

comércio & serviços

ano 25 • maio/junho 2017

#50

TURISMO PARA TODOS

CEO da CVC, Luiz Eduardo Falco conta como a operadora faz as viagens caberem no bolso do brasileiro



REFORMA TRABALHISTA

Convenções coletivas com força de lei vão beneficiar funcionários e empresas

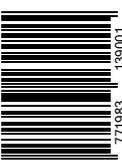


MERCADO DE BABÁS

Aquecido, segmento exige qualificação de quem deseja cuidar dos pequenos



R\$ 7,90



ISSN 1983-1390

9 771983 139001

6º PRÊMIO FECOMERCIO DE SUSTENTABILIDADE

O 6º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade já está com suas inscrições abertas. O prêmio tem como objetivo conscientizar e reconhecer iniciativas sustentáveis inovadoras para contribuir e melhorar o processo produtivo e poupar os recursos para as futuras gerações e criar novos modelos de negócios.

CATEGORIAS

Empresa, Entidade empresarial, Indústria, Órgão público, Academia e Jornalismo

REGULAMENTO, INSCRIÇÕES E MAIS INFORMAÇÕES

www.fecomercio.com.br/premio/sustentabilidade

REFORMA TRABALHISTA VAI FORTALECER O BRASIL

SUPERAR OS EFEITOS DA RECESSÃO QUE AFETOU a economia nacional requer ação imediata do Poder Público para solucionar os problemas estruturais do País. Se o que desejamos é reverter a queda de produtividade do Brasil e sua conseqüente perda de competitividade em relação ao mundo nas últimas décadas, é hora de cobrar de nossos governantes a consolidação de reformas no Estado. Em debate no Congresso Nacional, o Projeto de Lei nº 6.787/2016, que trata da reforma trabalhista, quer aperfeiçoar as relações de trabalho conferindo força de lei às negociações e aos acordos coletivos feitos entre os sindicatos das partes envolvidas. Assunto de destaque desta edição de **Comércio & Serviços**, a proposta prevê que o negociado passe a prevalecer sobre o legislado na definição da jornada laboral, na possibilidade de trabalho a distância, entre outros aspectos.

Em defesa de um ambiente de negócios com segurança jurídica e que garanta os direitos já assegurados pelos trabalhadores, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) entende que a negociação coletiva é peça-chave para corrigir os desajustes da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), legislação desatualizada e engessada para os dias atuais. Não por acaso, registramos mais de 3 milhões de processos trabalhistas em andamento. Aprovar a reforma trabalhista é contribuir para o Brasil voltar a crescer com justiça social.

Neste número, publicamos também entrevista com Luiz Eduardo Falco, que está à frente da CVC, maior rede de varejo do setor de turismo das Américas. O executivo fala sobre as adaptações que o consumidor brasileiro fez para manter as viagens no orçamento doméstico e dos investimentos da companhia em tecnologia para ampliar a oferta de serviços ao turista, e aponta que o Brasil ainda não enxerga o segmento como um gerador de riquezas, visto que o turismo nacional representa 3,7% do PIB, índice ainda distante da média internacional, de 6%.

O Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade é outro assunto abordado. Em sua sexta edição, a premiação vai reconhecer projetos que contribuam para um desenvolvimento ambiental equilibrado, socialmente justo, economicamente viável e, acima de tudo, alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

Em sintonia com nossa premissa editorial de estimular a troca de informação entre empreendedores da capital e do interior, apresentamos ainda negócios em diversas cidades do Estado de São Paulo.

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

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo

PRESIDENTE Abram Szajman

SUPERINTENDENTE
Antonio Carlos Borges

C&S

CONSELHO EDITORIAL
Ives Gandra Martins, José Goldemberg, José Pastore, Jorge Duarte, Pedro Guasti e Antonio Carlos Borges

EDITORA
TUTU

DIRETOR DE CONTEÚDO
André Rocha

GERENTE DE CONTEÚDO
Fernando Sacco

EDITOR E JORNALISTA RESPONSÁVEL
Lucas Mota MTB 46597/SP

REPÓRTERES
Filipe Lopes, Iracy Paulina, Rachel Cardoso e Raíza Dias

ESTAGIÁRIA Priscila Oliveira

DIRETORES DE ARTE
Clara Voegeli e Demian Russo

EDITORA DE ARTE Carolina Lusser

DESIGNERS Renata Lauletta, Laís Brevilheri, Paula Seco e Cíntia Funchal

ASSISTENTES DE ARTE
Tiago Araujo e Felipe Braz

REVISÃO Flávia Marques

COLABORAM NESTA EDIÇÃO
Ana Maria Ribeiro, Cristina Ribeiro de Carvalho, Flávio Mantovani, Guilherme Meirelles, Lúcia Helena Camargo e Patrícia Ribeiro

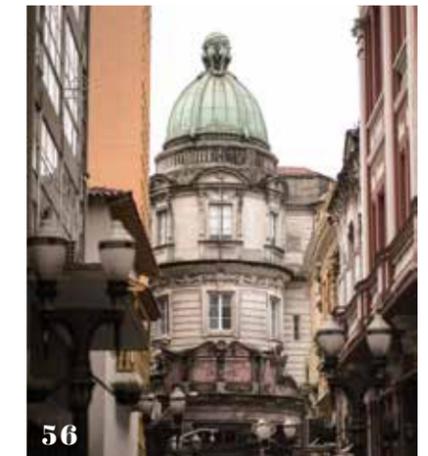
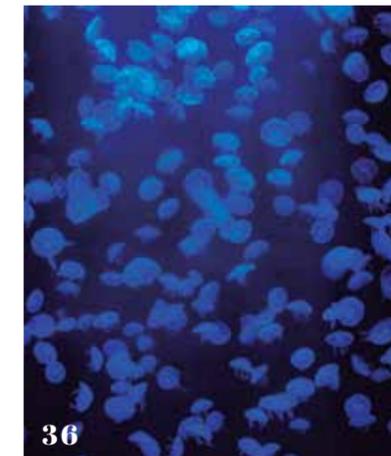
REDAÇÃO
Rua Santa Cruz, 722, 5º andar
Vila Mariana - CEP 04122-000
São Paulo/SP
Tel.: (11) 3170 1571
Fale com a gente
publicacoes@fecomercio.com.br

IMPRESSÃO Plural Indústria Gráfica

TIRAGEM 25 mil exemplares

Senac Sesc FECOMERCIO SP
Aqui tem a força do comércio

MAI/JUN 2017



Nesta edição

16 MERCADO

Em crescimento, segmento de babás exige qualificação

24 POLÍTICA

A importância da reforma trabalhista

32 NEGÓCIOS

Condomínios-clubes apostam em ofertas de serviços

36 SUSTENTABILIDADE

Prêmio Fecomercio chega à sexta edição

Matérias fixas

8 ENTREVISTA DE CAPA

Luiz Eduardo Falco, CEO da CVC, maior rede de varejo do setor

14 COMO SE FAZ...

Cobrança de inadimplentes

44 TURISMO

Guararema: harmonia entre natureza e história

52 CASE DE SUCESSO

Gotas de Leite: o segredo do doce com casquinha crocante e recheio cremoso

56 UMDIANO...

Museu do Café, em Santos (SP)

62 MEMÓRIA DO COMÉRCIO

Bacalhau, empadas e outras delícias na Casa Godinho

Artigo

66 THIAGO FREITAS

Sinais de recuperação no comércio paulista

GERA INVESTIMENTO E EMPREGO E MOVIMENTA A ECONOMIA

REGINA DE SIQUEIRA destaca o papel das parcerias público-privadas (PPPs). Especialistas como ela, bem como empresários e representantes do Poder Público e do Judiciário, apontam como aprimorá-la no especial produzido pela FecomercioSP. Veja em: www.fecomercio.com.br/ppp



NOVIDADES PARA BEBÊS E CRIANÇAS

Completando 25 anos, a tradicional FIT o/16 – Feira Internacional do Setor Infantojuvenil e Bebê reúne, junto com a Pueri Expo, mais de 150 marcas expositoras com as principais tendências em vestuário e calçados para o público de 0 a 16 anos, além de enxoval, acessórios, objetos de decoração, artigos de maternidade e carinhos de bebê. A programação também inclui palestras gratuitas com consultores e profissionais do setor.

ONDE | Expo Center Norte – Pavilhão Vermelho | Rua José Bernardo Pinto, 333 – Vila Guilherme | São Paulo-SP

QUANDO | De 26 a 29 de maio

PREÇO | De R\$ 84 a R\$ 350

INFORMAÇÕES | www.fito16.com.br | www.pueriexpo.com.br | (11) 3874-0030

DICA DE LEITURA

Desenvolvimento de lideranças



As ações e os programas cada vez mais comuns nas corporações para qualificar a atuação de seus líderes e colaboradores são abordados por Idalberto Chiavenato no livro *Coaching & Mentoring: construção de talentos* (editora Elsevier).

COACHING E MENTORING: CONSTRUÇÃO DE TALENTOS

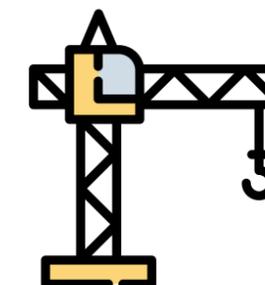


DINHEIRO DO FGTS

De acordo com uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV), a liberação das contas inativas do FGTS, iniciada em março, afetará pouco o varejo. A estimativa é que só 9,6% dos beneficiados gastem em compras ou lazer. A maioria (65%) pretende poupar ou pagar dívidas.

PREMIAÇÃO MILIONÁRIA

A Prefeitura de São Paulo mudou o programa que incentiva o cidadão a pedir Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFSe). Agora, quem o fizer concorrerá ao prêmio de R\$ 1 milhão em sorteios mensais. Em dezembro, esse valor dobra.



RENOVAÇÃO NO RELACIONA

Criado em 2011, o Programa Relaciona é uma plataforma digital que reúne soluções, serviços, benefícios e pareceres técnicos aos sindicatos filiados à FecomercioSP. Em maio, será lançada uma nova versão, com espaços exclusivos para entidades sindicais, contadores e empresários. Em cada um deles, o usuário encontrará ferramentas específicas para suas necessidades, em uma interface muito mais intuitiva que facilita a navegação. Confira: www.programarelaciona.com.br.



ENTREVISTA • com Luiz Eduardo Falco

Viajar é preciso

No comando da CVC desde 2013, Luiz Eduardo Falco combina agilidade para adaptar seus produtos ao tamanho do bolso de quem precisa conter gastos, com um arrojado plano de expansão para cidades de médio porte como forma de enfrentar a turbulência econômica do País e manter a performance diferenciada

texto GUILHERME MEIRELLES • fotos CHRISTIAN PARENTE

Luiz Eduardo Falco

Do oitavo andar de um edifício localizado em uma tranquila rua residencial de Santo André (SP), Luiz Eduardo Falco comanda desde 2013 a CVC, maior rede de varejo do setor de turismo das Américas. Com um currículo que inclui 20 anos de trabalho na TAM e a presidência da Oi, desde sua chegada à CVC expandiu as frentes de atuação, com a compra de três novas empresas, bem como ampliou sua rede. “Temos 1,1 mil unidades próprias e exclusivas em todos os Estados do País, além das aproximadamente 6,5 mil lojas multimarcas credenciadas e um canal de vendas online que tem apresentado crescimento constante”, destaca.



Como a CVC vem se mantendo em alta em um período de crise, quando é exatamente o momento em que o consumidor corta despesas, como viagens?

A crise é uma realidade, as pessoas têm menos dinheiro. Quem ia para o Caribe, vai para o Nordeste; e quem viajava para o Nordeste, busca o Rio de Janeiro. Quem comprava pacote de sete dias, agora compra de cinco. A CVC tem a agilidade de adaptar os produtos ao sonho de viagem de seus clientes, sempre com pagamento de forma parcelada. Ao mesmo tempo, promovemos uma expansão de lojas em cidades médias de todo o País e, assim, conseguimos obter uma performance diferenciada em tempos de crise. No ano passado, as reservas confirmadas da CVC somaram R\$ 8,755 bilhões, o que representa uma alta de 1,5% em

relação a 2015. Mas, se incluirmos a Submarino Viagens e a Rextur Advance, que foram adquiridas ao longo de 2015, o crescimento foi de 40%. O lucro líquido atingiu 10,3% no mesmo período, somando as duas novas empresas.

Qual era a situação antes de sua chegada?

A CVC tem 45 anos de vida e foi fundada por Guilherme Paulus, uma referência no mundo do turismo. Em 2010, ele vendeu 63,6% para o grupo americano de *private equity* Carlyle, mas continuou no conselho da empresa. Nos primeiros anos, a operação continuou positiva. Mas, por volta de 2013, o grupo começou a perder velocidade de crescimento e decidiram pela troca de CEO. Cheguei em março e fizemos o IPO [*oferta inicial de ações*] em dezembro e levantamos R\$ 621 milhões. Com isso, comecei a me concentrar em novas ferramentas de gestão e a pensar em alternativas de consolidação. Aos poucos, o Carlyle foi saindo da operação. Em 2016, voltamos ao mercado e fizemos um *follow-on* e, hoje, nosso capital é praticamente cem por cento pulverizado, com valor de mercado de R\$ 4 bilhões. Nosso principal acionista é o Paulus, presidente do conselho de administração, e temos maioria de conselheiros independentes.

Como foi o processo de consolidação?

