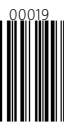


C&S

19

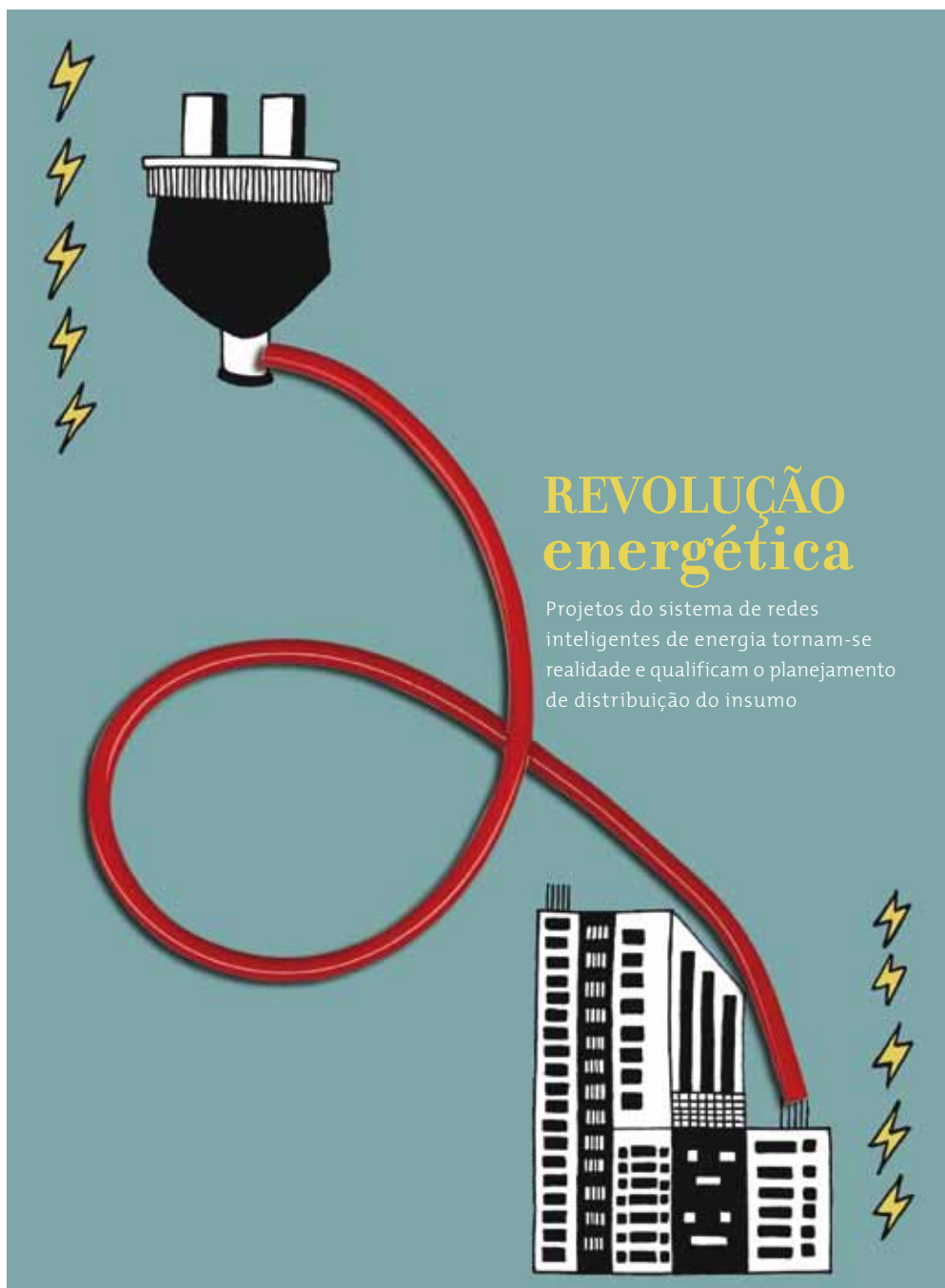
REVISTA COMÉRCIO & SERVIÇOS PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

ISSN 1983-1390



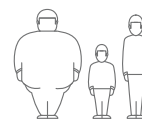
R\$ 7,90

9 771983 139001 ANO 21 • Nº 19 • FEVEREIRO/MARÇO • 2012



LEI ESPERADA

Novo Código Comercial vai tirar o atraso de 162 anos na regulação do mercado



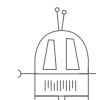
A TODA HORA

O consagrado cafezinho consumiu 19,72 milhões de sacas do produto em 2011



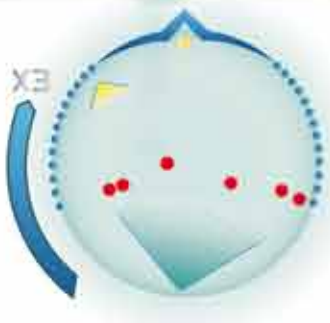
AMEAÇA À PRODUTIVIDADE

Alteração na Consolidação das Leis do Trabalho sobre trabalho à distância mais confunde do que esclarece



AMARRAS AO DESENVOLVIMENTO

Promissor setor brasileiro de games sofre com pirataria e alta carga tributária



Daniel

Angela

Rafael



Com o SEGS, a gestão sindical entra em uma nova fase.

O SEGS é um sistema que propõe a busca da excelência dos sindicatos por meio da capacitação dos seus funcionários. É um conjunto de treinamentos desenvolvido exclusivamente para este tipo de entidade empresarial. Uma ferramenta essencial para entrar em uma nova fase da gestão sindical, com mais eficiência, mais agilidade, mais crescimento e, principalmente, mais conquistas.

SEGS é um produto CNC que faz parte do Programa Relaciona. Para mais informações acesse www.programarelaciona.com.br





A INOVAÇÃO é o caminho

A integração de recursos de tecnologia da informação à infraestrutura elétrica está revolucionando o mercado com a criação das redes inteligentes, idealizadas para tornar a distribuição de energia mais sustentável. Avanços como esse não são prioritários apenas do ponto de vista ambiental. Constituem, também, instrumentos de promoção da justiça social. Ao baratear os preços dos insumos, beneficia-se, também, o consumidor. Com esse enfoque, **Comércio & Serviços** traz o tema como reportagem de capa desta edição.

A inovação é, cada vez mais, fator decisivo na busca de uma sociedade capaz de se integrar pela via do conhecimento à economia do novo século. Essa necessidade, contudo, está postergada por desvios como a informalidade ou a escalada da carga tributária. Obstáculos que prejudicam a criatividade de nossos profissionais da informática. Veja-se, a respeito, o caso do setor de *games*: embora promissor no País, acaba por sucumbir à concorrência desleal da pirataria e aos altos impostos, como nos mostra outra reportagem da **C&S**.

Entre os males que sufocam o desenvolvimento das empresas há, ainda, a burocracia, que felizmente começa a ser enfrentada. É o que ocorre com a certificação digital, com se vê na presente edição. A hora de modernizar, igualmente, chegou para o nosso Código Comercial. O texto original tem inacreditáveis 162 anos e não abriga qualquer correspondência entre o cenário econômico de 1850 e o

atual. Os principais pontos de um novo código, apoiado pela FecomercioSP, estão detalhados nas páginas que seguem.

Fórum permanente de informação e debate, **C&S** discute ainda a alteração da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) sobre as atividades exercidas à distância. As novas regras confundiram o mercado e ameaçam a modernização das relações trabalhistas, fator essencial para alavancar a produtividade.

Nem tudo, porém, são problemas. O mercado de lazer, por exemplo, colhe histórias de sucesso. Com desempenho que cresce ano a ano, o carnaval paulista fez bonito em 2012 e gerou negócios de R\$ 50 milhões. Outra boa-nova saborosa vem das cafeterias da cidade, que absorveram cerca de 20 milhões de sacas do produto no ano passado, um crescimento de 3,11% em relação a 2010. Para completar, nossos repórteres revelam os bastidores do Shopping Aricanduva, o maior da América Latina, cuja rotina é repleta de números superlativos.

Em resumo, este mosaico de temas e abordagens visa despertar reflexões sobre a maneira de se construir uma economia mais profissional, rentável e socialmente equilibrada. Que só será tudo isso se for, naturalmente, inovadora.



Presidente Abram Szajman
Diretor Executivo Antonio Carlos Borges

C&S

Conselho Editorial

Ives Gandra Martins, José Goldemberg, Paulo Rabello de Castro, Cláudio Lembo, Renato Opice Blum, José Pastore, Adolfo Melito, Paulo Delgado, Jeanine Pires, Paulo Feldmann, Pedro Guasti, Antonio Carlos Borges, Luciana Fischer, Luiz Antonio Flora, Romeu Bueno de Camargo, Fabio Pina e Guilherme Dietze

Editora

FISCHER

Editor chefe Jander Ramon

Editora executiva Selma Panazzo

Editor assistente André Rocha

Projeto gráfico

TUTU

atendimento@designtutu.com.br

Editores de Arte Clara Voegeli e Demian Russo

Chefe de Arte Juliana Azevedo

Designers Ângela Bacon e Cristina Tiemi Sano

Publicidade

Original Brasil - Tel.: (11) 2283-2365
comercioservicos@originaldobrasil.com.br

Colaboram nesta edição

Andrea Ramos Bueno, Emerson Coelho, Didu Russo, Enzo Bertolini, Gabriel Pelosi, Juliano Lencioni, Marina Garcia, Raphael Ferrari e Thiago Rufino

Fotos

Olcio Pelosi, Mônica Canejo, Raphael Ferrarri e Marcos Issa/Argusfoto

Impressão

RR Donnelley Editora e Gráfica Ltda
Tiragem: 30 mil exemplares

Fale com a gente

cs@fecomerco.com.br

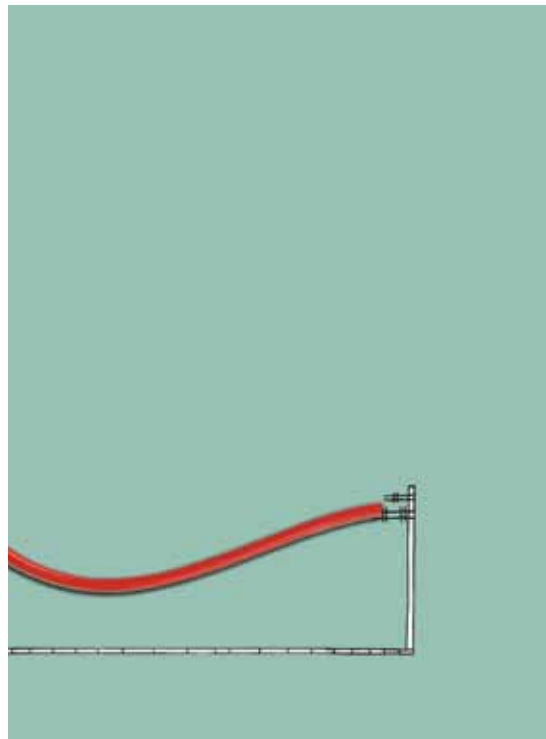
Redação

Rua Itapeva, 26, 11º andar
Bela Vista - CEP 01332-000 - São Paulo, SP
Tel.: (11) 2361 1571

Permitida a transcrição de matéria desde que citada a fonte. Registro Civil de Pessoas Jurídicas, Livro B-3, sob o número 2904. Nota: as declarações consubstanciadas em artigos assinados não são de responsabilidade da FecomercioSP.

Abram Szajman

Presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), entidade que administra o Sesc e o Senac no Estado



20

SALTO DE QUALIDADE

Projetos de redes inteligentes de energia, as *smart grids*, trazem agilidade e economia



HÉLIO MATTAR

8 Presidente da ONG Akatu fala sobre sustentabilidade e negócios



DISTÂNCIA MONITORADA

14 Alteração da Consolidação das Leis do Trabalho sobre trabalho à distância confunde o mercado



E SE JUNTAR?

28 Jorge Duarte ressalta a importância da participação política, seja ela partidária ou apartidária



CONTROLE DIGITAL

30 O procedimento obrigatório pode ajudar as empresas a fugirem da burocracia



OS BASTIDORES DAS COMPRAS

34 C&S desvenda um dia no maior shopping da América Latina



38 MIXLEGAL



39 ECONOMIX



ACESSO À GESTÃO

40 FecomercioSP realizou o primeiro ciclo do Sistema de Excelência em Gestão Sindical (SEGS)



GIGANTE ADORMECIDO

42 Pirataria e altas taxas de impostos impedem desenvolvimento do setor de *games* no País



162 ANOS DE ATRASO

46 Novo Código Comercial pretende acabar com insegurança jurídica



ACEITA UM CAFEZINHO?

52 País consumiu 19,72 milhões de sacas de café em 2011, um crescimento de 3,11%



TÚMULO NADA, AQUI O SAMBA RENDE

56 Carnaval paulista movimentou R\$ 50 milhões e provou na avenida que está cada vez mais profissionalizado



60 AGENDA CULTURAL



62 CINEMA PARA TODOS



A BOURGOGNE DA AMÉRICA DO SUL

64 Didú Russo conta de onde vem o caráter do vinho uruguaio



65 EFICIÊNCIA LOGÍSTICA



66 NATAL O ANO TODO



SulAmérica
associada ao **ING**

Unimed 
Paulistana



Planos até
50%
mais barato.²

SulAmérica:

ANS nº 000043

Unimed Paulistana:

ANS nº 301337

Omint:

ANS nº 359661

**Meu plano de saúde
não cobre o médico
e o hospital que eu
prefiro pra me tratar.
E agora?**

Profissional de Comércio ou
Serviços: não se preocupe.
Com a parceria da Qualicorp
com a FECOMERCIO, os planos
de saúde que oferecem os
melhores médicos, hospitais
e laboratórios do Brasil já
estão ao seu alcance.¹

Ligue e confira:
0800-777-4004
Ou acesse: www.qualicorp.com.br



A saúde de milhões de
brasileiros passa por aqui.

Planos de saúde coletivos por adesão, conforme as regras da ANS. Informações resumidas. Condições contratuais disponíveis para análise. Março/2012. ¹A comercialização dos planos respeita a área de abrangência da respectiva operadora. A cobertura de hospitais e laboratórios, bem como de honorários profissionais, se dá conforme a disponibilidade da rede médica e as condições contratuais de cada operadora e categoria de plano.

²Em comparação a produtos similares no mercado de planos de saúde individuais (tabela de janeiro/2012).

Qualicorp Adm.
de Benefícios:

ANS nº 417173

ENTREVISTA

POR ENZO BERTOLINI
FOTOS MÔNICA CANEJO

HÉLIO MATTAR, *diretor-presidente do Instituto Akatu*



**COM GRANDES DESAFIOS À FRENTE, O INSTITUTO AKATU TEM
A MISSÃO DE AUXILIAR EMPRESAS E PESSOAS A ENTENDEREM
A IMPORTÂNCIA DO CONSUMO CONSCIENTE PARA
A ECONOMIA, SUAS VIDAS E O PLANETA**

por uma sustentabilidade MAIS AMPLA

Formado em engenharia de produção pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), com mestrado em planejamento econômico e doutorado em gerenciamento e engenharia industrial, ambos na Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, Hélio Mattar construiu uma carreira de 22 anos como executivo em empresas nacionais e internacionais e foi um dos fundadores do Instituto Ethos.

Com fala mansa, pausada e bastante didática, Mattar poderia ser um bom professor ou um contador de histórias, mas optou por sair do mundo corporativo para atuar com responsabilidade social e sustentabilidade. Assim nasceu o Instituto Akatu para o consumo consciente, com a missão de transformar o mundo com a ajuda do consumidor.

Durante pouco mais de uma hora, a reportagem de **C&S** conversou com o diretor-presidente do Instituto Akatu em seu escritório, na sede da entidade, na capital paulista, onde foram abordados os diferentes aspectos da sustentabilidade. Mattar destacou a busca de maior igualdade na área social, de oportunidades, acessibilidade e da redução significativa do uso de horas do dia para o trabalho. “Com a redução da jornada de trabalho as pessoas terão mais tempo livre para outras atividades, para aquilo que é mais humano, que são os afetos, as amizades, o amor e a arte, que são as coisas que dão sentido à vida das pessoas. Este é o conjunto de coisas que poderiam, no século 21, levar à sustentabilidade.” Não é um desafio pequeno.

C&S O QUE É SER SUSTENTÁVEL NO SÉCULO 21?

Hélio Mattar Para falar sobre sustentabilidade é melhor olhar a falta dela. A humanidade descobriu, estarrecida, que, nos últimos 20 ou 30 anos, estávamos consumindo muito mais recursos da natureza do que ela é capaz de repor. A humanidade começou a perceber que os fenômenos de violência, cada vez mais frequentes, têm a ver com uma possibilidade de compartilhamento de informação e de imagens praticamente por toda a humanidade quando existe uma enorme disparidade de renda e de prosperidade entre as pessoas. Isso, naturalmente, é causador de violência. A humanidade tem visto, também com perplexidade, um aumento do consumo individual e uma perda crescente do controle das pessoas em relação aos seus próprios tempos. As pessoas estão subordinando a vida ao trabalho e não o oposto. A crise de 2008 foi uma crise de excessos de consumo e endividamento. Cada um desses elementos, ambiental, social, individual e econômico, mostra insustentabilidade. A sustentabilidade do século 21 é justamente reverter esse processo.

COMO AS PEQUENAS EMPRESAS PODEM APLICAR UMA GESTÃO SUSTENTÁVEL EM SEUS NEGÓCIOS? E O QUE UM EMPRESÁRIO GANHA AO MUDAR SEU COMPORTAMENTO?

O primeiro passo é a empresa rever quais são seus princípios e valores frente à sociedade. Não existe sustentabilidade sem preocupação com o outro, sem cooperação. Ao repensar os seus próprios valores, os empresários de uma pequena empresa precisam pensar, operacionalmente, como são as relações que eles esta-

belecem com os vários públicos com quem se relacionam, começando com os funcionários.

Eu costumo dizer que nós estamos na continuidade do movimento de qualidade de produtos, da produção e dos processos que se iniciou no século 20. Neste século, é na qualidade das relações que as empresas deverão investir para serem sustentáveis.

EMPRESÁRIOS DE PEQUENO PORTE SEMPRE TÊM UMA RESERVA DE CAIXA MUITO CURTA PARA INVESTIMENTOS. POR QUE ELES DEVERIAM INVESTIR EM ATITUDES ECOLÓGICAS? A LÓGICA DE PREÇO NÃO TENDE A PREVALECER NO FIM?

Trabalhar de maneira sustentável não significa ter um custo de produção mais alto. Aliás, é possível ter um custo de produção mais baixo, por exemplo, trabalhando para reduzir o consumo de energia elétrica e de água. Melhorar a relação com os seus funcionários aumenta a produtividade da empresa. A sustentabilidade, como eu disse anteriormente, tem a ver com a qualidade das relações, com a cooperação que você estabelece com os seus vários públicos.

O pequeno empresário tem uma condição muito melhor no tratamento com o consumidor do que a grande empresa. Por ser pequeno, ele está mais perto do consumidor e pode estabelecer relações mais humanizadas e, portanto, de mais longo prazo. Os dois ganham muito mais do que em uma relação de curto prazo, que é a relação típica que acaba com a pequena empresa.

Se a pequena empresa usar essa possibilidade de estar próxima ao

consumidor como um amortecedor, para mitigar as perdas momentâneas, abrirá possibilidades de expansão.

ESTIMULAR O CONSUMO CONSCIENTE É UMA ATITUDE ECONOMICAMENTE SUICIDA?

Consumo consciente não significa consumir menos, mas consumir diferente. Veja o caso dos bancos. Esse tipo de negócio tem uma dificuldade de diferenciação enorme, pois as taxas de juros são quase as mesmas, os serviços similares e a informatização também. Portanto, alguns bancos começaram a se diferenciar por questões de sustentabilidade e isto levou não ao suicídio, mas a melhoria da sua posição relativa. Muitos já começaram a falar de crédito consciente.

ENTÃO, SER SUSTENTÁVEL É UM BOM NEGÓCIO?

Eu não tenho dúvida, mas precisa ser parte dos valores da empresa.

UMA ATITUDE MAIS PRÓ-ATIVA DO GOVERNO, COM INCENTIVO FISCAL, PODERIA CONTRIBUIR PARA QUE MAIS EMPRESAS TIVESSEM ATITUDES SUSTENTÁVEIS?

O governo deveria fazer isso. É interessante para ele que as empresas poluam menos. Eu, pessoalmente, vejo o governo muito incipiente nessa área. Os governantes ainda não se deram conta, que, mesmo eleitoralmente, existem benefícios em fazer isso e mostrar para a população o interesse na questão ambiental. O governo até mostra algum interesse nisso, mas quando chega à parte dos impostos, isso é alterado. Seria louvável que os impostos fossem diminuídos para as empresas que possuem atitudes sustentáveis e, aumentando para as que poluem mais.

