

Informe **FECO MÉR CIOPE**

ANO IX | EDIÇÃO Nº 53 | SET/OUT 2020

16

De Folga

Hotéis de portas abertas

22

Entrevista

"Processo de retomada é conservador no estado", diz Avelar Loureiro Filho, presidente do MPP

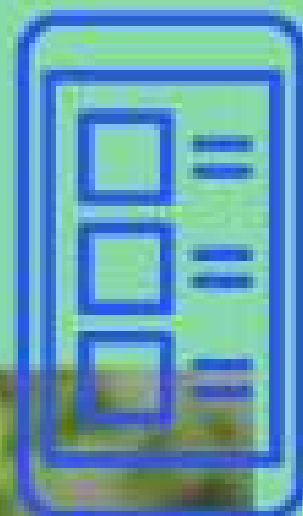
PESQUISA TRAÇA PERFIL DO USUÁRIO DO TRANSPORTE PÚBLICO NA RMR NA PANDEMIA

26

Fecomércio-PE lança pesquisa inédita sobre perfil do usuário do transporte público na RMR durante a pandemia



O NEGÓCIO AGORA É VENDER ON-LINE. DESCUBRA COMO JUNTO COM O SEBRAE E A MAGALU.



O Sebrae, em parceria com a Magalu, vai ajudar a colocar o seu negócio na internet. Agora você tem acesso a uma das maiores plataformas de vendas on-line e uma consultoria capacitada para ajudar você no processo. Aproveite essa oportunidade.

Consultoria em Estratégias Digitais.
Três parcerias sobre market place:
Plataforma de vendas on-line:
Parcelina Magalu.



Parcelina
Magalu



SEBRAE
RUA DO COMÉRCIO, 100 - 1º ANDAR
CENTRO - 01001-900 SÃO PAULO - SP

SEBRAE MAGALU
RUA MAGALU, 100 - 1º ANDAR
CENTRO - 01001-900 SÃO PAULO - SP



Bernardo Peixoto

Presidente do Sistema
Fecomércio/Sesc/Senac-PE

PESQUISA INÉDITA NA BUSCA POR SOLUÇÕES EFICIENTES

Mesmo com as taxas de infecção em queda, precisamos continuar contribuindo com soluções eficientes no combate à covid-19. Em nossa matéria de capa, trazemos a pesquisa inédita, realizada pela Fecomércio-PE, que traça o perfil dos usuários dos transportes públicos e que pretende ajudar os gestores na tomada de decisões em prol de medidas mais seguras para locomoção de pessoas no Grande Recife em meio à atual conjuntura.

A retomada das atividades econômicas continua e o presidente do Movimento Pró-Pernambuco (MPP), Avelar Loureiro Filho, nos fala como a entidade está atuando para minimizar os impactos causados pela pandemia em Pernambuco. O economista Rafael Ramos, na coluna “Economês”, traz um raio-x do desemprego no nosso estado.

A boa notícia vem do setor hoteleiro, que se preparou e já recebe seu público seguindo rigorosos protocolos e garantindo a segurança de todos. A exportação está em alta – assim, as empresas locais que pretendem realizar a operação só

precisam começar. Nesta edição, trazemos dicas e exemplos de quem já ganhou o mundo.

A seção “Gestão Inovadora” mostra as ações do Sindilojas Recife, que usou a informação como uma das principais ferramentas de apoio e assessoramento aos seus associados. Os impactos na saúde também foram muitos durante o isolamento social. Assim, não poderíamos deixar de falar em saúde mental e do trabalhador neste número. A primeira, muito impactada pela pandemia, ganhou novos modos de acompanhamentos psíquicos. Já a saúde do trabalhador é de responsabilidade do empregador e não pode ser esquecida, mesmo no home office.

Na coluna “Gosto de Saber”, Carlos Calado, o diretor da Faculdade Senac Pernambuco, detalha a parceria da instituição com o Sebrae para oferta gratuita do Programa Adapta Comércio em todo o estado. Já a coluna “Ao Seu Dispor” traz avanços e preparações do Sesc para cumprir sua missão durante a pandemia e retomada. O texto é assinado por Oswaldo Ramos, diretor regional do Sesc-PE.

A todos, 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
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

Set/Out 2020 | Edição 53

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



16



De Folga

Hotéis de portas abertas



26



Capa

Fecomércio PE lança pesquisa inédita sobre perfil do usuário do transporte público na RMR durante a pandemia



22



Entrevista

"Processo de retomada é conservador no estado", diz Avelar Loureiro Filho, presidente do MPP

Ao Seu Dispor

6

Sesc recebe o público com afeto e acolhimento

No Mundo

12

Atendimento psicológico virtual na pandemia ganhou força

Especial

40

Fecomércio promove debate com prefeituráveis do Recife de olho nas eleições 2020

Gestão Inovadora

48

Sindilojas Recife: comunicação, inovação e conquistas

Negócios em Alta

34

Ganhando o mundo: exportar nunca foi tão atrativo como agora

Economês

44

Raio X do desemprego em Pernambuco

Com Gosto do Saber

52

"Educação por aproximação" é o artigo de Carlos Calado, diretor da Faculdade Senac





Ao Seu Dispor

Por Oswaldo Ramos

DE PORTAS REABERTAS PARA RECEBER O PÚBLICO COM AFETO E ACOLHIMENTO

Em setembro, após quase seis meses de afastamento e suspensão das atividades presenciais devido à pandemia da covid-19, iniciamos, pouco a pouco, o processo de reabertura de nossas portas para atender ao público, ao mesmo tempo em que continuamos a atuar fortemente nas prestações de serviços no mundo digital. Tudo em meio ao cumprimento dos planos estaduais e municipais, no que diz respeito aos protocolos sanitários, somado a fazer aquilo que sabemos de melhor: receber com afeto e acolhimento os trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo e seus familiares.

Mas para conseguirmos chegar até setembro com condições de retomar as atividades presenciais e seguir aprimorando nosso modelo digital, um longo caminho foi percorrido a partir de março e a trilha segue aberta até hoje e pelos próximos meses. Na área de educação, por exemplo, pontuamos a implantação do Sophia, das Salas Google, das plataformas Escribo Play e Moderna Compartilha, sendo essa última para uso dos alunos e professores do ensino fundamental. Nos cursos de inglês on-line que passaremos a ofertar, trabalharemos com o livro digital *American Speak Out*.



Projeto Sesquentinha

Os avanços em termos de saúde também foram grandes. Levamos para o mundo virtual ou realizamos por meio de soluções tecnológicas, iniciativas como o Sesquentinha Essencial, serviço de comercialização de refeições de qualidade com valores acessíveis, com solicitação via WhatsApp. Prestamos orientações remotas em saúde bucal e inovamos com a Educação Digital Prateada.





Na parte de assistência, as campanhas emergenciais voltadas ao combate à covid-19 foram um dos destaques no período de isolamento social. De março a setembro, distribuimos mais de 1,1 milhão de quilos de alimentos doados por empresas parceiras. Também obtivemos a doação de R\$ 805 mil, de fontes diversas, valor revertido em 13.273 cestas básicas.



Parceria GFN - Entrega de doações (21/08/20)



Academia do Sesc



Live Maratona Ginástica Recreativa
Semana Move (21/09/20)

Em termos de cultura, levamos as aulas e projetos para as mídias sociais digitais por meio de lives em variados formatos e plataformas e lançamos o projeto #CulturaemRedesSescPE, que, somente até 15 de setembro, já contava com quase 27 mil visualizações nas lives do YouTube e Instagram e nos vídeos gravados, além de 540 players no podcast.

No lazer, que engloba recreação, esportes e turismo social, também nos reinventamos e entramos nas casas das pessoas, promovendo atividades inovadoras como Salas de Brincar e Maratonas de Ginástica pelas redes sociais digitais. Lançamos o aplicativo

Sesc Treino e passamos a trabalhar com reservas on-line para os hotéis em Garanhuns e Triunfo.

E, a partir de outubro, com ainda mais segurança pelo fato de termos feitos os ajustes necessários e aprendido melhor a como oferecer atendimentos com a retomada, seguiremos incrementando nossas ações. Seja no virtual, seja no presencial, dentro dos novos formatos de convivência que todos nós estamos construindo juntos por conta da pandemia e seus impactos, seguiremos reforçando a missão do Sesc PE. ■

Oswaldo Ramos, diretor regional do Sesc-PE.



Oswaldo Ramos

A gente
cuida
de você!

Estamos
prontos para
lhe receber
com toda
segurança!



HOTEL SESC TRIUNFO
(87) 3846.2800

Faça sua reserva
reservas.sescpe.com.br

Siga-nos!
sescpe.org.br




Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio





No Mundo

Por Ana Roberta Amorim

ATENDIMENTO PSICOLÓGICO VIRTUAL GANHA FORÇA DURANTE A PANDEMIA

O isolamento social foi gatilho para muitas
questões que puderam ser tratadas a distância



Tudo estava normal. Compromissos sociais, atividades físicas, viagens, reuniões de trabalho, lazeres semanais, até que a pandemia do novo coronavírus chegou e trancou, quem pôde, em casa. O isolamento social necessário, a adequação aos novos protocolos de segurança e cuidados mudaram radicalmente a vida de todos. Sem falar na crise econômica e social trazida pela doença e na iminência de mais contaminação e perdas de vidas.