Em 2015, adquirimos totalmente a Submarino Viagens e ampliamos a nossa participação em vendas online de 5% para 15%. No mesmo ano, compramos 51% da Rextur Advance, líder na consolidação de bilhetes aéreos e forte presença no segmento corporativo, com faturamento anual de R\$ 3 bilhões. No fim do ano passado, por R\$ 41 milhões adquirimos cem por cento da Experimento Intercâmbio Cultural, o que nos permitiu ingressar no mercado de viagens de intercâmbio. Todas geraram mais sinergia ao grupo e estão integradas à nossa expertise em operar com emissão de bilhetes aéreos, terrestres e marítimos, bem como com toda a rede hoteleira, tudo por meio de consultoria oferecida pela CVC.

COMO SER UM FRANQUEADO CVC?

Segundo a Associação Brasileira de Franchising, a CVC é a 12ª maior rede no Brasil. Para obter uma de suas franquias, é recomendável ter experiência anterior no setor e contar com R\$ 100 mil para o investimento inicial, voltado para locação, reforma e ambientação do espaço, com cerca de 50 metros quadrados. A estimativa de faturamento médio mensal é de R\$ 430 mil e o prazo de retorno gira entre 24 e 36 meses. A CVC não cobra royalties nem exige investimento mínimo de estoque. Descontadas as taxas de embarque, descontos e cortêsias, cada intermediação de venda possui taxa variável de remuneração, que varia entre 5% e 12%, conforme o produto vendido. O capital de giro médio é de R\$ 20 mil, e o número mínimo de funcionários é de três pessoas (gerente, supervisor e atendimento).

O que mais foi feito para aumentar a base de clientes?

Passamos a fornecer um leque maior de serviços. Antes, o cliente comprava um pacote de dez dias para Porto Seguro (BA), por exemplo, com direito apenas a passagem aérea e hotel, e os demais passeios ele fechava no destino. Hoje, ele pode negociar antecipadamente aluguel do carro, passeios a praias vizinhas, ingressos para shows e casas noturnas e até fazer reservas em restaurantes. Assim, ele evita gastos extras no cartão de crédito e parcela todo o pacote em dez vezes com a CVC. Investimos anualmente cerca de R\$ 50 milhões >>

NÚMEROS DO TURISMO NO BRASIL

De acordo com dados do Ministério do Turismo relativos a 2014 (mais recentes), o setor tem participação de 3,7% no Produto Interno Bruto (PIB) nacional, com geração de 3,1 milhões de empregos, o que torna o Brasil a nona economia turística do mundo. A Associação Brasileira das Agências de Viagem (Abav) congrega 3 mil associadas, entre agências, operadoras e consolidadoras, que, juntas, representam 80% do mercado. Segundo a entidade, o movimento da temporada 2016/2017 cresceu 5% em relação à anterior, e a expectativa é chegar ao fim do ano com alta de dois dígitos, em função do volume de feriados do calendário. São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Fortaleza, Brasília, Recife, Natal, Curitiba, Florianópolis, Belo Horizonte, Goiânia, Porto Alegre, Caldas Novas e João Pessoa estão entre as cidades nacionais mais visitadas.

em tecnologia e infraestrutura para fornecer todas as facilidades aos clientes.

Qual o perfil do turista que procura a CVC?

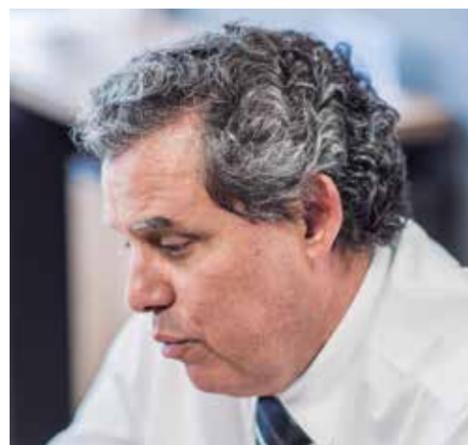
Em torno de 40% das pessoas que entram na loja não sabem para onde vão ou acabam comprando um pacote diferente do pensado. Nós assistimos o cliente 24 horas. Nosso papel é facilitar o passeio em todas as etapas. Se tiver problema no hotel, ele nos procura em nosso call center exclusivo, e imediatamente resolvemos o problema. Ao contrário do turista europeu, o brasileiro prefere viajar em grupo e ter a presença da operadora em todas as etapas. Esse comportamento é mais comum em cidades do interior. Normalmente, são pessoas amigas, que se conhecem de longa data. Fretamos um ônibus para levar o grupo até o aeroporto, promovemos encontro de confraternização. No exterior, temos guias que falam português e, ao fim da viagem, organizamos um novo encontro de confraternização e os levamos de volta para a sua cidade.

Como o público absorve as novas tecnologias, como as ferramentas online?

No turismo, há espaço para todos. Nossas vendas via web crescem 20% ao ano, mas a base de comparação é menor. No Brasil, no varejo tradicional, as vendas são 75% em lojas físicas e 25% virtuais, enquanto em alguns países a relação já é 50%-50%. No caso do turismo, muitas vezes o cliente não quer se aprofundar na tecnologia e se atrapalha com os filtros. Em uma loja, com cinco perguntas o funcionário pode oferecer três opções de navios, enquanto na internet, a pessoa teria dúvidas.

E ferramentas disruptivas, como Airbnb e Uber, por exemplo?

O brasileiro médio tem resistência em ficar na casa de um desconhecido, prefere se hospedar em um hotel. Mas tudo pode se integrar dentro da cadeia do turismo. Seria o caso



“

O brasileiro gosta de viajar com assistência. Nosso papel é facilitar o passeio em todas as etapas

da Uber, mas o tíquete médio é baixo. Não impede que no futuro eu venda em Nova York um tíquete para a Broadway com transporte feito pela Uber.

Hoje, como podemos medir a presença da CVC?

Todos os dias, cerca de 10 mil pessoas embarcam pela CVC, o que representa em torno de 50 aeronaves lotadas. São mais de 3,9 milhões de passageiros ao ano, sendo 65% em destinos internos e 35% no exterior. Oferecemos aproximadamente mil destinos, o que permite uma combinação superior a 5 mil pacotes distintos. Fomos pioneiros em lugares hoje consagrados, como Porto Seguro (BA), e pacotes para praias próximas, como Arraial D'Ajuda e Trancoso. Fomos os primeiros a fretar pacotes para Bonito (MS). Em breve, fretaremos pacotes para Jericoacoara (CE), que acaba de receber um aeroporto internacional.

Como analisa o turismo no Brasil?

O turismo nacional representa 3,7% do PIB, enquanto a média internacional é de 6%. O Brasil ainda não enxerga o setor como um gerador de riquezas. É o único país do mundo em que a taxa logística, como o querosene de avião, tem alíquota de 25% de ICMS. Hotéis também sofrem com a elevada cobrança de PIS e Cofins.

E tarifas low cost, como na Europa?

Não temos infraestrutura necessária em aeroportos secundários, com controle de tráfego aéreo eficiente, como nos Estados Unidos e na Europa. E precisaríamos de companhias aéreas com giro rápido.

Como costuma viajar a lazer?

Faço pouco disso, o trabalho me consone. Estive em Cuba no Carnaval com intenção de descansar, mas acabei visitando alguns resorts pensando em futuros pacotes.

COBRANÇA EFICAZ

Cobrar clientes devedores exige cuidados para evitar desconfortos e garantir eficácia na recuperação de débitos. Pedro Bispo, professor da Fundação Getulio Vargas (FGV), dá algumas dicas:

texto RAÍZA DIAS

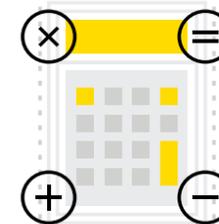


#3.

DÊ MAIS UMA CHANCE

Se o primeiro contato não for suficiente, tente novamente. Caso o cliente tenha como pagar, envie um novo comunicado. "Nessa segunda carta, a empresa precisa informar que aquele é o último aviso de cobrança que ele receberá, determinando um prazo para pagamento. É preciso sinalizar também que, uma vez a dívida não sendo paga, a companhia avançará em um processo legal", sugere o professor da FGV.

C&S



#4.

NEGOCIE

Para o consumidor que está sem condições de pagar, é essencial negociar. "É preciso propor uma negociação com vantagem para o cliente, que pode ser no prazo, com parcelamento da dívida, ou no valor." O desconto deve ser calculado em cima do lucro que a empresa teria com a venda. Caso ainda não seja o suficiente para o consumidor, é hora de reduzir perdas. "O ideal é continuar ganhando e receber o valor original acrescido de juros. Não deu, então recupere pelo menos o valor original. Se não deu novamente, tente recuperar os custos. Se ainda assim não for possível, receba qualquer coisa, é melhor do que nada", orienta Bispo.

#1.

AVALIE A CAPACIDADE DE PAGAMENTO

Antes de conceder o crédito, é preciso avaliar a capacidade de pagamento do consumidor a fim de se evitar a inadimplência. Ainda assim, é possível que o cliente tenha mudanças em sua vida financeira, levando-o a se endividar. Por isso, antes de fazer a cobrança, é preciso checar se ele tem condições de pagar o que deve (e não o fez por estratégia própria) ou se, de fato, tem limitações financeiras.



#2.

COMUNIQUE QUE HÁ UMA DÍVIDA

Após entender o perfil do devedor, envie um comunicado formal por correspondência informando que há uma dívida em aberto. É preciso sinalizar o valor pendente, considerando os juros do período. O documento é a garantia de que o cliente estará ciente do débito, caso ele tenha, por exemplo, esquecido do pagamento.



#5.

NEGATIVE E PROTESTE COM CAUTELA

Em último caso, a empresa pode incluir o nome do devedor nos órgãos de restrição ao crédito. Embora a lei permita a inclusão imediata a partir do vencimento, geralmente o varejo dá um prazo de 30 dias para negativar um cliente e 60 dias para protestar o título em cartório. Há também a possibilidade de entrar com uma ação judicial, estratégia que deve ser utilizada apenas para clientes com capacidade de pagamento, uma vez que esse tipo de processo é oneroso.



Mais do que meras babás

Com o desemprego, muitas pessoas trocam de área e buscam recolocação no setor acreditando ser mais fácil conseguir contratação. Entretanto, mesmo sem experiência, o mercado exige qualificação

texto LÚCIA HELENA CAMARGO



COM A TAXA DE DESEMPREGO na casa dos 13% e a crise econômica sem dar trégua, muitas pessoas estão buscando recolocação fora de sua área de atuação. Essa é uma das explicações, segundo quem atua no setor, para a crescente procura pela função de babá. Na Alô Babás, a maior agência de recrutamento desse tipo de profissional no Estado de São Paulo, a crise fez aumentar em 30% o cadastro de candidatas a uma vaga, de acordo com a proprietária e diretora da empresa, Renata Simonetti. Com aproximadamente 10 mil pretendentes ao emprego em seu banco de dados, a Alô Babás intermedeia em torno de 25 contratações por mês. “O número de interessadas só cresce. Recebemos até 20 currículos por dia”, afirma

Renata. Em dez anos de existência da agência, ela garante que esse fluxo jamais foi tão intenso como agora. “Começou a crescer de maneira significativa a partir de 2014”, observa.

Entretanto, de acordo com a proprietária, o fato de tanta gente desejar ser babá não significa que seja fácil concluir uma boa contratação. “Já nas primeiras triagens, descartamos dezenas. A babá precisa ser dedicada, atenciosa, pontual. E, claro, gostar de crianças. Parece óbvio, mas chegam muitas que claramente não têm esse perfil. Elas vêm a nós apenas por pensar que seria um emprego mais fácil. Não é. Mesmo para quem não possui experiência, qualificação é essencial”, explica.

“

A BABÁ PRECISA SER DEDICADA, ATENCIOSA, PONTUAL. E, CLARO, GOSTAR DE CRIANÇAS. PARECE ÓBVIO, MAS EM NOSSA AGÊNCIA CHEGAM MUITAS CANDIDATAS QUE CLARAMENTE NÃO TÊM ESSE PERFIL

Renata Simonetti,
proprietária da Alô Babás



Foto: Christian Parente

REMUNERAÇÃO

O mercado é implacável. O excesso de oferta faz o valor da remuneração para esse profissional regredir. Se antes da crise os salários giravam em torno de R\$ 1,8 mil, atualmente uma boa remuneração está na casa dos R\$ 1,5 mil, sendo que a mais comum é de R\$ 1,2 mil, para um trabalho de 44 horas semanais, geralmente de segunda a sábado. Os valores são estimativas da Alô Babás. Não há piso salarial específico para a categoria, que está incluída no Sindicato das Empregadas e Trabalhadores Domésticos.

Centenas de mulheres fazem todo mês o curso oferecido pela Alô Babás na tentativa de se qualificarem e conseguir um emprego. É o caso de Fátima Borges, de 40 anos. Sem curso superior, trabalhou dez anos como recepcionista em um salão de beleza. Hoje, está desempregada. “Talvez essa formação ajude. Tem muita gente disputando as mesmas vagas”, constata.

As exigências para entrar nessa profissão são muitas. Bom exemplo disso é o anúncio de uma grande agência de empregos que descrevia os requisitos para a babá que procurava: “Cuidar do bem-estar da criança e de seus desenvolvimentos físico, emocional e motor. Trocar fraldas e dar banho e remédios. Brincar, contar histórias. Se for o caso, colocar a criança para dormir. Conciliar educação e diversão. Experiência comprovada em carteira no cuidado de gêmeos recém-nascidos. E possuir curso em primeiros socorros”.

