

R E V I S T A

EMPRESAS, NEGÓCIOS, TURISMO

& Cia.

CNPA
comunicação e eventos

Quick's
comunicação



Pequenas com
padrão de grandes

*Small but with big
company's standards*

*Galeto al primo canto,
típico prato caxiense*

*Al primo canto chicken,
a typical Caxiense dish*



Venha fazer parte da MICROEMPRA, a maior entidade representativa de Micro e Pequenas Empresas na Serra Gaúcha



A MICROEMPRA nasceu em 1984 com o objetivo de congregar, defender, e apoiar as empresas de pequeno porte da região nordeste do Rio Grande do Sul. Atualmente a entidade representa mais de 1,5 mil Micro e Pequenas Empresas, oferecendo serviços que auxiliam no desenvolvimento de ações de gestão.

Convênios

Este serviço favorece o suporte para o gerenciamento da gestão empresarial que envolve planos de saúde, saúde ocupacional, assessorias jurídica, financeira, telefonia, cursos entre outros.

Eventos

Com o intuito de aproximar o associado da Entidade e promover a troca de experiências e informações, a MICROEMPRA realiza atividades como o ciclo de palestras Prazer em Conhecer, evento que além de oferecer informações de qualidade por meio de temas focados no interesse do empresário, estimula o networking entre os participantes. Outros eventos realizados também com o caráter de valorização ao associado são: Mostra do Mobiliário, Troféu Empreendedorismo Feminino, Dia do Associado e o Happy Hour com os novos associados.

Educação continuada

O conhecimento como uma ferramenta para alavancar e projetar negócios. Com esta preocupação, a MICROEMPRA oferece cursos alinhados com os avanços do mercado, oferecendo informações estratégicas e práticas. Os cursos são realizados em parceria com Instituições de Ensino chanceladas pelo Ministério de Educação e Cultura (MEC), como a Universidade de Caxias do Sul (UCS), Faculdade da Serra Gaúcha (FSG), e Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

Ações políticas em defesa das MPE`s

A MICROEMPRA tem como objetivo principal atuar na defesa dos direitos das MPE's, através da participação ativa em congressos, fóruns e debates que representam a categoria. Atualmente, integra o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, promovido pelo Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior (MDIC), em Brasília (DF). Possui também representatividade entre entidades semelhantes no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina.



MICROEMPRA®

Associação das Empresas de Pequeno Porte da Região Nordeste do RS

Unindo pessoas, transformando negócios.

ASSOCIE-SE

Br116 - Km 148 - nº 16.000

Bairro De Lazzer - Fone (54) 3025 7532

www.microempa.com.br



@microempa

REVISTA

EMPRESAS, NEGÓCIOS, TURISMO

&Cia.

CNPA Quick

comunicação

Comercial, Assinaturas e Serviço de Atendimento ao Leitor

Quick Comunicação
e Marketing Ltda.
CNPA Comunicação
e Eventos Ltda.

Rua Garibaldi, 165 – Pio X
95080-190 – Caxias do Sul – RS
Fone 55.54.3535.7060
Fax 55.54.3535.7071
quick@quick.etc.br

Coordenação Geral

Lenize Fachini Rech

Jornalista Responsável

Roberto Hunoff (MTB 5247)
roberto.hunoff@gmail.com

Editoração eletrônica

Viviane Martins

Tradução

Fátima De Bastiani

Foto de capa

Marcos Andras

Circulação dirigida com
distribuição nacional e
no exterior, em agentes de vi-
agens, entidades públicas e
privadas e público em geral

Nota

Os trabalhos e artigos
publicados são de inteira
responsabilidade dos autores
e não refletem necessariamente
a opinião da revista.

Periodicidade trimestral

Edição 09 – Maio de 2011

Falta mais apoio

Embora as dificuldades impostas por uma estrutura oficial burocrática que impõe sacrifícios de toda a ordem, os micro e pequenos empresários do Brasil conseguem crescer e acompanhar o ritmo da economia, atuando principalmente no respaldo, por meio de serviços e produtos, para as grandes corporações. Elas são responsáveis por mais de 50% dos empregos formais e 20% do PIB do País, números que, por si só, justificam ações de apoio a este contingente.

No entanto, cada vez mais estas organizações sofrem, e até mais do que as médias e grandes, com juros altos, tributos elevados, falta de crédito para expansão, pesada carga trabalhista e informalidade, que gera uma concorrência desleal. Há, sim, que se tomar medidas de proteção a estas empresas, por meio de financiamentos menos onerosos para o desenvolvimento de produtos, melhoria da gestão e avanços tecnológicos.

Mas isto passa, necessariamente, por opção política. Os governos, em todos os seus níveis, precisam gerar mecanismos que estimulem o avanço destas empresas e gerem novos negócios.

A economia precisa de mais agentes participando para que não fique nas mãos de alguns poucos, que administram as produções de acordo com seus interesses. Com micro e pequenas empresas fortes o consumidor também se beneficia pela necessária busca da competitividade de toda a economia. Fará bem ao Brasil e sua economia que os governos tratem este empreendedor com mais carinho e atenção. O poder público, mesmo que possa parecer paradoxal, irá até mesmo aumentar as suas receitas.

Lack of actual support

In spite of the difficulties imposed by a bureaucratic official structure which demands sacrifices of all sorts, the Brazilian micro and small businesses can still grow and keep the pace with the economy, backing of the large corporations through their services and products. They are responsible for over 50% of formal jobs and for 20% of the country's GDP, figures that by themselves justify supporting actions towards those businesses. However, those organizations suffer more and more with the high interests, high taxes, lack of credit for expanding, heavy labor charges and informality, generating an unfair competition, once those problems are bigger for them than for the average-sized and large companies.

Protective measures must be taken to help those businesses by offering lower interest loans for the development of new products and the improvement of management and technologies. That, however, depends on a political choice. The government, at all levels, must generate mechanisms to stimulate the growth and generation of new businesses for those companies.

The economy needs more agents taking part in the process so that it is not just a few people who pull the strings according to their own interests. When micro and small businesses are strong, consumers will benefit because of the competitiveness of the whole economy. It will be good for Brazil and its economy when governments treat that entrepreneur with more consideration and attention. The state will even increase its revenues - to make things even better.

4 e 5 – Artigo

Onde estão
os turistas?

6 a 9 – Entrevista

Diretor da TAP revela planos
para o Rio Grande do Sul

10 a 13 – Reportagem

Os desafios diários das micro
e pequenas empresas

14 a 16 – Fornecedores

Sofisticação no transporte de
passageiros

18 a 20 – Poder Público

Caxias sediará o novo aeroporto
internacional do Estado

26 e 27 – Tradições

Galeto al primo canto,
tipicamente caxiense

28 a 33 – Agenda

Feiras de lazer e de negócios
movimentam a Serra

38 e 39 – Premiações

Primeiro ouro no mais tradicional
concurso inglês de vinhos

42 – Opinião

Os efeitos positivos e
negativos de uma informação



Patrícia Storni

Jornalista com MBA em Gestão da Comunicação Organizacional e especialização em Community Manager (gestão de redes Sociais). Está radicada em Madri (Espanha)

Onde está o turista?

Impulsionado pelo aumento da confiança e das condições econômicas, o turismo internacional se recuperou mais rápido do que o esperado dos impactos da crise financeira global e da recessão dos anos 2008 e 2009. De acordo com os dados da Organização Mundial do Turismo, esta recuperação é mais lenta em economias avançadas e mais rápida em países emergentes. Neste ano deve ser mantido o crescimento, porém em ritmo mais moderado do que o de 2010. Em todo o mundo se espera incremento na faixa de 4% a 5% no número de chegadas internacionais. Nesse cenário surge um novo tipo de turista: mais exigente, mais informado, com mais poder de decisão, mais preocupado com questões ambientais e culturais e que busca cada vez mais novas sensações.

Mas, onde está esse turista? O que fazer para atrair o viajante?

As respostas a essas perguntas passam por outra reflexão. A indústria do turismo está atravessando uma grande transformação. Com o desenvolvimento das tecnologias da informação, o protagonista não é mais o destino. O que isso quer dizer? Quer dizer que as estratégias de promoção de destinos turísticos devem considerar e respeitar as características e expectativas dos turistas e, a partir daí, desenvolver produtos que atendam essas expectativas. É necessário estudar o comportamento das pessoas e dos grupos, identificar seus desejos e oferecer mais que “produtos”, oferecer “experiências”. Há de se encontrar novas respostas para novas necessidades.

Uma das principais características do turis-

ta de hoje é que ele é “viciado” em internet e amante da tecnologia. Utiliza todos os tipos de gadgets: celulares, GPS portátil, smartphones e mp3, dentre outros. O turista, mais que nunca, é autônomo na gestão da sua viagem: busca, pesquisa, investiga, compara, exige... E, depois, publica, divide, compartilha, indica e critica através de redes sociais, blogs, fóruns e canais de TV web, dentre outras formas de comunicação. A experiência do consumo se tornou mais valiosa do que o produto consumido. Todos querem o mesmo, mas de forma diferente.

A consequência desse novo paradigma é

que os planos de promoção de destinos devem ser baseados no ciclo de vida desses novos turistas: a inspiração, o planejamento, a decisão, a vivência e o com-

A experiência do consumo se tornou mais valiosa do que o produto consumido. Todos querem o mesmo, mas de forma diferente

partilhamento. É nessa realidade fragmentada que estão as respostas. Hoje, quem determina o produto é o consumidor.

É necessário o desenvolvimento de uma identidade digital. O êxito para marcar presença na internet passa pela necessidade de ter uma página web e um canal de vídeo, estar presente nas redes sociais generalistas e especializadas e apostar pela comercialização on-line.

É fundamental planejar campanhas de marketing on-line, aplicativos para celulares, criação de blogs temáticos e desenvolvimento de conteúdo para TV web, dentre outros. Tudo o que possa envolver esse “turista internauta tecnológico”. Onde está o turista? Ele certamente está em qualquer parte do mundo, distante apenas de um clique do mouse ou de um toque na tela.

Where is the tourist?

Boosted by increasing confidence and economic conditions, international tourism has recovered faster than expected the impacts of global financial crisis and the recession of late 2008 and 2009. According to the World Tourism Organization, this recovery is slower in advanced economies and faster in developing countries. This year the growth should continue but at a slower pace than 2010. Worldwide is expected to increase in the range 4% to 5% in the number of international arrivals. In this scenario there is a new type of tourist, more demanding, more informed, more empowered, more concerned about environmental and cultural issues and increasingly seeking for new sensations.

But where are these tourists? What to do to attract them?

The answers to these questions go through a further reflection. The tourism industry is undergoing a major transformation. With the development of information technology, the protagonist is no longer the destiny. What does this mean? It means that the strategies to promote tourist destinations should consider and respect the characteristics and expectations of tourists

and, thereafter, to develop products that meet those expectations. It is necessary to study the behavior of individuals and groups, identify your needs and offer more than "products" - offer "experiences". One has to find new answers to new needs.

One of the main characteristics of the tourist today is that he is "addicted" to internet and technology lover. He uses all types of gadgets: cell phones, portable GPS, smartphones, MP3, among others. The tourist, more than ever, is autonomous in managing their travel, search, investigate, compare. And then, publish, divide, share, indicate and criticize using the social networking,

blogs, forums, channels tv web, etc.. The experience of consumption became more valuable than the product itself. Everybody wants the same, but in different ways.

The consequence of this new paradigm is that the plans for the promotion of destinations should be based on the life cycle of these new tourists: inspiration, planning, decision, and sharing the experience.

The answers will be found in this fragmented reality. Now, who determines the product is the consumer.

It is necessary to develop a digital identity. The presence in internet is guaranteed with a website and a video channel and to attend the general and specialized social networks for marketing online and e-commerce.

It is essential to plan online marketing campaigns, implement mobile applications, create thematic blogs, develop interesting content, among others. Everything that involves this "tourist internet technology."

Where is the tourist? He certainly is anywhere in the world, just a click away on the mouse or a touch screen.

Patrícia Storni

She is a journalist with an MBA degree in Organizational Communications Management and specialization as a Community Manager. She is currently living in Madrid, Spain



“Porto Alegre será a porta de entrada natural dos europeus”

Modelo A330 é usado pela companhia nas ligações brasileiras com Portugal



Revista Turismo & Negócios - Quais as motivações que levaram a TAP a idealizar um voo direto de Porto Alegre a Lisboa?

Luiz Mór - Porto Alegre era um objetivo antigo da companhia, e igual interesse existia, também, de parte das autoridades no Estado. Foi preciso considerar a longa distância até Portugal e equacionar a operação nesse quadro. A reunião que tivemos com o novo governo do Estado, em dezembro de 2010, a pedido do governador Tarso Genro, foi decisiva devido ao apoio que ele se propôs a dar para que esse voo tenha sucesso.

Turismo & Negócios - Quais as principais vantagens que este voo trará aos gaúchos?

Mór - Os gaúchos vão se beneficiar da maior conveniência e de todas as vantagens trazidas pelas ligações diretas à Europa, via Lisboa, com conexão à grande rede da TAP na Europa, de cerca de 50 destinos, e à África. Com esta nova ligação, os passageiros dispõem agora da facilidade e da comodidade de voo de Porto Alegre, com o despacho direto da sua bagagem na hora, não necessitando mais voar via São Paulo ou Rio de Janeiro, evitando incômodos

e perdas de tempo com interrupção da viagem.

Turismo & Negócios - Que importância a ligação terá para a companhia aérea?

Mór - O Rio Grande do Sul é um estado com um dos maiores PIB do Brasil, excelente renda per capita e volume muito elevado de passageiros para a Europa, porque é uma região exportadora, com matriz industrial fortemente relacionada com países europeus. O novo voo vai traduzir-se numa oportunidade ótima para a afirmação estratégica de Porto Alegre como a porta de entrada natural dos europeus no Cone Sul do Brasil, com múltiplos benefícios previsíveis, não só no Estado como na região circundante, seja para o incremento do turismo seja para os passageiros executivos que viajam a negócios.

Turismo & Negócios - Que estrutura a empresa montou para operar este trajeto? Algum diferencial em relação aos voos tradicionais da TAP? A empresa já tinha estrutura em Porto Alegre ou precisou montar algo totalmente novo?

Mór - Do ponto de vista operacional, a TAP montou

A partir de 12 de junho os gaúchos terão uma ligação direta de Porto Alegre a Lisboa com a inauguração de linha área da TAP. Nesta entrevista à Revista Turismo & Negócios, o administrador executivo da companhia, engenheiro Luiz Mór, estima que no curto prazo este voo tenha ocupação de 85%, a exemplo do que já ocorre com outras linhas brasileiras para Lisboa. Também sustenta que pelo posicionamento privilegiado, Porto Alegre será o mais direto acesso ao Mercosul.



de novo a sua base, mas recorrendo à colaboração de pessoas que já atuavam com ela. Além disso, em Porto Alegre, a companhia dispõe também de importante base, a TAP Manutenção & Engenharia Brasil, e o maior centro de manutenção da América do Sul, empregando 1.860 trabalhadores, dos quais a maior parte está justamente na capital gaúcha.