“

As pessoas estão subordinando a vida ao trabalho ao invés do trabalho subordinado à vida. Especialmente a partir de 2008, se percebeu que o sistema econômico mundial como está estruturado, está fundado em consumo e endividamento. A crise americana de outubro de 2008 foi uma crise de excessos de consumo e endividamento

”

A LEI QUE ESTABELECEU A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS VAI CONTRIBUIR EM ALGO?

Sim, em dois pontos. Por um lado, o fato dos municípios, seja unilateralmente ou cooperativamente, serem obrigados a ter aterros sanitários faz uma diferença enorme na qualidade do meio ambiente. O outro lado da mesma questão é que as grandes empresas não brincam com a lei, diferentemente de empresas menores, que muitas vezes vão mais devagar em termos de se adequar a uma nova lei, e isso acaba por impactar o pequeno e médio produtor.

O CONSUMO SUSTENTÁVEL JÁ ESTÁ ENRAIZADO EM NOSSA CULTURA? HÁ COMO MENSURAR QUANTOS CONSUMIDORES SÃO DE FATO CONSCIENTES?

Em 2003, 2006 e 2010, nós medimos, junto à população, o nível de consciência do consumo por meio de um conjunto de indicadores. São treze perguntas em quatro áreas e dependendo da quantidade de perguntas respondidas afirmativamente, você é mais ou menos consciente. O nível mais alto foi alcançado por somente 5% da população brasileira, enquanto o grupo engajado representa 23%. Somando os



dois grupos, nós temos quase um terço da população brasileira tendo atitudes sustentáveis com efeito de longo prazo e benefício coletivo.

MUITAS EMPRESAS, SOBRETUDO AS DE GRANDE PORTE, GASTAM MAIS COM CAMPANHAS DE PUBLICIDADE PARA DIVULGAR SUAS AÇÕES SUSTENTÁVEIS DO QUE COM AS AÇÕES EM SI. QUAL SUA OPINIÃO SOBRE ESTA AFIRMAÇÃO?

Eu não sei se elas gastam mais ou não. O que eu posso dizer é que eu gostaria que as empresas que estão buscando ser sustentáveis usassem 5% do seu orçamento de publicidade para fazer campanhas educativas de consumo consciente. Eu tenho conversado com algumas empresas sobre isso, inclusive internacionalmente. Claro que não é uma ideia fácil de passar. O que eu digo é o seguinte, se a empresa está de fato preocupada com sustentabilidade, ela vai precisar da ajuda do consumidor para ser sustentável. Sem a ajuda do consumidor, será muito mais difícil. Algumas das grandes empresas globais estão estabelecendo metas para 2020 que não vão atingir se não trabalharem com o consumidor.

A Unilever, por exemplo, quer dobrar seu tamanho reduzindo a pegada ambiental absoluta, ou seja, pretendem, produzindo o dobro, consumir menos matérias-primas em 2020 do que consomem agora.

É POSSÍVEL QUE O ESTADO DE SÃO PAULO FIQUE LIVRE DA SACOLA PLÁSTICA?

Asociedade sustentável do futuro certamente será sem descartáveis. Só será

descartável aquilo que por razões funcionais precise ser descartável, como a seringa. Nós não vamos voltar a usar seringa de vidro, pois os riscos são muito altos. Em qualquer outro caso, nós vamos usar o durável. A Braskem, junto com a Fundação Espaço Eco, contratou um estudo que analisou o ciclo de vida da sacola plástica, e o resultado foi bem interessante. Para aqueles consumidores que vão com frequência ao supermercado e que



descartam com baixa frequência, é melhor não usar sacola descartável. Já para o consumidor que compra pouco, por volta de 28 quilos, e vai ao mercado uma vez por semana, mas que a cada dois dias joga o lixo para fora, é melhor usar a sacola descartável. Por que isso? Porque a sacola durável, no momento da produção, tem um grande impacto ambiental. Por ser durável ela usa mais matérias-primas e demanda mais energia para ser feita e, portanto, precisa de mais tempo para diluir esse impacto ambiental. Se você vai pouco ao supermercado, você usa pouco a sacola durável e precisaria de 40 anos para compensá-la. A posição

do Akatu é que as sacolas plásticas não precisam ser mantidas, mas é preciso achar, o mais rápido possível, uma opção que seja, do ponto de vista da ecoeficiência, menos impactante do que a sacola descartável. Em uma sociedade sustentável o descartável não poderá existir.

O QUE A PREFEITURA DE SÃO PAULO PODERIA FAZER PARA ESTIMULAR O CONSUMO CONSCIENTE DA POPULAÇÃO?

A primeira ação seria introduzir o ensino de sustentabilidade no currículo escolar transversalmente em todas as disciplinas da escola, como é recomendado pelo programa nacio-

nal curricular. Também poderiam ser feitas campanhas educativas variadas junto à população estimulando e educando a população a diminuir o descarte de lixo.

Nós fizemos um estudo no Akatu sobre a quantidade de lixo produzido por uma pessoa comum. Um brasileiro produz, durante a vida (73 anos, em média) um apartamento de 50 m² com pé direito de três metros, lotado de lixo. Se a população da Grande São Paulo (17 milhões de habitantes) fosse acumulando lixo durante a vida, precisariam de 850 mil prédios de 10 andares com dois apartamentos desse tamanho por andar. Sabe quantos prédios têm São Paulo? Por volta de 30 mil. São volumes extraordinários. Pegando o orçamento de 2011 da Prefeitura de São Paulo, o gasto de cinco dias com lixo representa um dia de educação ou de saúde. Se você diminuir o gasto com o lixo, poderia aumentar o gasto em educação ou saúde. Nada mal, hein? &

“

Eu gostaria muito que as empresas que estão buscando ser sustentáveis usassem 5% do seu orçamento de publicidade para fazer campanhas educativas de consumo consciente. Eu tenho conversado com algumas empresas sobre isso, inclusive internacionalmente

”



COMERCIANTE, VOCÊ ESTÁ DESPROTEGIDO?

Precisa controlar vendas, financeiro, estoque, compras, comissões e ainda cumprir com exigências legais?

Conheça o **Alterdata Shop** - o software completo para você ganhar produtividade na gestão e controle da sua loja, totalmente preparado para atender a legislação.

0800-704-1418
www.alterdata.com.br

 **ALTERDATA**
SOFTWARE



CALGARY



MARS



GRANNYS



1853

DISTÂNCIA monitorada



Alteração feita na CLT
em artigo que trata
do trabalho à distância
cria muita confusão
no mercado

A mudança na redação do artigo 6º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), sancionada pela presidente Dilma Rousseff, em dezembro do ano passado, foi pequena, mas as dúvidas que ela causou são inversamente proporcionais.

Com a alteração, que trata do uso de recursos tecnológicos, como e-mail e telefone celular, por pessoas que pres-

tam serviços fora da sede da empresa, não haverá diferença entre uma demanda feita ao funcionário, pessoalmente, por meio desses canais de comunicação, caracterizando, portanto, vínculo empregatício.

A dúvida está relacionada ao que será considerado trabalho executado. Alguns setores temem que a lei dê margem a várias interpretações. Uma



Empresários do varejo e empregadores de outras áreas foram pegos de surpresa e consideram que é um erro tratar do assunto por meio de uma lei, já que cada profissão ou cargo tem suas especificidades – algumas delas essenciais em momentos de urgência, como serviços de saúde, de transporte ou manutenção de sistemas informatizados

delas é a possibilidade de o funcionário requerer o pagamento de horas extras por qualquer comunicação realizada fora do horário de trabalho.

Empresários do varejo e empregadores de outras áreas foram pegos de surpresa e consideram que é um erro tratar do assunto por meio de uma lei, já que cada profissão ou cargo tem suas especificidades – algumas delas essenciais em momentos de urgência, como serviços de saúde, de transporte ou manutenção de sistemas informatizados.

O presidente do Conselho de Emprego e Relações do Trabalho da FecomercioSP, José Pastore, acredita que a melhor saída seria que cada categoria tratasse do assunto em convenções coletivas, observando as necessidades de cada setor. “A lei não estabeleceu os detalhes. Qual é o mínimo para ser contado como tempo de trabalho? Um minuto conta? Cinco, dez, vinte? Será que vale para todas as pessoas? Para um profissional de TI, que trabalha com computador; para o estivador, que nunca usa um computador? E no caso de um médico obstetra acostumado a ser acionado a qualquer hora? Qual o horário de trabalho desse profissional?”, questiona.

O técnico em informática, Erick Vitor Barros, 25 anos, trabalha em uma empresa que gerencia uma plataforma de envio de e-mail marketing. Ele e outras duas pessoas precisam ficar atentas ao telefone celular, mesmo quando vão para casa, seja para ligações ou recebimento de e-mails, que podem chegar do Canadá, Estados Unidos, Portugal, Alemanha, Reino Unido ou outro país,



já que a empresa monitora mais de 80 computadores fora do Brasil. Essa disponibilidade pode significar uma chamada enquanto ele está dormindo ou em um bar com os amigos. “Quando isso acontece e eu estou fora, tento resolver do *tablet* que, na maioria das vezes, está na minha mochila. Se não estiver, vou para a casa do amigo que mora mais próximo de onde estou para usar o computador dele”, explica. Barros ainda conta que “se há muitas solicitações fora do horário de trabalho é porque as tarefas do meu setor não estão sendo bem executadas”. Ele acredita que essa é apenas uma fase em sua carreira para que futuramente tenha maior remuneração e horário de trabalho que permita planejar melhor a sua vida pessoal.

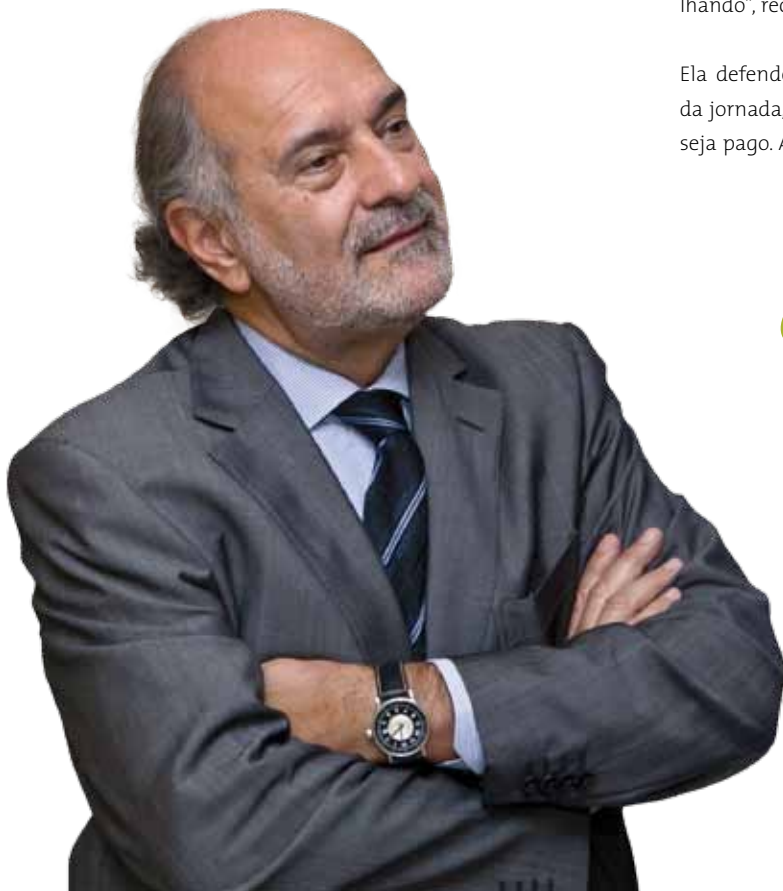
Situação parecida vive a consultora externa de atendimento, Ana Cláudia, nome fictício, que pediu para ter sua identidade preservada. Ela trabalha para uma empresa de planos odontológicos e suas tarefas são todas executadas fora da sede do trabalho. Ana Cláudia relata que no momento da contratação foi informada de que precisava estar disponível em relação a horários e viagens e que não teria hora certa para começar, nem para finalizar o trabalho.

“Eu não imaginei que fosse dessa forma. Começou a tomar conta de todo o tempo que eu teria livre. Eu vou para o shopping com uma amiga ou saio com meu marido e posso receber um e-mail do trabalho e aí aquilo fica na minha cabeça, fico pensando em resolver a situação, ou seja, estou trabalhando”, reclama Ana Cláudia.

Ela defende que o tempo usado fora da jornada, para realizar um trabalho, seja pago. A consultora relata que, em

reuniões, a empresa orienta os funcionários a não responder e-mails em dias e horários em que estejam de folga, mas “muitas vezes eu chego ao trabalho e meu chefe pergunta se eu vi a mensagem que ele enviou fora do horário da minha jornada. Se não é para responder, porque temos acesso e, por que somos cobrados por alguma coisa que nos foi enviada quando já havíamos deixado o trabalho? Por isso, é comum eu chegar em casa e ter que fazer alguma coisa sobre a qual vão me questionar logo na primeira hora do dia seguinte. O trabalho está comigo o tempo todo”, destaca.

Na visão do diretor de Relações do Trabalho da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH), Magnus Apostólico, essas e outras questões deveriam ser tratadas na Justiça, atendendo para cada uma das diferentes situações. Ele cita, por exemplo, casos em que a pessoa fica no regime de sobreaviso. Quando o funcionário



“

Em tese, uma pessoa que presta serviços como *freelancer* não é empregado, mas em uma eventual ação trabalhista ela pode juntar e-mails e contas telefônicas, para dizer que, apesar de estar à distância, mantinha um nível de subordinação jurídica

Paulo Sérgio João

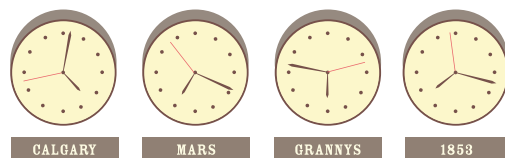
Professor de Direito da FGV

”

sabe que pode ser chamado, a qualquer momento para o trabalho. “Essa pessoa não pode viajar, não pode beber, porque ela sabe que pode receber uma ordem e começar uma jornada. É diferente de quem carrega um equipamento telemático, que pode sair de casa, visitar alguém, pode ter vida normal. Esse funcionário pode receber uma ordem para executar uma tarefa e, se isso acontecer, ele entra em jornada normal ou em hora extra, dependendo do horário que estiver fazendo isso. Todas essas possibilidades já estavam previstas na lei e assim era considerado pela Justiça,” explica. Apostólico afirma ainda que não é novidade contar como horas extras os contatos feitos pelo empregador com ordens de execução de tarefas, fora do horário de trabalho.

Ele ressalta a necessidade de as corporações terem políticas claras para o uso dos equipamentos de comunicação, manuais de procedimento, o registro de compromissos firmados e maneiras de controlar o que foi feito fora do expediente. Além disso, que as empresas eduquem seus gestores para que façam apenas contatos realmente necessários, para resolução de tarefas urgentes.

A maneira como a lei foi alterada está gerando desconforto nas relações de trabalho e insegurança jurídica para os dois lados. Assim como José Pastore, Apostólico defende que mudanças desse tipo sejam feitas em acordos coletivos, respeitando as características e necessidades de cada função exercida. O alarmismo que essa alteração causou é amenizada pelo professor de Direito da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Paulo Sérgio João. Na interpretação



dele, a nova redação serve apenas como possível reconhecimento do vínculo de emprego no caso de trabalhadores que executam tarefas à distância. “Em tese, uma pessoa que presta serviços como *freelancer* não é empregado, mas em uma eventual ação trabalhista ela pode juntar e-mails e contas telefônicas, para dizer que, apesar de estar à distância, mantinha um nível de subordinação jurídica. Não quer dizer que isso já é o reconhecimento do direito. Está errada essa ideia de que atender um telefema ou receber um e-mail da empresa é hora extra”, exemplifica.

Para o presidente do Conselho de Emprego e Relações do Trabalho da FecomercioSP, José Pastore, o maior custo dessa má interpretação não é o financeiro, mas o das relações entre empregador e empregado. “O funcionário pode alegar, por exemplo, que ficou duas horas lendo em casa um material que ele teve que usar no dia seguinte no trabalho. Ao cobrar da empresa esse tempo gasto ele poderá ouvir que também usa horas de trabalho e recursos de quem o emprega para resolver assuntos pessoais, se comunicar com familiares via e-mail ou telefone, realizar compras pela internet, por exemplo. Pode-se criar uma relação devastadora entre empregado e empregador”, destaca Pastore.

Ele lembra que os ganhos com a flexibilização dos processos de trabalho são

O funcionário que executa suas atividades em casa ou em outro lugar que não seja a sede do empregador não tem necessidade de se deslocar todos os dias, perdendo horas no trânsito e sofrendo menos stress

Ele acredita que, inicialmente, as interpretações apressadas podem dar origem a uma onda de ações judiciais, mas com o decorrer do tempo e com julgamento dessas ações, será formada jurisprudência que irá nortear questionamentos futuros.

“Essa interpretação mal feita e apresada só gera instabilidade nas relações de trabalho com o empregador se sentindo refém”, analisa João.

inúmeros, tanto para a empresa quanto para o empregado. “O funcionário que executa suas atividades em casa ou em outro lugar que não seja a sede do empregador, utilizando *smartphones* e computadores portáteis, não tem necessidade de se deslocar todos os dias, perdendo horas no trânsito. Com isso, poderá ter mais tempo com a família, reduzindo situações de stress”, exemplifica. E essa situação não deve ser ameaçada por uma legislação confusa. &

Para a sua micro ou pequena empre
www.sebra

O Sebrae-SP ajuda as micro e pequenas empresas a crescer e aparecer. Acesse o site e veja os produtos e serviços que podem aprimorar todas as áreas da sua empresa, da gestão de pessoas ao marketing. São cursos, encontros, palestras, consultorias e muito mais. Sua empresa só tem a ganhar.

sa chegar lá, o endereço é este aqui:

esp.com.br



0800 570 0800



www.sebraesp.com.br



twitter.com/sebraesp



facebook.com/sebraesp



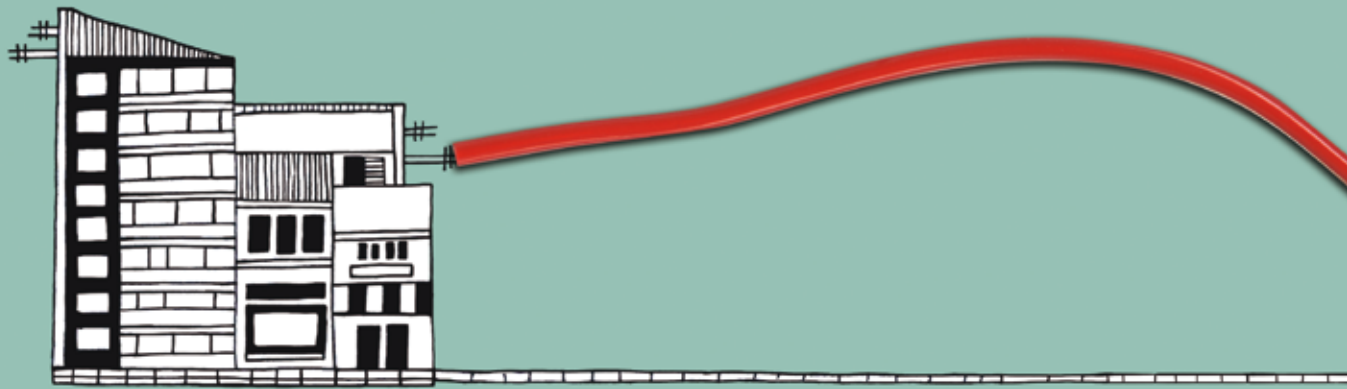
youtube.com/sebraesaopaulo



CAPA

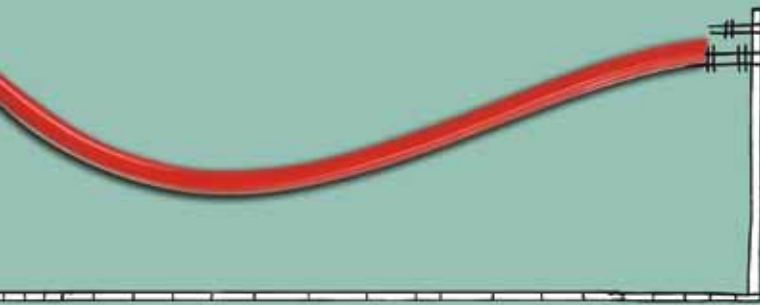
POR EUGÊNIO MELLONI

ILUSTRAÇÕES JULIANA AZEVEDO



SALTO de qualidade

Projetos de redes inteligentes de energia, as *smart grids*, já estão sendo testadas e podem alterar, para melhor, a relação do consumidor com as distribuidoras de energia





Segundo informações da Aneel, a expectativa é a de que a implantação das *smarts grids* no País envolva, ao longo de 10 anos, a substituição dos cerca de 63 milhões de “relógios” instalados na rede de baixa tensão por medidores digitais

Uma verdadeira revolução começa a ganhar corpo nas relações entre as distribuidoras de energia elétrica e os consumidores de baixa tensão – categoria que abrange as residências e a maior parte do comércio. Já estão em testes em cidades atendidas por algumas distribuidoras sistemas de redes inteligentes de energia, conhecidos no exterior como *smart grids*, que deverão oferecer uma grande gama de benefícios para toda a cadeia de energia, abrangendo ainda o planejamento energético, e com reflexos bastante positivos para o desenvolvimento sustentável do País.