O cenário foi propício ao surgimento de sentimentos conflitantes, de inseguranças e, conseqüentemente, transtornos mentais na população. Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Psiquiatria apontou que 89,2% dos médicos entrevistados disseram que houve o agravamento de quadros psiquiátricos durante o período de isolamento.



Antes, a gente lidava com os problemas e continuava na rotina. Na quarentena, não. O parar de vez mexe com a mente e estava começando a ficar ansiosa também”

Karoline Ramos

A ansiedade e o acúmulo de problemas, sem a rotina corrida para extravasar, fizeram a estudante Karoline Ramos, 20 anos, retomar a terapia, que havia sido interrompida no início deste ano. “Eu senti necessidade de voltar para as consultas porque no isolamento aconteceram algumas coisas comigo. Antes, a gente lidava com os problemas e continuava na rotina. Na quarentena, não. O parar de vez mexe com a mente e estava começando a ficar ansiosa também”, conta a graduanda do 8º período de Psicologia.

Para Angélica Costa, também de 20 anos, o motivo de iniciar a terapia durante o isolamento não teve a ver diretamente com a mudança de vida por causa da covid- 19, mas foi potencializado pela distância de pessoas queridas e da convivência constante com a família. “O dilema de ver ou não as pessoas, ver ou não o meu namorado, isso gerou muita ansiedade em mim e a terapia me ajudou a conseguir ficar em paz comigo mesma com relação às minhas escolhas. Também em relação à convivência com a minha família. A situação ficou mais tensa, todo mundo isolado dentro de casa. A terapia foi muito boa nesse sentido”, relembra a estudante do 7º período de Direito.

Para a psicóloga Kátia Brandão, as relações familiares intensas durante o isolamento são um dos fatores para o surgimento de transtornos mentais e o aumento da procura por profissionais de saúde da área. Além disso, a ansiedade é uma das questões mais apresentadas em seu consultório, que agora existe no formato virtual. “Teve uma grande procura devido ao isolamento quando as pessoas se perceberam ansiosas. Aliás, ansiedade e relações familiares foram demandas recorrentes no consultório, para além das já existentes, potencializadas pela pandemia”, acrescenta.



“
O dilema de ver ou não as
pessoas, ver ou não o meu
namorado, isso gerou muita
ansiedade em mim e a terapia
me ajudou a conseguir ficar em
paz comigo mesma com relação
às minhas escolhas”

Angélica Costa

“
Ansiedade e relações
familiares foram
demandas recorrentes
no consultório, para
além das já existentes,
potencializadas
pela pandemia”

Kátia Brandão





Como a gente perde esse contato físico, temos que aproveitar ao máximo essas tecnologias para fazer com que esse ambiente virtual também seja um ambiente acolhedor”

Rafaela Lima



Novo jeito de se analisar

Assim como algumas atividades cotidianas precisaram se adaptar ao modelo virtual para continuarem acontecendo, os atendimentos com psicólogos e psiquiatras também precisaram mudar. Duas mais conhecidas plataformas de terapia online, a Vittude e a Zenklub apresentaram alta na procura pelos profissionais disponíveis. Durante a pandemia, a Vittude teve um crescimento de 800% no número de pessoas atendidas no modelo voltado para empresas, o Vittude Corporate. Já a Zenklub registrou um crescimento de 160% nos acessos e 90% na quantidade total de pacientes. “Eu tive que reorganizar um espaço na casa, encontrar um lugar que tivesse boa iluminação, e manter o espaço de silêncio e sigilo. É preciso que o paciente também tenha esse espaço para ele, mesmo que seja um quarto”, explica Kátia Brandão.

Como lembra a médica residente em Psiquiatria, Rafaela Lima, os atendimentos dependiam da regulamentação do Conselho Federal de Medicina (CFM). Por isso, ela passou algumas semanas estudando e lendo as normas definidas pelo CFM para entender como deveria atuar.

Além disso, passou a utilizar de ferramentas que tinha em casa, como o próprio computador, e adquiriu outras, como uma que proporciona melhor iluminação para a sua mesa de trabalho. “Como a gente perde esse contato físico, temos que aproveitar ao máximo essas tecnologias para fazer com que esse ambiente virtual também seja um ambiente acolhedor. Nossa formação médica é voltada para um atendimento presencial, que se dá não apenas a partir do lugar, mas também na palavra, no olhar, no gesto. É uma questão de expressão corporal. E de repente a gente perdeu isso”, pontua.

Para Karoline e Angélica, não houve perdas significativas. Ambas têm espaço de segurança e silêncio em casa e consideram que a opção virtual facilita em muito a manutenção da frequência dos atendimentos por dispensar a necessidade de deslocamento. Apesar de algumas dificuldades com conexão instável da internet ou a entrada no quarto de um parente ou outro na hora do atendimento, elas não apontam desvantagens consideráveis no novo modelo.



“Eu percebo que o atendimento flui. Como eu sou psicóloga junguiana, tem muito material expressivo na minha sala, tinta, lápis de cor, recorte de revistas, e é algo que não está sendo muito possível utilizar no momento. A gente conta com o que o paciente tem em casa. É algo que diferencia um pouco do atendimento on-line, mas o acolhimento é o mesmo, os pacientes têm gostado bastante. Ninguém está pedindo para voltar”, diz Kátia Brandão.

Já Rafaela considera que, mesmo com a facilidade que a internet traz, o modo virtual não substitui o presencial, que ela ainda considera como imprescindível para a aproximação com o paciente e para o seu acolhimento correto. “Transtorno do pânico, transtorno por ansiedade, fobia social, imagina esses pacientes sem cuidado durante todo esse período da pandemia? Seria impossível. Tudo tem que ser visto com muita cautela. A teleconsulta é uma ferramenta do futuro, mas para mim não é algo que dispensa o atendimento presencial”, diz. ■

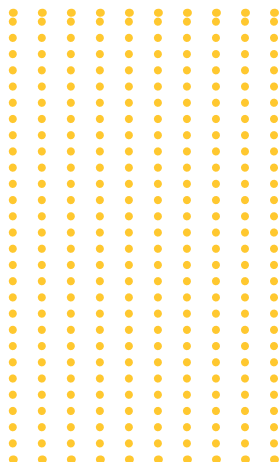


De Folga

Por Cristóvão Oliveira

HOTÉIS DE PORTAS ABERTAS PARA LAZER E NEGÓCIOS

Setor retoma atividades com protocolos sanitários e medidas de proteção para visitantes e colaboradores



Terra de belas praias e rica cultura, Pernambuco figura como um dos destinos turísticos mais disputados no país. Como em todo o Brasil, este ano, com o surgimento da pandemia, o fluxo de visitantes foi interrompido, impactando a animada e criativa cadeia do turismo local. No entanto, mesmo no período crítico, nunca faltaram inovação, estudo e investimento.

Agora, com a rotina reestabelecida dentro de novos protocolos e procedimentos, além de modelos de atendimento e convivência com foco na saúde e na segurança de todos, o trade segue com perspectivas positivas e pronto para receber, dentro de suas capacidades, e a realizar eventos em suas instalações.





Summerville Beach
Resort Porto de Galinhas

Sesc Garanhuns



A ABIH PE formou um grupo de trabalho para construir protocolos sanitários específicos para a hotelaria no estado. O mais importante hoje é ter segurança e transmiti-la para os clientes”

Eduardo Cavalcanti

Mas, para chegar ao momento atual, o trajeto foi árduo. O setor hoteleiro ainda se recuperava dos problemas causados pelo vazamento de óleo no litoral pernambucano, quando a covid- 19 chegou por aqui. “Foi uma pancada crucial, que afetou o fim do verão”, classifica o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - Pernambuco (ABIH-PE), Eduardo Cavalcanti, que também é vice-presidente do Sistema Fecomércio PE para o Comércio de Turismo e Hospitalidade. Na verdade, por serem considerados atividade essencial, os hotéis ficaram abertos, mas perderam muito com os cancelamentos das reservas, a proibição de eventos e os

impedimentos das atividades de lazer. “Usamos a criatividade. A alternativa para manter alguma atividade foi preparar pacotes para médicos, profissionais de empresas hospitalares ou contratos empresariais”, afirma.

De acordo com a ABIH, o estado possui 85 mil leitos, dos quais, 56% estão concentrados na Região Metropolitana, Recife, Olinda e litoral sul. Cavalcanti conta que a retomada não foi simples, mas o setor se programou e até investiu. “A ABIH PE formou um grupo de trabalho para construir protocolos sanitários específicos para a hotelaria no estado. O mais importante hoje é ter segurança e transmiti-la para os clientes”, enfatiza Cavalcanti.