GRUPO DE ELITE

Se por um lado a grande procura fez encolher os salários em geral, há um nicho dentro desse segmento que continua valorizado: o das superbabás, classificadas como “classe A”. Quem integra esse time recebe salários de mais de R\$ 3 mil por mês. Fabiana Nascimento, 30 anos, é uma dessas. Ela cuida de Isabella, 3 anos; Gabriel, 4; e Felipe, 6, filhos da empresária Bia Greco. Com um contracheque de R\$ 3,5 mil e todos os direitos trabalhistas rigorosamente assegurados, Fabiana é peça importante da engrenagem que faz a casa de Bia funcionar. “A Fabi é muito atenta. Além de ser ótima com as crianças, quando necessário, ela ainda auxilia a empregada nos serviços domésticos”, elogia a patroa. A babá ensina o segredo para receber tal reconhecimento profissional: “Se você trabalha direito, conquista seu espaço e é respeitada”.

Fabiana foi escolhida por Bia entre centenas de profissionais. A principal atividade da empresária é justamente recrutar babás e enfermeiras especializadas em recém-nascidos para sua agência, Baby Care. O banco de dados

CUIDADOS BÁSICOS

- A função da babá é auxiliar a mãe nos cuidados com a criança, portanto, ela deve sempre seguir as orientações dos pais e jamais tomar atitudes por conta própria.
- A babá nunca deve jogar lixo na rua (as crianças precisam de bons exemplos).
- Quando estiver com a criança e ela fizer algo inapropriado, procure resolver com ela. Não ameace que irá contar ao pai ou à mãe.
- Envolver-se de verdade no jogo ou na brincadeira (não pode ser somente obrigação).

Fonte: curso da Alô Babás



Foto: Henrique Cunha

Dedicada, a babá Fabiana conquistou a confiança da família da pequena Isabella

NÃO HÁ PISO SALARIAL ESPECÍFICO PARA A CATEGORIA DE BABÁS, INCLUSAS NO SINDICATO DOS TRABALHADORES DOMÉSTICOS. A REMUNERAÇÃO PODE VARIAR DE R\$ 1,2 MIL (INICIANTE) A R\$ 3,5 MIL

conta com cerca de mil profissionais cadastradas, e são feitas em torno de 150 contratações por ano. “Nosso foco é a qualidade. Só colocamos pessoas com experiência comprovada. Assim, os salários também são maiores. Quase todas ganham R\$ 3 mil ou mais”, relata. A crise em nada afetou os negócios de Bia. “Atuamos em um patamar no qual as pessoas não perderam poder aquisitivo. E ter uma babá excelente continua sendo prioridade, afinal, ela cuida dos filhos, nossos bens mais preciosos”, explica.

Fora das agências, funciona a indicação boca a boca. Foi assim com Roberta Cândido Barbosa, 39 anos, babá desde 2004. Começou no emprego atual há pouco mais de um ano, porque a criança da casa anterior começou a frequentar a escola e já não precisava mais de seus serviços. Moradora do bairro paulistano de Guaianases, todo dia ela atravessa a cidade até a residência em Higienópolis onde cuida de um >>



AMIGA PARA A VIDA TODA

Se na capital paulista a competição é acirrada, e a maioria das babás se mantém na busca por melhores oportunidades, no interior, em geral, costuma ser diferente. Não são raros casos como o de Eliene Alves Barbosa, de 46 anos, que trabalha há 19 na casa da socióloga Lara Andréa Crivelato, também de 46 anos, na cidade de Campinas (SP).

Eliene foi contratada como doméstica. Quando nasceu Luigi, o primeiro filho de Lara, há 18 anos, passou também a cuidar do bebê. Depois dele viriam Angelo e Lucca, gêmeos de 15 anos. Ela continua na casa até hoje. Com dois filhos próprios, Eliane, 27 anos, e Gustavo, 24, a babá diz: “Para mim é como se eu fosse mãe de cinco, porque o amor pelos meninos da Lara é igual ao que sinto pelos meus”.

Entre salário e benefícios, Eliene recebe em torno de R\$ 2 mil mensais. Ela diz que foi diversas vezes convidada a mudar para outras casas, com remunerações maiores, e jamais aceitou. “Somos uma família. Fiz uma cirurgia e vou ficar quatro meses de licença. Conheço patroas por aí que não tolerariam isso. Mas eu fico em paz, porque sei que Lara entende. Os laços que criamos não têm preço”, afirma.

Lara confirma tudo e só tem elogios para Eliene. “Ela exerce a função de uma espécie de governanta na minha casa. Cuida até da compra do supermercado. Confio nela cem por cento. Tive a sorte de encontrá-la. Virou amiga para a vida toda”, conclui.

menino, com quem passeia todas as manhãs pela Praça Buenos Aires, tradicional ponto de encontro de babás uniformizadas (sempre de branco) empurrando carrinhos de bebês. “Sigo minhas regras: não faço serviço doméstico, não durmo no emprego e o trabalho em viagens é pago à parte”, enfatiza Roberta, que recebe um salário mensal de R\$ 3 mil. “Tenho sorte. Minha patroa é ótima. No fim do ano, além do meu salário e do décimo terceiro, ela me deu R\$ 1 mil de bônus e ainda um presente”, afirma.

FUNÇÕES ACUMULADAS

Roberta tem consciência, porém, que sua situação confortável não é a mais comum entre as colegas, com quem conversa diariamente na praça. “Muitas patroas estão fazendo propostas de demitir a empregada e ficar só com a babá, que assume todo o serviço da casa para receber só R\$ 500 a mais. É a crise”, constata. “Com esse tipo de coisa acontecendo, as babás estão sempre tentando arranjar outro emprego.”

Entre as exceções está Railza Oliveira Santos, 42 anos, que trabalha há 17 com a médica Paula Morgenstern Struziatto, 43 anos. Começou para ajudar na casa, mas hoje sua principal função é cuidar de Daniel, de 2 anos e meio, filho de Paula. Ela busca o menino na escolinha, alimenta-o e chega a levar o garoto para dormir na própria casa, quando necessário, pois o trabalho da mãe envolve plantões noturnos e jornadas de muitas horas.

Paula afirma que “fica totalmente tranquila”, por saber que seu pequeno está em boas mãos. E ambas confirmam que a relação delas já se transformou em amizade. “Viajamos juntas, conversamos sobre tudo, é muita cumplicidade e nos apoiamos nos momentos difíceis”, diz Railza, que prefere não contar quanto ganha. Apenas afirma receber “um ótimo salário, suficiente para viver e ainda fazer um pé-de-meia para planejar o futuro”.



APLICATIVO REÚNE 600 PROFISSIONAIS

Lançado em outubro de 2016, o aplicativo AppNanny promete conectar famílias e babás de maneira rápida, prática e segura. Disponível para usuários dos sistemas operacionais Android e iOS (iPhone e iPad), pode ser baixado gratuitamente. A ideia para o aplicativo surgiu quando o CEO da HTC Tecnologia, Helton Falusi, teve dificuldades em encontrar uma babá para a sua filha, que precisava de acompanhamento especial, pois se alimentou por sonda até um ano e meio de vida. O cadastro é gratuito para as babás. Os pais que quiserem acessar os perfis disponíveis precisam comprar créditos, que custam de R\$ 25 a R\$ 200, dependendo da quantidade adquirida. A consulta pode ser feita levando em consideração diversos filtros, como cidade, período no qual pode trabalhar, experiência profissional, faixa etária da criança, formação, disponibilidade para datas especiais, entre outros parâmetros. A empresa informa possuir 600 profissionais cadastradas. Não há cobrança de taxa no caso de contratação das profissionais. Mais informações: www.appnanny.com.br.

Água, luz e plano de saúde de qualidade: não dá para ficar sem.

Você sabe, ter plano de saúde nos dias de hoje

é item de primeira necessidade: **não dá para ficar sem.**

Por isso, a **Qualicorp** e a **FECOMERCIO-SP** oferecem excelentes opções em condições imperdíveis para você, empregador do comércio.

Planos a partir de

R\$ 207¹



Rede médica
de qualidade²



Livre escolha
com reembolso²



Assistência
viagem²



Carências
reduzidas²



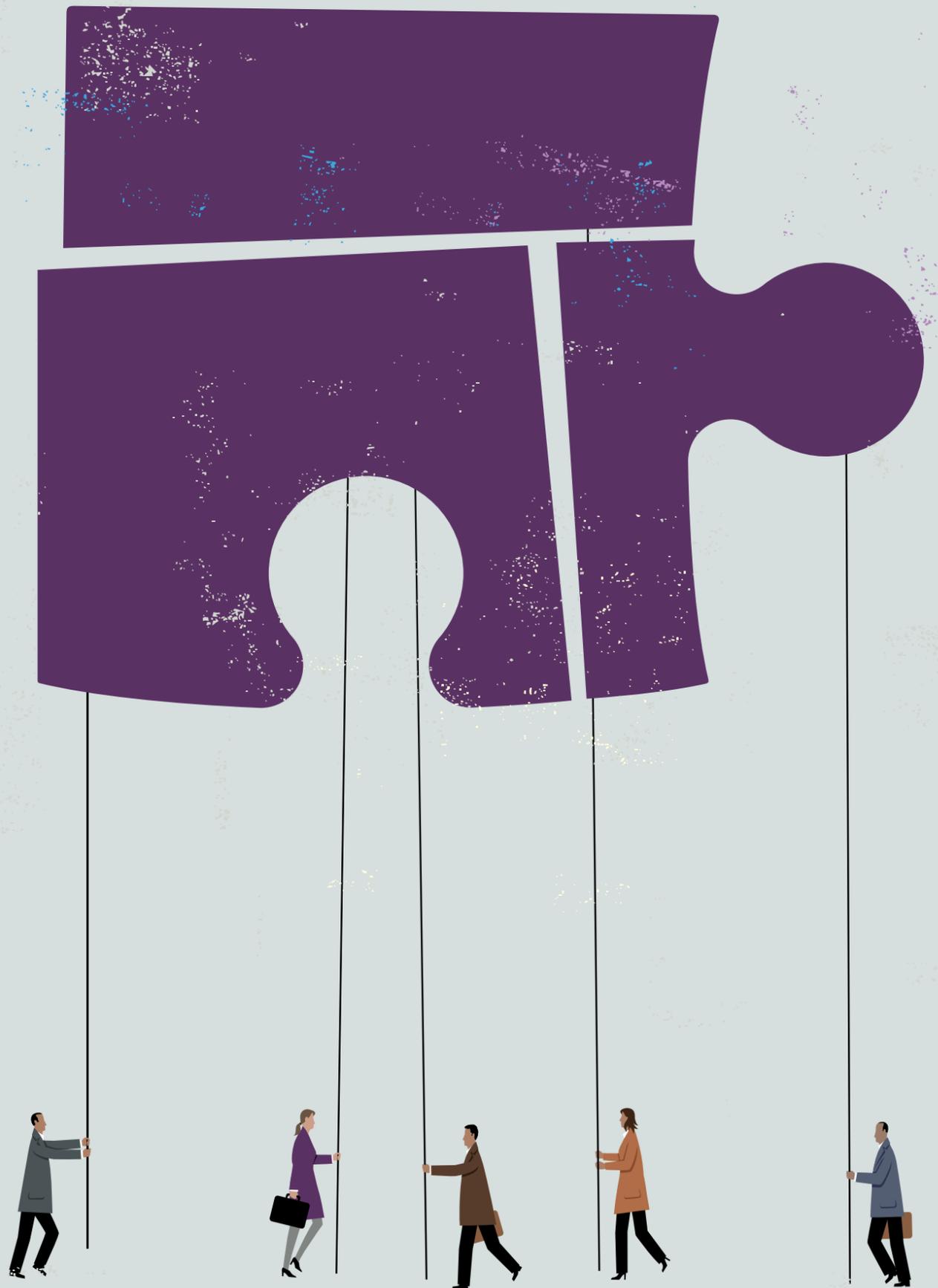
Não fique sem plano de saúde. Ligue agora.

0800 799 3003

www.qualicorp.com.br/anuncio



¹R\$ 207,00 - Exato Adesão Trad. 16 F AHO QC COP (registro na ANS nº 476.942/16-2), da SulAmérica Saúde, faixa etária até 18 anos, com coparticipação e acomodação coletiva (tabela de outubro/2016 - SP). ²A disponibilidade e as características da rede médica e/ou do benefício especial podem variar conforme a operadora de saúde escolhida e as condições contratuais do plano adquirido. Planos de saúde coletivos por adesão, conforme as regras da ANS. Informações resumidas. A comercialização dos planos respeita a área de abrangência das respectivas operadoras de saúde. Os preços e as redes estão sujeitos a alterações, por parte das respectivas operadoras de saúde, respeitadas as disposições contratuais e legais (Lei nº 9.656/98). Condições contratuais disponíveis para análise. Abril/2017.