“O que era até há poucos anos uma iniciativa futurista já está se tornan-

do realidade em várias companhias”, diz Cyro Boccuzzi, vice-presidente executivo da Enersul, distribuidora que atende à maior parte do mercado do Estado do Mato Grosso do Sul, e presidente do Fórum Latino-Americano de *Smart Grid*. O fórum foi criado em 2008 com o objetivo de estimular as discussões e a implementação de redes inteligentes no Brasil.

As redes inteligentes nada mais são do que a integração de recursos de tecnologia da informação à rede elétrica, com a instalação, por exemplo, de sensores dotados de *chips* e a adoção, em larga escala, da automação de equipamentos, de forma a se estabelecer

um fluxo de informações estratégicas sobre o consumo de energia, nas duas mãos, entre o consumidor e a concessionária de distribuição. Nesse processo, os medidores digitais de consumo são os pontos vitais, funcionando como “uma central de comunicação segura e interativa entre o consumidor e a distribuidora”, conforme define documento da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), a agência reguladora do setor elétrico, que está atuando na definição do marco regulatório que viabilizará o funcionamento das redes inteligentes.

Segundo informações da Aneel, a expectativa é de que a implantação

das *smarts grids* no País envolva, ao longo de 10 anos, a substituição dos cerca de 63 milhões de “relógios” instalados na rede de baixa tensão por medidores digitais. Esse processo, segundo a agência, terá início provavelmente neste ano. A Asso-

ro, projeto-piloto de *smart grid* desenvolvido pela Cemig, além do gerenciamento do consumo, os consumidores poderão interligar os aparelhos domésticos ao sistema elétrico, acionando-os ou desligando-os remotamente. Com essas possibilidades, os consumidores de baixa tensão, incluindo o comércio, poderão gerir melhor o seu consumo, reduzindo os gastos com conta de luz.

Além disso, as *smarts grids* permitirão que os consumidores de baixa tensão possam implementar projetos de microgeração em suas residências ou estabelecimentos comerciais, passando tanto a contar com autossuficiência no suprimento de energia, quanto a fornecer sobras de eletricidade para a rede. No setor elétrico, esse novo agente que atuará na produção de energia está sendo chamado de *prosumidor*. Em países que já contam com *smart grids*, a geração de energia pelos consumidores tem se baseado principalmente na instalação de painéis fotovoltaicos nos telhados das residências e lojas. Também tem sido registrada a disseminação de sistemas eólicos – que geram eletricidade aproveitando a energia dos ventos – em edifícios,

ciação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), entidade que representa a maioria das distribuidoras de energia elétrica do Brasil, calcula que a implantação das *smarts grids* envolverá investimentos da ordem de R\$ 60 bilhões – montante que abrange desde a troca de medidores à automação das redes elétricas das concessionárias.

Os benefícios que serão proporcionados aos consumidores pelas redes inteligentes são muitos. Com os medidores eletrônicos, os clientes da baixa tensão poderão, por exemplo, monitorar de forma mais precisa o próprio consumo de energia – será possível, ainda, saber quanto consome, em cada horário, cada equipamento elétrico de uma residência. Segundo Daniel Senna Guimarães, gestor do Cidades do Futu-





Foto: Divulgação

“

A EDP quer estar à frente deste processo no Brasil e na Europa. Contamos, na cidade portuguesa de Évora, com uma experiência bem-sucedida, reconhecida pela comunidade europeia

”

Antonio Pita de Abreu

Presidente da EDP no Brasil

com a adoção de geradores diferentes do formato padrão de cata-vento dos grandes geradores eólicos. “Os clientes comerciais deverão ser bastante beneficiados pela instalação da *smart grid* no Brasil”, prevê o presidente do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP, José Goldemberg. Segundo ele, os shopping centers, em especial poderão ser dotados de placas fotovoltaicas nos edifícios e estacionamentos, de forma a suprir a energia elétrica necessária para atender aos seus dispendiosos sistemas de ar condicionado e às lojas. “Os shopping centers têm uma conta de energia elétrica que não é nada desprezível”, lembra Goldemberg.

O presidente do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP explica que, no Japão e na Espanha, países que já contam com as redes inteligentes, o relacionamento comercial entre os prosumidores e as distribuidoras de energia funcionam da seguinte forma: durante o dia, quando o sol está presente, as residências e estabelecimentos comerciais produzem energia elétrica em seus sistemas fotovoltaicos e a injetam na rede elétrica das distribuidoras; à noite, quando não há sol, os consumidores passam a receber, em troca, a energia da companhia elétrica. “Dessa forma, se consegue, muitas vezes, pagar a energia

utilizada à noite com a energia produzida ao longo do dia”, diz Goldemberg.

Para as distribuidoras, as *smart grids* também deverão proporcionar vantagens consideráveis. Os benefícios incluem a possibilidade de realizar um planejamento mais certo do suprimento de energia, a partir de um de-

Projetos Inovadores

A implantação das *smarts grids* no Brasil tem mobilizado esforços significativos e investimentos vultosos no desenvolvimento e no teste de tecnologias pelas distribuidoras de energia elétrica. Um dos principais projetos em desenvolvimento está sendo coordenado pela Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), com um custo total estimado de R\$ 8 milhões.

O projeto conta com a participação de 37 empresas do setor, sendo 33 distribuidoras e quatro geradores de energia elétrica, que dividirão entre si os investimentos. Além disso, estão à frente dos trabalhos seis entidades de pesquisa, entre as quais a Fundação Getulio Vargas e o CPqD, mobilizando 108 profissionais. “Esta é a maior pesquisa com o objetivo de oferecer suporte para a migração para um ambiente de redes inteligentes no Brasil”, diz Nelson Fonseca Leite, presidente da Abradee.

Segundo o coordenador do Grupo *Smart Grid* no CPqD, Luiz José Hernandez Júnior, a pesquisa tem o objetivo de permitir que o conceito de redes inteligentes, que já vem sendo

implementado na Europa e nos Estados Unidos, seja adaptado às particularidades do Brasil. “O País conta com características mercadológicas e geoeletricas diferenciadas”, diz ele. O coordenador cita como exemplos dessa diferenciação o fato de o sistema elétrico brasileiro dispor de pouca extensão de redes subterrâneas, diferentemente do que ocorre em outros países.

A EDP Brasil lançou, em outubro do ano passado, o projeto *Inovcity*, que, segundo a empresa, pretende transformar Aparecida, no Vale do Paraíba, no primeiro município a dispor de uma rede inteligente de energia no Estado de São Paulo. O projeto está sendo conduzido em parceria com a Secretaria de Energia de São Paulo e a Prefeitura de Aparecida. Segundo informações da empresa, a iniciativa está alinhada com a estratégia mundial do grupo português, que enxerga como estratégico o desenvolvimento de *smarts grids*. “A EDP quer estar à frente deste processo no Brasil e na Europa. Contamos, na cidade portuguesa de Évora, com uma experiência bem-sucedida, reconhecida pela comunidade europeia”, afirma

Antônio Pita de Abreu, diretor-presidente da EDP no Brasil.

A empresa programou, para o projeto-piloto de Aparecida, investimentos de R\$ 10 milhões. O projeto prevê a instalação de cerca de 15 mil medidores eletrônicos no município, desenvolvidos no âmbito do programa de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) da EDP Bandeirante.

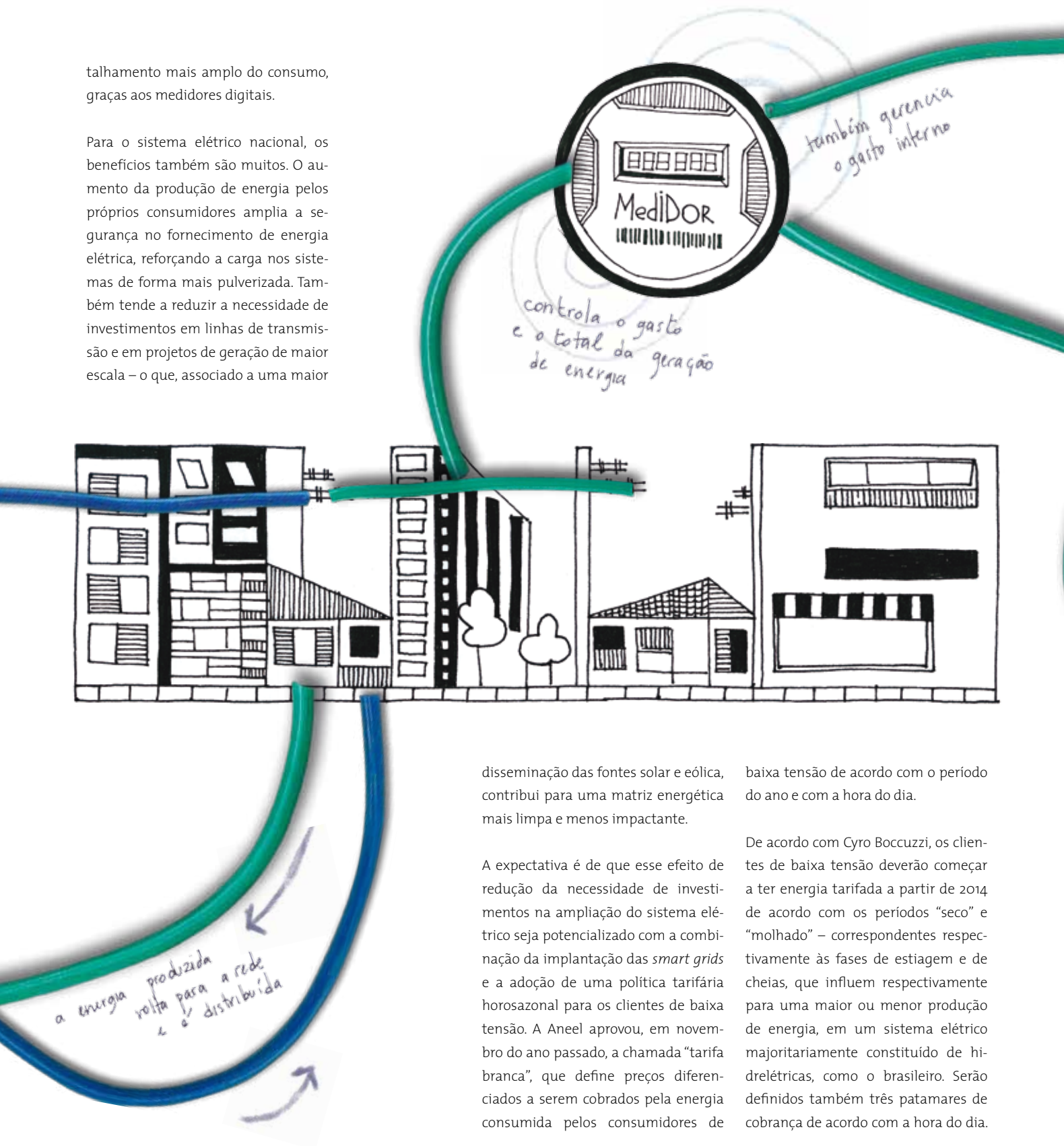
Segundo Abreu, do universo de consumidores abrangidos pelo projeto-piloto, aproximadamente 13% são clientes comerciais. “Na fase de planejamento da execução convidamos diversos representantes do comércio local para participar de uma apresentação promovida pela EDP e organizada pela Prefeitura”, diz o presidente da EDP Brasil.

A Cemig também está desenvolvendo um projeto com sistema de *smart grid*, na cidade de Sete Lagoas, batizado de projeto *Cidades do Futuro*. Segundo informações da empresa, o projeto prevê a instalação de medidores inteligentes em consumidores de baixa tensão, que deverão resultar em maior controle do consumo e dos gastos com a conta de luz por parte dos consumidores residenciais e comerciais.



talhamento mais amplo do consumo, graças aos medidores digitais.

Para o sistema elétrico nacional, os benefícios também são muitos. O aumento da produção de energia pelos próprios consumidores amplia a segurança no fornecimento de energia elétrica, reforçando a carga nos sistemas de forma mais pulverizada. Também tende a reduzir a necessidade de investimentos em linhas de transmissão e em projetos de geração de maior escala – o que, associado a uma maior

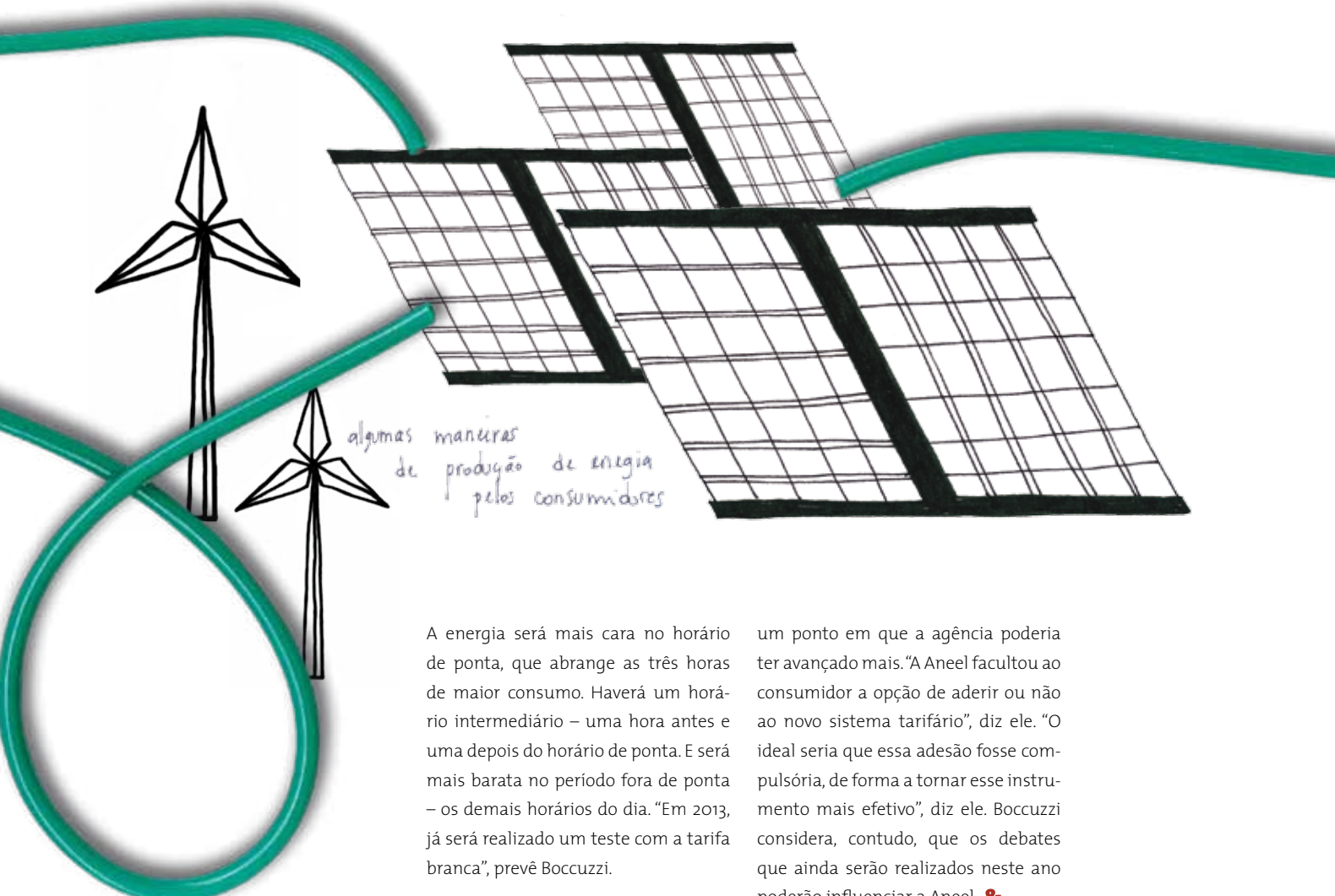


disseminação das fontes solar e eólica, contribui para uma matriz energética mais limpa e menos impactante.

A expectativa é de que esse efeito de redução da necessidade de investimentos na ampliação do sistema elétrico seja potencializado com a combinação da implantação das *smart grids* e a adoção de uma política tarifária horosazonal para os clientes de baixa tensão. A Aneel aprovou, em novembro do ano passado, a chamada “tarifa branca”, que define preços diferenciados a serem cobrados pela energia consumida pelos consumidores de

baixa tensão de acordo com o período do ano e com a hora do dia.

De acordo com Cyro Boccuzzi, os clientes de baixa tensão deverão começar a ter energia tarifada a partir de 2014 de acordo com os períodos “seco” e “molhado” – correspondentes respectivamente às fases de estiagem e de cheias, que influem respectivamente para uma maior ou menor produção de energia, em um sistema elétrico majoritariamente constituído de hidrelétricas, como o brasileiro. Serão definidos também três patamares de cobrança de acordo com a hora do dia.



algumas maneiras de produção de energia pelos consumidores

A energia será mais cara no horário de ponta, que abrange as três horas de maior consumo. Haverá um horário intermediário – uma hora antes e uma depois do horário de ponta. E será mais barata no período fora de ponta – os demais horários do dia. “Em 2013, já será realizado um teste com a tarifa branca”, prevê Boccuzzi.

Ele aplaude a decisão da Aneel de aprovar a tarifa branca – uma iniciativa defendida há muitos anos por especialistas que militam pelo incremento de ações voltadas para a conservação de energia –, mas considera que existe

um ponto em que a agência poderia ter avançado mais. “A Aneel facultou ao consumidor a opção de aderir ou não ao novo sistema tarifário”, diz ele. “O ideal seria que essa adesão fosse compulsória, de forma a tornar esse instrumento mais efetivo”, diz ele. Boccuzzi considera, contudo, que os debates que ainda serão realizados neste ano poderão influenciar a Aneel. &

“

A Aneel facultou ao consumidor a opção de aderir ou não ao novo sistema tarifário. O ideal seria que essa adesão fosse compulsória, de forma a tornar esse instrumento mais efetivo

Cyro Boccuzzi

Presidente do Fórum Latino-Americano de Smart Grid

”



Foto: Divulgação



SE CORRER O BICHO PEGA, SE FICAR O BICHO COME. E SE JUNTAR?

Assistia em janeiro de 2011, a entrevista com o filósofo e escritor Mario Sergio Cortella em um programa de TV, em que ele respondia a questões sobre o seu livro “Política para não ser idiota”. Em um momento determinado, referiu-se à capacidade da participação coletiva para afastar políticos autocratas que insistem em querer falar pelo povo.

Tenho ouvido ao longo dos últimos dez anos pessoas de várias comunidades que manifestam preocupações quando se acercam as eleições. É comum e recorrente a fala: “Agora que os políticos começam a aparecer é bom a gente se esconder, não mostrar o que a gente faz, porque eles vão se aproveitar e utilizar as nossas ações e resultados do desenvolvimento comunitário em suas campanhas eleitorais”.

É certo que temos visto a cada nova eleição, aproveitadores de toda ordem apropriarem-se de discursos e mesmo de ações dos que realmente fazem e ainda verborragiar promessas e mais promessas durante as suas campanhas eleitorais. Mas isso não quer dizer que devemos fugir para não sermos “pegos pelo bicho” e nem ficar para sermos “comidos por ele”. Podemos nos juntar e fazer o bicho fugir.

