

**Título:** Arroz aproxima torcedores rivais

**Mídia:** Jornais

**Veículo:** Jornal do Comércio-Porto Alegre

**Página:** 08

**Data:** 30/12/2019

**Cidade:** Porto Alegre

**Cm2:** 1244.13

**Jornalista:** Affonso Ritter



8

Segunda-feira, 30 de dezembro de 2019

Jornal do Comércio | Porto Alegre

## economia



### Observador

Affonso Ritter

aritter20@gmail.com

## Taxação da energia solar

Termina, nesta segunda-feira, o prazo da consulta pública de resolução da Aneel, que prevê a taxação de 60% da energia solar no Brasil, setor que gera benefícios econômicos de R\$ 1,5 bilhão ao ano, além da criação de 600 mil novos empregos até 2035. "A medida torna a produção solar economicamente inviável no Brasil, especialmente em um mercado composto, em grande parte, por microprodutores residenciais que adquiriram a tecnologia de painéis fotovoltaicos para consumo próprio", explica o professor do Departamento de Economia da Universidade da Califórnia, Rodrigo Pinto. Ao contrário do que alega a Aneel, a geração distribuída proporciona redução, e não aumento nos custos do sistema.

## Terceiro em radiação solar

A geração distribuída representa, hoje, menos de 1% da produção de energia no País. Atualmente, o Brasil possui 127 mil sistemas de microgeração distribuída fotovoltaica, equivalentes a 0,2% dos 84,1 milhões de consumidores cativos de energia. Mas, segundo o professor Rodrigo Pinto, o Brasil tem alto potencial de crescimento, porque é o terceiro país em radiação solar no mundo.

## Energia complementar

A produção de energia fotovoltaica é complementar à das hidrelétricas, pois quando chove não há sol, e vice-versa. "Ao invés de incentivar a produção de uma energia limpa, renovável e mais barata, a taxação da Aneel promove a troca do sol brasileiro pelo gás boliviano. O que faz pouco sentido", afirma o professor Pinto.

## Hortas nas escolas

Garibaldi incentiva as escolas a criarem e manterem hortas, hoje presentes em 35 das 37 escolas municipais, estaduais e particulares. É para as crianças terem contato desde cedo com a natureza e conhecerem a procedência dos alimentos.

## Sem sacolas plásticas

A Feira dos Agricultores Ecológicos (FAE) de Porto Alegre, que funciona aos sábados de manhã na primeira quadra da avenida José Bonifácio de Porto Alegre, deixa de distribuir sacolas plásticas, estimulando os consumidores a transportarem os alimentos comprados na feira em suas próprias embalagens. A última distribuição foi neste sábado.

## Arroz aproxima torcedores rivais

O Arroz Tio João, marca da indústria gaúcha de produtos alimentícios Josapar, vai à mídia em campanha publicitária criada pela agência DeBrito Brasil, que conta com o filme "Cozinhar Aproxima - Times Rivais". Produzido pela Abajour mostra dois amigos - um corinthiano e um palmeirense - separados pelo antagonismo entre seus clubes, deixando de lado as diferenças para compartilhar bons momentos na cozinha. A proposta é demonstrar que o preparo do alimento pode vir carregado de potencial conciliador, capaz de diminuir distâncias impostas pela rotina ou diferenças, em uma campanha de seis vídeos com temáticas diversas.



Trabalhadores temporários e empreendedores aproveitam o alto fluxo de pessoas nos três meses de verão

# Verão abre oportunidades de renda no litoral gaúcho

Praias atraem negócios sazonais e reforçam o caixa dos lojistas locais

/ VAREJO

Carlos Villela

carlos.villela@jornaldocomercio.com.br

Além de ser um período de descanso e férias, a temporada de verão também abre possibilidade para empreendedores aumentarem o faturamento. As oportunidades que surgem no período de verão ajudam a reforçar o caixa dos lojistas locais e também atrair aqueles que não têm na região litorânea o foco de atividades pelo resto do ano.

O Atlântida Food Park, no município de Xangri-lá, tem atraído empreendedores ao disponibilizar espaço para food trucks, estruturas semimóveis e palcos para shows. As opções variadas de alimentação são marcas conhecidas em Porto Alegre, como Usina de Massas, Pueblo e Tuca Truck.

"O parque é uma solução viável para a quantidade de pessoas que vem para o Litoral nessas datas festivas. A infraestrutura do Litoral não comporta tanta gente querendo comer fora, e o food park supre essa necessidade e cumpre essa função durante o verão", diz o gerente Mucles Huwari, que compara o local a uma praça de alimentação de shopping, mas a céu aberto.

Para participar de eventos no parque, primeiro é preciso uma aprovação para garantir que o empreendimento se encaixe no cardápio da programação do food

park. "Para manter a diversidade, mantemos um tipo de alimentação para cada operação, para não ter 10 hambúrgueres e 10 pizzas", explica. Depois, é necessária a obtenção de um alvará de funcionamento provisório junto à prefeitura.

Outra oportunidade de renda no Litoral é o serviço de transporte por aplicativos, como Uber e Garupa. Para Carine de Lima, com experiência em dirigir para quem tem aplicativo em Capão da Canoa, o movimento em período de verão é melhor nas municípios litorâneos, mas o ideal é em cidades com população maior como Capão da Canoa, Tramandaí e Torres. "São corridas curtas, mas em bom volume, e o trânsito é muito melhor. Os próprios montadores utilizam bastante o serviço de Uber, não só os turistas", diz.

Entretanto, ela aponta que, às vezes, os nomes das ruas não correspondem ao exibido nos aparelhos de geolocalização, e é comum que se entre em ruas erradas durante os primeiros dias da atividade. Ela também chama a atenção para as peculiaridades de atender o público banhista. "Área no carro é inevitável", diz. "Muitos querem entrar no carro com roupa de banho molhada, mas geralmente é o público turista que faz isso por justamente não saber diferenciar onde eles estão usando o serviço."

Para quem não é autônomo ou não tem seu próprio negócio,

há as oportunidades temporárias de emprego, como as do Asun. O supermercado, presente com força na Capital e no Litoral, tem filiais nas praias de Imbé, Mariluz, Quintão e Cidreira, além da rede de lojas subordinada Leve Mais em Balneário Pinhal, Osório, Capão da Canoa e Nova Tramandaí.

"Atuamos no Litoral desde 1975 e temos muito orgulho disso", afirma o diretor da rede, Antonio Ortiz Romacho, para quem "ter loja no Litoral é quase uma questão social". De acordo com o empresário, o faturamento e lucro dessas lojas ocorrem majoritariamente em dezembro, janeiro e fevereiro. Para cobrir a alta demanda durante o verão, o Asun abriu 500 postos de trabalho nas oito cidades que o grupo tem atividade.

De acordo com Ricardo Die-drich, presidente da Associação Gaúcha para o Desenvolvimento do Varejo (AGV), há um benefício em focar no Litoral durante o verão porque, em pouco tempo, o fluxo de pessoas é muito alto. Um dos modelos que ele sugere é o de pop-up stores, lojas que trabalham em períodos sazonais. "Pode ser através de contêineres, espaços diferenciados à beira-mar ou onde tenha fluxo maior de pessoas", diz. Para Die-drich, elas trazem resultados positivos porque podem fortalecer a marca, fazer do formato que o comerciante quiser e focando em mostrar qual é diferencial.

**intranetworks**  
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

- Gestão de TI
- Projetos de TI
- Suporte Técnico
- Segurança
- Monitoramento
- Outsourcing

51 3325-5700 | Porto Alegre RS  
www.intranetworks.com.br