

Informe **FECO MÉR CIO PE**

ANO IX | EDIÇÃO Nº 52 | JUL/AGO 2020

06 No Mundo

Hábito de fazer pão cresce durante a pandemia e invade redes sociais

46 Entrevista

Secretário de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco, Bruno Schwambach, fala sobre plano de convivência

MAIS ²⁶ CAPACITAÇÃO PARA O NOVO NORMAL

Programa Comércio Seguro oferece atividades gratuitas para a adequação do comércio pernambucano aos protocolos necessários e boas práticas



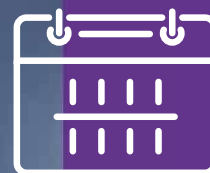
Ideias para minha empresa se reinventar na crise



**Neste momento,
seu negócio
precisa
de especialistas
de verdade.**



ampla



Atendimento Sebrae gratuito.
Orientação técnica com consultores
especializados em ajudar sua empresa
a vencer dificuldades. Seja pelo site,
aplicativo, telefone ou pelas redes
sociais, fale com o Sebrae, o parceiro
que você precisa neste momento.

/sebraepe @sebraepe (81) 9 9194 6690
0800 570 0800 • pe.sebrae.com.br

Baixe o APP
do Sebrae

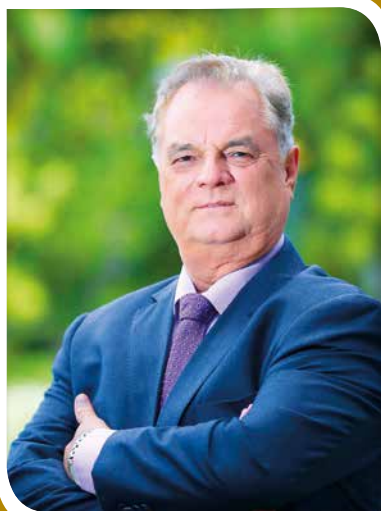


GET IT ON
Google Play

Available on the
App Store

SEBRAE

A força do empreendedor brasileiro.



Bernardo Peixoto

Presidente do Sistema
Fecomércio/Sesc/Senac-PE

MOMENTO DE RETOMADA

A retomada está acontecendo lentamente. Aos poucos, os setores estão voltando à normalidade e a Fecomércio está sempre ao lado dos seus associados para ajudá-los a enfrentar os desafios que se apresentam. Foi justamente com esse objetivo que lançamos o Programa Comércio Seguro, que é capa desta edição.

Começamos por meio de lives, que evoluíram para workshops realizados remotamente e com o único objetivo de capacitar o empresário sobre assuntos essenciais durante esse novo normal. Trazemos também entrevista com o secretário de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco, Bruno Schwambach, sobre o andamento do Plano de Convivência com a Covid-19.

A pandemia afetou diversos setores, entre eles o de festas e eventos. O isolamento social necessário para o controle da doença tornou impossível a ideia de reunir pessoas em uma comemoração. Porém, é interessante ver como o

empreendedor pode se reinventar e oferecer diferentes formas de criar serviços para o seu público. Muita gente também mudou os hábitos e em alguns casos fez até surgir novos negócios. O ato de fazer pão ganhou força. E também espaço na nossa revista.

O mercado de trabalho se adaptou e as entrevistas remotas passaram a ser cada vez mais comuns. A mudança possui lados positivos e negativos para recrutadores e candidatos, mas se tornou uma forma segura de preencher vagas. O Sindvarejista é destaque na seção “Gestão Inovadora”. O projeto Cultura em Rede oferece atrações das mais diversas áreas.

A coluna “Com Gosto de Saber”, do Senac, traz uma análise sobre o uso de redes sociais por empresas. A coluna “Ao Seu Dispor”, feita pelo Sesc, destaca o projeto Sesquentinha, que oferece quentinhas a preços simbólicos.

Desejamos que todos tenham uma boa leitura!



Avenida Visconde de Suassuna, nº265,
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175
www.fecomercio-pe.com.br

Bernardo Peixoto
Presidente

Frederico Leal
1º Vice-Presidente

Jorge Alexandre
2º Vice-Presidente

Milton Tavares
3º Vice-Presidente

Rudi Maggioni
Vice-Presidente para o
Comércio Atacadista

Joaquim de Castro
Vice-Presidente para o
Comércio Varejista

**Archimedes Cavalcanti
Júnior**
Vice-Presidente para o
Comércio de Agentes
Autônomos

Manoel Santos
Vice-Presidente para o
Comércio Armazenador

Eduardo Cavalcanti
Vice-Presidente para o
Comércio de Turismo e
Hospitalidade

Ozeas Gomes
Vice-Presidente para o
Comércio de Serviços de
Saúde

José Carlos da Silva
1º Diretor Secretário

**Reinaldo de Barros
e Silva Júnior**
2º Diretor Secretário

João Maciel Lima Neto
3º Diretor Secretário

José Lourenço da Silva
1º Diretor Tesoureiro

Ana Maria Caldas
2º Diretor Tesoureiro

Ademilson de Menezes
3º Diretor Tesoureiro

Francisco Mourato
Diretor para Assuntos de
Sindicais

José Carlos de Santana
Diretor para Assuntos de
Relações do Trabalho

Michel Jean Wanderley
Diretor para Assuntos
Tributários

Eduardo Catão
Diretor para Assuntos de
Desenvolvimento Comercial

Alberes Lopes
Diretor para Assuntos de
Crédito

José Jorge da Silva
Diretor para Assuntos de
Consumo

Carlos Periquito
Diretor para Assuntos de
Turismo

Celso Cavalcanti
Diretor para Assuntos do
Comércio Exterior

Mário Mawad
Diretor para Assuntos do
Setor Público

Edivaldo Guilherme
1º Conselho Fiscal Efetivo

Roberto França
2º Conselho Fiscal Efetivo



Expediente

Jul/Ago 2020 | Edição 52

COORDENAÇÃO GERAL/ EDIÇÃO

Lucila Nastássia

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Nilo Monteiro

FOTOS Agência Maker Mídia

REVISÃO Fabiane Cavalcanti

IMPRESSÃO CCS Gráfica

TIRAGEM 4.000 exemplares

*Obs.: Os artigos desta revista não refletem
necessariamente a opinião da publicação.*

*Conteúdo produzido pelo Núcleo de
Branded Content da Dupla Comunicação*



f in /FECOMERCIOPE
@FECOMERCIOPE
FECOMERCIO-PE.COM.BR



Sumário



06



No Mundo

Hábito de fazer pão cresce durante a pandemia e invade redes sociais



26



Capa

Programa Comércio Seguro oferece atividades gratuitas para a preparação do comércio pernambucano para os protocolos e boas práticas do novo normal



46



Entrevista

Secretário de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco, Bruno Schwambach, fala sobre plano de convivência

Com Gosto de Saber

12

Profissional será mais digital no pós-pandemia

De Folga

16

Cultura em rede une diversão e apoio ao setor cultural

Negócios em Alta

32

Mercado de festas e eventos cria novos produtos durante o isolamento social

Ao Seu Dispor

42

Projeto Sesquentinha Essencial oferece alimentação de qualidade

Economês

22

Auxílio emergencial foi efetivo para combater queda no consumo

Gestão Inovadora

38

Sindvarejista Recife oferece serviços aos seus associados

Comércio em Foco

50

Seleção por videoconferência já é realidade para muitas empresas



No Mundo

Por Heitor Nery



FORNOS AQUECIDOS E MÃO NA MASSA

Durante a pandemia,
mais brasileiros
passaram a se arriscar
na panificação artesanal
e a produzir pães em
casa. Fenômeno ganhou
destaque nas redes e
passou a ser chamado
de “pãodemia”

Um dos alimentos mais presentes na casa de todos os brasileiros, o pão sempre foi uma verdadeira paixão no país. Mas a pandemia do novo coronavírus elevou esse fascínio para um outro nível. Para evitar sair de casa e se expor à doença, várias pessoas decidiram se aventurar pela cozinha para retomar um hábito que era bastante corriqueiro em nossa antiguidade: produzir o próprio pão. Esse fenômeno ganhou até nome próprio: “pãodemia”.







Para a professora de gastronomia da Faculdade Senac Cristianne Barros, são vários os fatores que fizeram com que o hábito da panificação caseira tivesse um crescimento durante a pandemia. Para ela, a simbologia religiosa do produto, ligado ao corpo de Cristo, a memória afetiva que o ato de fazer pão carrega e uma melhor qualidade de saúde promovida pelos pães artesanais fizeram diferença para que as pessoas se arriscassem nessa arte. Mas um fator foi fundamental: o tempo. “O ato de fazer pão requer tempo. São vários procedimentos que são necessários na hora de fazer um bom alimento. E com o maior tempo em casa, as pessoas puderam se dedicar mais à cozinha e fazer pratos que toda a família pudesse partilhar na mesa”, afirma a professora.