Turismo & Negócios - Quais as expectativas de ocupação que a empresa tem para este voo? Qual o perfil de viajante que a companhia espera atender?

Mór - As expectativas são bastante positivas. O objetivo da TAP é ambicioso. Esperamos atingir os índices médios de ocupação de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, perto dos 85%. Com um posicionamento privilegiado, Porto Alegre é o mais direto acesso ao Mercosul. A cidade tem elevado potencial de tráfego, tanto para Portugal quanto para outros países europeus, excedendo, para a Europa, o potencial de outras gateways operadas pela TAP no Brasil como Brasília, Recife ou Natal, com previsão de crescimento significativo. A área de influência de Porto Alegre no Brasil estende-se a Florianópolis e Blumenau,



“Vamos contribuir na abertura de oportunidades importantes para Porto Alegre, tanto para o crescimento do turismo como do ponto de vista empresarial e da atividade econômica em geral, podendo apoiar também o Brasil na divulgação dos seus produtos e no aumento das suas exportações,” afirma Luiz Mór

em Santa Catarina. Além disso, alarga-se ao Uruguai e Argentina, países para onde a TAP pretende desenvolver-se.

Turismo & Negócios - Quais serão os valores médios das passagens do voo até Lisboa? Eles ficarão abaixo da concorrência?

Mór - O nível tarifário será adequado à linha e tem variedade disponível. Embora sem grande precisão, pode considerar-se que não deve ser superior ao valor das passagens para os voos já existentes para a Europa, embora esses sejam voos com escala, e no caso da TAP estamos falando de voo direto, o que é um produto completamente diferente. Existem também tarifas promocionais sendo lançadas para assinalar a nova linha, o que no caso se traduz em preços muito atrativos.

Turismo & Negócios - Que tipo de aeronave será usada e qual sua capacidade de passageiros? Qual o tempo de voo?

Mór - Será o A330, com capacidade para 260 passageiros. O tempo de voo será de 11h15min.

Turismo & Negócios - Quais horários e dias programados para a viagem Porto Alegre-Lisboa e Lisboa-Porto Alegre?

Mór - A operação será nas segundas, quartas, sábados e domingos. Os voos partem de Lisboa para Porto Alegre às 9h40. No sentido inverso, nas segundas e sábados, partem de Porto Alegre às 19h25. Na quarta e domingo, o voo sai de Porto Alegre às 21h40.

Turismo & Negócios - Quais serão as principais ações de marketing que a empresa usará para atrair passageiros para este voo?

Mór - O segmento de negócios deve preponderar num primeiro momento no tráfego gerado nas duas pontas, quer do Cone Sul para a Europa, quer na inversa. O turismo com origem no Cone Sul e destino à Europa também deve

ter um peso significativo na fase inicial. Para captar turistas da Europa para o Cone Sul será necessário um trabalho de desenvolvimento desta região, com Porto Alegre como porta privilegiada de entrada. Será necessário um trabalho de promoção na Europa, participação em feiras de turismo, famtrips e outros projetos que estamos desenvolvendo em conjunto com as secretarias municipal e estadual de Turismo, bem como com todas as entidades turísticas da região. Com o início de voos em junho, a TAP espera participar ativamente na promoção do destino no exterior, tanto em Portugal como especialmente na Europa. São oportunidades importantes que se abrem para Porto Alegre, tanto para o crescimento do turismo como do ponto de vista empresarial e da atividade econômica em geral, podendo apoiar também o Brasil na divulgação dos seus produtos e no aumento das exportações.

Turismo & Negócios - Há quanto tempo a TAP opera no Brasil, qual sua situação atual em termos de voos e como era quando iniciou?

Mór - A TAP iniciou voos para o Brasil em 1960, com o Voo da Amizade, entre Lisboa e São Paulo, em cooperação com a Panair do Brasil. Em 2010, a TAP transportou mais de 1,4 milhões de passageiros entre a Europa e as nove cidades brasileiras para onde operou, alta de 25% sobre o ano anterior. Com a abertura do décimo destino, reforça sua posição de maior transportadora entre o Brasil e a Europa.

Turismo & Negócios - Qual a importância do Brasil para os negócios da TAP? Há projetos de novos voos a partir de outras cidades brasileiras para destinos operados pela companhia?

Mór - Em 2010, as vendas da TAP (passageiros, carga e manutenção) cresceram para 2,221 milhões de euros, verificando-se que a alta no exterior foi determinante para este número, em especial no mercado brasileiro, com crescimento de 55% diante de 2009. Comparando o peso relativo dos vários mercados da TAP, verifica-se que no indicador de oferta do número de lugares o Brasil representou 13%, alta de 7% na comparação com 2009, com um peso de 16% no número de passageiros transportados, incremento de 25%, e de 35% na receita, 33% acima do ano anterior. Com a inauguração de voos diretos, Porto Alegre passa a estar conectada diretamente com a Europa. São 49 destinos servidos pela TAP na Europa a partir deste verão. Há ainda mais 13 destinos para África, dois aos Estados Unidos e um na Venezuela. Além da Rede TAP, consideram-se ainda mais 137 cidades servidas em todo o mundo através da operação de voos em *code-share* com companhias parceiras, majoritariamente no âmbito da Star Alliance. Não existem outros projetos definidos por agora, mas a TAP permanece sempre muito atenta às oportunidades de negócio existentes e à melhor alocação dos seus recursos em novas rotas com potencial de crescimento. A história recente da TAP demonstra, aliás, claramente como tem sido bem sucedida, para ambos os lados, a aposta estratégica da companhia no Brasil. ■

O avião A319 é utilizado nas viagens de médio curso, como nas rotas européias



DIVULGAÇÃO

“Porto Alegre will be the natural gateway for Europeans”

From June 12th on the gaúchos will have a direct flight Porto Alegre - Lisboa after the inauguration of TAP's airline. The company's executive manager, Luiz Mór, engineer, estimates that this flight will have an 85% occupation in a short time, as it has been occurring with other Brazilian airlines to Lisboa. "The gauchos will not need to go to São Paulo or Rio de Janeiro, avoiding discomfort and a waste of time with trip interruptions", he argues.

According to the executive's evaluation, the flight will offer an excellent opportunity for making Porto Alegre a strategic natural gateway for the Europeans coming to the southern part of Brazil, which can be translated into multiple benefits, not only for the State but also for the surrounding region in terms of both an increase in tourism and for executive passengers traveling on business trips. "Porto Alegre has a great traveling potential, both to Portugal and to other European countries, exceeding the potential of other gateways to Europe operated by TAP in Brazil, like Brasília, Recife or Natal, with a significant growth prognosis." He adds that the influence area of Porto Alegre, in Brazil, extends to Florianópolis and Blumenau, in Santa Catarina State, and spreads to Uruguay and Argentina, countries where the company plans to have further developments.

TAP will have a model A330 aircraft, with capacity for 260 passengers and the flight will take about 11 hours. There will be flights on Mondays, Wednesdays, Saturdays and Sundays.

The relationship of TAP and the Brazilian market started in 1960 with a flight from São Paulo to Lisboa. In 2010, the company carried over 1.4 million passengers between Europe and nine Brazilian cities where it operates, with an increase of 25% compared to the previous year. "With the tenth destination we will reinforce our position as the greatest transportation company between Brazil and Europe", says Mór.

Last year, the company billed 2.2 billion euros, with a strong influence from other countries, especially Brazil. Comparing the relative weight of TAP's several markets, Brazil represented 13% considering the offer of seats indicator, 7% higher when compared to 2009; 16% weight in passengers transported, increase of 25%; and a 35% increase in earnings, 33% above the previous year.

Mór affirms that at the moment the company does not have other projects defined for Brazil, but he states that TAP remains attentive to business opportunities and to the best allocation of its resources in new routes with growth potential. "Our recent history clearly shows how the strategic bet of the company in Brazil has been successful for both sides."

TAP offers more than 50 destinations to Europe on its flight schedule



Pequenas só no tamanho

Micro e pequenas empresas respondem por 50% dos empregos e por 20% do PIB do País



Koch quer apoio e incentivo à inovação

REPRESENTATIVIDADE

Total de MPEs no RS: 691.627

Total de MPEs no Brasil: 7.067.769

Micro e pequenas empresas de turismo no RS: 40.933

Micro e pequenas empresas de turismo
na Serra Gaúcha: 5.487

Fontes: RAIS 2008 e critério de segmento CNAE e Sebrae/RS

Na Serra Gaúcha existem mais de 5 mil micro e pequenas empresas com foco no setor do turismo

CLAITON STUMPF

Quase 99% das empresas existentes no Brasil são de micro e pequeno porte. A informação é do Sebrae/RS ao revelar que o número cresce a cada mês, demonstrando o potencial empreendedor da população e a importância do papel dos pequenos negócios no cenário econômico brasileiro, respondendo por cerca de 50% da geração de empregos e contribuindo com aproximadamente 20% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Só em Caxias do Sul são 1,5 mil empresas nos setores da indústria, comércio e serviços, das quais 20 dedicam-se ao serviço de transportes e turismo, segundo o cadastro da Microempa.

Nenhuma das associações possui estatísticas do faturamento dos micro e pequenos empreendimentos gaúchos, mas para se ter uma ideia do que representam na economia caxiense basta fazer a média. Se metade das associadas à Microempa for considerada microempresa, que pela legislação pode faturar até R\$ 20 mil por mês, só aí o faturamento anual já terá chegado a R\$ 180 milhões. Mas ainda há que se considerar as pequenas empresas, cujo faturamento anual individual pode chegar a R\$ 2,4 milhões.

“Houve avanços legais nos últimos anos, mas ainda insuficientes para garantir o efetivo crescimento das micro e pequenas empresas”

Dentre os fatores apontados pelos empresários como preponderantes para o crescimento dos pequenos negócios estão a aprovação do Estatuto Nacional das Micro e Pequenas Empresas, conhecido como Lei Geral, e a criação da figura do Empreendedor Individual. “Foram passos importantes na abertura de caminhos para as MPEs, mas é preciso que novas oportunidades sejam criadas, como a ampliação das faixas de faturamento, parcelamento de atrasos e adequação à substituição tributária, proporcionando condições justas de concorrência com as médias e grandes empresas”, afirma Vitor Koch, presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae/RS.

O empresário destaca a importância fundamental na continuidade de políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas, com a melhoria de acesso ao crédito e maior acesso à inovação e à tecnologia. “O apoio à inovação junto às MPEs, sem dúvida, é um dos principais pontos a serem defendidos em âmbito nacional e regional, pois incentiva a modernização e o aumento do faturamento e da lucratividade. Desta forma, criaremos mais postos de trabalho e investiremos na distribuição de oportunidades entre grandes, médias e pequenas empresas”.



FOTOS DIVULGAÇÃO

Os riscos da falta de planejamento

Quem deseja abrir seu próprio negócio tem, no sangue, a capacidade empreendedora. Mas é importante que essa iniciativa seja precedida por uma série de cuidados, como analisar a viabilidade econômica do negócio, buscar desenvolver a capacidade de gestão e seguir um bom plano de negócios. É importante adotar um planejamento estratégico para saber o caminho a seguir diante da conjuntura nacional. Marketing, recursos humanos e finanças são outros aspectos que o empresário deve considerar na gestão do negócio. No entanto, nem todos que abrem um negócio têm comportamento empreendedor. Muitos empresários são surpreendidos pelo baixo volume de vendas e pela escassez de mão de obra ou de matéria-prima. Muitas são as empresas que fecham portas no primeiro ano de vida por desconhecimento do mercado e de seu negócio. Obviamente, não houve planejamento. Abrir uma empresa sem planejamento e informação não é risco. É uma perigosa aventura.

A Microempa tem registrado a baixa de uma empresa por mês do cadastro. Embora os empreendedores não precisem justificar os pedidos de desligamento, a estimativa da diretoria da entidade é de que 12 micro e pequenas empresas caxienses fechem todos os anos, geralmente com menos de dois anos de existência. O número é considerado baixo, segundo o presidente da entidade, Maurício Michelin, que contabiliza 1,5 mil empresas associadas. Mas adverte que a Microempa tem investido em treinamento e capacitação dos empresários para

evitar que alguns empreendimentos durem tão pouco tempo. “Geralmente falta planejamento, habilidade dos administradores e conhecimento do mercado”.

Segundo ele, a maior dificuldade dos micro e pequenos empresários é atualizar e buscar novas ferramentas. Razão para que a entidade realize palestras e oficinas para apresentar alternativas aos associados. “Recentemente promovemos um evento sobre redes sociais, porque o desafio atual é conseguir entrar no comércio eletrônico e, para isso, é preciso qualificar os gestores”.

Para garantir conhecimento e transferência de tecnologia aos pequenos empreendedores, a Microempa aposta nas parcerias com instituições de ensino superior, como a Universidade de Caxias do Sul, Faculdade da Serra Gaúcha e Escola Superior de Propaganda e Marketing. Já para impedir a estagnação das empresas, a entidade incentiva a formação

de grupos setoriais para discussão e busca de soluções aos problemas comuns e negociação de financiamentos com taxas de juros mais baixas.

Um dos grupos que já colhe os frutos do esforço coletivo é o moveleiro que, segundo Michelin, foi beneficiado com o Programa Empreender Competitivo, que beneficia projetos de núcleos setoriais de todo o Brasil que tenham o objetivo de fortalecer e aumentar a competitividade das empresas participantes. Assim, o Sebrae e Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) custearão, por 18 meses, atividades de capacitação, visitas técnicas e participação em feiras.

Ações setoriais facilitam a definição de estratégias para a solução de problemas comuns

Abrir uma empresa sem estratégia clara é uma aventura perigosa

SCHIAVO FOTOGRAFIA/DIVULGAÇÃO



Michelin: treinamento e capacitação como prioridades

DIVULGAÇÃO





Estados adotam mecanismo que prejudica micro e pequenas empresas

s micro e pequenos empreendedores também conquistaram importante apoio no Congresso Nacional, junto à Frente Parlamentar Mista da Micro e Pequenas Empresas (FPME) da Câmara dos Deputados. Desde a sua criação, em fevereiro deste ano, as entidades representativas têm buscado apoio e, em troca, oferecido assessoria técnica aos parlamentares. Essa atuação conjunta é importante, pois cada parte trabalha com ações específicas, mas o objetivo é único: criar ambiente legal que seja favorável ao desenvolvimento das micro e pequenas empresas e de estímulo ao empreendedorismo.

Para o coordenador da Frente, deputado federal caxiense Gilberto Pepe Vargas (PT), o objetivo é defender a adoção pelos estados do modelo de substituição tributária usado pelo governo federal, reduzindo o impacto desse mecanismo na carga tributária das micro e pequenas empresas. Os governos estaduais, segundo Pepe, estão praticando a substituição tributária de maneira generalizada. Por esse mecanismo, um dos contribuintes da cadeia produtiva de um produto é escolhido para pagar o imposto total pelos demais. No modelo usado pela Receita Federal apenas setores de alta concentração das atividades econômicas – como automóveis, bebidas e cigarros – são submetidos à substituição tributária. “Hoje,

Em busca do justo sistema tributário

o valor pago na substituição tributária já é maior do que o pago ao Simples. Então, o esforço que se faz para reduzir a carga tributária para a micro e pequena empresa acaba se esvaindo por conta de os estados terem adotado o mecanismo de substituição tributária”.