• POLÍTICA •

HORA DE DESBUROCRATIZAR O TRABALHO

PROPOSTA DE REFORMA TRABALHISTA QUER GARANTIR FLEXIBILIZAÇÃO DE JORNADA E REGULAMENTAR TRABALHO REMOTO. PROJETO DE LEI TAMBÉM PREVÊ DAR FORÇA DE LEI A CONVENÇÕES E ACORDOS COLETIVOS FIRMADOS ENTRE SINDICATOS REPRESENTANTES DE EMPRESAS E EMPREGADOS

texto RAÍZA DIAS

O MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO mudou nas últimas décadas. Melhores índices de qualificação profissional, mais economia de tempo e recursos e o advento da tecnologia influenciaram a dinâmica da relação entre empregados e empregadores. Em paralelo a essas alterações naturais ocorridas ao longo dos anos, empregar para o empresário ficou mais caro. Isso porque a legislação trabalhista, datada de 1943, há tempos não se aplica à realidade econômica nacional.

O resultado é a insegurança jurídica que desencoraja o gestor empresarial no incremento de sua mão de obra. País recordista no volume de ações judiciais trabalhistas, com mais de 3 milhões de processos em andamento, o Brasil percebe agora que modernizar as relações laborais é a melhor saída para encontrar soluções aos conflitos nelas gerados. É o que pretende o Projeto de Lei nº (PL) 6.787/2016, proposta do Poder Executivo que trata da reforma trabalhista. Em debate na Comissão Especial da Câmara dos Deputados, presidida pelo deputado Daniel Vilela (PMDB/GO) e com relatoria do parlamentar Rogério Marinho (PSDB/RN), o PL propõe alteração em 13 pontos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), entre eles, a prevalência de convenções e acordos coletivos firmados entre sindicatos que representam patrões e empregados sobre a legislação em relação à flexibilização da jornada de trabalho e o trabalho a distância, conforme o artigo 611-A. Normas de segurança e Medicina do Trabalho, por sua vez, não seriam definidas por acordo.

Ter funcionários trabalhando em casa ou praticar horários alternativos de entrada e saída já é comum em algumas empresas. Adotar medidas como essas pode refletir, segundo especialistas, em mais produtividade, melhorias de qualidade de vida e de desempenho profissional do trabalhador e impactos positivos até na mobilidade urbana. No entanto, a falta de normas específicas causa preocupação nos empregadores, que temem os riscos de conflitos com a lei.

Segundo o projeto, as convenções ou os acordos coletivos devem estabelecer o cumprimento da jornada respeitando o limite de 220 horas mensais. Antiga demanda empresarial defendida pela FecomercioSP, a proposta central é a de permitir que os sindicatos negociem e decidam aspectos das relações trabalhistas. "É importante fortalecer o princípio da autonomia privada. Essa reforma vem nessa direção. Em consequência disso, o que não contraria os princípios de saúde e segurança do trabalho tem força de lei", avalia o vice-presidente da Federação, Ivo Dall'Aqua.

BOM PARA AS DUAS PARTES

Melhorar a relação de confiança é outra justificativa dada pelas empresas para adaptar seus métodos de produção. Recente pesquisa da Great Place to Work mostra que 47% das companhias entrevistadas permitem o horário flexível para 75% ou mais dos funcionários. Mas as consequências da defasagem da atual legislação trabalhista também são evidentes. Das 150 melhores empresas do



PONTO DE ATRAÇÃO PARA OS JOVENS

Em pauta na reforma trabalhista, a flexibilidade é um ponto atrativo entre os jovens profissionais que compõem a geração dos *millennials*, aqueles nascidos após 1982. Segundo dados da quinta edição da pesquisa "Millennial Survey", da Deloitte, estas são suas aspirações:

75%

dos jovens no mundo gostariam de trabalhar de suas casas ou demais locais em que possam se sentir mais produtivos.

43%

deles têm permissão para fazer home office.

Flexibilidade de horário e trabalho remoto aparecem como **TERCEIRO BENEFÍCIO** corporativo mais importante, excluindo o salário.

88%

dos entrevistados gostariam de realizar o trabalho na hora em que escolhessem, dentro de certos limites.

51%

acreditam que a produtividade seria maior se pudessem trabalhar de forma remota.

levantamento, apenas 16% já ofereceram a prática do home office para pelo menos metade dos colaboradores. O trabalho em casa foi avaliado pelo estudo "Home Office Brasil 2016", realizado pela SAP Consultoria. De acordo com a pesquisa, 89% das empresas que optam pelo trabalho remoto pretendem atrair talentos. Otimizar processos internos foi o motivo apontado para 87% dos entrevistados. Reter colaboradores (85%) também é um dos benefícios. Entre os que não adotaram o chamado "teletrabalho", 38% indicam a insuficiência de legislação que trata sobre o tema.

Na visão do presidente da Sociedade Brasileira de Teletrabalho e Teleatividades (Sobratt), Wolnei Ferreira, é positivo que o governo coloque em discussão essas modalidades de ofício. "Estimamos que haja, no mínimo, 15 milhões de pessoas trabalhando de forma remota no Brasil. Com o projeto, abre-se um debate valioso para despertar a atenção não só das empresas, mas também dos parlamentares", aponta Ferreira, para quem o PL é o primeiro passo necessário. "O teletrabalho é um fator de atração, retenção de mão de obra e redução de gastos operacionais. O trabalho remoto é, inclusive, um pedido do trabalhador. Com redução do deslocamento, ele passa a ter mais tempo para as questões pessoais, que hoje não consegue conciliar", comenta.

CASA-TRABALHO-CASA

Perder menos tempo no trajeto de casa para o trabalho é desafio constante dos trabalhadores. Por essa razão, permitir horários diferenciados de entrada e saída pode contribuir

NEGOCIAÇÃO COLETIVA ENTRE SINDICATOS É PEÇA- -CHAVE PARA CORRIGIR OS DESAJUSTES DA CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS DO TRABALHO (CLT), LEGISLAÇÃO DESATUALIZADA PARA OS DIAS ATUAIS



NEGOCIADO × LEGISLADO

O advogado trabalhista Ivan Lima ressalta que a proposta não desfavorece a classe trabalhadora ao dar força de lei às negociações coletivas. "Os sindicatos são parte indispensável da negociação e teriam oportunidade de não aceitar condições que entendam prejudiciais. Para os que não são membros de sindicatos e estão se posicionando contra o projeto, a resistência indica desconfiar quanto à efetiva representatividade desses sindicatos que participarão das negociações", pontua.

Para o vice-presidente da FecomercioSP, Ivo Dall'Aqua, "alguns sindicatos se afastam do contato com seus filiados para cuidar da representação e perdem o sentido do cotidiano na relação do trabalho. Não é uma crítica, mas uma avaliação. Cabe aos atores do sistema que estão conduzindo os processos ter a cautela de ficar mais próximo da base".

para a qualidade de vida do colaborador, que passa a optar por deslocamentos fora dos picos de movimento nos meios de transporte público. "O home office e o horário flexível trazem liberdade maior. Existem também outras formas, como carros compartilhados. Mas o fato é que não resolveremos os problemas de mobilidade com sistemas de transporte. A solução está em uma série de intervenções que vão promover meios mais inteligentes de se relacionar, trabalhar e acessar a cidade. Então, se conseguirmos minimizar as idas ao local de trabalho, já é parte da solução", avalia o presidente da Green Mobility, consultoria que desenvolve mecanismos sustentáveis de mobilidade, Lincoln Paiva.

MODERNIZAÇÃO

Fazer prevalecer o negociado sobre o legislado por intermédio dos sindicatos patronal e laboral permite que as especificidades de cada atividade e região sejam atendidas. O jurista e presidente da Academia Internacional de Direito e Economia (Aide), Ney Prado, lembra que desde a criação da CLT, em 1943, o modelo de relação que prevalece é o estatal. Nele, as leis são basicamente produzidas pelo legislador em detrimento da modalidade individualista (entre empregado e empregador) ou coletivista, que exige que a negociação seja feita por uma instituição jurídica – no caso, o sindicato. "O modelo vigente castra ao mesmo tempo a autonomia individual, porque as partes têm pouco campo para negociar, e a atuação dos sindicatos", opina.

Prado acredita que, caso o artigo que trata desse assunto seja aprovado no PL, haverá mais assertividade nas relações de trabalho. "Só o trabalhador e o empregador, na convivência e por meio da atuação sindical, podem realmente saber as melhores condições. O le- >>



EQUILÍBRIO PROFISSIONAL

A possibilidade de trabalhar pelo menos uma vez por semana em casa é realidade para a maioria dos 200 colaboradores da Avaya, fornecedora de soluções de comunicação empresarial. A prática depende basicamente do planejamento das atividades e entregas previstas. E tem dado certo. "O home office aumenta a produtividade da companhia, uma vez que nossos colaboradores conseguem equilibrar melhor a vida no trabalho e podem ficar mais focados em alcançar suas metas", conta Maria Barcena, da área de recursos humanos da empresa. "Seria muito positivo se tivéssemos uma legislação específica para dar suporte tanto para as empresas quanto para os funcionários", avalia Maria. Enquanto a regulamentação não vem, a companhia segue entusiasta do trabalho remoto. "Hoje, o home office é uma das práticas mais valorizadas dentro da Avaya", afirma a colaboradora.



FLEXÍVEL E EFICAZ

Especializado em serviços de assistência técnica para celulares e acessórios, o Grupo PLL adotou a flexibilidade de horário de seus 11 gerentes para reduzir atrasos e fidelizá-los. "Hoje, os gerentes não batem ponto, mas sabem de suas funções e o que será cobrado. Funcionário bom é o que se sente como dono da empresa, e é o que fazemos", conta o diretor do grupo, Pablo Linhares. Desde que a prática foi adotada na companhia, as metas têm sido atingidas. O desafio hoje é expandir a prática para outros setores. No entanto, a incerteza em relação à legislação inviabiliza o anseio por programas alternativos de jornada de trabalho a distância para outros grupos de colaboradores. "O principal obstáculo são as leis trabalhistas", comenta Linhares, sobre a insegurança em relação a eventuais passivos judiciais.

Fotos: Divulgação

MOTIVAÇÕES DO HOME OFFICE

89%

das companhias adeptas do trabalho remoto visam atrair talentos.

66%

adotam para enfrentar períodos de crise econômica.

43%

das empresas que não recorrem a home office alegam conservadorismo da direção.

38%

não o fazem por questões de segurança da informação.

38%

têm receio por problemas legais.

Fonte: SAP Consultoria



gislador em Brasília regulamenta para todo o País sem nenhum conhecimento das condições especiais de cada empresa. A negociação coletiva se torna mais efetiva", avalia.

Especialista em Direito do Trabalho, o advogado Ivan Lima chama a atenção para outro ponto. "Desde sempre os acordos e as convenções coletivas de trabalho tiveram força de lei para as empresas e os sindicatos, e isso inclusive está previsto na Constituição Federal. O problema é o questionamento judicial da validade desses acordos. Esse risco o projeto não resolve, até mesmo porque nem poderia fazê-lo, em virtude da garantia constitucional de acesso ao Poder Judiciário", sinaliza.

"Qualquer situação que não esteja expressamente prevista em lei como passível de alteração por norma coletiva acaba ficando exposta ao risco de ser considerada nula na Justiça do Trabalho", explica Lima. Para ele, a reforma falha ao "permitir a interpretação de que os temas que não estiverem ali previstos não podem ser objeto de negociação coletiva".

Se a reforma trabalhista for aprovada, a expectativa é que, com as negociações, as empresas e os trabalhadores tenham respaldo para optar por medidas flexíveis. "Não vemos o projeto como um gerador de novos postos de trabalho formais em curto prazo, mas a garantia de mais segurança em questões de jornada pode dar fôlego para algumas empresas manterem os empregados atuais", avalia o advogado.

Para o vice-presidente da FecomercioSP, é um primeiro passo de uma grande transição. "Essa legislação é um indicador de um início de mudança de cultura, que não acontece simplesmente num passe de mágica. Essas questões são incorporadas gradativamente", entende Dall'Aqua.

Conforto e comodidade

Deixar à disposição do morador serviços dos mais variados é o diferencial dos condomínios-clubes, modalidade que começa a ganhar escala no mercado imobiliário do País. Na capital paulista, onde surgiram na década de 1990 na região do Morumbi, já há mais de uma centena de unidades em funcionamento

texto CRISTINA RIBEIRO DE CARVALHO • fotos RUBENS CHIRI

MAIS COMODIDADE E SEGURANÇA para a família são as principais razões de quem escolhe morar nos chamados “condomínios-clubes”. Esse modelo de empreendimento oferece diversos serviços (desde academia com personal trainer, piscinas, salões de jogos e de festas, espaço gourmet e salão de beleza até feira-livre toda semana) e, ao que tudo indica, é um forte movimento do mercado imobiliário.

Segundo a Associação Brasileira de Incorporadoras e Imobiliárias (Abrainc), o primeiro empreendimento desse tipo surgiu em São Paulo (SP), em 1993, com o lançamento do Condominium Clube Ibirapuera. A cidade é hoje a que mais concentra essas unidades. “Temos mais de uma centena de imóveis desse tipo na capital paulista, justamente pelo perfil verticalizado da região e a necessidade que as famílias têm de ter no local onde mo-

ram opções de lazer e atividade física, principalmente para os seus filhos”, explica o diretor da Abrainc, Luiz Fernando Moura. Com todos esses serviços incorporados, o modelo é efetivamente um clube social dentro de um empreendimento residencial.

NO INTERIOR

Ter à disposição vários serviços no condomínio não é algo exclusivo dos paulistanos. Apesar de a oferta ainda não ser tão abrangente no interior do Estado, é possível encontrar modelos semelhantes em municípios como Campinas. “Quanto maior a cidade, mais relevante é para os empreendimentos oferecer serviços”, conta Moura.

