Telmo Ximenes

Negócios & Cia

Flávio Resende
flavioresende@gmail.com

Entrevista

Júlio Cesar Castro Ferreira

Tudo sobre educação num só lugar

Formado em Administração, carioca de nascimento, capixaba de coração e brasiliense por opção. Esse é um pouco do perfil do administrador Júlio Cesar Castro Ferreira, vice-presidente do Sistema Internacional Aberto de Tecnologia Educacional (SIATE), empresa especializada em desenvolvimento de novas tecnologias e metodologias na área educacional, criada em 2001. A ideia de criar o SIATE partiu do presidente e empreendedor Nildo Ferreira, que além de sugerir o nome, idealizou uma empresa focada em pesquisar, desenvolver e apresentar para o mercado soluções tecnológicas relacionadas à educação. Desde 2007, o empresário dedica-se à área educacional, sempre focado na área administrativa e diretiva das instituições. Agora, está em fase de preparação para lançar mais um serviço inovador: o site EduBrazuca. Desenvolvido pelo SIATE, o objetivo da plataforma é facilitar o fluxo de informações sobre os cursos oferecidos no mercado, disponibilizar ferramentas que facilitem a utilização de tecnologias educacionais relacionadas à internet e contribuir para a adesão da comunidade acadêmica em geral deste novo paradigma digital. Em entrevista ao DF Goiás, Júlio Cesar fala sobre suas expectativas com o novo portal e desmistifica a ideia de que as mídias sociais servem apenas como portais de relacionamentos pessoais.

Divulgação

DF Goiás - Qual a sua expectativa em relação à chegada do EduBrazuca?

Júlio Cesar Castro Ferreira - Que o site sirva como um canal de busca especializada para cursos e conteúdos de todas as modalidades e níveis, formação de rede social para contatos educacionais e compartilhamento de conhecimento, além de oferecer para usuários, empresas e instituições de ensino ferramentas, produtos e serviços que viabilizem a usabilidade e aplicação de tecnologias educacionais baseadas na internet.

DF Goiás - Em sua opinião, quais são as principais mazelas da Educação no País?

JC - As mazelas são muitas e largamente conhecidas por todos. Porém, citaria as principais dificuldades do setor na utilização de novas tecnologias, especialmente relacionadas à internet, que é o principal foco do projeto EduBrazuca. Os idealizadores deste projeto acreditam que a adesão mais efetiva, por parte das instituições de ensino - das ferramentas que a internet disponibiliza com finalidades educacionais - pode contribuir substancialmente para a qualidade da educação oferecida.

DF Goiás – O site EduBrazuca pretende atingir um sem números de pessoas, dada a facilidade que todos terão para acessar os serviços e produtos da plataforma. Qual foi o investimento para trazer este conceito inovador?

JC – Investimos cerca de R$ 30 milhões. Nossa expectativa é atingir 10 milhões de usuários em seis meses. É importante esclarecer que não pretendemos competir com outros sites, como Linkedin, Facebook ou Google+, afinal, nosso foco é outro.

DF Goiás - O site EduBrazuca funcionará com uma rede social educacional. As pessoas têm uma ideia de que as redes sociais servem apenas como sites de relacionamentos. Como vocês pretendem desmistificar essa ideia?

JC - O EduBrazuca terá características de rede social, além da principal ferramenta que é a busca especializada de cursos. Sem dúvida, o foco inicial das redes sociais são os relacionamentos pessoais, como é o caso do Facebook, Orkut e Google+. Porém, surge uma tendência no mercado que é a criação de redes sociais com focos mais específicos, como por exemplo, o Linkedin, que consagrou-se como uma rede social focada em network, e o YouTube, que se tornou uma rede social de compartilhamento de vídeos. O foco do Edubrazuca serão as relações educacionais. No site será possível adicionar contatos com interesses educacionais similares, favoritar e indicar cursos e instituições, publicar conteúdos, gerar comunidades, sem perder a integração com as outras redes sociais mais voltadas para os relacionamentos pessoais. Os internautas ainda poderão obter informações do que estão falando sobre um curso ou instituição, tudo reunido em um único local, e também omitir opiniões que serão refletidas nas outras redes sociais. Essa desmistificação já está acontecendo naturalmente, e acredito que o grande segredo é integrar as redes nos seus mais variados objetivos.

Edubrazuca - www.edubrazuca.com.br

Agenda

A 14ª edição do Bazar Extra Chique já tem data marcada. Será de 22 a 25 de setembro, no Centro Comercial Gilberto Salomão. As organizadoras do evento Rejane Castilho e Karla Rosa, da Empório R e K, contam que será uma edição pocket, com espaço para apenas 50 estandes. "Tradicionalmente são dois bazares por ano, um em abril e outro em dezembro. Em 2011, por uma necessidade do mercado e do público consumidor, ampliamos e realizaremos uma edição a mais. E pelo sucesso que foi a primeira, certamente as próximas serão ainda melhores", explicam. Em seu sétimo ano, o evento já é uma tradição na capital federal e se consagrou como o 3º maior Bazar do Brasil. "O mercado de moda do DF está em expansão e o seu faturamento anual é de R$ 600 milhões. Constamos isso na prática. Na última edição do Bazar, em abril deste ano, as vendas cresceram 35% e o número de consumidores que freqüentam o evento aumentou em 20%, comparados com a mesma data de 2010", finalizam elas.