Foi justamente com a adoção do home office e, consequentemente, de um maior tempo em casa, que o advogado Caetano Bezerra, 29 anos, conseguiu realizar um desejo antigo de produzir pães em casa. “Vontade de fazer pão eu sempre tive, mas é um processo demorado. E quando você está saindo para trabalhar no dia a dia, perdendo um bom tempo com o trânsito, você quer chegar em casa e descansar. Vai na padaria, compra seu pão e pronto. Era até uma espécie de ‘preguiça’ de pensar em chegar em casa e dedicar todo esse tempo, já à noite, para fazer um pão”, conta.

A internet também foi um fator importante para estabelecer essa mania, facilitando o acesso a receitas e informações sobre o assunto. De acordo com o

Google Trends, as buscas por termos como “pão caseiro” e “receita de pão” cresceram consideravelmente na ferramenta de pesquisa desde o mês de março, quando o período de isolamento social começou no Brasil e em Pernambuco. Já no Instagram, até o momento, mais de 5 mil publicações foram feitas na rede social utilizando a #Pãodemia, com vários usuários relatando suas experiências e produções culinárias. “As lives e as redes sociais contribuíram muito para a intensificação desse processo. Chefs da panificação e alguns professores fizeram várias conversas sobre o assunto, falando de pão, como fazer. Foi um grande empurrão para as pessoas que decidiram fazer pão em casa”, reforça Cristianne.

Foi compartilhando os pães que produzia em casa nas redes sociais que a jornalista e cientista da computação Fabiana Amorim, 45 anos, viu uma oportunidade para mudar de profissão. Com já alguma experiência na produção de pães caseiros, ela transformou essa atividade em um hobby durante a pandemia, o que rapidamente se transformou em negócio. “Por causa das postagens no meu Instagram, os amigos começaram a me pedir para comprar. O meu prazer em fazer consegue ser maior que o de comer, logo, eu passei a produzir mais do que minha família

conseguia consumir. Vender me pareceu uma boa ideia. Mais do que tudo, fazer os pães é minha terapia, mas eu vi que é um bom negócio também, já que o Recife ainda é pobre de padarias artesanais”, conta. Ela criou um perfil no Instagram, a @padocadabencao, apenas para divulgar o trabalho e vender as receitas que fazia em casa. “Deixei de trabalhar para criar meu filho. Fazia tempo que não tinha uma renda própria e isso foi bem legal”, revela.

O processo de fermentação do pão requer do cozinheiro algumas

técnicas. E muito estudo. “É uma ciência muito aprofundada, que quanto mais estudamos, mais nos apaixonamos. Praticamente tudo requer uma técnica. Na hora de misturar os ingredientes, de sovar a massa, além de um cuidado especial desde o momento da escolha da farinha. E tempo. Se a fermentação for agilizada, o pão não vai ter o processo adequado. Quando comer, você vai passar mal, sentir azia. Você não quer comer apenas um pão artesanal, você quer comer um pão saudável”, explica Cristianne Barros.



Vontade de fazer pão eu sempre tive, mas é um processo demorado. E quando você está saindo para trabalhar no dia a dia, perdendo um bom tempo com o trânsito, você quer chegar em casa e descansar “

Caetano Bezerra



As lives e as redes sociais contribuíram muito para a intensificação desse processo. Chefs da panificação e alguns professores fizeram várias conversas sobre o assunto, falando de pão, como fazer “

Cristianne Barros



Mais do que tudo, fazer os pães é minha terapia, mas eu vi que é um bom negócio também, já que o Recife ainda é pobre de padarias artesanais “

Fabiana Amorim



Fabiana Amorim

A professora do Senac ressalta outros fatores que são fundamentais na produção de um produto de qualidade, tanto de aspectos externos, como a umidade e a temperatura do seu ambiente, como pontos técnicos, como a mistura dos ingredientes, acompanhar a temperatura da massa, a cocção e a modelagem do pão. A temperatura da água também é um ponto que necessita atenção. “Muitas receitas de família dizem que você deve usar água morna, mas isso não é o mais adequado. O ideal é utilizar água de gelada a fria, preferencialmente a 5°C. Com a água morna, a fermentação ocorre de maneira mais acelerada e as leveduras morrem, impedindo a produção de um pão sem tanto aroma e sabor”, aponta.

Outra dica importante, na opinião de Cristianne, diz respeito ao sal. “Ele é importante na panificação, pois atua como um conservante, além de dar sabor e reforçar a rede de glúten. Mas ele não deve ser misturado junto com o fermento, pois isso irá matar ou retardar a fermentação. Ou seja, se você precisava de quatro horas para fazer a fermentação, ele pode demorar o dobro do tempo ou nem crescer porque você matou as leveduras.”

Para Caetano, os erros do início fazem parte da experiência. Mas a persistência vale a pena a cada resultado positivo. “Eu sempre achei a panificação um processo muito bonito. Porque basicamente você pega quatro ingredientes, mistura e transforma em uma coisa completamente

diferente, com sabor, aparência e aroma. Quando dá errado, é entender que faz parte do processo e estudar o que errou. Mas quando dá certo, dá bastante orgulho, de você ‘Esse pão eu fiz aqui em casa mesmo!’, afirma o advogado.

A sensação é bem semelhante à de Fabiana, que, mesmo ressaltando as complicações no processo, vê na panificação um momento de prazer. “A melhor coisa que fiz nesta pandemia foi dedicar menos tempo às más notícias e mais tempo aos estudos sobre panificação. Sem dúvida, a padaria artesanal é um processo bem complicado e demorado, mas me diverte. Cada pão saído do forno me faz sorrir e ter certeza de que esse é um caminho que eu quero seguir agora e no futuro.” ■

Invista em **sua carreira**, faça Pós-Graduação na **FacSenac**

A **Faculdade Senac** é a melhor opção para quem procura novos desafios **para crescer** profissionalmente e adquirir conhecimentos. Os cursos são **focados** nas demandas do mercado de trabalho.

Inscreva-se agora e conquiste seu diploma em até quinze meses



Novos **cursos** de **Pós-graduação** da **Faculdade Senac**

COZINHA INTERNACIONAL

23 OUTUBRO 2020 | 6ª (18h às 22h)
e sábados quinzenalmente (8h às 17h)

CONFEITARIA

26 OUTUBRO 2020
2ª e 4ª (18h às 22h)

MBA EM INTERNACIONALIZAÇÃO

30 OUTUBRO 2020 | 6ª (18h às 22h)
e sábados quinzenalmente (8h às 17h)

DOCÊNCIA DO ENSINO SUPERIOR

06 NOVEMBRO 2020 | 6ª (18h às 22h)
e sábados quinzenalmente (8h às 17h)

As aulas quinzenais das sextas
serão na modalidade remota!



/senacpe



0800 281 6756


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio


Senac





Com Gosto de Saber

Por Thiago Cabral de Melo

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E HABILIDADES PROFISSIONAIS NO PÓS-PANDEMIA

Durante esta pandemia, alguns hábitos foram incorporados ao dia a dia, enquanto outros foram deixados de lado. Mas será que tudo isso é temporário? Será que em algum momento tudo vai voltar “ao normal”? Não é de hoje que a tecnologia vem ganhando o papel de protagonista na vida das pessoas.



As ferramentas digitais já existem, como estamos evidenciando agora neste período de isolamento social. Só é necessário consolidar novos hábitos, comportamentos, rever processos e aperfeiçoar a nossa estrutura para melhor nos relacionarmos com as pessoas, utilizando a tecnologia como nossa aliada “

Thiago Cabral de Melo



Empresas como Google, Facebook, Amazon e Twitter, consideradas as Big Tech que normalmente guiam as tendências nas relações de trabalho, manterão parte de seus funcionários em modalidade home office no pós-pandemia. O que corrobora para uma mudança de *mindset* nas empresas, além de um reforço no nível de confiança entre os CEOs e os funcionários. Um estudo da Universidade de Harvard aponta que o trabalho remoto pode trazer um aumento de 13,5% na produtividade. Isso mostra que a pandemia acelerou o processo de digitalização e de transformação digital nas vidas das pessoas e das empresas, contribuindo para a criação de novos princípios.

Mesmo depois desta crise pandêmica, surgirão novas oportunidades de trabalho, o que levará a uma busca acentuada por profissionais com conhecimento tecnológico no período pós-pandemia.