Ainda segundo o diretor da Abrainc, nas pequenas cidades, por enquanto, a verticalização não é muito acentuada em decorrência da

cultura da região. As pessoas têm o hábito de se reunirem em clubes, fora do local onde moram. “O que existe são grandes condomínios de lazer na região de Sorocaba, Indaiatuba e Itatiba, mas com o foco específico em um tipo de lazer, como campo de golfe, represa ou com esportes náuticos, por exemplo. Mas, normalmente, são casas de veraneio. A segunda moradia, não a principal”, explica.

PAGUE PARA USAR

O Villaggio Panamby é o maior condomínio-clube da capital paulista, com restaurante, minimercado e até mesmo escola para crianças. Morar em um empreendimento que ofereça essa gama de serviços não é apenas uma conquista do público de alta renda. Segundo explica Marcelo Mahtuk, diretor-executivo da administradora de condomínios Manager e que tem sob sua responsabilidade os serviços ofertados pelo Panamby, há empreendimentos que não possuem grandes estru-

turas, mas oferecem serviços no modo *pay per use* (“pague para usar”, em inglês). Nesse formato, o morador escolhe por meio de um aplicativo o que deseja – profissional de limpeza, apoio para festa, pet shop ou até mesmo um personal trainer, por exemplo – e paga apenas o que utilizar. “A Manager tem uma base de profissionais das mais diversas áreas. Atendemos de acordo com o perfil do empreendimento”, afirma Mahtuk.

Apesar de ser apontada como uma modalidade promissora, ainda é difícil implantar e administrar esses serviços, opina ele. Um dos desafios está em conseguir mão de obra qualificada a um bom custo para o morador. Mas esse ponto negativo não é forte o bastante para barrar a expansão desse modelo de negócio. “É uma tendência em crescimento. As pessoas têm a necessidade de serviços mais próximos para terem mais tempo para si. Aquela história do ‘lar, doce lar’, com casinha branca e jardim, não existe mais. A forma de viver em condomínio tem mudado”, conclui Mahtuk.

ATRATIVO

O Mix Aricanduva, empreendimento localizado na zona leste de São Paulo, foi planejado para ter 20 lojas de diversos tipos de serviços. Entregue há um ano, por enquanto só o salão de beleza está em operação. A crise econômica pela qual o País vem passando é o fator de-



Villaggio Panamby, localizado em São Paulo, tem restaurantes, minimercado e escola para crianças

terminante para que os demais pontos ainda não estejam em funcionamento, segundo argumenta o diretor da Abrainc, Luiz Fernando Moura. “Essa situação econômica nacional não está abrindo oportunidades em nenhum lugar. Mas quando essa crise passar, o sucesso será absoluto para o empreendimento”, aposta. Apesar disso, os moradores do Mix Aricanduva têm acesso a outras comodidades dentro do condomínio. Ele oferece feira-livre uma vez por semana, além de ter uma área de *pet play* reservada aos animais, academia com personal trainer e lavanderia industrial de uso coletivo.

O consultor imobiliário e diretor da Senna Consultoria, Eduardo Senna Vasconcelos, conta que o atrativo do Mix Aricanduva – primeiro modelo de condomínio-clube na região – é a possibilidade de oferecer em breve uma área de comércio. “Hoje é inconcebível que uma construtora não olhe para esse tipo de projeto. Os clientes que nos procuram querem ofertas de serviços”, afirma.



“

NÃO EXISTE MAIS AQUELA HISTÓRIA DE CASINHA BRANCA E JARDIM. A VIDA EM CONDOMÍNIO ESTÁ MUDANDO

Marcelo Mahtuk, diretor-executivo da administradora de condomínios Manager

MERCADO IMOBILIÁRIO NACIONAL * INTERNACIONAL

De acordo com a Abrainc, a presença dos condomínios-clubes está muito concentrada nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Em termos de comparação imobiliária com Estados Unidos e Canadá, há algumas diferenças. Por lá, o conceito é de grandes condomínios de casas que são verdadeiras comunidades localizadas em regiões de grande infraestrutura, com escolas, áreas de lazer e centro comercial.

DILEMA ENTRE CASA E APARTAMENTO

Não é fácil a decisão de trocar casa por apartamento. A advogada Ana Luíza Maffessoni só aceitou sair em busca de um quando soube que havia empreendimentos com grandes áreas de lazer e ofertas de serviços. O local onde mora há um ano e meio, em São Caetano, oferece piscinas, sala de jogos, salão de beleza, academia com personal trainer e um espaço gourmet incorporado ao apartamento, além de outro nas dependências do condomínio. “Se não fosse assim, não teríamos comprado o imóvel. Queremos continuar morando aqui até envelhecer”, garante.

Valiosas ideias sustentáveis

Valorizando iniciativas preocupadas com o meio ambiente e a sociedade, a FecomercioSP lança a sexta edição de seu Prêmio de Sustentabilidade, com foco em reconhecer projetos alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU

texto CRISTINA RIBEIRO DE CARVALHO • fotos CHRISTIAN PARENTE

ESTÍMULO E RECONHECIMENTO para projetos que têm por objetivo contribuir para o desenvolvimento ambiental equilibrado, socialmente justo e economicamente viável, o Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade chega à sua sexta edição.

Neste ano, a novidade está no incentivo à prática dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU). Parte de uma agenda mundial, os ODS são formados por 17 objetivos e 169 metas a serem atingidas até 2030 por meio de ações baseadas nos pilares social, ambiental, econômico e institucional [veja detalhes no box].

O esforço coletivo foi visto pelo Conselho de Sustentabilidade da Federação como referencial importante para avaliação dos projetos inscritos, como explica o presidente José Goldeberg. "São as tendências mundiais. Os pro-

blemas ambientais se tornaram angustiantes para alguns países. Agora, essa questão não está sendo resolvida, mas equacionada. As Nações Unidas, com as 17 metas, estão ocupando esse papel, sendo, então, o tempo de ampliarmos nossas preocupações. Achamos que essa era uma boa oportunidade de expandir o escopo do prêmio."

Nesse sentido, as iniciativas que concorrerão ao concurso cultural devem ter como premissa atender a um ou mais objetivos. De acordo com o assessor sênior do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) no Brasil, Haroldo Machado Filho, o fato de o prêmio usar os ODS como parâmetros atende ao propósito inicial do programa. "Essa não é meramente uma agenda das Nações Unidas que ficará no papel, mas uma



“
DEPOIS DE GANHAR O PRÊMIO TIVEMOS UM BOOM NO NEGÓCIO, COM AUMENTO DA PROCURA TANTO PARA COMPRAR OS PRODUTOS COMO DE INTERESSADOS EM CONHECER O PROJETO

Patricia Ponce,
fundadora da Bio&Green

agenda viva, que deve ser implementada. Iniciativas como essa levarão a população a procurar soluções práticas para os problemas que estamos enfrentando e um estímulo para que busquem realmente soluções concretas para as dificuldades do dia a dia”, sinaliza.

Para atender às metas das Nações Unidas, uma recomendação do assessor é enxergá-las de maneira integrada. “A agenda não pode ser vista de forma fragmentada, mas sistêmica. O ideal é baseado em uma problemática para, então, construir uma narrativa que envolva outros objetivos, vendo as interconexões existentes. Isso vai ajudar a encontrar uma solução muito mais eficaz para os problemas”, avalia. Além de estarem alinhados com as metas das Nações Unidas, os projetos devem ser inovadores, passando também por avaliações quanto à amplitude e ao estágio alcançado.

REGRAS DO JOGO

O 6º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade contará com seis categorias de avaliação. Poderão participar empresas dos setores de comércio de bens, serviços e turismo, varejistas ou atacadistas; entidades empresariais de todos os setores econômicos; indústrias de qualquer porte ou natureza, desde que não comercializem os produtos para o consumidor final; órgão público federal, estadual e municipal; professores universitários e estudantes de graduação ou pós-graduação; e trabalhos jornalísticos, tanto de mídia impressa quanto online e de rádio e TV. Nessa última categoria, é obrigatório que os trabalhos tenham sido publicados a partir de 1º de janeiro de 2016. Os inscritos podem ser de qualquer localização do País, não sendo necessária a filiação à FecomercioSP.



1. Erradicação da pobreza
2. Fome zero
3. Boa saúde e bem-estar
4. Educação de boa qualidade
5. Igualdade de gênero
6. Água e saneamento
7. Energia acessível e limpa
8. Emprego digno e crescimento econômico
9. Indústria, inovação e infraestrutura

10. Redução das desigualdades
11. Cidades e comunidades sustentáveis
12. Consumo e produção responsáveis
13. Combate às alterações climáticas
14. Vida debaixo d'água
15. Vida sobre a terra
16. Paz, justiça e instituições fortes
17. Parcerias em prol das metas

FONTE: Organização das Nações Unidas (ONU)

BIORRENTÁVEL

A empresa de produção e comercialização de produtos biodegradáveis paulista na Bio&Green tem em sua estante dois Prêmios Fecomercio de Sustentabilidade, conquistados nas terceira e quinta edições. Da primeira vez, a premiação reconheceu o reaproveitamento de fibras de coco, sisal e bagaço de cana-de-açúcar para produzir espumas biodegradáveis capazes de substituir os tubetes de plástico comumente usados no plantio e na germinação de sementes. O segundo consistia em embalagens, bandejas e copos feitos de bagaço de vegetais. Atualmente, o negócio foi ampliado e a produção dobrou. "Ainda não comercializamos as bandejas porque precisamos de alguns certificados, mas já estamos vendendo nossos biopotes. A expectativa é que até o fim deste ano a gente consiga colocar à venda toda nossa linha de plantas e reflorestamento", conta a fundadora da Bio&Green, Patrícia Ponce.



CIDADE SUSTENTÁVEL

Vencedor do 5º Prêmio, o Programa Municipal Ibirarema Lixo Mínimo segue ativo no interior paulista. Com o propósito de reduzir e destinar corretamente os resíduos gerados na cidade e em cumprimento à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a prefeitura implementou um plano de gerenciamento em que toda a sociedade local está envolvida. Com coleta seletiva, educação ambiental, pontos de coleta de eletrônicos e óleo de cozinha usado, o projeto foi ampliado. "Agora criamos, também, um espaço ambiental, que agrega o centro de educação, o ecoponto municipal e um viveiro de mudas", conta o assessor de gabinete da Prefeitura de Ibirarema, Allan Tácito. Segundo ele, tem aumentado a procura pelas questões ecológicas e pela participação na destinação correta dos resíduos, fruto da preocupação da cidade em disseminar os propósitos ambientais na região. Vencer o prêmio não só deu à iniciativa reconhecimento, como também visibilidade. "Estamos bem avançados em relação a outros locais, gerando menor impacto ambiental e melhorando também o visual", conta.



As inscrições, já abertas, podem ser feitas até 20 de novembro por meio do site www.fecomercio.com.br/premio. O regulamento também está disponível na íntegra no portal da Entidade, bem como os detalhes dos ODS. O processo de julgamento dos trabalhos será realizado por especialistas da área no período de 21 de novembro até 31 de janeiro de 2018. Em fevereiro do ano que vem, a FecomercioSP divulgará todos os finalistas em seu site, realizando a entrega dos prêmios em março de 2018.

Os vencedores de cada categoria serão contemplados com prêmios de R\$ 15 mil em títulos de capitalização ou previdência, este último para pessoas físicas.

EXPERIÊNCIA DE PREMIADO

Quem já participou da premiação tem muito a contar. É o caso de Gabriel Estevam Domingos, vencedor da terceira edição (como estudante) e também da quarta (já como microempresa). Atuando hoje como diretor técnico do Grupo Ambipar, Domingos tem a sustentabilidade como norte para sua atuação, o que rendeu a ele reconhecimento e oportunidades.

O premiado viu nos resíduos a matéria-prima para seus projetos. Um das iniciativas reconhecidas foi a Ração Susten, desenvolvida com base em restos de peixes e crustáceos não aproveitados pela atividade pesqueira do litoral paulista. Com rico valor nutricional, o alimento voltado para animais tem o aspecto ecológico em seu DNA. Reconhecido em 2013 pela FecomercioSP, o projeto agora dá novos passos. "Fizemos um alinhamento com o Ministério Público, por meio de um termo de ajuste de conduta entre os geradores do passivo ambiental, a iniciativa privada (que tem a verba) e a Prefeitura do Guarujá. O projeto está em fase de homologação. Assim, receberemos a verba para construir um galpão e montar uma



NATALIA NAIME

sócia da empresa paulistana Bio&Green – vencedora de duas edições do prêmio –, fabrica embalagens feitas de bagaço de vegetais

planta em escala experimental, enquanto nossa contrapartida será contratar moradores da região e pessoas de baixa renda, além de doar parte da produção para a zoonose do município", explica Domingos.

O outro projeto que levou Domingos ao prêmio foi a ecotinta, feita com resíduos da indústria de fertilizantes. "A tinta virou uma patente internacional. Não está no mercado ainda, mas temos um ativo intelectual, que é, de certa forma, uma valorização."

Para ele, o reconhecimento da FecomercioSP foi essencial em sua motivação para seguir atuando com o propósito sustentável. "É gratificante por ter o reconhecimento do professor José Goldemberg, além da sinergia feita pela premiação, de acompanhar a iniciativa, dar visibilidade na mídia e estimular o networking para nós."

Para quem pretende participar da sexta edição, Goldemberg sugere: "Venha com uma ideia criativa. O prêmio educa as pessoas e as empresas. Fazer projetos amigáveis não só agrada a população como também é bom para os negócios".

