

Informe **FECO MÉR CIOPE**

ANO X | EDIÇÃO Nº 57 | MAI/JUN 2021

42 **No mundo**

Cuidado constante,
pele radiante

48 **Fecomércio e você**

Eventos virtuais para
estar sempre junto

COMO A *Arte Salva* DO CAOS?

20

Histórias de quem encontrou na arte
um refúgio, uma paixão ou até mesmo
um novo trabalho durante a pandemia





A força do empreendedor brasileiro.

Aprenda o novo jeito de fazer negócios. Fale hoje mesmo com o Sebrae.

> CONSULTORIA
> ATENDIMENTO



> CAPACITAÇÃO
> VENDAS ON-LINE



Sebrae
Associação
Brasil

O mundo mudou. E a forma de fazer negócios também. Os empreendedores estão se adaptando e descobrindo ferramentas essenciais para atingir clientes e vender mais. Essa mudança também é para você. Conte conosco.

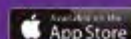


f /sebraepe
@sebraepe
(81) 9 9194 6690

0800 570 0800 • pe.sebrae.com.br



Baixe o APP
do Sebrae





Bernardo Peixoto

Presidente do Sistema
Fecomércio/Sesc/Senac-PE

A VIDA FICA MAIS COLORIDA COM ARTE

As manifestações artísticas são inerentes à pessoa humana. Elas fazem a mente viajar por lugares distantes da realidade e ainda afloram a criatividade. Não é surpresa que hobbies artísticos fizeram parte da vida de muita gente durante a pandemia. Seja como refúgio ou passatempo, a prática faz bem para a saúde mental, por isso o assunto é tema da nossa matéria de capa.

Muita gente passou a se cuidar mais e, junto com o autocuidado, veio um aumento de interesse pela skincare. Médicos alertam para cuidados necessários e destacam quais as principais etapas do procedimento. Também durante os dias de isolamento social, outra tendência que cresceu foi a das dark kitchens, restaurantes que não possuem espaço para receber público, funcionando apenas como delivery.

As restrições aos eventos presenciais na pandemia não impediram que a Fecomércio continuasse a se comunicar remotamente. Foram mais de 30 diferentes lives somente no primeiro semestre de 2021. Durante as medidas restritivas, muita gente evitou os contratos de fidelidade. Você sabia que eles não podem ser a única opção oferecida ao consumidor?

Nesta edição, ainda é possível saber um pouco mais sobre compliance para pequenas empresas, capacitação digital para o mercado de trabalho e as reformas administrativa e tributária, nas colunas assinadas por profissionais do Sesc, Senac e Fecomércio-PE, respectivamente. O Cartão do Empresário traz vantagens ao setor automotivo e o Sindloja Mata Sul mostra sua trajetória de atuação e inovação. Não deixe de conferir nossa entrevista, com Eliete Lima, consultora de recursos humanos e professora de Gestão de Pessoas da Faculdade Senac, sobre vida profissional durante a pandemia.

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
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
dos Santos**
1º Conselho Fiscal Efetivo

**Roberto José França
Fonseca**
2º Conselho Fiscal Efetivo

José Francisco da Silva
3º Conselho Fiscal Efetivo



Expediente

Mai/Jun 2021 | Edição 57

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



20



Capa

Arte como hobby preencheu a vida de cor durante a pandemia



42



No Mundo

Skincare ganha destaque na rotina de autocuidado



48



Fecomércio e Você

Mais de 30 eventos virtuais foram realizados no primeiro semestre de 2021

Cartão do Empresário

6

Vantagens e descontos exclusivos no setor automotivo

Com Gosto de Saber

14

Capacitação tecnológica que faz a diferença

Comércio em Foco

28

Contrato de fidelidade não pode ser única opção do consumidor

Negócios em Alta

38

Número de restaurantes especializados em delivery cresceu durante a pandemia

Em Pauta

10

Reformas frustradas

Ao Seu Dispor

17

Compliance para empresas de todos os tamanhos

Entrevista

34

Eliete Lima fala sobre gestão de carreiras durante a pandemia

Gestão Inovadora

52

Sindloja Mata Sul investe na inovação para continuar atuante



Cartão do Empresário

Por Michele Cruz

PARCERIA AJUDA RETOMADA DO SETOR AUTOMOTIVO EM PERNAMBUCO

Cartão do Empresário proporciona descontos exclusivos para associados e impulsiona vendas de empresas parceiras





S seja por escassez de insumos para montagem e entrega de veículos, dificuldade na reposição de peças nas lojas ou falta de dinheiro circulando no mercado, a pandemia tem trazido muitos desafios também ao setor automotivo nacional. Em Pernambuco, o quadro não é diferente e a necessidade de buscar novas possibilidades para seguir em frente é pujante.

Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), o ano de 2020 acabou acumulando uma baixa na produção de aproximadamente 31,6%, atingindo então o que seria o

menor patamar desde o ano de 2003. No mês de abril, por exemplo, as fábricas ficaram praticamente paradas, o que também colaborou para o enorme decréscimo da produção de novos carros.

A reverberação tem sido sentida até hoje, quando as concessionárias já se animam com as vendas, mas os prazos de entrega continuam elásticos. “As vendas no varejo e de maneira direta estão ficando aquecidas e negócios estão acontecendo, porém acreditamos que somente em setembro os prazos de entrega deverão ser normalizados”, afirma João Carlos Pessoa, gerente-geral das concessionárias Bremen Volkswagen no Nordeste.



As vendas no varejo e de maneira direta estão ficando aquecidas e negócios estão acontecendo, porém acreditamos que somente em setembro os prazos de entrega deverão ser normalizados

João Carlos Pessoa



A indústria de autopeças, após encerrar 2020 com números melhores do que os estimados no início da pandemia, espera resultados positivos para este ano. Mas, não sem esforço e criatividade, já que peças de algumas marcas, principalmente as importadas, também faltam nos estoques de Pernambuco. Em sua projeção mais recente, o Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipecas) estima crescimento de 14,6% no faturamento líquido do setor, que deve chegar a R\$ 142,6 bilhões, ante os R\$ 124,5 bilhões do ano passado, obtidos a partir das vendas para montadoras, reposição, mercado externo e transações intersetoriais. A queda em 2020 sobre 2019, quando a receita ficou em R\$ 150,9 bilhões, foi de 17,6%.

“O mercado como um todo foi muito afetado e vai lentamente se recuperando. Mas, a situação das autopeças foi um pouco minimizada, já que, com o apoio da Assessoria Legislativa da Fecomércio-PE, conseguimos inserir a venda de peças e serviços automotivos no quadro de serviços autorizados a funcionar no estado. Não fechamos para atender as necessidades da população que precisava realizar manutenção veicular e conseguimos salvaguardar um pouco o setor. A ação e a implementação de novas técnicas de vendas, como on-line, a partir de aplicativos, e delivery, ajudaram muitas empresas a seguir”, diz José Carlos de Santana, presidente do Sindicato do Comércio de Auto Peças do Estado de Pernambuco (Sincopercas-PE).



A ação e a implementação de novas técnicas de vendas, como on-line, a partir de aplicativos, e delivery, ajudaram muitas empresas a seguir

José Carlos de Santana

Mais possibilidades

Diante desse cenário, as empresas e sindicatos do setor em Pernambuco não medem esforços para mudar o rumo e acelerar seus negócios e a lembrança de suas marcas em nichos diferenciados. É o caso das revendedoras Bremen e da Chevrolet que viram no Cartão do Empresário uma alternativa a mais para alavancar suas vendas. O cartão é iniciativa da Fecomércio-PE que oferece aos associados descontos e vantagens exclusivos em produtos e serviços do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e de parceiros.

“É mais uma parceria comercial interessante para venda e divulgação de nossa marca. Sem falar que o público do cartão, empresários de Pernambuco, é

muito interessante e tem total sinergia com o nosso negócio”, afirma João Carlos Pessoa. Para os associados do Cartão do Empresário, a Bremen vai oferecer até 19% de descontos nas vendas de carros novos, serviços e manutenções, peças e acessórios. Já na Chevrolet, primeira a fechar parceria com o clube de vantagens, os descontos são de até 25% na compra de automóveis.

Além dessas concessionárias, o Sincopças-PE também enxerga o Cartão do Empresário como aliado nessa busca por melhora nos números dos seus associados. “Esperamos que a iniciativa una as cadeias do comércio envolvidas no projeto, agregando valor e ao mesmo tempo oxigenando os negócios nas autopeças.

Visualizamos um horizonte bem próspero para as empresas e para os empresários do nosso setor ao utilizarem o clube de vantagens”, finaliza José Carlos de Santana.

“O carro é uma das paixões do brasileiro e, por esse motivo, não podia ficar de fora do Cartão do Empresário. Ao convidar o setor automotivo a participar, queremos facilitar a aquisição de carro zero quilômetro com descontos que podem ir até 25% e garantir que os empresários tenham opções para aproveitar mais benefícios do cartão como as facilidades de comprar acessórios e fazer a manutenção do veículo”, acrescenta Ricardo Santos, coordenador de projetos e responsável pelo Núcleo de Parcerias do Cartão do Empresário. ■



Confira ao lado a lista de empresas do setor parceiras do cartão

Para fazer o Cartão do Empresário, conferir percentual de descontos em cada estabelecimento, suas localizações e serviços, é só acessar o site www.cartadoempresario.com.br







Em Pauta

Por Jorge Jatobá

REFORMAS FRUSTRADAS

Brasil tem demonstrado, frequentemente, incapacidade de formar consensos via negociação nas diferentes arenas públicas e privadas para avançar na formulação e aprovação de propostas que propiciem mudanças estruturais nas dimensões econômica, política, social, tributária e fiscal. As dificuldades e resistências têm sido enormes.

Após décadas de discussão e, mais recentemente, com três propostas de reforma tributária na mesa de negociações, o governo avançava com um projeto que não altera substancialmente a essência dos impostos e se restringe aos tributos federais. O ICMS ficou de fora. Era, aparentemente, o caminho mais fácil. Não foi, apesar de ser um arremedo de reforma ao nosso sistema tributário regressivo, caótico e oneroso que retira competitividade da economia.

As dificuldades de longa data repousam nos conflitos distributivos entre os entes da federação, na mobilização politicamente contrária das corporações empresariais que temem pagar mais impostos e na incapacidade de negociação entre o Congresso e o Executivo. Com ou sem Centrão o atual Governo tem dificuldades de avançar com as reformas que foram encaminhadas ao Congresso desde 2019.



“Governar é fazer
escolhas e negociar
dentro e fora do Governo.
Impasses rígidos e
longevos não
fazem bem ao Brasil.
A pandemia acrescentou
um ambiente adverso a
essas mudanças”

Jorge Jatobá

A reforma administrativa, concebida para as gerações futuras e que exclui o judiciário, o legislativo e os militares, avança com grandes resistências e dificuldade que, infelizmente, se colocam muito acima das divergências naturais e saudáveis que surgem entre os diversos agentes econômicos e políticos em momentos de mudanças. Os interesses do país quase sempre não prevalecem.

O Congresso Nacional durante o Governo Bolsonaro conseguiu concluir um pouco longeva reforma previdenciária após muitos anos de discussões que só não foi aprovada no Governo Temer por causa da crise com os irmãos Batista da JBS. No contexto das reformas microeconômicas, avançamos na melhoria do marco legal do ambiente de negócios, nas relações de trabalho e na modernização digital do serviço público.

Todavia, grandes reformas e privatizações estão com elevado saldo devedor. A polarização político-ideológica, a fragmentação do sistema partidário, a oposição das diversas corporações públicas e privadas se constituem fortes obstáculos para a obtenção de consensos sobre o que é melhor para o país. Governar é fazer escolhas e negociar dentro e fora do Governo. Impasses rígidos e longevos não fazem bem ao Brasil. A pandemia acrescentou um ambiente adverso a essas mudanças.

Instabilidades políticas e institucionais surgem cotidianamente com os eventos que se descortinam na CPI do Senado sobre as ações e omissões do Governo Federal no combate à pandemia. Entramos no segundo semestre de 2021 com grandes frustrações no avanço da agenda de reformas que independentemente do presidente de plantão, interessam ao país. Imagine o que nos espera em 2022. ■

Por Jorge Jatobá, Doutor em Economia.



AULAS ON-LINE

GINÁSTICA MULTI FUNCIONAL

Em tempos de pandemia, cuidar do corpo em casa, malhando pelo celular já é rotina para muita gente.

Vem treinar com a gente e melhore equilíbrio, força, coordenação, flexibilidade, resistência aeróbica e anaeróbica, além da percepção do próprio corpo.

Matrículas abertas!

Para saber mais, entre em contato com o Sesc mais próximo.

sescpe.org.br

Siga-nos!



Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio



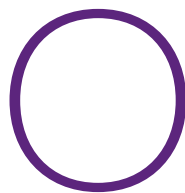


Com Gosto de Saber

Por Thiago Cabral

FORMAÇÃO CONECTADA COM O MERCADO





mundo está
cada vez mais
na palma da
nossa mão.
A pandemia
do novo

coronavírus acelerou o processo de digitalização e de transformação digital nas vidas das pessoas e das empresas, corroborando com a criação de novos princípios nos últimos tempos. Com uma demanda cada vez maior de atendimento a novos projetos por meio de ferramentas digitais, cresce também a necessidade de profissionais com conhecimento tecnológico, altas habilidades cognitivas e com capacidade de criar soluções para oferecer melhores condições de atendimento e suporte para os mais diversos negócios.

De acordo com dados da Geekhunter, startup referência na contratação de profissionais de tecnologia, houve crescimento de 310% no número de vagas na área no ano de 2020. E a tendência é que esse número aumente nos próximos anos, quando o fenômeno da digitalização crescerá ainda mais.

No Brasil, até 2024, estima-se que serão abertas cerca de 300 mil vagas no setor para profissionais como programadores, cientistas de dados, desenvolvedores, entre vários outros. Aqui no Recife, a estimativa do Porto Digital, um dos principais polos tecnológicos do Brasil, é contratar 3.140 novos colaboradores ao longo de 2021.





Na Faculdade Senac, por exemplo, por meio de parcerias realizadas com empresas de tecnologia do Recife, os estudantes do curso superior de Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS) têm a oportunidade de participar de programas específicos de empresas do ecossistema do Porto Digital //

Thiago Cabral

Apesar do mercado em ascensão, o país ainda não forma uma quantidade suficiente de profissionais qualificados para atender a essa demanda, provocando o debate sobre a necessidade de capacitação adequada. Um debate ao qual o Senac está de ouvidos bem atentos. Na Faculdade Senac, por exemplo, por meio de parcerias realizadas com empresas de tecnologia do Recife, os estudantes do curso superior de Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS) têm a oportunidade de participar de programas específicos de empresas do ecossistema do Porto Digital, preparando os alunos para serem contratados com mais rapidez e suprimindo as principais necessidades do mercado. É o caso do convênio firmado com o próprio parque tecnológico, que ofertou, em 2020.1, 60 vagas gratuitas para o curso superior, com a proposta de garantir 100% de empregabilidade e encaminhar os alunos para estágios nas empresas do polo.

Além da proximidade com o setor empregatício, os estudantes do curso de ADS da Faculdade Senac ainda têm acesso a um corpo docente altamente qualificado, composto por mestres e doutores,

e contam com certificações intermediárias conquistadas no decorrer do curso, que desenvolvem um maior leque de habilidades.

De olho na expansão do mercado de TI, a Faculdade Senac também quer preparar profissionais para atuar no universo dos games e abriu sua primeira turma do curso superior de Jogos Digitais. O setor tem perspectiva de crescer 5,3% no Brasil até 2022, contando com um faturamento de R\$ 1,5 bilhão. O Recife também se destaca dentro desse cenário, com a produção voltada para games educativos e de entretenimento. Os estudantes terão a oportunidade de aprender linguagens de programação e vão acessar algumas das *engines* mais utilizadas no ramo.

Com a ampliação do seu portfólio, a Faculdade Senac mostra-se cada vez mais em sintonia com o mercado de trabalho, tornando seus estudantes profissionais qualificados, inserindo-os em áreas promissoras e contribuindo para o desenvolvimento da região. ■

Thiago Cabral, coordenador do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Senac-PE.



Ao Seu Dispor

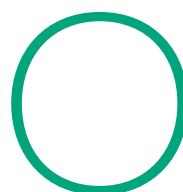
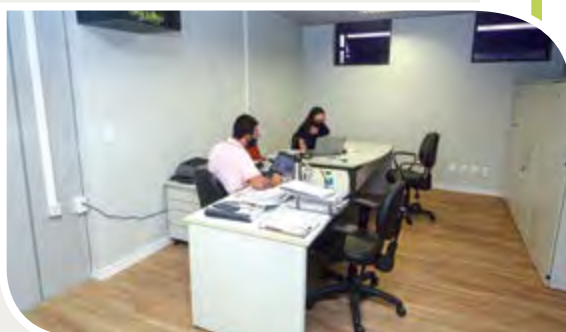
Por Alessandro Luis
Couto Rodrigues

BENEFÍCIOS DO COMPLIANCE PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS





**Alessandro Luis
Couto Rodrigues**



compliance empresarial é uma expressão largamente utilizada no meio corporativo para demonstrar a conformidade das práticas empresariais, seja em relação à legislação,

normativos internos e externos, código de ética e conduta, programa de integridade, seja com o objetivo de construir governanças corporativas éticas e transparentes.

Geralmente, quando falamos de procedimentos de compliance, remetemos automaticamente às operações das grandes corporações, mas tal entendimento é equivocado, pois os mecanismos da conformidade também podem e devem ser aplicados nas atividades e gestão das micro e pequenas empresas (MPE), com o objetivo de desenvolver e aprimorar culturas empresariais éticas, idôneas, confiáveis e mais atrativas, resultando em benefício para o ambiente de trabalho e no alargamento positivo das perspectivas comerciais.



Quando a gestão da empresa é conduzida de forma íntegra, origina-se naturalmente um ambiente corporativo sadio, gerando benefícios a todos os envolvidos na operação, sejam clientes, fornecedores e comunidade. Isso porque as ações de capacitar os funcionários com foco na ética, valores da empresa e no código de ética e conduta com medidas disciplinares para funcionários e gestores; criar canais de comunicação ativos para clientes e fornecedores; conservar os livros e registros contábeis e cumprir as obrigações fiscais e tributárias respaldadas por certidões vigentes e mapear os processos com gerenciamento de riscos têm a finalidade conjunta de mitigar as oportunidades de erros, fraudes e corrupção.

Ao implantar o programa de integridade adequado ao seu perfil, as MPEs passam também a oferecer mais garantias e transparência ao relacionamento comercial, sendo um diferencial nas relações comerciais com entes públicos e grandes corporações, inclusive aquelas que aplicam efetivamente o programa de compliance.

Por falar em setor público, a Lei 12.846/2013, regulamentada pelo Decreto 8.420/2015, em conjunto com a Portaria Conjunta CGU/SMPE 2.279/2015, dispõe sobre a responsabilização administrativa de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e recomenda a elaboração do programa de integridade com mecanismos mais acessíveis e formalidades menos rigorosas para as MPEs.

Em suma, o programa de compliance previne riscos, aprimora os processos de gestão, eleva a qualidade do clima organizacional, reduz custos operacionais, melhora a imagem no mercado, aumenta a competitividade e ainda potencializa a rentabilidade das MPEs. ■

Alessandro Luis Couto Rodrigues,
controlador e ouvidor do Sesc-PE.

Pintura de Marly Albuquerque





Capa

Por Emanuely Lima

COMO A *Arte e Salva* DO CAOS?

Histórias de quem encontrou na arte
um refúgio, uma paixão ou até mesmo
um novo trabalho durante a pandemia



Pintura de Marly Albuquerque



Pinturas de Maria Carolina Santos



“Em junho do ano passado, eu comecei a ter vontade de ter um hobby. Estava tudo muito pesado...

Comprei uma aquarela escolar daquela mais barata, comprei os papéis e comecei a pintar.” O relato da jornalista Maria Carolina Santos, 37 anos, retrata um processo compartilhado por muitos ao longo da pandemia da covid-19. O ócio diante das restrições impostas e a necessidade de fuga da realidade. Daí, surge um terreno fértil para a criação artística.

É uma sexta-feira depois do expediente e você não pode sair para um happy hour com os amigos, como normalmente iria. As idas aos museus, cinemas e shows são interrompidas. Qualquer ato da “vida normal”

é transformado pelos protocolos necessários de proteção e higiene. Nada mais é como era antes. Nem mesmo o trajeto para deixar as crianças na escola ou a ida ao trabalho, agora muito mais em casa. O que fazer então?

Professora da Pós-Graduação em Psicologia Cognitiva da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e pesquisadora de processos criativos, Marina Assis procurou entender no início da pandemia como as mudanças afetavam o cotidiano. “As pessoas estavam naquele momento de muito assombro, de se sentirem muito engolidas, e continuam sentindo, pela casa que se torna uma célula produtiva. Ela deixa de ser refúgio e se torna devorada pelas demandas do trabalho”, diz.



“

O diário para as participantes começou a ter um sentido para além do objetivo da pesquisa. Foi como se elas reconstruíssem um espaço subjetivo e um tempo outro, que não é o tempo da produtividade”

Marina Assis

A pesquisadora liderou pesquisa para acompanhar o cotidiano de mulheres que compartilharam as experiências de isolamento domiciliar por meio de um diário. Relatos de solidão, ócio, sobrecarga doméstica e tantos outros temas emergiram a partir da vivência de cada uma. Marina destaca a “saudades de um tempo para si” como uma das necessidades mais levantadas e que aos poucos a própria pesquisa acabou por suprir.

“O diário, para as participantes, começou a ter um sentido para além do objetivo da pesquisa. Foi como se elas reconstruíssem um espaço subjetivo e um tempo outro, que não é o tempo da produtividade, nem o tempo de dar suporte aos outros. Não é um

tempo que está dedicado àquela performance permanente a que nós nos sentimos impelidos, inclusive pelas demandas de sobrevivência e de todos os cuidados”, relembra.

Assim como o diário para as mulheres, outras atividades e práticas artísticas acabam ocupando esse espaço no cotidiano. Durante a pandemia, é possível acompanhar, pelas redes sociais, amigos e conhecidos fazendo reformas, comprando livros, cursos, aprendendo a costurar, a bordar e a pintar. É infinita a lista de hobbies e práticas iniciados desde o ano passado. Seja para ter um momento sozinho, ocupar o tempo ou se conectar com outras formas de sentido, a arte é vista como uma saída.



Pintura de Marcondes Batista

“

A pandemia mexeu muito com o emocional da gente e eu sempre vi a arte como uma forma de escape, de expressar o que a gente sente”

Marly Albuquerque



O fluir da arte

Foi o caso de Maria Carolina Santos, mencionada no início desta reportagem. Imersa no universo da informação todos os dias, em razão do trabalho como jornalista, sentia que precisava de algo para aliviar a tensão e afastar-se das telas. Ela encontrou a princípio na aquarela uma forma de fugir da realidade e se reconectar com uma versão antiga de si, que amava se expressar por meio da pintura e pensava em seguir carreira na área.

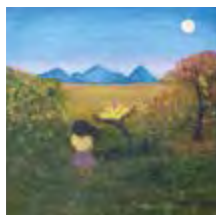
“Eu pintava muito quando adolescente, no meu primeiro vestibular, minha opção foi Artes Visuais. Desde os 17 eu não pintava, meu marido nem sabia que eu gostava disso. Então, de junho para cá, eu comecei a pintar bastante porque, fora o trabalho e os afazeres de casa, eu estava dando um tempo de assistir jornal, já que já tinha muita informação durante o dia no trabalho”, relata Carol.

Para ela, a prática com a aquarela e outras artes, que começou a desenvolver ao mesmo tempo, funciona em um ritmo diferente do cotidiano. “A aquarela exige

um tempo para se trabalhar com ela, de você esperar secar para fazer outras camadas. Tem essa coisa de fugir do tempo. O tempo dela é diferente. É tudo muito devagar, tudo no seu tempo e tudo muito bonito”, completa.

Assim como para Carol, a pintura também tem sido a expressão artística escolhida pela psicóloga Marly Albuquerque com o objetivo de se distrair durante esse período e catalisar emoções. “A pandemia mexeu muito com o emocional da gente e eu sempre vi a arte como uma forma de escape, de expressar o que a gente sente”, diz.

Ambas percebem que a atividade exerce sobre elas uma função quase que terapêutica. Num contexto em que 53% dos brasileiros declararam ter reparado que o próprio bem-estar mental piorou no último ano, segundo pesquisa do Instituto Ipsos, a arte representa um respiro. Embora não substitua tratamentos e acompanhamentos psicológicos profissionais, ela aparece como um caminho de alívio.





Processo de aprimoramento

Engana-se quem pensa que, por ser vista como um hobby, a prática vem sem esforço. As artistas dedicam tempo significativo para o desenvolvimento das obras, além de estudo e investimento em materiais. Seja num hábito de práticas diárias, ou mesmo num horário vago na nova rotina, o importante é encontrar um horário para realizá-lo.

É o caso de Carol, que começou com a aquarela, mas já se aventura em outras expressões. “Eu comecei a pintar muito. Fui comprando outras tintas, papéis, pinceis... Comecei a fazer objetos com cerâmica fria, que é como se fosse uma argila, mas que não precisa ir ao forno. Estou fazendo arranjo com capim. Comecei a adotar outros hobbies que eu nunca tinha praticado nem pensado em ter”, conta.

Marly explora a pintura por meio de diversas técnicas e materiais diferentes. Começou pela pintura em papel com tinta guache, depois foi para a aquarela e agora pinta quadros com tinta acrílica. “O primeiro quadro demorou quase um mês para ficar pronto porque eu pintava e não gostava, passava outra tinta por cima”, narra. Ao finalizar essa primeira obra, Marly conta que a presenteou a um sobrinho.

Ainda que solitária na execução, a arte também pode estreitar relações. Foi o que Carol também percebeu ao utilizar sua arte para se aproximar de pessoas queridas, distantes nesse período. “No final do ano, como fazia muito tempo que não via os amigos, eu enviei para uns 30 alguns cartões que eu fiz a mão. Em alguns, eu coloquei uma vacina. Era o cartão da vacina, para um 2021 de esperança”, relata.



“Em junho do ano passado, eu comecei a ter vontade de ter um hobby. Estava tudo muito pesado... Comprei uma aquarela escolar daquela mais barata, comprei os papéis e comecei a pintar”

Maria Carolina Santos



Dá para virar trabalho?

O hobby tem intrínseco a ele a noção de tempo gasto sem propósito definido. Para muitos, como lembra a professora Marina Assis, o hobby pode ser visto como uma distração, mas, segundo ela, ao praticar alguma atividade artística, como a aquarela, por exemplo, a nossa atenção está focada em outro tipo de fruição, em outro tipo de experimentação das atividades.

Ao longo da prática, é comum que surja o desejo ou a necessidade de transformar a atividade em uma fonte de renda. Mesmo com as obrigações que envolvem uma prática remunerada, com objetivos e demandas de produção e entrega definidos, é possível ainda encontrar prazer na realização.

Karoline Mariá, 21 anos, estudante de Comunicação Social e dona da loja @crochedesenrolado, entrou no universo do empreendedorismo com artesanato de forma despretensiosa, como um hobby que teve início no período da pandemia. Encontrou agulhas e linhas em casa e procurou

tutoriais na internet para aprender a fazer crochê no tempo livre que tinha entre os afazeres de casa e os estudos na faculdade. Com a reação das pessoas próximas, viu que poderia investir na atividade.

“Fiz a lojinha, divulguei no meu Instagram e não esperava que tivesse uma repercussão tão boa, muita gente começou a seguir. Tem muita procura, já vendi até para fora do Recife e é uma coisa que está sendo bem legal. Serviu mesmo para ajudar a fugir daquele terror todo de pandemia e é uma coisa que ajuda a relaxar e a garantir uma renda extra para mim”, conta.

Quando questionada se a relação dela com o crochê foi modificada de alguma forma por agora ser também um trabalho, Mariá responde que, para ela, tornou a prática ainda mais interessante. “Não deixou de ser uma coisa legal porque não é mais só um hobby, acho que ficou até mais instigante depois que eu comecei a loja”, comenta.

“

Fiz a lojinha, divulguei no meu Instagram e não esperava que tivesse uma repercussão tão boa, muita gente começou a seguir”

Karoline Mariá





Marcondes Batista



Como e onde aprender?

Começar com os materiais que se tem em mãos ou com o que se pode conseguir facilmente é, de fato, o primeiro passo. Assim como as entrevistadas, que se permitiram explorar a caminhada artística a partir do que era possível naquele momento.

Redes sociais e sites de busca estão repletos de tutoriais em diferentes formatos para ensinar a quem estiver disposto a começar sozinho em casa mesmo. Ficar em frente a uma tela para mais uma atividade, no entanto, pode ser um empecilho para quem já passa grande parte do dia entre o trabalho e estudo de forma remota no computador ou celular.

A boa notícia é que, mais de um ano após o início da pandemia, modalidades de ensino presenciais já têm se adaptado para receber alunos com maior

segurança e tornar possível o aprendizado em sala de aula. O Senac Pernambuco é um desses lugares. Com mais de 70 anos de experiência na formação de alunos, a instituição conta com diversos títulos na área das artes, que atendem a quem deseja aprender do zero ou continuar se aperfeiçoando em uma área ou técnica específica.

O curso de ilustrador, por exemplo, é um dos mais completos da área, ensina observação, estimula o senso crítico e trabalha diversas habilidades, como coloração e sombreamento. O professor Marcondes Batista, que leciona nessa formação, explica como o conteúdo é abordado a fim de articular conhecimento, habilidades e valores para o aprimoramento contínuo.

“Todos nós já sabemos desenhar, o que diferencia é como observamos. A gente desenha muito o que sabe, e não o que vê, então a primeira coisa que a gente faz no curso é desenvolver a percepção que já tem. Eu quero provar para o aluno que o desenho é uma habilidade e essa habilidade é desenvolvida, ensinar o aluno a olhar com os olhos dele. Depois, quando ele ganha confiança, a gente passa o conceito, a parte técnica, para que ele possa criar”, diz.

Não existem públicos específicos para o aprendizado das artes, ou da ilustração em específico. Pode variar de pessoas que desenhavam desde criança e querem aprender técnicas e se desafiar na prática ou aquelas que desejam se profissionalizar na área que gostam, tatuadores, ilustradores de livros, designers. Já pensou que a arte pode ser um caminho para você? ■



Comércio em Foco

Por Stephanie Männicke

FIDELIDADE NO CONSUMO DETERMINADA POR CONTRATO

Durante pandemia de coronavírus, o consumidor pode adiar atividades para quando os estabelecimentos reabrirem ou rescindir acordo sem multa



Desde o início da pandemia do novo coronavírus, o mundo precisou se adaptar às novas condições sanitárias, isolamento social e restrições em atividades econômicas. Em meio a tantas mudanças, o consumidor transformou também suas formas de adquirir produtos e serviços, passando a usar principalmente os meios digitais para ter acesso ao que está procurando. Mas, em meio aos lockdowns frequentes de lojas, academias e prestadores de serviços, como ficam os contratos de fidelidade –aqueles que têm tempo mínimo de vigência?

O contrato de permanência mínima é um instrumento de fidelização usado por empresas, principalmente de telefonia, TV por assinatura e academias, e oferece aos clientes vantagens diferenciadas, como mensalidades mais baratas e serviços exclusivos, entre outros. Em troca, os clientes precisam permanecer durante o tempo determinado no contrato. Caso o cliente não queira continuar com o contrato pelo prazo estabelecido nos termos, é cobrada multa. Porém, com atividades fechadas por causa de decretos mais rígidos e horários reduzidos, muitos alunos de academia não puderam usufruir dos serviços contratados.





“Não há ilegalidade na cobrança da multa por rescisão, chamada também de cláusula penal, porém é importante que o consumidor fique atento à qualidade da prestação do serviço. Se prestado inadequadamente, a multa não será devida”

Thomas Albuquerque

De acordo com o assessor jurídico da Fecomércio-PE, Thomas Albuquerque, as empresas podem fazer contratos com vigência mínima, mas é preciso dar também ao cliente outras formas de adesão aos serviços. “Contrato é o negócio jurídico celebrado entre as partes. Não há proibição legal para estipulação da vigência mínima do contrato, chamada de cláusula de permanência – ou fidelização, desde que não caracterize práticas abusivas e que haja a concessão de efetivos benefícios ao consumidor. Grande parte das empresas oferecem aos consumidores pacotes fechados com diversos serviços e benefícios que justificam a contratação com cláusula de permanência. Entretanto, baseadas no princípio da boa-fé e no direito à informação adequada do consumidor, as empresas devem oferecer a possibilidade de contratação individual, de forma explícita no momento de contratação do serviço, bem como tabelas de preços dos pacotes e o preço individual.”

A multa por quebra de fidelidade já é conhecida entre os usuários de termos de fidelidade contratual. Porém existem algumas situações previstas por lei que permitem o cancelamento de um contrato firmado sem que recaia sobre o consumidor a cobrança da multa rescisória. “Não há ilegalidade na cobrança da multa por rescisão, chamada também de cláusula penal, porém é importante que o consumidor fique atento à qualidade da prestação do serviço. Se prestado inadequadamente, a multa não será devida. Essa multa também não deve ser superior a 10% do valor proporcional aos meses restantes até o final do contrato. Em tempos de calamidade pública da covid-19, há entendimento pacificado de que essa multa rescisória não é devida, uma vez que decorre de força maior ou caso fortuito. Caso o consumidor seja compelido a pagar tal multa, poderá ser ressarcido buscando a Justiça”, ressalta Thomas Albuquerque.





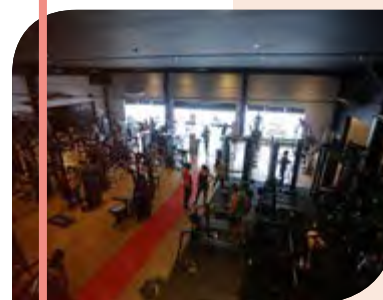
Anunciamos novos planos sem fidelidade, no qual o aluno é isento do pagamento da multa de cancelamento, permitindo encerrar o plano quando achar conveniente

Cleyton Silva

Para tentar driblar o lockdown e as incertezas que geram em torno da situação causada pela pandemia, as empresas que trabalham com contratos de fidelidade precisaram se reinventar para não perder clientes. Foi o caso da Hi Academia, rede de academias localizada no Recife. Para não perder alunos, a academia deu opção aos fidelizados. A empresa acrescentou o período fechado por medidas sanitárias ao plano do aluno, para que ele não fosse prejudicado com a perda do tempo contratado. “Quem não sentia segurança para retornar tinha a possibilidade de trancar o plano e somente retornar quando achasse conveniente, caso de muitos idosos, por exemplo. No período fechado, disponibilizamos videoaulas de treino no aplicativo, oferecemos atendimento via WhatsApp para tirar dúvidas sobre os treinos em casa, fizemos lives e até alugamos materiais.

Alternativas todas visando manter o aluno fidelizado e vinculado à academia”, explica o profissional de educação física e responsável pelo setor de marketing da Hi, Cleyton Silva.

Outra forma que encontraram foi a criação de novos planos, nos quais o aluno é isento do pagamento da multa de cancelamento. “Anunciamos novos planos sem fidelidade, no qual o aluno é isento do pagamento da multa de cancelamento, permitindo encerrar o plano quando achar conveniente. Prolongamos em até 90 dias – desses, 30 para casos de atestado – o período para trancamento do plano. Damos uma pausa no período e, quando o aluno volta, retornamos à vigência do plano, sem perda do período contratado. Também incentivamos a venda recorrente, que não ocupa o limite do cartão de crédito do aluno.” ■



Certificado digital é na Fecomércio-PE!

Compre ou renove seu certificado digital sem sair de casa, com mais conforto, segurança e rapidez em todo o Estado de Pernambuco.

Mais informações:

Tel.: (81) 3231-6175

☎ (81) 9 9653-1177

✉ certificado@fecomercio-pe.com

🌐 www.fecomercio-pe.com.br



**Você
preparado
para novas**



OPPORTUNITIES.★

**— Destrave
um
mundo
de
oportunidades —**

Inscreva-se já —



**Consulte outros idiomas
no Recife e em Caruaru**

**Cursos
de
Idiomas
Senac**


competência
acolhimento
ediorismo **gentileza**
respeito inicia
os valores **inova**
sinergia desc



Entrevista

Por Jannyne Dornelas

"O QUE VOCÊ QUER
PARA SUA VIDA
PROFISSIONAL E
AONDE VOCÊ QUER
CHEGAR?"

Eliete Lima



As tantas instabilidades no mercado de trabalho desencadeiam o fenômeno de autogestão de carreiras que se instalou no Brasil.

A pandemia de covid-19 foi uma situação inédita. Mexeu com a economia e gerou uma crise no mercado de trabalho. As demissões em massa assustaram ao ponto de acentuar a preocupação do trabalhador em sair da zona de conforto e aperfeiçoar a própria carreira.

“A pandemia de covid-19 apenas acelerou as mudanças que já vinham acontecendo no mercado de trabalho há tempos, mas em pequenos passos. Tudo isso despertou a necessidade e interesse pela capacitação profissional, assim como em poder entregar os melhores resultados”, afirma Eliete Lima, consultora de recursos humanos e professora de Gestão de Pessoas na Faculdade Senac.

Ela, que também é psicóloga, conversou com a Informe Fecomércio-PE sobre a autogestão de carreira no período da pandemia do novo coronavírus. A busca por aperfeiçoamento foi uma tendência em todos os perfis, principalmente na nova geração, que traz consigo uma carga digital e tecnológica muito grande.

O home office ganhou força durante a pandemia. Esse novo modelo de trabalho remoto demandou novos perfis de profissionais?

Sim, o trabalho remoto tem muitas vantagens e muitos desafios. Ele pede um perfil de profissional autônomo e com alta capacidade de autogestão. Esse tipo de trabalho exige uma mudança de comportamento positiva para os envolvidos no processo. Por isso, algumas características como disciplina, organização, foco em resultados, comunicação eficaz e gestão emocional são necessárias.

De um lado, há jovens que querem ser inseridos no mercado, do outro, há aqueles que já estão lá há tempos. Existe uma melhor forma para cada um deles se qualificar durante o período de quarentena?

Não acredito que tenha uma regra, mas sabemos que a qualificação profissional é necessária para a construção de uma carreira, e empresas buscam pessoas que tenham um conjunto de competências importantes para o cargo. Muitas instituições já ofereciam uma espécie de treinamento, tais como cursos, palestras, workshops, capacitações on-line e gratuitas, na maioria, você pode estudar no seu tempo livre e onde você estiver.



Diante de todas as dificuldades, surgiram vários autodidatas, que optaram por qualificações on-line e informais, por meio de pesquisas próprias e ferramentas de mídia na internet. Você recomendaria que essas pessoas também procurassem uma instituição de ensino?

O autodidata aprende com seu esforço e dedicação. Ele busca informações, conhecimentos e aprende sozinho, o que é muito bom! Porém, é importante ter clareza de que esse conhecimento aprendido esteja alinhado com o seu propósito, com seus objetivos profissionais. Sabemos que a educação formal não é a única opção para ter sucesso na carreira, entretanto a maioria das organizações tem exigências quanto aos requisitos para o preenchimento dos cargos e é aí onde os cursos de instituições de ensino são solicitados. É importante se perguntar: o que você quer para sua vida profissional e aonde você quer chegar? E então planejar as ações necessárias para segui-las e alcançar os objetivos na carreira.



Quais áreas foram mais buscadas?

Quaisquer que tivessem a ver com a carreira de quem estava pesquisando, contanto que o aprendizado acontecesse de forma on-line. Li uma matéria que falava sobre um estudo que o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) havia divulgado recentemente. Lá dizia que, aproximadamente 1,7 milhão de brasileiros realizaram matrículas em cursos de educação a distância (EAD) nesse período. Muita coisa, porque isso representa mais de 20% de todas as matrículas feitas no ano. E o próprio Google também revelou que houve um salto de 130% em seu buscador por cursos e especializações a distância.

E sobre o home office, houve busca de cursos ou treinamentos específicos para quem estava sentindo dificuldades?

Sim, o home office exigiu capacitação das pessoas para lidar com essa nova realidade. Tanto os profissionais buscaram desenvolver habilidades necessárias, quanto as empresas disponibilizaram conteúdos e treinamentos digitais para uma melhor adaptação ao novo contexto de trabalho.



Pensando rápido sobre uma previsão para o futuro do mercado de trabalho, você acredita que as seleções serão mais rigorosas?

Eu acredito que as organizações sérias já fazem um processo de seleção adequado para encontrar os seus talentos. Não é uma realidade fora da curva. Cada vez mais as empresas vão buscar profissionais qualificados, comprometidos, alinhados com a cultura da organização e com foco na entrega de resultados positivos para os negócios.

Quais as prováveis consequências de não se qualificar profissionalmente nesse momento?

As empresas agregam valor aos profissionais que fazem a diferença. Isso fala de aprender sempre, então não se preparar, não buscar novos conhecimentos, se qualificar e se atualizar, sempre pode fazer com que a pessoa perca várias oportunidades. Como todas essas mudanças que vêm acontecendo, algumas funções infelizmente vão acabar, mas novas vão surgir. Então é simples: quem não estiver preparado, vai ficar para trás.

Para finalizar, quais dicas você daria sobre qualificação profissional? E para quem já está trabalhando em home office, quais as melhores formas de se destacar?

Nos dois casos, é imprescindível que haja uma busca constante pela atualização profissional e novos conhecimentos. Existem diversas boas instituições oferecendo vários programas, gratuitos ou não, de qualificação e aperfeiçoamento. Está tudo on-line. São tantas áreas que as pessoas podem escolher o que melhor vai somar na sua carreira. O LinkedIn tem cursos gratuitos sobre trabalho remoto que podem ajudar nesse tema.

Em relação ao home office, antes de tudo, é importante que a pessoa defina a sua estrutura de trabalho, tenha um plano de comunicação com os colegas de trabalho, mantenha-os informados sobre seu desempenho, interaja, pergunte, peça ajuda se precisar, contribua com novas ideias, novas soluções etc. Muitas vezes não há nada mais gratificante do que manter um funcionário que está sempre buscando ser cada dia melhor. Além de tentar manter a saúde mental e física, claro. Até porque a sua qualidade de vida pode melhorar e a sua produtividade também. ■



Vitor Barros



Negócios em Alta

Por Ícaro Ferreira

OTIMIZADOS, COMPETITIVOS E COLABORATIVOS

Dark kitchens, restaurantes de delivery e retirada, ganham força na pandemia

Quando o chef Vitor Barros estava no último ano do curso de Gastronomia da Faculdade Senac, explodiu a pandemia de covid-19 no Brasil. O plano de negócio que estava sendo desenvolvido por ele com o apoio dos professores mirava o setor de eventos, justamente uma das áreas mais afetadas no período. Após alguns meses estudando alternativas, tomou a iniciativa de dar uma virada de mesa e investir em um restaurante no formato dark kitchen.

Também chamados de ghost kitchens, as dark kitchens são restaurantes sem salão para consumo, ou seja, voltados apenas para entrega e retirada. O formato não é uma prática exatamente nova, mas entrou ainda mais em evidência. O modelo surfa na onda do delivery, que, por sua vez,

já está há alguns anos na crista do empreendedorismo gastronômico. Entre 2014 e 2019, a Euromonitor Internacional, consultoria que acompanha as tendências de mercado na gastronomia, avaliou que, só no Brasil, players como o iFood, Rappi e Uber Eats alavancaram o delivery em 230%. Para a dark kitchen, os gurus da consultoria preveem a possibilidade de movimentação de cifras de US\$ 1 trilhão até 2030.

O caso de Vitor Barros confunde-se com o de outros milhares de empreendedores do ramo da gastronomia no Brasil. “Estava vendo vários restaurantes grandes fechando e novos abrindo nesse modelo, então resolvi segui-lo, por ele ter um custo mais baixo, já que a gente pode ter menos funcionários, estrutura e investimento em manutenção. A possibilidade de terceirizar os serviços de entrega também

ajuda”, conta Vitor, que utiliza os entregadores parceiros da plataforma iFood.

Em seu João de Barros Restaurante, localizado no Espinheiro, Vitor foca na culinária regional, com releituras e traços autorais. Para tocar o empreendimento, o chef conta com o apoio de uma cozinheira, Lene, da sua namorada, Isabelle, que cuida do recebimento dos pedidos, e da sua mãe, Goretti, que ajuda nas embalagens e na finalização dos pedidos. “Além da equipe mais enxuta, consigo direcionar minha energia para uma coisa só, que é a cozinha, sem preocupação com outros elementos da casa”, explica Vitor. Em outros horários, ele trabalha no gerenciamento de insumos, pesquisa mercado e se dedica a criar novidades para o cardápio.



Vitor Barros



Os aplicativos trouxeram a oportunidade para muitos fazerem renda, mas também ascendeu a questão do empreendedorismo por necessidade //

Ademilson Saraiva

Novas possibilidades

A popularização da dark kitchen no Brasil está associada à facilidade de entrar nos mercados proporcionada pelos aplicativos de entregas. A conjuntura econômica e o contexto de dificuldades provocadas pela pandemia do novo coronavírus também interferem na popularização do modelo. “Os aplicativos trouxeram a oportunidade para muitos fazerem renda, mas também ascendeu a questão do empreendedorismo por necessidade. É que nesse momento de pandemia muitas pessoas ficaram desempregadas ou desocupadas, e aí a solução foi empreender”, explica o economista Ademilson Saraiva, da consultoria econômica da Fecomércio Pernambuco.

De acordo com ele, outra contribuição aos empreendedores é a possibilidade de atuação em colaboração ou compartilhamento. Um determinado restaurante pode abrir a sua cozinha para outros restaurantes, operacionalizando outras marcas, ou até vários empreendedores podem se juntar em um mesmo espaço e dividir custos, utensílios e até mão de obra. “É o que a gente chama de economia do compartilhamento. Ou seja, você maximiza a utilidade tanto da estrutura quanto a questão do headcount (contagem de funcionários, capital humano). É um modelo que tem tudo a ver com esse momento de redução de custos, sustentabilidade e é uma atividade que deve vir para ficar”, explica Ademilson.

Desafios e diferenciais competitivos

Além da possibilidade de atuação em colaboração, a dark kitchen pode ser considerada um diferencial competitivo por alguns restaurantes. Por ser uma opção mais barata de investimento, torna-se possível a abertura de novos mercados com a inclusão do modelo nas operações. “A cozinha não precisa ficar, necessariamente, em um bairro que traga muito potencial comercial. O importante é trabalhar as áreas de entrega. Também há a possibilidade de um restaurante físico abrir uma cozinha fora investindo somente em entrega. É interessante, porque você já tem uma marca consolidada e consegue viabilizar um raio maior de entrega”, pontua Luciana Sultanum, chef e coordenadora de Gastronomia da Faculdade Senac Pernambuco.

Porém, alguns cuidados devem ser tomados na implantação da estratégia da dark kitchen. O primeiro deles é ter ciência de que trabalhar apenas com entrega e receber menos visitas de clientes não quer dizer diminuir os padrões de qualidade, higiene e biossegurança, além, claro, da qualidade e sabor da comida. O segundo deles, mas não menos importante, é na implantação dos cardápios. “É uma otimização, mas muitas coisas precisam ser adaptadas. A gente tem exemplos de bistrôs que funcionavam bem com a montagem dos pratos no serviço à la carte presencial. Mas quando você coloca esse prato em uma embalagem, é preciso pensar como ele vai se comportar no transporte. Muitas vezes, é possível fazer variações no cardápio para que o serviço de entrega corresponda à qualidade do restaurante” alerta a coordenadora. ■



Luciana Sultanum



Thalita Cardoso



No Mundo

Por Eduardo Sena

A PELE QUE HABITO

Skincare ganha força diante do espelho, nas redes sociais e impulsiona vendas. Mas cuidar da face também significa entender as necessidades dela



Limpar, tonificar, hidratar e proteger. Diante do espelho, essa sequência de ações representa o passo a passo da rotina de cuidados com a pele do rosto. Reapresentada com a denominação de “skincare”, a prática se tornou conteúdo recorrente nas redes sociais – atraindo mais adeptos –, incorporou novas etapas além das quatro fundamentais e, consequentemente, alavancou as vendas do setor.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), de janeiro a outubro de 2020, os produtos da categoria “cuidados com o rosto” tiveram as vendas alavancadas em quase 31% ante o mesmo período do ano anterior. Mais que o triplo dos 9,4% registrados em 2019 em comparação com 2018.

Para o presidente executivo da entidade, João Carlos Basílio, o contexto pandêmico foi um dos elementos de propulsão desse movimento. “Os números apontam para um novo ‘efeito batom’, mas com hidratantes e cuidados com a pele”, pontua. O termo “efeito batom” é como o setor define a intenção dos consumidores de investir em produtos de beleza mais baratos em situações de retração econômica.

“O batom era o principal item nesse sentido, mas, diante do uso de máscaras de proteção e isolamento social marcado por chamadas de vídeo, perdeu espaço para hidratantes, máscaras faciais, cremes antiacne e também para a região dos olhos”, lista João Carlos Basílio. A Natura é uma das empresas que sentiram o aumento

pela procura por itens da categoria “face care”, com aumento significativo a partir do primeiro semestre de 2020.

“Diante do isolamento social, há a transformação do autocuidado nas suas mais diferentes facetas. Hoje, a mudança dos hábitos intensifica os pequenos detalhes, os pequenos rituais”, reflete Ithamar Guerra, diretor de Vendas da Natura no Nordeste. Nessa esfera comportamental, ele destaca o cuidado e as produções visuais como uma camada da autoconfiança. “Seja por reuniões de trabalho ou mesmo uma rotina para o bem-estar, foi possível observar como muitas pessoas passaram a se arrumar, se maquiar e se perfumar para ficar em casa, reforçando um cuidado para si próprio, não para as outras pessoas.”



Blogueira não é médico para indicar produto. O que você vai prescrever para pele, mesmo sendo uma pele saudável, vai depender da idade, do tipo de cor, da pele”

Sarita Martins



Os novos hábitos de consumo impulsionaram alguns produtos do portfólio da marca, em especial os hidratantes e protetores faciais e cremes antissinais. Exemplo é o Chronos Acqua Biohidratante, que estimula a pele a ativar os cinco mecanismos fundamentais de hidratação, e o Chronos Protetor Antioleosidade. “O protetor solar facial seguiu como etapa indispensável de um cuidado completo para aqueles que não possuem outros caminhos, senão se locomover diante do isolamento social, ou para os que trabalham de casa, garantindo proteção contra a luz azul emitida por aparelhos eletrônicos e que é prejudicial à pele”, complementa Ithamar Guerra.



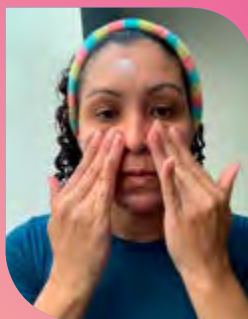
Personalização de cuidados

Apesar de toda boa intenção, cuidar nem sempre é um gesto impune, e uma orientação dermatológica deve ser o ponto de partida do tratamento. A dermatologista Sarita Martins chama atenção para o arsenal de dicas e recomendações encontradas no desregulado terreno da internet. “Blogueira não é médico para indicar produto. O que você vai prescrever para a pele, mesmo sendo uma pele saudável, vai depender da idade, do tipo de cor, da pele. Por trás da oleosidade, por exemplo, pode haver alguma patologia, e não apenas uma característica. Não se pode pegar um padrão de cuidado de uma pessoa e tomar para si”, adverte a profissional.

Entre os riscos de um tratamento genérico, a médica lista a possibilidade de efeitos colaterais indesejados, como alergias, desenvolvimento de acne e

até mesmo a inutilidade do tratamento. “A pele do rosto tem uma resposta totalmente diferente do que a de qualquer outra parte do corpo. Por ser riquíssima em glândulas sebáceas, já requer produtos diferentes dos demais. E até no mesmo contexto facial, a pálpebra tem uma textura, o pescoço outra, mais sensível, por não ter glândulas de gordura”, explica.

Essas diretrizes dermatológicas regem o tratamento diário da professora universitária Emília Oliveira, que faz o tratamento a partir da indicação médica, mas colhe aqui e ali algumas dicas. “Sempre que escolho algum produto, prefiro que tenha a mesma composição do que a dermatologista indicou. Penso em produtos simples, mas bons, alguns com preços elevados, mas nada muito fora da realidade”, relata.



Sempre que escolho algum produto, prefiro que tenha a mesma composição do que a dermatologista indicou. Penso em produtos simples, mas bons, alguns com preços elevados, mas nada muito fora da realidade”

Emília Oliveira

Há cerca de três anos, ela virou adepta do skincare, mas foi durante a pandemia que a preocupação se intensificou, chegando a se tornar uma rotina diária, pela manhã e à noite, nos últimos dois meses. “Não me sinto refém do processo, levo mais como um momento meu, de autocuidado. Procuro fazer sempre no mesmo horário para manter uma rotina.” Ela conta que, para uma pele oleosa como a sua, é fundamental a etapa da hidratação, evitando o acúmulo de resíduos. “Pela manhã, lavo o rosto, passo um hidratante e protetor solar FPS 60. Já à noite, repito a lavagem, passo um tônico para retirar as impurezas do dia, aplico vitamina C e um creme antissinais.”

Pelo seu caráter rejuvenescedor e potencial de hidratação e de combate aos radicais livres, a vitamina C tem cada vez mais ampliado seu espaço na nécessaire do skincare. Outros componentes que também

andam fazendo fama são o ácido hialurônico, que também é hidratante, e a vitamina E. A coordenadora do curso de Estética e Cosmética da Faculdade Senac, Andressa Brito, ainda destaca entre os hits da vez a nanotecnologia e tecnologia molecular empregada nos cosméticos, que possibilitam tratamentos de pele eficazes, sem a necessidade da utilização de aparelhos.

“A pele tem um mecanismo de barreira que impede a entrada de microrganismos, no entanto, para estimular a produção de substâncias importantes para manter o tônus tissular, como colágeno e elastina – fabricados por células que estão na camada mais interna da pele (derme), chamadas fibroblastos –, o cosmético precisa ter uma tecnologia específica que vença essa barreira fisiológica e permeie com maior facilidade”, explica Andressa.

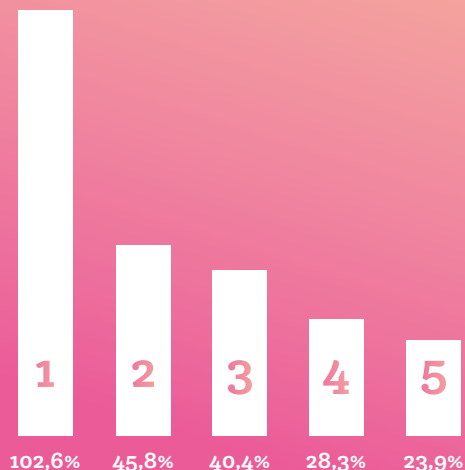


Andressa Brito

Produtos para o rosto que mais ampliaram suas vendas em 2020 ante 2019. Em %

- 1 Máscaras faciais
- 2 Produtos antiacne
- 3 Creme para a região dos olhos
- 4 Creme antirrugas/anti-idade/antissinais
- 5 Creme hidratante

Fonte: Abihpec



Thalita Cardoso



Sem crueldade

Além das necessidades de tratamento que a pele do rosto da publicitária Thalita Cardoso pedia, ela quis alinhar esse momento de cuidado com outros valores. “Após entender o direcionamento da dermatologista, busquei empresas que têm cosméticos naturais ou que eu me identifique com o processo de produção. Procuro comprar de marcas que tenham a ideologia cruelty free, sem testes em animais. É importante saber o que está sendo aplicado na minha pele.” No dia a dia, ela não abre mão da limpeza noturna e do protetor solar pela manhã.

“É uma rotina diária, mas sigo de forma mais leve, fazendo da forma que me faça bem, sem cobranças nem muitos passos a mais. A curto prazo, percebo principalmente a melhora da hidratação da pele, o famoso ‘glow’. E a longo, noto a redução de manchas, uniformizando a pele e a redução de acne pontual.” Com o isolamento social, a rotina de Thalita foi adaptada: entraram

em cena produtos mais leves para limpeza, e ela passou a priorizar protetores com maior proteção à luz artificial – a qual está exposta praticamente o tempo todo.

A dermatologista Sarita Martins destaca a etapa da proteção com filtro solar como uma das mais importantes do tratamento.

“É o que vai trazer mais benefícios. Mesmo em casa, luzes artificiais que vêm do computador, ring lights, lâmpadas, celulares não são responsáveis por câncer de pele, mas contêm radiações que levam ao aparecimento de manchas.” A profissional ainda lembra que não é apenas o skincare e seus produtos que vão solucionar as questões da pele. “O processo de cuidado deve estar conjugado a dormir bem, respeitando a quantidade de horas recomendadas de sono, beber bastante água, se alimentar de produtos in natura, descascar mais e desembalar menos. A pele é um reflexo do que você ingere”, ressalta. ■



Passo a Passo

Identificadas as necessidades da pele, adequando os cosméticos e dermocosméticos às individualidades, é hora de partir para os cuidados. A coordenadora do curso de Estética e Cosmética da Faculdade Senac, Andressa Brito, lista as etapas que compõem um skincare eficiente:



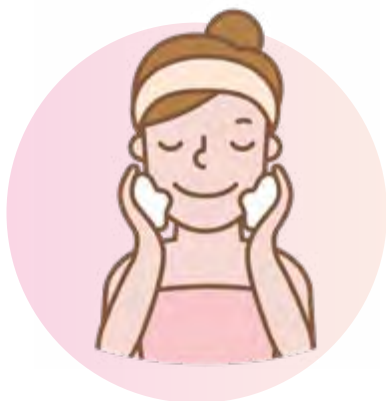
1 Higienização facial com uso de sabonete líquido específico para o tipo de pele.



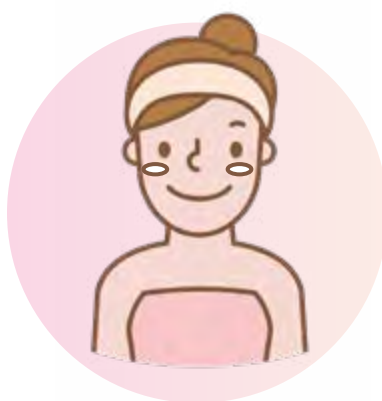
2 Aplicação de água termal para reposição de oligoelementos, pela manhã, e água micelar à noite para remoção total das impurezas.



3 Hidratação. É fundamental para todos os tipos de pele, inclusive a oleosa. Essa etapa pode ser realizada pela manhã, enquanto à noite é indicado o uso de um creme de tratamento específico para a necessidade de cada pele.



4 Aplicação de creme para a área dos olhos.



5 Aplicação de filtro solar, que deverá ser recolocado periodicamente durante o dia.



6 Semanalmente, esfoliação do rosto e hidratação labial.



Fecomércio e Você

Por Ericka Farias

DIÁLOGO VIRTUAL QUE GERA CONHECIMENTO REAL

Após um ano de pandemia, a Fecomércio-PE continua investindo em eventos remotos, transmitidos pelo Zoom, YouTube e Instagram. Primeiro semestre de 2021 contou com mais de 30 edições



Encabeçamos vários debates e reuniões com os empresários locais, o governo, as prefeituras e outras autoridades para criar canais de diálogos com o setor público e privado de outros segmentos, com o objetivo de ajudarmos as empresas do comércio, que estavam fechadas e precisavam de apoio num cenário tão difícil e sem perspectivas”

Bernardo Peixoto

Independentemente das adversidades apresentadas, a Fecomércio-PE segue firme na missão de contribuir com o desenvolvimento do comércio de bens, serviços e turismo. Mesmo com os empecilhos trazidos pela pandemia, a instituição buscou formas de continuar se fazendo presente na vida do seu associado. O modelo de lives, inaugurado em 2020, não perdeu força em 2021. Até o mês de junho, mais de 30 eventos já tinham sido oferecidos de forma gratuita, seja pelo canal no YouTube ou pelo Zoom, mediante inscrição prévia.

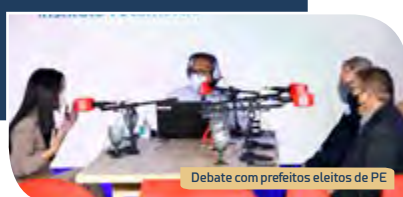
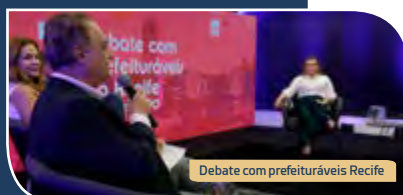
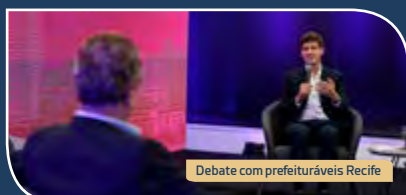
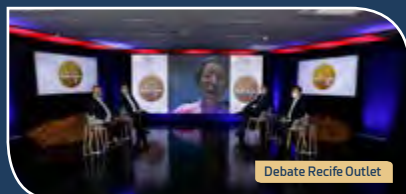
Tudo começou no final de março do ano passado, quando a Fecomércio passou quase três meses em home office, trabalhando on-line. “Encabeçamos vários debates e reuniões com os empresários locais, o governo, as prefeituras

e outras autoridades para criar canais de diálogos com o setor público e privado de outros segmentos, com o objetivo de ajudarmos as empresas do comércio, que estavam fechadas e precisavam de apoio num cenário tão difícil e sem perspectivas”, relembra o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto, sobre o início das lives. Em 2021, a ideia foi amadurecida e o planejamento foi ficando cada vez mais sólido. “Tivemos que nos reinventar e temos tido feedbacks muito positivos sobre essa atuação nesses espaços on-line. Certamente, a partir de agora, nada será mais como antes, vamos continuar a atuar nesses ambientes com muito mais força”, completa o presidente.

O sucesso dos eventos remotos vem também do cuidado com a seleção de temas relevantes. “Todos os conteúdos que

trabalhamos nas nossas lives são assuntos de interesse do nosso associado e do empresário do comércio de bens, serviços e turismo. Além disso, estamos sempre promovendo debates sobre temas atuais e inovadores, levando para o público em geral o que há de mais moderno e inovador no mercado e no setor”, explica Cleide Pimentel, secretária executiva da Fecomércio-PE.

Foi justamente com a realização desses eventos que a Fecomércio conseguiu se manter em permanente contato com o seu público, interno e externo. “Neste ano, ampliamos o leque de eventos remotos. A Federação tem promovido debates ao vivo com outras Federações do Comércio, com a Confederação Nacional do Comércio, com o governo, as prefeituras, os empresários e todos os outros setores produtivos do estado”, enumera Cleide Pimentel.



Vamos dar continuidade às webséries que ainda têm episódios para ir ao ar, como o debate com os prefeitos eleitos de Pernambuco, o Papo de Almoço, o debate sobre Cenários para 2021 com os presidentes de Federações do Comércio do Brasil “

Cleide Pimentel

Instituto Fecomércio também passou por adaptação

Em 2021, eventos com diferentes abordagens já foram feitos, grande parte deles com viés econômico. “Destaco os debates que a Fecomércio-PE fez sobre os impactos da pandemia nos setores produtivos, a exemplo do realizado com o setor de eventos e que teve a participação remota direto de Brasília do deputado federal Felipe Carreras, no dia da votação do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse). O deputado divulgou o resultado da votação em primeira mão no nosso debate”, enfatiza o presidente da Fecomércio que também ressalta a relevância da série Cenários para 2021, que conta sempre com a participação de presidentes de Federações do Comércio do Brasil.

Para o segundo semestre de 2021, a perspectiva é que o formato siga acontecendo. “Vamos dar continuidade às webséries que ainda têm episódios para ir ao ar, como o debate com os prefeitos eleitos de Pernambuco, o Papo de Almoço, o debate sobre Cenários para 2021 com os presidentes de Federações do Comércio do Brasil. E vamos também criar webséries novas”, planeja Cleide Pimentel. Com os bons resultados alcançados, para Bernardo Peixoto, o momento é de seguir investindo no projeto. “Vamos continuar realizando essas lives com o objetivo de ajudar e defender nossos representados e o empresariado como um todo para sairmos dessa pandemia ainda mais fortalecidos e atuantes”, afirma.

Os cursos tradicionalmente realizados pelo Instituto Fecomércio, como o Fórum de Debates, também precisaram migrar para o formato virtual para continuar existindo. “Na minha opinião, os eventos no formato on-line tornaram-se mais universais. Sabemos que o networking faz toda diferença, mas, mesmo estando no novo formato, conseguimos fazer com que os participantes interagissem, pois usamos uma plataforma que possibilitou perguntas pelo chat, por voz e vídeo, permitindo a participação do público”, destaca Wilma Fonsêca, diretora do Instituto Fecomércio-PE. A programação do segundo semestre já começou a ser montada com eventos no formato on-line, híbrido e presencial. ■

Principais eventos realizados em 2021:

Websérie Cenários para 2021

Sempre contam com a participação de presidentes de Federações do Comércio de todo o Brasil, com debates sobre as perspectivas econômicas para este ano não só em Pernambuco, mas em todas as regiões do país.



1º Debate com Prefeitos Eleitos de Pernambuco

Conversa com os novos gestores municipais sobre os planos de cada um para o setor do comércio. João Campos, do Recife; Professor Lupércio, de Olinda; Miguel Coelho, de Petrolina; Márcia Conrado, de Serra Talhada; Yves Ribeiro, de Paulista; e Camila Machado, de Sirinhaém; já participaram.



Debate com setores produtivos

Convidados com forte atuação no seu segmento reúnem-se para trocar ideias e buscar soluções para enfrentar o momento de crise. Eventos e turismo, bares e restaurantes já foram contemplados. Uma primeira edição ainda uniu os presidentes dos Sistemas Fecomércio, Fiepe e Faepe.



Fórum de Debates

Realizado anteriormente de modo presencial, o evento continuou a trazer palestrantes renomados, como o master coach Jairo Martiniano, o especialista em marketing Fernando Kimura e o ex-ministro do turismo Luiz Barretto. As transmissões são feitas pelo Zoom.



Papo de Almoço

Assuntos variados e leves. Uma conversa gostosa e produtiva para se distrair no horário do almoço. Aqui, cabem até assuntos culturais como podcasts e animações. As lives são realizadas no Instagram da Fecomércio.





Gestão
Inovadora

Por Isabelas Caldas

RESPEITO E CREDIBILIDADE: AS BASES DO SINDLOJA MATA SUL

Desde 1965, o sindicato fomenta o setor do comércio varejista de Catende, Palmares e Água Preta, na Zona da Mata Sul do estado





Composta por 19 cidades e mais de 605 mil habitantes, a Zona da Mata Sul tem a agropecuária como o carro-chefe da economia local. Mas, o setor varejista também ocupa um papel econômico importante na região, sendo Palmares o município com maior destaque, contando atualmente com cerca de 4 mil lojas, dos mais variados setores. A importância dos lojistas na área já é reconhecida e, desde 1965, o Sindicato do Comércio Varejista de Catende, Palmares e Água Preta (Sindloja Mata Sul) tem uma forte atuação nessas três principais cidades.

Nestes 56 anos de trajetória, o Sindloja Mata Sul já atendeu até outras cidades, mas desde 2015 tem foco nessas três, que são um forte elo econômico para toda região. Defendendo os direitos dos comerciantes varejistas de bens e serviços, o sindicato procura promover a união entre os associados, como pontua o presidente do Sindloja Mata Sul, José Jorge da Silva. “Temos como princípio harmonizar interesses, incentivar a solidariedade da categoria econômica e o amplo entendimento com as categorias profissionais, visando o fortalecimento das atividades e contribuindo para a paz social”, diz.

O presidente destaca que a união entre os comerciários é essencial para a conquista de benefícios e direitos. Nas cidades menores, distantes da capital, a existência de um sindicato voltado para o comércio varejista é importante não só para os donos das empresas, mas também para os funcionários. “Um sindicato que representa os comerciantes de uma cidade é muito importante, principalmente no que se diz respeito ao relacionamento entre empregador e empregado e às leis trabalhistas,” explicou José Jorge.



Temos como princípio harmonizar interesses, incentivar a solidariedade da categoria econômica e o amplo entendimento com as categorias profissionais, visando o fortalecimento das atividades e contribuindo para a paz social”

José Jorge da Silva





Inovação e conquistas

Com forte atuação, o Sindloja Mata Sul desempenha atualmente um papel fundamental no cenário empresarial da região, o que o presidente considera uma das maiores conquistas do sindicato. “A nossa maior e principal conquista é o respeito e a credibilidade que temos. Não só dos nossos associados, mas por parte de toda a classe empresarial e as autoridades constituídas da base territorial do Sindloja Mata Sul”, conta José Jorge.

Para ele, a construção dessa relação de confiança entre o setor e o sindicato é também a principal inovação do Sindloja Mata Sul. Isso só foi possível porque a presidência está sempre buscando se atualizar e não deixa de ir atrás de novos conhecimentos. “Com certeza nós estamos sempre procurando inovar. Essa inovação vem justamente dos congressos, palestras, cursos, convenções de que participo, procurando ao máximo me qualificar. Quem não inova está sujeito ao fracasso”, pontua o presidente. ■

Cursos de

PÓS-GRADUAÇÃO

FACULDADE
SENAC PERNAMBUCO

Faça agora
sua inscrição



- Cozinha Internacional
- Docência no Ensino Superior
- Educação Inclusiva e Tecnologias Assistivas
- Especialização em Confeitaria
- Gestão da Gastronomia
- Gestão de Negócios
- Governança e Gestão
- MBA em Gestão Educacional
- MBA em Internacionalização
- Modelagem e Criação
- Negócios da Moda
- Produção de Moda e Styling
- Produção e Gerenciamento de Eventos
- Tecnologias Digitais na Educação Superior

**METODOLOGIA DE
ENSINO HÍBRIDO
(REMOTO + PRESENCIAL)**

**AQUI, VOCÊ GANHA
20% EM BOLSAS DE ESTUDO**



**Cartão do
Empresário**

FAÇA JÁ O SEU!

   /senacpe

 faculdadesenacpe.edu.br

 0800 081 1688 | (81) 3413 6628


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio


Senac



ESTUDE ONDE
VOCÊ ESTIVER
COM A
PLATAFORMA
DIGITAL DE
CURSOS DO
SESC PE.

+ digital.sescpe.com.br

ATÉ **50%** DE DESCONTO
PARA **COMERCIÁRIOS***!



sescpe.org.br

Siga-nos!



*Desconto válido para trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo e seus dependentes, com cartão Sesc atualizado.


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio

