

Informe
FECOMÉRCIO-PE

ANO IX | EDIÇÃO ESPECIAL Nº 51 | MAI/JUN 2020

SISTEMA
FECOMÉRCIO-PE
CONTRA A
COVID-19

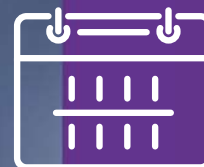
Ideias para minha empresa se reinventar na crise



**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.

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

Baixe o APP
do Sebrae



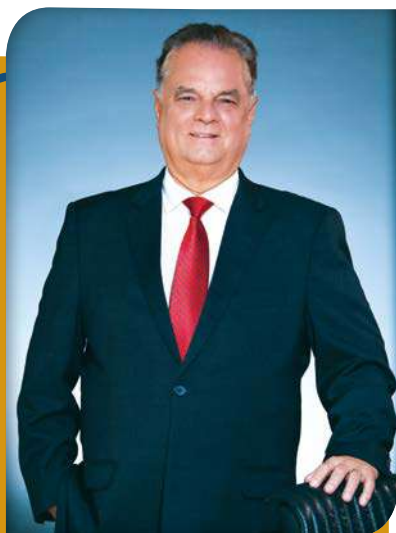
SEBRAE

A força do empreendedor brasileiro.



Editorial

BEM-VINDO AO NOVO NORMAL



Bernardo Peixoto

**Presidente do Sistema
Fecomércio/Sesc/Senac-PE**

Parece finalmente que o pior já passou! Foi um susto enorme, seguido de um sentimento de desespero devido às incertezas que o futuro reservava. Ninguém sabia quanto tempo íamos ficar parados e boa parte dos negócios acumularam prejuízos durante o período. Não foi nada fácil.

Nós, do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, arregaçamos as mangas e fomos trabalhar em prol daqueles que precisavam. Durante esse tempo, distribuímos máscaras e comida para a população vulnerável, levando quentinhas e doações pelo Banco de Alimentos. Orientamos empreendedores na obtenção de crédito emergencial, além de não termos descuidado do compartilhamento de conhecimento, por meio de cursos e lives oferecidos gratuitamente. Todas essas ações estão detalhadas na matéria de capa desta edição especial da Informe Fecomércio-PE.

Além de fazer um resumo de tudo que foi realizado, o principal objetivo desta edição especial é trazer conteúdo informativo para ajudar a todos neste momento de retomada. Conversamos com economistas que fizeram um panorama sobre como será a recuperação e quais os setores que mais sofreram com a crise. Também abordamos assuntos essenciais neste recomeço, como auxílio financeiro, questões trabalhistas, fiscais, a importância de continuar evoluindo sempre e o investimento em comunicação.

Tudo foi pensado e produzido para munir os nossos leitores de informações tão necessárias neste momento de recomeço. A jornada não será fácil, mas contam sempre com o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac. Vamos juntos desbravar o novo normal?

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

Mai/Jun 2020 | Edição 51

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



28

Crédito

Comissão de Crédito da Fecomércio intermedeia processos para aquisição de auxílio financeiro



32

Capa

Fecomércio investe em ações para ajudar população durante pandemia



56

Entrevista

Sílvio Meira fala sobre novo normal e faz projeções sobre possíveis futuros

Retomada

6

Empresários avaliam impactos da Covid-19 em seus segmentos

Digital

11

Investimento em marketing digital é essencial para ser visto

Análise

16

Economistas falam sobre crise e expectativa de recuperação

Tributário

20

Mudanças trouxeram auxílio, mas ainda são tímidas, segundo especialistas

Micro e pequeno

24

Para o Sebrae, a melhor estratégia para o momento é estar perto

Direito trabalhista

40

As MPs 927 e 936 flexibilizaram regras para permitir manutenção de empregos e empresas

Conhecimento

46

Busca por capacitação pode ser diferencial no momento de retomada

Saúde

50

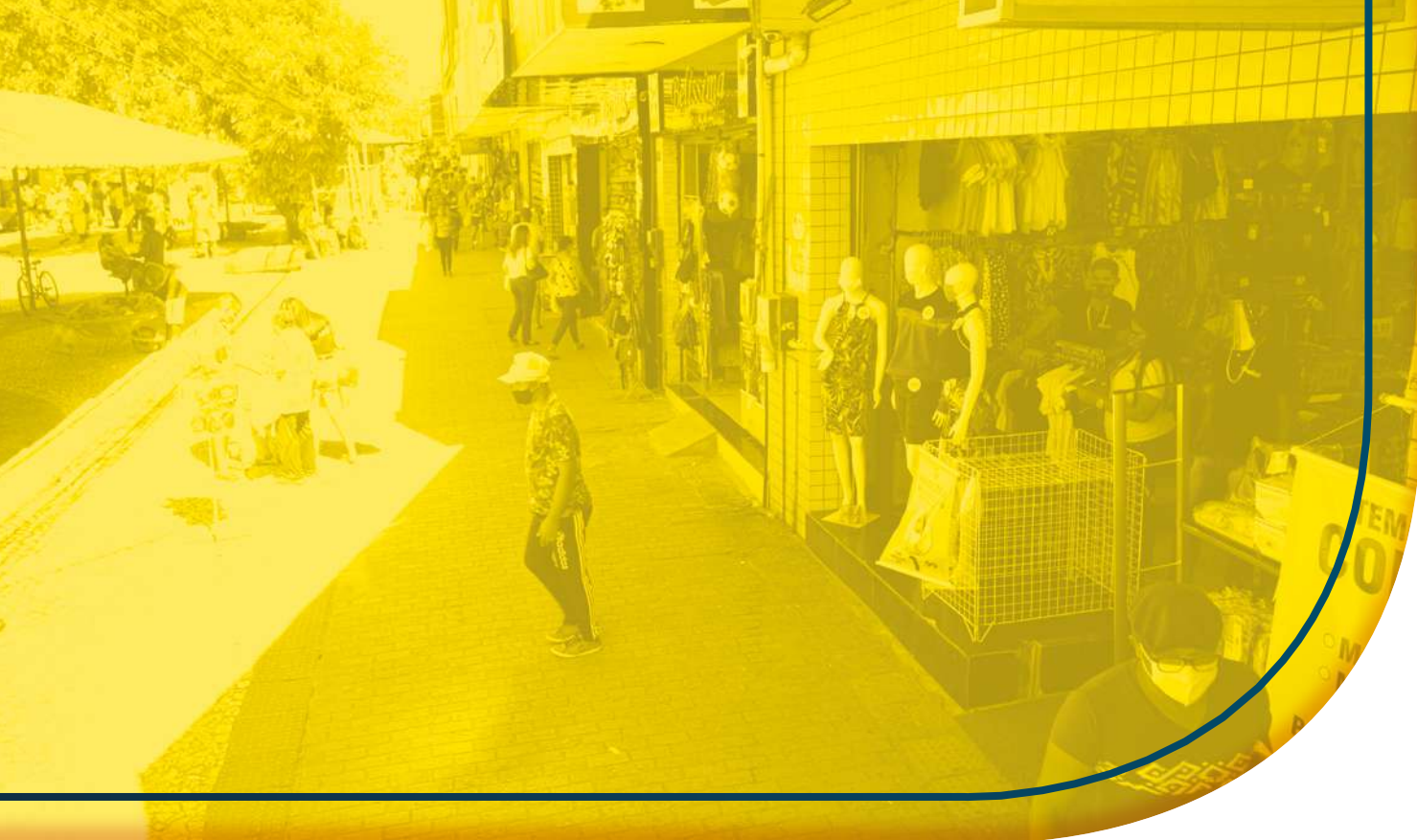
Empresas precisam estar atentas ao protocolo de segurança na reabertura



Por Marina Varela

REFLEXOS DA PANDEMIA DE COVID-19 NO COMÉRCIO E SERVIÇOS

Representantes dos segmentos
avaliam como foram impactados
pela pandemia e como está a
expectativa para o novo normal



O avanço da pandemia do novo coronavírus tornou necessário o isolamento social de parte da população. Foi preciso fechar o comércio e suspender temporariamente alguns serviços.

Sem a movimentação dos consumidores pelas ruas e shoppings, as vendas recuaram. Em junho, a retomada do segmento comercial, anunciada pelo governo do Estado, trouxe um novo ar de esperança para o setor.

“A reabertura do comércio não essencial em Pernambuco está sendo realizada de forma gradual e segura. Mais do que nunca, precisamos estar atentos e respeitar os planos de convivência e de flexibilização, além dos decretos do governo”, ressalta Bernardo Peixoto, presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE.

Os transtornos da pandemia, no entanto, adiaram a recuperação do setor produtivo pernambucano e, em especial, do setor do comércio de bens, serviços

e turismo. A pandemia desencadeou também variáveis negativas, como a queda de confiança da população em consumir e dos empresários em investir, o aumento do endividamento e a queda na arrecadação do setor público.

Diante do cenário, as análises da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) não são animadoras. Em nível nacional, estima-se que o comércio tenha perdido mais de R\$ 200 bilhões com a pandemia até a primeira semana de junho. No Estado de Pernambuco, o cenário também foi negativo no mesmo período. Com cerca de 60% dos estabelecimentos comerciais fechados em todo o estado, a queda no faturamento está estimada em R\$ 6,12 bilhões. O turismo, que emprega 100 mil pessoas no estado, tem perda acumulada em R\$ 2,52 bilhões.

A retomada do comércio traz um pouco de esperança para um mercado fragilizado. A seguir, representantes do comércio comentam suas percepções do impacto da pandemia no estado e as expectativas para o retorno das atividades.



Eduardo Cavalcanti

Vice-presidente para o Comércio de Turismo e Hospitalidade da Fecomércio-PE e presidente da ABIH-PE.

“Considerado serviço essencial, o setor de hotelaria pôde manter as portas abertas, mas a procura era mínima. No início da pandemia, 75% dos hotéis do Recife paralisaram as atividades temporariamente e hoje esse número chega a 50%. Dos que estão em funcionamento, a ocupação tem sido de 5% a 6%, resultante de contratos já predefinidos com empresas de aviação e profissionais de saúde que precisam de uma estadia para evitar o contato com os familiares. Mas o efeito no setor de turismo vai além. Os serviços de locação de automóvel, as organizadoras de evento e agências de turismo vêm enfrentando dificuldades em manter o funcionamento e garantir o emprego dos funcionários. O setor só engatará uma retomada mais concreta com a abertura das praias. Mesmo assim, a expectativa da retomada inicial será gradual, já que possivelmente os gastos serão priorizados para pagamento de dívidas e contratempos durante o período pandêmico.”

José Lourenço

Diretor da Fecomércio-PE e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Recife.

“Percebemos a diminuição abrupta do consumo, além de um direcionamento ao consumo de sobrevivência. Essa mudança de paradigma é reflexo da queda na renda dos consumidores. O impacto econômico no varejo de gêneros alimentícios do estado, em comparação a outros setores do comércio, não foi de ordem grandiosa. Contudo, os maiores afetados foram as empresas de micro e pequeno porte, já que a arrecadação diminuiu e vários mercados sem fluxo de caixa ou sem grandes reservas financeiras para passar por crises graves encerraram as atividades. Com a retomada, estamos investindo na segurança e higiene para proteção dos comerciantes e consumidores.”



Ozeas Gomes da Silva

Vice-presidente para o Comércio de Serviços de Saúde da Fecomércio-PE e presidente do Sindicato do Comércio de Produtos Farmacêuticos do Estado de Pernambuco.

“O segmento foi pego de surpresa com a alta demanda, o que desencadeou a falta de alguns itens no mercado. A crescente utilização de medicamentos para proteção gripal, por exemplo, gerou um consumo massivo, diminuindo o estoque dos produtos. Além disso, o setor precisou se adequar a várias novas regulamentações de órgãos como a OMS, Vigilância Sanitária, governo do Estado e prefeituras. O grande impacto sentido está na necessidade de utilizar um medicamento e não conseguir comprar esse item. Sem estabilidade no poder aquisitivo da população, o consumo no setor foi reduzido.”



Joaquim de Castro

Vice-presidente para o Comércio Varejista da Fecomércio-PE e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Petrolina.

“Em Petrolina, constatamos que o impacto foi sentido de forma diferente. As empresas de serviço essencial funcionaram normalmente, algumas com queda de receita na faixa de 10% a 15%. As empresas que estavam adaptadas a algum tipo de venda por delivery ou canais digitais obtiveram uma variação muito grande, com quedas expressivas de 90% e outras de 30%. O outro grupo observado foi o das empresas que não conseguiram abrir e perderam todo seu faturamento no período de pandemia. No fundo, o efeito negativo foi sentido por todos. O consumo no comércio está sendo retomado de forma gradual, mas esperamos que o consumo não seja em formato de U e que permaneça crescente.”



Por Eduardo Sena

TEMPOS DE VITRINES DIGITAIS

Com a restrição de operações físicas, marcas apostam no marketing nas redes sociais para chegar à clientela





1 kit 3 drinks

1. Encha o copo com gelo. Corte o saquinho com a bolinha preta e adicione no copo.
 2. Corte o saquinho com a bolinha amarela e adicione no copo.
 3. Mexa de leve.
 4. Coloque a guarnição.
- BACA EM CASA



Julio Rizuto

Das grandes máximas da comunicação, destaca-se a que estabelece: o que deixa de ser dito, deixa de ser sentido. A regra também se aplica ao marketing digital, fundamental para a percepção de identidades e construção de reputação de marcas e pessoas nas redes sociais. Sem a presença física, inviabilizada pelos efeitos da pandemia, quem não está lá, além de não ser visto, também perde a oportunidade de estabelecer canal de comunicação com os clientes.

Levar a marca para as redes sociais foi um movimento dos empreendedores na busca por minimizar os efeitos econômicos da pandemia. Mas como performar com segurança em um espaço novo? Para Fagner Ikamaan, instrutor de Marketing Digital do Senac Pernambuco,

essa atuação é muito mais do que simplesmente criar perfis para as empresas nas mídias sociais. “Envolve o estudo do perfil do cliente, das necessidades deles, dos produtos que eles querem e precisam receber. Isso perpassa o estudo do mercado e o planejamento de mídia”, anota.

Foi a cartilha seguida por Julio Rizuto, nome à frente do bar de drinques autorais Bacabelha, em Boa Viagem. Como o endereço precisou ser fechado por determinação do governo estadual, o empresário adequou o planejamento do Instagram do bar para oferecer um novo serviço aos clientes. “Antes trabalhávamos o institucional do bar nas redes, fazíamos anúncios de horário de funcionamento, programação de apresentações musicais, debates, e adaptamos o conteúdo para entregar os drinques por delivery”, explica Rizuto.

Os drinques agora seguem em uma caixa, com todos os ingredientes embalados separadamente, para a clientela montar em casa, e o Instagram funciona como um tutorial de montagem. “Tivemos um incremento de 60% no número de seguidores no período de quarentena, criando capilaridade em vários bairros da cidade e com novos clientes, que se aproximam da experiência de um bartender”, finaliza Julio.

A adequação está em consonância com aquilo que o professor de Marketing Digital do Cedepe Thiago Sarinho chama de experiência além da venda. “A marca, além de entregar um bom produto, tem que ajudar o seu cliente, ouvi-lo. É preciso entender que digital não é lugar, é canal de comunicação, é ferramenta. Não existe estar no digital, existe usar as ferramentas para se comunicar, e isso quer dizer não só você falar, mas ouvir o que seu cliente tem a dizer”, explica.



“Não existe estar no digital, existe usar as ferramentas para se comunicar, e isso quer dizer não só você falar, mas ouvir o que seu cliente tem a dizer”

Thiago Sarinho



“Senti que as pessoas tinham mais tempo para ler, e passei a contar a história da marca, do porquê trabalhar com linho”

Caroll Falcão



“Os profissionais mais preparados são aqueles que conhecem a teoria e sabem usá-la na prática”

Fagner Ikamaan

Cada rede, uma função

Esse espaço de troca nem sempre é só o Instagram. As marcas devem ter a compreensão da jornada do cliente para a compra e atuar estrategicamente em outras redes. “É preciso estar onde o seu público estiver. Dificilmente um tatuador terá apelo no LinkedIn, mas uma empresa de moda executiva pode estar lá, assim como uma empresa de decoração no Pinterest”, salienta Thiago Sarinho. Para o professor, o Instagram é um canal de apresentação da marca, o Google funciona para essa marca ser encontrada, e o WhatsApp é a carteira de cliente para um relacionamento mais próximo e personalizado.

“Há dois grupos grandes de rede, as de Mark Zuckerberg (Instagram, Facebook e WhatsApp) e o Google. Nas de Zuckerberg, você é um hamster, tem que girar a roda, gerando

conteúdo. O que importa é a próxima postagem. Com o Google, você constrói sua autoridade, cria legado de marca”, expõe Sarinho. A estilista Caroll Falcão, de marca homônima, sentiu a necessidade de aplicar uma nova rotina nas redes no momento da pandemia.

“Senti que as pessoas tinham mais tempo para ler e passei a contar a história da marca, do porquê trabalhar com linho. Muitas pessoas que já eram clientes não sabiam, e criaram um novo elo com a marca.” Caroll conta que foi uma forma de gerar conteúdo para as redes ante a dificuldade logística de produção de fotos de moda – que passou a ter ela mesma e familiares como modelos em produções caseiras. “Acaba que a gente faz no tato, vai dando certo, mas poderia dar errado. Acredito que prestar bem atenção no seu cliente e perceber aquilo que ele quer ver, ler, é a regra de ouro para não errar”, avalia.

Teoria e prática

O aprendizado do marketing digital deve aliar teoria e prática, e essa é a proposta do Senac nos cursos da área. A instituição traz cases próximos da realidade dos alunos para fazê-los refletir sobre situações que eles realmente poderão encontrar no mercado. “Não adianta achar que está preparado apenas assistindo a vídeos no YouTube ou fazendo tentativa e erro. Os profissionais mais preparados são aqueles que conhecem a teoria e sabem usá-la na prática”, enfatiza Fagner Ikamaan, instrutor de Marketing Digital do Senac Pernambuco. ■



Dicas de marketing nas redes



Construção de conteúdo holístico para dar consistência à marca



Cuidado estético



Respeito ao direito autoral



Identidade visual única nas redes



Estar em várias redes é fundamental para bons resultados



Um vídeo ou gif a cada quatro imagens no feed



Investimento em mídia para trazer audiência para a sua página



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



Por Jessica Mezzomo

IMPACTOS E FUTURO PÓS-PANDEMIA

A economia acumula diversos prejuízos e os empresários precisarão inovar para se manter no novo normal

A pandemia de Covid-19 deixou o mundo à beira de um colapso e ressignificou o comportamento social e sanitário da humanidade. Apesar dos prejuízos serem devastadores para a saúde, os impactos gerados pelo isolamento social na economia também preocupam e indicam uma recessão global. Segundo o Relatório de Mercado Focus, a expectativa de queda do PIB em 2020 já ultrapassa 5% e pode se agravar nos próximos meses a depender de como as esferas estaduais e municipais vão controlar a retomada do comércio.

Em Pernambuco, o impacto foi significativo. Cerca de 60% dos estabelecimentos comerciais ficaram fechados, com as medidas de distanciamento social, e estima-se queda no faturamento de R\$ 6,12 bilhões entre março e maio deste ano. O economista da Fecomércio-PE, Rafael Ramos, explica que, no estado, o comércio formal emprega 19% de todas as vagas, totalizando cerca de 300 mil pessoas. “É importante destacar que, com a queda no faturamento do varejo, o setor empresarial é obrigado a adotar medidas de redução de custos e despesas, o

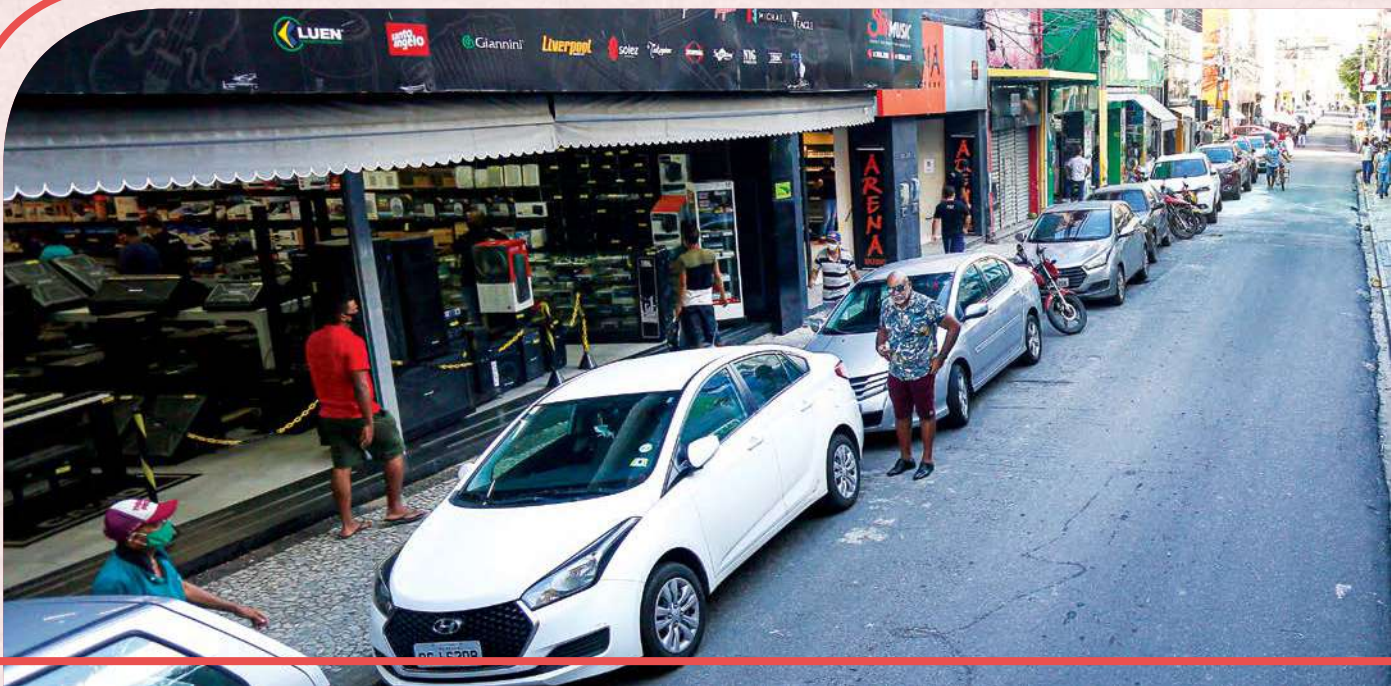
que, inevitavelmente, se transformará em corte de vagas formais”, explica.

O total de desocupados em Pernambuco no primeiro trimestre do ano foi de 593 mil pessoas e 53.550 vagas formais foram encerradas.

De acordo com Rafael Ramos, os maiores impactos aconteceram nos setores de turismo, com queda projetada de R\$ 2,52 bilhões; e varejo, principalmente nos segmentos não essenciais como móveis, eletrodomésticos e informática. Já as empresas baseadas em comércio de alimentação, como supermercados e farmácia, conseguiram manter um faturamento mediano no estado. “As previsões não apontam uma melhora a curto prazo. A intenção de consumo das famílias pernambucanas caiu em maio, quando apresentou um recuo histórico desde 2010, com o índice variando -14,2%”, informa o economista.

Além disso, as pesquisas apontam que elas estão mais endividadas e apresentam um comportamento conservador, que é quando as pessoas têm medo e não confiam na renda, assim, recuam o tipo de consumo parcelado, o que prejudica ainda mais o volume de vendas, principalmente de itens mais caros.



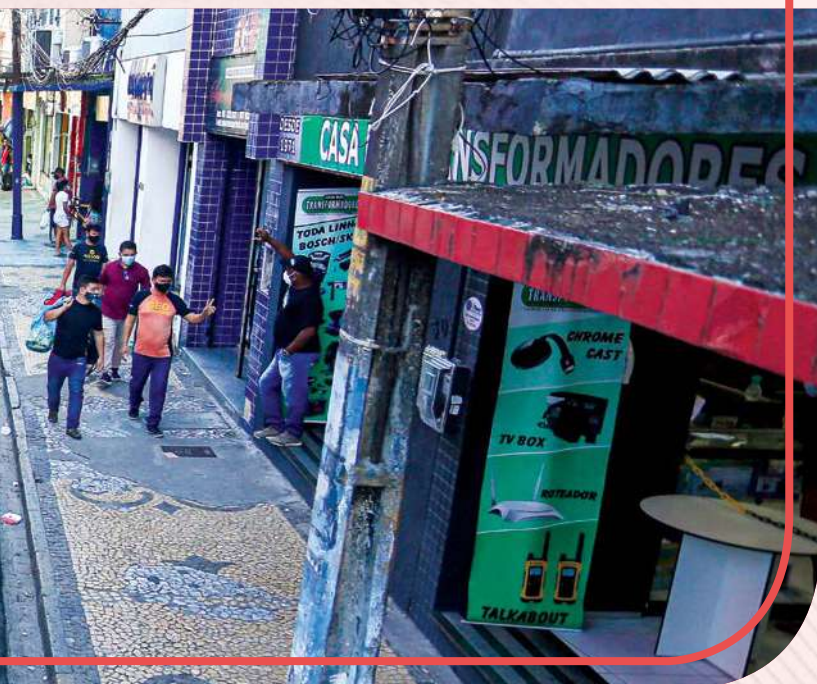


“
Mesmo o comércio
reabrindo, as pessoas
ainda estarão com medo de
serem infectadas e com um
consumo conservador, pela
insegurança empregatícia”

Jorge Jatobá

Retomada

O plano de reabertura gradual apresentado pelo Governo de Pernambuco contempla onze etapas e foi iniciado em 1º de junho. O economista da Consultoria Econômica e Planejamento (Ceplan) Jorge Jatobá prevê uma recuperação lenta e variante para cada setor. Enquanto alguns segmentos poderão sentir uma melhora a médio prazo, principalmente no último bimestre de 2020, quando haverá movimentos no comércio, como a Black Friday e o pagamento do 13º salário, as expectativas para os setores relacionados ao turismo podem demorar até o fim de 2021. Algumas outras atividades como teatros, cinemas e jogo de futebol aberto para o público também devem demorar para recuperar a audiência, quando reabrirem. “O vírus não acaba com o isolamento social, apenas com a descoberta de uma vacina ou o que chamamos de imunidade de rebanho. Mesmo o comércio reabrindo, as pessoas ainda estarão com medo de serem infectadas e com um consumo conservador, pela insegurança empregatícia”, argumenta Jatobá.



Novo normal

De certo, o comportamento do consumidor vem sofrendo várias mudanças e promete acelerar ainda mais o processo de transformação digital de algumas empresas. A expectativa é que, durante a retomada da economia, haja um aumento no consumo pelo e-commerce, por redes sociais e aplicativos de delivery. Além disso, precisarão ser adotados novos procedimentos como mudança de leiaute de escritórios, uso regular de home office, oferecimento de máscaras e álcool 70% e mudanças no processo produtivo para garantir o distanciamento social.

De acordo com a economista da Ceplan Tania Bacelar, o consumidor busca segurança e requer confiança em padrões de cuidados com sua vida e saúde, o que impulsionou alguns setores a criarem



Inovar é um desafio central nos tempos pós-pandemia e o fato de abrigar um ecossistema de inovação consolidado e ativo pode levar Pernambuco a surpreender

Tania Bacelar

selos de qualidade. Do lado dos produtores, as iniciativas de adaptação às novas regras de funcionamento orientadas pelas autoridades sanitárias e de capacitação de seus colaboradores para novos modelos de operação requerem investimentos e capacidade de gestão em um ambiente de grandes dificuldades.

“Não basta apenas se adaptar. Novos padrões de consumo e de produção foram experimentados no auge da crise e muitos vieram para ficar, como a passagem para a era digital. Inovar é um desafio central nos tempos pós-pandemia e o fato de abrigar um ecossistema de inovação consolidado e ativo pode levar Pernambuco a surpreender. Reposicionar-se no mercado será uma exigência nesse novo panorama”, afirma. ■

Por Pedro Maximino

MUDANÇAS NO SISTEMA TRIBUTÁRIO VIERAM COMO AUXÍLIO NA CRISE

Especialistas avaliam, no entanto, que mais
poderia estar sendo feito pelo governo





A complexa rede de cargas tributárias existentes no Brasil faz com que o sistema de impostos do país seja alvo de reformas com o objetivo de torná-lo mais palatável aos contribuintes brasileiros, seja pessoa física ou jurídica. Mas, devido à pandemia do novo coronavírus que já se arrasta há quatro meses e sem previsão certa de um fim, mudanças precisaram ser feitas para manter a economia e não prejudicar o funcionamento e desenvolvimento de negócios.

“As principais mudanças tributárias na esfera federal ocorreram com a postergação do recolhimento de tributos e de cumprimento de obrigações acessórias a esses tributos, a exemplo do envio de declarações”, afirma Andrea Feitosa, advogada titular da área tributária do escritório de Martorelli Advogados. Um exemplo disso foi a Resolução nº 154, de 3 de abril de 2020, que postergou o recolhimento de tributos do Simples Nacional, o sistema de tributação simplificada para micro e médias empresas. “Essa medida foi importante, pois a maioria das empresas do país estão no Simples Nacional ou são MEIs”, complementa Andrea.

Para empresas que não se enquadram no Simples, o governo federal também adotou medidas para postergar contribuições federais do PIS/Pasep e Cofins, além de contribuições previdenciárias patronais e sobre receita bruta, por exemplo. Também foram zerados os tributos que incidem sobre importações e produção de equipamentos destinados ao combate do novo coronavírus.

De acordo com Andrea, “essas medidas da União visam principalmente preservar o fluxo de caixa com a postergação de tributos ou a redução temporária, com a finalidade de auxiliar a sobrevivência das empresas”. “No entanto, são medidas tímidas e de caráter geral, pois não houve, por parte da União, medidas tributárias voltadas especificamente para os setores mais atingidos, como por exemplo, entretenimento, escolas, faculdades, beleza e cosmética, entre outros”, avalia.

O advogado Luiz de França, pós-graduado em Direito Tributário e membro da Associação Paulista de Estudos Tributários (Apet), compartilha da visão de Andrea. “Com receio da queda de arrecadação, a União acabou tomando medidas muito dispersas, sem um planejamento adequado. É como montar trilhos com o trem em movimento”, afirma o especialista. Para ele, a situação que o país vive é excepcional, o que exigiria uma resposta à altura. “As medidas tributárias do governo para o setor empresarial não estão tendo a adesão esperada, e isso acontece principalmente porque as empresas possuem dificuldades diferentes umas das outras neste momento, e não são todas que conseguem organizar e ceder as informações necessárias para aderir às iniciativas do governo”, aponta. Uma solução, segundo o advogado, seria o estabelecimento de um novo modelo tributário baseado em moratória e anistia de dívidas. “Dessa forma, com o tempo, todas as empresas estariam regularizadas e em pé de igualdade, então o que acontecesse em seguida seria consequência da administração dos negócios.”

O futuro

Para o cenário pós-pandemia, é esperado que o governo tome atitudes para evitar novas crises, inclusive na área tributária. Luiz de França defende que, após a pandemia, seria o momento para taxar grandes fortunas vegetativas e utilizar esse recurso para estimular a produção. “Seria um legado da pandemia, pois ficar só postergando prazos não resolve. Esse dinheiro poderia ser utilizado para estimular a geração de crédito e investimentos no Sistema S, entre outros usos”, explica. Para Andrea Feitosa, o que já acontece e que deve perdurar é uma maior atenção aos problemas econômicos e sociais. “Será necessário pensar em soluções que permitam a manutenção das unidades produtivas e postos de trabalho, além de garantir a arrecadação para custeio do governo”, afirma a advogada. “Assim, será necessário o diálogo entre Estado e contribuintes das três esferas federativas para que se possa equilibrar essa equação.”■



Com receio da queda de arrecadação, a União acabou tomando medidas muito dispersas, sem um planejamento adequado. É como montar trilhos com o trem em movimento”

Luiz de França



Será necessário pensar em soluções que permitam a manutenção das unidades produtivas e postos de trabalho, além de garantir a arrecadação para custeio do governo”

Andrea Feitosa



Por Ericka Farias

CONTATO COM CLIENTE E CONHECIMENTO SÃO A CHAVE PARA SUPERAR A CRISE

Sebrae em Pernambuco oferece soluções
para micro e pequenos empreendedores
lidarem com os efeitos da pandemia



No dia 22 de março de 2020, milhares de micro e pequenas empresas fecharam as portas para cumprir a determinação do Governo do Estado de Pernambuco. O novo coronavírus avançava na região. O isolamento social e fechamento do comércio não essencial foram as principais estratégias adotadas para conter a contaminação da população.

“Eu fiquei sem chão. Eu sabia que ia enfrentar dificuldades, mas nunca imaginei uma situação como essa”, afirma Mayana Galvão, que em dezembro do ano passado materializou um sonho e abriu a loja Aire, uma franquia da marca que é natural do Rio Grande do Norte e vende roupas femininas, masculinas e infantis. Até o fim do mês de março, a loja permaneceu fechada e sem realizar nenhuma atividade.

No início de abril, a loja começou a realizar vendas por delivery e continuou a se comunicar com os clientes por meio das redes sociais. “Essa foi uma forma para ajudar a alavancar a procura, principalmente porque o Dia das Mães se aproximava e é uma data muito importante para a Aire, que vende looks combinados para mães e filhos”, destaca Mayana Galvão.

Estar perto de quem compra é a principal regra para os micro e pequenos negócios neste momento, segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas

Empresas do Estado de Pernambuco (Sebrae-PE). “Esse é o melhor investimento que se pode fazer. Ferramentas simples, como as redes sociais e o WhatsApp, são importantes para se manter perto do cliente. É preciso entender o que o consumidor quer e essa é a chave para que ele seja fiel à empresa”, explica Francisco Saboya, superintendente do Sebrae-PE.

Foi também de maneira virtual que o Sebrae continuou com seus atendimentos do Estado durante a pandemia. “No primeiro momento, sentimos o drama dos empresários, uma vez que 64% dos negócios foram paralisados em Pernambuco. Investimos em três frentes principais que foram acesso ao crédito, gestão e aceleração dos processos de transformação digital”, enumera Francisco Saboya.

Os atendimentos continuaram a ser feitos pelo portal Sebrae: pe.sebrae.com.br ou pelo telefone 0800 570 0800. Além disso, todas as redes sociais da instituição continuaram a oferecer conhecimento para os empreendedores. “Somente em 2020, já fizemos mais de 100 mil atendimentos. Todos os nossos consultores continuaram a prestar seus serviços”, destaca Leonardo Carolino, coordenador do Sebrae-PE na Zona da Mata de Pernambuco.

Além do serviço de consultorias, ocorreram adaptações nos cursos oferecidos pela loja on-line do Sebrae. “Fomos muito rápidos em migrar os serviços oferecidos de maneira presencial para o remoto”, ressalta Leonardo Carolino. O Sebrae-PE também ofertou uma nova modalidade chamada Consultoria Express.



“
Estamos adotando uma higienização maior, uso obrigatório de máscara e os atendimentos são feitos por horário marcado porque somente um cliente entra por vez. Não é possível experimentar as roupas e a loja abre em horário reduzido”

Mayana Galvão

“Após 48 horas do primeiro contato, o empreendedor já recebe algumas entregas acertadas. Tudo isso porque entendemos que o momento é de urgência”, afirma o coordenador. Apesar de não fornecer crédito para empresas, o Sebrae atuou na orientação dos empreendedores para que eles contratassem a linha mais adequada para seu negócio, analisando necessidades reais e valores indicados para cada caso.

Novo normal

Com a autorização de reabertura dada pelo governo do Estado, a Aire reabriu no dia 16 de junho, mas com novas regras para evitar a contaminação pelo novo coronavírus. “Estamos adotando uma higienização maior, uso obrigatório de máscara e os atendimentos são feitos por horário marcado porque somente um cliente entra por vez. Não é possível experimentar as roupas e a loja abre em horário reduzido”, enumera Mayana, que também ressalta que todos os funcionários realizaram teste da Covid-19 antes da reabertura.

Apesar de toda a turbulência inicial, a expectativa é bastante positiva na Aire. “Fora as estampas exclusivas, nossas peças são de muita qualidade. Somos uma ótima opção para quem quer se vestir combinadinho com o filho. Nosso atendimento é diferenciado e temos uma aceitação boa do público. Queremos muito que dê tudo certo e acreditamos no nosso trabalho”, afirma a empresária. Mesmo com a reabertura, a loja mantém o serviço de delivery. ■



Por Isabela Caldas

ACESSO AO CRÉDITO DEU SOBREVIDA AOS PEQUENOS E MICRO EMPRESÁRIOS

Comissão de Crédito
da Fecomércio foi
criada com o intuito
de desburocratizar as
captações de crédito
para o segmento





76,4% dos micro e pequenos empresários entrevistados acreditam que a liberação de crédito pelos bancos públicos é uma das medidas mais importantes para o enfrentamento da crise



De acordo com um levantamento realizado em 2019 pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco (Sebrae), 99% das empresas brasileiras são de micro ou pequeno porte, com um faturamento que vai de R\$ 360 mil até R\$ 4,8 milhões ao ano. Além disso, o setor é o que mais gera empregos formais no Brasil, correspondendo a 54% das carteiras assinadas. No entanto, com a pandemia de Covid-19, no setor empresarial, elas são justamente as mais afetadas. Em Pernambuco, o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC-PE) registrou uma queda de 28,9% no mês de maio de 2020, batendo assim o recorde da maior queda mensal da série histórica. Esses números evidenciam o cenário crítico pelo qual empresários pernambucanos estão passando durante esse período de pandemia.

Na maior parte dos micro e pequenos empreendimentos, o faturamento diário é essencial para manutenção do negócio, bem como para a compra de produtos, para o pagamento de despesas e impostos, e também para deixar a folha de pagamento dos funcionários em dia. Nem todos os empresários possuem uma reserva suficiente para enfrentar situações atípicas, como uma pandemia. De acordo com uma pesquisa realizada pela Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (AD Diper), 76,4% dos micro e pequenos empresários entrevistados acreditam que a liberação de crédito pelos bancos públicos é uma das medidas mais importantes para enfrentamento da crise. Para auxiliar esses micro e pequenos empresários, o governo federal criou linhas de crédito especiais e, para facilitar o acesso desses empresários aos benefícios, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco (Fecomércio-PE) criou uma comissão de crédito.



Essa comissão foi criada com o intuito de desburocratizar as captações de crédito para os pequenos e microempresários

Felipe Freire



A intenção maior é melhorar a comunicação, porque normalmente não temos um canal direto com o empresário

Shirlei Parise



Tivemos a demanda de orientar o cliente que veio através da Fecomércio, muitas vezes fazendo o seu cadastro para seguir com o processo de crédito

Russana Bezerra de Melo

A junta tem o objetivo de estreitar ainda mais a relação da entidade com os bancos e conta com quatro representantes, atendendo empresas associadas à Fecomércio-PE em várias partes do Estado, como conta Felipe Freire, coordenador da Comissão de Crédito. “Essa comissão foi criada com o intuito de desburocratizar as captações de crédito para os pequenos e microempresários. Nós entramos em contato com as pessoas relacionadas aos bancos, pegamos todas as informações possíveis e fechamos parcerias com essas instituições para tentar agilizar o processo dos nossos associados”, explica.

A superintendente regional do Banco do Brasil, Shirlei Parise, conta que a parceria é uma aliada na comunicação com o setor do comércio. “A intenção maior é melhorar a comunicação, porque normalmente não temos um

canal direto com o empresário, a não ser pela Fecomércio. Então, esse é um canal por onde o banco pode chegar mais facilmente a esse empresário com as informações necessárias para ele poder utilizar os serviços que o banco coloca à disposição dele”, destacou Parise.

Já a gerente de Negócios do Banco do Nordeste, Russana Bezerra de Melo, explica que a instituição foi bastante demandada com a chegada do novo coronavírus. “Tivemos a demanda de orientar o cliente que veio através da Fecomércio, muitas vezes fazendo o seu cadastro para seguir com o processo de crédito”, explica Russana. Ela também destacou que, conforme as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS), a maior parte dos processos está sendo feita de forma digital, evitando assim aglomerações nas agências.

Os bancos estão atuando com as linhas normais de crédito, que existiam desde antes da pandemia e as principais novidades são as linhas disponibilizadas pelo governo federal. Entre os benefícios, estão a não cobrança de juros e o adiamento de pagamento de empréstimos.

Felipe Freire destaca ainda que, apesar das linhas de crédito estarem sendo disponibilizadas, muitas vezes as pessoas não conseguem ter acesso ao benefício. “O grande problema que a gente vê nessa crise é o dinheiro chegar na mão do pequeno empresário. Muitas vezes, esse empresário não consegue ter acesso ao banco. Seja porque a demanda (dos bancos) é muito grande, seja porque o número de documentações solicitadas é muito grande. Então, nós buscamos ter um contato mais direto com os bancos, para dar uma agilizada e uma certa brevidade nessa captação de recursos”, explica Felipe. ■

Dicas para economizar



Preservar o
capital de giro
da empresa



Renegociar
contratos com
fornecedores



Procurar
especialistas
para analisar
o que pode ser
feito em cada
área da empresa

Ficar atento
às questões
trabalhistas e, junto
ao especialista, fazer
um bom planejamento
nessa área na empresa





Por Cristovão Oliveira

A FAVOR DA SOCIEDADE PARA MINIMIZAR OS EFEITOS DA PANDEMIA

O Sistema Fecomércio/Sesc/Senac voltou suas ações para proteger a população vulnerável, ajudar seus associados e levar conhecimento e diversão para todos

N o momento inicial, o susto pode ter sido desesperador, mas, mesmo assim, para o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, a ocasião foi de arregaçar as mangas e trabalhar muito em prol de quem precisava. Ações de solidariedade e parcerias com governos e entidades sociais permitiram a atuação em diferentes frentes. Ao longo do período de isolamento social, iniciativas educacionais, culturais, assistenciais, de cooperativismo social, de esporte e lazer, incentivo a doações e reforço aos cuidados com os menos assistidos contribuíram para o enfrentamento da crise.

Segundo o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto, as ações começaram pela população mais vulnerável. “Fizemos um convênio com o governo do Estado e a Prefeitura do Recife para a distribuição de quentinhas

diariamente pelo restaurante do Senac. Entregamos 70 mil quentinhas tanto para o almoço quanto para o jantar. Os órgãos indicavam os locais, nós entregávamos na central deles e eles faziam a distribuição para as populações mais vulneráveis”, destaca.

O Banco de Alimentos do Sesc sempre teve forte atuação social e, na pandemia, isso não poderia ser diferente. “Por meio do Mesa Brasil, em junho, chegamos a mais de 600 toneladas de doações para 400 instituições e cerca de 150 mil pessoas beneficiadas em todo o Estado”, afirma Bernardo Peixoto.

Além de se voltar para a população carente, a Fecomércio-PE também não esqueceu dos seus associados, acompanhando o andamento das determinações do governo e prefeituras. “Ficamos diretamente ligados com o secretário do Estado, para acompanhar a reabertura, tirando dúvidas, dando opiniões

e sugestões. Essa articulação culminou no recomeço, no dia 15 de junho, do comércio de rua e do varejo”, explica o presidente.

Ainda segundo Bernardo Peixoto: “Fizemos convênio com a Caixa Econômica Federal. Fomos o único Sistema de todo o Brasil que fez esse tipo de parceria e foi sucesso absoluto. Tiramos dúvidas de mais de 9 mil pessoas, por meio de um atendimento humanizado”.

Segundo o presidente, não só o Sistema S, como todo o segmento de comércio e serviço precisa se reinventar após a crise causada pelo novo coronavírus. “Vamos passar para a nova sede agora e vamos pensar no futuro. Tudo vai ser diferente, mais humano. Uma das coisas que lançamos agora que vai continuar é o Sesquentinha. Vamos ter que repensar alguns gastos, alguns programas. Analisar coisas que dão maior retorno não só educacional como social e cultural”, destaca.



Sesquentinha



Marmita Solidária Sesc em parceria com a ONG Juntos



Doação de quentinhas do Senac em parceria com o Governo de Pernambuco e a PCR



Alimentação e solidariedade

Em um cenário desfavorável, o Senac Pernambuco trouxe um alento para as populações mais vulneráveis do Recife. Foi feita a entrega gratuita, de domingo a domingo, de 2 mil refeições diárias em parceria com o Governo de Pernambuco e Prefeitura da Cidade do Recife (PCR). A ação, que ocorreu ao longo de 35 dias, esteve voltada para pessoas atendidas por instituições de auxílio social. Para garantir pratos cheios no almoço e no jantar, um batalhão solidário, com 38 integrantes, formado por instrutores, nutricionistas e funcionários do Senac-PE, chegou a produzir 70 mil refeições, com a utilização total de 52,5 toneladas de alimentos, resultado de um aporte de R\$ 500 mil direcionados ao enfrentamento dos impactos da Covid-19.

As cozinhas do Sesc também trabalharam produzindo alimentos durante a pandemia, mas com refeições voltadas para os trabalhadores das atividades essenciais. O Sesquentinha Essencial oferece esse benefício pelo valor simbólico de R\$ 5. São duas opções diárias de almoço, vendidas nas unidades do Sesc no Grande Recife, Agreste e Sertão. Para adquirir, precisa ter o cartão de associado ao Sesc. O cardápio varia durante a semana, mas é sempre rico em nutrientes e sabor. Somente na unidade do Sesc de Santo Amaro, no Recife, a estimativa é que 300 trabalhadores façam uso do programa todos os dias.

Catadores de materiais recicláveis também receberam, do Sesc Santo Amaro, 100 refeições diárias. A iniciativa também alimentou

pessoas em situação de rua, sem uma ocupação definida. A Marmita Solidária teve duração de dez dias, com a parceria da ONG Juntos, que ficou encarregada da aquisição dos alimentos. Além de entregar as marmitas, o Sesc cuidou de toda produção com o apoio de nutricionistas.

Um trabalho itinerante, que existe desde 2016, ganhou mais abrangência com a parceria do Senac-PE. O coletivo Unificados pela População em Situação de Rua integrou o programa de distribuição de quentinhas em diversas localidades do Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes. Em torno de 1,1 mil unidades foram entregues por dia, organizadas pelo coletivo, o que permitiu oferecer mais uma refeição a seus assistidos.



Em uma parceria com 400 organizações sociais, o Banco de Alimentos passou a garantir para 150 mil pessoas, alimentos não perecíveis, materiais de higiene pessoal e de limpeza, cestas básicas, além de recursos financeiros



Entrega de 5 mil kits da AD Diper no Banco de Alimentos (07/05/20)



Entrega de protetores faciais para o governo do Estado (20/05/20)



Entrega de mil face shields doados pela Pitú no Banco de Alimentos (04/06/20)



Entrega de face shields para hospitais em Santo Amaro (14/05/20)



O Banco de Alimentos já tinha a solidariedade na sua essência antes mesmo da pandemia e, em um momento como esse, não podia se eximir. Em uma parceria com 400 organizações sociais, ele passou a garantir para 150 mil pessoas alimentos não perecíveis, materiais de higiene pessoal e de limpeza, cestas básicas, além de recursos financeiros. As doações podem ser feitas nas centrais do Banco de Alimentos do Recife, Caruaru, Garanhuns, Arcoverde e Petrolina. A iniciativa integra o Mesa Brasil Sesc – Rede Nacional de Solidariedade e Cidadania. O Banco de Alimentos do Sesc possui ainda uma parceria de mais de dez anos com a Legião da Boa Vontade (LBV). Essa união foi reforçada nesse período de pandemia, o que permitiu alimentar 300 famílias assistidas pela organização. Foram mais de três toneladas de alimentos doados, que em seguida viraram

cestas para distribuição. A sinergia entre o Banco de Alimentos e a LBV não fica exclusivamente focada em doações. Também são oferecidas capacitações voltadas para uma melhor qualidade da alimentação, como por exemplo, oficinas de aproveitamento de alimentos.

O Sesc também estimulou ações de solidariedade em seus grupos jovens. Em Arcoverde, foi criado o projeto Juventude do Bem, grupo formado por 55 membros, que mantêm encontros semanais de forma virtual. O foco das atividades é atender a pessoas que vivem em situação de risco nas ruas da cidade. Para isso, contam com o apoio do Setor de Assistência Social do próprio Sesc. O grupo já coordenou doações para o SOS Arcoverde e auxilia idosos, fazendo compras de alimentos ou medicamentos, para evitar que saiam de casa.



Informação e proteção para a população

Durante 15 dias, equipes do Sesc, em parceria com a Caixa Econômica Federal, levaram orientação e ajudaram a dar prosseguimento adequado aos trâmites para liberação do valor estipulado do auxílio emergencial. A ação ocorreu entre 11 e 29 de maio, no Recife, na unidade do Sesc de Casa Amarela, e na unidade de Caruaru. Foram escalados 68 profissionais habilitados do Sesc para atender cada caso. O serviço passou pela identificação das condições de receber o auxílio, checagem de pendências do CPF e pelo cadastramento final no sistema bancário.

Artigo essencial para proteção durante a pandemia, máscaras artesanais começaram a ser confeccionadas por grupos de idosos das unidades do Sesc no interior pernambucano para doação ou obtenção de renda extra. Arcoverde, Belo Jardim, Caruaru, Garanhuns, Surubim e Araripina entraram no mundo da costura e estão produzindo esses equipamentos tão necessários para evitar a contaminação.

Casa Amarela



Caruaru





Aprendizado, atividade física e diversão em casa

O Senac EAD disponibilizou para a população gratuitamente mais de 64 mil vagas em 41 cursos on-line. Teve oportunidade para diferentes áreas, como saúde, gestão, educação, beleza, direito e recursos humanos. As capacitações possuíam carga horária variando entre 20 e 40 horas e davam garantia de certificado de conclusão, válido em todo o Brasil.

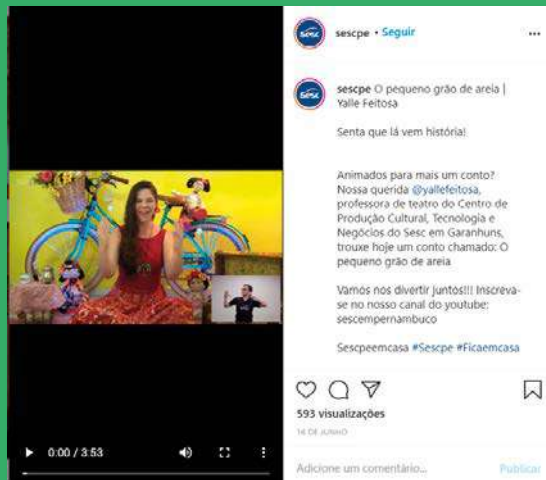
Com a mente ocupada, era importante também exercitar o corpo. A corrida estacionária, que simula uma corrida dentro de casa, movimentou o mês de junho. Com circuitos de três, cinco e dez quilômetros, a atividade recebeu praticantes de todas as idades e seguiu o roteiro que tradicionalmente abriga o Circuito Sesc de Corrida (Grande Recife, Arcoverde e Garanhuns). A transmissão foi feita pelo YouTube do Sesc Pernambuco e foi monitorada por profissionais

de educação física. O corredor que participou das duas semanas de atividades ainda ganhou uma medalha virtual.

Com o exercício em dia, que tal um forró para animar a quarentena? O Pé-de-Sesc, contou com extensa programação de lives, cheia de shows para curtir em casa e manter a tradição de festejar o São João. Foram 17 atrações, entre bandas de forró, sanfoneiros e artistas individuais, que valorizam a cultura regional. As lives musicais também foram realizadas pelo projeto que contou com apresentações de artistas como Camila Yasmine, Sam Silva e Helton Moura. As unidades do Sesc de Piedade e Santo Amaro também incentivaram a atividade física de modo virtual. Funcional, alongamento, judô e abdominal foram algumas das modalidades oferecidas. Tudo disponibilizado no Instagram @sescpe e no site sescpe.org.br.

O Sesc Santo Amaro ofereceu uma série de oficinas de arte como ferramenta para capacitação e disseminação cultural. Canto, música, violão, confecção de máscaras para teatro e montagem didática foram algumas das opções oferecidas. Além das oficinas virtuais, o Sesc ainda espalhou arte pelas ruas. O Painele Covid nas Periferias exibe mensagens de positividade nas paredes de instituições que disponibilizam a área para a produção dos painéis grafitados. A ideia principal é levar conhecimentos sobre a prevenção da Covid-19, e fazer uma homenagem aos profissionais de saúde, responsáveis pelo enfrentamento direto da doença. As unidades do Sesc de Santo Amaro e Petrolina já estampam o projeto nas suas paredes, assim como a Escola Senador Aderbal Jurema, no bairro do Curado IV, em Jaboatão dos Guararapes, e a Delegacia de Bodocó. ■

@sescpe





Por Heitor Nery

ADAPTAÇÕES NO DIREITO DO TRABALHO AJUDARAM NO EQUILÍBRIO DAS EMPRESAS

Criadas para mitigar a crise econômica provocada pela pandemia, Medidas Provisórias 927 e 936 trazem novas reflexões no mundo pós-Covid

Com esse cenário emergencial instalado, o governo federal propôs algumas alterações na legislação trabalhista. As Medidas Provisórias 927 e 936 tiveram o objetivo de mitigar os impactos econômicos causados pela pandemia. Elas são válidas até o dia 31 de dezembro de 2020, quando se encerra o estado de calamidade pública.

“Acho que elas foram fundamentais para a manutenção do equilíbrio das relações e redução dos impactos nas empresas”, avalia o assessor jurídico da Fecomércio-PE, Thomas Albuquerque. “A ausência delas provavelmente criaria um caos social. Teríamos uma massa de demissões, as empresas não conseguiriam suportar a folha de pagamento dos funcionários sem o faturamento. Apesar de alguns problemas pontuais, elas foram fundamentais para evitar um cenário ainda pior”, afirma.



Teletrabalho

Uma das flexibilizações previstas na MP 927 diz respeito ao teletrabalho. Com ela, o empregador poderia adotar o regime de trabalho remoto em sua empresa a qualquer momento, desde que notificasse sua equipe dentro de um prazo mínimo de 48 horas. Antes visto com resistência, o modelo acabou demonstrando ser possível e viável, podendo ganhar força após a pandemia. No entanto, nesse processo de mudança, alguns cuidados são essenciais para evitar possíveis problemas no futuro.

“O trabalhador não pode pagar para trabalhar e nem ficar doente para trabalhar. Quando você leva a pessoa para trabalhar em casa, a casa dela se torna, até um certo ponto, uma extensão da empresa”, adverte o advogado trabalhista Rômulo de Freitas. Ele aconselha que o empregador tenha a máxima organização possível para esse momento,

capacitando seu funcionário sobre questões de ergonomia e documentando a realização dessas orientações. “As empresas normalmente já possuem o seu próprio Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), e esse material deve ser atualizado para trabalhar ergonomia dos funcionários que estão atuando em casa. É importante que essa adaptação seja feita e que o empregador documente essa capacitação, para que ele esteja trabalhando em casa salvo de riscos ergonômicos”, aponta.

Em seu texto, a MP prevê que as condições e a manutenção da estação de trabalho devem ser acordadas entre as partes, cabendo à empresa fornecer os equipamentos necessários. “O melhor que o empresário pode fazer é se antecipar, procurando saber dos seus funcionários se eles dispõem dos equipamentos



Acho que as medidas provisórias foram fundamentais para a manutenção do equilíbrio das relações e redução dos impactos nas empresas

Thomas Albuquerque

em casa. A mesma coisa com internet e energia. E deixar todos esses acordos documentados”, completa o advogado.

Para o advogado especializado em Direito do Trabalho, Henrique Neuenschwander, o teletrabalho deve ser uma tendência para os períodos após a pandemia. “Antes, o trabalho remoto era visto com resistência. E de repente as pessoas perceberam que é uma prática efetiva e real. Eu não tenho dúvida de que, dentro de muito pouco tempo, haverá uma mudança em alguns segmentos, que vão partir para um processo de migração rápida para o teletrabalho”, afirma. Ele acredita ainda que, em próximas legislações, deve haver um aprimoramento nas regras do teletrabalho, regulando pontos como controle de jornada, algo que não está previsto atualmente na CLT. “São coisas que devem vir e são bem-vindas”, destaca.



O trabalhador não pode pagar para trabalhar e nem ficar doente para trabalhar. Quando você leva a pessoa para trabalhar em casa, a casa dela se torna, até um certo ponto, uma extensão da empresa

Rômulo de Freitas

Banco de horas

Uma outra regra criada na MP 927 é um sistema especial de compensação do banco de horas. Na nova regra, o banco de horas poderá ser usado para compensar o período de dispensa dos colaboradores, mediante um acordo individual. A forma de compensação será definida pela empresa e pode ser feita por até 18 meses após o término do período de calamidade pública, desde que o limite de duas horas extras diárias de trabalho ao dia, previsto na CLT, seja respeitado.