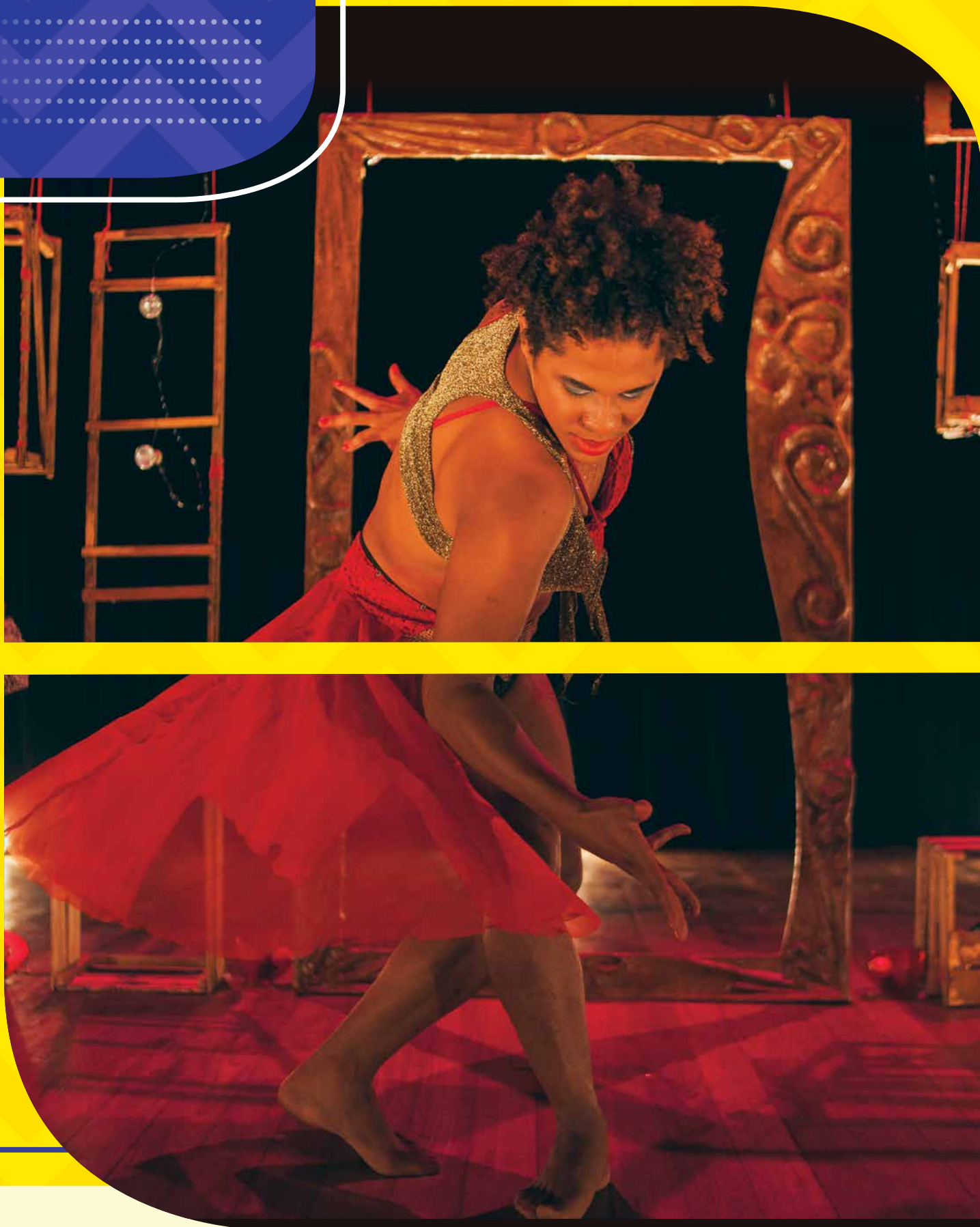
E isso apenas reforça a necessidade de profissionais com altas habilidades cognitivas e capacidade de aprender com tecnologias. No futuro próximo, existirão grandes oportunidades no mercado de trabalho com um alto grau de formação, que exigirão novas competências, desde habilidades de comunicação virtual e competências digitais até o aprofundamento de conhecimentos em inteligência artificial, IoT, Big Data, entre outros.

Não menos importantes, as redes sociais, principalmente as profissionais, têm sido uma ferramenta de recrutamento cada vez mais buscada por empregadores, a exemplo do LinkedIn. No Porto Digital, algumas empresas aumentaram suas contratações no período de pandemia, e parte disso se deve às redes sociais cada vez mais fortes e à alimentação de habilidades técnicas e sociocomportamentais.

Não precisamos pensar e executar atividades como máquinas, porque, sem dúvida, serão mais rápidas e eficientes – precisamos utilizar a tecnologia a nosso favor, para acelerar a capacidade de produzirmos soluções criativas e de nos tornarmos úteis para o mercado.

As ferramentas digitais já existem, como estamos evidenciando agora neste período de isolamento social. Só é necessário consolidar novos hábitos, comportamentos, rever processos e aperfeiçoar a nossa estrutura para melhor nos relacionarmos com as pessoas, utilizando a tecnologia como nossa aliada.

Thiago Cabral de Melo, coordenador e professor do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Senac Pernambuco. ■





De Folga

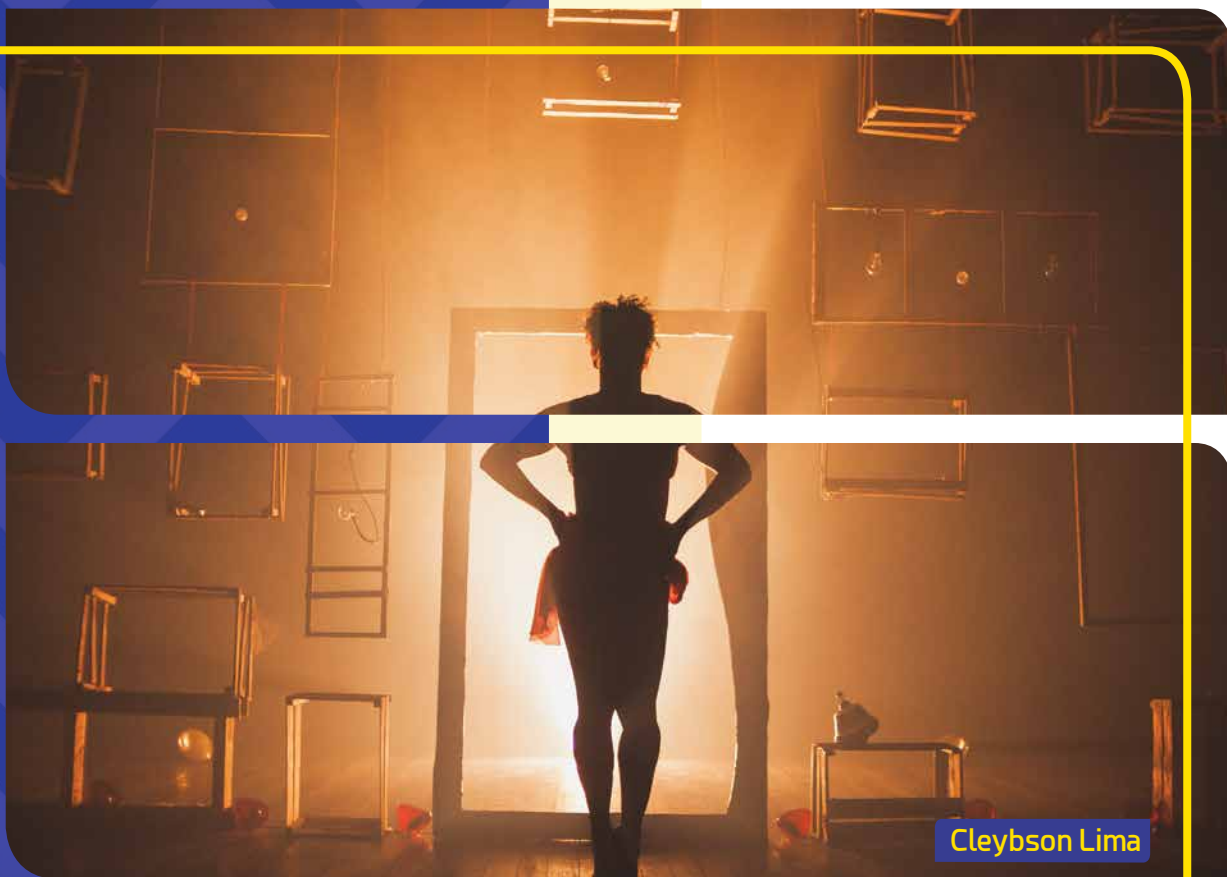
Por Cristóvão Oliveira

#CULTURAEM REDESESCPE

POTENCIALIZA NOVO MODELO DE PRODUÇÃO

Projeto selecionou
161 produções locais
para programação
até novembro,
impulsionando o
segmento e oferecendo,
de forma digital,
atividades ao público

A balado pelo surgimento da pandemia do coronavírus, o setor cultural pernambucano tem encontrado novo fôlego para permanecer ativo e produtivo. Com o lançamento do #CulturaemRedeSescPE, pelo Sesc Pernambuco, surgiram outras perspectivas para o segmento e uma nova opção de mercado. Com um investimento total superior a R\$ 290 mil, o projeto, que definiu por seleção pública 161 iniciativas artísticas das mais de 1.200 mil inscritas de diversas cidades do Estado, é composto por programação online, tendo acesso gratuito para a maioria das atividades. A iniciativa integra as ações da instituição focadas na valorização, incentivo e desenvolvimento da arte e da cultura local.



