No Agreste, a hospedagem pode ser no hotel do Sesc em Garanhuns. A rede hoteleira da Instituição recebe todas as pessoas, sobretudo os comerciários e seus dependentes. De acordo com Camila Vila Nova, o valor do passeio varia conforme o destino. No pacote de viagem oferecido pelo Sesc estão inclusos serviços de bordo, três refeições, hospedagens, passeios na cidade visitada, guia local e acompanhante e, nos casos em que 60% da clientela inscrita tem acima de 60 anos, acrescenta-se o serviço de enfermagem. □

O Turismo Social do Sesc organiza viagens para todo o Estado, sempre incluindo roteiros sagrados



DESTINOS DA FÉ CATÓLICA NO INTERIOR DE PERNAMBUCO

Zona da Mata Norte

Paudalho

Santuário São Severino dos Ramos
Distância do Recife: 45 km
Período: a partir de setembro
Rota BRs 232 e 408

Goiana

Museu de Arte Sacra do Sesc Goiana
Sesc Ler Goiana
Distância do Recife: 62 km
Rota BR 101

Convento de Santo Alberto
Igreja de Nossa Senhora do Carmo
Igreja da Ordem Terceira do Carmo

Agreste

Brejo da Madre de Deus

Espectáculo teatral da Paixão de Cristo de Nova
Jerusalém
Distância do Recife: 182 km
Período: Semana Santa
Rotas BRs 232 e 104

Pesqueira

Santuário Nossa Senhora das Graças, Vila de Cimbres
Distância do Recife: 219 km
Período: agosto (festas em louvor à santa)
Rotas BR 232

Garanhuns

O Cristo de Magano, Santuário Mãe Rainha
e Mosteiro de São Bento
Distância do Recife: 243 km
Período: julho (Festival de Inverno)
Rotas BRs 232 e 423

Sertão

Serrita

Missa do Vaqueiro
Período: julho
Distância do Recife: 586 km
Rota BR 232

Arcoverde

Santuário da Divina Misericórdia
Fundação Terra
Distância do Recife: 255 km
Rota BR 232

ROTEIROS DAS IGREJAS DO RECIFE E REGIÃO METROPOLITANA

Recife

Santuário de Nossa Senhora da Conceição
Santuário de Nossa Senhora de Fátima
Basílica de Nossa Senhora do Carmo
Convento de São Felix de Cantalice - Frei Damião
Igreja de Santa Tereza da Ordem Terceira do Carmo

Olinda

Santuário da Mãe Rainha Três Vezes Admirável
Mosteiro de São Bento

Igarassu

Igreja dos Santos Comes e Damião
Convento e Igreja de Santo Antônio
Igreja de Nossa Senhora da Conceição

Itamaracá

Igreja de Nossa Senhora da Conceição

Jaboatão dos Guararapes

Igreja Nossa Senhora dos Prazeres

Cabo de Santo Agostinho

Igreja de Nossa Senhora de Nazaré





SAÚDE

O QUE VALE É SE EXERCITAR

Diariamente ou uma vez por semana,
a prática de exercícios traz benefícios
diretos para manutenção da qualidade
de vida

POR ELAYNE COSTA

técnico em climatização e automação Marcos Araújo Filho que mora no bairro da Torre, na capital pernambucana, mas trabalha na cidade de Jaboatão dos Guararapes, tem uma rotina corrida nos dias úteis. É apenas no fim de semana que ele, com 28 anos, encontra tempo para cuidar de si jogando futebol. “Depois que passei por uma cirurgia no joelho, recebi o convite para voltar a me movimentar. Desde 2013, a prática vem me proporcionando bem-estar para o corpo e para a mente”, explica. Ele integra o grupo conhecido como “atletas de final de semana”. Pode parecer pouco tempo de prática, mas o exercício físico, além de promover o lazer de Marcos, é uma forma que ele encontrou para cuidar da saúde. Pesquisadores da Universidade Loughborough, na Inglaterra, e da Universidade de Sydney, na Austrália, atestaram que a atividade física realizada uma ou duas vezes por semana já gera resultado para o indivíduo. O estudo, divulgado este ano, foi realizado com base no monitoramento de 64 mil pessoas dessa faixa etária no país inglês e na Escócia.