O Sistema Fecomércio-PE realizou capacitações, contribuiu com a elaboração de protocolos, direcionou informações técnicas relacionadas a medidas legais e não deixou de firmar parcerias visando a melhoria da qualidade dos serviços para que o retorno flua com maior êxito

Carlos Periquito

Maior recuperação

Embora diferente dos níveis anteriores, a retomada do setor turístico já é refletida no crescimento econômico estadual. Levantamento divulgado no início de setembro pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), traz Pernambuco como o estado que obteve maior recuperação turística no país. Cresceu no mês de julho 18,9%, comparado ao mês anterior. Abaixo, vem o Distrito Federal, com 15,4%, e Rio de Janeiro, com 11,5%. A média nacional foi 4,8%.

De acordo com o diretor para Assuntos de Turismo da Fecomércio-PE, Carlos Periquito, no momento, o forte tem sido

o turismo regional, quando as pessoas se deslocam de carro. Nesse ponto, a recuperação mais rápida fica com o litoral. “As pessoas estão optando por lazer, praias, locais abertos, mais ventilados, que oferecem maior segurança”, constata. O fato de o turismo regional apresentar maior demanda é verificado também pela frequência de voos, ainda limitada. No início do ano, os pousos e decolagens no Aeroporto do Recife chegavam a 223 por dia. Com a pandemia, caíram para 11 por dia, no mês de abril. Em setembro, tem sido 81 por dia, como informa o diretor, baseado em dados da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) e Empresa Pernambucana de Turismo (Empetur).

Periquito destaca que o negócio do turismo abrange 52 setores econômicos, conforme define a Organização Mundial do Turismo (OMT). Uma cadeia que inclui hotéis, restaurantes, bares, vendedores de frutas ou água de coco. Ainda não é possível afirmar quando as operações voltarão ao normal, mas a trajetória foi iniciada. “Também atuando em prol desse importante setor, o Sistema Fecomércio-PE realizou capacitações, contribuiu com a elaboração de protocolos, direcionou informações técnicas relacionadas a medidas legais e não deixou de firmar parcerias visando a melhoria da qualidade dos serviços para que o retorno flua com maior êxito, como merece o turista e como Pernambuco sabe oferecer”, destaca.



Sesc Triunfo



Portal de Gravata



Portal de Gravata



Acredito numa curva de crescimento e estamos preparados para tal com segurança e bons serviços”

Filipe Queiroga

Segurança como palavra de ordem em qualquer destino

Com unidades hoteleiras em Garanhuns, no Agreste, e Triunfo, Sertão estadual, o Sesc-PE reiniciou as atividades em julho de olho na segurança. Atualmente, a disponibilidade de ocupação é de 70%, com o indispensável uso de máscaras. O distanciamento nos espaços comuns é outra medida adotada, como o check-in express, juntamente com a sanitização de bagagens. Os cuidados servem de modelo. A unidade de Triunfo, por exemplo, centralizou uma Capacitação em Protocolos de Biossegurança em Hospedagem, Alimentos e Bebidas para o trade turístico, bares e restaurantes da cidade, em parceria com a prefeitura municipal. O treinamento será estendido a outras cidades sertanejas.

Quem circula pelos hotéis, verifica painéis informativos instalados nas dependências com orientações, além de que a higienização tem sido rigorosa e constante nas áreas sociais e apartamentos. Os serviços são realizados por profissionais treinados para o momento atual e com todos os equipamentos de proteção individual recomendados, pensando na segurança do visitante e do colaborador. Os restaurantes funcionam só à la carte. O lazer ainda está com restrições, mas piscina e atividades ao ar livre estão liberadas, seguindo os protocolos. O teleférico em Triunfo ainda não está operando e a agência de turismo atende só para reservas nos hotéis.

O coordenador de Turismo do Sesc-PE, Filipe Queiroga, tem percebido a vontade das pessoas de viajar. A partir de agosto, as ocupações chegaram a 35%. “Acredito numa curva de crescimento e estamos preparados para tal com segurança e bons serviços”, prevê. Essa evolução é perceptível nas reservas para o final de ano, que já estão esgotadas nas duas unidades. Queiroga explica que uma das estratégias para incentivar a procura foi manter as tarifas no valor de baixa temporada para atender melhor comerciantes e dependentes, diante da situação econômica pós-pandemia.



Fiquei muito segura inclusive nos restaurantes, pois os alimentos estavam embalados individualmente e havia barreiras de acrílico e vidros para composição dos pratos”

Janaína Mulatinho

Na praia e na fazenda

Com tudo isso assegurado, já é possível curtir com tranquilidade toda estrutura hoteleira, seja no litoral ou no interior em viagens para descanso e negócios. Assim tem sido nos empreendimentos da rede Pontes Hotéis & Resorts, com duas unidades na Zona Sul do Recife (Atlante Plaza e Mar Hotel Conventions) e uma na praia de Porto de Galinhas, município de Ipojuca, litoral Sul (Summerville Beach Resort).

A rede está trabalhando com 60% de sua capacidade, aproveitou o período sem movimento para realizar reformas, construiu e promoveu treinamentos com as equipes para os novos protocolos e fez investimentos tecnológicos que ficarão para sempre. “Os check-ins e checkouts são feitos por aplicativos e toda folheteria dos apartamentos, agora, é acessada por QR Code que indica canais de TV ou app dos hotéis. Além disso, as arrumações diárias são agendadas também de maneira eletrônica e uma equipe recolhe a roupa de cama e faz a higienização

do espaço, e outra fica com a arrumação e reposição de itens. Isso veio para ficar”, acrescenta Carol Pontes, gestora executiva comercial da rede.

A jornalista potiguar Janaína Mulatinho, que esteve com a família durante um final de semana de agosto no Summerville Beach Resort, em Porto de Galinhas, aprovou os protocolos seguidos. “Tudo muito organizado e bem estruturado para respeitar todas as normas. Fiquei muito segura inclusive nos restaurantes, pois os alimentos estavam embalados individualmente e havia barreiras de acrílico e vidros para composição dos pratos”, afirma.

Com clima de fazenda e estrutura mais rural, o Portal de Gravatá também tem trilhado a recuperação. O hotel está funcionando com 70% de sua capacidade e prioriza a segurança sanitária. A equipe recebeu treinamento e os equipamentos de proteção devidos.

Os cuidados vão desde a entrada, com medição de temperatura, tapetes sanitizantes, álcool disponível e o distanciamento recomendado na recepção, além do uso obrigatório de máscaras. No restaurante, luvas descartáveis para cada cliente e menos 50% de mesas para evitar proximidade.

O lazer também está liberado, mas com toda a precaução. Espaço kids com limitação de crianças por horários, pescaria com poucas pessoas por vez, piscina também com restrições. Como é um hotel fazenda, atividades como tirar leite de vaca seguem os mesmos princípios. Eduardo Cavalcanti, que, além de presidir a ABIH-PE, é o proprietário do hotel, revela que foi preciso um investimento para garantir a segurança de todos. “Contratamos funcionários para áreas específicas e adquirimos equipamentos de proteção para que o hóspede perceba que o ambiente é seguro e sinta o desejo de voltar com tranquilidade”, frisou. ■





Entrevista

Por Edson Mota

"PROCESSO DE RETOMADA DAS ATIVIDADES É CONSERVADOR NO ESTADO"

Avelar Loureiro Filho

As atividades econômicas estão sendo retomadas, todos precisam ajudar para que os impactos da pandemia sejam minimizados e para que melhorias sejam realizadas para além dessa fase.

Por isso, nasceu e avança o Movimento Pró-Pernambuco (MPP). A intenção e o desafio da instituição são construir, por meio do diálogo e engajamento, uma metrópole e um estado mais modernos, inclusivos e diversos. Liderando mais de 40 empresas e entidades representativas, como a Fecomércio- PE, o empresário e presidente do MPP, Avelar Loureiro Filho, explica, para a revista Informe Fecomércio-PE, que é possível gerar um planejamento eficaz e pede para que todos foquem, inicialmente, nos interesses comuns. "As divergências resolvemos depois", ressalta.



O que é o Movimento Pró-Pernambuco (MPP)?

O MPP nasceu da solidariedade, evoluiu para uma frente pela retomada das atividades econômicas e agora caminha para a consolidação como uma entidade com uma agenda voltada para o planejamento e desenvolvimento da Região Metropolitana do Recife num primeiro momento, e do estado, numa segunda etapa. Nossa história começou no momento mais dramático da pandemia, quando diversas empresas e entidades decidiram se unir informalmente para doar respiradores, EPIs, álcool em gel e recursos financeiros. Depois, nos articulamos, como uma frente voltada para a retomada das atividades econômicas. Com a volta das operações de grande parte das empresas, reavaliamos mais uma vez o cenário e vimos um desafio ainda maior, no âmbito dos estragos provocados pela covid-19: a recuperação econômica e social de Pernambuco e do Grande Recife.

Quais os principais objetivos?

Nosso objetivo é contribuir para a construção de um presente e futuro melhores para os pernambucanos, o que exigirá esforços planejados e continuados por vários anos e até décadas. Nosso propósito é o enfrentamento desses desafios, com o engajamento de toda a sociedade, visando construir, por meio do diálogo, uma metrópole e um estado mais modernos, inclusivos e diversos. Queremos começar esse trabalho pela Região Metropolitana do Recife, que ao longo do tempo vem sofrendo um processo de desconstrução do planejamento metropolitano, e expandir progressivamente para o estado.