MAIS

LIBERDADE PARA NEGOCIAR.

MAIS

LIBERDADE PARA ESCOLHER.

MAIS

OPORTUNIDADES PARA TRABALHAR.

Um mundo sem fronteiras para os negócios. Mudanças tecnológicas no trabalho e nos relacionamentos. Profissões inéditas no mercado. O caminho para crescer exige novas posturas e atitudes como a negociação entre empregados e empregadores. A revisão da legislação é essencial para gerar mais oportunidades e desenvolvimento com liberdade e respeito aos direitos de ambas as partes. **A lei tem que trabalhar para todos.**

&

FECOMERCIOSP

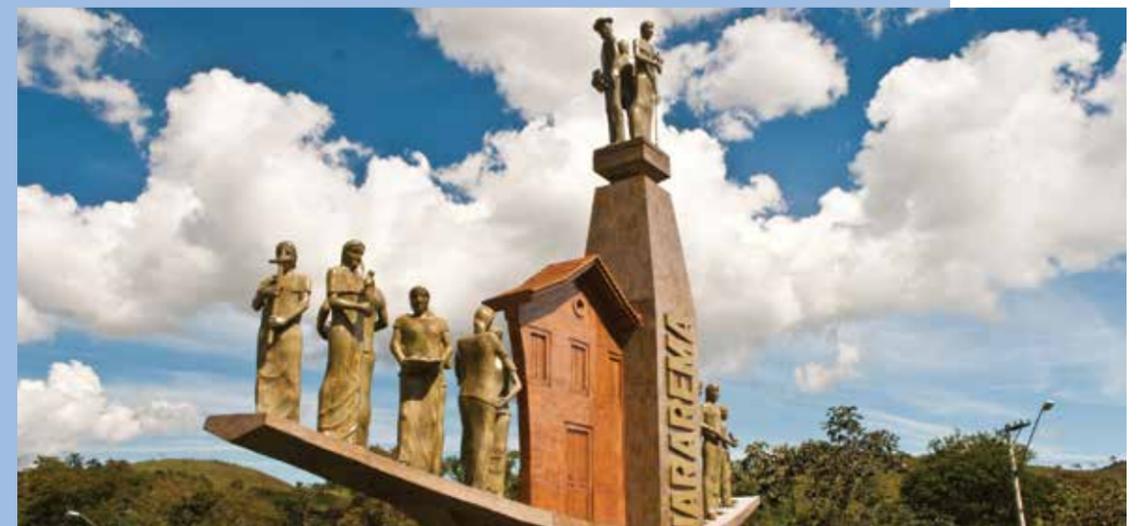
Representa muito para você.

TURISMO • Guararema

Belezas naturais e riqueza histórica

Com uma média de 4 mil visitantes aos fins de semana, Guararema – nome indígena da árvore pau-d’alho – oferece atrações em seus parques naturais e prédios históricos, que podem ser visitados a bordo de uma maria-fumaça centenária

texto FILIPE LOPES



Fotos: Divulgação

LOCALIZADA NO EIXO DE EXPANSÃO URBANA entre as metrópoles de São Paulo, Campinas e São José dos Campos, Guararema concentra suas atividades nos turismos histórico e natural.

O município de Guararema, localizado a 80 quilômetros da capital paulista, é um daqueles lugares que parece que “parou no tempo”, no melhor sentido da expressão, pois conseguiu preservar edifícios históricos, belezas naturais e ambiente pacato. Andando pelas ruas da cidade, o turista desavisado é surpreendido pelo apito forte da locomotiva a vapor, que faz o trajeto entre a Estação Guararema e o bairro de Luís Carlos, totalizando 6,8 quilômetros em uma linha férrea.

O clima nostálgico ganha contornos coloridos pela vasta diversidade natural que rodeia a cidade, como o Rio Paraíba do Sul e os parques

naturais, onde é possível fazer trilhas e conhecer espécies de plantas nativas.

Não por acaso, Guararema é a segunda maior economia da Região do Alto Tietê, atrás apenas de Arujá, com Produto Interno Bruto (PIB) per capita de R\$ 17.436,52 (IBGE, 2012). Os dados são da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade) e do Instituto do Legislativo Paulista (ILP) da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (Alesp).

Por causa da vocação turística da região, boa parte da população de quase 28 mil habitantes se dedica ao comércio e à prestação de serviços ligados ao turismo. Outra parcela da população trabalha nas cidades vizinhas e em São Paulo.

Aos fins de semana, o município recebe uma média de 4 mil turistas, número que chega a



Fotos: Divulgação



PARADA OBRIGATÓRIA

A região de Guararema foi descoberta pelo explorador português Brás Cubas, em 1560. Por estar situada entre São Paulo e Rio de Janeiro, tornou-se ponto de passagem obrigatória dos viajantes que iam e vinham em busca de ouro e mercadorias. Em 1652, já sob a administração dos jesuítas, foi construída a primeira capela da região, a Igreja da Freguesia da Escada, hoje tombada como patrimônio histórico. Outras capelas também foram construídas, e a população do vilarejo foi se estabelecendo em suas redondezas. Em 1872, a região recebeu o nome de “Guararema”, que em tupi significa “madeira malcheirosa”, em razão da predominância de árvores conhecidas como pau-d’alho, que exalam o odor muito parecido com a planta. Somente em 1898 houve a emancipação do distrito, que até então pertencia a São Paulo.

dobrar aos feriados. A maioria deles vem da capital paulista, da Grande São Paulo, do Alto Tietê e do Vale do Paraíba. A prefeitura desenvolve projetos que integram a população local ao movimento de visitantes. O Guararema Cidade Natal arrecada durante todo o ano garrafas PET com a ajuda da população para transformar o material em enfeites de Natal. Somente na realização desse evento passam por Guararema cerca de 500 mil visitantes, segundo a gestão municipal.

A facilidade de locomoção também é um atrativo. É preciso de carro apenas para ir ao Parque da Pedra Montada e às igrejas. As principais atrações naturais estão localizadas no centro, o que facilita o acesso. O percurso entre o pau-d’alho (árvore símbolo da cidade), o Parque Ilha Grande, as praças, o passeio de maria-fumaça (que sai da Estação Central) e a apreciação do Rio Paraíba do Sul pode ser feito a pé.

Segundo a prefeitura, nos últimos dois anos a administração pública injetou R\$ 2,4 milhões no turismo local, em investimentos na infraestrutura de atrativos e na realização e no apoio a eventos culturais, esportivos, de aventura e religiosos. O Conselho Municipal de Turismo, em parceria com a prefeitura, busca desenvolver as ações previstas no Plano Diretor de Turismo local para promover o turismo sem deixar de atender a todos os serviços básicos, como de saúde, educação, infraestrutura e social.

PONTOS TURÍSTICOS

A cidade é agraciada por muitos atrativos: rios, lagos e trilhos pela mata, além de edifícios coloniais. Veja os principais pontos turísticos da região:

PARQUE MUNICIPAL DA PEDRA MONTADA

Misteriosamente sobrepostas, as duas pedras de nove metros de comprimento por dois metros e meio de altura são a atração principal do parque, que também tem trilhas e playground.

PARQUE MUNICIPAL ILHA GRANDE

Localizada na região central do Rio Paraíba do Sul, é uma área de preservação permanente (APP) recuperada pela prefeitura. É possível fazer caminhadas em meio à natureza.

RECANTO DO AMÉRICO (PAU-D'ALHO)

Área de lazer onde fica a árvore que dá nome à cidade e é o seu cartão postal. Familiar, a Pousada Recanto dos Vaqueiros dispõe de 12 quartos em uma área de 8 mil metros quadrados de preservação ambiental.

IGREJA NOSSA SENHORA DA ESCADA

Construída em 1652 e tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

IGREJA NOSSA SENHORA D'AJUDA

Inaugurada em 1682, foi tombada pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico Arqueológico, Artístico e Turístico (Condephaat).

PATRIMÔNIO HISTÓRICO FERROVIÁRIO

Contempla duas estações (Luís Carlos e Guararema), a Estrada de Ferro Central do Brasil, o Pontilhão de 1910 e as casas históricas do entorno da Estação Luís Carlos.

NOS TRILHOS DA HISTÓRIA

Aos fins de semana e feriados, uma boa opção de passeio é o Trem de Guararema, que vai da Estação Central até a Vila Luís Carlos, num total de 6,8 quilômetros. A Estação de Guararema, construída em 1891, foi totalmente restaurada. O destino final da viagem é a Estação Luís Carlos, datada de 1914. “Além de vivenciar o transporte ferroviário tal como na década de 1950, passeando na maior locomotiva a vapor em funcionamento no Brasil, o visitante tem acesso a apresentações sobre a história da ferrovia, que foi um importante meio de transporte na região”, conta o diretor-secretário da Associação Brasileira de Preservação Ferroviária (ABPF), Bruno Sanches. A Locomotiva 353 de origem americana, fabricada pela Baldwin Locomotive Works em 1927, é popularmente conhecida por *Velha Senhora* e fazia o trajeto original da Estrada de Ferro Central do Brasil de São Paulo ao Rio de Janeiro, sendo abandonada na década de 1990.



LUGAR PARA RELAXAR

A cidade conta com nove hotéis. Mesmo que grande parte dos visitantes opte pelo “bate e volta”, quem escolhe passar uns dias por lá pode aproveitar as atividades de lazer e desfrutar de muito sossego. O Guararema Parque Hotel Resort, um dos mais procurados da região, oferece nove trilhas internas para caminhadas, parque aquático com piscinas climatizadas e cobertas e tobogã, lago com pedalinhas e prática de pesca esportiva, quadras poliesportivas e salas de jogos para crianças e adultos.

“Oferecemos pacotes para datas comemorativas ou feriados nacionais e disponibilizamos todas as opções turísticas da cidade, porém, deixamos os hóspedes livres para a escolha de seu lazer”, afirma o gerente comercial do hotel, Eduardo Sanches. Nos dois primeiros meses de 2017, ainda de acordo com Sanches, aproximadamente 8 mil hóspedes buscaram os atrativos de lazer (grupos familiares com filhos de 3 a 12 anos, em sua maioria) ou eventos corporativos.

O segmento hoteleiro de Guararema também sentiu os reflexos da recessão econômica, e os estabelecimentos foram obrigados a repensar planos para atrair novos públicos. “O hotel dispõe de produtos e serviços como salas para treinamentos corporativos, hospedagens particulares, spa, entre outros. Temos reavaliado tendências para promover e potencializar com mais flexibilidade nossa ocupação”, conta.



Fotos: Divulgação

UM BRASIL

DEBATE O EQUILÍBRIO
ENTRE OS PODERES

Parceria entre *O Estado de São Paulo* e Tendências Consultoria Integrada reúne um novo time de especialistas para discutir os desafios do Brasil atual

WWW.UMBRASIL.COM

[f @CanalUMBRASIL](#)

ARMANDO CASTELAR
coordenador de Economia
Aplicada do IBRE/FGV

CARLOS AYRES BRITTO
ex-presidente do Supremo
Tribunal Federal

A DOCE HISTÓRIA DO PINGO DE LEITE

texto e fotos FLÁVIO MANTOVANI



PEGUE UMA RECEITA de doce de leite cinquentenária, adicione uma pitada de gestão familiar e acrescente uma colher de orgulho local. Esses são os ingredientes que têm garantido o sucesso da empresa Gotas de Leite. Localizado em Avaré, interior de São Paulo, o laticínio fundado pelo empresário Edmundo Negrão Dias é responsável pela produção do Pingo de Leite, sobremesa nacionalmente conhecida que tem como características a cremosidade interna e a casquinha crocante.

A história da marca começa em 1998. Assim que se aposentou, Dias, então ex-bancário, deixou a capital paulista e voltou para a cidade natal com um propósito: aplicar o dinheiro poupado na fabricação de doce de leite. O empresário começou o negócio sem muita pretensão. O intuito era fazer algo simples. Nesse

interim, o laticínio Moura Leite, de Cerqueira César, a aproximadamente 27 quilômetros de Avaré, encerrou as atividades. “Com isso, visualizamos a possibilidade de ocupar o espaço deixado pelo antigo fabricante, que já produzia um doce com as mesmas características do Pingo fazia 50 anos”, revela Dias, referindo-se ao produto carro-chefe da empresa, que corresponde a 70% da produção.

De mercadinho em mercadinho, o Pingo de Leite foi angariando espaços, chegando a municípios vizinhos, inclusive com a ajuda do tradicional “boca a boca”, até que passou a ser negociado com distribuidoras, que começaram a despachá-lo para fora do Estado. “Fui percebendo que os consumidores voltavam e elogiavam o sabor. A partir de então, começa a trajetória de sucesso do Pingo de Leite”, descreve o empresário.

REFORÇO DO TIME

Com a expansão dos negócios, a Gotas de Leite ganhou o reforço definitivo de Edmundo Negrão Dias Filho, que até 2007 auxiliava o patriarca a distância, pois morava na capital. Embora reconheça a importância da receita original, o filho do fundador e sócio ressalta que inovações ajudaram a garantir a singularidade do Pingo de Leite. “Procuramos seguir a fórmula à risca, porém, usamos leite *in natura*, em vez do tipo em pó. Também retiramos a gordura vegetal hidrogenada, o que garante saudabilidade ao produto”, explica Dias Filho, hoje diretor de produção.

Em 2011, a Gotas de Leite recebeu mais um reforço. Maria Betânia Righi, que atualmente responde pela diretoria financeira, uniu-se ao pai e ao irmão após deixar seu consultório de fonoaudiologia, também em São Paulo,



5 PERGUNTAS

#1. COMO É FEITO O PINGO DE LEITE?

Esse é o principal artigo da empresa, sua produção supera os mil quilos por dia. Ele é feito em tachos a vácuo, em que são adicionados os ingredientes. Em seguida, o doce passa por um processo de resfriamento, o que garante sua característica, até ser cortado e embalado.

#2. QUANTOS LITROS DE LEITE SÃO PROCESSADOS MENSALMENTE?

A empresa capta uma média de 130 mil litros por mês. Após passar por análises ao chegar no laticínio, a matéria-prima é transferida do caminhão para tanques resfriados, de onde segue para a linha de produção.

#3. QUAL O DESTINO DO EXCEDENTE?

É vendido para outros laticínios da região. A sobra também costuma ser a deixa para a criação de novos produtos, como foi o caso do queijo.

#4. COMO A EMPRESA ACOMPANHA AS MUDANÇAS DO SETOR?

A Gotas de Leite enxerga o investimento em pesquisa como um importante aliado na atualização, tanto em relação ao mercado quanto para detectar novos interesses por parte dos clientes.

#5. ALÉM DA LOJA, HÁ OUTRAS FORMAS DE ACESSO A TODA LINHA DISPONÍVEL?

A venda pela internet vem registrando crescimento e tem sido uma ferramenta importante para atender clientes de fora. >>

ENTENDA O RÓTULO

Além do leite, veja outros ingredientes utilizados na fabricação do doce e suas funções

AÇÚCAR

Dá sabor doce ao produto. Quanto mais açúcar, maior rendimento. No entanto, a adição exagerada desse item pode formar cristais.

BICARBONATO DE SÓDIO

Garante estabilidade térmica ao leite e cor ao doce. Quanto maior a quantidade dessa substância na receita, mais escuro ficará o doce de leite.

CITRATO DE SÓDIO

Também tem a função de conferir estabilidade térmica ao leite.

AMIDO

Aumenta o rendimento de fabricação e retarda a cristalização.

SOBREMESA TÍPICA LATINO-AMERICANA

O doce de leite é tradicional na América Latina, sendo bastante consumido no Brasil e na Argentina, entre outros países do continente. A principal diferença não está no sabor ou na qualidade, mas no modelo de negócio. Enquanto aqui os pequenos produtores são maioria, no país vizinho o setor é dominado por indústrias, o que faz da Argentina o maior produtor mundial: cerca de 100 mil toneladas anuais. Já no Brasil, a produção gira em torno de 35 mil toneladas/ano.

As especificidades do doce de leite estão previstas no regulamento técnico fixado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. A norma classifica a sobremesa como o derivado obtido por concentração e ação do calor à pressão normal ou reduzida do leite ou leite reconstituído, com ou sem adição de sólidos de origem láctea e/ou creme, entre outras características.

Para cada cem litros de leite, há, no máximo, 30% de sacarose (açúcar e glicose). No caso específico do Pingo de Leite, são acrescentados ainda o amido e o sorbato de potássio, todos em dosagens específicas. Já produtos com adição de gordura vegetal hidrogenada ou soro de leite são denominados fondant ou sobremesa láctea, entre outras variações.



“

PROCURAMOS SEGUIR A FÓRMULA À RISCA, PORÉM, USAMOS LEITE IN NATURA EM VEZ DO TIPO EM PÓ

Edmundo Dias Filho,

diretor de produção

imprimindo de vez a característica familiar que marca o negócio. A empresa não divulga dados sobre faturamento, mas, desde 2009, os negócios vêm registrando um crescimento anual que varia entre 10% e 15%.

Nesse meio tempo, a Gotas de Leite passou a diversificar seu mix de produtos. O restante da matéria-prima não é desperdiçado. Ele vai para a produção de leite pasteurizado em saquinho, queijo minas e ricota. A outra parcela é utilizada nas variações de doce de leite, como as versões em tablete, a pastosa e as específicas para dieta com restrição a açúcares.

Ao contrário do Pingo de Leite, que está presente em aproximadamente dez Estados e tem São Paulo como o maior consumidor, os novos produtos ainda são comercializados apenas na região de Avaré. Já a “menina dos olhos” da empresa pode ser encontrada em redes como Pão de Açúcar, Carrefour e Frango Assado e postos da rede Graal.

O interesse é tão grande que a loja situada na empresa virou ponto turístico oficial, uma espécie de templo do sabor que não fica de fora do roteiro de quem visita Avaré.

EXPANSÃO

Com o sucesso consolidado, agora a Gotas de Leite pretende expandir o negócio. Uma das estratégias é colocar em ação mais representantes e afinar a relação com distribuidores,

tudo com o objetivo de difundir a marca Pingo de Leite e fidelizar novos clientes na Região Nordeste, por exemplo, onde o produto já chega, mas ainda com pouca expressividade.

No ano passado, a empresa criou uma nova marca, a Yoot, com o propósito de enfrentar a concorrência. A linha disponibiliza variações de fondant de leite, incluindo a versão Pingo de Leite e a em pasta. “Os produtos são feitos com leite em pó, portanto, mais competitivos. O foco é o consumidor que busca economia, mas sem abrir mão do sabor”, explica Dias Filho. Outra ideia já em execução é a fabricação de uma bebida láctea que deve incrementar a lista de produtos disponíveis ainda em 2017.

O passo mais ousado, porém, vai em direção ao mercado externo. A proposta é exportar para países do Mercosul já neste ano. O fato de a empresa seguir os padrões do Serviço de Inspeção Federal (SIF), órgão fiscalizador de produtos de origem animal, faz com que ela esteja apta a dar início à internacionalização, restando apenas concluir formalidades burocráticas.

Apesar de olhar além do próprio quintal, a Gotas de Leite não esconde o desejo de preservar as raízes. As embalagens dos produtos, por exemplo, levam em destaque a inscrição “produzido em Avaré”. “Pretendemos continuar essa tradição. A família toda nasceu na cidade e a gente tem muito orgulho ter sido criado aqui”, conclui o diretor de produção.

• UM DIA NO... •

MUSEU DO CAFÉ

INAUGURADO EM 1922, PRÉDIO HISTÓRICO ONDE FUNCIONAVA A BOLSA OFICIAL DE CAFÉ EM SANTOS (SP) ABRIGA MUSEU COM A HISTÓRIA DO GRÃO QUE CHEGOU A SER A BASE DA ECONOMIA NACIONAL. IMPONÊNCIA ARQUITETÔNICA E ACERVO EVIDENCIAM A RELAÇÃO DO CAFÉ COM OS DESENVOLVIMENTOS SOCIOECONÔMICO E CULTURAL DO PAÍS

texto ANA MARIA RIBEIRO • fotos CHRISTIAN PARENTE



VISITAR O MUSEU DO CAFÉ no centro histórico de Santos (SP) é um passeio pela história do grão consumido diariamente nos lares e estabelecimentos comerciais brasileiros. Objetos e documentos que compõem o acervo mostram a relação entre a cafeicultura e os desenvolvimentos socioeconômico e cultural do País. O chamado “ciclo do café” perdurou entre o fim do século 18 até a crise de 1929, quando o mercado sofreu forte queda. Não por acaso, o século 19 ficou marcado pelo poderio da aristocracia cafeeira.

No prédio datado de 1922 funcionava a Bolsa Oficial de Café, onde as operações cafeeiras eram centralizadas. Segundo a organização do museu, estima-se que a inauguração tenha sido parte das comemorações do centenário da independência do Brasil. Porta de saída da maior riqueza de São Paulo à época, Santos edificou com luxo o que a elite cafeeira paulista desejava mostrar aos demais Estados brasileiros. “O palácio foi construí-

do para ostentar o poderio do café naquela época”, conta a responsável pelo núcleo educativo do museu, Neiva Mota. Com estilo arquitetônico eclético, foi uma das principais obras do período. Sua suntuosidade, a qualidade do material utilizado na construção e a riqueza de detalhes da decoração ajudam a compreender a importância do palácio na época áurea do mercado cafeeiro.

Após ficar desativado por um período, o prédio foi restaurado e, em 1998, passou a abrigar o Museu do Café, vinculado à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo. Em 2009, o edifício foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

Uma das principais atrações é o Salão do Pregão, onde ocorriam as negociações mediadas por corretores oficiais. No auge de seu funcionamento, comerciantes de café vinham de trem de São Paulo para negociar as cotações diárias das sacas do produto. As compras eram formalizadas em um quadro-negro. Imponen-



O PREPARO DE UM BOM CAFEZINHO

Aos amantes da bebida mais tradicional do mundo, o Museu do Café oferece um espaço especial: o Centro de Preparação de Café (CPC). Lá, é possível ampliar o conhecimento sobre o grão e a sua forma de preparo. A programação do CPC inclui oficinas, palestras, degustações e curso de barista. Durante as degustações, que acontecem aos sábados e domingos, o visitante tem a oportunidade de experimentar três tipos da bebida. Também conhece as características e peculiaridades dos grãos, as diferenças entre os cafés tradicionais, superiores e gourmet e dicas para obter qualidade ao fazer o café em casa. “A ideia é mostrar o que existe por trás de cada xícara de café”, afirma o barista Hallyson Ramos, que atua na área há mais de dez anos. Com o objetivo de capacitar profissionais especializados, o CPC realiza mensalmente a Semana de Formação de Barista.



SALÃO DO PREGÃO, ONDE OCORRIAM AS NEGOCIAÇÕES, TEM PISO DE MÁRMORE E O VITRAL A EPOPEIA DOS BANDEIRANTES, OBRA COM MAIS DE 90 ANOS

te, a grande sala dispõe de piso de mármore. Em seu teto estão cúpulas ornamentadas e o vitral *A epopeia dos bandeirantes*, obra com mais de 90 anos. Três painéis retratam a história de Santos. O maior deles, que ocupa uma parede inteira, mostra a fundação da cidade; e os dois menores, o Porto. As quatro obras foram idealizadas pelo pintor paulista Benedito Calixto. “São 154 peças de mobiliário, entre elas 81 cadeiras, nas quais sentavam corretores, síndicos, presidente e membros da direção da Bolsa”, diz a historiadora e educadora do museu, Mariana Gama Cardoso Camilato. Os pregões ocorreram entre 1922 e o fim da década de 1950.

A história do café também é contada por meio de exposições. Durante a visita de **Comércio & Serviços**, estava em cartaz a mostra *Café, patrimônio cultural do Brasil: ciência, história e arte*. Imagens, vídeos e mapas contextualizam as particularidades da produção e do comércio do grão ao longo da história até os dias atuais. Segundo a organização, mais de 95 mil pessoas visitaram o museu em 2016.

Um acervo com cerca de 3 mil títulos sobre a história do café também está disponível no Centro de Preservação, Pesquisa e Referência do museu. “O visitante tem acesso gratuito a obras raras dos séculos 17 e 18”, conta a bibliotecária Elis Granado Ferreira. Além de conhecer a trajetória do grão que chegou a ser a base da economia nacional, é possível saborear o produto na cafeteria, em que 9 mil xícaras de café são vendidas por mês. Ali, diversas opções de bebidas são oferecidas utilizando o café e uma variedade de grãos produzidos em diferentes regiões do Brasil, que podem ser apreciados na hora ou levados para a casa.

Em janeiro deste ano, o Museu do Café completou 19 anos de existência e se consolidou como um dos pontos turísticos mais visitados de Santos, recebendo em média 8 mil pessoas por mês. O museu possui ainda o Núcleo Educativo, que desenvolve atividades direcionadas a cada tipo de público por meio de seis programas: Núcleo de Construção de Saberes – Blend, para profissionais que atuam na área de preservação e valorização do patrimônio cultural; Identidades, voltado a pessoas em situação de vulnerabilidade social; Núcleo de Integração Setorial (Nise), a funcionários do museu; Semeando, focado no público infantil; Ser, para pessoas com deficiência; e Vovôs do Café, que atende pessoas com idade acima de 60 anos.

O Museu fica à Rua XV de Novembro, 95, no centro de Santos, e funciona de terça a sábado, das 9h às 17h; e aos domingos, das 10h às 17h. Outras informações estão disponíveis no site <http://www.museudocafe.org.br/>. —



NÚMEROS DO CAFÉ

51,37 milhões de sacas de 60 quilos foram produzidas pelo Brasil em 2016.