Cleybson Lima

O #CulturaemRedeSescPE registra a força e variedade das manifestações culturais pernambucanas, abrangendo artes cênicas, literatura, artes visuais, música e audiovisual. A programação, que se estende até novembro, contempla ação de mediação e construção de um pensamento crítico, que fortalece o acesso e a produção da arte nos pequenos e médios centros urbanos. São cursos, oficinas, palestras, conversas, pesquisas, exibição de vídeos e espetáculos disponibilizados nos canais digitais do Sesc Pernambuco e nas plataformas de artistas e produtores selecionados pela chamada pública. O projeto supre a interrupção das produções por causa da pandemia e permite geração de renda para artistas e produtores, no momento em que a sociedade experimenta novos hábitos de convivência e de interação.

Artes cênicas

O receio foi a primeira sensação de Cleybson Lima, habituado com a interação presencial, ao saber que faria uma apresentação on-line. O bailarino foi um dos selecionados na linguagem na cidade de Petrolina, Sertão pernambucano. Pelo YouTube, exibiu “Sentimentos Gis”, em 13 de julho. O solo de dança fala sobre Gisberta Salce Júnior, transexual brasileira assassinada em Portugal por adolescentes. “Como a transmissão foi ao vivo, pude observar os comentários das pessoas na plataforma, modo de interação muito válido”, lembra. A obra aborda questões de gênero e preconceitos na família e na sociedade, e foi seguida por uma live sobre o processo criativo, com Luísa Magaly, que montou a trilha sonora. Cleybson acabou comemorando o resultado como uma nova perspectiva de mercado. “É uma opção muito satisfatória neste momento, pois oferece oportunidade de trabalho e de continuidade enquanto artista”, opina.



David Biriguy

Literatura

De forma inovadora, o produtor cultural David Biriguy trouxe sons para a poesia. Aberta a 20 participantes, a oficina “Poesia sonora” reuniu produção de textos, interpretação e o celular como ferramenta complementar. A novidade vem do Agreste, lá de Belo Jardim, cidade onde reside e recebeu como alívio a seleção em literatura para o #CulturaEmRedeSescPE. “Nesse momento de crise, é um ânimo para a classe artística”, comenta Biriguy. Com 15 horas ao todo, a oficina aconteceu em agosto, sempre à noite e de modo on-line. Ao final, cada integrante produziu um texto poético, fez uma interpretação com performance e juntou tudo com elementos sonoros.

Artes visuais

Enquanto analistas fazem relação entre a pandemia e as dificuldades econômicas, Ricardo Ruiz opta pela criatividade. Do Recife, o mestre em Administração manteve duas vezes por semana em agosto encontros virtuais para discutir “Como medir a capacidade de inovação de seu negócio em economia criativa?”, selecionado na programação de artes visuais. Voltado para quem lida com projetos e gestão de negócios, a capacitação contou com 30 horas/aula, com parte teórica, para entender o conceito de inovação, e outra, mais prática, com uso de ferramentas de mensuração, lembra Ruiz. Na visão do instrutor, a interação por esse novo meio marca uma iniciativa ágil para gerar atividade e contribuir para a formação profissional neste período de limitações. “Uma posição sensata, que reflete a preocupação do Sesc com a prevenção, por estimular a permanência em casa”, elogia.



Ricardo Ruiz

Audiovisual

No audiovisual, um curta metragem de dez minutos trouxe para a tela do YouTube do Sesc situações que retratam a pandemia. “AR”, de William Oliveira e Marcelo Oliveira, é envolto pela representação de ansiedade, medo, num enredo que retrata um personagem gay, em casa, na solidão do distanciamento social provocado pela covid-19. “A gente costuma dizer que é um ‘terror gay’, porque se enquadra melhor na situação de isolamento e de pânico”, explica William. Eles esperam que a obra encontre identificação junto ao público retratado, que possivelmente viveu situação similar, e festeja a oportunidade do espaço aberto pelo #CulturaEmRedeSescPE. “Isso é muito bom. São raros os editais do tipo”, concordam, animados. Em parceria, a dupla roteirizou, produziu, dirigiu e atuou alternadamente na obra, que estreou no início de agosto.



Música

A vibração do frevo também está na programação, como a performance do flautista Cesar Michiles, que vai tocar e bater um papo descontraído sobre as composições, suas influências na carreira e as parcerias. São quatro frevos e um xaxado, todos de sua autoria, previstos para a apresentação online, no final de setembro, pelo YouTube do Sesc e do próprio artista. Para Michiles, o projeto é “uma ideia brilhante, não só porque apoia e abraça novos artistas, que estão sem renda nesse período, mas por também ajudar emocionalmente”. Ele entende que a instituição incentiva a criação para mostrar que o pequeno artista está ativo, tem como manter sua produtividade e não esconde o desejo de que o projeto seja duradouro ou permanente, mesmo após o fim das restrições de convívio social. ■



A gente
cuida
de você!

Estamos
prontos para
lhe receber
com toda
segurança!

HOTEL SESC GARANHUNS
(87) 3762.8300

Faça sua reserva
reservas.sescpe.com.br

Siga-nos!

sescpe.org.br

   [sescpe](#)

 [sescpernambuco](#)

 [company/sesc-pe](#)


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio





Economês

Por Rafael Ramos

AUXÍLIO EMERGENCIAL DETÉM QUEDA DO CONSUMO







Segundo o IBGE, o auxílio alcançou 43% dos domicílios brasileiros, onde reside praticamente metade da população. Foram injetados na economia brasileira entre os meses de abril e julho R\$ 115,7 bilhões”

Rafael Ramos

.....
.....
.....
.....
.....
.....

A crise econômica gerada pela pandemia da covid-19 vem deixando marcas profundas na economia brasileira, fechou milhares de estabelecimentos e desempregou mais de um milhão de pessoas. Um período marcado por recordes negativos nos principais indicadores econômicos, além de gerar queda no poder de compra da população, restrição no crédito para o consumo e elevação da inadimplência para níveis preocupantes. Grande parte das famílias, principalmente as que viviam de atividades informais, viram a pouca renda que possuíam desaparecer em poucos dias após as medidas restritivas entrarem em vigor. Vale destacar que a informalidade brasileira é elevada, restringe a renda dos que nela estão inseridos e estava sendo puxada pelo crescimento dos negócios por conta própria, refletindo a dificuldade de parte da população de se alocar no setor formal.

Diante do desafio imposto pelo período de isolamento social, quando o fluxo de pessoas caiu de maneira drástica e impossibilitou que grande parte da população continuasse auferindo renda em suas atividades, o governo federal foi assertivo na criação de um programa que concedesse uma renda voltada a compensar parte das perdas do decorrer da pandemia. O programa foi batizado de Auxílio Emergencial e é um benefício financeiro que visa garantir uma renda mínima aos brasileiros em situação de vulnerabilidade social durante o período de emergência de saúde pública decorrente do novo coronavírus (covid-19), previsto na Lei nº 13.982, de 2 de abril de 2020.



Segundo o IBGE, o auxílio alcançou 43% dos domicílios brasileiros, onde reside praticamente metade da população. Foram injetados na economia brasileira entre os meses de abril e julho R\$ 115,7 bilhões. Em Pernambuco, foram 3,5 milhões de beneficiados e R\$ 6,7 bilhões disponibilizados em apenas quatro meses, além disso o estado foi o quarto colocado em número de benefícios entre todas as unidades da federação, ficando atrás apenas de São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

Os recursos extras, em especial o auxílio emergencial, contribuíram para conter a queda do consumo das famílias. A pesquisa conjuntural e as sondagens de opinião, realizadas pelo Instituto Fecomércio em parceria com o Sebrae, apontaram queda significativa do consumo a partir de março, mas já em maio mostraram o início de recuperação. O consumo acelerou em segmentos mais necessários para as famílias em situação de isolamento social, como os

móveis, com a montagem dos escritórios das pessoas que passaram a prestar serviço em home office e os eletrodomésticos para aqueles que passaram a usar esses utensílios de maneira mais intensa nas residências. Outro segmento beneficiado foi o de material de construção, visto que a necessidade de usar o domicílio incentivou os reparos e as manutenções.

Por fim, o comportamento do consumo mostra-se bem diferente das projeções de abril e maio, que apresentavam números negativos recordes. Lembrando que essa mudança teve contribuição significativa das ações federais voltadas à amenização dos impactos negativos da covid-19 na renda das famílias, principalmente daquelas em situação de vulnerabilidade. ■

Rafael Ramos, economista da Fecomércio-PE.



Fecomércio e Você

Por Marina Varela

OTIMIZAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS

Programa Comércio Seguro oferece atividades gratuitas para a adequação do comércio pernambucano aos protocolos e boas práticas do novo normal



Fecomércio PE

Sesc | Senac

Instituto Fecomércio

PROGRAMA
**COMÉRCIO
SEGURO**







A flexibilização econômica e social em Pernambuco, além da adoção de estratégias de e-commerce, ajudou o varejo a repor parte das perdas impostas pelo novo coronavírus até o momento.

É um momento singular para os comerciantes pernambucanos, que se reestabelecem um pouco mais confiantes e seguem se adaptando a um novo normal. Com foco em preparar ainda mais as empresas do comércio de bens, serviços e turismo do estado para o processo de reabertura econômica, o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE lançou o Programa Comércio Seguro.

De julho a agosto, a iniciativa promoveu lives, workshops e cursos oferecidos na modalidade remota. Ao todo, foram mais de 380 horas de conteúdo e 1.700 vagas em 34 atividades totalmente gratuitas orientadas à preparação adequada dos diversos setores que compõem a economia do estado, a fim de nortear uma retomada alinhada às melhores práticas de higiene, limpeza e prevenção do contágio pelo novo coronavírus.

“O nosso maior objetivo, com o programa, foi assegurar uma reabertura com o máximo de segurança possível dos negócios do comércio de bens, serviços e turismo. Assim resguardamos tanto a saúde quanto a economia e evitamos mais perdas futuras. A adaptação ao novo normal não é fácil, então buscamos no Comércio Seguro as soluções para garantir a efetividade dessas ações”, explica Bernardo Peixoto, presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac Pernambuco.

As atividades do programa foram concebidas levando em consideração os protocolos específicos de saúde de cada segmento econômico contemplado.

“Saímos de um cenário pandêmico para um endêmico, ou seja, vamos conviver com o vírus ainda por um tempo. Adaptamos toda metodologia considerando a situação atual e todos os segmentos do comércio”, informa a diretora de Operações do Senac Pernambuco, Maria Goretti Gomes.

A programação foi disponibilizada por meio de uma metodologia teórico-prática de caráter interdisciplinar, alinhada ao Modelo Pedagógico Senac (MPS), que investe no uso de metodologias ativas, as quais colocam o estudante como protagonista do próprio aprendizado. “O Senac já utiliza, há mais de três anos, os recursos disponíveis para os cursos. Por meio das ferramentas de ensino remoto, o professor fica conectado com os participantes e trabalha a construção de competências, com vídeos educacionais, exercícios práticos, materiais didáticos e chat”, explica Maria Goretti. Durante o período do curso, os inscritos também obtiveram acesso à biblioteca virtual do Senac.

“Equilíbrio certo entre carga horária e metodologia.”

Foi o que achou Mitsy Medeiros, assessora da Superintendência de Turismo de Fernando de Noronha. Participante do curso “Meios de hospedagem: protocolos e boas práticas de prevenção à covid-19”, Mitsy acredita que, devido à sua função na superintendência, poderá atuar como multiplicadora e compartilhar os conhecimentos obtidos durante o curso.

“Em toda oportunidade que tiver, eu vou repassar os pontos que trabalhamos. Recebemos material didático e continuamos com uma comunicação próxima entre participantes e professor. Tudo isso tornou o curso uma experiência fantástica, visto que uma coisa é só falar sobre o impacto da pandemia, outra é mostrar o que isso representa na prática, cada detalhe de forma aprofundada, com troca de experiências”, comenta Mitsy.

Adaptamos toda a metodologia considerando a situação atual e todos os segmentos do comércio”

Maria Goretti Gomes



Em toda oportunidade que tiver, eu vou repassar os pontos que trabalhamos. Recebemos material didático e continuamos com uma comunicação próxima entre participantes e professor”

Mitsy Medeiros





Já estava pesquisando bastante sobre como serão os novos protocolos. Como em Fernando de Noronha não existe um lugar para se especializar na área, a opção do ensino remoto foi muito boa, pois mesmo distante consegui me atualizar”

Daphne Caxeiro



O Programa Comércio Seguro já exibiu lives com conteúdos voltados para informar sobre os protocolos de reabertura, as tendências de negócios, a captação de clientes por meio das redes sociais e os aplicativos que podem servir como ferramenta para melhoria dos negócios.

A funcionária pública Cristina Varela está auxiliando o cunhado a impulsionar as vendas virtuais da empresa Ideia Móveis, que confecciona móveis planejados. Cristina percebeu no Programa Comércio Seguro uma oportunidade para aprender como otimizar o uso das ferramentas digitais. “Assisti a uma live com dicas de aplicativos para dar um up no negócio. Foi sensacional, conheci ferramentas como o Zapier, Trello, Google Trends, entre outras, que com certeza me ajudaram nessa missão de melhorar o planejamento e as vendas virtuais”, explica.

Os workshops foram voltados a solucionar questões comerciais e oferecer apontamentos para auxiliar nas vendas. Durante as capacitações, foram abordados temas como as soluções para o varejo em tempos de covid-19, vendas pelo Facebook, pelo WhatsApp Business e pelo Instagram, além de marketplace e Canva para negócios. Nessa modalidade, todas as atividades tiveram a duração de três horas e foram realizadas na plataforma Zoom. Ao término de cada workshop, os participantes receberam certificação.

Já os cursos compreenderam o aprofundamento das medidas específicas para cada setor econômico. Entre os segmentos contemplados, estavam os de gastronomia, moda e vestuário, beleza e estética, varejo de materiais de construção e de móveis, hotelaria, delivery e oficinas automobilísticas e lojas

de autopeças. A carga horária de cada formação foi de 15 horas-aula e os participantes dos encontros remotos que cumpriram as atividades propostas na plataforma Google Classroom tiveram direito, além de certificado, a placa, adesivo ou bottom a ser colocado no estabelecimento comercial.

Atrás de mais capacitação para lidar com as mudanças exigidas no momento, Daphne Caxeiro, chef de cozinha da Pousada e Restaurante do Vale, em Fernando de Noronha, inscreveu-se no curso de Bares, Lanchonetes e Restaurantes. “Já estava pesquisando bastante sobre como serão os novos protocolos. Como em Fernando de Noronha não existe um lugar para se especializar na área, a opção do ensino remoto foi muito boa, pois mesmo distante consegui me atualizar”, comenta Daphne.

Sem abertura do turismo na região, a chef conta que a preparação na pousada e restaurante está no preparo do material utilizado no dia a dia, com o atendimento aos moradores da ilha. “Pesquisamos equipamentos que sirvam também para depois do período de pandemia, já que permanecemos atentos a outras doenças e bactérias. Assim, quando uma vacina surgir, vamos ter feito um investimento que continuaremos utilizando”, conclui. ■







Negócios em Alta

Por Ana Roberta Amorim

SEM DEIXAR DE CELEBRAR

O isolamento social impossibilitou as festas presenciais. Empresas do mercado se adaptaram para modelos diferentes de comemoração

Com a chegada da pandemia, vários negócios foram impactados. Os profissionais que trabalhavam com eventos sentiram a demanda despencar. Isso porque o isolamento social inviabilizou a aglomeração de pessoas. De acordo com um levantamento feito pelo Sebrae, no mês de abril, a pandemia afetou 98% do setor de eventos. A saída foi se reinventar e criar novos produtos.

Foi esse cenário que a empresária Paloma Almeida precisou enfrentar com sua empresa Pallis e Sua Turma. Antes da pandemia, ela e sua equipe se vestiam de princesas e animavam festas infantis e eventos. Os agendamentos ocupavam vários dias da semana, mas, devido à pandemia, precisaram ser reduzidos a apenas o sábado e o domingo. “Vi umas ideias de grupos de fora do estado com apresentações por meio de videochamadas. Muita gente foi me mandando e eu adorei”, diz.

Quem tem filho pequeno, viaja no mundo da imaginação deles. Conheci Paloma em 2018 e, a partir daí, comecei a acompanhar seu trabalho. Ela tem um figurino muito realista. A gente entra no imaginário da criança junto com ela. Achei a ideia das videochamadas fantástica “

Flávia Chaves



Com um cenário montado, as princesas continuam encantando crianças por meio do novo modelo de apresentações. “No início foi o boom. Eu estava chegando a fazer no mínimo dez chamadas por dia, somente nos sábados e nos domingos. Cheguei a fazer 32 chamadas em um dia, das 14h às 20h40. Os encontros duram entre dez e 20 minutos cada, mas são muito significativos para as crianças”, conta. Atualmente, ela representa sete princesas: Bela, Jasmine, Branca de Neve, Aurora, Cinderela, Ariel, além de Elsa e Anna, protagonistas de *Frozen*.

Foi para fazer com que a filha Valentina de 4 anos tivesse um momento especial durante o isolamento social que a enfermeira obstetra Flávia Chaves entrou em contato com Paloma Almeida. “Quem tem filho pequeno, viaja no mundo da imaginação deles. Conheci Paloma em 2018 e, a partir daí, comecei a acompanhar seu trabalho. Ela tem um figurino muito realista. A gente entra no imaginário da criança junto com ela. Achei a ideia das videochamadas fantástica”. Segundo ela, a filha embarca na fantasia sem desconfiar sequer que todas as princesas são feitas pela mesma atriz. “A primeira ligação foi da Ariel. Quando minha filha desligou o telefone, ela perguntou ‘mamãe, como foi isso? Como foi que a Ariel descobriu o meu telefone?’”, relembra.





Adriana e
Mariana Perylo



A gente conseguiu atingir um público muito maior do que o cliente que já conhecia a nossa loja, porque as redes sociais aproximam. Nessa pandemia, a gente tem hoje clientes novos, que não conheciam nossa marca”

Mariana Perylo

Também trabalhando com a realização de sonhos, a Perylampo Festas, especializada na montagem de festas, e a Perylampo Store, que realiza a venda de artigos para celebrações, precisaram se reinventar. Segundo Mariana Perylo, que está à frente das empresas junto com sua irmã Adriana Perylo, depois de um curto período de reorganização, começou a busca por soluções que mantivessem os clientes envolvidos com a marca e ainda com a possibilidade de celebrar as datas especiais. Especialista em diversos tipos de balão, a Perylampo lançou, dentro das novas soluções, os “cachos surpresa”, que trazem mensagens em cartões. Além disso, criou o QR Code Balloons, no qual é possível ver mensagens em vídeo ao escanear o código. A empresa também realizou parcerias com buffets, loja de flores e uma fotógrafa, a fim de oferecer produtos diferenciados para datas especiais, como Dia dos Avós e o Dia dos Pais.

O atendimento direto aos clientes também se alterou nesse período. Antes focado principalmente no presencial, o contato pelo Instagram e pelo WhatsApp se intensificou. “A gente conseguiu atingir um público muito maior do que o cliente que já conhecia a nossa loja porque as redes sociais aproximam. Nesta pandemia, temos hoje clientes novos, que não conheciam nossa marca. Além do nosso dia a dia, criamos produtos inéditos, sempre pensando na qualidade do atendimento, na assessoria que a gente dá para as pessoas sobre como montar, criar, fazer uma festa bonita mesmo dentro de casa. Porque a gente fala de comemoração, a gente fala de celebração, é um dia único”, ratifica Mariana.



Cliente há sete anos da Perylampo, a diretora administrativa Mariana Costa diz que, mesmo com a pandemia, a promoção de encontros e momentos especiais não deixou de acontecer. Mãe de três filhas, de 7 e 2 anos e 4 meses, Mariana lembra que, quando deu à luz em plena pandemia, no mês de abril, o marido organizou uma surpresa com a Perylampo. “Eu não tive recepção na maternidade, não pude receber visita, então eles prepararam balões com mensagens e presentes para a nossa chegada. No Dia dos Avós e Dia das Mães, preparei surpresas para minha mãe e a minha sogra, com balões, fotos e flores”, relembra.

Mariana também considera que, com esses eventos, foi possível se aproximar de pessoas queridas que estavam distantes por causa do isolamento. “Acredito que elas [Mariana e Adriana Perylo] foram extremamente proativas e criativas nesse período. Mesmo os serviços que já existiam, elas inovaram e acrescentaram diferenciais que trouxeram esse sentido mais afetivo”, conta.





Cleiton Sant'ana

Novos tons de um mesmo mercado

Quem também teve que se adaptar e promover encontros em outros formatos foi Cleiton Sant'ana, que é músico e cantor e fazia shows quase diários em barzinhos, casas de festas e encontros particulares. “Demorei cerca de dois meses para me orientar. Meu trabalho depende de aglomeração, que as pessoas estejam ali reunidas e felizes. Tudo o que não é permitido fazer agora durante a pandemia”, lamenta.

As apresentações precisaram ser substituídas por lives e shows virtuais à distância. “Já realizava transmissões ao vivo no Instagram e Facebook dos shows que eu fazia presencialmente. Mas comecei a usar de verdade meu canal no YouTube, Canal do Santana, para fazer essa divulgação. Minha primeira live foi dia 11 de junho. Também tenho oferecido transmissões particulares, com um link privado no YouTube que o contratante compartilha com quem quiser”, conta.

Humanização do digital

Para o instrutor de marketing digital do Senac-PE Fagner Ikamaan, o mundo virtual não é a solução para os problemas causados pelo isolamento, mas um meio de se conectar com o cliente. “Muitos empreendedores se reinventaram com a tecnologia mais simples. Antes de você ir para o digital, é preciso estar organizado como empresa, saber o seu propósito, seus princípios e deveres e o que você pode oferecer para o seu cliente. Uma vez que você define isso como negócio, aí você está pronto para entrar no digital. Digital nada mais é fazer aquilo que você fazia antes, no off-line”.

Além disso, Ikamaan considera que estamos voltando às origens das redes sociais. “A gente vai passar pela reinvenção do digital, que vai ter como centro da história o ser humano. É um ciclo. A rede social voltando ao que era no início, de relacionamento de fato, a humanização do digital”, diz. ■



Fagner Ikamaan





Gestão
Inovadora

Por Pedro Maximino

UNIR MAIS PARA FAZER MAIS

Sindvarejista Recife trabalha para conseguir
mais associados e fortalecer a categoria



Quem passa pela Rua Sete de Setembro pode até não perceber, mas dentro de um dos seus prédios históricos está localizado o Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Recife (Sindvarejista Recife). A sua localização privilegiada, no coração do comércio da capital pernambucana, permite que o sindicato acompanhe de perto as necessidades e demandas dos comerciantes da cidade. Foi assim durante toda a história do Sindvarejista Recife e, se depender do presidente José Lourenço, esse cuidado com a categoria ainda continuará por muito mais tempo.

A sede do sindicato continua no mesmo local desde a sua fundação há mais de 40 anos e, ao longo do tempo, mudanças foram sendo feitas para modernizar a estrutura, tudo com o objetivo de aperfeiçoar o atendimento aos associados. “O sindicalizado, quando vem até a nossa sede, encontra à sua disposição os serviços de assessoria jurídica, assessoria contábil, entre outros. O contato para a solicitação desses serviços pode ser feito inclusive por telefone, pois eles são realizados por parceiros do sindicato”, explica o presidente José Lourenço. Na sede, também é possível perceber a preocupação com o meio ambiente: logo na entrada há um Papão de Pilhas, dispositivo que recolhe pilhas e baterias usadas para descarte correto.



Com o objetivo de manter a categoria sempre próxima, mensalmente, o Sindvarejista Recife realiza uma assembleia para promover o debate entre seus membros e definir as próximas ações. “Somos uma categoria que lida com outras empresas, com funcionários, com declarações múltiplas de imposto de renda, então são muitos detalhes”, explica José Lourenço. “Nessas assembleias, pedimos sempre para que os associados exponham as suas necessidades. Prezamos muito pelo diálogo. Com a participação da categoria, o sindicato se torna mais forte e podemos lutar por mais reivindicações.”

Atualmente, o Sindvarejista Recife possui cerca de 60 associados, sendo a maior parte deles pequenos negócios, e realiza ações de conscientização. Está sendo planejada uma cartilha que reúna as ações do sindicato, reforçando a sua importância para a categoria. “Posso dizer que 60% dos nossos associados são donos de pequenos negócios do Recife, 30% são médios e 10%, grandes. Então trabalhamos muito no sentido de ajudar o pequeno negócio a crescer e se estabilizar, pois ele não tem a mesma estrutura do grande negócio. A força do sindicato é essa”, aponta José Lourenço.



O sindicalizado, quando vem até a nossa sede, encontra à sua disposição os serviços de assessoria jurídica, assessoria contábil, entre outros. O contato para a solicitação desses serviços pode ser feito inclusive por telefone, pois eles são realizados por parceiros do sindicato”

José Lourenço



Foi justamente pensando nos pequenos e médios negócios que o Sindvarejista Recife incluiu entre os seus serviços a assessoria legislativa, criada com o objetivo de preservar a categoria diante de projetos de lei que possam prejudicar o desenvolvimento dos negócios, principalmente dos pequenos. “Atualmente nós identificamos mais de 70 projetos de lei na Câmara Municipal do Recife que visam gerar multa para o empresário”, diz o advogado Cristiano Alves, responsável pela assessoria jurídica do sindicato.

Para o futuro, José Lourenço planeja uma série de debates para falar sobre as prestações de serviço do sindicato, sempre pensando em estimular o diálogo e apresentar o sindicato para mais membros da categoria. “Outra vontade grande que nós temos é a de voltar a oferecer assistência médica aos associados. Estamos trabalhando para isso. Também estamos planejando nos reunir com bancos para conseguir dinheiro para os pequenos negócios”, afirma o presidente do Sindvarejista Recife. ■



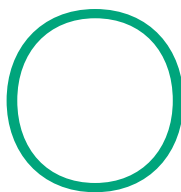


Ao Seu Dispor

Por Mônica Lucena

COM SABOR E QUALIDADE

Projeto Sesquentinha é opção de alimentação acessível durante a pandemia



Sesc é uma instituição que promove ações socioeducativas com o objetivo de contribuir para o bem-estar e a qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus familiares e da comunidade, para a construção de uma sociedade justa e democrática. O Sesc tem como missão ampliar o reconhecimento pelos trabalhadores e empresários do segmento que apoia para sempre ser visto como instituição inovadora e propositiva na promoção de ações para o desenvolvimento humano e social.







Dentro do contexto que se instalou no Brasil e em Pernambuco com a pandemia da covid-19 e com o Decreto Estadual nº. 4969 de 24 de Abril de 2020, que trata das orientações e procedimentos a serem adotados pela população, órgãos públicos e privados e estabelecimentos privados, surge o Sesquentinha Essencial. O projeto é do Sesc Pernambuco e chegou em um momento fundamental para o seu público prioritário. Na retomada das atividades do comércio, após um período da quarentena, o projeto Sesquentinha Essencial se apresentou como uma alternativa para um número relevante de pessoas que precisava de alimentação de qualidade a preços acessíveis. Além do valor convidativo, o projeto também se destacou desde o início pelo alcance, fazendo entregas até o ponto de localização indicado pelo trabalhador para facilitar a sua vida e ajudar a assegurar a recuperação econômica.

Ao oferecer esse produto, o Sesc tem como foco alcançar seu cliente prioritário que encontra-se trabalhando em atividades essenciais. A entidade ainda se fez presente por sua missão e confiabilidade, demonstrando sensibilidade para com seus clientes de forma adequada e eficiente. O objetivo sempre foi buscar atender e facilitar o cotidiano, por múltiplas plataformas e sem abrir mão da qualidade e da temática nutricional.



O Projeto
Sesquentinha
Essencial atingiu
desde o seu início, em
junho, o montante de
60.012 beneficiários
atendidos”

Mônica Lucena



Utilizando a estrutura da Rede Sesc de Restaurante e contando com um quadro composto por equipes formadas por nutricionistas, cozinheiros e auxiliares de cozinha, o Sesc organizou e capacitou seus colaboradores, treinando-os em todos os Protocolos de Segurança para a Manipulação dos Alimentos frente aos cuidados com a covid-19. A preocupação com a adoção de todas as medidas necessárias sempre esteve presente, assim como o uso de EPIs e produtos específicos de higiene. Também foram realizados procedimentos de sinalização horizontal e vertical para sensibilizar e oportunizar aos clientes os conhecimentos e cuidados necessários para enfrentar a pandemia, com tudo o que preconizam as normas de prevenção.

Para que a abrangência do Projeto Sesquentinha Essencial tivesse ainda maior alcance social, em todo o estado, foram mobilizadas equipes das Unidades do Sesc no Recife e Região Metropolitana (Piedade e Goiana), Caruaru, Garanhuns, Arcoverde, Araripina e Petrolina. Contando com um subsídio de aproximadamente 50% dos recursos financeiros para sua operacionalização, o Projeto Sesquentinha Essencial atingiu desde o seu início, em junho, o montante de 60.012 beneficiários atendidos, mostrando mais uma vez que o Sesc vem reforçando o seu papel social para elevar e assegurar as condições de vida e de saúde do trabalhador de bens, serviços e turismo. ■

Mônica Lucena, gerente do Sesc Santa Rita.





Entrevista

Por Ericka Farias

“RETOMAR A ECONOMIA E RECUPERAR OS EMPREGOS SÃO PONTOS A SEREM EQUILIBRADOS COM O PRINCIPAL, QUE É PRESERVAR VIDAS”

Bruno Schwambach

No começo de junho, o Plano de Convivência das Atividades Econômicas com a Covid-19 teve início. Aos poucos, os setores começavam uma retomada gradual. O propósito do documento é fazer a economia voltar a funcionar sem abrir mão da segurança das pessoas. A evolução caminha sempre acompanhada dos dados sobre a curva de contaminação da covid-19, além de ser marcada pela flexibilidade e pelo diálogo com os setores produtivos. O secretário de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco, Bruno Schwambach, conversou com a Informe Fecomércio sobre o andamento da retomada e quais os critérios adotados para avançar etapas.

Como foi o processo de criação do Plano de Convivência das Atividades Econômicas com a Covid-19 em Pernambuco?

Desde que as medidas de restrição ao convívio social foram adotadas, no início de março, o governo começou a mobilizar os agentes econômicos para avaliar o cenário, buscar caminhos para amortecer os impactos da pandemia na economia e planejar uma possível retomada dos setores, de forma alinhada com o dados fornecidos pela saúde. Foi criado o Comitê Socioeconômico de Enfrentamento ao Coronavírus, do qual a Secretaria de Desenvolvimento Econômico faz parte, e formalizada uma parceria com a consultoria Deloitte, para contribuir com a experiência nacional e internacional nesse tipo de projeto. Em diálogo com 32 setores econômicos em atuação no território pernambucano, foi criado o Plano de Convivência das Atividades Econômicas com a Covid-19, iniciado em 1º de junho de 2020, com 11 etapas de flexibilização, que considera a relevância do segmento para a economia e o risco que ele apresenta para a saúde das pessoas. Esse é o foco para retomar de forma gradativa a economia de Pernambuco.

Como avalia o andamento do plano?

Atualmente, o plano ultrapassou dois meses da sua implantação e o planejamento tem se mostrado acertado. O comitê socioeconômico vem monitorando os setores que tiveram restrições flexibilizadas, os reflexos nas cidades e, a partir de dados fornecidos pela Secretaria de Saúde em relação aos índices de contaminação e taxas de ocupação de leitos para casos graves, vem tomando decisões para avançar quando há segurança e agir com precaução quando o momento e o lugar exigem. Uma prova é que estamos retomando cada vez mais setores, com cada região apresentando uma velocidade diferente e com recuos pontuais em alguns municípios. Assim, a nossa economia vem se recuperando, trazendo os empregos de volta e, principalmente, preservando vidas.

Quais são os critérios avaliados para autorizar a evolução para uma nova etapa?

O conceito de categorizar os setores e escolher a ordem de liberação considera a relevância socioeconômica dos setores para a economia e os riscos que esse retorno representa para a saúde. Para o plano avançar etapa, é preciso observar o comportamento dos indicadores de saúde, que passamos a fazer de forma geral no estado e também com recorte regional. Isso tem permitido que algumas macrorregiões e as regionais de saúde possam avançar ou estacionar de forma independente. Outro condicionante é avaliar as tendências. Para avançar, é preciso que o ambiente daquele local esteja sob controle. E ainda que haja estabilidade dos dados de contaminação, por exemplo, o plano não avança uma etapa se houver tendência de alta. Para evitar esse risco, o plano age com cautela e não passa para a etapa seguinte.

Atribui a criação de protocolos específicos para cada setor como um dos fatores de sucesso do Plano de Convivência das Atividades Econômicas com a Covid-19 em Pernambuco?

Além de todo o estudo para a elaboração do plano, não tenha dúvida de que os protocolos setoriais são um instrumento importante no caminho do plano. Todos os setores são submetidos a protocolos de segurança específicos, que se somam ao protocolo geral de saúde, baseado em distanciamento social, higiene e, monitoramento e comunicação. Estabelecimentos, funcionários e clientes precisam segui-los para que haja a contenção da curva de disseminação da covid-19 e evitem-se descontroles que exijam o recuo no andamento do plano.

Como avalia a participação dos representantes dos segmentos econômicos no plano de convivência?

O diálogo com o setor produtivo é importante porque ajuda a encontrar a melhor forma de seguir o cronograma de retomada, levando em consideração os impactos na saúde e na economia. Esse trabalho em conjunto faz entender a melhor forma de se construir os protocolos a serem seguidos quando a atividade retornar. Entendendo essa nova forma de funcionar, avalia-se o melhor momento para cada setor ser incluído no plano. A participação dos representantes dos segmentos no processo é importante também porque os protocolos criados não fogem da realidade dos estabelecimentos.

Alguns setores tiveram sua abertura antecipada. Isso pode acontecer com mais algum segmento?

Uma das características do plano de convivência em Pernambuco é que ele é flexível. A avaliação do Comitê de Enfrentamento ao Coronavírus é permanente e essa análise permite, por meio do diálogo com todos os agentes da economia, um planejamento dinâmico. Por isso, baseada nos indicadores de saúde, a reabertura de um setor específico pode ser antecipada ou adiada. Ou seja, permite anunciar avanços onde há segurança e também tomar decisões mais cautelosas onde o risco ainda se mantém permanente. Por exemplo, a apresentação de um protocolo que mostre que a atividade consegue funcionar de uma forma mais segura pode ajudar na antecipação.

O estado foi dividido em áreas e elas estão em fases diferentes do plano de convivência. Como isso foi importante na regionalização das ações de retomada?

Baseado nas quatro macrorregiões e nas 12 Gerências Regionais de Saúde (Geres) do estado,

o governo de Pernambuco construiu, em conjunto com as prefeituras e a Associação Municipalista de Pernambuco (Amupe), uma forma de regionalizar esse cronograma de reabertura das atividades econômicas. Além disso, o conteúdo do plano de retomada contempla análise detalhada de dados fornecidos pela Secretaria de Saúde no que diz respeito a índice de contágio por região, número de mortes e percentual de ocupação de leitos para tratamento dos pacientes com coronavírus. São esses dados que definem diretrizes e parâmetros e classificam os riscos e os gatilhos de contaminação para estabelecer as prioridades de reabertura e a carga que será dada no retorno das atividades econômicas.