Avelar Loureiro Filho

Quem são os participantes?

A Associação dos Shoppings Centers (Apesce) iniciou a articulação que viria se transformar no MPP. O marco foi o dia 18 de maio de 2020, quando a iniciativa ganhou a adesão da Fecomércio-PE e da Federação dos Clubes de Dirigentes Lojistas (FCDL), dando início ao Movimento Pró-Pernambuco. Hoje, reunimos 32 entidades de classe como ABIH, Ademi, Abrasel, Aspa, Apes, Amcham, Abeoc, Fiepe, Fenabreve, Lide, Sinduscon, Sindaúcar, Sinapro, Sindhosp e muitas outras dos mais diversos setores.

É possível gerar um planejamento eficaz das atividades econômicas aliadas ao plano do governo estadual?

Sim, é possível. Todos nós temos interesses convergentes e o que precisamos é focar neles. Queremos um melhor padrão de vida para todos, cidades melhores e acolhedoras, melhores condições para os negócios, melhores mobilidade, saneamento, educação e habitação. As divergências resolvemos depois.

O estado está preparado para a retomada das atividades, na sua avaliação?

O Governo do Estado de Pernambuco tem realizado um processo de retomada das atividades bastante conservador em relação aos demais estados brasileiros. Nossa curva epidemiológica tem sido uma das que mostram maior consistência de queda em todo o país. Achemos que, devido a esse fato, estamos mais aptos para a consolidação de um processo de recuperação econômica. Isso foi fruto de um trabalho científico e negociado com o setor produtivo do qual o MPP é um dos maiores representantes. Acreditamos que podemos avançar mais seguramente para a liberação das atividades de ensino e os eventos e equipamentos de lazer que tenham controle e não envolvam um público maior que 500 pessoas. Esse será o novo normal até a chegada de uma vacina confiável. ■



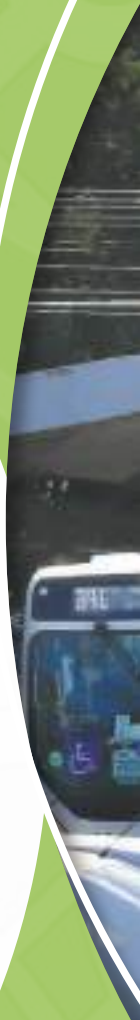


Fecomércio e Você

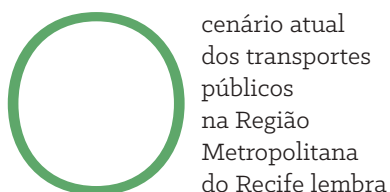
Por Marina Vilela

PESQUISA TRAÇA PERFIL DO USUÁRIO DO TRANSPORTE PÚBLICO NA RMR NA PANDEMIA

Cuidados, os motivos do deslocamento e anseios dos usuários de ônibus e metrô no período de flexibilização das atividades econômicas foram avaliados pela Fecomércio-PE







cenário atual dos transportes públicos na Região Metropolitana do Recife lembra

o dia a dia do pernambucano antes da pandemia do novo coronavírus. Atrélada ao avanço na flexibilização das atividades sociais e econômicas, está a circulação nas ruas. Segundo pesquisa da Câmara dos Dirigentes Lojistas do Recife (CDL), em 2019, 70% dos consumidores e dos comerciantes do Centro do Recife utilizavam o transporte público para locomoção. E foi pensando no pernambucano que a Fecomércio realizou uma pesquisa para mapear o perfil do usuário do transporte público de passageiros na RMR neste momento.

“Entendemos que a pandemia ainda está presente no estado. Mesmo com as taxas de infecção em queda, precisamos continuar contribuindo da melhor maneira possível com soluções eficientes no combate à covid-19 e repensando, especialmente, o cenário crítico na utilização dos transportes públicos em meio à atual conjuntura. Esperamos, com a pesquisa, dar subsídios para melhores práticas de política de Estado, na qual será possível planejar medidas mais seguras na locomoção dos usuários de transporte público no Grande Recife”, explica Bernardo Peixoto, presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE.

O levantamento, divulgado pela entidade no início de setembro, auxilia os executores de políticas públicas com importantes informações e proporciona a criação de protocolos de saúde e ações que visem à proteção dos trabalhadores e consumidores que utilizam o meio público de transporte. Os resultados mostram dados importantes para entender as medidas de segurança adotadas pelos usuários de transportes, as maiores dificuldades neste momento de pandemia em relação aos ônibus, os principais motivos para o uso do meio público de deslocamento, horários de início e final de expediente, o porquê de utilizar o transporte coletivo no horário de maior fluxo, além de quais tipos de serviços buscados e os segmentos procurados no momento do consumo.



O coordenador da pesquisa e economista da Fecomércio-PE, Rafael Ramos, pôde concluir com o levantamento que o usuário faz sua parte e se protege como pode, mas esbarra em problemas estruturais. “A ampla divulgação dos meios de proteção, máscaras e álcool; a atual superoferta, que barateou o seu custo, e as campanhas de distribuição gratuita desses itens contribuíram para a alta adesão no combate à covid-19. Contudo, as demais maneiras de proteção, como o distanciamento social, esbarram em questões mais estruturais e de difícil expansão a curto prazo, como, por exemplo, a frota de veículos disponível para o transporte público”, explica.

Dos entrevistados na pesquisa, 97% afirmaram que utilizam a máscara para proteção quando estão no ônibus ou metrô. Na proteção individual, o público feminino se destaca ao utilizar mais a máscara junto com o álcool em gel quando comparado ao masculino.

A pesquisa foi realizada com 1.405 pessoas, entre os dias 18 e 31 de agosto, em quatro Terminais Integrados da RMR: TI Recife, na área central da capital que recebe usuários das Linhas Centro e Sul do metrô; TI Pelópidas Silveira, em Paulista, TI Xambá; em Olinda; e TI Camaragibe, em Camaragibe.



Entendemos que a pandemia ainda está presente no estado. Mesmo com as taxas de infecção em queda, precisamos continuar contribuindo da melhor maneira possível com soluções eficientes no combate à covid-19”

Bernardo Peixoto

Horários e deslocamento na RMR

O deslocamento dos trabalhadores e usuários que buscam serviço ou consumo no Grande Recife tende a ser escalonado.

Os dados da pesquisa indicam que, para comprar produtos, o maior fluxo de pessoas está na faixa de horário das 9h às 10h59. Para os serviços, o maior percentual de utilização na ida para o Centro encontra-se das 10h às 10h59. Já os trabalhadores têm a maior utilização dos transportes entre 6h e 8h59, com o pico de utilização dos transportes no fim do expediente ocorrendo na faixa entre 18h e 18h59.

Segundo os usuários, o maior ponto negativo, entre as principais dificuldades que o período vem ocasionando na utilização dos

transportes públicos, é o tempo de espera entre as viagens, seguido da superlotação dos ônibus e redução das linhas. Das 6h às 7h59, a dificuldade mais apontada na pesquisa foi a superlotação dos ônibus, enquanto as dificuldades referentes à redução das linhas e de tempo maior de espera tomam a ponta nos horários a partir das 8h. “Os dados apontam a necessidade de uma quantidade maior de ônibus nos dois primeiros horários, visto que a falta dos veículos cria aglomeração devido à superlotação”, comenta Rafael Ramos. O principal motivo para a utilização do transporte público no horário de aplicação da pesquisa, entre 6h e 10h e entre 17h e 20h foi o trabalho.





Escalonamento

Apontado como uma possível solução para superlotação, o escalonamento foi uma das primeiras propostas a surgir para organizar o fluxo de passageiros na RMR. O levantamento da Fecomércio-PE e a experiência de representantes de diversas cadeias produtivas colocam em dúvida os benefícios da proposta. A fragmentação no deslocamento do trabalhador no Centro do Recife aparece nos números da pesquisa: 56% dos que trabalham no comércio de rua informam que o iniciam entre 8h e 9h59; 63% dos que trabalham em shopping, entre 9h e 10h59; na indústria, 52% na faixa das 6h às 7h59; e nos serviços, entre 7h e 8h59.

Já o percentual do horário do fim de expediente para todas as atividades está entre 18h e 19h50.

Para o presidente do Movimento Pró-Pernambuco (MPP), Avelar Lourenço Filho, a pesquisa tem conclusões interessantes que reforçam boa parte do que o MPP vem afirmando, como a ineficácia do escalonamento. “Como bem comprovou o levantamento, já existe um escalonamento natural dos setores. Soluções como mudanças no horário de pico são utópicas e ineficazes. O problema é estrutural e diz respeito aos modais de transporte inadequados no estado”, avalia.