***

Acontece em Brasília, de 8 a 10 de novembro, a segunda edição do Confrebras – Congresso Brasileiro de Bebida. Os participantes terão voz e voto nas discussões de temas como: compartilhamento de garrafas entre os fabricantes de bebidas, a concorrência de mercado e a tributação do setor, entre outros. "O objetivo das deliberações, por meio de moções, é que os fabricantes, fornecedores e estudiosos do setor reconheçam as necessidades dos pequenos e médios fabricantes e definam, por meio de votação aberta, os novos rumos para o mercado de bebidas brasileiro", informa o presidente da Afrebras – Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil, Fernando Rodrigues de Bairros. O Congresso Brasileiro de Bebidas é um evento bienal que se realiza desde 2005 e, nesta 2ª edição possibilitará que a sociedade tenha uma percepção real desse ramo da economia brasileira que possui sérias dificuldades.

***

Acontece de 21 a 25 de setembro, no Expo Center Norte, em São Paulo, a Expomusic 2011 – 28ª Feira Internacional da Música, Instrumentos Musicais, Áudio, Iluminação e Acessórios, maior evento do gênero na América Latina. Promovido pela Francal Feiras em parceria com a Associação Brasileira da Música (Abemúsica), o evento reúne 200 expositores de instrumentos musicais, acessórios, som profissional e iluminação, distribuídos por 34 mil m2 de área. Na oportunidade, serão apresentadas novidades em instrumentos musicais, acessórios, som profissional, edições musicais e estruturas de palco e iluminação, além de extensa agenda de shows, workshops e tarde de autógrafos com músicos renomados. Nos dias 21 e 22, o acesso ao evento é exclusivo para profissionais do setor com convite ou crachá. Já nos dias 23, 24 e 25, a Expomusic abre para o público em geral com bilheteria. De Brasília, participa a Condor Music.

Dica de Leitura

CURSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR

Tentando diminuir as dificuldades dos estudantes de Direito no que diz respeito às leis dos consumidores, a Editora Campus/Elsevier lança o livro Curso de Direito do Consumidor. A obra de Fabiano Del Masso apresenta ao leitor um texto de fácil entendimento, que tem por finalidade analisar o programa completo dessa disciplina. O autor discute tanto as questões de direito material, quanto as leis de direito processual que tratam da defesa do consumidor em juízo. O título também traz uma compilação dos textos legais, além de opiniões doutrinárias e dos julgados mais relevantes sobre o tema. Com 14 capítulos, o livro aborda diversos temas. Entre os mais importantes destacam-se "proteção constitucional do consumidor"; a "liberdade de consumir e sociedade de consumo"; "política nacional das relações de consumo"; "Direito básico do consumidor"; "qualidade de produtos e serviços, prevenção e reparos de danos"; "práticas comerciais e contratuais"; e "sanções administrativas". O último capítulo fala das relações de consumo específicas, além do tratamento legal e jurisprudencial, como as defesas do consumidor, do transporte aéreo e do torcedor. O advogado e professor analisa ainda os contratos bancários.

Serviço:
Título: Curso de Direito do Consumidor
Autora: Fabiano Del Masso
Editora: Campus/Elsevier
Páginas: 392
Preço sugerido: R$ 89,00

Disseram por aí

"A redução da taxa básica (SELIC) anunciada dia 31 de agosto pelo Banco Central de 12,50% ao ano para 12,00% ao ano terá um efeito muito pequeno nas operações de crédito. Este fato ocorre uma vez que existe um deslocamento muito grande entre a taxa Selic e as taxas cobradas ao consumidor, que na média da pessoa física atingem 121,21% ao ano, provocando uma variação de mais de 800,00% entre as duas pontas".

Miguel José Ribeiro de Oliveira
Vice-presidente da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (Anefac)

CURTAS

Seguros Unimed abre 27º escritório

A Seguros Unimed acaba de abrir o seu 27º escritório regional em Brasília. Nos últimos anos, tem sido expressivo o crescimento do mercado brasileiro de seguros, previdência complementar aberta e capitalização. De acordo com as organizações do setor, a tendência continua a ser de expansão. Nos mercados de países desenvolvidos, a arrecadação anual de prêmios se situa próxima aos 10% dos PIBs. O Brasil, com os atuais 3,5%, tem, portanto, largo espaço de crescimento. A sede fica instalada na SEPS 702/902, conj. B Bloco A, térreo, Edifício General Alencastro - Asa Sul. O telefone de contato é: (61) 3323-1616.

Luziânia terá shopping center

Luziânia (GO) ganha o seu primeiro shopping center: o Luziânia Shopping. Vantuil Guimarães Junior, diretor da Suporte Engenharia, empresa responsável pelo empreendimento, afirma que a idealização do centro de compras surgiu da necessidade do mercado. Com uma estrutura moderna e completa, o shopping de Luziânia contará com salas de cinema, lojas, praça de alimentação e estacionamento.

Taj Mahal em Formosa

O Residencial Taj Mahal será o primeiro complexo habitacional em formato de condomínio de Formosa (GO). O empreendimento, da MGarzon Eugenio, conta com apartamentos de três (variando de 128 a 139 m2, com suíte) e quatro quartos (de 174 a 176 m2. também com suíte). Há ainda unidades no formato duplex de quatro quartos, que chegam a 356 metros quadrados.

Empreendimento do DF ganha prêmio nacional

Divulgação

O sonho de morar, trabalhar e ainda fazer compras em um só local vai se tornar realidade. São apartamentos, salas comerciais e ainda um shopping com muitas lojas. O projeto imobiliário DF Century Plaza, realizado pelas Brookfield e Mirante Incorporações, com vendas pela MGarzon, traz como proposta principal aliar as necessidades dos clientes em uma única unidade. Motivos que fizeram da Mirante Incorporações ganhadora do Prêmio Master Imobiliário 2011 na categoria "Profissional - Comercialização", pelo inovador empreendimento. A cerimônia de entrega da premiação vai ser dia 21 de setembro, em São Paulo. Um dos diretores da Mirante, Glauco Oliveira Santana, conta que o prêmio é resultado de um trabalho em equipe e que demandou esforços de todos os envolvidos para a criação do projeto. "Recebemos a notícia com muito entusiasmo e com a sensação de dever cumprido. O nosso maior desafio, desde o início, foi encontrar um terreno para implantar o conceito de mixed use na sua plenitude. A nossa intenção era fazer um empreendimento diferente, inovador e que fosse um marco para Brasília", comemora.

Ferragens Pinheiro comemora jubileu de ouro

Telmo Ximenes

Para comemorar em grande estilo os 50 anos de história da empresa familiar Ferragens Pinheiro, no dia 24 de setembro, será realizado um evento especial, aberto ao público, para comemorar o seu "Jubileu de Ouro", com a reinauguração da loja em Taguatinga. A empresa, que nasceu junto com Brasília oferecendo boa parte do material para a construção da capital, hoje traz um novo conceito em modernidade das instalações e dinamismo com agilidade no atendimento. O evento marca a trajetória de um longo período em fornecimento de um vasto mix de produtos da área de aço para a construção civil. O cliente consegue encontrar desde telas, arames e chapas dobradas e lisas até artigos de serralheria e agropecuária. Hoje, a empresa é considerada o empreendimento com o maior estoque de ferragens do Distrito Federal. Além disso, o cliente pode pedir o produto sob medida, que é feito por meio de um sistema computadorizado de corte.

Cartão: preferência da maioria

De acordo com uma pesquisa feita pela Visa do Brasil, o cartão de débito já superou o dinheiro como forma de pagamento preferida dos consumidores brasilienses nas compras entre R$ 51 e R$ 200. O estudo, realizado para conhecer o perfil e os hábitos dos usuários de cartão de débito no país, mostra que 79% população bancarizada de Brasília possui apenas um cartão de débito, e 54% deles utilizam-no pelo menos uma vez por semana. O estudo identificou que farmácias e supermercados são os segmentos em que mais se usa cartão de débito para o pagamento de despesas em Brasília, com 37% e 35%. Outros setores, como salões de beleza e mercearias os pagamentos feitos em dinheiro são a maioria com 63% e 55%, respectivamente, mostrando que há um importante potencial de migração de pagamentos com papel para pagamentos eletrônicos.

Bolota Doce no Terraço

Divulgação

Para adoçar ainda mais o paladar do brasiliense, as empresárias Laura Vicuña e Márcia Corrêa inauguraram a quarta operação do Bolota Doce, dessa vez no Terraço Shopping. Localizado em frente aos Cinemas, o quiosque de 6 metros quadrados, assinado pela arquiteta Enilda Goetza, oferece uma variedade de 120 produtos entre balas nacionais e importadas, cítricas, gelatinosas, além de chocolates, marshmallows e belos balões metalizados e inflados com gás hélio. A grife de gostosuras também agregou ao mix balas em formatos divertidos como sapos, aranhas, ratinhos e cobrinhas (R$ 7,50 cada cem gramas), que fazem o maior sucesso. A sócia Márcia Corrêa disse que foi feito um investimento de R$ 80 mil, mas está bem otimista " Nossa expectativa é de que a rede venda R$ 600 mil ao mês em 2013", ressalta Corrêa.