Pepe também conseguiu inserir o debate sobre as alterações da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas na pauta da Assembleia Legislativa gaúcha, onde será realizada audiência pública no dia 30 de maio, às 10h. O encontro é resultado do Termo de Cooperação entre a Câmara dos Deputados e a Assembleia Legislativa, assinado em março pelos presidentes das casas, Marco Maia e Adão Villaverde, respectivamente, ambos do PT do Rio Grande

do Sul. O Termo coloca em prática a execução do Programa Destinos e Ações que promoverá grandes debates, eventos estratégicos e audiências públicas no Estado.

A aprovação do projeto encaminhado ao Congresso

Nacional pela presidente Dilma Rousseff, no início de abril, para a criação de uma Secretaria da Micro e Pequena Empresa, com status de ministério, também é aguardada com ansiedade pelos micro e pequenos empreendedores. “Entendo que a criação do ministério é positiva, porque dará ao segmento uma representação maior junto ao governo. O Ministério deverá reforçar a sinergia do governo com o Sebrae”, avalia o presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae/RS, Vitor Koch.

Audiência pública discutirá alterações da Lei Geral na Assembleia do Rio Grande do Sul

Sebrae qualifica gestão da atividade turística da Serra

Pelo menos 100 empresas da Serra Gaúcha estão sendo beneficiadas pelo projeto Desenvolver o Turismo Sustentável do Sebrae/RS. O público alvo do projeto são micro e pequenas empresas dos segmentos de hospedagem, gastronomia, comércio de bens e serviços, artesanato, propriedades rurais e agências de turismo. Este público apresenta diversos estágios de desenvolvimento e maturidade, além das diferenças existentes entre as três microrregiões: Campos de Cima, Hortênsias e Uva e Vinho.

Por este motivo, a atuação se dá da seguinte forma de estratificação: por território, por segmento turístico e por rota/roteiro. O objetivo é promover a melhoria na gestão dos negócios das empresas integrantes da cadeia produtiva do turismo da Região da Serra Gaúcha.

JOANA MOREIRA/DIVULGAÇÃO



Programa alcança mais de 100 estabelecimentos da Serra

Small in size only

Micro and small companies are responsible for 50% of the Jobs and 20% of the GDP of the country

Almost 99% of the existing companies in Brazil are micro and small in size. The information is given by Sebrae/RS (Brazilian Service to Support Micro and Small Companies) revealing that the number grows each month, confirming the population's entrepreneurial potential and the importance of the role played by small businesses in the Brazilian economical scenario, which are responsible for about 50% of the jobs created and contributing with approximately 20% of the Brazilian GDP – Gross Domestic Product. In Caxias do Sul alone there are 1.5 thousand companies counting industries, commerce and services, of which 20 focus on transportation and tourism, according to Microempa's records. None of the associations have turnover statistics for micro and small ventures in the state, but one can have an idea of what they represent for the city's economy figuring out an average. If half of the Microempa's associates are considered micro-companies, which according to the legislation can have a turnover of up to R\$20 thousand a month, the annual turnover would be R\$180 million. However, we must also consider the small companies whose annual individual turnover can reach up to R\$24 million.

“There have been legal improvements in the last few years, but still not sufficient to guarantee the actual growth of micro and small companies”

Among the major reasons claimed by the entrepreneurs for the growth of small businesses are the adoption of the National Statute for Micro and Small Companies, known as the General Law, and the creation of the Individual Entrepreneur possibility. “Those were important steps to open paths for the MPEs, but new opportunities must be created such as expanding the turnover ranges, to schedule the overdue debts in installments and adequating to the tributary substitution, bringing fair conditions to compete with medium-sized and large companies,” says Vitor Koch, president of the Sebrae/RS Deliberative Board. He emphasizes the fundamental importance of having continuous public policies to support micro and small companies, such as better access to credit and better access to technology and innovation. “Supporting innovation for the MPEs is no doubt one of the main points to be sought both in the regional and national frameworks, once it gives incentive to modernization and the increase in turnover and profitabil-

ity. Thus, more jobs will be created and we will be investing in opportunities distributed among large, medium and small companies”.

REPRESENTATIVENESS:

Total of MPEs in RS: 691.627

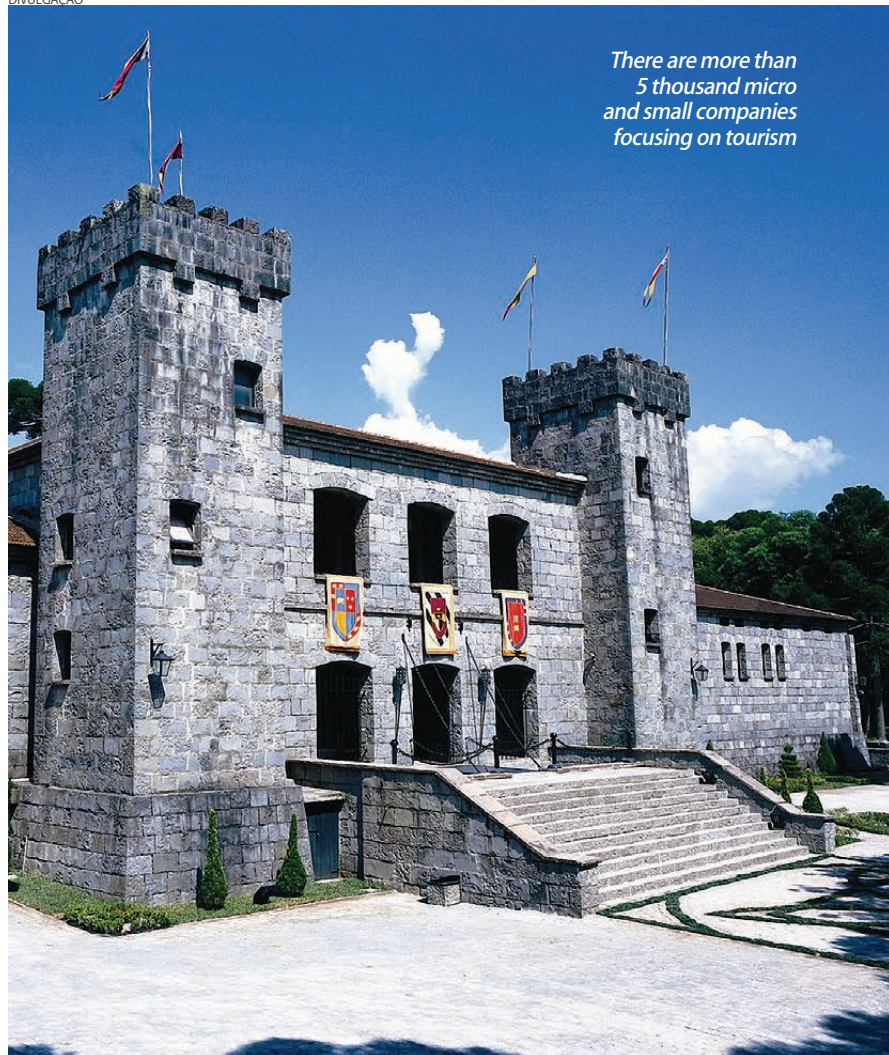
Total of MPEs in Brazil: 7.067.769

Micro and small tourism companies in RS: 40.933

**Micro and small tourism companies
in Serra Gaúcha: 5.487**

Sources: RAIS 2008, CNAE and Sebrae/RS

DIVULGAÇÃO



There are more than 5 thousand micro and small companies focusing on tourism

Transporte sofisticado



Marcopolo completou a família Geração 7 com o lançamento dos modelos double decker e low driver. Já a unidade de negócios Volare foi mais longe: criou a versão limousine no segmento de miniônibus



W Fly, com destaque para o modelo limousine, é a nova aposta da Volare

A nova linha do miniônibus Volare, a W Fly, começou a ser comercializada em abril com expectativa de representar até 70% das vendas projetadas pela unidade para este ano. Composta pelos modelos executivo, urbano e limousine – este último a principal novidade –, a linha foi apresentada em várias capitais e principais cidades do interior.

De acordo com o diretor Milton Susin, a estimativa para este ano é de repetir as 4,5 mil unidades comercializadas em 2010. A diferença é que este volume refere-se exclusivamente a vendas no varejo, sem incluir o programa Caminhos da Escola, do Governo Federal, e outras iniciativas públicas, a maioria ainda sem licitações encaminhadas. No ano passado a empresa entregou em torno de 600 unidades para organismos públicos.

A linha W Fly será inicialmente oferecida para os modelos W9 e DW9. No segundo semestre deve ser estendida para o modelo W8. Em relação às linhas atuais o valor de venda será acrescido em cerca de 10% a 15%. O W9 Fly, por exemplo, custará em torno de R\$ 205 mil, dependendo da configuração. Já a versão limousine, que deve responder por 7% a 8% das vendas, chegará ao mercado com preço próximo a R\$ 220 mil.

A linha Fly, segundo Roberto Poloni, gerente de engenharia da Volare, se destaca pelo uso de Full LED na sinalização externa e partes em plástico de engenharia re-

ciclável, que substitui a fibra de vidro no painel de instrumentos, paredes de separação, revestimentos internos e outros componentes menores. O resultado, segundo Susin, é um veículo mais leve, de fácil manutenção e menor custo operacional.

Poloni diz que os veículos ficaram mais longos e mais altos. Têm janelas laterais maiores, com vidros colados, visando atender demandas dos setores de fretamento e turismo. O piso do veículo está 75 mm mais próximo do solo, medida que facilita o acesso.

Dois itens inéditos vieram dos modelos rodoviários da Geração 7, lançados pela Marcopolo em julho de 2009: porta deslizante na parede de separação da cabine do motorista e espuma visco elástica usada nas poltronas, conferindo maior conforto nas viagens.

O modelo limousine possui equipamentos e características inéditas para ampliar o requinte e conforto. Poloni assegura que “com ele criamos um novo segmento de mercado, exclusivo e diferenciado para o transporte turístico”. Externamente destaque para acabamentos cromados sobre a grade dianteira e pára-choque traseiro e complemento no conjunto ótico dos faróis. As poltronas são executivas sofá semi-leito, mais largas, revestidas em couro, com tomadas 110 V para permitir uso e o carregamento de equipamentos eletrônicos, como laptops e tablets.

Família Geração 7 está agora completa

Com a apresentação oficial dos modelos Paradiso Double Decker 1800 e Low Driver 1600, a Marcopolo agregou novos produtos à Geração 7, lançada em junho de 2009, e que começou a ser comercializada dois meses após. No desenvolvimento destes dois veículos, considerados top de linha, o investimento chegou perto de R\$ 10 milhões, elevando para R\$ 40 milhões o valor total aplicado na nova linha, que em menos de dois anos comercializou perto de 4 mil unidades das versões Paradiso 1200 e 1050 e Viaggio 1050 e 900.

O modelo low driver chegou ao mercado em maio ao preço de aproximadamente R\$ 850 mil. Já o double decker começa a ser produzido em julho e custará acima de R\$ 900 mil.

O Paradiso DD 1800 estará disponível nas versões 6x2 e 8x2. Tem 13,2 metros e 14 metros de comprimento, respectivamente, e 2,6 metros de largura. Sua principal aplicação é em linhas regulares, com capacidade para até 52 passageiros.

Já o Paradiso LD 1600, nas versões 4x2 e 6x2 e com capacidade para 44 passageiros, possui 14 metros de comprimento, 2,6 metros de largura e altura interna de 1,89 metro. Destaque neste modelo é o bagageiro, considerado o maior do mundo, com capacidade de carga para 15 m³. Por esta razão, tem grande aplicação no turismo de compras, além das linhas regulares. Segundo avaliação dos diretores da Marcopolo, pouco mais de 10% dos modelos comercializados anualmente destinam-se, efetivamente, a viagens de turismo. Ambos têm altura total de 4,1 metros.

A principal mudança externa é o desenho do veículo, com novo conjunto ótico e LEDs nas luzes de direção e de posição. Os dois modelos ganharam novos pára-brisas panorâmicos, maiores e curvos, que ampliam a visibilidade para o motorista e aos passageiros.

Internamente, os veículos têm portas mais largas e escadas com desenho inédito para os degraus, que tornam a operação de entrada e saída mais confortável e agradável. A segurança também é garantida pelos corrimãos posicionados de forma mais acessível e iluminação em LEDs por meio de sensores de presença que acendem e apagam as luzes automaticamente.

Outra inovação dos veículos é o teto solar panorâmico no salão de passageiros, que permite maior contato com o ambiente externo. A iluminação do salão de passageiros é toda em LEDs, com luzes indiretas. Os LEDs estão presentes também nas luzes de leitura dos porta-focos, com acionamento por toque, que contam ainda com saídas individuais para ar-condicionado, plug para

fone de ouvidos e controle de volume do som. Destaque ainda para o sanitário, que teve seu interior foi redesenhado com cores e iluminação diferenciadas e nova entrada de ar-condicionado. A torneira e a descarga ganharam acionamento sensível ao toque, com a pia posicionada no sentido longitudinal, o que aumenta o conforto quando em uso durante a viagem.

A cabine foi redesenhada, com nova porta, painel frontal completo, piso e poltronas. O novo painel, com satélites retráteis, incorpora todos os instrumentos. Os postos do motorista e do auxiliar foram reprojatados para facilitar o acesso e melhorar a visibilidade externa.

FOTOS WANER BIAZUS/DIVULGAÇÃO



Double decker 1800 tem capacidade para até 52 passageiros e se destaca pelo conforto do seu interior



Sophisticated Transportation

Marcopolo has completed the Geração 7 family and the business unit Volare has created the limousine version in the field of minibuses



W Fly, with emphasis on the limousine model, is the new Volare's bet

FOTOS MARCOS ANDRAS/DIVULGAÇÃO



FOTOS WANER BIAZUS/DIVULGAÇÃO

Double decker 1800 has capacity for up to 52 passengers and is noted for the comfort inside



The new Volare minibus line, the W Fly, whose commercialization started in April, offers an executive, a city and a limousine model – the latter being the main novelty. The line will be offered to the W9 and DW9 models initially. In the second semester it shall be extended to the W8 model. The Fly line, according to Roberto Poloni, manager of Volare engineering, is special because of the Full LED on the external signalization and because of recyclable engineering plastic parts, substituting the fiberglass on the dashboard, separation walls, internal finishing and other smaller components. Poloni says that the vehicles are longer and taller. The side windows are larger and sealed, aiming at meeting the demands of the freight and tourism areas.

The floor of the vehicle is 75 mm closer to the ground, making the access easier.

The limousine model shows unprecedented equipment and characteristics to offer more refinement and comfort. Poloni is certain that “with that model we have created a new segment in the market, exclusive and distinctive for tourism transportation.”

The seats are executive larger leather semi-bed sofa style, with 110 V outlets to allow the use and recharging of electronic equipment, such as laptops and tablets.

ROAD VEHICLES – Launched in June 2009, the Geração 7 family of Marcopolo road buses is now complete. Paradiso DD 1800 is now available in the versions 6x2 and 8x2. It is 13.2 meters and 14 meters long, respectively, and 2.6 meters wide. Its main use is for regular lines with capacity for 52 passengers. As for Paradiso LD 1600 in the versions 4x2 and 6x2, and capacity for 44 passengers, is 14 meters long, 2.6 meters wide and the internal height is 1.89 meters. The outstanding feature in this model is the luggage compartment, considered to be the biggest in the world, with 15 m³ load capacity. That's the reason why it has great applications on the tourism for shoppers, as well as for regular purposes. Both have a total height of 4.1 meters. The main external change is the vehicle design, with a new optical set and LEDs for the direction and position lights. Both models have new panoramic windshields, bigger and curved, which broaden the visibility for both the driver and the passengers.

Internally the vehicles have larger doors and stairs with a new design for the steps. Safety is also guaranteed by the handrails positioned with better accessibility and illumination with LEDs through presence sensors which make the lights turn on and off automatically.

Another innovation is the panoramic moon roof in the passengers area, allowing more contact with the outdoors. Illumination with LEDs with indirect lights. Another innovative feature is the restroom with the interior redesigned sporting differentiated colors and illumination. There is a new air-conditioning inlet. The faucet and the flush valve are sensitive to touch and the sink is positioned longitudinally providing more comfort during the trip.

MARRECAS



A maior obra de abastecimento de água já construída na cidade

Obras na barragem

As obras do Sistema Marrecas estão em andamento: Barragem, Estação de Tratamento, Centro de Reservação e quilômetros de adutoras que levarão água de qualidade às casas dos caxienses.



Adutora

INVESTIMENTO
+ de R\$ 180 milhões



Estação de Tratamento de Água



Sistema Marrecas está 50% concluído

Prefeitura de Caxias investe R\$ 200 milhões em complexo que garantirá abastecimento de água por mais de 25 anos

LUIZ CHAVES/DIVULGAÇÃO



O prefeito José Ivo Sartori projetou para o segundo semestre do próximo ano o início efetivo das operações do Sistema Marrecas, onde a administração já aplicou em torno de R\$ 110 milhões do total estimado em cerca de R\$ 200 milhões. Acompanhado do diretor-presidente do Samae, Marcus Caberlon, o prefeito palestrou na reunião-almoço da CIC de Caxias do Sul sobre a importância do sistema para o abastecimento futuro da cidade e o estágio atual das obras. Na avaliação de Caberlon, em torno de 50% do cronograma já foi vencido.

O diretor-presidente do Samae afirmou que dos R\$ 110 milhões já investidos, mais de R\$ 70 milhões têm origem em empréstimos do governo federal. A Prefeitura aportou em torno de R\$ 25 milhões e o Samae outros R\$ 15 milhões.

Caberlon deu ênfase ao fato de o sistema estar preparado para ampliações de sua capacidade, já projetando o aproveitamento de água dos arroios Sepultura, Mulada e Piaí. A Estação de Tratamento, por exemplo, já com 65% da obra concluída, terá capacidade inicial para 1 mil litros de água por segundo. Por sua construção modulada por chegar a 3 mil litros no futuro. O Centro de Reserva, que será erguido em área adquirida da empresa Mundial, no Bairro Jardim das Hortênsias, terá condições para estocar até 25 milhões de litros de água, mas inicialmente ficará restrito a 5 milhões.

O diretor do Samae comentou ainda a decisão de a administração adquirir 660 hectares de terras, embora somente 215 sejam alagados para formar a represa com lago de 33,8 milhões de m³. O restante será destinado a áreas de preservação e de compensação. Outra preocupação ambiental é com a manutenção do nível do arroio, independente de chuvas. A represa terá uma vazão ecológica de 170 litros por segundo, condição não existente nas demais barragens.

Caberlon ainda citou a preocupação em reduzir custos com energia elétrica com a adoção do sistema de gravidade para recalque da água tratada ao centro de reserva. Ele calculou redução de até R\$ 4 milhões anuais com este sistema. Isto será possível porque a estação de tratamento ficará localizada a 934 metros acima do nível do mar, enquanto o centro de reserva estará a 714. "Estamos adotando série de medidas com objetivo de reduzir impactos econômicos e ambientais", afirmou o diretor do Samae.

Expectativa da administração é que lago comece a ser represado no último trimestre deste ano

CARACTERÍSTICAS DO COMPLEXO

- Barramento principal com 435 metros de extensão e 60 metros de altura
- Vertedouro com 20 metros de largura
- Lago com capacidade para 33,8 milhões de m³ em 215 hectares de área alagada
- Captação de 900 litros de água por segundo e vazão ecológica de 170 litros por segundo
- Casa de bombas com capacidade de vazão de 900 m³ por hora
- 7,6 quilômetros de adutora para levar água bruta até a estação de tratamento
- Estação de tratamento com capacidade inicial para tratar mil litros de água por segundo, dotada de dois reservatórios, cada um com capacidade inicial de 4 mil m³
- 19,2 quilômetros de rede para levar água da estação de tratamento até o centro de reserva
- Centro de reserva com capacidade inicial para 5 milhões de litros de água

Novo aeroporto será em Caxias

Distrito de Vila Oliva se prepara para receber empreendimento que atenderá demandas de passageiros e cargas do Estado

A decisão demorou, mas veio: o aeroporto internacional sonhado pela Serra do Rio Grande do Sul será erguido em Vila Oliva, distrito de Caxias do Sul. Orçada em R\$ 150 milhões, a obra não tem data para ser iniciada, muito menos para ser entregue. Depende, agora, fundamentalmente, da mobilização das comunidades e das lideranças políticas para pressionar a liberação de recursos por parte do governo federal. Não está descartada a possibilidade de a iniciativa privada vir a participar do financiamento da obra.

O anúncio oficial do local foi feito pelo secretário de Infraestrutura e Logística do Estado, Beto Albuquerque, embora um dia antes o governador Tarso Genro tenha antecipado a decisão num encontro com deputados estaduais eleitos pela região. Em reunião na CIC de Caxias do Sul, o secretário detalhou os estudos que embasaram a decisão.

O secretário sugeriu a formação de um grupo de trabalho com o objetivo de elaborar e apresentar ao governo federal e à iniciativa privada o projeto de construção do novo aeroporto, ideia que ganhou o apoio do presidente da CIC, Milton Corlatti. O grupo seria composto por representantes do governo estadual, Prefeitura e Câmara de Vereadores de Caxias do Sul e dos principais municípios da Região, Corede Serra, universidades e entidades empresariais.

Para Corlatti, a hora é de somar esforços e fazer com que a obra tenha início, destacando que o aeroporto servirá toda a Região Nordeste do Estado e não apenas Caxias do Sul. “Vamos montar uma equipe de trabalho que busque formas de viabilizar as fases de implantação do empreendimento.”

O secretário Beto Albuquerque afirmou que a decisão foi 100% técnica, sem qualquer interferência política na escolha definitiva. “Não admitiremos qualquer ponto de dúvida sobre este estudo que fizemos com total isenção. Refuto qualquer ilação de decisão política e qualquer argumento que queira desqualificar este trabalho. A consistência deste relatório é

inquestionável”, declarou.

O secretário acrescentou que um aeroporto nos padrões que se imagina só poderá ser construído em Vila Oliva. A área precisa garantir pátio que comporte ao menos seis aeronaves ao mesmo tempo, livre de afetações urbanas, baixo impacto ambiental e de movimentação de terras, além de espaço para uma segunda pista. O aeroporto terá, inicialmente, uma pista de 3,1 mil metros para receber aeronaves Boeing 767. Na sequência outra de 4,1 mil metros, sustentada por pista auxiliar de 3 mil metros, para movimentação de aviões 747-400.

O prefeito de Caxias do Sul, José Ivo Sartori, lembrou que 445 hectares do sítio aeroportuário de Vila Oliva já estão gravados no Plano Diretor do município e anunciou que uma das primeiras medidas a serem tomadas é declarar a área como de utilidade pública. Beto Albuquerque sugeriu ao prefeito que o Plano Diretor agregue as áreas adjacentes do sítio, inserindo as devidas proibições para edificações ou quaisquer outros obstáculos que impeçam a instalação dos equipamentos necessários ao aeroporto.

Beto Albuquerque (E) assegurou que decisão foi 100% técnica

JULIO SOARES/DIVULGAÇÃO



New airport will be in Caxias

The Vila Oliva District is getting ready to receive the enterprise to meet the demands for passengers and loads in the State

After a long time, it happened: the long-dreamed international airport in the Rio Grande do Sul State Serra Region will be built in Vila Oliva, a district town of Caxias do Sul. With a budget of R\$150 million, the enterprise does not have a date to be started, least to be completed. It depends now on the communities and political leaderships to press for funds release from the federal government. The possibility of having private investments participating in the financing has not been discarded. The details of the study which were the basis for the decision were explained by the Infrastructure and Logistics State Secretary Beto Albuquerque during a meeting at CIC (Commerce and Industry Chamber) in Caxias do Sul. He suggested a group be formed to elaborate and present the project for the new airport construction to the federal government and to the private enterprises, an idea that was supported by Milton Corlatti, the president of CIC. Initially, the airport will have a 3.1 thousand meters runway for Boeing 767 aircrafts. In the sequence, another runway of 4.1 thousand meters, supported by an auxiliary runway of 3 thousand meters, for the 747-400 aircrafts. The Caxias do Sul mayor, José Ivo Sartori, reminded us that 445 hectares of the airport site have already been included in the City's Master Plan and he announced that one of the first

measures to be taken is to declare it a public service area.

WATER SUPPLY – The mayor José Ivo Sartori has projected the actual beginning of the Sistema Marrecas operation for the second semester of next year. The municipality has already invested around R\$ 110 million of an estimated total of about R\$ 200 million. The Samae's CEO, Marcus Caberlon, stated that of the R\$ 110 million already invested, more than R\$ 70 million originated from federal government loans. The Municipality contributed with around R\$ 25 million and Samae with R\$ 15 million.

Caberlon emphasized the fact that the system is prepared to expand its capacity with the project of making use of the water from Sepultura, Mulada and Piaí watercourses. The water treatment plant, for instance, which has 65% of the project completed, will have the initial capacity of 1 thousand liters per second. Due to its construction in modules, it can reach 3 thousand liters per second in the future. The Reserve Center will be ready to store up to 25 million liters of water, although that volume will be restricted to 5 million in the beginning. The water impoundment is expected to begin during the last three months of this year.

The administration has been promoting visits for different communities to the Sistema Marrecas construction works

LUIZ CHAVES/DIVULGAÇÃO



Corpus Christi

São Marcos



Um espetáculo de
arte, religiosidade e fé

Dia 23 de junho

Às 15h **Missa** com Procissão Solene

Realização



Secretaria
de Cultura,
Desporto e
Turismo



PARÓQUIA
SÃO MARCOS

Apoio

MOVIMENTOS
RELIGIOSOS
E ENTIDADES



New York
Chicago
Mexico City
Monterrey
Guatemala City
Santo Domingo
Panama City
Santiago do Chile
Montevideo
Punta del Este
Asuncion
Luanda
60 Lojas Brasil

**Conheça também
nossa coleção
completa de móveis
residenciais.**

Av Júlio de Castilhos 3003
Caxias do Sul RS
Tel (54) 3225 5555



Office Solutions. **FLORENSE**
[1953 >>]

Caxias divulga seu turismo na Europa

Representantes do poder público e da iniciativa privada promoveram a cidade na Espanha e em Portugal

A Secretaria Municipal do Turismo representou o município na Feira Internacional de Lisboa, que ocorreu em Portugal. O evento é considerado plataforma agregadora do setor turístico mundial e palco para o debate entre os diversos agentes do mercado.

A comitiva de Caxias do Sul cumpriu seu primeiro destino na Europa, participando de reunião na capital espanhola, Madrid, com a Organização Mundial de Turismo. Lá recebeu o convite para participar, em maio, da 52ª Reunião da Comissão da Organização Mundial do Turismo para as Américas e expor o case “Caxias do Sul, Turismo: Passado, Presente e Futuro”. O evento ocorreu, juntamente com o Seminário Técnico sobre Investimentos em Turismo das Américas, em Assunção, no Paraguai.

A presidente do Conselho Municipal do Turismo, Márcia Malichieski, destacou também a divulgação da Festa Nacional da Uva, em 2012, ano da Itália no Brasil, e o interesse de Caxias em ser centro de treinamento de seleção e sediar eventos da Copa de 2014. O casal Roni e Marines Grizon,

representantes de Criúva, aproveitaram o encontro para divulgar o distrito, com o enfoque eco-aventura gaúcha, e o potencial turístico do interior.

Em Lisboa, a comitiva caxiense acompanhou a representação do Governo do Rio Grande do Sul na visita à direção da TAP, companhia aérea portuguesa que iniciará voos diretos de Porto Alegre a partir de 12 de junho. O diretor executivo, o gaúcho Luiz Mór, deixou claro o interesse da empresa em incluir Caxias do Sul em roteiros para turistas europeus. Os caxienses também participaram da Conferência Internacional de Turismo, a qual teve temática voltada para novas vias de crescimento.

Comitiva cumpriu extensa agenda de encontros

ARMINDA BERTUSSI/DIVULGAÇÃO



COMITIVA CAXIENSE

Secretário Jaison Barbosa, Geremias Rech (empresário do setor), Márcia Malichieski (presidente do Conselho Municipal do Turismo), Roni Grizon e Marines Grizon (Roteiro de Criúva) e Arminda Bertussi, da Associação Rio Grandense de Imprensa

Presença no Brite

A Secretaria Municipal do Turismo representou o município na Feira Internacional de Lisboa, que ocorreu em Portugal. O evento é considerado plataforma agregadora do setor turístico mundial e palco para o debate entre os diversos agentes do mercado.

A comitiva de Caxias do Sul cumpriu seu primeiro destino na Europa, participando de reunião na capital espanhola, Madrid, com a Organização Mundial de Turismo. Lá recebeu o convite para participar, em maio, da 52ª Reunião da Comissão da Organização Mundial do Turismo para as

Américas e expor o case “Caxias do Sul, Turismo: Passado, Presente e Futuro”. O evento ocorreu, juntamente com o Seminário Técnico sobre Investimentos em Turismo das Américas, em Assunção, no Paraguai.

A presidente do Conselho Municipal do Turismo, Márcia Malichieski, destacou também a divulgação da Festa Nacional da Uva, em 2012, ano da Itália no Brasil, e o interesse de Caxias em ser campo base e sediar eventos da Copa de 2014. O casal Roni e Marines Grizon, representantes de Criúva, aproveitaram o encontro para divulgar o distrito, com

o enfoque eco-aventura gaúcha, e o potencial turístico do interior.

Em Lisboa, a comitiva caxiense acompanhou a representação do Governo do Rio Grande do Sul na visita à direção da TAP, companhia aérea portuguesa que iniciará voos diretos de Porto Alegre a partir de 12 de junho. O diretor executivo, o gaúcho Luiz Mór, deixou claro o interesse da empresa em incluir Caxias do Sul em roteiros para turistas europeus. Os caxienses também participaram da Conferência Internacional de Turismo, a qual teve temática voltada para novas vias de crescimento.

Na lista dos melhores municípios turísticos

Caxias do Sul integra a relação dos 100 Melhores Municípios Turísticos do Brasil, idealizado pelo Instituto Brasileiro de Verificação de Gestão. A organização pesquisou as potencia-

lidades turísticas de 150 municípios brasileiros e relacionou os 100 melhores. Considerou não apenas aquelas com estrutura turística, mas cidades que têm características que podem

levá-las a ostentar posição destacada no futuro. O prêmio foi entregue em solenidade realizada no Centro de Convenções do Hotel Golden Tulip Park Plaza, em São Paulo.

São Marcos investe no Monte Calvário



Prefeitura entregou primeira etapa de revitalização de seu principal ponto turístico

A Prefeitura de São Marcos e a Mitra Diocesana entregaram à comunidade a primeira etapa das obras de revitalização do Monte Calvário. Nesta fase a Via Sacra foi pavimentada com blocos coloridos e, nas margens, construídos muros de contenção e feita nova drenagem.

Em frente ao monumento foi edificada nova escadaria e a iluminação agora é feita por 15 torres, cada uma representando as estações da Via Sacra. Ainda houve o plantio de leivas e oliveiras.

O prefeito Evandro Ballardin afirmou que realizava um sonho e agradeceu o empenho de todos os secretários. A segunda etapa da revitalização prevê a construção de acesso asfaltado para ônibus de turismo. Na terceira será feito o cercamento de toda a área do monumento.

A Prefeitura de São Marcos também investe na pavimentação asfáltica de estradas do interior. A comunidade da Linha Tuiuti foi a beneficiada com a mais recente obra. O prefeito Evandro Ballardin anunciou que a próxima região atendida com asfalto será a da Capela de Santo Henrique.

Flores da Cunha restaura imóvel centenário

A Prefeitura Municipal de Flores da Cunha inaugurou, no Parque da Vindima Eloy Kunz, a Casa Centenária, que abrigará a Casa do Turista e Memorial das Famílias Falavigna, Soldatelli e Antoniazzi. A estrutura foi doada por Odaly Falavigna Antoniazzi e seu filho Asdrúbal Antoniazzi. A administração recebeu a doação e restaurou o imóvel de forma a conservar este patrimônio histórico dos imigrantes italianos.

A estrutura de dois andares abrigará, no primeiro piso, a Central de Atendimento e Recepção ao Turista, que durante os eventos oferecerá informações sobre a cidade. Já o andar superior abrigará um museu com artigos, pertences e fotografias doadas pelas famílias Falavigna, Soldatelli e Antoniazzi, que pretende dar início ao museu da colonização italiana.

Novo secretário - O prefeito de Flores da Cunha Ernani Heberle anunciou o funcionário público aposentado Floriano Molon como o novo secretário de Turismo, Indústria, Comércio e Serviços. Ele tomará posse dia 6 de junho em substituição a Carlos Lisboa, que pediu exoneração para dedicar-se a outras tarefas políticas. Molon já comandou a pasta de 1997 a 1998 no governo de Heleno Oliboni.

MÔNICA SOSNOSKI/DIVULGAÇÃO



Casa abrigará, no futuro, museu da imigração italiana

Um prato, uma tradição caxiense

Pesquisadora sugere que o *galeto al primo canto* seja considerado patrimônio imaterial de Caxias do Sul

CLAITON STUMPF

Quem viaja a Caxias do Sul, a passeio ou a negócios, certamente terá oportunidade de comer. E comer muito bem. Um dos pratos que não pode ficar de fora do roteiro gastronômico é o tradicional galeto al primo canto. A iguaria consiste em uma (farta) mesa com frango de aproximadamente 500 gramas, brodo (sopa), polenta, massas, pães, salada de radicci com baccon e, claro, vinho.

A preferência local pelo prato rendeu até estudo acadêmico. A professora e mestre em Turismo, Rosana Peccini, desenvolveu tese de mestrado realizado na Universidade de Caxias do Sul (UCS) sobre a história das galeterias caxienses e a tradição do galeto. O trabalho resultou no livro “A invenção da galeteria: o *galeto al primo canto* e o patrimônio de Caxias do Sul”, que será lançado pela Editora da Universidade de Caxias do Sul no segundo semestre.

Segundo Rosana, que descende dos proprietários

Apenas quatro restaurantes da cidade ainda mantêm o formato original de galeteria

da Galeteria Peccini, fundada em 1950 e primeira de Caxias do Sul, observa que durante o século XIX um contingente imenso de italianos migrou e se espalhou por diversos países em todos os continentes em busca de vida melhor. Mas em apenas um lugar, dentre tantos destinos, foi inventado um restaurante que conhecemos até hoje por galeteria e que se baseava no costume medieval de reunir-se após a caçada.

Uma das provas concretas da regionalidade do prato é o fato de o termo galeteria não constar no dicionário. “É algo específico à nossa cultura. O papel da galeteria foi o de salvar um conhecimento da colônia e dos nossos antepassados num espaço público e urba-

no. O que se estabeleceu na nossa memória e na nossa história ficou nas galeterias”.

Segundo a pesquisadora, no formato original de galeteria, existem apenas quatro estabelecimentos: as tradicionais Alvorada e Zanotto e as mais contemporâneas Picollo Polo e Brasilis. Contudo, o prato, com algumas variações, pode ser encontrado na maioria dos restaurantes a la carte “Há muitos restaurantes que servem o galeto, mas ele é servido em cardápios diferenciados, com algumas adaptações”, explica. Entre as variações na formulação do prato estão a introdução de raviólis, macarrão e outras massas com molhos diferenciados, ao invés de apenas espaguete com molho de miúdos como faziam os pioneiros.

Outro incremento foi o acréscimo do sagu com vinho tinto, receita originária da Alemanha, mas que se agregou ao prato principal como sobremesa. “Os costumes não são estanques, eles se adaptam, melhoram, mas isso não quer dizer que tenha perdido a originalidade”.

O galeto al primo canto, como o próprio nome sugere, quer dizer que a ave é servida logo após a primeira interjeição. Contudo, conforme a pesquisadora, devido a problemas de demanda da ave na época em que começou o negócio, Lauthério Peccini precisou utilizar-se de aves até mais jovens. Daí a origem dos galetinhos terem cerca de 550 gramas apenas.

Prato original ganhou variações, mas segue sendo o principal difusor da gastronomia caxiense



Da colônia ao centro urbano

O consumo de *galeto al primo canto*, introduzido no cardápio urbano caxiense em 1950, que se funde com a história da fundação da primeira galeteria, reproduz as festas de colônia que os primeiros imigrantes italianos faziam para reunir as famílias aos finais de semana, quando os homens saíam para caçar e as mulheres ficavam em casa, cozinhando. Segundo a pesquisadora Rosana Peccini, a ideia do patriarca Lauthério Peccini era levar para o centro urbano toda a fartura das festas de colônia.

Como na cidade não se podia caçar, o cardápio foi adaptado, substituindo-se a caça pelo frango. “Na mesa de uma galeteria vai tudo que se produz na colônia. Ou seja, o trigo (massas e pães), a criação de frango (galeto e brodo), a criação de porco (toucinho), a horta (radicci, salvia e alho), o parreiral (vinho e vinagre) e o milharal (a polenta)”, enumera.

Mesmo temendo não conseguir dinheiro para pagar um motor que precisava para girar os espetos em forma de rolete, Lauthério Peccini adquiriu o equipamento. Para surpresa da incrédula família, que chegou a chamá-lo de louco pela ousadia, o valor da dívida foi amortizado no primeiro final de semana. “O sucesso foi tanto que a família não dava mais conta de atender à demanda”, relata Rosana.

Após a morte de Lauthério, em 1970, a galeteria

foi perdendo importância, pois os herdeiros adultos já estavam afastados da empresa. Além disso, o ponto começou a ficar obstruído pela dinâmica da urbanização da cidade. As mulheres ficaram no comando, mas não tinham a força e nem a experiência do inventor da galeteria para fazer uma mudança estratégica de lugar. Desta forma, definhou aos poucos.

Lauthério pagou equipamento no primeiro fim de semana em que começou a usá-lo

DIVULGAÇÃO



Patrimônio imaterial da cidade

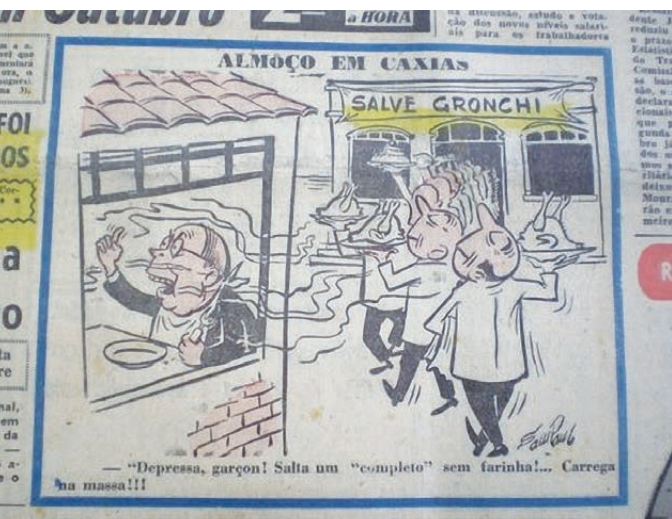
Com base no estudo, a professora Rosana Peccini, representando a Associação dos Amigos da Memória e do Patrimônio Cultural de Caxias do Sul (Moúsai), pediu o apoio dos vereadores para fazer com que o *galeto al primo canto* seja considerado patrimônio imaterial de Caxias

do Sul. Como a matéria é de competência do Poder Executivo, o assunto será encaminhado para que a Prefeitura elabore projeto de lei.

O argumento da professora para o reconhecimento do galeto como patrimônio de Caxias se deve ao fato de que não se trata de uma receita, mas de um saber. “O galeto não é apenas um prato, é um costume, uma tradição e um saber que passou de geração para geração”.

Rosane compara o prato caxiense aos únicos considerados patrimônios brasileiros: o acarajé baiano e o pão de queijo mineiro. “Quando comemos acarajé nos ligamos aos baianos e ao seu jeito de ser brasileiro. Quando comemos queijo de Minas também nos ligamos ao jeito mineiro de ser brasileiro. Dentro de um Brasil rico em pluralidades, comer *galeto al primo canto* é ligar-se ao jeito caxiense de ser brasileiro, à nossa memória, à nossa história”, justifica.

A afirmação é reiterada pela presidente da Moúsai, Maria Angélica Grazziotin. “O *galeto al primo canto*, com todos os ingredientes, mostra a forma e os fazeres de Caxias do Sul, já que o prato surgiu na cidade”. Sendo 2011 o ano da Itália no Brasil, Rosana considera este o melhor momento para considerar o *galeto al primo canto* como patrimônio cultural imaterial.



Jornais da década de 50 destacavam o sucesso do prato

Dobro de tamanho

Plastech Brasil 2011 terá 400 expositores, o dobro do número consolidado na última edição

Acada edição, a Plastech Brasil - Feira de Tecnologias para Termoplásticos e Termofixos, Moldes e Equipamentos - alcança força e reconhecimento no Brasil e no Exterior. Para 2011 a expectativa da organização é dobrar o tamanho da feira em número de expositores, reunindo mais de 400 empresas, e totalizando 700 marcas. O evento terá área de exposição de 10 mil m², ocupando a totalidade do Centro de Eventos e do Pavilhão 1, que devem ser visitados por 25 mil profissionais.

Organização divulga a feira no Brasil e no Exterior

Organizada e realizada pelo Simplás (Sindicato das Indústrias de Material Plástico do Nordeste Gaúcho), a Plastech Brasil 2011 será realizada de 16 a 19 de agosto, no Par-

que de Exposições da Festa da Uva, em Caxias do Sul. Segundo Orlando Marin, presidente da entidade promotora, a feira é uma grande oportunidade de integrar a cadeia produtiva com o objetivo de mostrar aos potenciais clientes e fornecedores o nível

tecnológico das empresas expositoras, além de impulsionar os negócios.

A Serra Gaúcha processa anualmente mais de 450 mil toneladas por ano por meio de 450 empresas de transformação. É considerada a maior consumidora de resinas plásticas do Rio Grande do Sul, contando com 4 mil máquinas e equipamentos.

MOTIVOS PARA EXPOR E VISITAR

Pesquisa realizada pelos organizadores apontou as razões dos expositores em participar da Plastech. Também mostrou o que atrai os visitantes.

Expositores

Ampliar relacionamentos comerciais: 79%
Prospectar novos clientes: 73%
Rever clientes atuais: 47%
Apresentar lançamentos: 47%
Expor a marca: 43%

Visitantes

Ampliar relacionamentos comerciais: 41%
Conhecer novos produtos: 30%
Procurar novos fornecedores: 12%
Outros motivos: 26%



JULIO SOARES/DIVULGAÇÃO

Febramec terá foco na indústria naval

A 18ª Feira Brasileira da Mecânica e Automação Industrial (Febramec), que será realizada de 2 a 5 de agosto de 2011, nos Pavilhões da Festa da Uva, em Caxias do Sul, traz diversas novidades em relação à edição anterior, enriquecendo a maior mostra do setor metalmeccânico do Sul do país. O lançamento oficial ocorrerá no dia 20 de junho com a palestra do diretor presidente da Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento, Marcus Coester, sobre o tema "A indústria metalmeccânica e o complexo naval gaúcho". Como indica o tema da palestra, a Febramec 2011 mira o polo naval como maior atrativo econômico para o mercado industrial gaúcho e a grande vedete da economia do estado do Rio Grande do Sul.

Durante a feira ocorrerão quatro eventos paralelos, voltados ao público industrial e seus principais interesses, visando transferir conhecimento e informações a toda cadeia de atividades do segmento. Além do Prêmio Febramec Meio Ambiente, que valoriza projetos de sustentabilidade desenvolvidos por empresas de todo Brasil, serão realizados o Seminário Abraman de Manutenção Industrial e o Curso de Orientação para Registro de Fornecedor da Petrobrás.

A Empresa de Feiras e Empreendimentos Promocionais (EFEP), promotora da Febramec, estima crescimento de 27% nas vendas em relação à mostra do ano passado, em função do maior distanciamento da crise de 2009 e dos efeitos positivos do polo naval gaúcho na economia. A expectativa é de que o evento reúna cerca de 150 expositores do setor e público de 20 mil visitantes.

SILAS ARBEU/DIVULGAÇÃO



Feira terá intensa programação paralela

Foco automotivo

Autoparts deverá reunir 180 expositores no mês de julho nos pavilhões da Festa da Uva

A Autoparts - Feira de Autopeças, Equipamentos e Serviços, programada para o período de 6 a 9 de julho de 2011, tem duas novidades nesta edição: será realizada em Caxias do Sul e torna-se bianual, sempre nos anos ímpares. Assim, passa a compor o calendário nacional de feiras, intercalando sua realização com a de outros eventos do setor automotivo, como a Autopar (PR) e a Rioparts (RJ), também realizados pela Diretriz, empresa de Curitiba.

A feira reúne fornecedores de autopeças, motopeças, ferramentas, pneus, equipamentos para teste, lubrificantes e aditivos, frotistas e postos de serviços, dentre outros. A expectativa para Caxias do Sul é de reunir 180 expositores e receber 28 mil visitantes.

Além dos produtos em exposição, os visitantes conhecerão a Oficina do Futuro, espaço diferenciado que apresentará os mais modernos equipamentos necessários para tornar as oficinas aptas a atenderem as novas

demandas do mercado.

"Ela mais parecerá uma clínica médica de ponta, com equipamentos e profissionais capacitados", explica Enio Guido Raup, presidente do Sindirepa-RS.

A estimativa do Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças) é que a indústria brasileira de autopeças registre faturamento de R\$ 90 bilhões em 2011. A frota atual de veículos em circulação no Brasil supera 32,5 milhões de unidades.

Feira será realizada a cada dois anos em Caxias do Sul



DIVULGAÇÃO

Da hospedagem até a importante reunião de negócios, no Personal a excelência está em todos os quesitos.



- 140 apartamentos • 2 suítes temáticas • Ar condicionado central • TV a Cabo • Bar • Salas vips • Auditórios
- Internet sem fio • Web Center • Hidromassagem • Ofurô • Sauna • Personal Fit • Personal Bistrô

Reservas: (54) 3289-2000
reservas@personal.com

Rua Garibaldi, 153
Caxias do Sul
www.personalroyal.com

 **Personal**
Royal Hotel

Categoria superior no centro de Caxias.



SÃO MARCOS

serra e mar

Viagens Nacionais / Internacionais e Translados

Caxias do Sul / RS - Brasil (+55) 54 3229-4511 caxias@expressosaomarcos.com.br
São Marcos / RS - Brasil (+55) 54 3291-2021 saomarcos@expressosaomarcos.com.br
www.expressosaomarcos.com.br



Homenagem à Itália

ExpoBento colocará 20 mil itens diferentes para compra pelos 180 mil visitantes esperados

Com uma renovação de mais de 30% nos expositores, a ExpoBento cresce a cada ano. A feira, em sua 21ª edição, consolidada pela qualidade e variedade dos produtos que apresenta, deverá superar os 180 mil visitantes. A feira apresentará ao público mais de 20 mil itens, além da farta gastronomia e todos os projetos que compõem a sua programação.

A estrutura do Parque de Eventos está preparada para receber expositores e visitantes com excelência. Na área coberta de 58 mil m² estarão dispostos mais de 400 expositores que apresentarão seus produtos. “É uma perfeita oportunidade para os empresários empreendedores apresentarem ou expandirem a sua marca no mercado”, define André Sain, presidente da ExpoBento, atividade promovida pelo Centro da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves.

A edição deste ano homenageará a Itália, integrando a programação nacional dedicada ao país. A homenagem não está somente nas cores do material de mídia e na decoração, mas nos nomes dos projetos, como Piazza Per Mangiare, Città Della Moda, Piazza Del Vino e Spazio Varietà.

GILMAR GOMES/DIVULGAÇÃO



A elaboração de pão caseiro é uma das principais atrações da feira

Festiqueijo aumenta opções gastronômicas

De 7 a 31 de julho, a 22ª edição do Festiqueijo transforma Carlos Barbosa em um lugar onde a rica gastronomia italiana e os melhores vinhos e espumantes estão presentes, além de muitos shows, alegria e diversão para turistas. O evento gastronômico reunirá 10 vinícolas e nove queijarias, que oferecerão mais de 40 variedades de queijos, além de vinhos finos e espumantes, tudo servido à vontade.

DIVULGAÇÃO



Cardápios tradicionais ganham a companhia de novos pratos

No cardápio das mesas centrais o visitante degustará polenta brustolada com queijo, pizzas doces e salgada, galetto, salsichão, pastel e os novos sabores desta edição: bolinho de queijo, pizza de doce de leite, goiabada e queijo e os novos recheios de coco e doce de leite para a cuca. Haverá ainda expositores de refrigerante, água e café. Serão mais de 30 atrações musicais para todos os gostos, animando os 13 dias da festa.

DIAS E PREÇOS DOS INGRESSOS

Sextas: das 18h às 22h

Adulto: R\$ 50 (a partir de 12 anos)

Infantil: R\$ 25 (de oito a 11 anos)

Sábados: das 10h às 22h

Adulto: R\$ 58 (a partir de 12 anos)

Infantil: R\$ 25 (de oito a 11 anos)

Domingos: (das 10h às 18h)

Adulto: R\$ 58 (a partir de 12 anos)

Infantil: R\$ 25 (de oito a 11 anos)

Feira de Inverno sofre alterações

Evento terá exposição de produtos de 70 empresas de Flores da Cunha

O maior evento comercial de Flores da Cunha e um dos mais tradicionais do estado está pronto para receber mais de 30 mil visitantes durante

DIVULGAÇÃO



Organização espera 30 mil visitantes em cinco finais de semana

os cinco finais de semana de sua realização. A 22ª edição da Feira de Inverno estará totalmente renovada a partir do dia 18 de junho, data em que os realizadores, Centro Empresarial e Prefeitura, irão apresentar os 70 expositores do evento, o maior número de empresas registrado até hoje.

Os setores de malhas, confecções, artigos de couro, cama, mesa e banho e acessórios estão presentes no espaço Caminhos do Inverno, com mais de 35 estandes, onde o visitante encontrará ambientes reposicionados e modernos. O setor de móveis, destaque na economia local, ocupa uma área de 500 m² onde é possível projetar diferentes cenários para a casa como cozinhas, dormitórios, estofados, colchões e acessórios com preços diretos de fábrica. O aroma dos melhores vinhos está presente no espaço Terra do Vinho, localizado junto à área de alimentação. Para completar, o artesanato e a farta gastronomia italiana estarão à disposição dos visitantes até 17 de julho, sempre de sexta a domingo. Não há cobrança de ingresso, nem de estacionamento no Parque Eloy Kunz.

São Francisco distribuirá 10 toneladas de pinhão

Os organizadores reservaram 10 toneladas de pinhão para servir aos visitantes da XV Festa do Pinhão, que ocorre até o dia 12 de junho no Parque de Eventos da Gaúcha, em São Francisco de Paula. O pinhão cozido é oferecido aos visitantes enquanto fazem compras nos 120 estandes de empresas expositoras de malhas, calçados, confecções, móveis e produtos para cama, mesa e banho.

Além da praça de alimentação, as delícias da típica culinária serrana são servidas em um espaço aconche-

gante localizado junto ao centro de eventos. A Mostra da Gastronomia Serrana é um restaurante onde são servidos pratos típicos como paçoca de pinhão, arroz de carreteiro e o delicioso churrasco de pinhão, além de outras delícias. Também haverá um espaço destinado à exposição e comercialização de alimentos e objetos produzidos por produtores rurais e artesãos serranos. Em paralelo à Festa do Pinhão acontece o 20º Ronco do Bugio, um dos mais tradicionais eventos musicais do Estado. Os ingressos custam R\$ 6.

Vila Seca promove o seu principal produto

A Prefeitura de Caxias do Sul, por meio da Subprefeitura de Vila Seca, programou para o período de 4 a 12 de junho a realização da 4ª Festa do Pinhão. As atividades ocorrerão no Ginásio de Esportes de Vila Seca, com destaque para a Feira do Artesanato, que funcionará diariamente das 14h às 22h, e a Praça da Alimentação.

Nos finais de semana serão servidos almoços típicos à base de paçoca de pinhão, churrasco, galetto, salsichão,

maionese, saladas, pão e vinho. À tarde os visitantes poderão degustar cafés campeiros. No cardápio, café, leite, pão batido, pão de milho, mocilha branca e preta, queijo de porco, salame, queijo, cucas, marmeladas, paçoca, cuscuz, broas e biscoitos. As principais atividades serão os desfiles temáticos com a participação de distritos convidados e o concurso de pratos doces e salgados à base de pinhão.

O melhor do folclore mundial

Nova Petrópolis atrairá as atenções pelas apresentações de grupos do Brasil e do Exterior

Em uma cidade onde o turismo é cultural, o maior evento não poderia ser outro. O Festival Internacional de Folclore de Nova Petrópolis entra para a sua 39ª edição com a busca pela diversidade cultural cada vez mais presente em sua essência. O evento, que iniciou de forma singela em julho de 1973 no Parque Aldeia do Imigrante, hoje movimenta Nova Petrópolis durante duas semanas em agosto, tendo a Rua Coberta e a Praça das Flores como o local da festa.

Para 2011, a comissão organizadora espera um público superior a 60 mil pessoas, no período de 30 de julho a 14 de agosto. Com a inscrição de grupos folclóricos desde o final da última edição do evento, a cidade se prepara para novamente receber mais de 100 grupos de todas as regiões do Brasil e de outros países.

As apresentações de grupos folclóricos continuam sendo o ponto alto do evento. Para 2011 já estão confirmados 11 representações da Argentina, Estados Unidos, Turquia, Bolívia, Peru e Alemanha, e outras 12 de diferentes estados do Brasil, além de dezenas do Rio Grande do Sul.

O artesanato também está numa crescente e a cada ano traz mais novidades para o evento. Estão confirmados artesanatos da Bolívia, Peru e de diversas regiões do País e do Rio Grande do Sul. A Praça das Flores contará com gastronomia diversificada, com produtos típicos de diversas etnias e, ainda, um restaurante. Uma das novidades será o ponto de venda, com estandes personalizados.

A preservação da cultura alemã em Nova Petrópolis é representada por meio do desfile de integração que marca a abertura do evento e as competições germânicas. O desfile do dia 30 de julho terá a participação dos grupos folclóricos, grupos teatrais e bandinhas, que atravessam a avenida principal da cidade distribuindo chope e contagiando os espectadores com a alegria característica do povo alemão.

Os jogos germânicos são a garantia de muita diversão nas manhãs de domingo. As comunidades do interior disputam entre si em provas que relembram as atividades dos primeiros imigrantes como, por exemplo, serrar o tronco, cabo de força e chope em metro, dentre outras. Após as provas oficiais é oferecida a oportunidade de os visitantes testarem suas habilidades.

A primeira atividade social do festival será no dia 18 de junho com a escolha das novas soberanas, den-

tre seis candidatas, em um baile alemão. O lançamento oficial do festival está marcado para 19 de junho, a partir das 10h30, com um desfile pela avenida principal de Nova Petrópolis.

FOTOS DARCY HENNEMANN/DIVULGAÇÃO



Público assistirá gratuitamente a todos os espetáculos, que ocorrerão na área central da cidade



Canela explora os costumes rurais

Festa leva para o centro da cidade a rotina das comunidades do interior

De 15 a 31 de julho, a Festa Colonial leva ao centro de Canela uma variedade de produtos coloniais feitos nas comunidades rurais do

município. Maçã com gengibre, abacaxi com pimenta, geleia de maracujá, figo com castanha e doce cremoso de maçã, marmelo ou figo são alguns dos tipos de guloseimas que o visitante poderá experimentar ao prestigiar o evento, que tem como palco o espaço Canela Rural, ao lado do Centro de Feiras da cidade. O aroma dos pães e cucas assados na hora, e o sabor diferenciado das geleias e chimias seduzem os visitantes.

Além de conferir a gastronomia típica e levar para casa geleias, conservas, massas, pães e cucas, o visitante desfrutará de intensa programação cultural. Uma feira reunirá os setores de móveis, roupas e acessórios, decoração e artesanato para comercialização de produtos. Destaque para os artigos feitos em bambu, vime, pintura em madeira e tecido, crochê e tricô.

Integrar a comunidade rural ao turismo local, visando apresentar o trabalho, a cultura e a gastronomia é o objetivo da 18ª Festa Colonial, promovida pela Prefeitura de Canela, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico. A qualidade dos produtos oferecidos e o resgate e valorização da cultura dessas comunidades fizeram do evento um dos mais importantes da temporada de inverno de Canela. "A cada ano a festa se renova e várias novidades estão sendo preparadas para a edição de 2011. No entanto, o evento segue oportunizando ao colono a divulgação e comercialização do seu trabalho e produção", destaca o secretário de Desenvolvimento Econômico, Luciano Melo.



Soberanas já trabalham na divulgação do evento

Festival promove o cinema de aventura

Primeiro e único festival brasileiro de filmes focados nos temas aventura, turismo e ambientalismo, o FATU será realizado de 26 de setembro a 2 de outubro em Caxias do Sul. O festival nasceu em 2004 no prédio da Bienal do Ibirapuera, em São Paulo, e migrou para a Cidade de Socorro, interior paulista, importante polo de esportes de aventura e acessibilidade, em 2007. Com visibilidade internacional, o FATU participou de 2006 a 2008, como mostra internacional convidada, em diversas cidades do Japão e

segue participando de projetos semelhantes.

Dentre as atividades do festival ocorrem oficinas de vídeo digital, onde pessoas aprendem a fazer filmes gratuitamente em aulas práticas e teóricas. No último dia da programação cada equipe participante apresentará um filme que finalizará nas oficinas. Eles serão assistidos pelo público do festival e os jurados premiarão o melhor. Além disso, alunos de escolas de todo Brasil participam com produções na categoria juvenil escola. Ao todo são premiadas 12 categorias.

O festival tem foco nacional nas comunidades locais, com abrangência e repercussão internacional. Com isso, o FATU incentiva o turismo nacional. Inscrições podem ser feitas por meio do endereço www.fatu.com.br.



Fimma bate recordes

Público visitante e geração de negócios superaram as expectativas

A 10ª edição da Feira Internacional de Máquinas, Matérias-Primas e Acessórios para a Indústria Moveleira (Fimma Brasil 2011) será lembrada pelos recordes e números que atestam o sucesso daquele que é o maior encontro da cadeia produtiva de madeira e móveis na América Latina. O evento recebeu 43.857 pessoas, quase 10% acima da expectativa de 40 mil, e superou a casa dos US\$ 300 milhões em negócios.

O Projeto Comprador gerou US\$ 6,5 milhões de ne-

gócios por meio de 440 reuniões dentre expositores e 24 importadores vindos da África do Sul, Bolívia, Canadá, Chile, Colômbia, Equador, EUA, Guatemala, México e Peru. Outro dado que expressa a importância da feira para a região: a organização estima em R\$ 24 milhões o montante de recursos que circulou nos cinco dias de feira, beneficiando diferentes segmentos econômicos. A FIMMA Brasil 2013 está confirmada para o período de 25 a 29 de março, no Parque de Eventos de Bento Gonçalves.