Em nosso estudo, percebemos que 70% dos consumidores e dos comerciantes que vão ao centro utilizam o transporte público para locomoção”

Fred Leal



Para avaliar o impacto do nosso segmento nos transportes públicos do Centro, o governo liberou o setor da construção civil uma semana antes das demais atividades. O resultado foi que temos um impacto mínimo nesse meio de locomoção”

Érico Cavalcanti



Além da grande aderência ao transporte individual, os profissionais do setor, por regulamentação da categoria, chegam nas obras antes das 7h, pois precisam tomar café da manhã no local de trabalho, e encerram as atividades às 17h. A alteração desse horário não é viável para o segmento que precisa da luz solar para funcionar”

Gildo Vilaça Filho



Realizamos sondagens periódicas para avaliar a satisfação do usuário. Já mapeamos os principais problemas citados pelos passageiros, que são o tempo de deslocamento e espera, a superlotação e a segurança”

Marcelo Bandeira

Iniciativa dos setores produtivos de Pernambuco para o retorno à normalidade da economia pós-covid-19, o MPP atualmente congrega mais de 30 entidades de classe representativas dos segmentos de indústria, comércio, serviços e de profissionais liberais, entre elas a Fecomércio-PE. Outra entidade que faz parte da iniciativa é a Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife (CDL Recife). O diretor da CDL Recife, Fred Leal, concorda com o apontamento do presidente do MPP e reconhece a importância do transporte público. “Em nosso estudo percebemos que 70% dos consumidores e dos comerciantes que vão ao Centro utilizam o transporte público para locomoção. Mas um escalonamento não tem muito efeito no cenário atual, pois no Centro, o comércio abre a partir

das 9h; nos bairros, mais cedo; nos shoppings, às 10h. Já é natural essa variação do pico para o setor”, comenta Fred.

O Movimento Pró-Pernambuco ainda é formado por entidades do setor de construção civil, como a Associação das Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi-PE) e o Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sinduscon-PE). “Fomos impactados com mais de 75 dias de paralisação das atividades, por conta da pandemia. Para avaliar o impacto do nosso segmento nos transportes públicos do Centro, o governo liberou o setor da construção civil uma semana antes das demais atividades. O resultado foi que temos um impacto mínimo nesse meio de locomoção”, explica o presidente do Sinduscon-PE, Érico

Cavalcanti. No estudo realizado, segundo ele, os trabalhadores do setor representaram 3% dos que estavam rodando no Grande Recife.

Corroborando com esse ponto, a Ademi-PE realiza pesquisas internas, nas quais foi constatado que a maioria dos trabalhadores utiliza moto, bicicleta, carro ou se desloca a pé. “Além da grande aderência ao transporte individual, os profissionais do setor, por regulamentação da categoria, chegam nas obras antes das 7h, pois precisam tomar café da manhã no local de trabalho, e encerram as atividades às 17h. A alteração desse horário não é viável para o segmento que precisa da luz solar para funcionar”, ressalta Gildo Vilaça Filho, presidente da Ademi-PE.

Recepção da pesquisa

O Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros de Pernambuco (Urbana-PE) recebeu o levantamento da Fecomércio-PE e vem dialogando com entidades dos setores econômicos para entender as diversas reivindicações e queixas. O diretor de Inovação da Urbana-PE, Marcelo Bandeira, conta que algumas informações levantadas na pesquisa já eram de conhecimento do sindicato. “Realizamos sondagens periódicas para avaliar a satisfação do usuário. Já mapeamos os principais problemas citados pelos passageiros, que são o tempo de deslocamento e espera, a superlotação e a segurança”.

Em relação ao escalonamento, a Urbana informa que ainda não existiu uma mudança de horário efetiva nos moldes que o sindicato planejou. De fato, nem todas as atividades começam no mesmo momento, mas ainda há

uma grande concentração em uma pequena faixa de horário. Segundo Marcelo, uma proposta deve ser articulada e debatida em comum acordo com todos os setores econômicos, com comércio, serviços, indústria, construção civil, escolas, serviço público, entre outros. Mas as mudanças não devem ser radicais, em alguns casos, uma alteração de 30 a 40 minutos deve ser suficiente.

“Precisamos sentar à mesa com todos esses setores e entender o que faz sentido para eles. Se dialogarmos, talvez seja possível destruir esses gargalos que existem, em prol do funcionamento da sociedade. Pois, além de benéfico para os passageiros de ônibus, por tabela, o escalonamento proporciona uma circulação dos automóveis mais fluida. Quando as atividades econômicas são reguladas, todos passam

a usufruir dessa adaptação. Os congestionamentos tendem a melhorar, dessa forma”, indica Marcelo.

O diretor de Inovação da Urbana sinaliza com a promessa de uma pesquisa complementar da Fecomércio-PE. O objetivo desse novo levantamento é construir uma proposta em conjunto, de impacto mínimo ao setor produtivo e sem imposições. “Se um passageiro obtiver uma redução no valor da passagem por utilizar o transporte fora do horário do pico, será que isso poderia afetar a sua decisão no deslocamento? E, para os consultórios médicos, será que faria muita diferença para eles abrirem às 10h em vez das 8h? Então testaremos essas elasticidades para avaliar e planejar um escalonamento que possa atingir minimamente o setor produtivo e ser benéfico a todos”, reforça Marcelo Bandeira. ■

Horários de maior fluxo nos transportes



Para comprar produtos:
das 9h às 10h59.



Para os serviços:
das 10h às 10h59.



Para trabalhadores em geral:
das 6h e 8h59 e, no fim do expediente, entre 18h e 18h59.



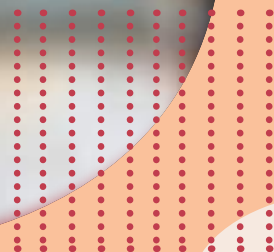
Negócios em Alta

Por Heitor Nery e Ícaro Ferreira

UMA OPORTUNIDADE PARA GANHAR O MUNDO

Alta do dólar frente ao real e momento econômico aumentam competitividade dos produtos brasileiros no exterior. Especialistas dão dicas para os primeiros passos na exportação

Exportar nunca foi tão atrativo para os empresários brasileiros. Com a alta do dólar, os produtos nacionais podem aumentar sua competitividade lá fora, sendo uma possibilidade para aqueles que buscam ampliar seus negócios e sua fonte de renda. Um movimento que pode ser seguido não só pelos grandes empresários, mas também pelas pequenas e médias empresas do país.





“
Tinham muitas empresas
anunciando, fórmulas
brasileiras, de cosméticos,
mas produzidas em outros
países, como Itália e Estados
Unidos. No entanto,
poucos estandes
realmente brasileiros”

Marcelle Sultanum

Um exemplo aqui em Pernambuco é o da Rishon Cosméticos. Fundada em 1986, a empresa começou a apostar nas vendas para o exterior em 2012, exportando produtos como escova progressiva, shampoo e hidratação. Uma ideia que surgiu após verificar uma demanda por produtos brasileiros em feiras no exterior.

“Em 2010, a gente esteve em uma das principais feiras de cosméticos do mundo, a Cosmoprof Bolonha. O conceito brasileiro, mostrando a grande quantidade de produtos que utilizamos para cuidar dos nossos cabelos, estava em alta na ocasião. Tinha muitas empresas anunciando, fórmulas brasileiras, de cosméticos, mas produzidas em outros países, como Itália e Estados Unidos. No entanto, poucos estandes realmente brasileiros. Dois anos depois, montamos um estande nessa mesma feira e, de lá, já começamos a ter pessoas interessadas em nossos produtos”, conta a empresária Marcelle Sultanum.



A Marie Mercié está atenta às oportunidades que possam capilarizar a marca em todo o mundo. Com o poder de compra maior do dólar, acreditamos que até o final de 2020, vamos alavancar em 10% as exportações ante 2019”

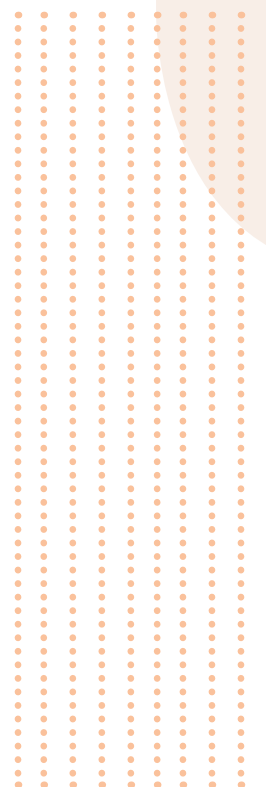
Mércia Moura

De acordo com Marcelle, as exportações ainda representam menos de 10% do faturamento da empresa, percentual que ela pretende ampliar nos próximos anos. A presença em outros lugares do mundo, no entanto, oferece um forte ganho de marketing para a marca. Até o momento, a Rishon já alcançou consumidores em países como África do Sul, Líbia, Inglaterra, Itália e Estados Unidos. “O importante para o empresário é começar. O feito é melhor do que perfeito. Procure os programas do governo, que facilitam e vão ajudar a tirar dúvidas, tanto para entender a melhor logística para o seu negócio quanto para ter uma melhor noção dos passos para entrar nesses mercados”, aconselha.

Foi também com a participação em feiras internacionais que a Marie Mercié deu seus primeiros

passos na exportação de seus produtos. Em 2019, após a participação no Who's Next, feira do ramo de moda realizada em Paris e uma das principais do mundo, a empresa recebeu encomendas de cerca de 3 mil peças para países como França, Inglaterra, Irlanda, Grécia, Estados Unidos e Japão. Um número baixo em comparação ao que a empresa produz, mas que representou a possibilidade de começar a colocar os pés em um território que ainda não havia sido explorado pela marca.

“A Marie Mercié está atenta às oportunidades que possam capilarizar a marca em todo o mundo. Com o poder de compra maior do dólar, acreditamos que até o final de 2020, vamos alavancar em 10% as exportações ante 2019”, afirma a estilista e proprietária da marca, Mércia Moura.





De olho nos números e nas oportunidades



**A gama de mercados
e produtos que as
empresas brasileiras
podem atingir é
quase ilimitada”**

Sérgio Castro

O momento econômico influencia positivamente na atratividade da atividade exportadora. Para efeito de exemplo, de acordo com dados do Ministério da Economia, a balança comercial brasileira apresentou, em julho, o maior superávit para um mês desde o início da série histórica, em 1989, com um saldo positivo de US\$ 8,06 bilhões. Para Sérgio Castro, economista, consultor de mercados e diretor do grupo OPorto Forte, ainda há um potencial grande a ser explorado. “A gama de mercados e produtos que as empresas brasileiras podem atingir é quase ilimitada”, comenta.

Olhando para o recorte local, de acordo com dados disponíveis no estudo Pernambuco - Perfil e Oportunidades de Exportações e Investimentos 2019, da Apex Brasil, os maiores mercados de exportação do estado são a Argentina, os Estados Unidos, a Holanda e o México.

O especialista, entretanto, deita luzes sobre novas possibilidades de investimento. “Podemos apontar a África, a União Europeia e o Oriente Médio como mercados de maior probabilidade de atração e aceitação dos produtos e serviços brasileiros”, afirma Sérgio Castro.

A exportação aparece como uma oportunidade de diversificar o público consumidor, obter acesso a novas matérias-primas, técnicas e serviços. “O principal e mais importante fator é a decisão de atuar internacionalmente e vencer o mito das dificuldades de internacionalizar”, encoraja o economista. Nesse contexto, as empresas podem buscar o processo diretamente, em conjunto, com o auxílio de intermediários (*trading companies*) ou oferecendo os seus produtos como serviço agregado a players que já atuam em mercados internacionais.



Pensando em oferecer soluções para a preparação de empreendedores, empresas e profissionais para a entrada nos mercados internacionais, a Faculdade Senac Pernambuco (FacSenacPE) sintoniza seu portfólio ao segmento de internacionalização. Em 2020, as novidades foram o webinar “A Internacionalização de Micro, Pequenas e Médias Empresas de Produtos e Serviços” (agosto) e o curso de extensão “Economia Mundial: Oportunidades nos Mercados Externos” (outubro/novembro).

Ambas as formações aconteceram em parceria com o grupo português OPorto Forte, referência internacional em qualificação profissional, com mais de 27 anos de atuação nos mercados internacionais. “O currículo é inovador e será conduzido por professores e executivos internacionais com notoriedade em diversos

mercados. É uma proposta que desponta no contexto educacional pernambucano como ação ousada e calcada nos contextos atuais” destaca o coordenador de Pós-Graduação, Extensão, Pesquisa e Inovação da FacSenac, Jobson Alves.

Para 2021, a agenda evoluirá com o MBA em Internacionalização, voltado para executivos e profissionais que desejem impulsionar as suas carreiras em nível internacional. A duração da formação é de 15 meses, e o início está previsto para 26 de fevereiro de 2021. “Enxergamos a nossa missão de oferecer uma qualificação de alto nível para fortalecer o arranjo produtivo pernambucano, especialmente quando falamos em relação ao contexto econômico atual, que, perpassado pelas tecnologias, mostra-se cada vez mais globalizado”, pontua Carlos Calado, diretor da FacSenacPE. ■



“
É uma proposta
que desponta no
contexto educacional
pernambucano
como ação ousada
e calcada nos
contextos atuais”

Jobson Alves



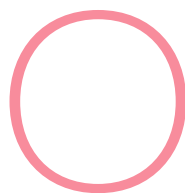
Especial

Por Erika Travassos

FECOMÉRCIO-PE PROMOVE DEBATE COM PREFEITURÁVEIS DO RECIFE



Participaram da primeira edição da iniciativa os cinco candidatos mais bem posicionados nas pesquisas e com representatividade no Congresso Nacional



I Debate com Prefeituráveis do Recife para as eleições de 2020, promovido pela Fecomércio-PE,

em parceria com o Movimento Pró-Pernambuco (MPP), deu ao eleitor recifense a oportunidade de conhecer melhor os candidatos participantes e saber quais suas propostas, principalmente para o segmento do comércio de bens, serviços e turismo. Também foram debatidos temas voltados para planejamento urbano, mobilidade e outros setores produtivos do Recife.

As sabatinas aconteceram de 05 a 09 de outubro e foram transmitidas ao vivo no canal da Fecomércio-PE no YouTube. Coronel Feitosa (PSC), João Campos (PSB), Mendonça Filho (DEM), Delegada Patrícia (Podemos) e Marília Arraes

(PT) responderam a perguntas feitas pelo presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto, e pelo presidente do MPP, Avelar Loureiro Filho. A jornalista Patrícia Raposo, da CBN Recife, foi a mediadora

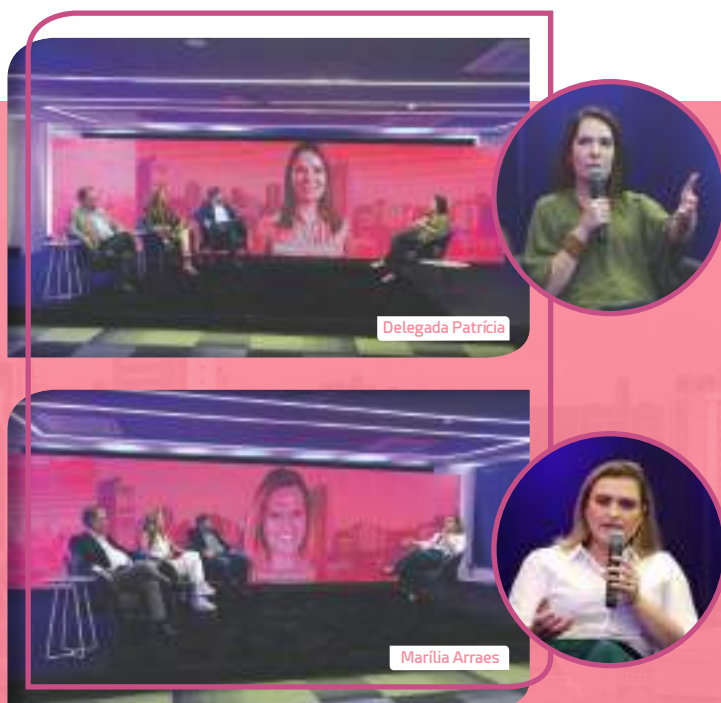
“Nosso objetivo foi promover conversas de caráter propositivo, com defesa de ideias e propostas para ajudar o eleitor a decidir-se de forma consciente e com transparência. Os debates foram bastante esclarecedores e tiveram ótima repercussão”, afirma Bernardo Peixoto. A iniciativa também foi bem avaliada pelo presidente do MPP. “Fico feliz com esses debates. Discutimos ideias, o Recife, a Região Metropolitana, a complexidade dos assuntos que envolvem essa gestão. É com diálogo que vamos encontrando as soluções”, reforça Avelar Loureiro Filho.



O primeiro dia de sabatina foi com o Coronel Feitosa. O candidato do PSC defendeu a geração de emprego e renda, aliada a uma qualificação profissional que aconteça próxima às áreas de moradia. “Nós temos que fazer isso, ao meu entender, observando as vocações locais e a necessidade do mercado de trabalho”, analisou o Coronel Feitosa. Além disso, ele prometeu fazer arranjos produtivos, fomentar parcerias com instituições educacionais para a ampliação dessa qualificação e, consequentemente, a geração de emprego. Se eleito, comprometeu-se a estimular a construção civil com empreendimentos privados, discutir o Plano Diretor da cidade com o setor produtivo e fomentar o turismo de negócios durante a semana assim como o da promoção de eventos aos fins de semana.

No segundo dia, foi a vez de João Campos (PSB), que focou em educação profissional, formalização e empreendedorismo. “A gente anunciou recentemente a proposta de criar o maior programa de microcrédito, de crédito popular, que a cidade já viu. Com R\$ 3 mil uma pessoa pode empreender. Quatro meses de carência e 12 meses para pagar, com uma taxa de 0,99%, e a prefeitura podendo pagar a última parcela.” No seu plano, pretende atuar em três eixos centrais: ampliação do número de creches, alfabetização na idade certa e profissionalização do estudante para ingressar no mercado de trabalho. João Campos pontuou também sobre o Centro do Recife e sobre modelos de revitalização. “Isso tem que ser discutido com todo mundo, da preservação do patrimônio a quem vai fazer o investimento”, ressaltou o candidato do PSB.