Quais os principais desafios encontrados até agora para a evolução do plano?

A vontade de todos, inclusive a do Estado, é que a volta seja cada vez mais rápida. Porém, retomar a economia e recuperar os empregos são pontos a serem equilibrados com o principal, que é preservar vidas. Isso é o mais importante. O plano de convivência tem um monitoramento diário, com validação semana a semana, para que possamos restabelecer atividades essenciais para a nossa economia, mas considerando sempre a saúde como prioridade. Por isso, ainda que haja um anseio da população para a volta completa da normalidade, ainda que os setores queiram diminuir os prejuízos que a pandemia global imprimiu no mundo, nem sempre a gente que toma as decisões pode observar só um lado. Por isso, a gente reforça a importância de todos nesse caminho. É importante a conscientização das pessoas no respeito ao distanciamento social, no uso correto dos equipamentos de proteção e na responsabilidade com a vida para que a gente chegue ao que chamamos de “normal controlado”, com a economia funcionando sem nos tirar vidas. Essa é a única saída até que haja remédios ou vacinas que nos permitam voltar ao patamar de antes da pandemia. ■





Comércio em Foco

Por Isabela Caldas

CONTRATAÇÃO A DISTÂNCIA

Tendência crescente no mercado de trabalho, seleções on-line popularizam-se ainda mais com a pandemia da covid-19

Esqueça aquela velha história de colocar o currículo debaixo do braço e ir de porta em porta procurando emprego. Atualmente, as coisas estão ficando cada vez mais práticas para quem está em busca de um espaço no mercado de trabalho. O recrutamento virtual e a realização de processos seletivos on-line são tendências crescentes, que só se amplificaram com a pandemia do novo coronavírus. Por conta das medidas de distanciamento social orientadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS), selecionar profissionais remotamente tem sido uma

alternativa para muitas empresas que querem aumentar ou renovar seu quadro de funcionários. Com isso, as redes sociais e as videochamadas ganham destaque nos recrutamentos e processos seletivos.

Com quase 700 milhões de usuários em todo o mundo, o LinkedIn é a principal rede social usada tanto por quem procura uma vaga no mercado de trabalho, quanto pelas empresas que buscam novos talentos. De acordo com dados divulgados pela própria plataforma, a rede social apresentou um crescimento de 26% no primeiro trimestre deste ano. Segundo a professora

de gestão de recursos humanos da Faculdade Senac Danylla Ibrahim, tem acontecido um crescimento das práticas de trabalho remoto no mundo corporativo e os RHs das empresas também têm se adaptado a esses novos modelos. “O momento que estamos vivendo, marcado pela pandemia da covid-19, antecipou a tendência da transformação digital e acelerou a inclusão desses canais pelo RH. Assim, com as medidas de distanciamento social, a gestão de pessoas passou a intensificar o uso de canais híbridos em processos seletivos, isto é, meios que integram os modos on-line e off-line”, explica Danylla.



O momento que estamos vivendo, marcado pela pandemia da covid-19, antecipou a tendência da transformação digital e acelerou a inclusão desses canais pelo RH”

Danylla Ibrahim

A professora também destaca que o processo seletivo on-line é marcado pelo uso de tradicionais técnicas de seleção aplicadas via internet. Dentre as mais adotadas, estão a análise de vídeo currículo, entrevistas por aplicativos de videochamadas, provas on-line e até a aplicação de tecnologias mais sofisticadas, como a inteligência artificial. Mas, apesar de serem, muitas vezes, mais práticos, os processos seletivos virtuais implicam numa série de mudanças para o candidato e para empresa, como atenta Danylla. “Para os candidatos, uma mudança que deve ser considerada é o potencial aumento da quantidade de pessoas que disputam uma mesma vaga, tornando o processo ainda mais competitivo. Isso acontece porque o processo on-line permite um maior alcance de candidatos com a redução das barreiras geográficas. Nesse caso, há ainda uma maior exigência de qualificação”, diz a professora.

Já para as empresas, as mudanças e atualizações em recrutamento e seleção variam em uma ampla escala, dependendo do investimento realizado em tecnologias e também do nível de maturidade digital da organização. Além disso, fatores como posicionamentos estratégicos e capacidade de responder rapidamente às transformações digitais são levados em consideração.

Bárbara Damuani, analista de Talentos e Diversidade da GrandVision by Fototica, empresa líder no varejo óptico, conta que as seleções virtuais foram uma novidade na rotina da empresa. “Na verdade, a ideia era digitalizar alguns processos, inclusive a questão das entrevistas. Mas ainda não era solidificado, então, com a pandemia, a gente adaptou o processo às exigências do mercado. Aprendemos no ‘surto’ a fazer esse tipo de entrevista, já que ainda não era uma prática comumente utilizada pela empresa”, disse.





O que tem de mais diferente é a questão do olho no olho, de você estar perto da pessoa, sentir as emoções a cada resposta numa entrevista presencial”

Bárbara Damuani



Até mesmo para ela, que trabalha na área de recrutamento há alguns anos, foi difícil se adaptar a esse novo modelo logo no início. “O que não podemos perder é a questão da formalidade, já que os processos seletivos ainda possuem um cenário mais formal. O que tem de mais diferente é a questão do olho no olho, de você estar perto da pessoa, sentir as emoções a cada resposta numa entrevista presencial. Então, isso é muito diferente. Hoje eu sinto uma dificuldade maior nisso, nessa questão de estar presente fisicamente, é completamente diferente”, atentou Bárbara. No entanto, a analista destaca que, mesmo assim, a realização de processos seletivos virtuais tem diversos pontos positivos e facilidades. “Agora também

as pessoas fazem vídeo, então se você quer fazer uma pré-triagem, não precisa ligar para o profissional e marcar uma reunião. Tem como enviar algumas perguntas e pedir para que ele responda com um ou alguns vídeos. Isso facilita bastante”, cita.

Além disso, ela também chama atenção para o fato de que, estando em casa, as pessoas parecem se sentir mais confortáveis e até mesmo mais criativas na hora de impressionar os recrutadores. Foi dessa forma que se sentiu o publicitário Igor Félix, que foi contratado recentemente após participar de uma seleção on-line. “O que eu acho bom é que você está na sua área de conforto. Aquela zona

de segurança. Isso diminui um pouco o nervosismo, de você ter que se deslocar, a maneira como se sente analisado. Na sua casa é mais tranquilo”, diz Igor, citando ainda os diversos pontos positivos da seleção on-line, como a possibilidade de poder aplicar para vagas em outra cidade ou participar de atividades e dinâmicas que presencialmente não seriam possíveis.

Mas, assim como Bárbara, o publicitário também sentiu algumas dificuldades ao participar de entrevistas virtuais. “Agora um ponto que eu considero um pouco negativo é que, como você não está pessoalmente, não tem como saber as reações dos recrutadores ou se você falou alguma coisa que fez sentido para eles”, destaca. ■

Mas, mesmo com as seleções acontecendo num ambiente mais confortável e familiar para o candidato, a formalidade não pode ser deixada de lado, como bem destacou Bárbara anteriormente. Por isso, fique atento às dicas para se sair bem num processo seletivo on-line:



Verificar a conexão e testá-la antes do horário da seleção.



Vestir-se de forma adequada, como se fosse uma entrevista presencial.



Escolher um lugar reservado e silencioso, além de bem iluminado e com fundo neutro.



Manter a postura e usar vocabulário adequado.



Apresentar experiências e qualificações.



Agora um ponto que eu considero um pouco negativo é que, como você não está pessoalmente, não tem como saber as reações dos recrutadores ou se você falou alguma coisa que fez sentido para eles”

Igor Félix



FACULDADE
SENAC
PERNAMBUCO

*Conhecimento
para renovar
o seu negócio*

CURSOS DE

EXTENSAO 2020.2



Aulas
100% online



Ferramentas
Google

81 3413.6655
0800 281 6756



/senacpe



CURSOS DE
CURTA DURAÇÃO

Carga Horária
15h

Investimento
a partir de R\$ 45,00

- Gestão de Inovação com Métodos Ágeis
- Introdução ao Design de Interiores:
Fundamentos do Processo Criativo
- Economia Mundial: Oportunidades nos
Mercados Externos
- Alimentação Saudável em Tempos
de Pandemia
- Nutrição Funcional na Estética
- Segurança dos Alimentos em Serviços de
Delivery e Take-Out
- Processo Criativo na Gastronomia

Confira a programação:
www.faculdadesenacpe.edu.br

 **Fecomércio PE**
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

 **Senac**



MATRÍCULAS ABERTAS!

Uma diversidade de cursos e atividades para você e sua família.



GRUPOS DE JOVENS
IDOSOS E
EDUCAÇÃO

CULTURA
ESPORTES
E RECREAÇÃO

Informações no site
sescpe.org.br

Siga-nos!



Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