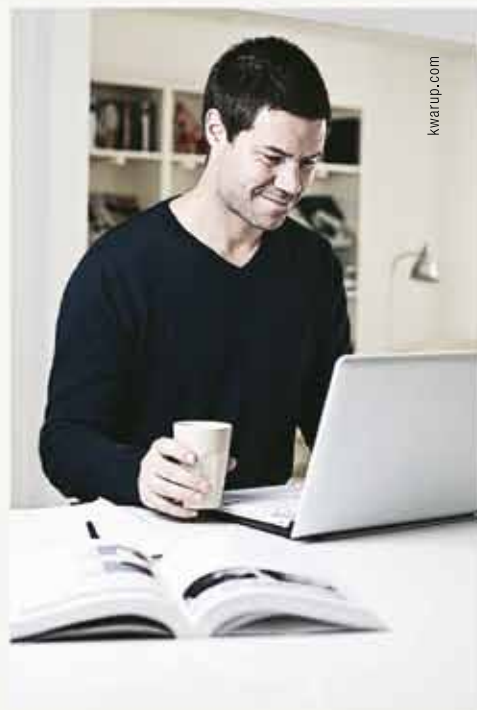
As comunidades precisam afastar os falsos feitores e aproveitadores buscando cada vez mais a participação política, seja partidária ou apartidária. Mas precisam igualmente dialogar com os pretendentes a “benfeitores”.

De tempos em tempos, deparamo-nos com essa aparente dicotomia entre a participação e construção comunitária apartidária e a necessidade de termos que escolher candidatos, pessoas que representam partidos e que devem nos representar. Mas esse é um dos ônus da democracia. Digo ônus e não bônus porque partidos são partes de diferentes grupos que escolhem caminhos diferentes para chegar ao mesmo objetivo. Ao menos deveria ser esse o propósito, segundo está escrito no preâmbulo da nossa Constituição que diz:

“Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado Democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte constituição da República Federativa do Brasil”.

E chamo de ônus justamente o rompimento das conexões humanas e comunitárias que essa vida partidária provoca quando se radicalizam os posicionamentos e as ideologias para defender o seu próprio caminho. Mas não quero estender-me aqui sobre a dicotomia de viver sendo partidário ou apartidário e nem do momento em que precisamos ser as duas coisas – que pode provocar-nos certa confusão ideológica – mas sim sobre a importância de não deixarmos sob hipótese alguma de participar da vida social e política. Quando não estamos presentes alguém decide por nós. Por isso não devemos nos esconder e muito menos ficar com receio dos fantasmas. &

Jorge Silveira Duarte é presidente do Conselho de Mobilização e Integração Comunitária da FecomercioSP



LEMBRE-SE, O DIA É DAS MÃES,
MAS QUEM COMPRA
SÃO OS FILHOS. E PELA WEB.



O Dia das Mães é a segunda data mais importante em vendas no ano. E cada vez mais pessoas têm usado a internet para fazer suas compras. Por isso, a Locaweb oferece soluções completas para você divulgar, vender e atender pela internet de maneira profissional e acessível. O mês de maio já está chegando e agora é a hora de se preparar para as vendas online. Acesse já Locaweb.com.br/Vendamais

Receba gratuitamente dicas de como vender e atender melhor pela internet, além de ganhar descontos.

Cadastre-se já em
Locaweb.com.br/Vendamais

WebStore: sua loja virtual completa, incluindo sistema de pagamento.

Email Marketing: divulgue seu negócio e fidelize clientes.

WebChat, WebDesk e PABX Virtual: soluções de atendimento online.

LOCAWEB



CONTROLE digital

Entenda o que é,
porque sua empresa
depende disso e como
a burocracia irá diminuir
com a adoção do sistema
que também garante
maior segurança
para as transações

Em 24 de agosto de 2001, o então presidente Fernando Henrique Cardoso assinou a Medida Provisória nº 2.200-2, que instituiu a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP-Brasil) para garantir a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos de forma eletrônica, das aplicações de suporte e das aplicações habilitadas que utilizem certificados digitais, bem como a realização de transações eletrônicas seguras.

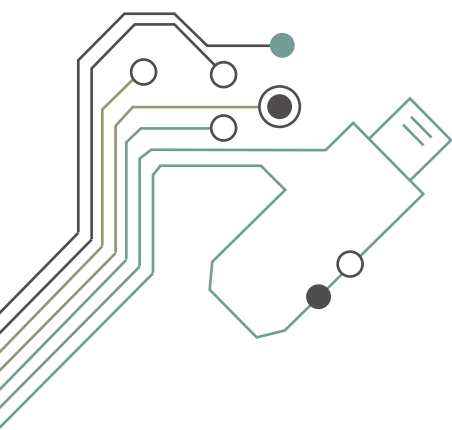
Assim nasceu o certificado digital, um documento eletrônico que contém o nome, um número público exclusivo denominado chave pública e muitos outros dados que mostram quem somos para as pessoas e para os sistemas de informação. A chave pública serve para validar uma assinatura realizada em documentos eletrônicos.

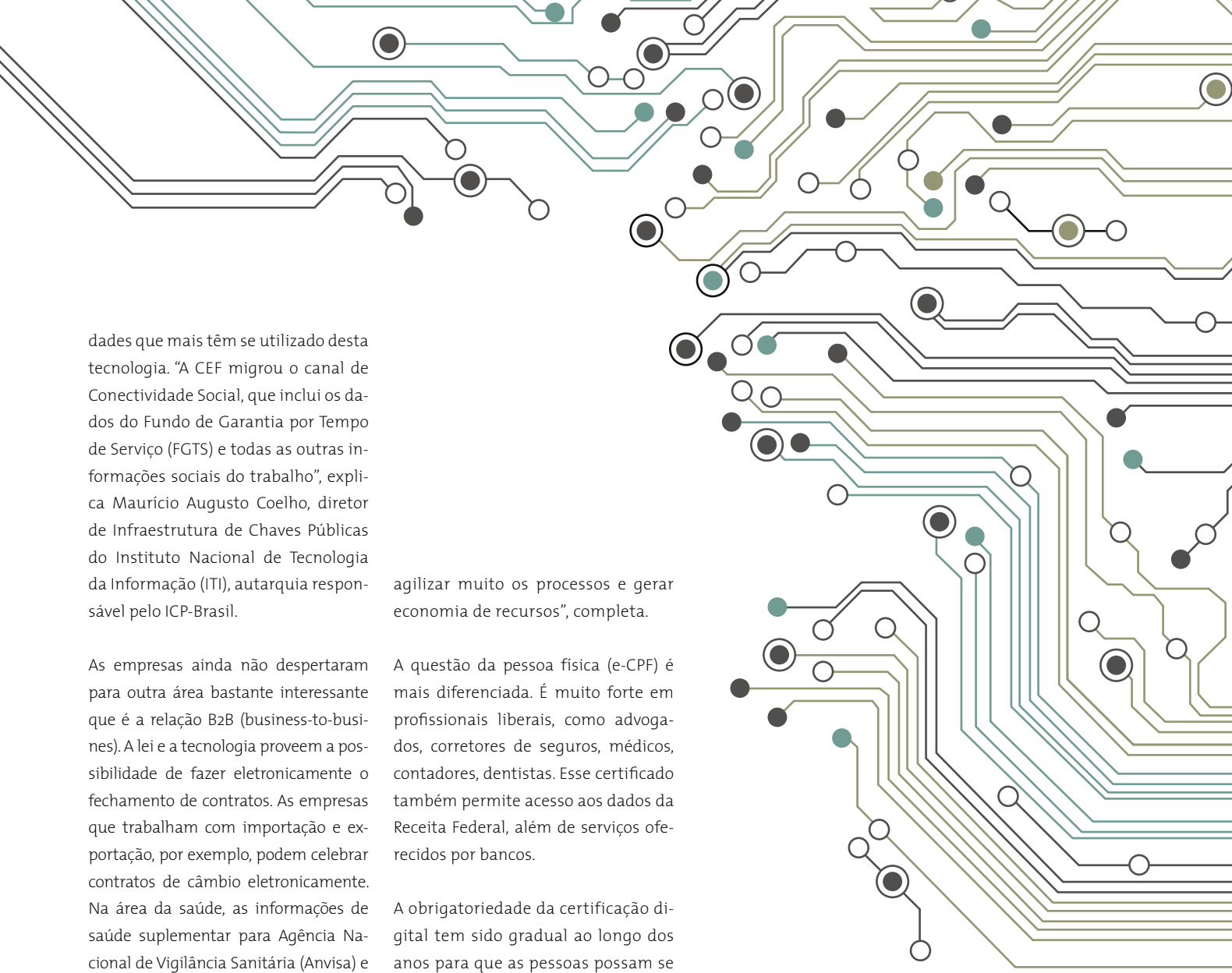
O certificado digital pode ser instalado direto no computador ou acessado

via cartão digital ou *token*. A certificação digital se baseia em criptografia e a robustez é fortíssima. As chaves são atualizadas constantemente e não há nenhum caso no mundo de quebra dessas chaves criptográficas.

Diversos órgãos públicos já adotaram esse tipo de certificação como padrão para o recebimento de informações dos contribuintes, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas. Entre os benefícios de se adotar essa tecnologia estão: agilidade, rapidez, redução de custo de transporte e eliminação do uso de papel, além do aumento da segurança contra fraudes.

Algumas aplicações já representam um sucesso grande, muitas atreladas ao processo fiscal. Todas as obrigações fiscais e tributárias podem ser prestadas aos fiscos federal, estadual e municipal. A Receita Federal e a Caixa Econômica Federal (CEF) são as enti-





dades que mais têm se utilizado desta tecnologia. “A CEF migrou o canal de Conectividade Social, que inclui os dados do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e todas as outras informações sociais do trabalho”, explica Maurício Augusto Coelho, diretor de Infraestrutura de Chaves Públicas do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI), autarquia responsável pelo ICP-Brasil.

As empresas ainda não despertaram para outra área bastante interessante que é a relação B2B (business-to-business). A lei e a tecnologia proveem a possibilidade de fazer eletronicamente o fechamento de contratos. As empresas que trabalham com importação e exportação, por exemplo, podem celebrar contratos de câmbio eletronicamente. Na área da saúde, as informações de saúde suplementar para Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e Agência Nacional da Saúde Suplementar (ANS) dos hospitais e clínicas são feitas pela certificação digital.

Na área jurídica, já é possível fazer petições junto aos fóruns paulistas pelo computador, além de consultas a processos que já tenham sido digitalizados. O advogado Jairo Corrêa Ferreira, do escritório Junior, Corrêa, Ongaro e Sano Advogados, relata que ainda não utiliza a certificação digital, pois “a obrigatoriedade está apenas nas instâncias superiores em Brasília”. Porém, está se preparando para a implantação. “Outro dia precisei tirar uma Certidão Negativa de Débito e fiz tudo *online*, na hora. Vai

agilizar muito os processos e gerar economia de recursos”, completa.

A questão da pessoa física (e-CPF) é mais diferenciada. É muito forte em profissionais liberais, como advogados, corretores de seguros, médicos, contadores, dentistas. Esse certificado também permite acesso aos dados da Receita Federal, além de serviços oferecidos por bancos.

A obrigatoriedade da certificação digital tem sido gradual ao longo dos anos para que as pessoas possam se adaptar à tecnologia e aos serviços. No final do ano passado, empresários e contadores fizeram uma corrida contra o relógio para adquirir a certificação digital de suas empresas e continuarem a emitir nota fiscal eletrônica. “Só em dezembro foram mais de 400 mil certificados emitidos”, conta Coelho. “Nós temos hoje uma capacidade de atendimento de 600 mil certificados por mês, que é capaz de atender toda a demanda nacional (média mensal em torno de 150 mil por mês).”

Apesar da implementação gradual, Julio Cesar Mendes de Jesus, responsável pelo Departamento Fiscal da

Duber Contabilidade, reclama que a exigência de tecnologia mínima e específica para operação do programa tem gerado despesas e dificultado o trabalho junto a alguns empresários de pequeno porte. “Quando a Receita Federal obrigou os clientes a utilizarem a certificação digital, a primeira dificuldade foi instalar o programa da leitora nas máquinas. Algumas empresas precisaram chamar profissionais de TI para fazer a instalação. Muitas máquinas davam problemas e perdiam informações”, conta Jesus. O sócio proprietário da Fisco Contabilidade e Assessoria em Sertãozinho,

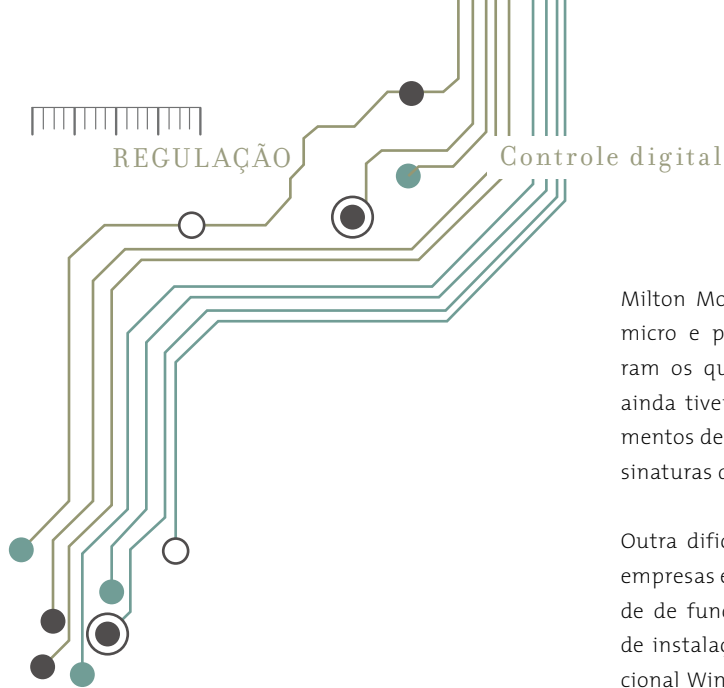


Foto: Olicio Pelosi

Milton Monteiro, complementa: “os micro e pequenos empresários foram os que mais sofreram porque ainda tiveram que adquirir equipamentos de informática e adquirir assinaturas de internet”.

Outra dificuldade encontrada pelas empresas é em relação à exclusividade de funcionamento do programa de instalação com o sistema operacional Windows na sua versão mais recente. O diretor de Infraestrutura de Chaves Públicas do ITI afirma que sistemas operacionais mais antigos, não suportam a nova suíte criptográfica, como por exemplo, o Windows XP. Além disso, Linux e Mac OS X (da Apple) não estão habilitados

para funcionar com o programa das certidões digitais.

Segundo Coelho, existem alguns fornecedores que já estão desenvolvendo drivers nas plataformas Linux e Mac OS X. “Nós queremos desenvolver um *middleware* (camada de software intermediária) para servir como interface para os cartões/leitor/token e o sistema operacional com expectativa para entrega no primeiro semestre de 2013.”

Entre os empecilhos relatados pelas pessoas ouvidas pela C&S, a opção da Receita Federal e a CEF por habilitarem apenas o Internet Explorer como navegador para seus programas de reconhecimento de certidões

“**Quando a Receita Federal obrigou os clientes a utilizarem a certificação digital, a primeira dificuldade foi instalar o programa da leitora nas máquinas. Algumas empresas precisaram chamar profissionais de TI para fazer a instalação. Muitas máquinas davam problemas e perdiam informações**”

Julio Cesar Mendes de Jesus

do Departamento Fiscal da Duber Contabilidade



Como fazer

Como retirar o certificado digital?

O empresário precisa ir presencialmente a uma das 42 autoridades certificadoras credenciadas pela ICP-Brasil com mais de 1200 postos de atendimento espalhados pelo Brasil munido dos documentos originais e cópia simples da empresa e pessoais (veja a lista completa no site www.redecom.com.br/cecomercio). Ali é explicado sobre a tecnologia e é colocada à disposição suporte telefônico e, quando necessário, presencial. Após análise dos documentos, a certificação é aprovada.

Que empresa precisa comprar uma certificação digital?

Todas que são obrigadas a emitir a nota fiscal eletrônica e as que estão inscritas nos regimes tributários de lucro real ou lucro presumido. No momento, estão excluídas da obrigatoriedade as empresas optantes pelo Simples e que tenham até 10 funcionários, segundo o Comitê Gestor do Simples Nacional. Para emitir nota fiscal eletrônica, transmissão mensal do Sped fiscal e obrigações acessórias é preciso ter o e-CNPJ. Para a declaração anual Sistema Público de Escrituração Digital (Sped) fiscal é preciso o e-CPF.

Qual a punição para quem é obrigado a ter certificação digital e não possui?

A empresa fica impossibilitada de entregar as declarações das obrigações acessórias — e assim não consegue pagar os tributos devidos. A multa é de 20% do tributo não declarado, com valor mínimo de R\$ 500.



digitais foi lembrada por todos. Além disso, Monteiro relata a dificuldade de ter acesso às certificadoras no interior de São Paulo. “Na nossa região só há certificadora em Sertãozinho e em Ribeirão Preto e os empresários de outras cidades precisam viajar para fazer a certificação.”

Uma preocupação do ICP-Brasil é que o empresário tenha conhecimento do programa e receba toda orientação e suporte necessários para o pleno funcionamento, mas Coelho reconhece que não há treinamento de fato. O Conectividade Social da

CEF fez esse movimento a partir de maio de 2011 junto aos contadores, que são quem, de fato, cuidam das questões de registro de funcionários das empresas e opera esses sistemas.

Os contadores terão acesso limitado às funcionalidades, podendo apenas operar e transmitir informações à Receita Federal e à CEF mediante autorização virtual. As empresas desobrigadas a emitir nota fiscal eletrônica podem fazer uma procuração eletrônica autorizando um contabilista que tenha o e-CNPJ entregar as declarações de tributos certificadas.

A ICP-Brasil não tem regulação de preço e a regra é o mercado e por isso, os preços variam de uma certificadora para outra (de R\$ 180 a R\$ 600). A FecomercioSP, por meio do Centro do Comércio do Estado de São Paulo (Cecomercio), possui convênio com a Autofax e oferece aos seus associados a certificação com preços diferenciados.

Apesar da confusão inicial, esse é um caminho sem volta e a cada ano mais processos se tornarão eletrônicos e rápidos. A certidão digital veio para ficar. &



UM DIA NO...

TEXTO E FOTOS RAPHAEL FERRARI



Foto: Divulgação

...maior shopping da América Latina



são motivo de orgulho para o gerente de Marketing do Centro Comercial Aricanduva (junção do Shopping Leste Aricanduva, Auto Shopping São Paulo e Shopping Interlar), César Augusto Azi Campos, que compara a gestão do gigante à de um grande condomínio residencial. “A lógica é a mesma. Cuidamos da área comum tentando agradar a todos os inquilinos, mas ao invés de moradores, temos lojistas”, comenta.

O “condomínio” Aricanduva só é um “um pouco” maior que os demais: são 425 mil metros quadrados de área construída, uma avenida de seis faixas (três em cada sentido) com extensão de um quilômetro, seis mil funcionários diretos, 10 mil indiretos e 4,5 milhões de visitantes por mês. Somente aos sábados, o shopping recebe cerca de 50 mil carros.

Se, durante o horário de funcionamento (das 9 horas às 22 horas), o Aricanduva ferve com o movimento de milhares de consumidores e lojistas, ao fechar as portas, às 22h30, ao contrário do que se possa imaginar, o shopping não para. Até a abertura, no dia seguinte, centenas de funcionários cuidam da manutenção do local.

E a tarefa não é nada simples. Todo dia, são trocadas 100 das cerca de 50 mil lâmpadas do shopping. A pintura e retoque das áreas comuns utilizam 550 litros de tinta por mês. No mesmo período, o cuidado com o piso exige 1.100 litros de cera. Entre 20 mil e 30 mil litros de água são consumidos diariamente. Já o consumo mensal de energia é de, aproximadamente, 4,3 milhões de quilowatts por hora (kWh) – isso, descontando-se o consumo das lojas âncoras como Walmart, C&C e Extra, entre outras, que têm medidores independentes do

Os bastidores DAS COMPRAS

A C&S acompanhou a rotina do Centro Comercial Aricanduva e descobriu que quando os clientes vão embora é que o shopping fica movimentado

O maior shopping da América Latina está localizado em um oásis verde de um milhão de metros quadrados no meio da cinzenta Zona Leste, na capital paulista. São 545 lojas (três hipermercados, dois *home centers*, 15 concessionárias de veículos automotivos nacionais e importados, 14 salas de cinema, oito agências bancárias, três praças de alimentação, três centros de lazer, 100 lojas de móveis e decorações, campus universitário, academia, dois centros de diagnóstico médico e uma agência do Detran), oito quilômetros de vitrines e, aproximadamente, 15 mil vagas de estacionamento. Os números



shopping. A quantidade de lixo não é medida, mas, toda semana, sete toneladas de papelão são destinadas para a reciclagem.

Quando as portas fecham, começa a limpeza que, aliás, não guarda qualquer relação com as faxinas de domingo. Além de higienizar banheiros, coletar o lixo e estarem, constantemente, presentes na praça de alimentação, os 250 funcionários da limpeza desempenham outros serviços que dificilmente são notados pelos consumidores que frequentam o shopping. No estacionamento, por exemplo, a equipe de limpeza recolhe papel, copos plásticos, embalagens e outros resíduos que os consumidores descartam indevidamente. Depois, uma máquina parecida com uma empilhadeira passa aspirando resíduos menores, mais difíceis de serem recolhidos.