Mendonça Filho (DEM) foi o convidado do terceiro dia. Com foco na educação, ele prometeu gerar mais de 10 mil vagas em creches, mediante convênios. Para o ensino fundamental, a introdução de escolas em tempo integral e melhorar o acesso à internet para os estudantes. Ele também falou da intenção de uma parceria com o Senac para fomentar a educação profissional, que, de acordo com Mendonça Filho, “é o passaporte para que o jovem e o de meia idade possam ter chance de melhor remuneração e melhores ganhos no mercado de trabalho”. Sobre o turismo, disse ser necessário investir no de lazer e recuperar áreas de visitação, como o Bairro do Recife. E estabelecer políticas de território estratégicas, debates com o setor imobiliário e produtivo e preservação do patrimônio histórico. Ele adiantou que tem o projeto de levar uma unidade do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) para o Bairro do Recife.



No quarto dia, foi a vez de escutar a Delegada Patrícia (Podemos). A candidata pretende fazer uma reforma administrativa, com a redução de 20% das pastas e de cargos comissionados. “Vamos tornar a máquina pública mais enxuta, porém moderna, econômica e eficiente. Poder fazer mais com menos recursos”, afirmou a Delegada Patrícia. Ela prometeu firmar parcerias público-privadas e investir na educação profissional, sobretudo nas áreas de tecnologia. Destacou o projeto Cidade Delas, voltado para a saúde, valorização e oportunidades para as mulheres e investimentos na primeira infância. Sobre a mobilidade, quer municipalizar o sistema de transporte público de passageiros e focar no plano cicloviário, com instalação de “ciclofaixas funcionais, que interliguem os principais bairros da cidade”.

Marília Arraes (PT) encerrou a rodada. Ela destacou os entraves que o empresário encontra no atendimento público e quer firmar parcerias e fomentar diálogos com os setores produtivos e com o Poder Legislativo para compilar leis e “simplificar o acesso de quem quer empreender na cidade, diminuir a burocracia e utilizar a informatização”, além de rediscutir o Plano Diretor, que, segundo ela, “como está posto, está desagradando a todo mundo”. Sobre as contas públicas e os déficits orçamentários, afirmou ser preciso repensar serviços que hoje seriam desorganizados. No turismo, afirmou faltar segurança, infraestrutura e falou em “arrumar a cidade”. Prometeu fazer reforma administrativa e trabalhar com a equipe de transição “para já entrar janeiro com, no mínimo, 20% da máquina enxuta em termos de cargos comissionados” e rever a folha dos terceirizados.

A importância do diálogo e de entender o que a sociedade quer e necessita foi ressaltada pela jornalista Patrícia Raposo, que mediou os debates. “A construção de uma cidade melhor passa pelo diálogo, pela compreensão das necessidades de todos os cidadãos. Ao que se eleger, que faça um governo justo, com um olhar amplo sobre a sociedade”, afirmou a jornalista. Os candidatos participantes foram os mais bem posicionados nas pesquisas de intenção de voto e possuem partidos com representatividade no Congresso Nacional. Todas os debates estão disponíveis no canal da Fecomércio-PE no YouTube. ■

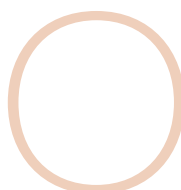




Economês

Por Rafael Ramos

A COVID-19 E O MERCADO DE TRABALHO FORMAL



s analistas de mercado estimavam, no final de 2019, projeções extremamente otimistas para o ano de 2020. Esperava-se crescimento econômico acima de 2%, valor que não é registrado em nível nacional desde 2013, justificado por um nível de investimento elevado e uma taxa de juros historicamente baixa.

Com esse cenário mais positivo, a expectativa para geração de empregos formais girava em torno de 1 milhão de novos postos de trabalho em todo o país. O estado de Pernambuco acompanhava esse movimento, com projeções no mesmo sentido, visto que o PIB pernambucano apresentava crescimento superior ao nacional, consequentemente, teria reflexo na criação de empregos.







Mas, com a chegada da covid-19, ainda no primeiro trimestre do ano, as projeções foram alteradas. Uma onda de readequações de expectativas tomou conta do mercado, como apontaram os relatórios de conjuntura do estado realizados pelo Instituto Fecomércio-PE, em parceria com o Sebrae, puxando as projeções de grande parte das variáveis, como taxa de desemprego, PIB, volume de vendas e produção, para níveis negativos históricos. O mercado de trabalho já começou a responder aos impactos negativos em março, com alta expressiva das demissões, que puxaram uma alta de mesma intensidade nas solicitações do seguro-desemprego.

Em março, o saldo negativo de empregos formais em Pernambuco saltou para -28.533, ante o fechamento de 335 postos de trabalho no mês anterior. Esse resultado teve como protagonista o setor industrial, que fechou 11.900 vagas apenas em março. O mês de abril seguiu o mesmo ritmo de cortes e alcançou saldo negativo de -27.254 postos de trabalho com carteira assinada. A partir de maio, os números ficaram menos intensos apesar de ainda negativos. Vale destacar que a resposta da economia foi mais veloz do que a esperada, o que remodelou as expectativas negativas e seguiu parte dos empregos.



Além disso, ações do governo federal, como o auxílio emergencial e o FGTS emergencial, que em Pernambuco injetaram mais de R\$ 7 bilhões em cinco meses, conseguiram atenuar a queda do consumo e reduziram os impactos negativos nos empregos do setor do comércio e serviços.

Assim como programa BEM (Benefício Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda), que realizou 736 mil acordos de suspensão e redução de carga horária, salvou 376.670 empregos formais em Pernambuco.

O segundo semestre já se mostra bem diferente, visto que o mês de julho apresentou o primeiro saldo positivo do ano. As projeções já são menos negativas que as verificadas no início da pandemia, o que acaba criando uma expectativa de recuperação do mercado de trabalho mais rápida. O mês de setembro inicia a safra da cana-de-açúcar, criando vagas na agricultura e na indústria. Já em outubro começam as contratações temporárias para o comércio, criando assim um momento menos penoso para o mercado de trabalho pernambucano. ■

**Rafael Ramos, economista
da Fecomércio-PE .**



Rafael Ramos



Gestão
Inovadora

Por Ananda Cavalcanti

COMUNICAÇÃO, INOVAÇÃO E CONQUISTAS PARA ASSEGURAR O FUTURO





Sindilojas Recife tem informação, tecnologia e serviços como bandeiras

A importância dos sindicatos não se discute. E, em meio à pandemia, as entidades tiveram papel decisivo e apoiador aos seus associados. Existente há 70 anos, o Sindicato dos Lojistas de Bens e Serviços do Recife (Sindilojas) apostou na comunicação para informar sobre as causas defendidas, para esclarecer e amparar o setor nesses tempos difíceis.

“Intensificamos um canal de comunicação direta com o lojista para que atualizações sobre as medidas definidas pelo governo fossem repassadas. Geramos muitos conteúdos esclarecedores e os apresentamos em lives. Essas foram muitas e sempre traziam assuntos relevantes, tiravam

dúvidas e ajudavam os lojistas que tentavam sobreviver naquele momento”, acrescenta Mário Mawad, diretor de Produto e Serviços da instituição.

Mas, antes das lives, existiram as lutas e essas, claro, tomaram proporções muito maiores durante a crise. O sindicato trabalhou muito no assessoramento jurídico do setor, aconselhou, diante das novas determinações que surgiram por meio do decreto de calamidade pública, fechou parceria com a Fecomércio-PE para entendimento e cumprimento dos protocolos para a retomada das atividades econômicas. Sem falar nas várias interações junto aos governos e às administrações de shopping centers. “Interferimos nas negociações de situações coletivas, com a Celpe e segurança pública, por exemplo”, informa Mário.



Intensificamos um canal de comunicação direta com o lojista para que atualizações sobre as medidas definidas pelo governo fossem repassadas. Geramos muitos conteúdos esclarecedores e os apresentamos em lives”

Mário Mawad



Histórico de conquistas e relevância para o futuro

Durante toda a trajetória de consolidação e representação dos comerciantes locais junto à sociedade civil, o Sindilojas carrega o respeito da comunidade e expõe conquistas que visam tanto o lado laboral, quanto o patronal. “Nós intercedemos na relação do governo estadual e municipal, acompanhando determinadas leis que, possivelmente, possam prejudicar o lojista. Para isso, temos uma gestão de acompanhamento legislativo atuante com objetivo de expor nosso pensamento, discutir e opinar para que decretos e leis, ao serem sancionados, nos representem ou até consigamos demovê-los”, afirma o presidente da entidade, Frederico Leal, à frente do sindicato há 20 anos.

No dia a dia, o Sindilojas intermedeia desde a comunicação entre os lojistas e os órgãos públicos até regras de convivência entre empregados e empregadores. “Recebemos alguns questionamentos sobre iluminação, limpeza e segurança, por exemplo. Entramos em contato com os órgãos

responsáveis, pois temos bons relacionamentos e abertura, para buscar resolver ou amenizar o problema”, comenta.

O sindicato também investe na inserção dos comerciários no mundo digital, fator determinante para a sobrevivência de qualquer negócio. “As novas tecnologias facilitaram os levantamentos fiscais. Fornecemos muitas orientações sobre esse assunto e sempre apresentamos, a todos, a Compliance Tributário, plataforma na qual qualquer lojista pode verificar e reaver judicialmente ou administrativamente pagamentos de tributos”, acrescenta Mário Mawad.

Ainda de acordo com o diretor, os desafios da gestão do sindicato são entrelaçados. “A sustentabilidade financeira do Sindilojas e dos lojistas é o maior percalço no momento. Mas, estamos ainda mais juntos, cada um de um lado, o Sindilojas sendo relevante e os lojistas percebendo essa importância para o seu negócio. Assim seguiremos”, realça. ■



Nós intercedemos na relação do governo estadual e municipal, acompanhando determinadas leis que, possivelmente, possam prejudicar o lojista”

Frederico Leal





Uma saudade chamada VIAJAR!

Vem viajar com o Sesc

Informações:

81 3421.5054

sescpe.org.br

turismo@sescpe.com.br

CÂNION DO RIO SÃO FRANCISCO-SE

Siga-nos!




Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

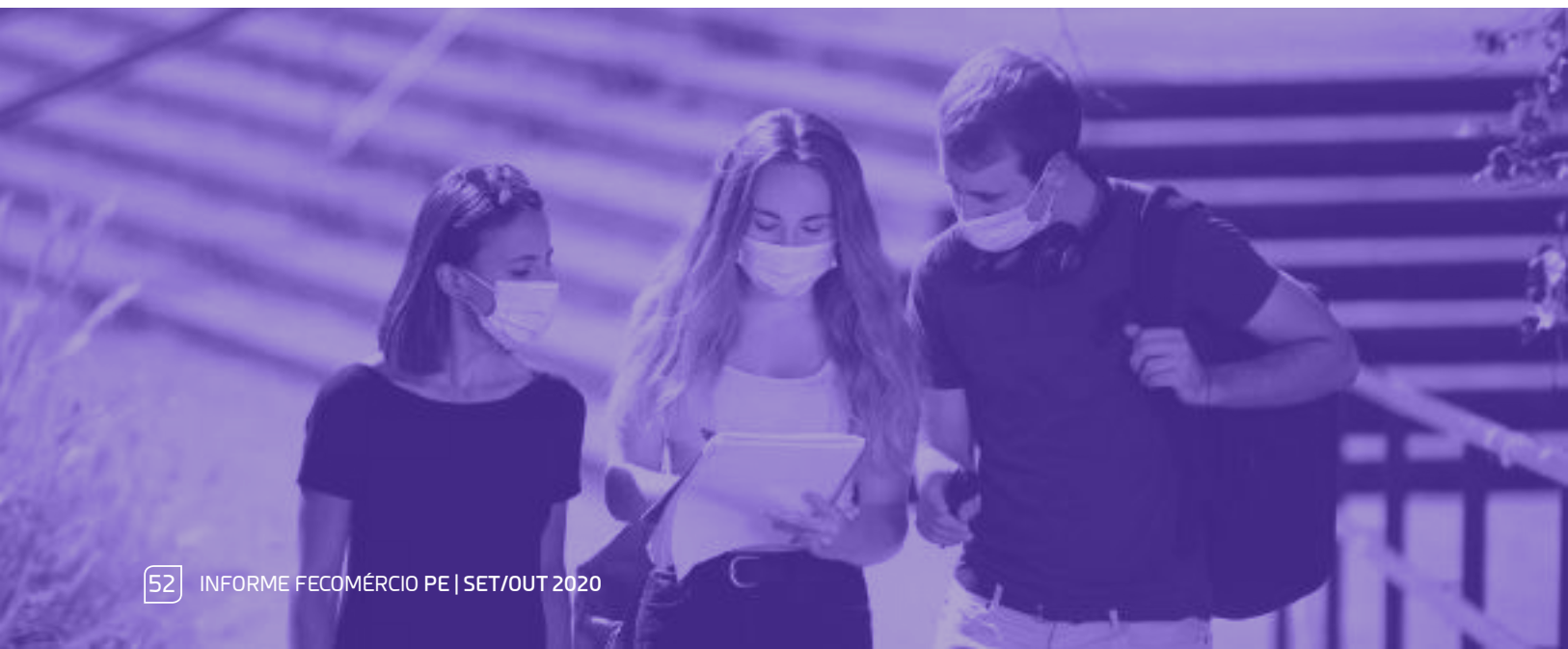




Com Gosto de Saber

Por Carlos Calado

EDUCAÇÃO POR APROXIMAÇÃO



Não é de se estranhar a ansiedade para que a vida volte ao normal em um país que contabiliza mais de seis meses de isolamento social. Quando chancelada pelas autoridades e ancorada no rigor sanitário e no bem-estar coletivo, o retorno às saudosas rotinas será uma boa notícia; mas nem de longe um indicativo de normalização. “É preciso estar atento e forte”, alertavam Gil e Caetano, a quem peço licença para acrescentar, e juntos.

Se é fato que no processo de retomada das atividades há falhas a serem corrigidas e práticas que podem ser aperfeiçoadas, é improdutivo apenas apontar para as deficiências. É preciso ir além, aproximar-se e oferecer suporte com aquilo que você sabe fazer de melhor. Por isso mesmo, é com orgulho de poder possibilitar avanços e melhorias que a Faculdade Senac Pernambuco, juntamente com o Sebrae, oferecerão gratuitamente o Programa Adapta Comércio para 300 negócios de todo o estado.



Por meio do projeto, o Senac, que desempenha há mais de 70 anos um papel vertebral na formação profissional da população do estado, levará sua expertise por meio de consultorias direcionadas a pequenos, médios e grandes empreendedores do segmento do comércio. Na cartilha de conteúdo, uma densa orientação em torno dos protocolos, além

da implementação de medidas preventivas e de gestão de riscos nesses estabelecimentos. Na linha de frente, uma equipe multidisciplinar de consultores e especialistas da Faculdade Senac atuará de forma remota por um período de 60 dias com metodologia dinâmica, interativa e focada em resultados.



Entre julho e agosto, por meio do programa Comércio Seguro, o sistema promoveu mais de 380 horas de conteúdo em torno de transformação digital dos negócios e boas práticas”

Carlos Calado

Serão quatro as fases de trabalho, aberto pelo Diagnóstico e seguido pela elaboração de um Plano de Ação. Com ele, serão desenvolvidas estruturas para a terceira etapa, a Implantação e, por fim, o Monitoramento. Com o entendimento máximo de que não há fórmula isonômica quando o assunto são empresas, e suas dificuldades, a principal força do Adapta Comércio é o caráter de personalização. Não tem receita pronta. As empresas selecionadas serão avaliadas com a particularidade

de suas “dores” e receberão o “tratamento” que melhor servir, dentro de um conjunto de melhores práticas adotadas em diversos setores econômicos durante a retomada de suas atividades.

Não é a primeira vez que o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac se move na direção de amparar o segmento do comércio com educação de qualidade nesta pandemia. Lembremos que, entre julho e agosto, por meio do programa Comércio Seguro,

o sistema promoveu mais de 380 horas de conteúdo em torno de transformação digital dos negócios e boas práticas, prestando assistência a 1.700 comerciantes. Se é objetivo desse conjunto de instituições promover o desenvolvimento e o fortalecimento da atividade comercial em Pernambuco, educação e aproximação são itens mister. ■

Carlos Calado, diretor da Faculdade Senac Pernambuco.



FACULDADE
SENAC
PERNAMBUCO

*Conhecimento
para renovar
o seu negócio*

CURSOS DE
CURTA DURAÇÃO

Investimento
a partir de R\$ 150,00

CURSOS DE
**EXTEN
SÃO**
2020.2

• Economia Mundial: Oportunidades nos
Mercados Externos - 40h

• Alimentação Saudável em
Tempos de Pandemia - 15h

• Introdução ao Design de Interiores:
Fundamentos do Processo Criativo - 15h

• Elaboração de Fichas Técnicas para
Empreendimentos Gastronomicos - 15h

• Massas Frescas Italianas - 15h

• Modelagem e Montagem de Peças
em Alfaiataria - 24h

• Gestão de Inovação com
Métodos Ágeis - 15h

Inscrições e informações
www.faculdadesenacpe.edu.br


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio


Senac



Cursos
on-line



Ferramentas
Google

*Opções de cursos presenciais na
unidade Caruaru. **Confira no site.**

81 3413.6655

0800 281 6756



/senacpe

SOU GRADUAÇÃO SENAC EAD

f /SenacEADoficial

@senaceadoficial

#SouSenacEAD

A Graduação Senac EAD tem
o reconhecimento do mercado? 🤔

Sim, ela é reconhecida e tem toda
a qualidade do Senac. 😊💻😎

INSCREVA-SE JÁ.

ead.senac.br/graduacao

Senac EAD. O mais completo.