De acordo com Henrique Neuenschwander, a cobrança desse período pode representar um dos maiores desafios no pós-pandemia. “É importante e desafiador para o empregador, principalmente para o médio e o pequeno, ser capaz de construir um controle suficientemente claro para que, no futuro, quando ele for demandar desse banco de horas, ele seja capaz de mostrar ao juiz do trabalho aquela dispensa do número de horas”, afirma.

Já para Rômulo de Freitas, questões como a do banco de horas e de outros pontos da MP podem ser resolvidas por meio de acordos coletivos entre o empregador e seus empregados. “Com a reforma trabalhista, o acordo coletivo foi alçado ao topo da pirâmide normativa. Hoje ele manda na CLT e na convenção coletiva, permitindo que a empresa chegue em um acordo com seus funcionários para resolver várias questões trazidas pelas consequências da pandemia. É importante que a gente neste momento esteja começando a construir os fundamentos dessa ponte para criação de acordos coletivos. Porque se a gente for negociar depois, os empresários podem se ver forçados a tomar decisões que não querem. E a Fecomércio-PE está aqui para ajudar a pavimentar esses acordos”, enfatiza.



Assessoria e documentação

Outra recomendação importante é formalizar todas as decisões que foram tomadas, cercandose de uma maior segurança jurídica, principalmente para um cenário pós-pandemia, quando deve surgir um aumento de ações trabalhistas na Justiça. “Tenho sempre advertido muito a clientela para a necessidade da formalidade. Em geral, os empregadores muitas vezes são negligentes na obtenção dos documentos de trabalho, e quando são demandados pela Justiça, vão sem prova documental e são penalizados”, afirma Neuenschwander.

O especialista ainda aponta a importância de uma boa assessoria para ajudar na tomada de decisões. “Se ele tem um negócio que permite ter um advogado permanentemente com ele, ótimo. Se não, ele deve procurar o seu sindicato patronal, ou uma federação, como a Fecomércio, e buscar informação. A gente vive um momento de exceção e que exige uma postura também excepcional. E essa postura passa por uma boa assistência para, assim, usufruir dessas medidas disponíveis nas medidas provisórias”, analisa.

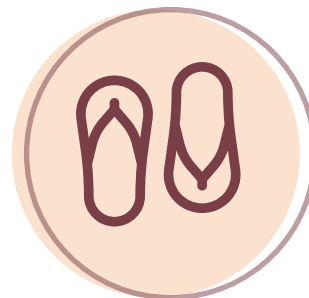
MUDANÇAS PREVISTAS NAS MPS 927 E 936

MP 927



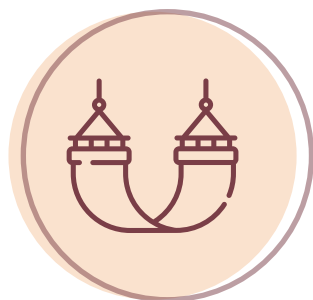
Recolhimento do FGTS

As empresas podem suspender o recolhimento do FGTS nos meses de março, abril e maio, podendo realizar esse recolhimento de forma parcelada posteriormente, em até seis vezes.



Antecipação de feriados

As empresas podem antecipar feriados municipais, estaduais e federais, com exceção dos feriados religiosos, que dependem da concordância do trabalhador.



Férias

O empregador poderá conceder férias, coletivas e individuais, aos seus empregados, desde que eles sejam notificados com uma antecedência mínima de 48 horas. Há a possibilidade de antecipar as férias inclusive dos funcionários que não cumpriram o período aquisitivo.

O pagamento das férias poderá ser feito até o quinto dia útil do mês seguinte ao início das férias, enquanto que o 1/3 de férias poderá ser pago até dezembro.



Teletrabalho

O empregador pode decidir pela adoção do regime de teletrabalho, sem necessidade de confirmação do trabalhador, desde que sua equipe seja notificada em um prazo mínimo de até 48 horas de antecedência. Cabe à empresa fornecer os meios e os equipamentos tecnológicos para a realização do trabalho.



Banco de Horas

Permite a criação de um banco de horas excepcional, positivo ou negativo, permitindo assim que o período de dispensa dos colaboradores possa ser compensado posteriormente. As horas podem ser compensadas em um prazo de até 18 meses após o encerramento do período de calamidade pública.

MP 936



É importante e desafiador para o empregador, principalmente para o médio e o pequeno, ser capaz de construir um controle suficientemente claro para que, no futuro, quando ele for demandar desse banco de horas, ele seja capaz de mostrar ao juiz do trabalho aquela dispensa do número de horas

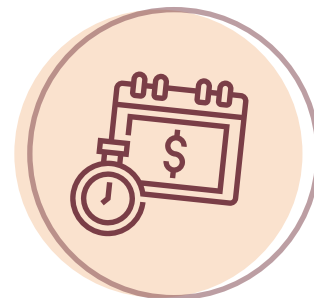
Henrique Neuenschwander



Suspensão do contrato de trabalho

As empresas podem suspender os contratos de funcionários durante o estado de calamidade pública por um período de até 60 dias, que podem ser divididos em dois períodos de 30. Durante essa suspensão, o empregado não pode realizar nenhum tipo de trabalho, sob o risco de punição ao empregador.

No período de suspensão, o empregado receberá 100% do valor de seu seguro-desemprego pago pelo governo, sem interferência no recebimento do seguro no futuro, caso ele seja demitido. Para empresas que declararam uma receita bruta superior a R\$ 4,8 milhões no ano de 2019, a suspensão de contrato só irá ocorrer com o pagamento de uma compensação mensal de 30% no valor do salário do empregado, com o governo pagando um auxílio do seguro-desemprego de 70%.



Redução proporcional de salário e jornada

A MP permite a redução salarial dos seus empregados, desde que a jornada de trabalho seja reduzida proporcionalmente. As reduções podem ser de 25%, 50% ou 70%. O prazo máximo das reduções é de 90 dias durante o período de calamidade pública. O governo garante também o pagamento ao empregado de um percentual do seguro-desemprego, de forma proporcional à redução salarial. Caso sua redução seja de 50%, então o governo irá pagar um valor correspondente a 50% de seu seguro-desemprego. Esse recebimento não irá interferir no seguro-desemprego no futuro, caso o funcionário seja demitido. ■

Por Ícaro Ferreira

CONHECIMENTO É O GRANDE NEGÓCIO

Qualificação e atualização profissional
abrem mercados e facilitam a
adaptação ao novo normal





Athaíde Júnior e Fabiana Thorpe



Antes era 75% (do faturamento) loja e 25% delivery. Hoje, se inverteu – está 75%, quase 80% delivery e 25% de retirada em loja, o que surpreende a gente”

Athaíde Júnior



A frase “conhecimento é poder”, atribuída ao filósofo inglês Francis Bacon, data do século 16, mas faz ainda mais sentido nestes dias de pandemia. Se, por um lado, a crise desencadeada pela pandemia de Covid-19 impõe dificuldades diárias a empresários e organizações, por outro lado, abre-se um leque de possibilidades para a busca de novos panoramas de mercado. Uma das ferramentas importantes para buscá-los é o investimento em qualificação e atualização profissional, que, juntas, capacitam empreendedores e profissionais a semearem inovação, dando fôlego aos negócios e abrindo perspectivas.

Um dos empreendimentos que usaram o conhecimento para ganhar fôlego na crise foi a Thorpe's Brigaderia. Após uma expansão em fevereiro com a abertura de uma unidade na Madalena, no Recife, a empresa viu o Brasil mergulhar na crise ocasionada pelo novo coronavírus. A solução

foi investir nas entregas. “Antes era 75% (do faturamento) loja e 25% delivery. Hoje, se inverteu – está 75%, quase 80% delivery e 25% de retirada em loja, o que surpreende a gente”, conta Athaíde Júnior, empreendedor da Thorpe's.

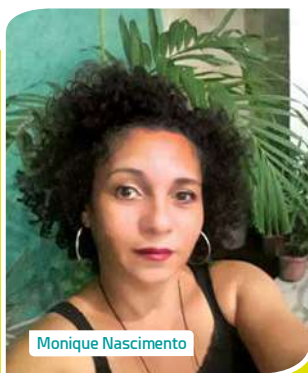
Para viabilizar essa virada de chave em curto prazo, o investimento foi em atualização. Antes da pandemia, ele e Fabiana Thorpe, sua esposa, com quem divide a liderança da empresa, já contavam com uma consultoria em gestão. Quando foi decretado o isolamento social, o casal buscou, em parceiros comerciais, cursos sobre estratégias de vendas, promoções e visibilidade em delivery. A ideia foi acelerar a adaptabilidade e manter o negócio viável. “No início, foi um grande baque. Em março e abril, o negócio chegou a entrar em xeque. Só vivemos algo parecido quando tivemos um incêndio na loja da Cidade Universitária e tivemos que reconstruir tudo quase do zero, mas, hoje, com o desenvolvimento das coisas, penso que não temos do que reclamar”, comenta Athaíde.

A adaptação também deu o tom do Ateliê Truques da Nique, localizado no Pina, Recife. Há cerca de cinco anos, a atriz Monique Nascimento encontrou na costura criativa uma fonte de complemento da renda. Durante a pandemia, com a paralisação das atividades artísticas, o que era só um complemento tornou-se plano principal para manutenção da família. Nesse momento, ela viu a necessidade de investir em qualificação para ir além após a pandemia. “Chegou a hora de me profissionalizar para seguir investindo. Embora tecnicamente não veja grandes mudanças nos produtos do ateliê e os resultados tenham sido bons na pandemia, reconheço que há todo um universo de atendimento ao cliente, técnicas de vendas e marketing digital que devemos explorar melhor para nos fortalecer”, vislumbra Monique.

Os exemplos de Athaíde, Fabiana e Monique mostram como a busca por conhecimento pode gerar valor e ampliar as possibilidades de negócio. Para o consultor organizacional, neuropsicólogo e mestre em Liderança Educadora Eduardo Shinyashiki, essa procura por atualização deve ser constante, e os saberes e competências mobilizados para o

desenvolvimento de profissionais, empreendedores e organizações não devem se limitar à parte técnica. “É importante incentivar uma sociedade do aprendizado permanente, não só técnico, mas especialmente pessoal, de forma a favorecer a capacidade e a habilidade do ser humano de ver o mundo com olhares diferentes, com criatividade e abertura mental, para que possa estar pronto a aprender sobre o novo, inovar e cooperar para enfrentar as inevitáveis mudanças”, defende.

Na opinião do especialista, esse processo de adaptabilidade às mudanças e fomento da inovação tem como ponto de partida a reflexão e o autoconhecimento – sustentáculos, junto com a busca por atualização, do processo de inovação. “Neste momento, mais do que nunca, é essencial ter clareza da própria autoridade profissional, isto é, se perguntar: tenho claro o que eu faço, no que sou referência, qual a solução, benefício e resultado que estou oferecendo para atender a necessidade do meu cliente? Não é necessariamente preciso ter capital, pois o conhecimento é o novo capital”, argumenta Shinyashiki.



Monique Nascimento



É importante incentivar uma sociedade do aprendizado permanente, não só técnico, mas especialmente pessoal, de forma a favorecer a capacidade e a habilidade do ser humano de ver o mundo com olhares diferentes //

Eduardo Shinyashiki



Quando a gente vai ao encontro do cliente, a gente verifica o problema ou a dor que ele está sentindo, às vezes surgem novas necessidades, e aí a gente monta uma estratégia e traz a solução”

Anselmo Oliveira



O importante é garantir não apenas o conhecimento técnico. O aluno tem que saber qual é o caminho a seguir e aonde ele quer chegar. Então, fazemos dele o protagonista do próprio aprendizado e desenvolvimento”

Guiomar Albuquerque

Senac é solução para a qualificação

Cada vez mais conectado ao objetivo de ser solução para as demandas de grandes e pequenas empresas e empreendedores em termos de qualificação e atualização profissional, o Senac Pernambuco oferece conteúdos direcionados às empresas em todo o estado. São eles o programa Senac In Company, o programa Comércio e, mais especificamente no contexto da volta ao novo normal, o programa Comércio Seguro.

O programa Senac In Company é uma solução que já atende a mais de cem empresas no estado de Pernambuco. A ideia é oferecer o amplo portfólio de cursos da instituição para turmas corporativas, seja com aulas no ambiente da empresa ou encontros realizados nas unidades do Senac. “Quando a gente vai ao encontro do cliente, a gente verifica o problema ou a dor que ele está sentindo, às vezes surgem novas necessidades, e aí a gente monta uma estratégia e traz a solução”, explica Anselmo Oliveira, gerente comercial do Senac Pernambuco.

O Senac também conta com o programa Comércio. Trata-se de uma iniciativa que contempla soluções e caminhos estratégicos para as empresas do setor. São 110 cursos divididos nos eixos de comércio exterior, finanças, logística e marketing e vendas. No programa, os profissionais e equipes de trabalho podem realizar as formações em trilhas e personalizar o itinerário formativo, de acordo com as necessidades de desenvolvimento de competências que tiverem e que sejam pertinentes ao negócio.



No atual contexto da retomada das atividades econômicas, o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac Pernambuco também oferece o programa Comércio Seguro. A ação é composta por lives, workshops e cursos remotos, dentro do Modelo Pedagógico Senac (MPS), que serão oferecidos para diversos segmentos do comércio, com vistas a qualificar o trade comercial do estado a implementar medidas com o objetivo de otimizar, com segurança e responsabilidade, o processo de reabertura das atividades econômicas.

Todas as formações foram concebidas levando em consideração escutas e diálogos com as necessidades do mercado e as marcas formativas do MPS, como a atitude empreendedora, a visão crítica e atitude sustentável. “O importante é garantir não apenas o conhecimento técnico. O aluno tem que saber qual é o caminho a seguir e aonde ele quer chegar. Então, fazemos dele o protagonista do próprio aprendizado e desenvolvimento”, afirma Guiomar Albuquerque, gerente regional acadêmica de Educação Profissional e Ensino Técnico do Senac Pernambuco. ■

Por Ananda Cavalcanti

RETOMADA REQUER PROTOCOLO DE SEGURANÇA



A volta das atividades do comércio de bens, serviços e turismo exige novas regras sociais e de higiene

No mês de março, Pernambuco registrava os seus primeiros casos do novo coronavírus. Em maio, o estado já ultrapassava a marca de 18 mil ocorrências.

E foi no mesmo período que o governo adotou medidas mais rígidas para conter o avanço da doença. Entre as ações, a obrigatoriedade do uso de máscaras em todo o estado e a restrição de circulação de pessoas e veículos de 15 a 31 de maio nos municípios de Recife, Olinda, Jaboatão do Guararapes, Camaragibe e São Lourenço da Mata, as áreas mais afetadas, apresentando, na época, 75% dos casos confirmados e 68% dos óbitos.

Nesses municípios, o governo estadual decretou rodízio de veículos, em dias alternados conforme a placa par ou ímpar, e só podiam circular profissionais de serviços essenciais e pessoas que necessitassem de serviços essenciais, apresentando documento de identificação, comprovante de residência e justificativa de destino.

É indiscutível que a pandemia de Covid-19 modificou hábitos, normas e comportamentos das pessoas em todo o mundo. Após cerca de três meses de isolamento social e 15 dias de lockdown em Pernambuco, a reabertura gradativa das atividades nos setores do comércio de bens, serviços e turismo exige protocolos que, popularmente, já passaram a ser conhecidos como o novo normal.



É preocupante achar que com a abertura das lojas e a retomada dos serviços, o novo coronavírus estará no passado. As pessoas só devem procurar sair se tiverem, realmente, uma necessidade

Demetrius Montenegro

A população como um todo, no entanto, deve compreender que a reabertura não significa o fim da pandemia, como explica o médico infectologista do Hospital Universitário Oswaldo Cruz (Huoc) Demetrius Montenegro. “É preocupante achar que, com a abertura das lojas e a retomada dos serviços, o novo coronavírus estará no passado. As pessoas só devem procurar sair se tiverem, realmente, uma necessidade. Houve uma melhora, mas isso está dependendo, também, do número de indivíduos não expostos previamente, que se forem para as ruas neste momento, correm, sim, o risco de se contaminarem. Isso pode regredir a situação, fazendo com que tudo volte ao que era antes, inclusive o lockdown”, afirma.



É fundamental que as pessoas que pretendem procurar algum tipo de serviço, seja comércio de alimento, roupas ou artigos em geral, repensem se aquela exposição é verdadeiramente necessária. Feito isso, caso a resposta seja positiva, o cuidado principal é o uso da máscara de proteção. “É preciso ter cuidado para não manipular a máscara com as mãos sujas, já que esse movimento pode aumentar a ameaça de contaminação. Levar consigo o álcool em gel é outra atitude que contribui bastante para a prevenção do contágio”, destaca o infectologista.

Por outro lado, o comerciante que está se programando para essa volta precisa estar atento aos cuidados oferecidos tanto para clientes como funcionários. O álcool em gel, grande aliado, precisa estar disponível todo o tempo. A limpeza das superfícies deve ser intensificada, inclusive as das máquinas de cartão de crédito. Uma solução indicada para esse período, é investir no pagamento por canais digitais, seja por aplicativos no celular ou cartões virtuais, evitando, assim, o contato físico.

A atenção ao movimento de pessoas dentro do estabelecimento é mais um cuidado que o comerciante precisa ter, sendo obrigatória a limitação do número de clientes em um mesmo espaço. Marcações nas filas dos caixas, por exemplo, são uma boa saída para evitar a aglomeração. De acordo com o médico, o espaçamento recomendado é de um metro e meio a dois metros.

Para os funcionários, os comerciantes precisam oferecer máscara. Após horas de trabalho, a peça começa a ficar úmida, ou seja, já não serve mais como proteção. “O comerciante precisa oferecer essa possibilidade de troca de máscara, além da oportunidade de higienização das mãos com água e sabão ou álcool em gel. Os protetores faciais de acrílico também são eficazes, caso o trabalhador tenha contato direto com outras pessoas. Quem trabalha com dinheiro precisa ter álcool em gel próximo, já que essa é uma forma muito fácil de contaminação”, alerta Demetrius Montenegro.

A comerciante Luciene Oliveira, que possui uma loja de roupas no subúrbio, organizou todo o espaço para a tão esperada reabertura, em junho. “Tivemos que tomar algumas precauções para manter o comércio aberto daqui para frente. Houve uma redução no quadro de funcionários. Estamos usando máscara de tecido e acrílico. Na porta, colocamos um aviso informando sobre o uso obrigatório de máscara, caso a pessoa queira entrar na loja. Temos duas mesas, cada uma com álcool 70% disponível. Apenas dois provadores estão abertos. Também fiz marcações no chão, incentivando o distanciamento social”, conta Luciene. A comerciante relata que não aconselha a prova de roupas, mas se o cliente optar por isso, a loja tem um vaporizador, que ajuda na higienização das peças.

Atualização dos rumos no turismo

O setor hoteleiro vive um momento único, de acordo com o vice-presidente da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira em Pernambuco (ABIH-PE), Artur Maroja. “Redesenhamos todos os protocolos de segurança para nos adequar à realidade atual. Desenvolvemos um manual pós-pandemia, com práticas e diretrizes, contemplando ações em diversas áreas da hotelaria. São intervenções nas estruturas físicas, nas capacitações dos funcionários e no monitoramento da saúde deles e dos hóspedes”, informa.

Segundo o empresário, o quesito segurança sanitária é um dos pilares que sustentam o setor e que, agora, vai passar a ser fator decisivo para o cliente escolher onde se hospedar. “Essa questão vai ser um ponto fundamental na venda. O hotel já é limpo, só que ele vai precisar subir a régua da limpeza, ou seja, a higienização vai ser mais profunda”, explica.



Artur Maroja



Para ajudar as empresas a se organizarem na retomada das suas atividades econômicas, a Fecomércio-PE elaborou o documento “Recomendações ao Plano de Reabertura do Comércio de Pernambuco”, com um protocolo de condutas de higiene e segurança, visando a volta ao trabalho presencial, pós-período de avanço da pandemia do novo coronavírus. O material foi feito em conformidade com as legislações vigentes da Organização Mundial da Saúde (OMS), do Ministério da Saúde, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), do Ministério do Trabalho e Emprego e de decretos estaduais e municipais aplicáveis a Pernambuco. Pode ser conferido no link:

<http://fecomercio-pe.com.br/site/wp-content/uploads/2020/06/Protocolo-de-Atividades-Com%C3%A9rcio.pdf>. ■

680 MIL

**EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL
DOADOS AOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE
EM TODO O PAÍS.**





Visite nosso site
e saiba mais

#AFavorDoBrasil



Conheça o que a corrente do bem formada pela Confederação, Federações, Sesc e Senac já fez no combate à pandemia:

- Propostas apresentadas ao Governo para melhorar as condições de negócio para as empresas do comércio foram implementadas.
- 500 mil máscaras e 40 mil litros de álcool em gel entregues para instituições, trabalhadores e governos.
- 680 mil equipamentos de proteção individual doados aos profissionais de saúde em todo o país.
- 70 mil pessoas capacitadas de forma gratuita em cursos on-line do Senac.
- 237 mil horas de trabalho ofertadas pelos profissionais do Sesc e do Senac.
- 170 unidades do Sesc e do Senac utilizadas por órgãos públicos em operações de combate à pandemia.



Muito já foi feito.

Muito ainda será realizado. Conheça as nossas ações em AFAVORDOBRASIL.CNC.ORG.BR



DE REPENTE, O MUNDO FÍSICO FECHOU

Silvio Meira

Por Juliana Ângela

Influenciando mudanças sociais, econômicas, culturais e comportamentais. Ao passo que tenta sobreviver a um vírus mortal, altamente transmissível e para o qual ainda não há cura e nem vacina, a sociedade tenta descobrir futuros possíveis para uma realidade pós-pandemia. Sobre o panorama atual e se é possível fazer projeções para um novo normal, a Informe Fecomércio-PE conversou com Silvio Meira, cientista-chefe da TDS Company, professor extraordinário da Cesar School, professor emérito da UFPE (Centro de Informática – CIn), fundador e presidente do Conselho de Administração do Porto Digital e membro dos conselhos do Magalu, MRV, CI&T e Capes.

Diante da complexidade do mundo atual, podemos afirmar que estamos vivendo uma nova globalização?

Olhando no tempo longo, o século XX foi muito curto, começou no fim da Primeira Guerra Mundial, em 1918, e terminou em 1989. Alguns dizem entre 1989 e 1995, que é entre a queda do Muro de Berlim e o começo da internet comercial. Em 1918, começou a pandemia de Influenza. Isso deveria ter mudado muita coisa no mundo, mas não mudou, porque não aumentamos, enquanto seres humanos, nossa capacidade de compaixão e empatia, tanto que tivemos outra guerra mundial menos de 20 anos depois. De 1995 para cá, vivemos um período de globalização da informação, do conhecimento, de abundância de dados, que levou à globalização das transações virtuais, financeiras, cognitivas, de conhecimento, de aprendizado, e das transações físicas. A partir de quase qualquer lugar, você pode encomendar uma coisa em quase qualquer outro lugar. E a isso tudo correspondeu uma espécie de grande abertura, causada não necessariamente pelo digital, porque o digital já é causa disso, mas por um afrouxamento nas tensões internacionais.



Em relação a essa globalização atual, onde estamos exatamente agora, principalmente diante do contexto da Covid-19?

A Covid-19 traz para o presente os 25 anos de futuros digitais que estavam sendo construídos no passado para a vasta maioria das empresas. É uma espécie de “downloads de futuros” que vêm do passado. Mas, ao mesmo tempo em que esses downloads de futuros acontecem, vivemos um recrudescimento de extremismos e neonacionalismos que estão levando o mundo de volta a um isolamento político, uma certa desagregação, que vem sendo causada e sentida há algum tempo. O debate sobre o papel da OMS nesta pandemia é um exemplo dessa situação. Antes, havia um conjunto de organizações internacionais razoavelmente reconhecidas, que tentavam impor uma certa ordem nesse grande ecossistema chamado Terra. O debate que vemos hoje em torno do papel da OMS na gestão da pandemia de Covid-19 nos diz que há coisas erradas no ar quando países como o Brasil, os EUA e tantos outros fomentam a desagregação de uma ordem que estava sendo construída para tentar equilibrar os problemas de gestão, de orquestração que fosse, no mínimo, dessa ordem global. Hoje há muito mais um aumento da fragmentação global, no curto prazo pelo menos, do que um aumento da globalização. Se há uma nova globalização, ela é mais “desglobalizada” do que a globalização que tínhamos antes. Tomara que esse susto (o download de digitalização), que os processos de transformação digital de empresas, de governos, de estados sirvam para juntar mais gente ao redor das mesmas redes.

A pandemia vem modificando comportamentos e transformando mercados de vários segmentos. Podemos afirmar que a Covid-19 foi um catalisador de inovação?

Na década de 70, Peter Drucker definiu inovação como uma mudança de comportamentos de agentes, no mercado, como consumidores e fornecedores de qualquer coisa. Sob essa ótica em particular, tudo que causa mudança de comportamento combinado de fornecedores e consumidores é inovação. Então, uma tecnologia numa prateleira de um laboratório, por exemplo, não é inovação, ela é uma invenção tecnológica, mas só é inovação se mudar comportamentos. Nesse aspecto em particular, a Covid-19 foi, sim, um grande catalisador de inovação e um dos maiores dos últimos 50 anos. Observando a história recente, na década de 1970, os computadores entraram nos antigos centros de processamentos de dados das empresas. Isso fez com que dados fossem processados numa velocidade muito maior, mas afetou pouco do ponto de vista de mudança de comportamento. Para ver o saldo da conta, por exemplo, as pessoas continuavam sendo atendidas por um funcionário no balcão do banco. Na década de 80, com o advento dos computadores pessoais, o caixa do banco passou a usar um computador por nós como um “procurador digital”, vendo na sua tela os dados da nossa conta. Na década de 90, começamos a usar a internet comercial e aí houve uma mudança de comportamento significativa porque nós começamos a acessar diretamente os sistemas de informação que tinham nossos dados e a fazer transações em aberto na rede, sem precisar de um funcionário de alguma empresa na intermediação.

O e-commerce é outro exemplo. Entre 1994 e 1995, aparecem os primeiros sites de compras. Na década de 2000, isso vira pessoal com os smartphones e, na década de 2010, tudo se funde em um grande processo de transformação digital nos negócios, centrando a experiência de uso de suas plataformas no usuário final. Quando falo em centrar no usuário significa também centrar a experiência do negócio nos seus trabalhadores, consumidores e fornecedores como um todo. Com a Covid-19, de repente, esse passado, que para muita gente ainda era futuro, foi colapsado em algumas semanas.

Tal colapso aconteceu principalmente porque as pessoas mudaram os seus comportamentos, o que levou as empresas, também, a mudar seus comportamentos por causa de uma singularidade. De repente, o mundo físico fechou. Nunca, nem nas grandes guerras, presenciamos um evento tão dramático do mundo físico se fechar como aconteceu com a Covid-19. E, nesse momento, foi possível virtualizar boa parte do mundo físico.

Se não tivéssemos internet, nuvem, smartphones, banda larga, 4G suficientemente espalhados pelo Brasil e pelo mundo, não teria sido possível transportar tanta coisa para o digital como a Covid-19 forçou em poucas semanas. Mas é preciso dizer que tudo isso já estava lá. O que de repente passou a ser futuro, no presente, para muita gente, era passado para muita gente também. O que aconteceu é que, sincronamente, muitos comportamentos mudaram nos múltiplos mercados: saúde, varejo, educação, trabalho, entretenimento. Nós vamos passar décadas, talvez, estudando o que foi realmente o impacto inovador, do ponto de vista de mudança de comportamento de analógico para o digital, da pandemia de Covid-19.

Em relação ao comércio de bens, serviços e turismo, o que esperar do cenário nos próximos mil dias?

Há décadas em que nada acontece e semanas em que décadas inteiras acontecem. Isso pode não ser necessariamente verdade para as mudanças que aconteceram no Brasil e no mundo, no e-commerce, por exemplo, e talvez nos setores de turismo, de viagens, especialmente de viagens de negócios e hospedagem. Mas, observando o que aconteceu

no setor de alimentos e bebidas no e-commerce no Brasil, que cresceu 295% em abril e 334% em maio, em relação aos mesmos meses do ano passado, talvez algo parecido com isso não tenha sido visto desde os primeiros supermercados, nos EUA em 1916. Talvez, de lá para cá, não tenha havido um crescimento tão grande. No varejo como um todo, os pedidos cresceram 98% em abril e 133% em maio, comparados com 2019. E a receita cresceu 81% em abril e 127% em maio. Um crescimento desse porte obviamente não é algo pontual, não vem apenas da compra de smartphones ou outros itens para casa, mas de um crescimento universal. Em abril, cosméticos e produtos de beleza cresceram 138% em relação ao mesmo mês do ano passado. Mesmo que o Brasil perca metade desse crescimento, ainda assim terá sido como se o e-commerce tivesse crescido três a cinco anos em três a cinco meses. Esse mesmo comportamento foi visto em muitos outros setores, mas é claro que houve setores que entraram em colapso total.

Com o cancelamento das viagens a trabalho ou de férias, por exemplo, os setores de transportes pessoais, turismo e hospitalidade sofreram muito e vão continuar sofrendo. Não há um horizonte próximo para uma volta a alguma coisa minimamente parecida com o que acontecia antes da Covid-19 para os hotéis, por exemplo. Na crise financeira de 2008, as empresas aéreas levaram cerca de três anos para recuperar o faturamento e outros dois para voltar à rentabilidade de antes da crise.

A crise de 2008 causou um impacto de cinco anos no caso das empresas aéreas e de um pouco mais no setor de hospitalidade, que enfrentou uma revolução vinda de plataformas alternativas de hospedagem, como Airbnb. Até agora, partes do antigo setor de viagens, turismo e hospitalidade pré-crise de 2008 não se recuperaram, como as agências de turismo que mediavam reservas de hotéis e de passagens aéreas. A minha tese, agora, é que a presença física será reservada apenas para atividades preciosas. O movimento físico, analógico, está sendo substituído pelo acesso digital e essa vai ser uma das grandes mudanças do ponto de vista de hábitos e costumes, habilitada por tecnologias que já existem.

Muito tem se falado em novo normal no pós-pandemia. Levando-se em consideração que ainda não temos vacina para um vírus que é altamente transmissível e mortal e, no Brasil, ainda circula livremente, o que poderíamos citar como projeções do novo normal ou novos normais?

Talvez haja muita fala desnecessária sobre um novo normal ou novos normais. No Brasil, ainda estamos nos primeiros quatro meses da crise causada pela Covid-19 e, no mundo, nos primeiros seis. Ainda não conseguimos entender como o vírus funciona na maioria dos detalhes e tampouco desenvolver uma vacina. É claro que a ciência avançou muito por tudo que se criou e construiu nos últimos 25 anos, do começo da internet para cá. Se não houvesse uma capacidade global de interagir, cooperar em tempo real com grupos do mundo inteiro, não teríamos chegado a uma ação combinada que levou ao estudo simultâneo, no momento, de mais de 130 vacinas. Saberemos qual é o novo normal depois de algum tempo, quando descobriremos se as mudanças de comportamento que começaram com a chegada do vírus e que já causaram tantas mudanças no ambiente físico se estabelecem de vez. E há sinais de que isso vai acontecer: no varejo, há um crescimento de cerca de 50% de pessoas comprando digitalmente. Mesmo que uma parte delas volte às lojas, nós vamos ter um crescimento muito maior de vendas no digital em relação ao varejo normal. Da mesma forma, essa mudança aconteceu no ambiente educacional. Um número muito grande de escolas, faculdades e universidades mudou para um ambiente de ensino remoto. Mas isso não é a mesma coisa de educação on-line, digital, porque esse ensino remoto, na maioria dos casos, é apenas projetar o que acontecia na sala de aula para um ambiente digital. Para que essa transição de comportamento fosse realmente um salto para o futuro ou a criação de um novo



normal, deveria ter havido um redesenho do processo de criação de oportunidades de aprendizado, que em parte é representado por aulas e laboratórios, para um universo digital, conectado, social. Mas é óbvio que não houve tempo de fazer isso, e a maioria das plataformas existentes não suporta esse novo tipo de comportamento. A mesma coisa aconteceu com telessaúde, que vem sendo feita com as mesmas plataformas que já estavam disponíveis antes da Covid-19. Passamos a usar tecnologias que já estavam disponíveis para fazer o que ainda não fazíamos on-line. Quanto desse comportamento vai continuar depois que passar a crise? Quanto desse comportamento será revertido? Quanto do sistema regulatório vai, de uma certa forma, entender que para certas mudanças em educação, em saúde, em finanças e em tantos outros campos, a mudança deveria ser definitiva? Eu tenho quase certeza de que, seja qual for o novo normal, ele é a combinação de três dimensões da realidade ao nosso redor: a dimensão física, que não nos abandonará porque somos, pelo menos ainda, físicos; a digital, de infraestruturas e serviços suportando as aplicações que usamos para fazer o que estamos fazendo agora; e a dimensão social, a rede que habilita criar conexões, relacionamentos, interações e significados que criam o contexto para nossa existência on-line, digital, interativa, concreta, real. Acho que haverá é um conjunto muito grande de novos normais, que, de uma certa forma ou de muitas formas, lá na frente, vão se fundir para criar, talvez, algum novo tipo de normal que eu, sinceramente, espero que seja global. ■

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



CURSOS DE
CURTA DURAÇÃO

Carga Horária
15h

Investimento
a partir de R\$ 45,00

- Formulações Magistrais do Tratamento Individualizado do Melasma
- Higiene dos Alimentos em Tempos de Covid-19: o que é Preciso Saber?
- Introdução ao Design de Interiores: Fundamentos do Processo Criativo
- Moda e Consumo Pós-Covid: Conhecendo seu Cliente
- Nutrição Funcional na Estética
- Protocolos de Segurança de Retomada das Atividades Pós - Isolamento (Comércio)
- Segurança dos Alimentos em Serviços de Delivery e Take-Out
- Terapias Integrativas na Estética

Confira a programação:

www.faculdadesenacpe.edu.br


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio


Senac