“
O exercício,
quando realizado
de forma regular,
é o melhor e mais
barato método de
manutenção da
qualidade de vida”

Marcílio Ferreira

Na piscina do Sesc, a estudante Elaine Fernanda Lima obteve melhorias no sono e no convívio social



Cada pessoa, de acordo com a sua rotina, pode e deve inserir alguma modalidade esportiva que lhe dê prazer e motivação como forma de cuidado pessoal. De acordo com o professor de Educação Física Marcílio Ferreira, o exercício, quando realizado de forma regular, é o melhor e mais barato método de manutenção da qualidade de vida, diminuindo o surgimento de doenças, distúrbios e indisposições. Foi o que aconteceu com a estudante Elaine Fernanda Lima, de 21 anos. Ela pratica natação desde criança. Longe dos treinos para dedicar-se aos estudos, retomou a modalidade em julho de 2016 e hoje cai na piscina diariamente no Sesc Casa Amarela. “A volta ao esporte trouxe melhorias imediatas ao sono, aliviou a minha ansiedade e o estresse, além de ter me ajudado no convívio social”, revela.

Os benefícios da atividade física para a saúde são muitos. Além de ajudar a perder peso e a melhorar a qualidade do sono e do perfil metabólico, a prática auxilia no controle da pressão arterial e nos níveis de açúcar no sangue. “É recomendado fazer pelo menos 30 minutos de atividade aeróbica moderada por dia. Para quem não pode fazer isso, é necessário exercitar-se 150 minutos durante a semana, o que equivale a um gasto energético de aproximadamente mil calorias”, afirma Marcílio Ferreira.

A professora de Educação Física Karla Silva explica que nem sempre passar mais tempo se exercitando significa obter os melhores resultados. “Esses benefícios dependem da intensidade, da frequência e da execução. É comprovado cientificamente que realizar o exercício corretamente, com regularidade e intensidade adequada, mesmo por menos tempo, proporciona melhorias significativas na saúde”, comenta Karla. A estudante do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Pernambuco Dayana Arruda, de 28 anos, corre e caminha duas vezes por semana na orla da praia de Boa Viagem, no Recife. “Comecei há dois meses, incentivada pelo meu tio, e pratico com foco no cuidado com a minha saúde. Além disso, ainda evito ingerir comidas gordurosas e não tomo refrigerante há cerca de três anos”, conta.



➔ PRATIQUE

Ciente do bem-estar gerado pelo esporte, o Sesc Pernambuco oferece 10 modalidades e realiza várias ações no estado para a população. São elas: natação, futsal, futebol society e de campo, beach soccer, judô, voleibol, handebol, badminton e aulas de iniciação esportiva.

De acordo com a coordenadora de Esportes do Sesc Pernambuco, **Vanessa Apolinário**,

a instituição tem nas atividades esportivas uma ferramenta de conscientização e provocação de questões educativas. “É importante caracterizar a atividade como algo prazeroso para melhorar a qualidade de vida das pessoas, promover o desenvolvimento social e tornar a prática sistemática. Atendemos em todas as unidades crianças, jovens, adultos e idosos, respeitando o interesse de cada um”, afirma.

Com 15 unidades, além de um hotel em Triunfo que recebe atividades, a instituição dispõe de uma estrutura que engloba 88 ins-





Antonio Ripardo descobriu, no Sesc Santo Amaro, o talento para competir Judô

talações, entre quadras poliesportivas, 14 piscinas semiolímpicas, campos de futebol e estádio. O Sesc registrou mais de 11 mil alunos praticando esportes em 2016. A maioria, 4,6 mil, fazendo natação. A expectativa da instituição é ampliar este ano a modalidade de badminton e inserir o xadrez. “Realizamos diversos projetos esportivos no Grande Recife e no interior, estimulando a integração e a participação dos integrantes das escolinhas. Mantemos parcerias com instituições, principalmente nos projetos de grande porte, como o Circuito de Corrida e o AquaSesc, iniciativas que integram o esporte e lazer numa perspectiva inclusi-

va”, completa Vanessa. Somando uma estrutura moderna à oferta de diversas modalidades esportivas, o Sesc fomenta, também, o surgimento de novos atletas. É o caso do judoca Antonio Ripardo, de 20 anos. O estudante entrou na modalidade ainda na infância e descobriu na unidade de Santo Amaro, no Recife, o talento para competir. Atualmente, além de treinar durante a semana, às vezes incluindo os sábados, ele participa de disputas profissionais, tendo já conquistado três campeonatos brasileiros, cinco regionais e estaduais e ainda um Pan-Americano.

→ ORIENTAÇÃO

Quem deseja entrar em qualquer atividade esportiva precisa fazer uma visita ao médico. “É importante ter uma indicação, principalmente em atividades de alto consumo energético como as corridas. Fazer a consulta é necessário para avaliar o risco do exercício à saúde cardiovascular em geral”, aconselha o cardiologista Rodrigo Pedrosa.

Segundo ele, estudos comprovam os benefícios dos movimentos para a saúde cardiovascular, reduzindo fatores que podem causar infarto e acidente vascular cerebral (AVC). A prática esportiva só não é aconselhada para pacientes com lesões agudas, osteoarticulares, cardiopatias graves não compensadas e hipertensão arterial descontrolada, devido ao risco associado aos exercícios vigorosos. □

Estudos comprovam os benefícios dos movimentos para a saúde cardiovascular

ENTRE AROMAS E SABORES, A BOA SERVIENTIA

O bom atendimento vem se destacando entre os critérios essenciais para o retorno dos clientes aos estabelecimentos

POR REBECA CARVALHO



Quais os motivos que levam o cliente a retornar a um restaurante? Provavelmente, a qualidade da comida pesa bastante, mas o atendimento é também um fator importante. Segundo dados de pesquisa publicada pela revista Harvard Business Review, o atendimento falho causa um efeito dominó. 48% dos clientes que tiveram experiências negativas contaram a dez ou mais pessoas, enquanto apenas 23% dos que tiveram uma interação positiva com o atendimento falaram disso com dez ou mais pessoas. Com a internet, o compartilhamento de informações está ainda mais rápido e expansivo. O atendimento é tão importante quanto o produto de qualidade e os estabelecimentos devem se mostrar mais atentos a isso. De acordo com Jailton Fernando, professor do curso de Garçom do Senac, nunca foi tão difícil conquistar o consumidor, “atualmente eles estão mais antenados com a concorrência através de aplicativos gastronômicos e das redes sociais, mas não há quem resista ao bom atendimento, à simpatia dos garçons, à infraestrutura do estabelecimento. Esses são pontos essenciais para conquistar e fidelizar a clientela”. Além de afugentar os atuais, um serviço ruim pode inibir potenciais consumidores. “Servir bem, ao que parece hoje, já não satisfaz mais. Assim se fazem necessários métodos que encantem o público, que sempre busca por um atendimento rápido e com qualidade”, ressalta

o professor Jailton.

Em sua maioria, os restaurantes têm dois personagens significativos que lidam com o público, o maître e o garçom, ambos buscam a melhor maneira de agradar ao cliente. Além de capacitados, os profissionais devem trabalhar em sintonia. “A opinião que o consumidor forma sobre o estabelecimento depende, em grande parte, de como foi atendido pelo garçom”, ressalta a coordenadora Pedagógica da unidade Hotelaria e Turismo do Senac, Ana Paula Félix.

O maître do Camarada Camarão, Daniel Mesel, fala que a sua maior responsabilidade é que o cliente tenha confiança total no restaurante e que ele precisa estar preparado para receber o público. “O atendimento está sempre no topo, acima de preço e qualidade.



Daniel Mesel, maître do Camarada Camarão, afirma que é sua responsabilidade que o cliente tenha confiança no restaurante

É devido a isso que um restaurante se torna conhecido”. Daniel ainda diz que o profissional precisa focar no serviço, para não acabar cometendo erros, o que pode ser algo crítico no relacionamento do cliente com a empresa.

José de Oliveira trabalha como garçom há menos de um ano e destaca o comportamento de um bom profissional. “O garçom tem que ser rápido, prático e conhecer o cardápio, os tipos de comidas, os molhos e outras coisas. Se o pedido for demorar a sair, seja sincero, diga quanto tempo irá levar e quantos pedidos estão na frente do cliente. Esses pequenos detalhes são o que fazem um atendimento excelente”, destaca.

→ CAPACITAR-SE PARA ATENDER BEM

O trabalho de garçom exige boa conduta e é composto por três principais processos para aprimorar as atividades. O primeiro se dá quando o garçom trabalha a *mise en place*, que é toda a preparação e organização antes da abertura do estabelecimento. O segundo se dá na “operacionalização do serviço”, ou seja, quando o garçom aplica as técnicas necessárias durante todo atendimento ao cliente, desde sua chegada até a sua saída. E por último, o “fechamento” das atividades, com a organização e guarda dos utensílios e equipamentos do ambiente do trabalho.

Buscando se desenvolver no mercado de trabalho, Daniel Mesel e José de Oliveira são ex-alunos do curso de Garçom do Senac e se destacam na área com os conhecimentos adquiridos lá. A capacitação aborda temas como hospitalidade, cortesia, práticas para a manipulação de alimentos, noções de nutrição, além de orientações em relação à saúde e à segurança no trabalho, bem como técnicas de atendimento. “O curso abriu um leque de oportunidades. Antes, o meu pensamento era que garçom só fazia carregar uma bandeja e pronto, mas não era bem assim, é



“
Não há quem
resista ao bom
atendimento,
à simpatia
dos garçons, à
infraestrutura do
estabelecimento”

Jailton Fernando

O atendimento é
tão importante
quanto o produto
de qualidade e os
estabelecimentos
devem se
mostrar mais
atentos a isso

um conjunto de coisas”, conta José de Oliveira.

O curso de Garçom do Senac oferece ao aluno uma formação profissional que tem como marca o domínio técnico-científico; visão crítica; atitude empreendedora, sustentável e colaborativa. “O objetivo é que exerçam a função em qualquer tipo de estabelecimento gastronômico com segurança, qualidade e habilidade desenvolvidas e trabalhadas em laboratórios pedagógicos como o Restaurante e Bar Escola da instituição”, afirma o professor Jailton. Ana Paula Félix destaca a importância de ter um profissional capacitado: “Um garçom certificado pode prestar um atendimento de qualidade em estabelecimentos de distintos níveis focando na qualidade de recepcionar de acordo com as necessidades do cliente”. O maître Daniel atua na área de alimentos e bebidas há mais de 20 anos e elenca os deveres de um bom profissional. “O

maître, acima de tudo, precisa amar o que faz, sentir nobreza no trabalho, estar bem atualizado na área de alimentos e bebidas, além de conhecer bem os tipos de serviços". Os dois protagonistas responsáveis pela qualidade do atendimento são o maître, que faz agendamento, recepciona os clientes e coordena os funcionários, e o garçom, que dá sugestão, tira dúvidas, anota os pedidos e serve os clientes. Uma razão para que os restaurantes foquem mais no atendimento e o tenham como atividade relevante é que é possível aumentar a fidelidade pela qualidade do serviço prestado e ter um grupo de profissionais capacitados é um grande diferencial. "O que adianta o empresário investir em equipamentos, mobiliários, excelente cardápio, enfim, se o profissional não atender a tais requisitos. Todo empresário deve saber que o garçom poderá ajudá-lo para o sucesso ou falência do seu negócio, depende de sua escolha", completa Jailton Fernando. ☐

SERVIÇO

O curso de Garçom do Senac conta com carga horária de 240h. As inscrições já estão abertas e as aulas iniciam em março, das 8h às 17h. Outras informações pelo telefone 3413.6692/6798

MAIS QUE CARREGAR BANDEJAS

Alguns comportamentos são imprescindíveis para servir bem:

Seja sincero. Se o pedido for demorar, avise;

Demonstre boa vontade em atender;

Faça com que o cliente sinta-se bem-vindo. Trate-o como alguém importante para a empresa;

Dê atenção às reclamações, fique atento a qualquer queixa ou sugestão.



MOBILIDADE E SEGURANÇA EM DESTAQUE

Questões estão entre principais problemas apontados por empresários de diferentes segmentos. Ações para o enfrentamento das dificuldades foram pedidas ao poder público

POR ERICKA FARIAS

Melhorar a mobilidade e o controle do tráfego de veículos e ampliar e garantir o policiamento ostensivo são algumas das questões apontadas pelos empresários como essenciais para a construção de um ambiente que favoreça os negócios em 2017. Essas e outras ações estão reunidas na Agenda do Comércio, lançada no dia 1º de fevereiro, no Teatro Marco Camarotti, no Sesc de Santo Amaro. O documento apresenta questionamentos voltados para os governos federal, estadual e municipal. Em seu terceiro ano consecutivo, a Agenda do Comércio segue firme em seu propósito de fortalecer o setor. “Nosso intuito é contribuir com os governos, mostrando nossos problemas. Eles serão encaminhados para o prefeito, governador e representantes do governo federal que estão dispostos a ajudar”, destaca **Josias Albuquerque**, presidente da Fecomércio-PE. Foram entrevistados líderes empresariais com o objetivo de apontar as expectativas para 2017 e as propostas que deveriam ser executadas pelos empresários e pelos diferentes níveis de governo.





“

A reforma tributária foi o primeiro pleito dos empresários e o assunto será acompanhado pela Fecomércio”

Brena Castelo Branco



GOVERNO FEDERAL

“A reforma tributária foi o primeiro pleito dos empresários. O Governo coloca como prioridade e o assunto será acompanhado pela Fecomércio”, avisa **Brena Castelo Branco**, diretora executiva do Instituto Fecomércio. Outro aspecto levantado pelos entrevistados foi a necessidade de aprimorar as medidas de controle da inflação e da taxa básica de juros. “São impactantes na retomada do consumo das famílias, fator importante para a recuperação da economia”, comenta. Excessiva volatilidade do câmbio, instituir ações de apoio para a consolidação de cadeias produtivas e facilitar o acesso ao crédito foram outros pontos que aparecem na Agenda.



GOVERNO ESTADUAL

Ampliar e garantir o policiamento ostensivo em áreas de aglomeração de comércio e serviços e com grande circulação de pessoas é um dos tópicos que aparecem com mais frequência em todas as edições da Agenda do Comércio. “Violência é um assunto recorrente, principalmente para quem atua fora dos shoppings”, explica Brena Castelo Branco. Seca, desoneração da cesta básica, ferramentas de gestão informatizadas e turismo são outros assuntos que aparecem entre as queixas dos empresários. “Atualmente, os visitantes ficam concentrados em Fernando de Noronha e Porto de Galinhas. O Sertão e o Agreste possuem potencial para desenvolver o ecoturismo, turismo rural e de aventura”, ratifica a diretora do Instituto Fecomércio-PE.



→ GOVERNO MUNICIPAL

Entre as questões levantadas, voltadas para o governo municipal, a mobilidade é mais um assunto que é comum. “É essencial tornar pacífica a convivência entre carros e pedestres para tornar o trânsito mais fluido”, ressaltou Brena Castelo Branco. Os empresários também pedem uma atuação mais eficaz para combater a comercialização de produtos piratas e ilegais. Para eles, tornar os processos mais simples, aplicando uma desburocratização, traria mais eficiência. “A fiscalização deve ser feita primeiro para orientar e só depois punir, mas essa lógica nem sempre é aplicada”, diz a diretora executiva.

→ RECUPERAÇÃO TÍMIDA É PREVISTA EM 2017

O ano de 2016 foi o terceiro de uma crise econômica que foi ainda mais agravada devido à instabilidade política. A recessão fez com que o PIB do Brasil tivesse uma queda de 4,5% no primeiro semestre de 2016. Em Pernambuco esses danos foram ainda mais severos, sendo registrado um decréscimo de 6,7% no mesmo período. Em 2017, uma tímida recuperação é prevista.

“O Brasil deve sair da recessão. A previsão é que o crescimento seja de 0,5%. A retomada vai ser lenta, mas o país tem um grande potencial para crescer através do investimento em infraestrutura”, explica a economista **Tania Bacelar**. A expectativa é que medidas emergenciais, como a liberação do FGTS, estimulem o consumo das famílias e ajudem no reequilíbrio fiscal. “Durante a recessão, o mais doloroso para o Brasil foi o impacto no mercado de trabalho. O desemprego atingiu 12% no País e chegou a 15,3% em Pernambuco. A massa de rendimentos caiu 3,3% a nível nacional e 10,8% no Estado. Essa recuperação será lenta e 2017 ainda será um ano muito difícil”, avisa Bacelar. □



No lançamento da Agenda do Comércio, a economista Tania Bacelar falou sobre a recessão brasileira e a retomada lenta para 2017

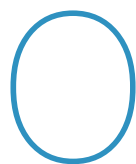


artigo

POR ANTONIO OLIVEIRA SANTOS



FINALMENTE, OS LUCROS DO FGTS SERÃO ENTREGUES AOS TRABALHADORES



Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) foi uma genial criação do Governo do Presidente Castelo Branco, em 1966

- portanto, há mais de 50 anos -, por proposta dos competentes e saudosos Ministros Roberto Campos, Octávio Gouveia de Bulhões e Nascimento Silva. Ao lado da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e da Previdência Social, o FGTS compõe a trinca das grandes conquistas sociais dos trabalhadores brasileiros. Na Constituição de 1988, o FGTS foi incluído entre os "Direitos Sociais" dos trabalhadores urbanos e rurais (art. 7º, inciso III), que integram os "Direitos e Garantias Fundamentais".

O FGTS não foi imposto aos trabalhadores. A estes foi facultada a adesão ao novo sistema em troca da estabilidade no emprego, que havia se constituído num grande entrave ao desenvolvimento econômico e social do País. A estabilidade no emprego gerava o chamado "passivo trabalhista", que inviabilizava a saúde financeira das empresas e, por outro lado, desestimulava os investimentos geradores de emprego e renda. Em boa hora, essas distorções foram eliminadas, graças ao FGTS. O Fundo é composto pelo conjunto das contas dos trabalhadores e pelos ganhos de suas aplicações, notadamente no financiamento habitacional. Em nossa opinião, é fora de dúvida que qualquer superávit registrado no Fundo deve ser, de direito, creditado aos trabalhadores, ou seja, a eles pertence. Agora, podemos registrar a boa notícia de que o Governo (Caixa Econômica Federal) estaria elaborando projeto de lei para autorizar o depósito nas contas vinculadas dos trabalhadores, a título de "distribuição de resultados", 50% dos lucros obtidos nas operações realizadas com recursos do FGTS.

Presentemente, existem 718 milhões de contas vinculadas e, em setembro de 2016, os ativos do Fundo montavam a R\$ 498 bilhões.

Transcorridos mais de dez anos da proposta original e 50 anos da criação do FGTS, a burocracia foi derrotada graças ao presidente Michel Temer, que expediu a Medida Provisória nº 783, de 22/12/16, a qual, alterando a Lei nº 8.036, de 11/5/90, atribuiu competência ao Conselho Curador do Fundo para autorizar "a distribuição de parte do resultado positivo auferido pelo FGTS mediante crédito nas contas vinculadas de titularidade dos trabalhadores."

"A distribuição - acrescenta o Decreto-lei - alcançará todas as contas vinculadas que apresentarem saldo positivo em 31 de dezembro do exercício base do resultado auferido". E "será proporcional ao saldo de cada conta vinculada em 31



de dezembro do exercício base e deverá ocorrer até 31 de agosto do ano seguinte ao exercício de apuração do resultado". Dispõe, ainda, o citado Decreto-lei - entre outras disposições - que "a distribuição do resultado auferido será de 50% do resultado do exercício". No futuro, a distribuição dos lucros do FGTS deve alcançar a totalidade dos resultados auferidos, tanto mais que eles derivam da aplicação de recursos (saldos dos depósitos nas contas vinculadas) que pertencem aos trabalhadores titulares dessas contas. □

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

RECICLÁVEIS, MAS NEM TANTO!

Em franco crescimento no Brasil, cápsulas de café também chamam a atenção pelo potencial poluente

+

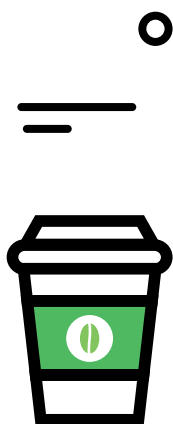
POR EDUARDO SENA

Para ela, o repertório de elogios é vasto: praticidade, rapidez, maior possibilidade de sabores, precisão técnica para uma bebida perfeita. Mas a despeito da cartela de bons predicados, a cápsula para café entrou na mira das entidades que gerenciam a reciclagem no Brasil e no mundo por se tratar de um gênero de resíduo que o consumidor não sabe que destino dar. E são muitas que vão lotando os aterros esperando por uma secular decomposição. Só em 2015, um total de 7 mil toneladas delas foram consumidas, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic). Parece muita coisa? O número representa apenas 0,7% do café consumido no Brasil. Até 2019, quando o índice deverá atingir 1,1%, cerca de 16 mil toneladas de cápsulas serão consumidas. Enquanto o mercado sorri com um crescimento de 7.000% no faturamento anual em 10 anos (o setor movimentou 19 milhões em 2005 e bateu 1,4 bilhão em 2015), o meio ambiente liga o alerta vermelho. “As próprias empresas não providenciam, como deveriam, um destino sustentável e adequado para essas cápsulas, como está determinado pela Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS)”, registra o





Algumas ONGs mundiais já classificaram o café em cápsulas como a forma da bebida mais danosa ao meio ambiente



coordenador do curso Técnico de Meio Ambiente do Senac, Ricardo Coelho.

A falta desse empenho da indústria, bem como a ausência de orientação aos consumidores, faz a reutilização desse tipo de material ser praticamente nula por aqui. “As empresas dizem que elas são recicláveis. Mas não adianta dizer que é reciclável se não tiver utilidade para o catador. Além de serem produzidas com diferentes tipos de plástico, alumínio e papel, elas vêm sujas com borra de café, o que inviabiliza a reciclagem por causa do custo da separação dos materiais”, defende Coelho.

Ao comentar sua pesquisa que traça um panorama do produto no Brasil, a Abic reconheceu que, sim, há um problema no aparente inofensivo cafezinho expresso. “A expansão das cápsulas foi tão rápida que os fabricantes não tiveram tempo de se debruçar sobre

o problema ambiental. Acreditamos que a questão da sustentabilidade está em caminho de resolução”, assinou em nota o diretor executivo da instituição, Nathan Herszkowicz. Se no Brasil acredita-se que se está a caminho de uma solução, em alguns países, o assunto já vem agendando questionamentos públicos. “No final de 2015, a cidade de Hamburgo, a segunda maior da Alemanha, proibiu a compra do produto por órgãos públicos por conta da dificuldade de reciclagem dos detritos. Algumas ONGs mundiais também já classificaram o café em cápsulas como a forma da bebida mais danosa ao meio ambiente”, sublinha Ricardo, que acredita que a solução seria criar embalagens não descartáveis e que o consumidor pudesse reutilizar com facilidade – o que não seria economicamente vantajoso para as empresas.

→ OUTROS PRODUTOS

Mas os resíduos que fazem parte do cotidiano da população e são subestimados não ficam restritos só, e grandemente, às cápsulas de café. As corriqueiras bandejinhas de isopor que acomodam porções no supermercado e embalagens do tipo longa vida são muito difíceis de serem recicladas, uma vez que seu valor comercial é muito inferior ao de outros materiais como latas de alumínio, garrafas PET e papelão. Além do peso econômico, há também o fator cultural. Segundo pesquisa promovida pela Meiwa, empresa paulista de embalagens, apenas 7% dos brasileiros sabem que o poliestireno, mais conhecido como isopor, é totalmente reciclável. No caso do longa vida, apesar de conter matéria-prima valiosa no mercado em sua composição, a dificuldade de reciclagem está calçada no fato de separar sua estrutura que é formada por seis camadas, sendo uma de papelão, quatro de plástico e uma de alumínio. “É bem verdade que a tecnologia para essa separação já existe, mas ainda é cara e restrita. Atualmente, cerca de 25% dessas embalagens são recicladas no Brasil, o que é pouco, sobretudo se analisarmos a alta aceitação do material produzido a partir desse descarte, como telhas e compensados”, finaliza Ricardo. □

→ RESÍDUOS E SEU TEMPO DE DECOMPOSIÇÃO NA NATUREZA

Longa vida - 100 anos	Isopor - indeterminado
Plástico - Mais de 450 anos	Metal - 100 anos
Alumínio - 200 a 500 anos	Vidro - 4 mil anos

(Fonte/Unicef)



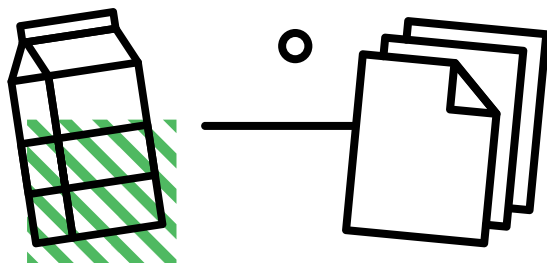
10,5

Se todas as cápsulas consumidas em 2015 no mundo fossem enfileiradas, conseguiriam dar 10,5 voltas no planeta.



25%

Apenas 25% das embalagens do tipo longa vida são reaproveitadas no Brasil.



Literatura
Dança
Artes Visuais
Cinema
Música
Teatro



Musculação
Futebol de campo
Voleibol
Handebol
Judô
Beach Soccer
Futsal
Hidroginástica
Ginástica
Natação



Qualidade de vida é no Sesc.
Inscreva-se!

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

Siga-nos!
f /sescpe
@sescpe

Sesc 70
anos

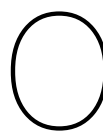


75 ANOS DE REPRESENTATIVIDADE

Em 2017 a Fecomércio-PE festeja os 75 anos de atuação. Para celebrar, uma marca comemorativa foi lançada e está sendo repercutida nas peças gráficas, nas redes sociais e no site.

Uma série de eventos ao longo do ano também está no cronograma da Federação que é representativa no plano estadual, dos direitos e interesses do comércio de bens, serviços e turismo pernambucano. Além disso, a entidade administra o Sesc, o Senac e o Instituto Fecomércio-PE, instituições de referência na formação profissional, desenvolvimento social e empresarial.

ESPORTES, CULTURA E EJA COM INSCRIÇÕES ABERTAS



Sesc Pernambuco está com inscrições abertas para quem pretende começar o ano praticando alguma atividade física ou deseja aperfeiçoar os conhecimentos. São oferecidas turmas para modalidades esportivas, cursos de cultura, além de vagas para a Educação de Jovens e Adultos (EJA) em todas as unidades.

Há opções para o público de todas as idades. Nos esportes, são 10 modalidades, entre elas: futebol society, futsal, natação, judô, beach soccer e o badminton. O programa desenvolvido em todo Brasil tem como foco a conscientização para o exercício da cidadania e da inclusão social. Já na área cultural, a instituição movimenta cursos como o de interpretação teatral, de pintura, violão, dança de salão e flauta doce. Há turmas para iniciantes e níveis mais avançados. O Sesc também está com inscrições abertas para as pessoas que ainda não concluíram os estudos. Na EJA, quem possui renda familiar abaixo de três salários mínimos pode cursar dentro do Programa de Comprometimento e Gratuidade (PCG). Cada fase, indo da alfabetização até o Ensino Médio, tem a duração de seis meses.

Os interessados em participar podem consultar as vagas e se inscrever no ponto de atendimento da unidade de interesse. Saiba mais: <http://www.sescpe.org.br>.

Mariela Lutz
Aluna do Curso Livre de
Marketing nas Redes Sociais.

CURSOS EAD SENAC

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

Mais de 200 opções de cursos
em diversas áreas para você
aprender com a **qualidade Senac**
e estudar no seu ritmo.

www.ead.senac.br

CONHECIMENTO

NO RITMO
DA MARIELA


Senac

O MELHOR ENSINO A DISTÂNCIA DO PAÍS.