Homens na Cozinha completa 10 anos

A edição de 2011 do Homens na Cozinha gerou receita líquida de R\$ 139 mil que foi repassada à Fundação Caxias, responsável por distribuir os recursos para entidades assistenciais. A iniciativa da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul teve a participação de 1,6 mil pessoas nos pavilhões da Festa da Uva, onde foram servidos pratos preparados por 156 cozinheiros voluntários em 39 cozinhas. Com este encontro, o evento marcou sua primeira década de realização.



José Quadros dos Santos, Nelson Lisot, Linda Lutz, Anonymus, Guiomar Vidor, Abigail Pereira, Analice Carrer e Paulo Magnani na 10ª edição do Homens na Cozinha

VESTIBULAR de inverno

Inscrições até 13/06
Prova dia 17/06

Administração, Enfermagem,
Fonoaudiologia e Nutrição



Mais informações

0800.721.8333

www.fatimaeducacao.com.br

EDUCAÇÃO
FÁTIMA

Salton faz o vinho de missa

Elaborado para ser consumido na missa, o vinho canônico integra o portfólio da Salton, de Bento Gonçalves, há 70 anos e atualmente atende igrejas de todo

o País. Trata-se da mais antiga marca comercial para a elaboração deste tipo de vinho, que necessita de autorização da Cúria Metropolitana. De todo o volume de produção, 80% é comercializado para as paróquias, de forma individual ou por meio de Mitras

Diocesanas. O restante é procurado por consumidores que apreciam o vinho para acompanhar sobremesas ou mesmo como aperitivo. Também é utilizado em confeitarias, na composição de receitas.

É um vinho rosado licoroso doce, com graduação alcoólica de 16º GL. A grande concentração de açúcar cumpre a função de conservar o produto por mais tempo, considerando o seu consumo lento, a cada missa.

A história do vinho canônico remonta aos anos 40 do século passado. Um padre espanhol, que visitava Bento Gonçalves, descobriu que não havia vinho de missa na cidade. Como a casa paroquial ficava em frente à antiga sede da Salton, o religioso atravessou a rua e conversou com Antônio Salton sobre a necessidade de se elaborar o vinho canônico. O padre deu a receita ao vinicultor, e o vinho é elaborado desde então.



Pousada dos Ilheus valoriza o passado

Estruturada para oferecer sossego total aos seus hóspedes, a Fazenda Turística Palmeira dos Ilheus tem capacidade para receber até 12 pessoas em seis quartos montados numa antiga moradia, erguida em 1923, aonde ainda são mantidos os móveis da época. Quando os hóspedes estão em grupos de famílias ou amigos a capacidade pode chegar a 18 pessoas.

A pousada trabalha com pacotes de R\$ 140 a diária por pessoa, incluídas quatro refeições, com destaque para os pratos campeiros e italianos. A proprietária da fazenda, Sara de Azevedo, salienta que o perfil do hóspede é, essencialmente, de grupos familiares ou de amigos. A maioria vem de Porto Alegre e Região Metropolitana, mas detecta crescimento de moradores de Caxias do Sul e cidades vizinhas.

Além da hospedagem e da alimentação, a pousada oferece estrutura para passeios a cavalo, com preço de R\$ 30 por pessoa, e trilhas a pé. Os passeios são feitos campo a fora, enquanto as trilhas priorizam matas nativas, com paradas em cachoeiras. Há também um passeio noturno, a cavalo, aproveitando a lua cheia.

Também existe a possibilidade de o visitante passar somente o dia na fazenda. Neste caso são ofertados passeios a cavalo e alimentação, de acordo com o interesse da pessoa.

Localizado em São Marcos, o estabelecimento fica distante 42 quilômetros do Centro de Caxias do Sul, com acesso pela Rota do Sol. Destes, 10 são feitos em estrada de chão.

programa

carlos
QUADROS
— e mercado —



Há 13 anos divulgando
sua empresa com credibilidade.

Canal 20 da Net
Horários inéditos
Domingo, Terça e Quinta
23h30

Rádio Caxias
930 FM
Sábados das 9hs às 10hs
www.radiocaxias.com.br



contato: 54 9983 9372
carlosfq@terra.com.br

produção



- * Vídeos Corporativos
- * Peças Publicitárias
- * Programas de TV
- * Computação Gráfica

www.blastprodutora.com.br
54 3028 0304

Villa Michelin completa 10 anos

O Hotel Villa Michelin, no Vale dos Vinhedos, completou 10 anos de existência. A data foi comemorada pelo diretor Moysés Luiz Michelin em almoço que reuniu os 48 funcionários. Dentre as melhorias programadas, estão a ampliação do restaurante e o incremento de atrativos na parte externa.

Perini amplia cantina

A Vinícola Perini investe R\$ 9 milhões em uma nova planta produtiva em Farroupilha. Segundo o diretor-presidente, Benildo Perini, a construção da nova e moderna unidade de engarrafamento e elaboração de vinhos, espumantes e suco de uva deve estar pronta até o final do ano, aumentando a capacidade de engarrafamento em, no mínimo, 25%.

Atualmente, a capacidade instalada da vinícola é de 16 milhões de litros.

CARLOS BEM/DIVULGAÇÃO



Nova marca de espumante

A Bodega Copetti & Czarnobay é uma das novidades da indústria vinícola. Localizada em Encruzilhada do Sul, coloca no mercado seu primeiro produto, um espumante brut elaborado em processo charmat longo, acaba de lançar o tinto merlot. Os sócios são Antônio Czarnobay e André Copetti, que fundaram a empresa em 2009, que explora a potencialidade de um vinhedo de apenas quatro hectares. Para a próxima safra a ideia é lançar um espumante brut champenoise.

Dal Pizzol cria o Vinhedo do Mundo

O Vinhedo do Mundo, projeto que tem como objetivo reunir cerca de 500 variedades de uvas de várias partes do planeta, em um espaço pequeno e acessível a aficionados, estudiosos e interessados, é uma iniciativa da Dal Pizzol, de Bento Gonçalves. A ideia já conta com 164 variedades de videiras de 22 países, ocupando 0,5 hectare.

Segundo Rinaldo Dal Pizzol, diretor da vinícola e responsável pelo projeto, o objetivo é transformar o local em referência cultural para uma região vitivinícola. Além de atrativo turístico, o vinhedo ainda será fonte de estudo para escolas, professores e alunos das áreas ligadas ao mundo do vinho. Também terá como missão gerar um vinho para fins beneficentes, resultado da união de todas as variedades. Já neste ano será colhida uma safra de forma simbólica para cumprir um programa de microvinificação com a Embrapa Uva e Vinho.

GILMAR GOMES/DIVULGAÇÃO



Convidados do evento de lançamento participaram de uma degustação de olhos vendados

Miolo fecha parceria virtual

Os vinhos elaborados pela Miolo, de Bento Gonçalves, serão os primeiros rótulos brasileiros comercializados pela Wine, a maior e-commerce de vinhos da América Latina. Os clientes do ClubeW receberam como primeira oferta quatro garrafas de três rótulos premiados da Miolo: uma do Lote 43 safra 2005, duas do Merlot Terroir 2008 e uma do Quinta do Seival Cabernet Sauvignon 2005. A média dos preços destes vinhos no mercado é R\$ 90, mas para os clientes do ClubeW cada garrafa sai por R\$ 50.

Com 40% de participação em seu segmento de mercado, a Miolo é a maior exportadora de vinhos nacionais. Também ocupa a terceira posição entre as principais produtoras de espumantes do país, com participação de 15% no mercado. O ClubeW é o primeiro grupo do Brasil vinculado a uma webstore de vinhos e a um clube de vantagens. Seus membros recebem mensalmente quatro garrafas de vinhos selecionados pelo sommelier Wine, têm 15% de desconto e frete grátis em todas as compras na loja virtual.

Só é dono quem registra.

• Marcas • Patentes • Domínios • Direitos autorais • Softwares

www.acerti.com.br

Fone/Fax: +55 54 3028.2036

BR 116, Km 151, Nº 3603 / B. Bela Vista / 95070-070 / Caxias do Sul / RS / Brasil



Registrando o que você tem de melhor

50 medalhas em cinco concursos

Brasil estreou com a primeira Medalha de Ouro e degustador no corpo de jurados no The International Wine Challenge, um dos principais e mais representativos concursos internacionais

Em cinco concursos realizados de fevereiro a maio a indústria vinícola brasileira conquistou 50 medalhas, sendo cinco de ouro, 17 de prata e oito de bronze. Garantiu ainda 15 menções honrosas e cinco grandes menções. A conquista mais significativa deu-se no concurso The International Wine Challenge 2011, realizado em Londres, na Inglaterra.

Vinhos do Vale dos Vinhedos têm garantido dezenas de medalhas em concursos

Pela primeira vez um produto brasileiro recebe a medalha de ouro neste concurso, distinção conferida ao espumante Gran Legado Brut Champenoise, da Vinícola Wine Park, do Vale dos Vinhedos. De acordo com a geren-

te de exportação do projeto Wines of Brasil, Andreia Gentilini Milan, o prêmio surpreendeu a própria organização do evento, que acreditava que iria demorar mais tempo para isso acontecer. “É emocionante ganhar o primeiro ouro no Wine Challenge e ver que o Brasil é reconhecido pela qualidade de sua produção”, observa.

O Brasil também estreou no concurso de 2011 com um representante no corpo de jurados, já convidado para integrar o painel de avaliadores no próximo ano. O pesquisador da Embrapa Uva e Vinho, Mauro Zanus, teve a oportunidade de degustar 650 vinhos em cinco dias, de um

GILMAR GOMES/DIVULGAÇÃO



total de mais de 12 mil amostras inscritas por 48 países. A participação brasileira foi organizada pela Associação Brasileira de Enologia (ABE), em parceria com o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin).

Zanus destaca como principal característica do concurso o seu caráter mercadológico. “É uma avaliação na perspectiva, principalmente, dos wine masters e escritores internacionais, com um peso importante de adequação do vinho aos mercados, principalmente o inglês”, enfatiza. O que mais impressionou o pesquisador foi o profissionalismo e a capacidade de contextualização dos escritores e jornalistas que integraram o corpo de jurados. “Eles descrevem o vinho de forma diferenciada. São muito exigentes e, por isso, exercem grande poder na formação do mercado internacional de vinhos, ditando novas tendências, que a indústria vinícola mundial procura acompanhar com rapidez”, explica.

Mauro Zanus observa que os padrões de referência de qualidade dos vinhos estão mudando. “O vinho não é mais entendido como um produto acabado, com referenciais fixos de qualidade. O nome e a reputação de marcas e regiões não contam tanto quanto no passado. O que interessa, principalmente, são atributos de cor, aroma e paladar que indiquem que houve grande dedicação dos produtores, do vinhedo e da tecnologia de elaboração. Para serem premiados os vinhos devem ter certa expressão de sabor.” Outra constatação é a de que os vinhos varietais vêm avançando mesmo nas tradicionais regiões produtoras da Europa.

A uniformização dos estilos de vinhos também chamou a atenção de Mauro Zanus, que acredita estar diretamente ligada com a utilização de uma tecnologia mundial padrão, o que tem diminuído as diferenças entre os vinhos. Justamente por isso é que o mercado externo espera que o Brasil aposte em vinhos jovens, frescos e frutados, valorizando as características do terroir brasileiro.

O enólogo e diretor da Associação Brasileira de Enologia (ABE), Flávio Zílio, representou o Brasil no Vinitaly 2011, realizado em Verona, na Itália. Foi um dos membros do júri e ficou impressionado com o número de vinhos e espumantes inscritos, o que demonstra a credibilidade do concurso. Ele explica que na primeira fase é feita a pré-seleção das amostras. Os vinhos e espumantes selecionados são novamente degustados no quarto e quinto dia. Nesta etapa cada amostra passa por 15 degustadores.

No Vinalies, realizado na França, um dos concursos mais importantes do mundo, o Brasil teve as participações dos Antonio Czarnobay e Philippe Mével. Informatizado desde o ano passado, o evento mantém sua característica de promover a discussão em grupo em torno de cada amostra. “Depois de degustarmos a amostra, justificamos a nota com a descrição do produto e a seguir um dos jurados da mesa faz seu comentário”, relata Czarnobay. A discussão tem o objetivo de chegar a um consenso sobre o merecimento de medalha. Outro diferencial do concurso é a publicação do livro Mil vinhos do mundo, que traz os mais pontuados desta edição do Vinalies com a descrição particular.

PREMIAÇÕES

The International Wine Challenge 2011 - Londres 12 mil amostras de 48 países

Medalha de Ouro

Gran Legado Brut Champenoise – Wine Park

Medalha de Prata

Aurora Espumante Brut Chardonnay – Cooperativa Aurora
Don Giovanni Espumante Rosé – Don Giovanni
Salton Virtude Chardonnay 2009 e Talento 2006 – Salton

Medalha de Bronze

Alisios do Seival Pinot Grigio Riesling 2010 – Seival Estate
Aurora Espumante Brut Pinot Noir – Cooperativa Aurora
Da'divas 2009 – Lídio Carraro
Monte Paschoal Frisante Suave e Merlot 2009 – Basso

Menção Honrosa

Aurora Espumante Brut e Moscatel – Cooperativa Aurora
Baccio Espumante Brut e Moscatel 2010 – Serra Gaúcha
Casa Venturini Reserva Chardonnay 2009 – Góes & Venturini
Cave Geisse Espumante Nature 2009 e 2006 – Geisse
Concentus 2005 e Dna99 2005 – Pizzato
Gran Legado Espumante Brut Charmat – Wine Park
Leopoldo 2007 – Santo Emílio
Monte Paschoal Moscatel Branco – Basso
Ponto Nero Espumante Brut e Moscatel – Domno do Brasil
Salton Desejo 2006 – Salton

Vinitaly – Verona (Itália) 3,7 mil amostras

Grande Menção

Garibaldi Espumante Moscatel – Cooperativa Garibaldi
Gran Legado Espumante Champenoise Brut – Wine Park
Gran Vin Cabernet Sauvignon 2005 – Adega Chesini
Leopoldo Cabernet Sauvignon/Merlot 2007 e Celebrato Espumante Moscatel 2010 – Santo Emílio

Challenge International du Vin – França 4.624 amostras de 38 países

Medalha de Ouro

Salton Volpi Cabernet Sauvignon 2008 – Salton

Medalha de Prata

Miolo Cuvée Tradition Brut 2009 – Vinícola Miolo

Medalha de Bronze

Garibaldi Espumante Moscatel – Cooperativa Garibaldi
Salton Espumante Brut Reserva Ouro – Salton

Concurso Chardonnay du Monde – França 914 amostras de 38 países

Medalha de Prata

Aurora Espumante Brut Chardonnay – Cooperativa Aurora
Marcus James Reserva Especial Espumante Brut – Cooperativa Aurora
Miolo Reserva Chardonnay 2010 – Miolo

Medalha de Bronze

Salton Virtude Chardonnay 2009 – Salton

Concurso Vinalies Internationales – França mais de 3 mil amostras

Medalha de Ouro

Aurora Espumante Moscatel Rosé – Cooperativa Aurora
Garibaldi Espumante Moscatel – Cooperativa Garibaldi
Ponto Nero Espumante Brut – Domno do Brasil

Medalha de Prata

Casa Valduga Duetto Cabernet Sauvignon/Merlot 2009 e Casa Valduga Stória Merlot 2006 – Casa Valduga
Courmayeur Executive Espumante Extra Brut 2009 – Courmayeur do Brasil
Dal Pizzol Touriga Nacional 2009 – Monte Lemos
Marcus James Espumante Brut – Cooperativa Aurora
Ponto Nero Espumante Moscatel – Domno do Brasil
Salton Tinto 100 anos 2008, Merlot Desejo 2006 e Talento 2006 – Salton



Espumante de Bento Gonçalves trouxe a inédita medalha de ouro do Wine Challenge

Eventos de junho a agosto 2011

As principais atrações deste período são as atividades programadas para os municípios da Região das Hortênsias com foco no frio. Dentre elas, o Festival de Bonecos, o Festival do Folclore, a Festa do Pinhão e o Festival do Cinema. Na Região da Uva e do Vinho destaque para a Festa de Corpus Christi, o Dia do Vinho e o Festival de Inverno, além de quatro feiras empresariais com foco nos negócios. Também é o período para as comemorações do Dia do Colono e do Motorista.

AGUDO

- 28º Ein Volksfest in Agudo
21 a 25 de julho

ANTÔNIO PRADO

- 31ª Noite Italiana – 13 e 20 de agosto

FOTOS DIVULGAÇÃO



ARROIO DO SAL

- 10ª Festa do Pescador – 21 a 31 de julho

ÁUREA

- 13ª Festa Nacional da Czarnina
4 de junho

BALNEÁRIO PINHAL

- 14ª Festa de São Pedro – 10 de julho
- 14ª Festa em Louvor a Nossa Senhora do Carmo – 17 de julho

BENTO GONÇALVES

- Expobento 2011 - 2 a 13 de junho
- 3ª Casa Brasil – 2 a 6 de agosto

BOM JESUS

- 6ª Festa da Gila – 14 a 17 de julho

CAMAQUÃ

- 32º Bailôco - Mais antiga festa à fantasia do Estado – 30 de julho

CANELA

- 23º Festival Internacional de Teatro de Bonecos - 14 a 19 de junho
- 17ª Temporada de Inverno
14 de junho a 21 de agosto
- 7º Cross Country Canela – 3 de julho
- 2º Encontro de Radioamadorismo e Faixa Cidadão PX de Canela
10 de julho
- 18ª Festa Colonial – 15 a 31 de julho
- 9ª Etapa Down Hill – 6 e 7 de agosto

CARAÁ

- 5ª Carreteada e Cavalgada
8 a 10 de julho

CARLOS BARBOSA

- 21º Festiqueijo – 7 a 31 de julho

CARLOS GOMES

- Festa da Padroeira de Sant'Ana
31 de julho

CAXIAS DO SUL

- 5ª Autoparts - Feira de Autopeças, Equipamentos e Serviços – 6 a 9 de julho

CRUZ ALTA

- Cavalgada Ana Terra – 28 a 30 de julho

DOM PEDRITO

- 13º Seminário Lavoura em Evolução
24 e 25 de junho

DOUTOR RICARDO

- 23ª Festa do Colono e do Motorista
24 de julho

ENCANTADO

- 10ª Suinofest – 10 a 19 de junho

ENCRUZILHADA DO SUL

- 3ª Etapa Regional do Enart
1º a 31 de julho
- 3ª Ramadinha da Canção Nativa
15 e 16 de julho
- 3º Campeonato Gaúcho de Carro 1.6 e Gaiolas – 17 de julho

ESTRELA

- Festa Paroquial Rosa Mística
7 de agosto

ESTRELA VELHA

- 5º Festival do Frango Caipira – 3 de julho

FAXINAL DO SOTURNO

- 17º Festival do Vinho e do Queijo
2 de julho
- 121ª Festa do Padroeiro São Roque
14 a 16 de agosto

FLORES DA CUNHA

- 8ª edição do Dia do Vinho – 5 de junho
- 22ª Feira de Inverno e Festival da Polenta, Fomaio e Vin – 18 de junho a 17 de julho
- 36ª Corpus Christi e Romaria ao Frei Salvador – 23 a 26 de junho
- 10º Encontro do Rancho Móvel
13 a 17 de julho
- 38ª Festa da Colônia – 23 a 25 de julho

FAXINAL DO SOTURNO

- 12º Festival da Fortaia – 9 de julho

FORTALEZA DOS VALOS

- 15º Festival do Vinho – 9 de julho

GARIBALDI

- 25º Festival Colonial Italiano
4 e 5 de junho

GRAMADO

- 3º Congresso Internacional sobre

Dificuldades de Aprendizagem e do Ensino - 23 a 25 de junho
 - 2ª Feira de Produtos da Indústria e Comércio - 22 a 31 de julho
 - 39º Festival de Cinema
 5 a 13 de agosto

GUAPORÉ

- 10ª Mostra Guaporé - 6 a 15 de agosto

GUARANI DAS MISSÕES

- 21ª Festa do Colono e do Motorista
 24 de julho
 - 20ª Romaria Internacional de Nossa Senhora de Czeszchowa - 28 de agosto

HERVAL

- 24ª Fejunahe e 2ª Feira de Artesanato e Produtos da Agricultura Familiar
 24 a 26 de junho

ILÓPOLIS

- 26º Corpus Christi - 23 de junho

IVOTI

- 11ª Kolonistenfest - 24 de julho

JAQUIRANA

- 3º Festival Interestadual de Taekwendo
 7 de agosto

LAJEADO

- 2º Agroind Familiar - 22 a 26 de junho

MONTE BELO DO SUL

- 8º Polentaço e 6ª Festa do Agricultor
 29 a 31 de julho

MONTENEGRO

- 11º Arraial de São João - 23 a 26 de junho

MUÇUM

- 12º Rodeio Artístico Estadual
 5 de junho
 - Festa em honra a São Roque - 13 e 14 de agosto

NÃO-ME-TOQUE

- Cavalgada Brasil/Holanda
 10 a 12 de junho

NOVA PETRÓPOLIS

- 4º Expotur - 17 e 18 de junho
 - 39º Festival Internacional de Folclore
 30 de julho a 14 de agosto

NOVA PRATA

- 10ª Festa do Vinho Pratense
 12 de agosto
 - 2º Encontro de Carros Antigos
 27 e 28 de agosto

NOVO HAMBURGO

- 9º Expoclassic - 15 a 17 de julho

OSÓRIO

- 6ª Peixe e Mar
 29 de julho a 5 de agosto

PASSO FUNDO

- 50ª Festa de São Cristóvão - 24 de julho
 - 14ª Jornada Nacional de Literatura
 22 a 26 de agosto

PELOTAS

- 19ª Fenadoce - 15 de junho a 3 de julho

PICADA CAFÉ

- 2ª Feira do Café, da Cuca e da Linguíça
 13 e 14 de agosto

PORTO ALEGRE

- 2º Simpósio Sul-Americano de Pediatria e 4º Congresso Gaúcho de Atualização em Pediatria - 7 a 9 de julho
 - 13ª Transposul - Feira e Congresso de Transportes e Logística - 13 a 15 de julho
 - 14ª Construsul - Feira Internacional da Construção - 3 a 6 de agosto
 - 16º Simpósio de Rinite, Rinossinusite e Asma - 5 e 6 de agosto
 - 10ª Jornada Gaúcha de Psiquiatria
 18 a 20 de agosto
 - 30ª Expoagas - 23 a 25 de agosto
 - 1ª Feitur - 24 a 28 de agosto

RIO GRANDE

- 4ª Conferência Nacional de Turismo e Desenvolvimento Sustentável do Extremo Sul - 17 e 18 de junho
 - 33ª Feira de Artesanato e 16ª Feira de Comércio, Indústria e Serviços
 21 de julho a 8 de agosto

ROLANTE

- 12º Festival Estudantil de Esquetes
 Teatrais - 5 a 7 de julho

ROSÁRIO DO SUL

- 12º Festival Internacional de Teatro - Rosário em Cena - 4 a 10 de julho

SANT'ANA DO LIVRAMENTO

- 23º Festival Ovino e Vinho
 30 de julho a 7 de agosto

SANTA CRUZ DO SUL

- 11ª Festa das Cucas - 1º a 3 de julho

SANTA CRUZ DO SUL

- 12ª Olimpíada Rancho Móvel
 3 a 7 de agosto
 - 14ª Trilha de Santa Cruz do Sul
 12 e 13 de agosto
 - Manoca do Canto Gaúcho
 Fase nacional - 20 e 21 de agosto

SANTO ÂNGELO

- 3º Festival Junino - 9 a 11 de junho



SANTIAGO

- 100ª Festa de Nossa Senhora da Assunção - 14 de agosto
 - 16º Ingrut - 27 e 28 de agosto

SANTO ANTÔNIO DA PATRULHA

- 25ª Feira Nacional da Cana-de-Açúcar, Rapadura, Sonho e Arroz
 11 a 21 de agosto
 - 25ª Moenda da Canção
 19 a 21 de agosto

SAPUCAIA DO SUL

- 21ª Guyanuba da Canção Nativa e
 14ª Guryanuba Piá - 4 a 7 de agosto

SÃO BORJA

- 4ª Festa do Mel - 10 de julho

SÃO FRANCISCO DE PAULA

- 15ª Festa do Pinhão - 2 a 12 de junho

SÃO JOÃO DO POLÊSINE

- 26º Festival Internacional de Inverno e Semana de Vale Vêneto
 24 a 31 de julho
 - 5ª Centa All' Italiana - 6 de agosto

SÃO LOURENÇO DO SUL

- 122ª Festa do Divino Espírito Santo
 12 de junho

SÃO NICOLAU

- 10ª Festa do Colono e Motorista
 24 de julho

SÃO PEDRO DA SERRA

- 33ª Festa do Colono e do Motorista
 24 de julho

SEVERIANO DE ALMEIDA

- 13º Jantar Italiano - 4 de junho

SOBRADINHO

- Festa de São João com passagem nas brasas - 23 de junho

TIO HUGO

- Festa do Colono e do Motorista
 10 de julho

Fonte: www.setur.rs.gov.br



Geremias Rech

Empresário e diretor do Departamento de Política Turística e Enogastronômica da Câmara de Indústria, Comércio e Serviços e do Departamento de Turismo da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Caxias do Sul

Entrepreneur and director of the Enogastronomic and Tourism Policies Department at the Commerce, Industry and Services Chamber and director of the CDL Tourism Department at Caxias do Sul

Evolução turística internacional!

As oscilações econômicas internacionais afetam diretamente os deslocamentos das pessoas. Notícia divulgada numa parte do mundo contribui para a decisão de pessoas de outros lados de viajar ou não.

Em 2009, segundo informações da Organização Mundial do Turismo, a atividade turística teve índice negativo de 4%. Mas vale ressaltar que foi um ano atípico, pois tivemos a gripe A e os noticiários evidenciaram os riscos de as pessoas contraírem a doença facilmente. Logo se conclui que devemos ter cuidado com as informações e, principalmente, com o que fazemos delas. Mais: quais são os verdadeiros interesses que estão por trás de uma notícia?

Contamos hoje com um universo enorme de possibilidades para transformar um simples fato em uma informação distorcida, o que nos traz prejuízo enorme, ou uma notícia que traga bons frutos. É importante que façamos reflexões profundas sobre as transformações que estamos passando.

Associado a tudo isso podemos perceber que as decisões de quem viaja passa fundamen-

talmente por um item de relevante importância: SEGURANÇA. É aí que vamos encontrar nossa maior dificuldade em modificar o contexto atual do turismo. Onde quer que você esteja, a sensação é de total insegurança, dos mais variados tipos. Elencá-las seria tarefa complicada, mas podemos destacar uma. A sensação de que vamos ser vítimas de desculpas aeroportuárias. O descumprimento de horários por parte das empresas aéreas e o mau atendimento nos aeroportos são questões cruciais que precisam merecer atenção especial para que haja alguma qualidade nos serviços prestados.

A cada dia as notícias vindas do setor são mais desencontradas e as providências apresentadas para a solução cada vez mais paliativas. Os planejamentos bem elaborados carecem de boas informações para que a população possa confiar no que está sendo divulgado. Enquanto isso não acontece, os passageiros terão que se submeter ao que temos assistido. Com isso, podemos concluir que precisamos estar atentos e entender o que ouvimos e assistimos, para então contribuir efetivamente com o turismo.

International touristic evolution!

The international economic oscillations affect people's trips directly. A piece of news released in any part of the world contributes or confirms the decision to travel or not for people in different parts of the world.

In 2009, according to information from the World Tourism Organization, the touristic activity had a negative rate of 4%. However, it is worth mentioning that it was an atypical year, since we had the H1N1 flu and the news emphasized the risks of getting the disease easily. Thus, the conclusion one comes to is that we must be careful with the information we get and with what we do with it. Moreover, we must ask ourselves: what are the actual interests underlying that piece of news?

Considering all that, we become aware that the decisions of people who travel take into account a very important item: SAFETY. That is where we find our greatest difficulty in changing the present tourism scenario. Wherever you are, you feel insecure about several things. Every day we hear from the air transit field with confusing information and the necessary actions are becoming more and more palliative. The well planned projects lack good information, so the population isn't sure whether to trust what is being announced. We then come to the conclusion that we must be aware and understand what we hear and what we read to then be able to contribute for the tourism effectively.

**Chegou a Linha W Fly Volare.
Pensamos em tudo.
Principalmente em você.**



LIMOUSINE

W FLY



EXECUTIVO

URBANO

Volare,

Só quem pensa exclusivamente em miniônibus e leva tão a sério a satisfação dos clientes é capaz de oferecer tantas garantias de um bom negócio. Passe em uma concessionária Volare e confira!

Diferenciais

Lanternas traseiras com iluminação Full Led: luz, segurança e durabilidade. Sistema de saída modular: manutenção rápida e fácil. Vidros laterais colados e curvos: elegância, conforto térmico e acústico. Painel ergonômico e direção com regulagem de posição: comodidade e mais espaço. Parede de separação com porta deslizante: conforto para passageiros e motoristas. Poltronas: revestidas com visco elástico, aliados ao conforto e ergonomia. Espelhos retrovisores: maior visibilidade. Porta-pacotes: formato ergonômico, funcional e melhor espaço interno.



www.volare.com.br

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Aeroporto Regional em Vila Oliva

Decolando com destino à felicidade



Quando se planeja pensando no futuro os resultados são sempre os melhores

- No **Plano Diretor Municipal** de 2006 e 2007 foi prevista uma **área de 445,53 hectares** para o aeroporto.
- Em 2008, **Vila Oliva foi incluída no PAI** - Programa de Asfaltamento do Interior.
- O **projeto do 3º anel perimetral rodoviário** - contorno sul vai **beneficiar a região** e contempla **dois acessos para o novo aeroporto**.

Obra importante e necessária para a economia do Rio Grande do Sul, o aeroporto regional representa uma vitória para a Serra Gaúcha, que deve ser repartida com a comunidade, lideranças empresariais e todos que trabalharam por essa grande conquista.