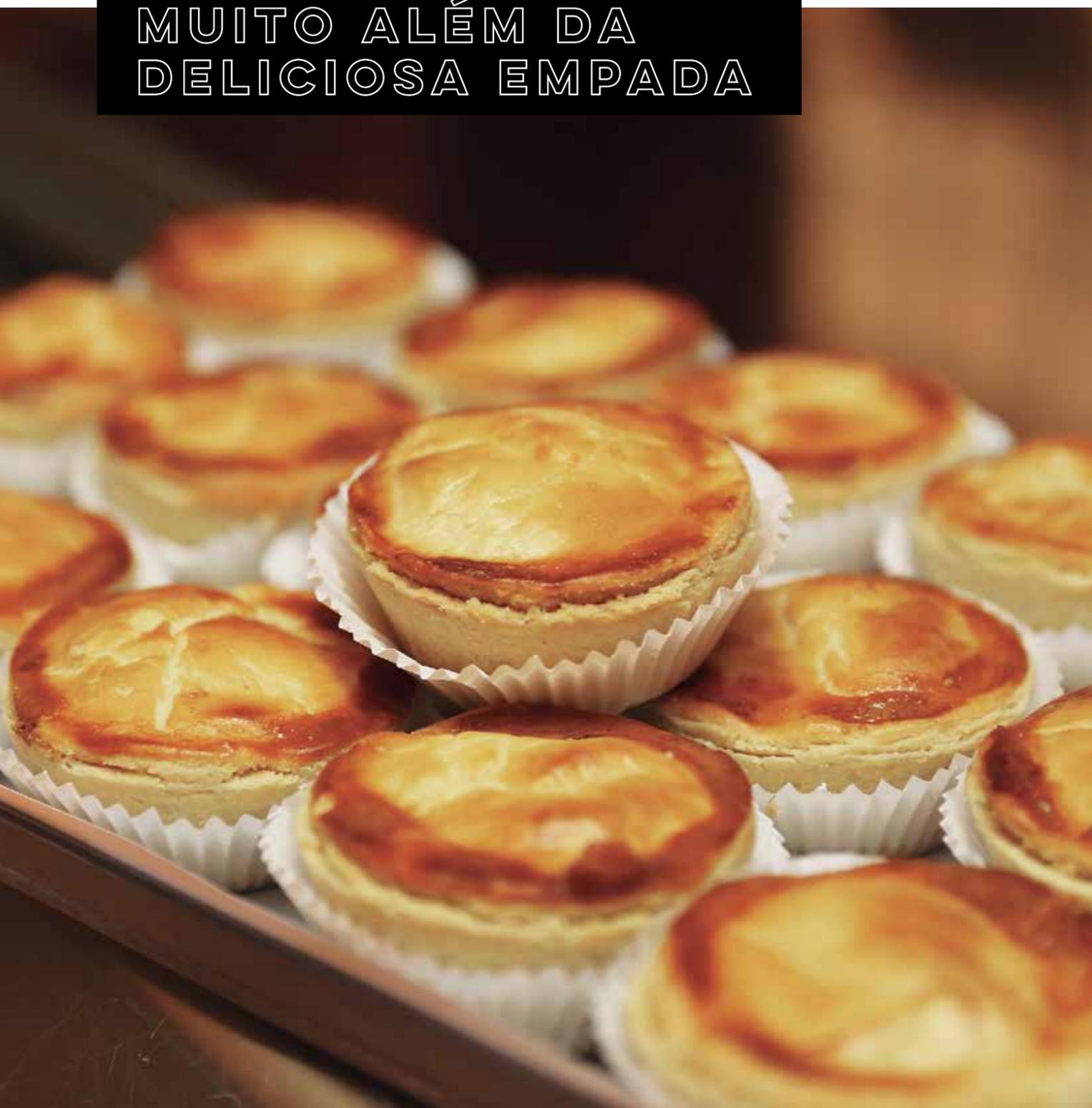
2,22 milhões de hectares é o tamanho do parque cafeeiro brasileiro.

30% é a fatia do Brasil no mercado internacional do café.

15 Estados têm lavouras cafeeiras.

84,4% da produção é de café arábica e **15,6%** de café conilon.

MUITO ALÉM DA DELICIOSA EMPADA



texto PATRÍCIA RIBEIRO • fotos LEO BARRILANI/PERSPECTIVA

Em 2013, a **Casa Godinho** foi o primeiro estabelecimento a ser declarado patrimônio imaterial de São Paulo pelo Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico (Conpres), por ambiente, atendimento personalizado e memória afetiva que traz aos paulistanos. Com 129 anos de vida, já teve clientes ilustres como Adhemar de Barros e Jânio Quadros

NO LIVRO *Casa Godinho, um lugar de memória na cidade de São Paulo*, lançado em 2016, a historiadora Silvia Bianchi escreve: “Ali, a memória se cristaliza e se refugia. Conclui-se que a cidade e o comércio estão unidos num só propósito, o de receber bem o paulistano”.

De fato, ao entrar na loja, os clientes são remetidos ao passado. O atendimento cordial é sempre igual, assim como as prateleiras de imbuia, balcões, pisos e ornamento dos forros são os mesmos desde a inauguração. Muitos paulistanos conhecem a loja desde criança, levados por seus pais ou avós. No passado visitada por personalidades como os políticos Adhemar de Barros e Jânio Quadros, hoje a mercearia é procurada por anônimos em busca da deliciosa empada e dos pães e doces.

© CALOTE DO CHATÔ

Dono do *Diários Associados*, Assis Chateaubriand era um dos clientes ilustres. Sobre ele, o cronista Rubem Braga descobriu algo curioso ao fazer uma reportagem sobre um condomínio de luxo pertencente ao dono da Casa Godinho: “... soube que um dia o Chateaubriand encostou um caminhão do jornal na porta da tal mercearia, mandou encher de caixas de champanhe francês e entregar na casa de uma mulher. Mas ele simplesmente não pagou a conta. E depois convenceram o dono da mercearia a lotear um terreno que ele tinha – o jornal pagaria a conta da bebida com reportagens sobre o tal condomínio”.



Fonte: *Cem quilos de ouro*, Fernando Morais



PINGUE-PONGUE

Miguel Romano,
sócio da Casa Godinho

QUAL É O CARRO-CHEFE DA CASA GODINHO?

O bacalhau foi e é até hoje o carro-chefe do empório. Trabalhamos com o tipo *Gadus morhua*, chamado de “verdadeiro bacalhau da Noruega”. Entretanto, como é um produto sazonal mais procurado no Natal e na Páscoa, tivemos a necessidade de diversificar. Na década de 2000, instalamos uma delicatessen e, com isso, passamos a vender salgados. A empada se tornou o principal produto. O segredo da receita é a massa leve e suave, que desmancha na boca, e o recheio cremoso com molho bechamel e pedaços generosos de palmito e camarões inteiros. Foi eleita a melhor empada da cidade pela revista *Veja São Paulo*.

COMO A CASA GODINHO SOBREVIVEU A TANTAS MUDANÇAS E CRISES?

Passamos por um período de queda de movimento, principalmente nas décadas de 1980 e 1990, quando o centro entrou em declínio e a clientela de alto poder aquisitivo diminuiu. Para atrair novos clientes, resolvi montar uma minipadaria e passei a vender salgados, frios, embutidos e pães. Isso acabou trazendo novos frequentadores para o empório, pessoas que tinham receio de entrar porque

achavam o lugar caro. Essa mudança deu um novo fôlego à loja. Tivemos de contratar novos funcionários para atender à demanda. De seis, passei a ter 20 funcionários.

QUANTOS CLIENTES A CASA GODINHO RECEBE POR MÊS?

Temos, em média, 600 clientes por dia, 12 a 13 mil pessoas por mês e em dezembro chega a 15 mil. O pico do movimento é pela manhã, quando os clientes compram os pães a partir das sete horas, e na hora do almoço, quando vêm comer um salgado ou um lanche.

QUAIS SÃO OS PLANOS PARA O FUTURO?

Teremos um espaço de degustação no fundo da loja, com um balcão em que serão servidos salgados, lanches e porções frias e as pessoas poderão beber uma taça de vinho ou cerveja. Vamos estender o horário até as oito horas da noite – hoje funciona até as sete. Só não posso dar uma previsão para abertura porque tudo depende da reforma do prédio, que começou em 2010 e não tem previsão para terminar.

“

O BACALHAU FOI E É ATÉ HOJE O CARRO-CHEFE DO EMPÓRIO. NO FIM DA DÉCADA DE 2000 PASSAMOS A VENDER SALGADOS, E A EMPADA SE TORNOU O PRINCIPAL PRODUTO ”

2001.....

Miguel Romano monta uma minipadaria, começa a vender pães, doces e salgados e instala um balcão refrigerado.



.....2009

O Departamento do Patrimônio Histórico da Prefeitura de São Paulo tomba os elementos arquitetônicos, decorativos e funcionais dos ambientes internos do Edifício Sampaio Moreira, incluindo a Casa Godinho (prateleiras, balcões e ornamento dos forros).



.....2013

A Casa Godinho é declarada patrimônio imaterial da Cidade de São Paulo pelo Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico (Conpresp).

.....2016

Lançamento do livro *Casa Godinho: um lugar de memória na cidade de São Paulo*, da historiadora e professora Sílvia Soler Bianchi.

1888.....

Inauguração da mercearia Casa Godinho, na Praça da Sé, pelo imigrante português José Maria Godinho.



1927.....

Abertura da filial na Rua Líbero Badaró, no recém-construído edifício Sampaio Moreira.

.....1936

A loja da Praça da Sé é fechada e tudo é transferido para o endereço da Rua Líbero Badaró.

1957.....

Endividado, o proprietário vende o empório.



1995.....

Miguel Romano entra na sociedade composta por Luiz Gonçalves da Costa, Casemiro Soares Leite, José Carlos Gonçalves Leite e Cesar Domingos Sobral Miranda.

Sinais de recuperação no comércio paulista

THIAGO FREITAS

integra a assessoria econômica da FecomercioSP

A **CRISE SOCIOECONÔMICA ATUAL** atingiu o comércio no segundo trimestre de 2014. Desde então, o setor começou a registrar perdas consecutivas no nível de atividade. A deterioração dos preços dos insumos desencadeou o processo de alta na taxa de juros. A instabilidade política de 2016 e o desfecho do impeachment só fizeram aumentar o desequilíbrio macroeconômico já em curso, e as consequências foram devastadoras para a renda, o emprego e a confiança dos consumidores e empresários.

Definitivamente, 2017 começou melhor do que 2016. Apesar do desempenho muito fraco dos últimos meses e da reavaliação das projeções para baixo, as apostas giram em torno de um crescimento do produto interno bruto (PIB) de 0,5% a 1%, enquanto que no ano passado, na mesma época, já se falava em -3% a -4%, o que se concretizou, de fato. Nada está se sobressaindo como espetacular, mas todas as projeções são razoavelmente positivas.

Segundo os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), as demissões tradicionais de janeiro ocorreram em

proporções muito menores do que no ano passado. Os dados de fevereiro já mostram que as admissões foram maiores que os desligamentos. Já existem evidências adicionais que completam essa visão um pouco mais positiva para 2017, como o desempenho do setor externo e a alta dos preços de commodities, além dos dados de indústria, inflação, juros e setor agrícola e o aumento das vendas de veículos em março e a melhora na confiança de consumidores e empresários. Esses dados ainda não são exuberantes, mas indicam que realmente existe um processo de recuperação em curso.

O modelo preditivo criado e utilizado pela FecomercioSP já aponta, para 2017, uma taxa de crescimento entre 2% e 4% nas vendas do comércio para o Estado de São Paulo. A queda dos juros e a redução da inflação acabam colaborando de forma prática e imprescindível para justificar a melhora observada. Durante os períodos de queda da inflação, o sistema de correção dos salários indexado tradicionalmente por índices passados maiores do que os presentes acabam gerando um ganho real no poder de compra, decisivo para a percepção de melhoria da capacidade de consumo das famílias.

A retomada da confiança continua sendo o principal elemento de sustentação da perspectiva mais otimista para 2017. Tudo leva a crer que os indicadores de confiança voltem a crescer de forma mais consistente a partir do segundo trimestre. Quanto mais rápida for a implementação das necessárias reformas estruturais e, por consequência, o aumento da confiança na governabilidade, o ritmo das vendas poderá ser acelerado.

O SENAC SÃO PAULO É REFERÊNCIA NA FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS DA SAÚDE.

Mais de **70 mil alunos** da área de saúde frequentam anualmente o Senac, sendo que **28 mil** têm seu ingresso garantido gratuitamente pelo **programa de bolsas de estudo**.

O Senac conta com **mais de 230 cursos na área de saúde**, desde a formação inicial até a pós-graduação, que proporcionam o melhor caminho para o desenvolvimento profissional, e concede descontos especiais de **30% e 40% nos cursos livres e técnicos**. Além disso, o Senac é parceiro educacional das empresas no **programa de aprendizagem profissional**.

Conheça nosso programa de bolsas em **www.sp.senac.br/bolsasdeestudo**.

Venha fazer a sua história com o Senac. Saiba mais em **www.sp.senac.br/saude**.



APRENDIZADO E CONHECIMENTO PARA SEMPRE.

VISTO POR MAIS DE 500 MIL PESSOAS EM TODO O MUNDO!

Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo e Secretaria da Cultura apresentam

CARMO
DALLA VECCHIA

VANESSA
GERBELLI

FRED
SILVEIRA

MARCOS
TUMURA

MARYA
BRAVO

PAULA
CAPOVILLA

Direção

JARBAS HOMEM DE MELLO

Supervisão artística

HENRIQUE BENJAMIN

Direção musical e Piano

MIGUEL BRIAMONTE



Forever Young

de ERIC GEDEON

COMO
VOCÊ ESTARÁ
EM 2050?



COMPRA
INGRESSOS

INFORMAÇÕES E VENDAS
11 2626.5282
compreingressos.com

CURTA TEMPORADA

SEXTA A DOMINGO

TEATRO RAUL CORTEZ

NÃO INDICADO PARA MENORES DE 10 ANOS



FECOMERCÍO SP

Apoio

PAN Seguros
Seguro, você vai mais longe.

PAN Corretora de Seguros

Promoção



Transportadora
Oficial

Avianca
A PARTIR DE R\$ 199,90

Realização **tricycle**

Coisas Nossas
produções

Benjamin
produções



Ministério da
Cultura



10