Um problema comum no estacionamento e no interior do shopping é o chicle. “As pessoas cospem muitos chicles no chão”, reclama Neusa Barbosa, faxineira. “É normal sujar o chão, mas isso já é falta de educação”, se indigna.

A maior preocupação da equipe de limpeza, entretanto, é o piso do shopping. Todo dia, às 23 horas, um time varre todo o shopping com “Mops”, um tipo de vassoura de tecido três vezes mais larga que as de uso residencial. Em seguida, o próximo time molha o chão. O terceiro time, chamado “LT” utiliza uma escova pequena, própria para esfregar os cantos. Ao mesmo tempo, outra equipe passa com um aparelho semelhante às antigas enceradeiras, limpando o centro dos corredores. Depois, a pró-

xima equipe puxa a água com rodos. Pronto. O trabalho chegou à metade.

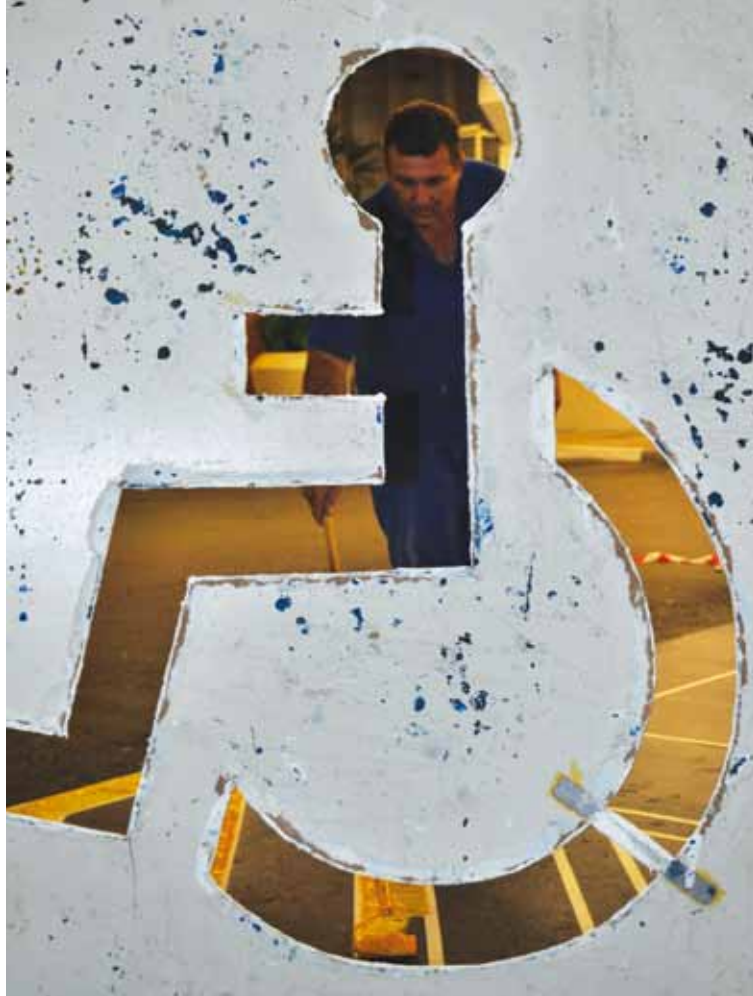
O time seguinte utiliza uma máquina que, praticamente, repete o que as equipes anteriores fizeram: enxaguando, esfregando e secando, novamente. Então é a vez de passar uma camada de “revive” (do inglês, reviver), uma espécie de cera impermeabilizante, e polir tudo com uma enceradeira de pelos de porco que funciona a três mil rotações por minuto. Um barulho que obriga os funcionários a usar proteção de ouvido. Uma última equipe passa, novamente, os “Mops” por todo o shopping, varrendo as cerdas que se soltam da polidora.

Os funcionários da manutenção predial também trabalham ativamente durante as horas em que o shopping está fechado para o público. As colunas internas, por exemplo, são repintadas todo dia, assim como outras áreas em que a pintura é gasta mais rapidamente, devido ao trânsito intenso de consumidores, como o estacionamento e as praças de alimentação. Estruturas de metal e madeira que tenham sido danificadas também são reparadas em uma oficina interna, criada há pouco tempo. “Antes, terceirizávamos esse serviço, mas como o mercado está muito aquecido e os preços estavam subindo muito, contratamos profissionais para fazer o trabalho aqui mesmo”, relata Júlio Sanches, engenheiro responsável pelas operações prediais. “No momento, estamos trocando a capa de madeira de todas as lixeiras das praças de alimentação por outra, metálica”, comenta.

Às 6 horas, o shopping abre os portões para as entregas, que podem ser feitas até o meio dia. “Cada caminhão pode permanecer durante trin-

Todo dia, são trocadas 100 das cerca de 50 mil lâmpadas do shopping. A pintura e retoque das áreas comuns utilizam 550 litros de tinta por mês. No mesmo período, o cuidado com o piso exige 1.100 litros de cera. Entre 20 mil e 30 mil litros de água são consumidos diariamente





ta minutos na doca”, conta Campos. O transporte de mercadorias para as lojas pode ser feito por carrinhos até a abertura do shopping ao público. Após as nove horas, as mercadorias podem ser transportadas, mas somente em sacolinhas, divididas em volumes menores.

O trabalho nos bastidores continua ao longo do dia. “Talvez o cliente não perceba conscientemente, mas, até o cheiro do shopping é pensado para causar identificação”, afirma Marco Aurélio de Mello, engenheiro responsável pela manutenção elétrica do Aricanduva. Mello explica que um cheiro cítrico é dissipado por meio do ar condicionado em todo o shopping, exceto nas praças de alimentação. “Próximo aos restaurantes, dissipamos um neutralizador, para que o cheiro de hambúrguer não fique no ar”, completa.

E o shopping não se preocupa somente com a experiência dos consumidores. É normal encontrar funcionários com mais de dez anos de casa. Muitos começaram como office-boy e foram subindo de cargo. É o caso, por exemplo, do assistente de Marketing, Eduardo Costa Silva, que começou como entregador, em 2006, chegou ao cargo de coordenador de entregas, em 2009, e, hoje, ajuda a organizar eventos como a “Campanha da Cirurgia da Catarata”, que diagnostica e agenda cirurgias para mais de 20 mil pessoas todo ano. “Pretendo chegar a gerente de Marketing”, almeja. Rosimeire Renor é outro exemplo. Ela trabalhou durante seis anos na segurança do shopping, até que percebeu que não estava mais satisfeita e pediu para trocar de área. Na recepção há um ano e meio, Rosemeire comemora o fato de poder voltar a estudar. “Como a jornada na recepção é menor, pude voltar para a

faculdade e também tenho mais tempo para aproveitar com a família.”

A enfermaria do shopping conta com três ambulatórios e duas ambulâncias, que raramente são utilizadas. “Atendemos, em média, 30 pessoas por semana”, relata a técnica em enfermagem, Talita Oliveira. “Quase todos os casos são de mal-estar, devido ao calor ou à falta de hidratação”, explica.

A segurança do shopping é quase toda terceirizada. *Segways* e seguranças uniformizados podem ser vistos por toda parte, mas as câmeras, quase nunca. “É uma questão de segurança, não revelamos onde as câmeras estão posicionadas”, explica Aparecido Cândido da Silva, coordenador de segurança do shopping. Silva conta que um dos problemas que eles enfrentavam era a circulação de motos pelo estacionamento. “Era muito fácil para uma pessoa mal-intencionada passar de moto, pegar as compras ou o celular de um cliente e fugir”, relata. A solução foi criar um estacionamento exclusivo para as motos, com entrada separada. “No começo, os motoqueiros se sentiram prejudicados, mas logo entenderam que era para a segurança de todos”.

Tanto trabalho parece estar dando resultados. Debora Aparecida Pires da Costa, responsável pelo Serviço de Atendimento ao Cliente, afirma que recebe, em média, 30 reclamações por semana. “Quase todas, feitas por clientes que adquiriram produtos com defeitos”, relata. “É muito raro uma reclamação sobre os serviços do Aricanduva.” Se é verdade que gerir um shopping é como administrar um condomínio residencial, por que o meu não é assim? &

mixLEGAL

Confira aqui na **C&S** os principais destaques das últimas edições do **MixLegal Digital** e **MixLegal Impresso**. As publicações têm dicas e informações de natureza jurídica que podem interferir no dia a dia dos negócios

PRAZO DE ENTREGA DA RAIS VAI ATÉ DIA 9 DE MARÇO

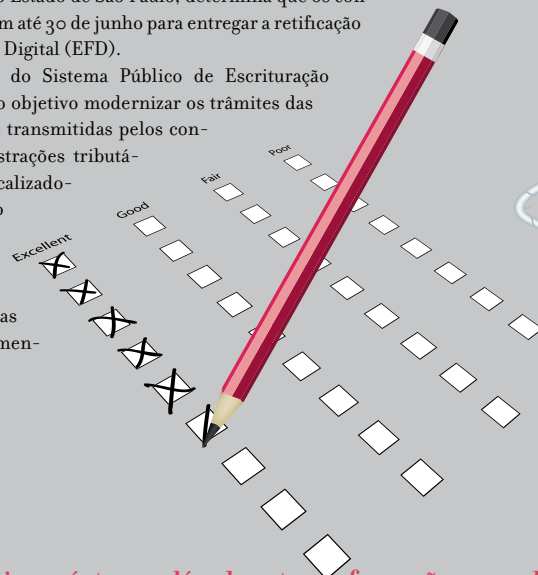


Está em vigor a Portaria nº 07, de 2012, que obriga os empregadores a entregar a Relação Anual de Informações Sociais, ano-base 2011, importante instrumento para o acompanhamento e coleta de dados sobre os setores que empregam no Brasil. A Rais permite a elaboração de estudos e leis trabalhistas, além do controle dos registros do FGTS e de concessão do abono salarial PIS/PASEP.

RETIFICAÇÃO DE ESCRITURAÇÃO FISCAL DIGITAL PODE SER ENTREGUE ATÉ 30 DE JUNHO

A Portaria CAT 179, de 29 de dezembro de 2011, expedida pela Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo, determina que os contribuintes do ICMS têm até 30 de junho para entregar a retificação da Escrituração Fiscal Digital (EFD).

Um dos subprojetos do Sistema Público de Escrituração Digital, que tem como objetivo modernizar os trâmites das obrigações acessórias transmitidas pelos contribuintes às administrações tributárias e aos órgãos fiscalizadores, a Escrituração Fiscal Digital garante, em formato eletrônico, a validade jurídica das assinaturas de documentos digitais.



CONTRATO DE EXPERIÊNCIA PERMITE PRORROGAÇÃO TÁCITA

Em acórdão da 13ª Turma do TRT da 2ª Região, entendeu-se que os contratos de experiência podem ser prorrogados tacitamente, desde que não se ultrapasse o limite máximo de 90 dias e a renovação ocorra somente uma vez. No caso analisado, as partes ajustaram contrato de experiência por 45 dias, renováveis por mais 45, e não firmaram qualquer outra manifestação. O referido contrato não assegura, contudo, o direito à estabilidade-gestante, em vista de sua natureza temporária, que exclui qualquer possibilidade de dispensa arbitrária ou sem justa causa. Foi, portanto, negado provimento ao recurso da empregada.



GOVERNO POSSIBILITA O RESGATE DE CRÉDITOS DO ICMS

Empresas com até R\$ 184,4 mil de crédito do ICMS, recebidos entre abril de 2010 e dezembro de 2012, poderão resgatar este saldo como desconto nos tributos devidos. A determinação é do governo do Estado de São Paulo, por meio do decreto 57.675, de 2011. Outra situação prevista na norma é a venda dos créditos para empresas que não recebem isenção do ICMS. A FecomercioSP explica que a apropriação dos créditos do ICMS será feita pela Sistemática de Apuração Simplificada. Destaca-se ainda que, para aproveitar o benefício, as empresas devem protocolar, junto à Sefaz-SP, o pedido de apropriação de créditos do tributo até o último dia útil de janeiro de 2013.

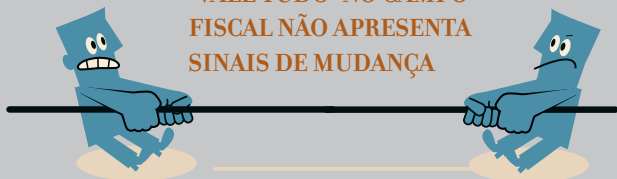


Leia essas notícias na íntegra, além de outras informações, nas edições que estão disponíveis no site da FecomercioSP: www.fecomercio.com.br (em Serviços/Publicações)

ECONOMIX

Confira aqui na **C&S** os principais destaques das últimas edições do **EconoMix Digital** e do **EconoMix Impresso**. As publicações têm dicas e informações voltadas para a melhoria da gestão dos negócios e compreensão do ambiente macroeconômico

'VALE TUDO' NO CAMPO FISCAL NÃO APRESENTA SINAIS DE MUDANÇA



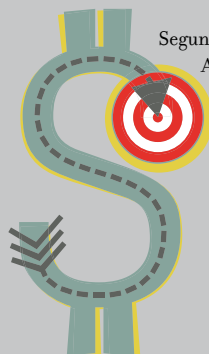
Desde a década de 70, a guerra fiscal entre os Estados compõe o cenário político-econômico do País. O conflito é um círculo vicioso em que os entes federativos buscam atrair empresas, abrindo mão de receitas e tendo que recorrer a fontes compensatórias. Numa delas, no final de 2011, os Estados reivindicaram um maior repasse do IR e do IPI. Numa guerra marcada pela voracidade fiscal, ninguém quer perder: o resultado é um processo predatório em que o País é o maior prejudicado, com a União lançando mão de soluções provisórias, e o remédio definitivo – uma reforma tributária – se tornando cada vez mais difícil.

GOVERNO BRASILEIRO APOSTA EM ESTÍMULO AO CRÉDITO EM 2012

Começo de ano é tempo de balanços. A boa notícia, para comerciantes e consumidores, é que 2012 chega com medidas que deverão estimular o acesso ao crédito, aquecendo o mercado interno, numa inversão da postura macroprudencial adotada no ano passado pelo Governo, que temia uma pressão inflacionária por excesso de demanda. Ações como a redução da taxa Selic, que fechou 2011 em 11% ao ano, a queda de 20% para 15% no pagamento mínimo das dívidas assumidas no cartão de crédito e o barateamento dos financiamentos em diversos setores mostram que o Brasil, apesar do cenário externo, deve seguir crescendo, apoiado no consumo das famílias.



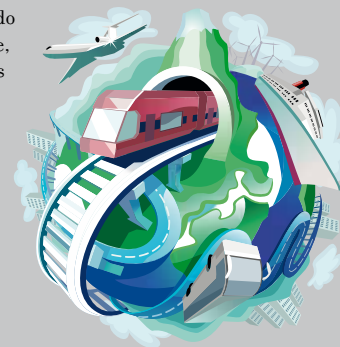
INFLAÇÃO NO TETO DA META NÃO É BOM SINAL



Segundo a FecomercioSP, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo de 2011 apontou um dado alarmante para a economia: a inflação no teto de 6,5%, que fez pesar no bolso do consumidor, principalmente, os setores de alimentação e bebida. Para a entidade, se o número fosse superior ao obtido, o Banco Central poderia sofrer interferências políticas – processo extremamente negativo para a imagem do País. A FecomercioSP projeta um índice ao redor de 5,5% para 2012 – queda que não espanta de vez, na visão da instituição, o fantasma da inflação e nem descarta a necessidade de reformas estruturais, cujas ausências são obstáculos para o pleno crescimento do Brasil.

BOAS NOTÍCIAS PARA O TURISMO: GOVERNO DOS EUA FACILITA VISTO PARA BRASILEIROS

Os Estados Unidos anunciaram, em janeiro, um pacote de medidas de estímulo ao turismo no País. Entre elas, está a redução da burocracia na emissão de vistos para países como Brasil e China. Para a FecomercioSP, o momento é ideal para refletir sobre a facilitação da vinda de estrangeiros para o País, como forma de mostrar flexibilização nas regras e impulsionar a campanha para incluir o Brasil no Visa Waiver, o programa de isenção de vistos do governo americano. Para a entidade, todos os esforços devem ser feitos para motivar a inclusão, que, além de representar empregos, divisas e investimentos para o País, avançaria a economia como um todo.

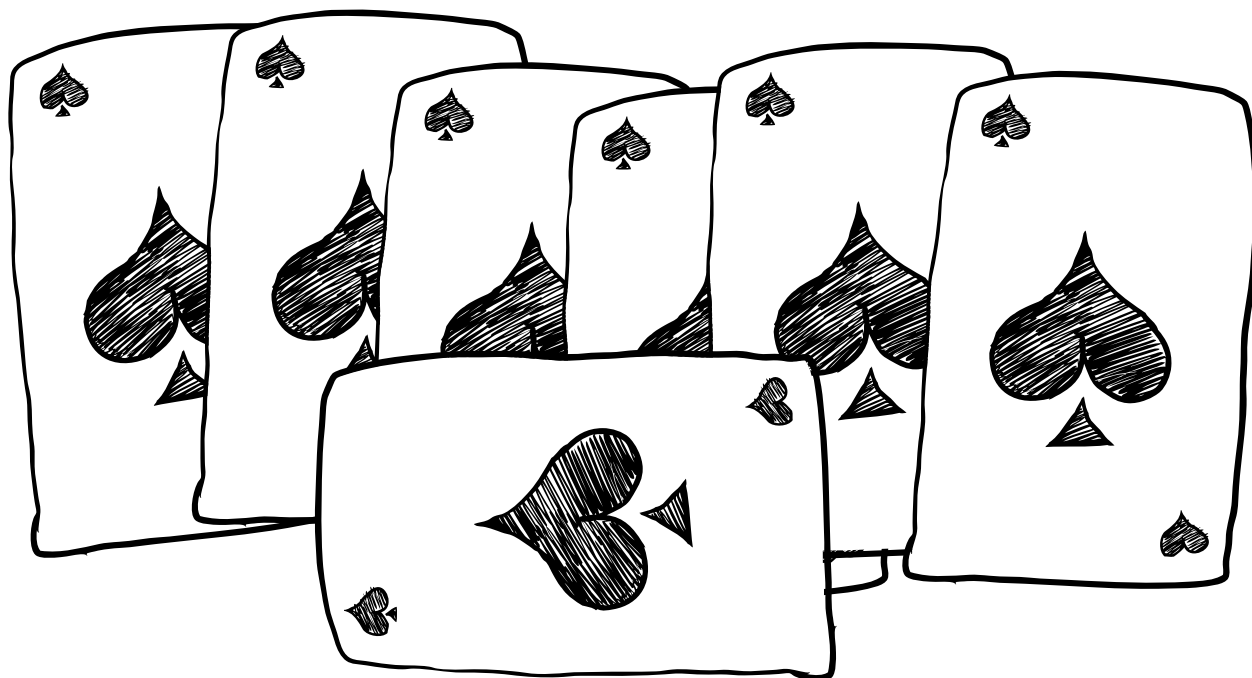


Leia essas notícias na íntegra, além de outras informações, nas edições que estão disponíveis no site da FecomercioSP: www.fecomercio.com.br (em Serviços/Publicações).



INSTITUCIONAL

TEXTO ENZO BERTOLINI



acesso à GESTÃO

A FecomercioSP realizou, de abril a dezembro de 2011, em sua sede, o primeiro ciclo do Sistema de Excelência em Gestão Sindical (SEGS), programa desenvolvido pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) para alinhar as práticas de gestão sindical entre todos os integrantes do Sistema Confederativo da Representação Sindical do Comércio (Sicomercio).

Programa desenvolvido
pela CNC auxilia sindicatos na
busca pela excelência na gestão.

Primeiro ciclo do programa foi
realizado com 11 sindicatos

Baseado nos quesitos estabelecidos pelo Prêmio Nacional de Qualidade (PNQ), o SEGS é cíclico e trata de ferramentas de gestão e da elaboração de um plano de negócios, além de identificar o estágio de gestão da entidade.

Os diferentes tamanhos dos sindicatos foram pensados e todas as lições e apresentações realizadas serão aproveitadas pelos sindicatos em diferentes momentos.

O assessor técnico de programas externos da CNC, Luciano Santana, explica que esse sistema foi desenvolvido com o propósito de ser uma ferramenta de apoio à busca pela excelência na gestão, que permite diagnosticar o estágio de desenvolvimento gerencial do sindicato ou da federação. “A partir daí, as instituições estão aptas a desenvolver seu plano de ação com objetivos e metas mensuráveis”, explica. “Os representantes dos sindicatos precisam entender que os empresários são nossos clientes de produtos e serviços, mas também de representatividade.”

Um ponto importante do SEGS é a etapa de autoavaliação, em que os representantes dos sindicatos preenchem uma planilha composta por questões que envolvem todos os critérios abordados pelo programa durante o curso (liderança, estratégias e planos, sociedade e clientes, entre outros), a fim de que os sindicatos, dentro de um mecanismo de pontuação estabelecido pela CNC, tenham noção de seu nível de maturidade quando o assunto é gestão sindical.

Feito isso, são formados pares entre os sindicatos e cada um recebe a autoavaliação de seu par, para que, assim, possa confrontar/comprovar os dados colocados na planilha com a realidade vivida pelo sindicato avaliado. Essas etapas de avaliação permitem que os sindicatos analisem o seu ní-

vel atual de gestão e consigam mensurar e prospectar oportunidades de melhorias, além de promover a troca de experiências e a proximidade entre os participantes. Santana destaca que “as mudanças são contínuas e graduais. Mesmo entre aqueles que já têm processos mais avançados é possível fazer melhorias”. Márcia de Fátima Santos, auxiliar administrativo do Sindicato do Comércio Atacadista de Tecidos, Vestuários e Armarinhos do Estado de São Paulo, enfatiza que “com a ajuda de outro sindicato pude perceber algumas coisas que precisavam ser corrigidas”.

A partir de março, todos os sindicatos da base da FecomercioSP que não participaram do primeiro ciclo do SEGS terão a oportunidade de aderir ao programa e melhorar seus processos de gestão. A meta é alcançar, pelo menos, o dobro de sindicatos neste ano e até 2014 estar com 60% dos sindicatos inscritos no SEGS e aplicando seu conceito dentro da entidade.

Andreza de Castro, encarregada do setor de arrecadação do Sindicato do Comércio Varejista de Peças e Acessórios para Veículos no Estado de São Paulo (Sincopeças), aprendeu o quão importante é documentar

Por meio do Programa Relaciona, os sindicatos têm acesso a todo o conteúdo do SEGS, e uma sala para discussão dos assuntos abordados nas palestras com ferramentas necessárias para o alcance desses objetivos e a prática de uma gestão mais moderna

as atividades de uma entidade sindical. “Só com tudo documentado é que podemos avaliar se tudo está correndo bem. E se não estiver, poderemos agir antes de uma falha acontecer”, conta. Andreza afirma que o Sincopeças adotou, de imediato, algumas ações sustentáveis, como a coleta seletiva, e outras administrativas, como o gerenciamento do banco de dados. “Desta maneira, ficou mais fácil criar grupos para serem trabalhados.”

No Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão (Sinapel), a coordenadora administrativa Deise Aparecida Castro, relata que uma das coisas percebidas foi a necessidade de prestação de serviços. “Nós estamos preparando uma sala para cursos e apresentação de palestras para o mercado. Estamos abrindo o leque de parcerias para diferentes áreas”, conta.

Por meio do Programa Relaciona (www.programarelaciona.com.br), os sindicatos têm acesso a todo o conteúdo do SEGS, e a uma sala para discussão dos assuntos abordados nas palestras com ferramentas necessárias para o alcance desses objetivos e a prática de uma gestão mais moderna. &



GIGANTE adormecido

Pirataria e alta carga tributária são os principais vilões para o crescimento do mercado de *games* no Brasil. No entanto, o potencial é grande e aos poucos começa a atrair investimentos

Ao longo de décadas de intensa produção cultural em todos os cantos do planeta, fica difícil, no primeiro momento, pensar em qual foi o produto de entretenimento mais rentável em um curto espaço de tempo. Provavelmente um grande *blockbuster* do cinema? Um disco de um artista memorável que mudou a história da música? Um clássico da literatura, de repente? Se você pensou em alguma dessas possibilidades, sabia que está completamente enganado. Hoje, o produto mais rentável da história do entretenimento é um *video game*, o aclamado *Call of Duty: Modern Warfare 3*, título que simula uma guerra atual fictícia, lançado pela produtora norte-americana Activision.

A cada jogo da franquia *Call of Duty* que chega ao mercado novos padrões de faturamento são estabelecidos e ultrapassados pelo sucessor. Em especial, os resultados de *Modern Warfare 3* são impressionantes: nas primeiras 24 horas, o jogo arrecadou US\$ 400 milhões; cinco dias após seu lançamento, a cifra avançou à marca de US\$ 775 milhões; e depois de 16 dias, o título superou US\$ 1 bilhão e sobrepuxou *Avatar*, a mais rentável produção cinematográfica de todos os tempos, que demorou 17 dias para chegar a casa dos bilhões. Ano após ano, a indústria de jogos eletrônicos vem faturando mais que o cinema e o potencial desse mercado não para de crescer mundo afora.

Entretanto, apesar do bom desempenho conquistado nos últimos anos, no Brasil a situação é bem diferente. De acordo com uma pesquisa divulgada em junho de 2011 pela consultoria holandesa Newzoo, especializada no mercado de *games*, o País conta com 35 milhões de jogadores, sendo que 47% gastam dinheiro com jogos eletrônicos. Ainda segundo a pesquisa, a expectativa é que o mercado brasileiro faturasse US\$ 2 bilhões no ano passado. Apenas como comparativo, um relatório divulgado no final de 2010 revela que indústria de *games* dos Estados Unidos estava avaliada em US\$ 46,5 bilhões com estimativa de chegar a US\$ 65 bilhões em 2013.

Caminho das pedras

A duras penas o mercado brasileiro cresce de forma modesta e muito abaixo de todo o seu potencial, es-

pecialmente, pelo elevado índice de pirataria. Um estudo divulgado pela Associação de *Software* e Entretenimento (ESA, da sigla em inglês), enquadra o País no quarto lugar em pirataria de jogos eletrônicos, atrás apenas de Itália, China, Espanha e seguido pela França. O relatório também indica que os cinco países são responsáveis por mais da metade da pirataria mundial do setor. Outro grande empecilho no Brasil é a forte presença de consoles, jogos e acessórios adquiridos pelo mercado cinza, ou seja, produtos que adentram as fronteiras sem o recolhimento dos devidos impostos.

Quem atua no setor não hesita em afirmar: o que mais contribui para o mercado cinza no Brasil é a alta carga tributária responsável por cerca de 80% do valor final dos jogos eletrônicos. “Se o governo reduzir os impostos, certamente vai faturar bem mais com o volume de vendas”, aposta o CEO da rede varejista UZ Games, Marcos Khalil. Segundo ele, mesmo perante tantas dificuldades essa indústria cresce a cada ano no País. “O consumidor

brasileiro vem aumentando a fatia de consumo com produtos originais. Percebo que eles querem comprar aqui, mas muitos acabam recorrendo ao mercado cinza por causa dos impostos”, complementa.

O ponto de vista é compartilhado pelo presidente da Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games (Acigames), Moacyr Avelino Alves Júnior, ao ressaltar que “o governo é contra a pirataria, mas é o primeiro a ‘incentivar’ que ela aconteça por manter altos impostos sobre os jogos no Brasil”. Para Alves Júnior, o efeito cascata das obrigações fiscais prejudica produtores, distribuidores, lojistas até chegar ao consumidor final. Para tentar alterar essa realidade, a Acigames desenvolveu o projeto “Jogo Justo”, que visa à redução tributária sobre os *games* e consoles no Brasil, além de fomentar a indústria nacional do setor.

Hoje, o preço de um jogo lançamento no Brasil para os consoles PlayStation 3, Xbox 360 e Wii custa, em média, R\$ 200 – sendo que nos Estados Unidos o valor é US\$ 60. De acordo com Alves



Foto: Marcos Issa/Argusfoto

“
**O governo é contra a pirataria,
mas é o primeiro a ‘incentivar’
que ela aconteça por manter altos
impostos sobre os jogos no Brasil**
”

Moacyr Avelino Alves Júnior

Presidente da Associação Comercial,
Industrial e Cultural de Games (Acigames)

Júnior esse preço pode ser reduzido para cerca de R\$ 120 caso os ajustes tributários sejam realizados. Khalil corrobora ao lembrar que a versão para PC de um mesmo título para console custa R\$ 100 ao consumidor brasileiro. Esse valor é mais compatível com o mercado norte-americano, em que um jogo para computador chega às lojas por US\$ 50. “O governo já concedeu benefícios fiscais para a fabricação de *smartphones* e *tablets* no Brasil. Só falta esse incentivo para a indústria de *games*”, acrescenta o presidente do Conselho de Criatividade e Inovação da FecomercioSP, Adolfo Melito.

Luz no fim do túnel

Aos poucos, grandes empresas do setor passam a apostar no potencial do mercado brasileiro. O melhor exemplo é a Microsoft, que em setembro do ano passado anunciou a produção do Xbox 360 no País. Com a mudança, o preço do console foi reduzido em 40% e hoje pode ser encontrado em *kits* que variam de R\$ 800 a R\$ 1300. O objetivo da companhia é aumentar a distribuição das lojas de varejo em cinco vezes nos próximos três anos. Outra estratégia adotada pela empresa foi a redução de preço para seus jogos no Brasil com preços que variam de R\$ 70 a R\$ 130, sendo alguns traduzidos para português e até mesmo dublados.

Em outubro do ano passado, a produtora francesa Ubisoft também apostou no corte de preço em alguns de seus títulos para consoles no País, com preços que variam de R\$ 60 a R\$ 100. O investimento não se limitou apenas a jogos mais antigos e se aplicou a dois de seus lançamentos mais recentes: *Assassin's Creed Revelations* (R\$ 150) e *Rayman*

Origins (R\$ 100) – ambos totalmente traduzidos para português.

Iniciativas como essas comprovam o potencial do mercado brasileiro apesar de todas as adversidades. Entretanto, é preciso ir além da redução de preços e criar uma cultura de produção e consumo de entretenimento digital no País. No final do ano passado, por meio da Portaria nº 116 do Ministério da Cultura, os jogos eletrônicos foram introduzidos na Lei de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313), popularmente conhecida como Lei Rouanet. Dessa forma, pessoas físi-

cas e jurídicas podem captar recursos e receber incentivos fiscais para serem aplicados na produção de novos jogos.

A ampliação da Lei Rouanet para o mercado de *games* pode estabelecer bases mais sólidas para as empresas que atuam no setor, já que um levantamento realizado com o Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP), em parceria com a Acigames, revela que, em média, 70% dos negócios da área, tanto na parte comercial quanto na produção de *games*, não conseguem

É preciso ir além da redução de preços e criar uma cultura de produção e consumo digital no País. A ampliação da Lei Rouanet para o mercado de games pode estabelecer bases mais sólidas para as empresas que atuam no setor



chegar a três anos de vida. Melito, da FecomercioSP, acredita que o segmento deve ser profissionalizado. “Precisamos lembrar que, hoje, os jogos eletrônicos não estão ligados apenas ao entretenimento e, sim, a educação e a publicidade também”, ressalta.



Na opinião de Adrian Laubisch, diretor de novos negócios da desenvolvedora de jogos eletrônicos Aiyra, a maior falha das empresas brasileiras no setor é a gestão inadequada. “A grande dificuldade no Brasil não está na produção de jogos, porque os profissionais são criativos e têm potencial técnico”. “O problema é como as empresas divulgam e distribuem os produtos. Em geral, o marketing é ruim”, avalia Laubisch. Além disso, devido à complexidade e alto custos de produção de jogos com mídia física, a atuação das produtoras brasileiras é mais focada na criação de jogos para plataformas digitais, como *smartphone* e *tablet* ou voltado para redes sociais.

Inclusive, a facilidade da distribuição digital de jogos para PC vem criando um novo modelo de consumo graças à agilidade de ter acesso ao *game* no dia de seu lançamento no exterior, sem



Foto: Divulgação

“**O brasileiro vem aumentando a fatia de consumo com produtos originais. Percebo que eles querem comprar aqui, mas muitos acabam recorrendo ao mercado cinza por causa dos impostos**”

Marcos Khalil
CEO da UZ Games



ter que sair de casa ou aguardar a chegada às lojas do País. A fim de explorar esse crescente mercado o *game designer*, Thiago Diniz, fundou em agosto do ano passado o Nuuvem, primeiro serviço brasileiro de distribuição digital de jogos para computador.

Segundo Diniz, a venda de títulos nesse formato pode impulsionar o segmento como um todo. “A distribuição digital é o que vai fazer o mercado crescer pela facilidade de conseguir comprar os jogos, além de o custo ser mais baixo”, afirma. Ele também acredita que esse modelo de negociação pode reduzir parte do índice de pirataria. “Ainda há falhas na distribuição de jogos em mí-

dia física e muitas vezes eles não chegam ao Brasil. Por isso o jogador não consegue adquirir o original e recorre à pirataria”, finaliza.

Embora os desafios sejam enormes, o País vive um momento crucial para que se estabeleça como um dos mais promissores nichos de produção e consumo de entretenimento digital do mundo. Portanto, todos os agentes envolvidos nessa cadeia devem atuar em conjunto para despertar este gigante e derrotar os vilões. Somente dessa forma o mercado de *games* no Brasil vai alcançar sua plenitude diante das próximas fases e não terminar em *game over*. &



REGULAÇÃO

TEXTO RAPHAEL FERRARI

162 anos DE ATRASO

Novo Código Comercial
pretende acabar com
insegurança jurídica,
agilizar abertura
e fechamento de empresas
e regular as relações
B2B na internet

Em 1850, o Brasil ainda era movido, em grande parte, pela mão de obra escrava e pelos cerca de 19 mil imigrantes que recebia por ano. Dom Pedro II, então com 25 anos, já governava o Império do Brasil há 10. É, também, deste ano que datam as duas leis que estão em vigor há mais tempo no Brasil, a Lei da Terra, que acabou com as sesmarias, e o Código Comercial. Em 162 anos, o mundo viu

a abolição da escravatura, a revolução industrial, duas guerras mundiais, a crise de 1929, a queda do muro de Berlim, o fim da União Soviética, o surgimento da União Europeia, a crise de 2008 e uma completa reestruturação das relações comerciais entre empresas e consumidores.

O Código Comercial do Brasil, responsável por regular as relações entre empre-



sas no País, viu alguns de seus dispositivos serem alterados ou substituídos ao longo do tempo, em grande parte por leis dispersas como a que rege as sociedades anônimas, de 1976, e a que dispõe sobre recuperação de empresas, de 2005. O Código Civil, de 2003, também trouxe novos direitos e obrigações para as pessoas jurídicas. Tantas mudanças culminaram em um arcabouço legal complexo, que, na opinião dos especialistas ouvidos pela **C&S**, tem engessado a atividade empresarial no País. “O Código Comercial é a pedra angular da segurança jurídica na atividade empresarial de qualquer segmento da economia”, pondera o presidente da FecomercioSP, Abram Szajman. “Precisamos superar um atraso mais do que secular, adotando mecanismos eficazes e modernos de proteção aos créditos, títulos e contratos em nosso País, reforçando a atração de investimentos e melhorando nossa competitividade frente às demais economias”, completa.

Matéria pendente há muitos anos, a adoção de um novo Código Comercial foi proposta pelo deputado federal, Vicente Cândido (PT-SP), por meio do Projeto de Lei número 1.572, de julho de 2011, e está, desde novembro do ano passado, aberto para consulta pública. Cândido afirma que o novo código é necessário para proporcionar segurança jurídica para as empresas e estabelecer uma base segura para o avanço da atividade empresarial no País. Um dos pontos destacados pelo deputado é a importância de estabelecer limites claros da responsabilidade objetiva, isto é, da responsabilidade independente de culpa. “No Código Civil, hoje, a responsabilidade objetiva do empresário está definida em termos amplos e imprecisos, gerando

insegurança para as empresas.” Cândido ressalva, ainda, que a aprovação do código proposto não irá restringir a responsabilidade do empresário nas relações com os consumidores ou com seus empregados. Em relação a estes, continuarão a vigorar as normas protetivas do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Mas é realmente necessário separar o Código Comercial do Civil? “Sem dúvida”, é a resposta do advogado especialista em direito societário da Navarro Advogados, Amílcar Aquino Navarro. “Hoje, esses direitos estão misturados, o que pode causar uma certa confusão na sua interpretação”, opina. Armando Rovai, presi-

“

No Código Civil, hoje, a responsabilidade objetiva do empresário está definida em termos amplos e imprecisos, gerando insegurança para as empresas. A aprovação do código proposto não irá restringir a responsabilidade do empresário nas relações com os consumidores ou com seus empregados

Deputado Vicente Cândido
Autor do projeto de lei

”



Foto: Divulgação



Foto: Divulgação



A legislação referente às empresas apresentada no Código Civil é muito ruim. São artigos mal escritos e anacrônicos, que engessaram o sistema empresarial brasileiro

Armando Rovai

Presidente da Comissão de Direito de Empresa da OAB-SP



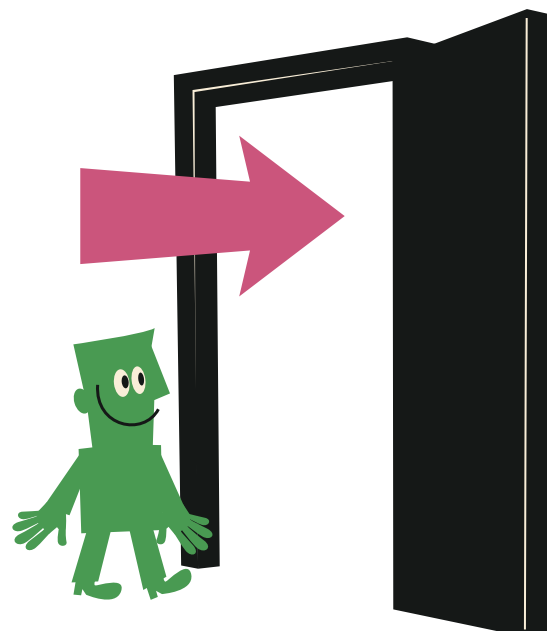
dente da Comissão de Direito de Empresas na Seccional de São Paulo da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB-SP), corrobora a avaliação de Navarro e reforça que a legislação referente às empresas “apresentada no Código Civil é muito ruim”. “São artigos mal escritos e anacrônicos, que engessaram o sistema empresarial brasileiro”, critica. Além disso, destaca Szajman, “como o Código Civil tramitou no Congresso Nacional durante quase três décadas, suas normas já nasceram ultrapassadas e não levam em conta o quanto é heterogêneo, complexo e dinâmico o universo empresarial brasileiro”.

Um exemplo deste atraso é que, até hoje, o País não tem uma regulamentação específica para o comércio eletrônico Business to Business (B2B). “Hoje, grande parte dos contratos de compra e venda de insumos e serviços entre as empresas são fechados pela internet, sem nenhuma lei que o disci-

plina ou dê segurança”, relata Cândido. A burocracia é outro problema que o novo código pretende combater. Uma das medidas propostas para tanto é a circulação exclusivamente por meio eletrônico dos títulos de crédito, assim como preconiza o Banco Mundial. A abertura e o fechamento de empresas junto às Juntas Comerciais também devem ser agilizados com a utilização de documentos digitais. “A eliminação de toneladas de documentos que, hoje, são obrigatoriamente apresentados em papel, será bastante significativa para acelerar esse processo”, afirma Navarro que, no entanto, alerta que também seria necessário mexer nas leis que regulamentam os órgãos que expedem essas certidões para que essa mudança seja possível.

Navarro pondera que apesar de ser possível esperar uma redução no tempo gasto para abrir e fechar empresas, é preciso entender que “o que mais gera essa lentidão é o encerramento

frente aos demais órgãos públicos, como a Receita Federal, a Previdência Social e a Secretária da Fazenda, que demoram em emitir as certidões de encerramento”. Não é apenas o arquivamento do destrato que demora, mas, sim, conseguir os comprovantes que atestem que a empresa está em dia com suas obrigações em todos os



órgãos de controle. “Se não houver um ganho de eficiência e uma redução de burocracia nos órgãos reguladores, a melhora não será tão efetiva”, alerta.

Os especialistas ouvidos pela **C&S**, no entanto, são unânimes ao afirmar que o fim da insegurança jurídica é a maior vantagem que o novo Código Comercial pode proporcionar. “Hoje, o código é uma bagunça e deixa a sociedade limitada extremamente instável, o que é uma temeridade para o País”, afirma Rovai. “Qualquer conflito entre os sócios coloca a empresa a mercê de uma disputa judicial, com todos os problemas e a lentidão que o Judiciário tem hoje”, completa.

Cândido explica que o novo código, quando aprovado, vai representar uma economia de custo para as empresas, diminuindo a insegurança e aglutinando a regulamentação em

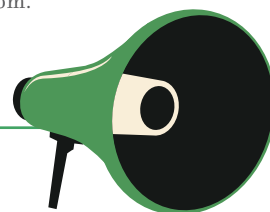
um único local, diferente do que ocorre com a profusão de dispositivos legais que o Brasil tem hoje. O Código Comercial proposto ainda prevê a sistematização, revisão, aperfeiçoamento e modernização da disciplina jurídica do estabelecimento empresarial, da concorrência desleal, das condutas parasitárias, da escrituração mercantil, do exercício individual da empresa e da sociedade unipessoal, além de disciplinar os principais contratos empresariais, como a compra e venda mercantil, o fornecimento, a distribuição e o fretamento de embarcações.

Como afirma Rovai, só é possível criticar o código quem “não quer estudar uma nova legislação ou se contenta com a situação complicada porque ela gera muitos conflitos em que um advogado pode atuar”. Afinal, queremos avançar ou viver 162 anos no passado? &

Consulta pública

O Ministério da Justiça (MJ) lançou, em 25 de novembro, consulta pública pela internet do Projeto de Lei número 1.572, que pretende alterar o Código Comercial. Além da contribuição da sociedade, que pode ser feita até o dia dois de abril, o projeto pode ser alterado na Câmara dos Deputados e no Senado, a exemplo do que aconteceu com o Marco Civil da Internet (Projeto de Lei número 2.126/11).

O site da consulta pública apresenta, também, um histórico da legislação comercial, reportagens sobre o assunto e artigos de especialistas. O texto está disponível para leitura e comentários de toda a sociedade no endereço: <http://participacao.mj.gov.br/codcom>.



“

O Código Comercial é a pedra angular da segurança jurídica na atividade empresarial de qualquer segmento da economia. Precisamos superar um atraso mais do que secular, adotando mecanismos eficazes e modernos de proteção aos créditos, títulos e contratos em nosso País

Abram Szajman
Presidente da FecomercioSP

”



NOSSA HISTÓRIA DE SUCESSO ACABA DE GANHAR UM CAPÍTULO MARCANTE.

**SENAC SÃO PAULO.
1º LUGAR NO RANKING DO PRÊMIO
MELHORES FORNECEDORES PARA RH 2012.**



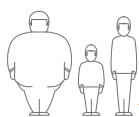


Agradecemos a todos
que votaram e ajudaram
o Senac São Paulo
a conquistar um prêmio
tão importante.



AQUI TEM A PRESENÇA
DO COMÉRCIO

Melhores Fornecedores para RH
Empresa do Ano 2012
SENAC São Paulo



DIVERSIDADE

TEXTO JULIANO LENCIONI
ILUSTRAÇÕES ÂNGELA BACON

ACEITA UM cafezinho?

De diferentes marcas, tipos e sabores, o café tem papel fundamental no dia a dia do brasileiro e alcançou em 2011 recorde de consumo no País

Companheiro diário e inseparável da maioria dos brasileiros, o café está por toda parte. Essa onipresença, graças aos consumidores, se mantém fiel e em ascensão. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC), só no ano passado foram consumidos 19,72 milhões de sacas de café no País, o que representa acréscimo de 3,11% em relação a 2010.

No mercado externo também houve expansão. Foram mais de 33 mil sacas vendidas, um aumento de 1,3% em relação ao ano anterior.

De “xirinha em xirinha”, todo bom bebedor de café contribuiu para este crescimento. Levantamento da ABIC aponta que o consumo *per capita* em 2011 foi de 4,88 kg de café torrado, quase 82 litros para cada brasileiro por ano, registrando uma evolução de 1,45% em relação ao período anterior.

Os números levantados pela ABIC em 2011 superam o recorde histórico de 1965, quando o consumo *per capita* de café foi de 4,72 kg.

Todo este crescimento não é por acaso. O café se modernizou e hoje é oferecido com imensa variedade no mercado. Segundo a nutricionista e coordenadora de Projetos da ABIC, Mônica Pinto, a variedade está ligada a grande quantidade de marcas que expressam, cada uma, certa particularidade no seu grão. “Cada indústria produz uma receita específica para o seu café. Essa ‘receita’, guardada a sete chaves, inclui o *blend*, que é combinação de grãos de diversas origens, o ponto de torra e a moagem, que pode ser fina, média ou grossa, de acordo com o equipamento que se vai utilizar para

o preparo da bebida. Por isso temos essa imensa gama de sabores e aromas. Cada marca tem o seu DNA.”

A diversidade do café não se limita a variedade de marcas. Segundo Gilberto Nogueira, especialista em café do Grupo 3Corações, há também grande quantidade de combinações de café com outras bebidas, o que têm ganhado o mercado, principalmente em bares e *pubs*. “Drinques de cafés preparados à base de licores de amarula, gianduia, avelã, água ardente, uísque, conhaques e até vinhos são uma boa dica para combinar com café expresso ou café de filtro, quente ou até mesmo gelado”, explica.

Entre as misturas citadas há uma que agrada mais os consumidores e se encontra com mais frequência, café com uísque. “O *Irish Coffee* leva uísque irlandês e creme de leite, e é a mais difundida em todo o mundo. É uma mistura que dá certo, sim, desde que preparado com café de alta qualidade”, afirma Marco Suplicy, proprietário da Suplicy Café, rede de lojas especializada em café.

Os consumidores respondem bem à variedade apresentada. “O brasileiro é apaixonado por café e se mostra cada vez mais disposto a provar novidades, a experimentar. Nos lares, o café coado ou filtrado ainda impera, mas cresce também o uso de máquinas de expresso, principalmente com sachês ou cápsulas. Fora das residências, cresce muito o consumo de café expresso e de bebidas como os cappuccinos. No Brasil todo, porém, o cafezinho ainda é o campeão”, comenta Mônica Pinto, nutricionista da ABIC.

Marco Suplicy também registra a boa aceitação do consumidor. “O público está disposto a provar novidades e isso

A diversidade do café não se limita a variedade de marcas. Há também grande quantidade de combinações de café com outras bebidas, o que tem ganhado o mercado, principalmente em bares e *pubs*. Os consumidores respondem bem à variedade apresentada



Fonte: Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC)

faz com que haja a expansão de cafés de qualidade e um aumento na demanda. Por isso, estamos expandindo nosso 'expresso bar' pelo Brasil. Originário da Itália, o conceito de expresso bar se refere a um ambiente que serve bebidas à base de expresso, ideal para tirar dúvidas com os baristas, conversar sobre o café, como nuances, características, história, entre outros, tudo isso em uma atmosfera confortável."

Há também o café natural. Há pouco tempo no mercado, ele tem conquistado admiradores e aparece cada vez mais nas gôndolas de supermercado e nos cardápios de casas especializadas.

O café natural se difere pela forma de preparo na lavoura. "Há os cafés naturais, que são aqueles cujos frutos inteiros secaram naturalmente ao sol, num terreiro; têm corpo e doçura e são muito importantes para a formação de um bom *blend* de expresso. Pode-se compará-los ao vinho tinto. Há os cafés descascados, também conhecidos como *semi-washed*, que são aqueles cuja cereja teve a casca removida, mas a polpa foi mantida. Eles têm também corpo e doçura bastante parecida com o natural. E por fim tem os cafés despolpados, também conhecidos como *fully washed* ou lavado, que são aqueles cuja cereja teve sua casca e polpa removida. A polpa é removida por meio de fermentação nos tanques com água. Isso confere ao café uma acidez prazerosa, lhe dá menos corpo. Pode-se compará-lo com o vinho branco," explica a nutricionista da ABIC.

Das novidades no mercado, Gilberto Nogueira, do Grupo 3Corações, destaca o café em cápsula. São porções pequenas, para apenas uma xícara,



disponíveis nas principais redes de supermercado. "Os cafés em cápsula são um produto com um toque de requinte e exclusividade para os mais diferentes tipos de paladares, que o consumidor compra e leva para casa o que é de melhor que se pode ter em uma xícara", aponta.

Mas nem toda novidade pega. Segundo Suplicy, o café gelado, por exemplo, não vingou no País. "Nas praias da Grécia, no verão, a bebida 'in' é o *Shakeratto*. Trata-se de costume que existe na Europa, Japão e EUA. No Brasil, infelizmente, não só não há o costume como existe preconceito", argumenta.

Os amantes do café quente devem, no entanto, tomar cuidado com a fervura da água, senão perdem o sabor. “A língua não sente nada acima de 70°C, pois ocorre a perda da sensibilidade do sabor. Portanto, café muito quente não pode ser apreciado. O sabor é uma consequência direta da água mineral e do grão utilizado no preparo. A água com gás é indicada para limpar o paladar antes de se saborear um expresso, devido ao gosto de alguma outra bebida ou alimento consumido anteriormente”, explana Suplicy.

E atenção, nada de adoçar o café antes de colocá-lo na térmica, a não ser que ele seja consumido imediatamente. “Estudos comprovam que o tempo máximo que o café pode ficar em uma térmica sem amargar é de 15 minutos”, aponta Suplicy. A ordem é aproveitar sem demora. &

Cuidados NA COMPRA

Conseguir um bom café não é tarefa difícil. Mas alguns cuidados são importantes na hora de comprar e preparar o produto. Mônica Pinto, da ABIC, traz algumas dicas:

1 Verificar se o café está em gôndola própria, longe de produtos de higiene e limpeza. O café atrai para si esses outros aromas.

2 Ver se a marca possui alguma certificação, como selos de pureza.

3 Ler com atenção as informações que constam na embalagem: tem marcas que informam origem do grão, tipo de torra e grau de moagem. Muitas também trazem dicas de preparo da bebida.

4 Se sua família for grande, compre embalagens de 500 gramas. Mas se for

pequena, opte pelas de 250 gramas, assim você conservará por mais tempo as características de aroma e sabor.

5 Finalmente, a mais importante dica: escolher um bom café depende unicamente do gosto do consumidor. Por isso, adquira marcas diferentes, em embalagens pequenas. Em casa, prepare-as e experimente: coloque o café na xícara e, primeiro, sinta o aroma, aproximando o nariz da borda. Em seguida, prove, mantendo a bebida por um momento na boca. Depois compare. Nada como a experimentação para descobrir um bom café, ou o melhor café para você. Se possível, prove sem adoçar, pois o açúcar mascara o sabor original da bebida.

NATURAL

SÃO AQUELES CUJOS FRUTOS INTEIROS SECARAM NATURALMENTE AO SOL, TÊM CORPO E DOÇURA E SÃO MUITO IMPORTANTES PARA A FORMAÇÃO DE UM BOM BLEND DE EXPRESSO

DESCASCADOS

TAMBÉM CONHECIDOS COM SEMI-WASHED, SÃO AQUELES CUJA CEREJA TEVE A CASCA REMOVIDA, MAS A POLPA MANTIDA. ELES TÊM TAMBÉM CORPO E DOÇURA BASTANTE PARECIDA COM O NATURAL

DESPOLPADOS

TAMBÉM CONHECIDOS COMO FULLY WASHED OU LAVADO, SÃO AQUELES CUJA CEREJA TEVE SUA CASCA E POLPA REMOVIDA POR MEIO DE FERMENTAÇÃO NOS TANQUES, CONFERINDO AO CAFÉ UMA ACIDEZ PRAZEROSA





NEGÓCIOS

TEXTO JULIANO LENCIONI

ILUSTRAÇÃO JULIANA AZEVEDO

Túmulos NADA,





aqui o SAMBA RENDE

Tradicionalmente taxada de túmulo do samba, a capital paulista renovou seu carnaval, trouxe mais luxo para o Anhembi e movimentou cerca de R\$ 50 milhões durante a festa

Bixiga homenageou as mulheres e seu enredo trouxe a Bombril para dentro do samba. "Com patrocínio próprio, essas escolas conseguiram muito mais. Chegaram a investir cerca de R\$ 4 milhões em seus enredos."

A mudança no valor dos contratos não se deve apenas ao crescimento do ibope em torno da festa. O amadurecimento da organização do evento também contribuiu para o gio. Depois de cinco anos de briga, as escolas da capital fizeram as pazes no ano passado e voltaram a se unir em uma única instituição, a Liga Independente das

De acordo com o presidente da Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo, Paulo Sergio Ferreira, a audiência gerada pela transmissão do evento em rádios e televisões, bem como a cobertura dada pela mdia em geral, atraiu novos patrocinadores. "A Liga fez um grande trabalho e revisou as cotas de transmissão, trouxe novos parceiros, renegociou com a empresa que vende nossos ingressos e conseguiu dobrar o dinheiro investido na festa. Cada escola gastou, no mínimo, R\$ 2 milhões."

A cifra dobra mais uma vez no caso das escolas mais tradicionais que conseguem aliar grandes marcas ao seu enredo. A Vai-Vai, por exemplo, pode escolher o patrocinador. Escola com maior número de títulos na história do carnaval paulistano, a agremiação do

Muito distante do título de "túmulo do samba" São Paulo apresenta números expressivos em relação ao carnaval e cresce enquanto destino turístico nesta época do ano. Em fevereiro passado não foi diferente. A festa movimentou mais de R\$ 50 milhões, somente em gastos relacionados ao turismo. Isso sem falar nos cerca de R\$ 40 milhões investidos pelas escolas na produção de seus enredos.

A verba gasta pelas agremiações dobrou do ano passado para este ano. A visibilidade da festa no cenário nacional tem muito a ver com isso.

Escolas de Samba. Até então as agremiações se dividiam em Liga e Superliga, sendo que esta última reunia as escolas ligadas a torcidas organizadas e também agremiações dissidentes como Vai-Vai e Pérola Negra.

Com todas as agremiações negociando juntas as cotas de patrocínio, a comunidade carnavalesca ganhou força e pôde aperfeiçoar o evento. Trocou até a emissora que tradicionalmente transmitia o desfile das campeãs. Depois de anos, a Band saiu da jogada dando espaço ao SBT. Com o evento transmitido pela terceira emissora em audiência do País, e não mais pela quinta, a Liga pode cobrar mais das marcas envolvidas no evento.

A Rede Globo, que transmitiu o desfile do Grupo Especial, não revelou valores, mas também reforçou seu contrato.

Outro fator responsável pelo giro financeiro é a data da festa. De acordo com o diretor da São Paulo Turismo, Luiz Salles, há vantagem porque o carnaval em São Paulo começa mais cedo do que em outras capitais. “Aqui o desfile do Grupo Especial é na sexta-feira. Então, muita gente chega dois ou três dias antes do feriado, que é na terça, o que aumenta o giro nos hotéis, restaurantes e bares.”

Além disso, Salles atribuiu à cidade um atrativo especial para os foliões. “Quem vem para cá não depende apenas do carnaval para curtir o feriado. A maioria do nosso turista vem do interior do Estado e quando a festa acaba ainda fica mais três ou quatro dias aproveitando a cidade, vai ao teatro, ao Masp, visita o Ibirapuera, ou simplesmente aproveita a variedade gastronômica.”

Com todas as agremiações negociando juntas as cotas de patrocínio, a comunidade carnavalesca ganhou força e pôde aperfeiçoar o evento. Trocou até a emissora que tradicionalmente transmitia o desfile das campeãs



Nos bastidores, porém, a realidade é outra. O sucesso das cifras não se vê nos barracões das escolas. São Paulo ainda tem condições precárias no que diz respeito a produção do carnaval.

Muitas agremiações preparam seus desfiles sob viadutos, em locais inadequados e arriscados. Os fatos comprovam o risco. Nos anos de 2010 e 2011, a Pérola Negra perdeu carros e fantasias ao ter seu barracão invadido por enchentes.

Localizado sob o Viaduto Moffarej, na zona oeste da capital, o barracão só não sofreu perdas este ano porque a escola não estocou nada lá dentro. Finalizava os carros e logo os enviava para o Anhembi.

Mesmo assim os problemas vieram, desta vez para a Mocidade Alegre.

O barracão da escola pegou fogo há pouco menos de um mês da festa. Localizado sob o Viaduto da Pompeia, na zona oeste da cidade, o local ficou totalmente destruído, um carro teve que ser refeito e diversas fantasias foram perdidas.

“Quero saber até quando vamos ter que enfrentar esse descaso?”, questionou a presidente da escola, Solange Bichara. A resposta é incerta. No carnaval de 2011 a Prefeitura anunciou que em agosto do mesmo ano começaria a construção da Fábrica de Sonhos, local que deve abrigar os barracões das 14 escolas do Grupo Especial, mais uma área de formação e um prédio administrativo.

A data não foi cumprida e a obra não saiu do papel. Em fevereiro deste ano, o prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab,

ampliou a verba destinada à construção da Fábrica e reservou R\$ 62 milhões do orçamento municipal para 2012, para o início das obras, que, segundo ele, dependem apenas de uma licença ambiental. Assim que a licença sair, a Prefeitura promete concluir a obra em 15 meses, ou seja, as escolas só poderão produzir um carnaval em condições adequadas a partir de 2013.

De acordo com a Liga, a construção da Fábrica de Sonhos vai permitir um novo impulso para a festa. O local ocupará 77 mil metros quadrados de área na Barra Funda, na avenida Doutor Abraão Ribeiro, esquina com Marginal Tietê, na zona oeste. Para os gigantes-carros alegóricos chegarem ao lo-

cal do desfile precisarão apenas cruzar o rio pela Ponte da Casa Verde.

A Liga argumenta que o espaço é necessário, principalmente em virtude do tamanho dos carros alegóricos produzidos em São Paulo. “O carnaval paulistano produz a cada desfile alegorias maiores. Em comparação ao desfile carioca, por exemplo, essas alegorias têm o dobro do tamanho, com 16 metros de altura e 25 metros de comprimento, acoplados chegam a 70 metros, dimensões máximas que a passarela do samba paulistano pode receber. No Rio de Janeiro, a altura máxima dos carros é de 12 metros”, explica Ferreira, presidente da Liga.

Segundo ele, a Fábrica aumentará também a receita das agremiações. “A Fábrica de Sonhos é uma forma de as escolas terem uma renda extra e fazerem um trabalho mais estruturado. Os turistas poderão conhecer o trabalho das agremiações o ano inteiro e nós poderemos fazer shows em um local adequado.”

A Liga pretende explorar o novo espaço em eventos durante o ano. “A Fábrica terá também a arena Casa de Bambas, para shows; a recepção que abrigará diversos serviços, entre eles o tão sonhado ‘Memorial do Samba Paulistano’; estacionamento e ponto para reciclagem e reaproveitamento de materiais. Além de um Barracão Escola para formação de profissionais das artes cênicas”, enumera Ferreira. Cada um dos 14 barracões terá 6.608 metros quadrados, comportando confecção de adereços, fantasias e carros alegóricos. O custo total da obra está orçado em R\$ 124 milhões.

Às escolas resta esperar. Agora deixando as cifras e projetos de lado e falando de música, é hora de esquecer o título de “túmulos do samba” dado à capital. Se ainda resta alguma dúvida sobre a injustiça, vale a pena o leitor ouvir Adoniram Barbosa e Paulo Vanzolini. &





APÓS ENCANTAR gerações como uma das mais marcantes personagens do premiado programa “Castelo Rá-Tim-Bum”, Rosi Campos volta a encarnar a famosa bruxa Morgana.

Na montagem de Christiane Tricerri, a feiticeira luta contra uma bruxa má, protegendo a família real portuguesa e um livro mágico e perigoso, em um enredo que mistura humor, aventura e história. Figuras emblemáticas da política nacional, como Dom João VI, Carlota Joaquina e Dom Pedro I, conferem toques de realismo à montagem e fazem com que as crianças viajem por meio de acontecimentos marcantes da história do País. Com efeitos especiais, a peça dá vida a uma das passagens mais importantes da história do Brasil.

Onde: Teatro Raul Cortez
Rua Dr. Plínio Barreto, 285,
sede da FecomercioSP
Bela Vista

Quando: até 27/05.
Sábados e domingos, às 16h

Quanto: R\$ 40

Mais informações: (11) 3254-1700



A SAGA DA BRUXA MORGANA e a Família Real

A CONSTRUÇÃO

A PEÇA é uma adaptação inédita da última e inacabada obra de um dos mais aclamados escritores de todos os tempos, Franz Kafka, que faleceu aos 41 anos, vítima de tuberculose. Fazendo jus ao estilo pessimista que o consagrou, Kafka cria mais um personagem imerso no pesadelo de uma vida impessoal e burocrática. A montagem, que traz Caco Ciocler no papel principal, entrelaça a vida do autor, doente, introspectivo e atormentado pela proximidade

da morte, com o conto, que narra a história de uma criatura, uma espécie de toupeira, vivendo embaixo da terra e cavando uma construção para se proteger – uma clara metáfora do bloqueio que o escritor tcheco tinha com o exterior.

Ao recriar o universo fictício e as patologias sociais de Kafka, o diretor Roberto Alvim consegue mergulhar profundamente na dificuldade de relacionamento entre os seres humanos e na tendência ao isolamento.

Onde: Sesc Pompeia
Rua Clélia, 93 – Pompeia

Quando: Até 25/03.
Sextas, sábados às 21h.

Quanto: R\$24

Mais informações: (11) 3871-7700



PARAÍSO

AO INVÉS de desvendar a eterna interrogação sobre a possibilidade de vida após a morte, a peça se debruça sobre a concretude do período que vem logo antes: a velhice, plena em suas memórias, angústias, medos, abismos e maneiras de aproveitar o tempo restante.

O espetáculo, com texto de Dib Carneiro Neto e direção de Antonio Abujamra, traz um recorte trágico sobre a finitude da vida, com personagens que, conscientes de seus desejos e da gradativa perda de suas capacidades vitais, fazem uma reflexão sobre o amor, naquilo que o sentimento possui de mais puro

e doce, em sua dimensão tensa e perigosa e em seu poder de transformação do inferno em paraíso e vice-versa.

Onde: Sesc Belezinho
Rua Padre Adelino, 1000
Belezinho

Quando: de 08/03 a 08/04
Quinta a sábado, às 21h30
Domingo, às 18h30
Não haverá espetáculo
dia 06/04

Quanto: R\$ 24

Mais informações:
(11) 2076-9700



PALÁCIO DO FIM

ESCRITA POR Judith Thompson, um dos maiores nomes da dramaturgia canadense, e dirigida por José Wilker, a peça narra os conflitos no Iraque a partir de três histórias de vida conectadas pela barbárie.

O primeiro monólogo traz Lynddie England, oficial do exército dos EUA acusada de abusar de prisioneiros. Grávida e exposta pela mídia, ela reflete sobre as brutais técnicas de tortura que desenvolveu.

Dr. David Kelly, inspetor de armas que revelou a inexistência de armas de destruição em massa

no Iraque, é o personagem da segunda história. Humilhado pelo governo britânico, ele se prepara para a morte em um bucólico bosque inglês. Os horrores da polícia secreta iraquiana são narrados, na última parte, pelo fantasma de Nehrjas Al Saffarh, ativista iraquiana do Partido Comunista, morta em um bombardeio.

“Palácio do Fim” era o nome da sede da câmara de tortura de Saddam Hussein e mostra que a irracionalidade sempre traça o caminho para a dor.

Onde: Sesc Consolação
Rua Dr. Vila Nova, 245 – Vila Buarque

Quando: até 11/03
Sextas e sábados, às 21h
Domingos, às 18h.

Quanto: R\$ 32

Mais informações: (11) 3234-3000

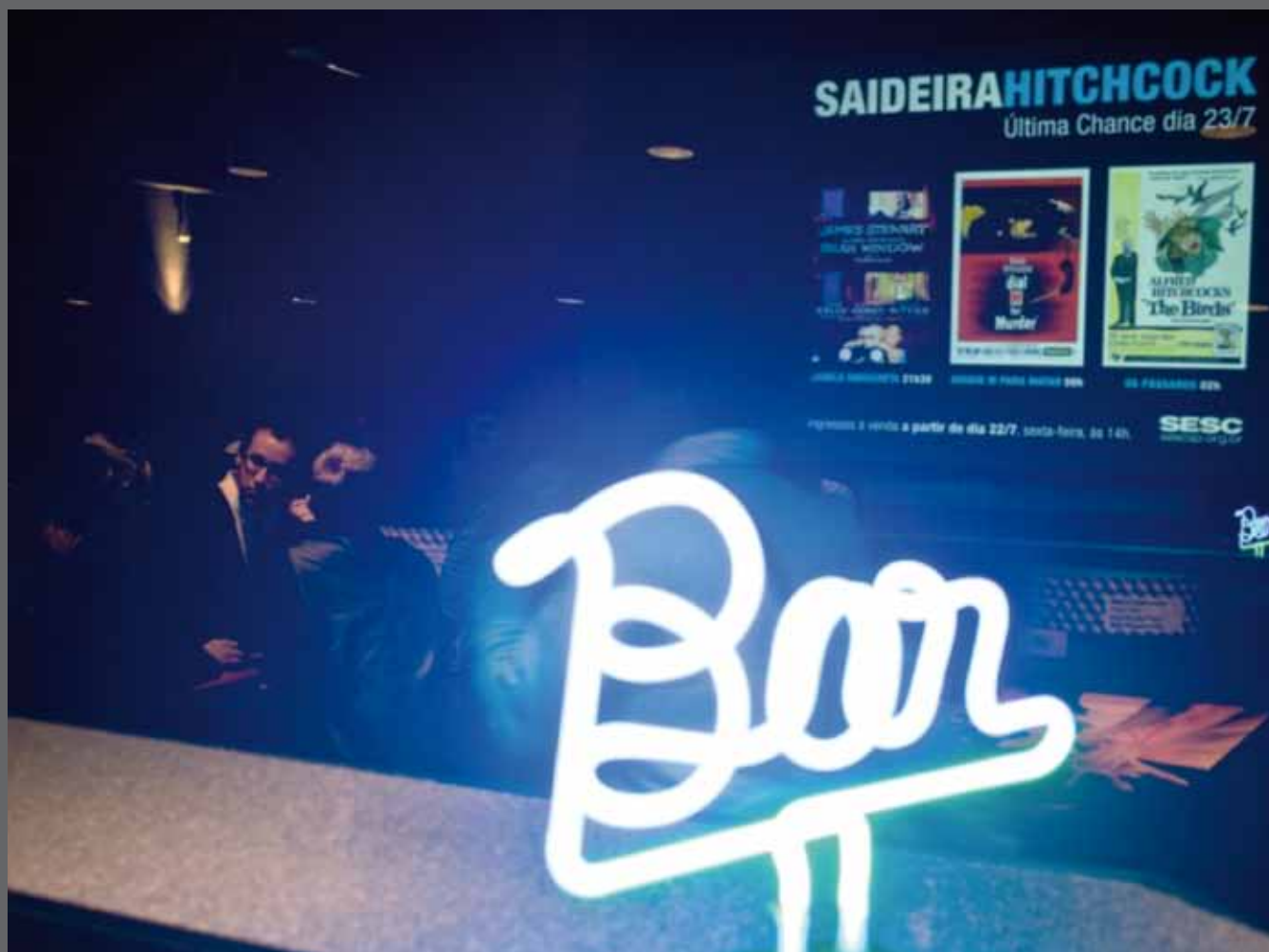


ROTEIRO SP

TEXTO MARINA GARCIA E EMERSON COELHO

Circuito de CINEMAS

Do *cult* à categoria de luxo, do tradicional ao tecnológico, a C&S mostra os cinemas que se destacam na cidade de São Paulo.



CINESESC

Rua Augusta, 2075
Cerqueira César

Informações: (11) 3087-0500
www.sescsp.org.br/sesc

Preço: Segundas, terças e quintas, R\$ 10;
quartas, R\$ 8;

sextas, sábados, domingos e feriados, R\$ 12

Bilheteria: 14h às 21h30, todos os dias

Localizado na badalada Rua Augusta, o CineSesc é um dos mais populares destinos para quem busca uma programação que fuja do convencional — o espaço preza filmes clássicos ou fora do circuito das grandes redes.

Com capacidade para 320 pessoas, assentos especiais para obesos e acessibilidade interna e externa para cadeirantes, o cinema possui uma das maiores telas de São Paulo, com 15 x 6m, e tem como grande diferencial o bar de vidro, dentro da sala de cinema.



ESPAÇO UNIBANCO DE CINEMA POMPEIA

Shopping Bourbon Pompeia
Rua Turiassú, 2100 – Piso Perdizes

Informações: (11) 3673-3949
www.itaucinemas.com.br

Preços: 2D – 2ª, 3ª e 5ª, R\$ 20. 4ª, R\$ 16
6ª a domingo e feriados, R\$ 24

3D – 2ª a 5ª, R\$ 26

6ª a domingo e feriados, R\$ 28;

IMAX – 2ª a 4ª, 6ª a domingo e feriados, R\$ 37
5ª, R\$ 25

Em 2008, dez novas salas com formato *stadium*, som Dolby digital e poltronas modernas foram inauguradas no Shopping Bourbon, somando 1661 assentos, 35 para portadores de necessidades especiais. Com uma tela gigante – a altura é equivalente a de um prédio de seis andares – e projetores capazes de reproduzir imagens em 3D, a primeira sala IMAX do Brasil é o grande destaque do cinema.

O cinema, um miniplex com quatro salas, totalizando 600 lugares, exhibe somente filmes de valor artístico e independente, sem laços com grandes estúdios, e se sobressai pela acessibilidade – localiza-se no marco zero da Avenida Paulista, no Prédio da Fundação Cásper Líbero. Além das salas, o Reserva Cultural possui um café *boulangerie*, especializado em culinária francesa, um restaurante, uma livraria e um *lobby* interativo.

Avenida Paulista, 900, Térreo Baixo
Cerqueira César

Informações: (11) 3287-3529
www.reservacultural.com.br

Preços: segunda a quinta – Matiné – R\$19
quarta – R\$17
sexta a domingo e feriados – R\$24
Bilheteria: a partir das 12h30



RESERVA CULTURAL

CINE PLAYARTE MARABÁ

Av. Ipiranga, 757 – República

Informações: (11) 5053-6881
www.playartepictures.com.br/
sao-paulo/playarte-maraba/

Preços: 2D – 2ª a 5ª, R\$ 11. 6ª a do-
mingo e feriados, R\$ 15; 3D – 2ª a 5ª,
R\$ 16. 6ª a domingo e feriados, R\$ 19.

Inaugurado em 1944, como uma das mais sofisticadas salas da antiga Cinelândia Paulistana, o Cine Marabá fechava suas portas, 65 anos depois, para uma grande reforma. Em 2009, cinco modernas salas, três no formato *stadium* e duas convencionais, passaram a fazer parte do novo cinema, com capacidade para 1022 pessoas. Ao mesmo tempo, contribuindo para a conservação desse marco na história de São Paulo, detalhes como a fachada, o piso de parkê e as cores das pilastras foram mantidos.





A BOURGOGNE da América do Sul

Costumo dizer que o Uruguai é a Borgogne da América do Sul, pois os vinhos de lá fogem totalmente ao perfil daqueles encontrados nas Américas.

No Uruguai, você sai de um produtor onde provou vinhos deliciosos, atravessa a rua e entra em outro que produz bebidas igualmente deliciosas, mas totalmente diferentes. Isso é raro. Eles têm personalidade. Quase todos os produtores são descendentes de italianos ou de bascos franceses ou ainda a mistura desses e adoram abrir as portas de suas casas e de suas cozinhas e fazer um novo amigo.

No cartão de um deles há a seguinte frase: “El vino se elabora a partir de uma fruta madura con aromas y sabores únicos, esta debe continuar viva en el. El vino es el fruto del amor entre el hombre y la viña”...

O Uruguai erradicou as videiras de uvas americanas e só existe hoje vitis-vinifera, até para os vinhos de mesa, os mais simples, a casta é vitis e encontram-se vinhos de R\$ 3,50 em supermercados, e bons. Fico me perguntando por que não é assim no Brasil.

A diversidade em qualidade que o Uruguai oferece é bastante rara no mundo do vinho, apresentando excelentes exemplares em cada uma das categorias, não é um país só de tannat como muitos pensam.

Acredite, há vinhos uruguaios sendo vendidos em mais de cem restaurantes do guia Michelin (caso do Pisano), que o sommelier do Meridien de Dubai tem em sua carta de vinhos para seus clientes que já experimentaram de tudo e querem ser surpreendidos com um vinho de qualidade e desconhecido.

O vinho uruguaio tem caráter, coisa rara no novo mundo. Seu terroir permite um vinho com estrutura sem ser pesado e quase sempre com toques minerais. Seus vinhateiros são teimosos e convictos do estilo que escolheram. Experimentei brancos lá que me remeteram aos vinhos austríacos pela sua complexidade e mineralidade. &

Algumas indicações:

Pisano RPF Petit Verdot | Reserva Pessoal da Família Petit Verdot 100%, inacreditável, elegante, com muita tipicidade (www.mistral.com.br) grande surpresa, vinho fino.

Viña Progreso Gran Reserva Old Vin Tannat | produzido pelo sobrinho de Pisano em sua Bodega experimental (www.vincivinhos.com.br) de vinhedos antigos e aos moldes tradicionais. Um dos melhores uruguaios.

Pizorno Dom Prospero Pizorno | Um Sauvignon Blanc com muita tipicidade, frescor e mineral. Vinho que deveria estar em todas as cartas (www.grandcru.com.br).

Castillo Viejo | El Preciado Branco 2004 - Com 72% de Viognier, 26% de Chardonnay e 2% de Sauvignon Blanc, este branco de Edgardo Echeverry Rosello é inacreditável! Lembra um grüner veltliner, com aquela complexidade que mistura pera com casca de camarão gelada e abacaxi glaceado no mesmo aroma e depois na boca é seco, untuoso e mineral. Imperdível (www.worldwine.com.br).

Didú Russo é fundador da Confraria dos Sommeliers, autor do livro “Nem Leigo, Nem Expert”, editor do site www.didu.com.br e do blogdodidu.zip.net, além de diretor e apresentador do programa TV CELEBREI.



se elabora a partir de uma fruta madura con aromas y sabores únicos, esta debe continuar viva en el.

EL VINO ES EL FRUTO DEL AMOR





eficiência LOGÍSTICA

A falta de mão de obra especializada garante ao tecnólogo em logística bom salário e a relevância de quem organiza um dos setores chave da indústria e do comércio: o escoamento da produção

Em tempos de crescimento econômico, o Brasil vive o apagão de infraestrutura, o que afeta a logística de empresas que dependem deste importante setor para escoar a sua produção. No caso do *e-commerce*, este é um dos gargalos do negócio. Um dos motivos do apagão logístico vivido pela maioria dos varejistas do comércio eletrônico é a escassez de mão de obra especializada. Por isso, o curso de Tecnologia em Logística, oferecido pelo Centro Universitário Senac, é uma das grandes oportunidades de iniciar uma carreira promissora.

O curso de graduação é voltado à formação de profissionais para atender as atividades de transporte, armaze-

namento e distribuição nas áreas de indústria, serviço e comércio. Demandas definidas a partir da análise do processo de trabalho destes segmentos. O aluno poderá se certificar como Analista de Logística ao final do primeiro ano. Ao concluir o curso, estará certificado como Tecnólogo em Logística podendo ocupar cargos de nível gerencial.

A missão do profissional de logística é fazer com que os produtos das empresas cheguem aos seus consumidores. Neste processo, o tecnólogo deve se esforçar para que a função logística seja desempenhada na relação custo x benefício, visando sempre o melhor nível de serviço ao cliente. “As empresas do setor têm dificuldades para contratar profissionais, pois ainda existe a visão errada de que logística se resume a apenas transporte, quando, a área é multidisciplinar”, ressalta Francisco Figueiredo, coordenador do curso de pós-graduação em logística, do Centro Universitário Senac.

“O mercado está aquecido. As empresas têm carência de profissionais multidisciplinares com habilidades e competências para atuar nas diversas áreas de logística. Por ser uma fonte de vantagem competitiva para as empresas, a logística ganhou um papel de destaque nas organizações”, aponta Figueiredo.

A faixa salarial para um profissional de logística, segundo o Senac, varia de R\$ 2.000 a R\$ 4.500, aproximadamente, para um tecnólogo em começo de carreira. É claro que o valor pode aumentar de acordo com a experiência do profissional. Em cargos de gerência, os salários podem chegar a R\$ 9.000,00 ou mais, dependendo da empresa e de seu porte. No Centro Universitário Senac, o valor da mensalidade para alunos ingressantes em 2012 é de R\$ 507. &

Informações:

Pela internet: www.sp.senac.br

Pelo telefone: (11) 5682-7300





CRÔNICA

POR JANDER RAMON · JORNALISTA
ILUSTRAÇÃO JULIANA AZEVEDO



NATAL o ano todo

A placa instalada à beira da estrada era um tremendo chamariz: “Preços menores que em *outlet*. Falamos português”. O tabuleiro, parte escrito em inglês, parte em língua portuguesa, ostentava uma bandeira do Brasil quase isolada no espaço, com desenho sem muita precisão nas geometrias interna e externa, estrelas apagadas e nenhuma menção ao “Ordem e Progresso”. Mas havia clara preocupação em mostrar simpatia e acolhimento no instrumento de divulgação. “Aqui você está em casa”, dizia, no idioma estrangeiro para os locais, ou local para os estrangeiros.

No shopping center a céu aberto, abrigado em espaço equivalente a três ou quatro quarteirões, se considerados também os estacionamentos gratuitos, pairava um certo ar doméstico. Não pelo frio de 5° C, mas por uma atmosfera contagiante, a desafiar quem

descobriria a melhor oferta, o produto mais nobre com o maior desconto, o tal do custo x benefício. A fala alta, os risos debochados e o “olha isso!”, “você viu?”, eram mais do que senhas para a gincana de compras, indicando que a única variação do idioma ocorria entre os sotaques paulista, mineiro, carioca, gaúcho ou pernambucano. Oito de cada dez compradores eram brasileiros.

Sob o teto das lojas, uma multidão se mostrava ávida por selecionar, pela ordem hierárquica estabelecida pelo preço, um montante infindável de peças. No geral, não havia muito com o que se preocupar quanto à qualidade, pois esta estava garantida. Não importava se eram bolsas, sapatos, calças, perfumes, cintos, tênis, um simples lenço ou esmalte.

Patrícios costumam se irmanar no estrangeiro. Na loja de relógios, sob o imi-

nente risco de um compatriota ter o bolso lesado por um comerciante mais ganancioso, um atento parceiro, praticamente um “fiscal do Sarney” contemporâneo, alerta em sussurro que, seguindo até o final do corredor, dobrando à esquerda, na quarta loja, um concorrente oferece o mesmo produto, já aparentemente barato, por cerca de 30% a menos. Guerra é guerra! O recém-aliado agradece: “Te devo uma. Muito obrigado”.

Na loja de jeans, onde se aplicam descontos sobre descontos, duas compradoras se entreolham. A restrita plateia a separá-las não é suficiente para ofuscar o brilho nos olhos de uma delas, detendo três troféus, o que chama a atenção da outra. “Primeira vez em Orlando?”, indaga a da frente. “Sim. Menina, como tudo é barato!”, responde a de trás. “É realmente muito barato. Podia ser assim no Brasil, né?”, inquieta-se. “O problema é o imposto”, justifica a outra. “Não sei se são só os impostos. Aqui o tributo é cobrado à parte, mas realmente não consigo entender por que a diferença é tão grande. Não é só câmbio e nem só imposto”, filosofa a primeira, em ar professoral. “Nem paguei a primeira das dez parcelas da viagem, mas não consigo parar de comprar”, confia a segunda, sob o consentimento do respeitável público. Quem não for perdulário que atire a primeira pedra.

“Está fazendo boas compras?”, puxa conversa a simpática gerente de sorriso artificial. “Boas compras, mas tudo está muito cheio. Parece Natal”, responde o guardador de lugar. “Mas é Natal”, afirma a gerente, com cara de paisagem. “Natal em janeiro?”, inquieta-se o sujeito. “Sim. Aqui é Natal o ano todo. Está sempre assim, não importa quando”, vangloria-se. “E a crise?”, rebate. “Que crise?”. Xequemate. &

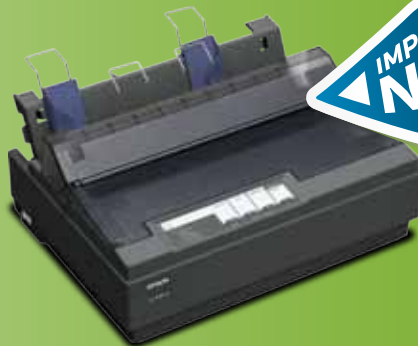


IMPRESSORAS MATRICIAIS EPSON.

O MÁXIMO DE ECONOMIA, DURABILIDADE E CONFIABILIDADE PARA O SEU NEGÓCIO.

IMPRESSORAS MATRICIAIS EPSON. FUNCIONAIS COMO VOCÊ PRECISA:

- Custo por página **20%** mais baixo do que uma laser.⁽¹⁾
- Baixo custo de manutenção e baixo consumo de energia.



Mod. **LX-300+II EDG**



Mod. **FX -890 EDG**



Mod. **FX -2190**



UTILIZE APENAS FITAS ORIGINAIS EPSON

- Maior durabilidade da fita.
- Maior rendimento da sua impressora.
- Melhor qualidade de impressão.

A partir de **R\$ 6,99**

www.epson.com.br

1) Baseado em estudos realizados pelo IPEI no Brasil, março de 2010.

EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION