

Feriados no comércio

Setor deve perder R\$ 22 bilhões com datas | **8**

Arte urbana

Pinturas ressignificam prédios no Estado | **18**

Ensino a distância

Modalidade beneficia 561 mil alunos no Brasil | **30**

ANO 1 | ED 2

FECOMÉRCIO MG

Publicação do Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos - março/abril de 2018

Mulheres conquistam espaço no comando de empresas | **4**

Lizete Ribeiro
é diretora da Rede
Tauá Resorts



Fecomércio MG



Sesc



Senac

SUMÁRIO

Foto: Henrique Chendes



Mulheres empreendem mais que os homens

Excesso de feriados preocupa o comércio

Os segredos do atendimento da Disney

O desafio de engajar colaboradores

Redes sociais para pequenos negócios

Saúde: vacinas para adultos

A arte nas paredes e fachadas urbanas

Foto: Christiano Senna



Inspiração na Cia. Sesc de Dança

Vida profissional após a aposentadoria

Futebol americano se populariza em Minas

Comitês estudam o futuro das profissões

Ganhador do MasterChef investe na capacitação

Foto: Wanderson Monteiro



Empresária une administração e balé

Mercado para tecnólogos em hotelaria

Graduação a distância democratiza ensino

Literatura movimenta Poços de Caldas

Esclarecendo a Reforma da Previdência

Os impactos da deflação do IGP-M

PALAVRA DO PRESIDENTE



Foto: Alberto Wu

Lázaro Luiz Gonzaga

Presidente do Sistema
Fecomércio MG, Sesc e Senac

Empoderamento feminino

em muito agregam aos negócios: boa capacidade de organização e planejamento, atenção aos detalhes, facilidade para lidar com pessoas e vários outros atributos essenciais para uma boa liderança.

No entanto, há muito o que se conquistar: existem empresas que remuneram melhor homens que ocupam funções equivalentes. Uma

Elas são maioria na população brasileira (50,67%), segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Têm cada vez mais presença no mercado de trabalho e participação decisiva na política, economia e em outras diversas esferas. Mas as mulheres têm se destacado em um quesito importantíssimo para a sociedade: a conquista de cargos de liderança em organizações públicas e privadas.

Isso é consequência de características femininas que

“As mulheres têm se destacado em um quesito importantíssimo para a sociedade: a conquista de cargos de liderança em organizações públicas e privadas”

disparidade que deve ser combatida com afinco, uma vez que companhias que praticam tal cultura machista e retrógrada estão fadadas ao fracasso.

No sistema sindical brasileiro, a presença de mulheres em cargos de alto escalão, infelizmente, ainda é rara. Mas no Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos, fazemos questão de incentivar e enaltecer o papel feminino nas diretorias, buscando diversificar e modernizar as estratégias, para tomadas de decisões mais assertivas.

Nesta edição da revista Fecomércio MG, abordamos o assunto de forma leve e transparente, buscando transmitir bons exemplos de liderança e empoderamento feminino.

Desejamos uma boa leitura e positividade divina sempre!

PALAVRA DO LEITOR

Envie dúvidas, opiniões sobre as matérias e sugestões de reportagens para o e-mail comunicacao@fecomerciomg.org.br. Queremos ouvir você!

DESTAQUE

Mulheres no comando

Elas empreendem mais que os homens no Brasil, revela pesquisa

POR LUCAS ALVARENGA

O empoderamento feminino tem transformado o ambiente de negócios no Brasil. Diante da necessidade de sustentar suas famílias ou da oportunidade de ter mais autonomia, 7,9 milhões de empresárias brasileiras mostram a força da mulher ao ocuparem cada vez mais espaços em um universo praticamente masculino há poucas décadas. “O empreender feminino vem da necessidade, da vontade de mudar, de apoiar a família e marcar o seu nome na história”, defende a orientadora de cursos do Senac, psicóloga e coach, Jordana Lamar Rocha.

Atualmente, as mulheres criam mais negócios que os homens no Brasil, como mostra a Global Entrepreneurship Monitor. A pesquisa foi coordenada, no país, pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae) e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e

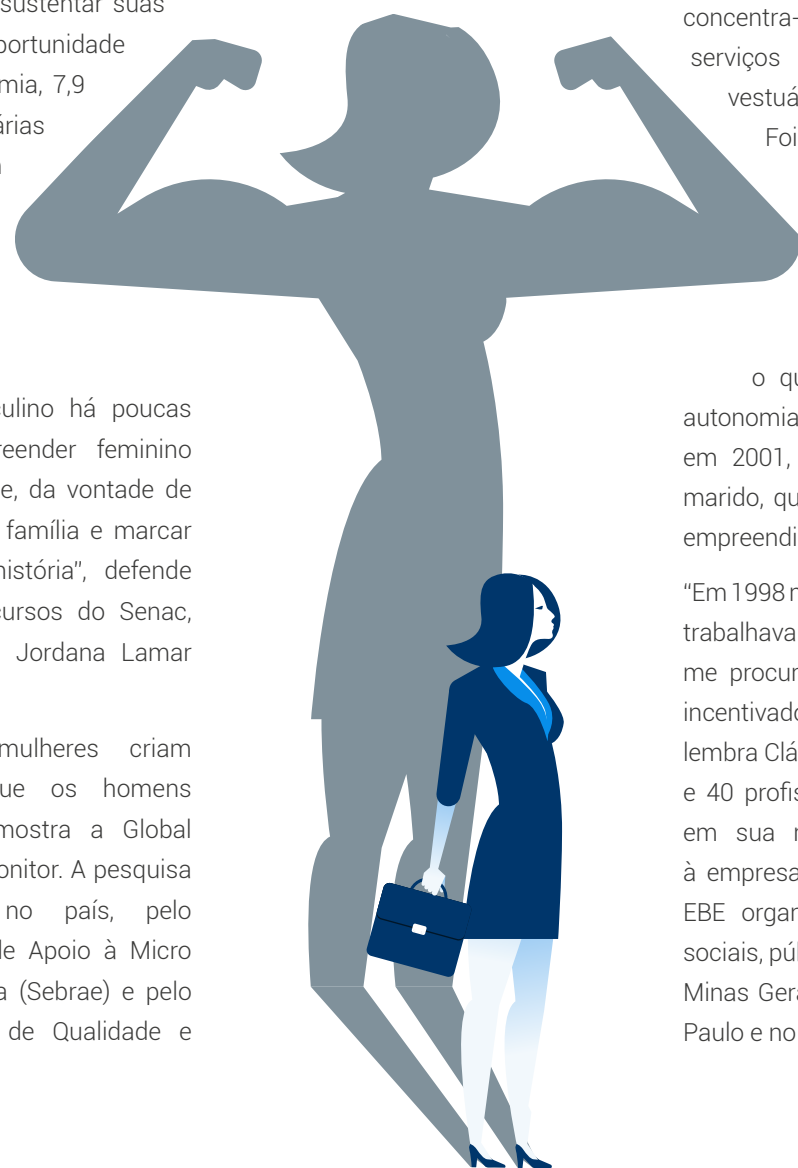
Produtividade (IBQP). Entre as empresas com até três anos e meio de existência, o empreendedorismo

feminino representa 51,5% dos negócios abertos em 2016.

A maioria dessas empreendedoras concentra-se em segmentos como serviços domésticos, beleza, vestuário e acessórios, e eventos.

Foi essa área que, desde 1996, encantou a empresária Cláudia Cavalcante, proprietária da Empresa Brasileira de Eventos (EBE). Realizada com o que fazia, ela buscou mais autonomia ao abrir o próprio negócio em 2001, com apoio da filha e do marido, que trabalha com Cláudia no empreendimento.

“Em 1998 me desliguei da empresa que trabalhava e os clientes começaram a me procurar. Eles foram os grandes incentivadores da minha carreira solo”, lembra Cláudia. Com seis funcionários e 40 profissionais *freelancers* – que, em sua maioria, prestam serviços à empresa desde a sua criação –, a EBE organiza eventos empresariais, sociais, públicos e de moda não só em Minas Gerais, como também em São Paulo e no Rio de Janeiro.



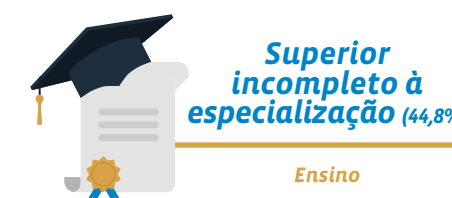
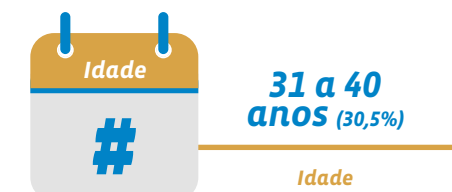
Mais espaço nas corporações

A liderança feminina também chama a atenção no Brasil: o índice de mulheres em cargos de direção e gerência no país chegou a 37% em 2017. Mas apenas 10% estão no topo dos comitês executivos das grandes empresas. Além disso, as executivas nacionais ganham, em média, 68% do salário dos homens, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Em algumas corporações, essa cultura vem mudando gradativamente. A diretora comercial e de marketing da Tauá Resorts, Lizete Ribeiro, é um dos principais nomes da rede, que possui duas unidades em Minas e uma em São Paulo. Ela conta que o negócio possui 50% de gestoras, sendo que a maioria faz carreira na empresa. “Não é uma caminhada rápida, mas percebemos uma evolução contínua nesse processo. Hoje, as mulheres são mais respeitadas e estão construindo essa confiança com competência”, garante Lizete.

Por ser um negócio de família, ela se sentiu instigada a estudar ainda mais antes de assumir o cargo que ocupa desde 2000. Lizete se formou em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e tem MBA Executivo pela Fundação Dom Cabral. “Tive o privilégio de ter uma boa formação e não paro de procurar novidades e boas práticas nos mercados nacional

PERFIL DA EMPRESÁRIA MINEIRA



Fonte: Sebrae-MG (2017)

e internacional. Acredito que, por sermos multitarefas, conseguimos administrar e gerenciar diferentes questões ao mesmo tempo, com mais atenção aos detalhes.”

Empoderar é preciso

A busca por capacitação e mudança de cultura em relação às mulheres marca a trajetória da professora de gestão e fundadora da Mulheres S.A., Flávia Ivar. Gestora do escritório de projetos Mais Cultura, criado há dez anos em Nova Lima, ela resolveu organizar uma rede de empreendedoras que pudesse ajudar mulheres, sobretudo de baixa renda, a abrir o próprio negócio. “O grupo fomenta o espírito empreendedor dessa mulher provedora do lar. Os pilares são os sete princípios de empoderamento da ONU Mulheres (conheça-os em bit.ly/unwomen_pt), que sustentam o conteúdo das palestras, mentorias e cursos promovidos pela instituição”, explica.

A rede foi criada em 2015, após a Flávia participar da Women Vendors Exhibition and Forum (WVEF), em São Paulo. Lá, ela pôde conhecer casos de sucesso de empreendedoras de todo o mundo. A partir de agosto de 2016, a gestora começou a organizar alguns encontros

da Mulheres S.A. Hoje, cada evento reúne, em média, 40 das 500 empreendedoras inscritas na rede. Entre elas estão a presidente da Forno de Minas, Héliida Mendonça; a fundadora do Grupo Serpa, Tania Reis; e a presidente do Canada Intercambio, Rosa Maria Troes, indicada como uma das 100 mulheres mais influentes do Canadá em 2016.

“O que nós queremos é fazer *networking*, gerar experiências, oferecer referências a essas empreendedoras e colaborar para que tenhamos no futuro oportunidades iguais para todos. Precisamos de mais mulheres e homens conscientes nessa luta”, diz a fundadora da Mulheres S.A.

Essa inspiração pode vir de Cláudia, Flávia, Lizete ou de muitas outras que estão ‘no comando’. Pois, como ensina Jordana, há algo essencial no comportamento humano: a modelagem. Ela nos faz seguir ou repetir atitudes de alguém que aprovamos. “Todas as mulheres em cargo de gestão devem inspirar outras a lutar e acreditar que é possível liderar. Hoje, o sucesso depende muito da disposição e de foco para o trabalho”, defende Lizete.



Foto: Divulgação Mulheres S.A.

Empreendedora e professora, Flávia Ivar (de blusa azul) criou em 2015 uma rede para empoderar mulheres que pretendem abrir o próprio negócio

SINDICATOS

Negócios internacionais

A Fecomércio MG foi sede da primeira reunião do ano da Câmara de Comércio e Indústria Argentina-Minas Gerais, realizada no dia 10 de janeiro. O encontro foi organizado pelo Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios de Belo Horizonte e Contagem (Sincagen). O presidente da Câmara e do Sindicato, Marcus Cury, e o cônsul-geral da Argentina em Belo Horizonte, Ricardo Massot, estiveram presentes na ocasião. Eles pontuaram as ações da organização em 2018, como a conclusão do estatuto e os projetos a serem alinhados com as demais câmaras do Brasil.



Foto: Darlane Araújo

Aniversário Sindicomércio GV

Com forte atuação na região do Vale do Rio Doce, o Sindicato do Comércio de Governador Valadares (Sindicomércio GV) comemorou 39 anos no dia 13 de fevereiro. O presidente do sindicato, Hercílio Diniz, ressaltou a trajetória da entidade, que carrega muitas lutas e conquistas. “O Sindicomércio representa cerca de 15 mil empresas e para isso contamos com um time capacitado tecnicamente para atender as demandas dos nossos representados”.



Foto: Lucas Nishimoto

Pesquisa Sindimaco

A pesquisa “Análise do Comércio Varejista - Materiais de Construção” apontou que 63,6% das empresas acreditam que o 1º semestre deste ano será melhor que o 2º semestre de 2017. O levantamento é realizado pela área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG, em parceria com o Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção, Tintas, Ferragens e Maquinismos de Belo Horizonte e Região (Sindimaco). Confira a pesquisa completa no portal da Federação: fecomerciomg.org.br.



Foto: Shutterstock

VISÃO ECONÔMICA

Número de feriados preocupa o comércio

Setor deve perder R\$ 22 bilhões de faturamento com datas comemorativas em 2018

POR JÉSSICA ANDRADE

Para algumas pessoas, o feriado pode ser sinônimo de descanso. Para outras, pode representar perdas, como é o caso do comércio. Neste ano, o Brasil terá nove dias de folga e cinco pontos facultativos. Em Minas Gerais – considerando os feriados nacionais e estaduais – serão 13 datas oficiais comemorativas, sendo 12 delas durante dias úteis e cinco nas terças ou quintas-feiras. Com isso, as perdas para a economia devem ser expressivas.

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o varejo do país deixou de lucrar R\$ 1,5 bilhão a cada feriado em 2017. Uma perda mensal de 9%. Para este ano, a previsão total de prejuízo no comércio é de cerca de R\$ 22 bilhões. O coordenador do curso de Economia do Ibmecc-MG, Márcio Salvato, diz que

tais datas são apreciadas por boa parte dos brasileiros, embora causem uma enorme perda de produção e vendas para a indústria e o comércio. Por outro lado, segmentos como hotelaria e turismo são favorecidos. “Para o Brasil ser um país desenvolvido temos que repensar a cultura de feriados. A opção seria extinguir alguns ou tentar transferi-los para dias com menor impacto”, propõe.

O dano para a economia provocado pelos dias de folga também pode variar de acordo com o município. O economista da Fecomércio MG, Guilherme Almeida, explica que boa parte do fluxo econômico de Belo Horizonte gira em torno do turismo de negócios. “Na maioria dos feriados, é comum perceber que a cidade fica mais vazia, o que influencia o faturamento do comércio”, analisa.

Mas, será que vale a pena abrir as lojas no feriado? A dica é avaliar tanto o impacto financeiro da medida quanto os direitos trabalhistas. “O uso da mão de obra em feriados é cuidado pela Lei nº 10.101/2000, alterada pela Lei nº 11.603/2007. Ela permite o trabalho em feriados nas atividades do comércio em geral, desde que autorizado em Convenção Coletiva de Trabalho. Cabe a esse instrumento disciplinar a questão”, pontua o coordenador jurídico sindical da Fecomércio MG, Thiago Magalhães.

Identificando oportunidades

Para evitar prejuízos, é necessário se planejar, avaliando como as metas de vendas podem ser afetadas pela quantidade de dias de folga. “O empresário precisa mapear os potenciais e os gargalos do seu negócio, além de incorporar na sua matriz os custos e os objetivos a serem alcançados no decorrer do ano. Para isso, é imprescindível considerar os dias em que a empresa estará fechada ou terá menor demanda de vendas”, diz Almeida.

Outra estratégia é investir em ações de marketing, analisando a melhor forma para divulgar o negócio ou comercializar itens relacionados aos feriados. Isso inclui ampliar a atuação no comércio on-line, ambiente que permite vendas 24 horas por dia. Uma

pesquisa feita pela Fecomércio MG revelou que 54,6% das pessoas com acesso à internet fizeram compras nessa plataforma na capital mineira, o maior percentual desde novembro de 2015.

Rebeca Xavier é sócia da Butic Bardot, loja de moda localizada na Savassi, Região Centro-Sul de Belo Horizonte. Para driblar os entraves causados pelos feriados, ela aposta na capacitação. “Fiz diversos cursos nas áreas de marketing e comercial. Por isso, além de investir em presença nas redes sociais, mantenho uma plataforma para vendas on-line”. Rebeca sabe: um dia de descanso pode ser a chance de o consumidor aproveitar o momento para ir às compras, mesmo sem sair de casa.



Foto: Shutterstock

Calendário de datas comemorativas em 2018

Saiba quais datas podem afetar o comércio em lojas físicas:

□ Feriados Nacionais

■ Pontos Facultativos



Fonte: Ministério do Planejamento

ATENDER BEM

Aprendendo com a Disney

Conheça os segredos do atendimento de excelência de uma das maiores companhias do planeta

POR DARIANE ARAÚJO

DICAS DE OURO

Sorriso no rosto

Parece simples, mas deve ser colocado em prática todos os dias. Funcionários precisam estar bem-dispostos e mostrar cordialidade no trato com o cliente.

Recuperação rápida do serviço

Algo deu errado e o cliente parece insatisfeito? Ofereça outra opção.

Leitura corporal

Entenda como o cliente está reagindo: se está impaciente ou precisa de uma informação rápida. Compreendendo suas demandas fica mais fácil prestar um serviço de qualidade e cativante.

Eficiência

Faça certo na primeira vez e ofereça mais do que é esperado.

Um mundo de magia e felicidade, onde todos parecem viver em um eterno conto de fadas. Assim são os famosos parques da Disney World, nos Estados Unidos, França, Japão e China. Resultado de uma gestão eficiente, esse 'território do entretenimento' esconde segredos que o fazem ter excelência no atendimento ao cliente.

A fórmula começa pela valorização do treinamento dos membros de elenco (*cast member*), como são conhecidos os colaboradores da companhia. Eles são essenciais para que a diversão se torne realidade. "O segredo da Disney está em treinar, motivar e acompanhar cada profissional com rigor, atenção e cuidado, enaltecendo suas características e de sua equipe", ressalta a professora de MBA do Senac e especialista na filosofia Disney de gestão, Marcela França.

São essas pessoas, treinadas e engajadas, que fazem a magia acontecer. "É mais fácil um funcionário feliz tornar um cliente feliz", enfatiza o especialista em vendas e motivação, Erik Penna, outro estudioso do case Disney. Ele conta que nos corredores abaixo do parque, os *utilidors*, tudo é preparado para que o espetáculo aconteça, assim como nas coxias do teatro. "Há vários mapas de localização e até um banco por lá para facilitar a vida dos funcionários", conta Erik, também colunista do Portal Fecomércio MG.

Marcela também ressalta que a equipe é orientada sobre a importância de saber diferenciar a postura do "show" e dos "bastidores" a todo momento.

"Você nunca verá um funcionário mexendo no celular ou conversando com outro colega de trabalho no meio de um dos parques. Eles são treinados para entender que o cliente é o seu foco total de atenção."

Outro aspecto trabalhado nos membros do elenco, segundo Marcela, é perceber as reações dos visitantes. "Os frequentadores estão incomodados, procuram algo ou têm alguma dúvida? A leitura corporal entra em ação para que seja prestado um atendimento de excelência", relata.

Nesse mundo de magia, até os postes da entrada do Magic Kingdom, um dos parques em Orlando (EUA), são pintados diariamente para que se pareçam novos. "O importante para a Disney é que os colaboradores saibam que é fundamental ter atenção aos detalhes", observa o especialista em vendas.

Outro segredo está na capacidade de fazer o elenco refletir sobre o próprio trabalho. "Na saída do local onde ficam os carros alegóricos da parada da Disney há um espelho grande e um relógio que para que cada colaborador, antes de passar pela porta, se questione. 'Estou no horário certo?'. 'Estou pronto para dar um verdadeiro show?'. Essa cena fixou na minha mente", lembra Penna.

Sistema na terra do Mickey

Em 2012, gestores do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac vivenciaram de perto o universo Disney a fim de atualizar as práticas organizacionais nas entidades. A coordenadora de Recursos Humanos do Sesc, Tamara Ribeiro, descreve a experiência como uma oportunidade de ampliar os modelos mentais e de confirmar a importância do investimento em pessoas para garantir processos mais eficientes. "O elenco da Disney são os profissionais. Eles encantam seus clientes, estão sempre disponíveis a atender com qualidade e eficiência; são felizes!".

O gerente executivo de Gente e Gestão da Fecomércio MG, Hildebrando Vasconcelos, define que sua percepção de gestão foi atualizada. "Não podemos nos contentar em atender. Temos que buscar a excelência ao acolher bem, criar relacionamentos e encantar sempre". Isso é essencial para que a magia nunca tenha fim.

Saiba mais sobre os segredos da Disney no Portal da Fecomércio MG.

www.fecomerciomg.org.br



GENTE

Para vestir a camisa da empresa

Ações para promover engajamento tornam colaboradores mais produtivos e motivados

POR JÉSSICA ANDRADE

Engajar os colaboradores é um grande desafio para as organizações. A busca por uma melhor gestão de pessoas e a obtenção de resultados superiores se tornou uma necessidade diante de um mercado competitivo, que exige serviços cada vez mais inovadores. Por outro lado, o dinamismo da diversidade de gêneros, perfis e gerações são características que podem dificultar as empresas a implementar ações para que os profissionais se sintam parte do negócio.

Esse processo deve ser encarado sob uma ótica ampla. Engajar equipes não se trata somente de reter talentos e sim ter profissionais com alto desempenho, capazes de prestar serviços qualificados, com maior produtividade e criatividade.

Segundo a professora do UniBH e consultora em gestão de pessoas, Ana Paula Maciel, as organizações devem ser claras diante dos seus públicos. Como o funcionário precisa estar envolvido com as estratégias da corporação,

a empresa deve mostrar qual é sua posição no mercado, suas diretrizes e o trabalho a ser desenvolvido.

"Além dessas, outras ações podem auxiliar o desenvolvimento de um clima organizacional saudável, como a estrutura física, o relacionamento com os colegas e o reconhecimento de resultados. Elas devem ser avaliadas de acordo com o porte da empresa", considera a professora.

Ana Paula destaca que as corporações estão investindo cada vez mais na gestão de pessoas porque o mercado está em constante mudança, influenciando no que o cliente final precisa e também no que o funcionário espera. "A situação econômica do país traz um cliente mais exigente, e os profissionais

seguem a mesma linha. Aquele que buscava trabalhar anos em uma empresa ficou para trás, dando lugar para o que busca novos desafios e um ambiente com bons benefícios."

"O feedback e as avaliações de desempenhosãoaçõesquegarantem um alinhamento esperado pela empresa e colaboradores."

Janaína Fidelis, professora do curso de MBA em Gestão Estratégica de Pessoas do Senac

É o que identificou a Ecx Card, administradora e processadora de cartões de benefícios. A empresa, com sede em Belo Horizonte, prioriza a comunicação clara e transparente. "Os objetivos são bem definidos e repassados para todos. Além disso, a Ecx tem o maior orgulho em compartilhar os lucros, premiando com bônus extra no final do ano, de acordo com o resultado obtido", explica a gestora de RH, Andressa Tibúrcio.

Os resultados não poderiam ser mais favoráveis. Ideias criativas surgiram e a proatividade aumentou. Isso impacta na redução de custos e despesas, contribuindo para o incremento da eficiência, o que leva a melhores resultados para a organização. "Temos um ambiente organizacional

agradável e integrado entre setores, sustentando a consciência que os resultados positivos são benéficos de forma coletiva."

Liderança reforça o engajamento

Como o engajamento é uma ligação entre o empregado e o empregador, não sendo estabelecida por contrato de trabalho e sim por meio do vínculo emocional, o líder imediato desempenha um importante papel. Professora do curso de MBA em Gestão Estratégica de Pessoas do Senac, e consultora de desenvolvimento organizacional e gestão de carreira, Janaína Fidelis explica que esse líder é fundamental para criar um ambiente corporativo saudável. Afinal, ele representa um elo entre a empresa e o funcionário.

"Vivemos um encontro de gerações com diferentes

competências e experiências, além de diversidade de gêneros. Diante desse cenário, o *feedback* e as avaliações de desempenho são ações que garantem o alinhamento esperado pelas duas partes. As organizações precisam preparar os seus líderes para um mundo que exige adaptação e flexibilidade", afirma a especialista.

Foto: Shutterstock



COMUNICAÇÃO E MARKETING

Redes sociais para pequenos negócios

Inspire-se no exemplo dos fenômenos de marketing para promover sua marca e aumentar as vendas

POR IZABELA VENTURA

Foto: Divulgação / centralanitta.com



O que a Anitta, fenômeno da música, o craque Neymar e o humorista Whindersson Nunes podem ter em comum com o seu negócio? Já imaginou que eles têm muito a ensinar sobre promoção de marcas, e esse conhecimento pode ser aplicado até em micros e pequenas empresas? Pois mire-se nos exemplos dos maiores fenômenos de mídia da atualidade para aumentar sua influência com o público e alavancar as vendas.

Os famosos também são considerados “marcas”, com valor de mercado, pessoa jurídica, setor comercial/administrativo, gestão e tudo que um negócio precisa para funcionar e gerar lucros. O denominador comum entre eles e as empresas de sucesso é o uso das redes sociais. Elas revolucionaram a comunicação e a publicidade, democratizando e tornando mais transparentes – e interessantes – as interações.

Se em 2017 o chamado marketing de influência já era tendência, em 2018 ele vem com tudo. Especialmente considerando que o Brasil tem a terceira maior população mundial nas redes sociais (com o Facebook na ponta) e o segundo com mais influenciadores digitais, ou seja, pessoas que ficaram famosas por causa das redes.

“As mídias digitais têm bastante impacto no consumo do público brasileiro. E o investimento inicial não precisa ser alto. Com R\$ 50 a 100 mensais um dono de um micro ou pequeno negócio consegue obter bons resultados pagando para que seus posts tenham mais visibilidade nas redes”, ensina o professor Bruno Marco Souza, responsável pelo marketing digital do Grupo Seculus.

Os números das “máquinas de vendas”

Menos de dez anos ‘na estrada’, Anitta é um fenômeno que vem sendo amplamente estudado no mundo do marketing. Na carreira, ela aplica dois conceitos da área: parcerias com outras marcas e/ou personalidades, chamada de *co-branding*, e a utilização de várias mídias diferentes, *cross media*. Ambas as estratégias buscam ampliar o público da artista. Gerenciando a própria carreira, ela é a única brasileira no Social 50 da Billboard americana, *ranking* que mede a popularidade de artistas nas redes sociais. No 15º lugar, está na frente de Shakira (16º), Taylor Swift (23º), Beyoncé (30º) e Lady Gaga (36º).

Além do salário milionário que ganha com o futebol, Neymar gera lucros mantendo sua visibilidade em alta nas redes e aumentando o valor de sua imagem em campanhas publicitárias. Seu relacionamento conturbado com a atriz Bruna Marquezine (56º lugar no *ranking* mundial de seguidores do Instagram) é o mais internacionalmente midiático da atualidade. Em 2017, o jogador apareceu 4.173 vezes em comerciais, mais do que a Gisele Bündchen (2.945 vezes).

Já o comediante Whindersson Nunes foi eleito pela Google a personalidade mais influente do país, à frente de nomes como Lázaro Ramos e Paolla Oliveira. Seu canal no YouTube, até janeiro, era o maior em número de inscritos, mais de 26 milhões de pessoas.



Fotos: Shutterstock

Guia digital

As redes certas para o seu negócio

REDE SOCIAL	CARACTERÍSTICA	TIPO DE CONTEÚDO PARA EMPRESAS
facebook	Compartilhamento de textos longos ou curtos, fotos, vídeos, gifs e agenda/eventos.	Divulgação de produtos e serviços; grupos de discussão; grupos de venda; concursos, promoções e sorteios; transmissões ao vivo de eventos.
Twitter	Textos curtos, de até 280 caracteres, links, fotos, vídeos e gifs.	Notícias de ações realizadas, com link para o site da empresa; interação estilo perguntas/respostas com o consumidor.
Instagram	Compartilhamento de fotos e vídeos.	Divulgação de fotos bem produzidas da empresa; imagens inspiradoras.
LinkedIn	Especializada em negócios e conteúdos profissionais.	Textos explicativos e conteúdos institucionais; dados sobre a empresa; atualizações do negócio; vagas de emprego.
YouTube	Compartilhamento de vídeos.	Tutoriais, vídeos com especialistas da empresa ensinando conteúdo de interesse do público.
WhatsApp	Compartilhamento de mensagens instantâneas.	Fotos de produtos e serviços; divulgação de promoções, informações e novidades com fotos, vídeos e textos.

Fonte: com informações da Rock Content (marketingdeconteudo.com)

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Minas Gerais (Fecomércio MG) dispõe de uma *newsletter* para divulgar as principais notícias que interessam ao setor e suas ações.

Fique por dentro das principais informações sobre contabilidade, desenvolvimento empresarial, economia, jurídico, negócios internacionais, turismo, entre outras.

O envio é feito todas as quartas-feiras e você pode acompanhar tudo isso na palma da mão, direto no *smartphone*.

Siga as instruções ao lado e cadastre-se!



VIVER BEM

Vacinas *para adultos*

Informe-se e mantenha a saúde em dia

POR ANA CLÁUDIA GONÇALVES

Muito se discute sobre a importância das vacinas para a saúde das crianças. Já quando se trata de jovens, adultos e idosos, a situação muda de figura. Mas a verdade é que todas as pessoas precisam estar com o cartão de vacinas em dia, independentemente da idade.

Os adultos que possuem a carteira de vacinação da infância não precisam recomeçar todo o esquema vacinal. A orientação é completar o que já foi iniciado, avaliar a necessidade de reforços e informar sobre as vacinas públicas e privadas disponíveis para cada faixa etária. Conheça algumas delas na tabela a seguir.

VACINA	RECOMENDAÇÃO	DISPONIBILIDADE
Varicela (catapora)	Para quem nunca teve catapora (em idosos, só com orientação médica)	Na rede pública está disponível a tetraviral (Sarampo, Caxumba, Rubéola e Varicela) apenas para crianças de 15 meses até quatro anos, 11 meses e 29 dias.
Pneumo 13	Para crianças menores de seis anos; adolescentes e adultos que pertencem a grupos de risco; e para idosos (maiores de 60 anos).	Apenas na rede privada.
HPV quadrivalente	Na rede pública, para meninas de nove a 14 anos e meninos de 11 a 14 anos, no esquema de duas doses. Na rede privada, para mulheres de nove a 45 anos de idade e homens de nove a 26 anos de idade, no esquema de três doses.	
Vacinas Influenza Trivalente e Quadrivalente	Maiores de nove anos recebem uma dose da vacina, com reforço anual para todas as faixas etárias.	Na rede pública, a Trivalente é disponibilizada entre seis meses e cinco anos de idade, idosos e grupos de risco. Na rede particular, a Trivalente e a Quadrivalente são disponíveis a partir de seis meses de idade.
Meningite ACWY	Dose única para maiores de dois anos.	Disponível apenas na rede privada, a partir dos dois meses de vida. O número de doses varia com a idade de início da vacinação.
Meningite B	Duas doses para maiores de um ano.	Apenas na rede privada, entre dois meses até 50 anos de vida. O número de doses varia com a idade de início da vacinação.

Qualidade e facilidade

O Sesc São Francisco, em BH, disponibiliza vacinas tanto da rede particular quanto da pública. Trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo e seus dependentes têm descontos especiais. **Vacinação no endereço: rua Viana do Castelo, 490, São Francisco.**

EM MOVIMENTO

Arte sobre o concreto

Paredes e fachadas de prédios se transformam em obras cheias de cores nas mãos de artistas

POR CHRISTIANO SENNA

Fim de tarde. Enquanto o sol se põe no horizonte e as pessoas caminham apressadas pelo Centro da capital mineira, painéis gigantes cheios de cores ganham destaque em meio ao mundo cinza das fachadas dos prédios da região. As obras fazem parte do Circuito Urbano de Arte (Cura), que, desde 2017, está transformando a paisagem de BH.

Segundo Juliana Flores, uma das idealizadoras do projeto, o Circuito surgiu da vontade de três amigas de fazer um festival de arte urbana que ajudasse a colocar a cidade no mapa mundial da *street art*. "Há mais de dois anos, sentamos e começamos a desenhar essa iniciativa. Concluímos que queríamos pintar os prédios do Centro de Belo Horizonte", conta.

Em julho e agosto de

2017, foi realizada a primeira edição do festival Cura, com a pintura de quatro murais, entre 400 e 850 metros quadrados. O evento inaugural foi enriquecido com uma intensa programação cultural que rendeu à rua Sapucaí, no bairro Floresta, Região Leste de Belo Horizonte, o

título de Mirante Cura.

Já em dezembro, durante as comemorações dos 120 anos de BH, o Cura continuou ativo. Nessa época, foram entregues outros dois murais gigantes, entre 1.000 e 1.800 metros quadrados, sendo um deles o mais



Foto: Christiano Senna

Mural pintado da artista Milu Correch atrai a atenção de quem passa pela Região Central

alto da América Latina. O Circuito ainda passou a contar com iluminação dos prédios vistos da rua Sapucaí.

Toda essa arte se transformou em um grande atrativo turístico para a cidade. Diariamente, centenas de pessoas passam pelo Mirante Cura para apreciar as obras e, ainda, curtir a agitada programação da região. De acordo com Juliana, o potencial para atrair visitantes foi amplamente pensado ao se criar o festival – o que inclui pesquisas sobre locais que viram o turismo crescer após investir na *street art*. "Nós observamos hoje, com a criação das obras do Circuito, que muita gente vem à BH, pede recomendações na internet sobre o que fazer e recebe a indicação de ir contemplar os murais", afirma a idealizadora do Cura.

Dessa forma, os edifícios com os murais pintados em suas laterais passam a integrar os roteiros das

"Com a criação das obras do Circuito, muita gente vem a BH e recebe a indicação de ir contemplar os murais"

Juliana Flores, idealizadora do projeto Cura

grandes atrações em Belo Horizonte. Na lista de lugares únicos na Região Central já estão o Circuito Cultural Praça da Liberdade, a Igreja São José, o Edifício Maletta e o Mercado Central.



Foto: Mariangela Souza

Casas e lojas de Lavras Novas ganham novos visuais com a arte nas fachadas

Por toda parte

A arte urbana vem ganhando espaço também em outras cidades de Minas Gerais. Em Lavras Novas, distrito de Ouro Preto, na Região Central do Estado, a artista Mariangela Souza está transformando o visual do vilarejo pintando as fachadas das casas e lojas com ilustrações de plantas, principalmente aquelas que, segundo ela, 'curam emoções'.

A ideia surgiu a partir de um projeto da artista, chamado de Curadoria, em que ela se dedicou a ilustrar plantas que evocavam algum tipo de sensação, como bem-estar. Mais tarde, ela passou a pintá-las nas paredes. "O retorno dos turistas que passam no local é sempre muito bom, falando

que o ambiente está mais bonito e enfeitado. As pinturas viraram ponto para que as pessoas façam registros fotográficos", destaca a artista.

Além disso, o Sesc realiza em suas unidades pelo Estado o Projeto Parede, uma iniciativa em que um artista convidado desenvolve um trabalho inédito em uma parede interna ou externa. Assim, cria-se um ambiente de interação e diálogo entre o público e a obra. Já participaram nomes consagrados como a grafiteira Raquel Maria Bolinho – conhecida pelos seus personagens em forma de *cupcake*, desenhados nos muros da capital mineira – e a artista visual Crioula – cujo trabalho reforça a identidade da mulher negra brasileira.

+Arte Urbana

Saiba mais sobre as obras de arte urbana de Minas Gerais no site:

sescmg.com.br



INSPIRAÇÃO

Paixão, foco e determinação

Leonardo Rodrigues, bailarino da Cia. Sesc de Dança, fala sobre a rotina da profissão e os desafios

POR ANA CLÁUDIA GONÇALVES



Foto: Henrique Chendes

Negro, de baixa estatura e de família de classe média. Em um país onde o preconceito, mesmo velado, ainda é presente, as condições de vida de Leonardo Bruno Rodrigues poderiam ter limitado a realização de um sonho. No entanto, a determinação e a certeza de que poderia chegar longe escreveram o destino desse belo-horizontino, de 22 anos. A descoberta, aos 15, da paixão pela dança, principalmente pelo balé clássico, mudou rapidamente sua vida. Menos de dez anos depois, Leonardo Bruno formou-se na área e atua como bailarino profissional da Cia. Sesc de Dança.

A paixão pela arte o acompanha desde cedo. "Sempre gostei de dançar. As pessoas me falam que, desde muito pequenino, queria participar de todas as coreografias na escola." Mas só na adolescência foi possível transformar o desejo em realidade. "Minha mãe recebeu um panfleto de uma escola de dança e fui fazer uma aula experimental. Fiz balé e amei". As

memórias da experiência inédita, de tão divertidas, ainda arrancam risos do bailarino. "Cheguei de calça jeans! Fiz uns *pliês* e disse: é isso que eu quero."

Depois de descobrir o caminho que trilharia, a determinação e os sacrifícios passaram a fazer parte do processo de crescimento de Leonardo Bruno. Para conseguir participar das aulas, ele precisava escolher entre andar um bom trecho a pé ou ficar com fome. "Quando decidimos o que queremos, fazemos muitos sacrifícios. Eu saía da escola e tinha pouco tempo para chegar à aula de dança. Almoçava correndo e ia a pé, pois se pegasse o ônibus não teria dinheiro para comer e teria que ensaiar com fome", revela.

O papel de solista do espetáculo Dom Quixote, ao lado da bailarina Amanda Pessoa, evidencia o foco do artista na carreira. "Nós éramos o terceiro elenco e passamos a ser o principal. Essa obra faz parte do nosso repertório. Já perdemos as contas de quantas vezes a dançamos", recorda-se.

Foto: Tarcísio de Paula



E o preconceito?

Formado em balé clássico, profissão com estereótipos socialmente determinados, Leonardo Bruno é casado e tem uma filha de um ano e meio. Como sempre soube o que queria, preferiu não prestar atenção aos olhares e falas de julgamento.

Mas isso não quer dizer que o homem que escolhe o ofício não sofra discriminação. "Não há valorização da profissão no Brasil. É difícil sobreviver da dança. As pessoas perguntam se recebo salário para dançar e ficam surpresas quando falo que tenho carteira assinada", explica o bailarino da Cia. Sesc de Dança.

A cor da pele foi outro desafio para o bailarino. "As pessoas diziam que não dava para fazer o papel de príncipe porque ele é sempre branquinho, mas eu falava que era o príncipe da África." Nem mesmo a baixa estatura o fez perder o 'equilíbrio', como destaca a parceira Amanda Passos. "Ele é muito bom parceiro: dá segurança e compreende o corpo da mulher, o eixo, tem técnica para conduzir a bailarina e quase nunca falha. Mesmo em bailarinas mais altas, o Leonardo consegue aplicar muito bem os fundamentos. Ele sabe reproduzir qualquer movimento, adapta e faz dar certo."

Leonardo e Amanda falam também sobre a importância do investimento na formação em dança. Confira mais em:

sescmg.com.br



SER SOCIAL

Vida profissional +60

Casal Siqueira se torna empreendedor após a aposentadoria em Governador Valadares

POR ANA CLÁUDIA GONÇALVES

A aposentadoria costuma ser um momento desejado por quem trabalhou a vida toda e quer descansar. Porém, conquistar esse benefício deixou de ser sinônimo de uma vida inativa. Há quem se dedique a viajar e curtir mais a família, e aqueles que se arriscam no mundo corporativo, aventurando-se de maneira inusitada. Foi o que Graça, de 69 anos, e Cid, de 74, resolveram fazer em 2002, quando abriram a CLL Festas, em Governador Valadares. O negócio do casal Siqueira oferece aluguel de salão para eventos, decoração e bufê.

Ela atuou na área educacional, ele como trabalhador do comércio de bens, serviços e turismo. “Comecei a me envolver com o trabalho aos sete anos, quando ajudava meu tio na mercearia dele. Sempre gostei de lidar com pessoas, não à toa fui professora. Mas quando me aposentei aos 41 anos, pensei: ‘não consigo ficar parada’”, conta Graça. A inatividade não durou uma semana. Ela permaneceu na educação até 2014, conciliando as aulas com a empresa do casal.

Quando Cid aposentou, resolveram transformar quatro lotes em um grande galpão de festas. “Sempre nos entusiasmos com negócios que envolvem pessoas. Quando nos vimos sozinhos e com os filhos saindo de casa, decidimos que não queríamos parar”, acrescenta a empresária.

Casados há quase 50 anos, com três filhos e quatro netos, Graça e Cid esbanjam satisfação com o empreendimento.

Sesc +60

Confira as atividades do Sesc +60 no site:

sescmg.com.br



“Existe coisa melhor que trabalhar com a felicidade das pessoas? São momentos de celebração, de gente bonita e bem vestida. Essa foi a melhor escolha que fizemos. Voltamos à juventude”, afirma Graça.

Mas engana-se quem acha que o casal só pensa em trabalho. Eles tiram um tempinho para viajar e participar das atividades do Sesc +60, em Valadares. “Nós consolidamos o negócio e quando precisamos sair deixamos uma pessoa responsável por tudo. Sou realizada assim, não tenho vontade de parar.”



Foto: Dan Costa

Aposentados, Graça e Cid Siqueira apostaram no empreendedorismo para manter uma vida ativa

NOVOS HORIZONTES

A hora do futebol americano

Esporte está cada vez mais popular no Brasil e ganha força em Minas

POR CHRISTIANO SENNA

Touchdown, extrapoint, fieldgoal, endzone, cornerback, quarterback..., para grande parte dos brasileiros esses termos ainda são desconhecidos. Mas, nos últimos anos, quem gosta de esportes começou a se familiarizar com tais palavras na medida em que cresce a popularidade do futebol americano no Brasil. A modalidade vem ganhando cada vez mais adeptos. Em 2017, o público viu surgir um novo cenário, principalmente, em Minas Gerais.

No último ano, os gramados mineiros receberam a primeira edição da Copa Minas de Futebol Americano, que contou com a participação de seis equipes de todo o Estado. Por aqui também aconteceram jogos do Brasil Bowl – que consagrou a equipe do Sada Cruzeiro como campeã nacional – e o amistoso inédito entre as seleções brasileira e argentina.



Mineirão recebeu o amistoso Brasil x Argentina, mas de futebol americano

Mesmo com o crescimento do esporte, ainda existem desafios para tornar a modalidade mais popular entre o público. Segundo o presidente da Federação Mineira de Futebol Americano (Femfa), Abraão Coelho, é difícil encontrar espaços que ofereçam o conforto necessário para quem vai assistir ao jogo. A necessidade de levar informações sobre as partidas e campeonatos para mais pessoas é outro obstáculo.

Nesse processo de popularização do futebol americano em Minas Gerais, espaços antes usados exclusivamente para o futebol tradicional mostraram sua versatilidade, ganhando jardas e se transformando em casas do esporte com a bola oval. É o caso do Sesc Venda Nova que, em 2017, abriu as portas para a modalidade, fazendo do seu campo oficial um reduto escolhido por equipes tanto para a realização de treinos preparatórios quanto para receber jogos das principais competições. E, em 2018, não será diferente. O Sesc não só recebe novamente em seu gramado partidas oficiais da modalidade, como é apoiador oficial do Campeonato Mineiro Sesc de Futebol Americano. Algo promissor para um esporte que busca cada vez mais contato com os mineiros.

Acompanhe novidades sobre o futebol americano no Sesc pelo site

sescmg.com.br



ACONTECE

Foto: Henrique Chendes



Folia no Sesc

O tradicional Carnaval Sesc Abre Alas está de cara nova em 2018. A atividade, que já é um sucesso, passou a ser realizada nas próprias unidades. Os foliões ganharam uma alegoria exclusiva: a camiseta com estampa criada pelo estilista mineiro Ronaldo Fraga. Centenas de participantes do Sesc+Grupos se divertiram em ações sociorrecreativas e culturais, que têm como base a comemoração do Carnaval.

Caminhos de cultura e fé

Tem uma viagem exclusiva entrando no roteiro de quem adora conhecer mais sobre a cultura, história e fé dos mineiros. A nova excursão do Sesc percorrerá algumas das cidades que pertencem ao Caminho Religioso da Estrada Real (Crer). O itinerário inclui Santuário da Piedade, Santuário do Caraça, Catas Altas, Mariana, Ouro Preto e Congonhas. Confira a programação completa do Turismo Social em sescmg.com.br.

Foto: Priscila Rios Martins



Foto: Tarcísio de Paula

Mesa Brasil em Juiz de Fora

Juiz de Fora, na Zona da Mata mineira, é a mais nova cidade do Estado a contar com uma unidade do Mesa Brasil Sesc. O programa de segurança alimentar e nutricional é composto por ações educativas e de distribuição de alimentos excedentes ou fora dos padrões de comercialização, mas que ainda podem ser consumidos. Já existem unidades do Mesa em Belo Horizonte; Uberlândia, no Triângulo Mineiro; e em Montes Claros, no Norte de Minas.

JEITO SENAC

Qual a sua profissão no futuro?

Alunos e empresários dizem o que esperam do mercado

POR RENATA GIORDANI

Perguntamos a Bruno Saturnino, 27 anos, o que ele espera do futuro: "As novas tecnologias vão beneficiar a população, principalmente na área da saúde, mas o fator humano ainda será imprescindível." Para ele, técnico em Enfermagem pelo Senac em Três Corações, os profissionais que atuarão daqui a 20 anos precisarão se especializar cada vez mais para atender às exigências do mundo do trabalho.

Segundo pesquisa da consultoria Ernst & Young, a robotização e a inteligência artificial lideram mudanças no mercado. Em algumas décadas, ocupações como operador de caixa e entregador serão extintas. "Nosso profissional precisa ter maleabilidade: deve saber estocar, repor produto, operar no caixa", disse Roberta Bianchetti, gerente de RH do supermercado Supermais, em Barbacena, que emprega mais de 40 jovens aprendizes do Senac.

Para acompanhar a evolução do mercado e os impactos na formação do aluno, o Senac em Minas implantou um método de escuta nos Comitês Técnicos Setoriais



Foto: Suzimery Cabral

No ano passado, foram realizados comitês técnicos nos eixos de formação do Senac: Comércio, Hospitalidade e Saúde. Para 2018, estão previstos os de Informática e Beleza

(CTS), baseada nos procedimentos da Organização Internacional do Trabalho (OIT). O objetivo é analisar as ocupações profissionais nos segmentos em que a instituição atua, considerando as especificidades locais. "Escutamos o que nosso público precisa para adequarmos o portfólio de cursos às necessidades do mercado atual e futuro", pontuou a gerente de produtos Danielle Mota. Alunos, profissionais, acadêmicos, empresários e entidades de classe discutem as funções desempenhadas pelo trabalhador, incluindo o conhecimento técnico e comportamental, as exigências da qualificação profissional, as tecnologias e tendências.

"Os CTS nos permitem superar a distância entre a sala de aula e as realidades de mercado, oferecendo condições para que haja diálogo entre o trabalho e o Senac – que materializa o seu compromisso de promover uma sociedade melhor por meio de uma educação profissional aderente às demandas atuais e às projeções para o amanhã", resumiu o diretor regional do Senac, Gustavo Guimarães.

COM A PALAVRA

MasterChef Brasil com sotaque mineiro

Vencedor de *reality* culinário, Pablo Oazen mostra o valor de se investir na qualificação

POR ANA PAULA VALOIS

A segunda temporada do programa MasterChef Profissionais 2017 premiou, depois de muitos preparos, degustações e duras avaliações dos jurados, Pablo Oazen. Natural de Juiz de Fora, o chef se formou em Turismo, mas foi na especialização em Hotelaria, em Portugal, que percebeu seu dom, fomentado na cozinha da casa da avó desde muito novo. Em entrevista à **Revista Fecomércio MG**, Oazen conta que buscou se capacitar muito além da gastronomia.

O que a qualificação no Senac significou na sua formação?

No Senac, fiz os cursos de Habilidades Gerenciais Básicas, Informática, Liderança e Criatividade, Garçon

"Agastronomiacresceu no mundo todo. É uma profissão bonita, que une as pessoas, e também muito árdua."

e Cozinheiro. Foi lá que aprendi as primeiras posturas dentro de uma empresa, como lidar com as pessoas num ambiente comercial, e onde tive as noções iniciais da profissão que exerço até hoje: cozinheiro.

A que você atribui a grande procura pela gastronomia?

A gastronomia cresceu no mundo todo. É uma profissão bonita, que une as pessoas, e também muito árdua. É uma carreira que conecta a técnica à beleza e faz as pessoas saírem de sua zona de conforto.

A experiência no exterior te trouxe mais segurança?

Os cinco anos que passei na Europa, principalmente, por restaurantes Michelin, me trouxeram muita experiência. Você sabe que aprendeu o certo e passa a ter mais recurso e técnica.

A gestão de pessoas é um diferencial para se destacar na área?

Com certeza! O mais difícil de administrar um negócio é lidar com

as pessoas, pois cada um pensa de uma forma.

Após vencer o MasterChef, o que mudou em seus empreendimentos?

Quando iniciei no programa, o Bull & Beer tinha pouco tempo, mas quase estava negociando o Garagem. Hoje é impensável vendê-los. Vem gente de todo o Brasil conhecê-los. É impressionante!



Foto: Wanderson Monteiro

EU COMPARTILHO

Empresária bailarina

Graduação em Administração possibilitou Amanda Beatriz se tornar empreendedora

POR JOSIE MENEZES

Fazer do limão uma limonada. Esse é o lema de vida da administradora Amanda Beatriz. Com trajetória profissional inusitada, chegou a cursar dois períodos de Jornalismo, a trabalhar com venda de automóveis, em um sacolão e em uma distribuidora até se encontrar na faculdade de Administração da Faculdade Senac. Foi então que, em 2016, ela uniu sua formação a um antigo sonho: o balé. Amanda se tornou empresária e abriu a escola de dança Leveza, em Belo Horizonte.

Sua história no balé teve início aos sete anos, mas ela não conseguiu conciliá-lo como profissão ao chegar à fase adulta. Por pressão, Amanda começou sua primeira faculdade, passou por vários trabalhos e, após se casar, descobriu seu tino para os negócios. "Passei a auxiliar meu ex-marido nas rotinas administrativas de sua empresa, então, cursei Administração por necessidade. O que eu não sabia era o quanto a graduação iria mudar a minha vida."

Do papel para a realidade

De imediato, o curso superior na Faculdade Senac lhe permitiu aplicar, na prática, os conhecimentos de gestão adquiridos. "Eu levava casos reais para as aulas e com isso a empresa do meu ex-marido alavancou", conta. Mas, no meio do curso, o objetivo mudou e o balé falou mais alto novamente. "No último período da graduação projetei uma escola de dança no plano de negócios. Meus colegas riram, não acreditavam ser

possível realizar esse sonho", lembra.

Amanda graduou-se em julho de 2016 e inaugurou a escola Leveza em dezembro do mesmo ano. Hoje está com três unidades em funcionamento. A empresária conta que aplica todo o aprendizado, desde questões contratuais com alunos e funcionários, a fluxo de caixa, estoque, contabilidade, *payback* (retorno de investimento), estratégias de marketing e análise Swot (para avaliação de cenários). "Tive professores que me fizeram apaixonar pela Administração. Devo a eles e à faculdade a boa gestão da minha escola", finaliza.



Foto: Genilton Elias

Saiba mais sobre Amanda Beatriz no vídeo-depoimento exclusivo na seção Sou Senac. São histórias de alunos e ex-alunos que se tornaram casos de sucesso após passarem pela instituição. Acesse www.mg.senac.br.

EM CURSO

Especialista em bem receber

Tecnólogo em Hotelaria atua em *resorts*, cruzeiros, shoppings, condomínios e até hospitais

POR ROBERTA ARAÚJO

Sonho de consumo dos brasileiros, viajar tem se tornado cada vez um indicativo de realização pessoal. Uma pesquisa feita pelo *e-commerce* de negócios turísticos Booking.com revelou que 60% dos entrevistados esperam concretizar esse desejo em 2018. Com as viagens corporativas também aquecidas, cresce o número de oportunidades de carreira nessa área.

Recém-formada na graduação tecnológica em Hotelaria do Senac, Thayná Diniz, 20 anos, atua como recepcionista no Hotel Ibis Budget, de Barbacena. "Vi na área uma oportunidade de conhecer culturas diferentes. Trabalho em um hotel

com perfil corporativo, mas o curso me deu base para todos os tipos de atividades", avalia.

A diretora da Faculdade Senac - Campus Barbacena, Sarah Roberta da Silva Costa, explica que o mercado de trabalho para o profissional de hotelaria extrapola serviços de governança e *concierge*, gestão de orçamento e consultoria para hotéis e *resorts*. "O hoteleiro é demandado em bares, restaurantes e eventos para a supervisão de alimentos e bebidas; em shoppings e condomínios como *concierge*; e em hospitais para a gestão de leitos", destaca.

O mineiro Rafael Ladeira, 37 anos, trabalha como supervisor de hotelaria hospitalar no Instituto do Câncer do Estado de São Paulo. Administrador, ele buscou no tecnólogo em Hotelaria do Senac uma formação rápida para direcionar a carreira. Hoje, realizado, coordena uma equipe de 20 pessoas. "Pela condição dos pacientes, precisamos proporcionar mais conforto e atenção ao cliente, oferecendo estadia para eles e seus acompanhantes."



Foto: Divulgação Senac

Formação superior em dois anos

A graduação tecnológica é uma formação de nível superior mais rápida do que o bacharelado e com estrutura curricular voltada para a prática. No Senac, em dois anos, o aluno se torna especialista em bem receber e vivencia as rotinas da profissão no Hotel Escola Senac Grogotó, em Barbacena (MG).

Os alunos do Senac contam com a estrutura do Hotel Senac Grogotó, em Barbacena

FICA A DICA

Aprendizagem **comercial**

O Programa de Aprendizagem Comercial ofertado pelo Senac em Minas atende a Lei 10.097/2000, seus decretos e portarias. Com duração de 12 meses, destina-se a jovens entre 14 e 24 anos (exceto pessoas com deficiência, que não possuem idade limite). O programa, cujas turmas abrem em abril e outubro, se estrutura em atividades teóricas, dentro da instituição, e práticas, nas empresas do comércio de bens, serviços e turismo.

Como determina o artigo 429 da CLT, estabelecimentos de qualquer natureza são obrigados a contratar e matricular tais jovens nos cursos de aprendizagem, em cinco a

15% das funções que exijam formação profissional. Para microempresas, empresas de pequeno porte – inclusive as optantes pelo Simples – e aquelas sem fins lucrativos, a contratação é facultativa.

Em 2017, 32 unidades do Senac em Minas ofertaram cursos de Aprendizagem Profissional Comercial. Foram 2.864 empresas atendidas e mais de 18 mil aprendizes beneficiados.

Fique ligado em algumas dicas sobre aprendizagem profissional:



Empresa

- As empresas são responsáveis pelo processo seletivo e pela contratação dos aprendizes. Para se informar sobre cada etapa da seleção, consulte o Cronograma de Atendimento no site mg.senac.br

- O período de pré-reserva de vagas tem início em fevereiro (1º semestre) e agosto (2º semestre).



Aprendiz

- Procure uma empresa que esteja contratando aprendizes, pois as inscrições não são feitas diretamente com o Senac;

- Confira o Rede de Carreiras, do Senac, canal em que você pode se candidatar às vagas de aprendizagem. Acesse rededecarreiras.com.br

Inovação

No Senac em Minas, a reserva de vagas e o cadastro do aprendiz são realizados pela empresa por meio do Sistema de Gerenciamento de Processo Seletivo (PRS).

www.processoseletivoaprendizagem.mg.senac.br



Nesta página, você acompanha sugestões de profissionais do Senac para ajudá-lo a melhorar o desempenho na carreira e nos negócios. Envie sua dúvida para e-mail comunicacao@senac.mg.br e participe!

* Nesta edição, a sugestão foi dada pela coordenadora de Aprendizagem Profissional do Senac, Isana Cavalcanti Tenório.

REFERÊNCIA

Democratização do ensino

Polo de apoio do Senac em Uberlândia é o primeiro do Estado a oferecer cursos de graduação a distância

POR ROBERTA ARAÚJO

Há cinco anos, Elton Ferreira aplicou sua experiência em vendas em um negócio próprio. Com o tempo, a dinâmica gestão da loja de embalagens descartáveis o fez procurar novos conhecimentos. O curso técnico em Administração do Senac, na modalidade de ensino a distância (EAD), foi o que melhor atendeu às necessidades do empresário. Teófilo Otoni, onde atua, não oferecia cursos presenciais na área e a graduação era inviável naquele momento.

“Tinha urgência em sanar dificuldades do dia a dia e o curso técnico foi o caminho mais curto. São 18 meses. O modelo a distância me permite estudar nos fins de semana, à noite ou quando tenho tempo no trabalho. Estou no segundo período e o meu entendimento sobre o negócio já melhorou”, diz.

Os números do EAD no país mostram um alcance expressivo. O último Censo EAD Brasil, realizado pela Associação Brasileira de Educação a Distância em 2016, contabilizou 561.667 alunos em cursos regulares totalmente remotos. A modalidade democratiza o conhecimento ao oferecer – por valores mais acessíveis – técnica, excelência e profissionalização para além das capitais.

“Minas Gerais tem um potencial enorme em virtude do grande número de municípios e da posição geográfica privilegiada, que faz divisa com quase todas as regiões brasileiras. Isso demanda mais profissionais capacitados e aptos a atuar e

empreender no comércio de bens, serviços e turismo”, avalia a coordenadora educacional do Senac em Minas, Vanilde Muniz.

O EAD do Senac conta com 242 cursos, sendo 71 de ensino superior, 11 técnicos e 160 qualificações livres de formação inicial e continuada. A experiência com o ensino a distância, associada à tradição na formação profissional, conferiu ao Senac a pontuação máxima no conceito institucional do Ministério da Educação (MEC), avaliação obtida por apenas 3% das instituições com essa modalidade.

“Com a pioneira Universidade do Ar, na década de 40, já levávamos aperfeiçoamento profissional a distância por



Foto: Genilton Elias

Como viaja muito a trabalho, Ana Rita considera inviável fazer um curso presencial

meio das ondas do rádio. Hoje, nos apropriamos de diferentes tecnologias em uma plataforma nacional de aprendizagem com várias modalidades de cursos. Elas não só ampliam as alternativas e os formatos de qualificação para além dos limites físicos-geográficos, como representam uma nova perspectiva de interiorizar o alcance do Sistema Fecomércio por meio da educação profissional de boa qualidade”, complementa o diretor do Senac em Minas, Gustavo Guimarães.

Graduação EAD no interior de Minas

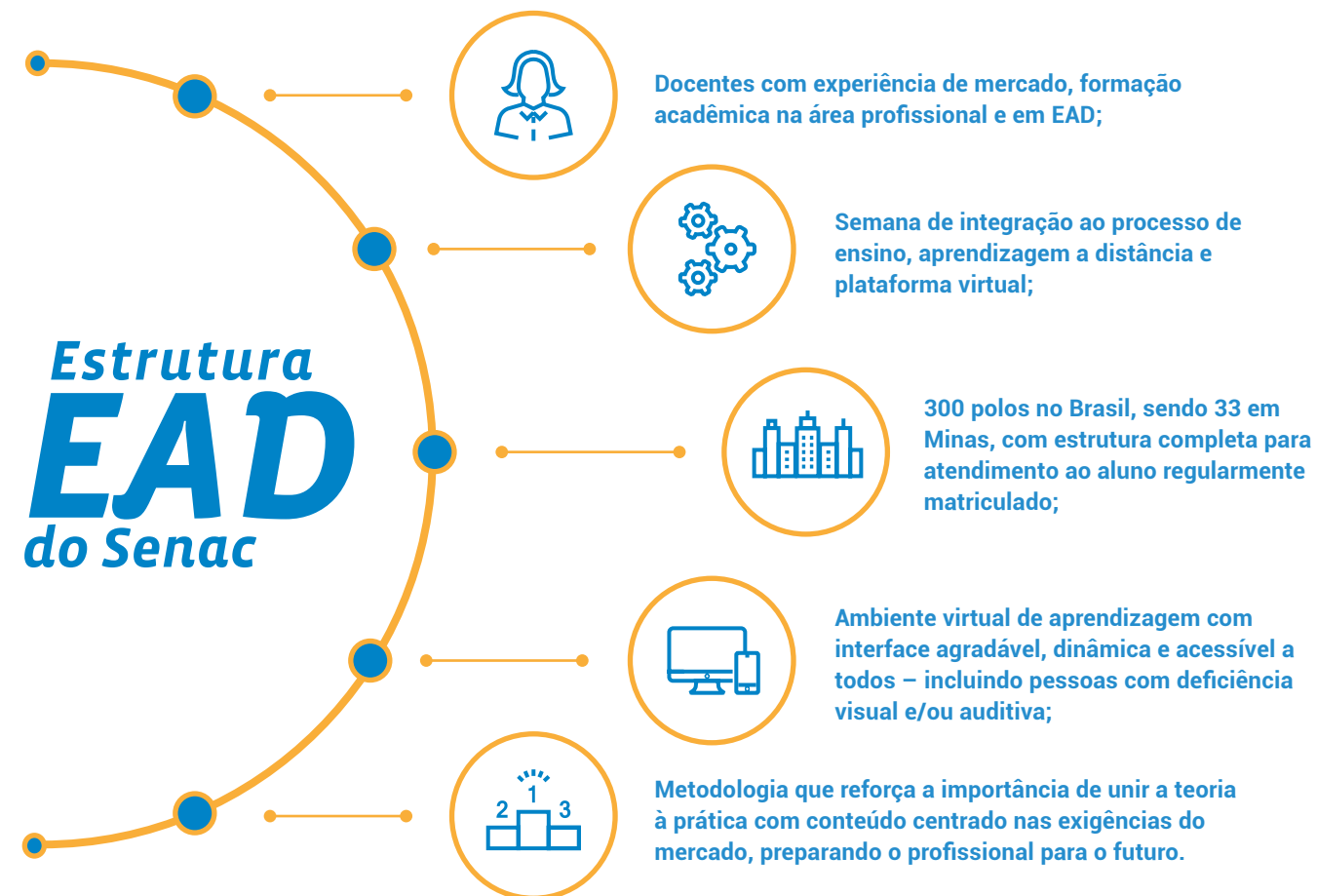
Neste ano começam os cursos de graduação EAD do Senac no polo de Uberlândia. A cidade é a primeira no Estado a receber ensino superior nessa modalidade, com 13 titulações. “Os alunos fazem apenas dois deslocamentos semestrais ao polo, agendados antecipadamente para realização de avaliações”, lembra Vanilde.

Angélica Lima tem uma pequena empresa e pretende lançar seus produtos no mercado internacional. Formada em

Letras, ela sentiu a necessidade de estruturar o negócio para exportação. “Aqui em Patrocínio não há o curso de comércio exterior e não posso fazê-lo em outra cidade. Como estou perto de Uberlândia, optei pelo EAD para conciliar o estudo com o trabalho e a família”, explica.

A gestão do tempo é um fator essencial para 70% dos estudantes do ensino a distância, segundo o Censo da Educação Superior do MEC. É o caso da empresária e produtora de eventos Ana Rita Gonçalves, que por sempre viajar a trabalho optou pela pós-graduação em Gestão Cultural no Senac. “Atuo com projetos culturais; muitas vezes estou fora de BH. Seria inviável fazer um curso presencial. O método atendeu a minha rotina e a qualificação ampliou meus horizontes”, avalia.

Mais informações: www.ead.senac.br



ACONTECE

Reinaugurado Restaurante Escola BH

O Restaurante Escola Senac BH, localizado no Centro, foi reinaugurado com uma atmosfera mais contemporânea após a reforma. O espaço oferece bufê completo com *self service* de saladas e opções variadas de prato principal e sobremesa, além de uma acolhedora música ao vivo. O restaurante também funciona como um ambiente de aprendizado para os alunos de gastronomia. Lá, eles podem vivenciar na prática o que aprendem em sala de aula, incluindo a preparação e acompanhamento do cardápio e o funcionamento da estrutura operacional do espaço. Há outra unidade do restaurante-escola em Barbacena, dentro do Hotel Senac Grogotó.

Funcionamento: terças, quintas e sextas-feiras, de 12h às 14h30

Endereço: Rua dos Tupinambás, 1038, Centro

Informações: (31) 3048-1445/1446



Foto: Genilton Elias



Foto: Alexandre Farid

IR: atendimento gratuito

Até o dia 26 de abril, os alunos de Ciências Contábeis da Faculdade Senac – Campus Contagem prestam atendimento gratuito à população para tirar dúvidas, preencher e transmitir a declaração de Imposto de Renda. O serviço terá acompanhamento dos professores e precisa de agendamento antecipado pelo telefone 0800 724 4440. O atendimento, voltado às pessoas que não têm condições de contratar um contador, é uma oportunidade de os alunos colocarem em prática os ensinamentos de sala de aula.

Data: segundas e quintas-feiras, das 18h às 18h55, e quartas-feiras, das 18h às 20h30

Local: Faculdade Senac - Campus Contagem (Rua das Paineiras, 1.300, Eldorado)

Agendamento: 0800 724 4440

DESCUBRA

Uma cidade que respira cultura

Evento literário é atração à parte de Poços de Caldas

POR RENATA GIORDANI

Localizada no Sul de Minas, numa região vulcânica já extinta, Poços de Caldas é reconhecida por apresentar o maior índice de leitura em proporção ao Brasil. De acordo com levantamento da Câmara Mineira do Livro, feito em 2015, na cidade se lê, em média, 4,34 livros a cada três meses, contra 1,85 obras no país.

Foto: Acervo Poços CVB



Cenário imperdível: Rampa de Voo Livre, no Parque da Serra de São Domingos

O clima agradável, as praças bem cuidadas e a inspiradora Cabine Literária, localizada na Região Central, estimulam em seus habitantes o prazer em ler. “A cidade vive uma grande efervescência cultural. Locais como o Instituto Moreira Salles, a Galeria Ampliart e o Museu Histórico e Geográfico não podem ficar fora do roteiro de quem visita o município”, indica Juliano Silva, presidente do Poços de Caldas Convention & Visitors Bureau.

O Espaço Cultural da Urca também sedia importantes atrações, como a já consagrada Feira Nacional do Livro e Festival Literário de Poços de Caldas (Flipoços). É nesse evento que o Senac e o Sesc marcam presença desde a sua primeira edição, há 13 anos, promovendo palestras e oficinas gratuitas para adultos e crianças. Em 2018, o festival receberá escritores nacionais e internacionais entre os dias 28 de abril e 6 de maio.



Foto: Henrique Chendes

Na Flipoços, o gosto pela leitura começa cedo

Para quem curte a natureza, a Rampa de Voo Livre e o Cristo Redentor – situados no Parque da Serra de São Domingos – e o prédio Thermas Antônio Carlos, onde se pode desfrutar os banhos termais, são roteiros imperdíveis. Sem falar do Zoológico, espaço de conservação e reprodução de aves em risco de extinção. A cidade também abriga a Fonte dos Amores, o Recanto do Japonês, a Cascata das Antas e o tradicional teleférico. Muitos atrativos para quem deseja unir natureza e cultura! Acesse descubrapocos.com.br e viaje pela cidade em 360°.

Senac em Poços

A unidade do Senac na cidade está de portas abertas para te receber. Você conhece mais sobre a nossa atuação na região e as oportunidades em educação profissional aqui:

mg.senac.br



LEGISLAÇÃO

Em busca de equilíbrio financeiro

A saúde das contas públicas do país e o futuro das aposentadorias dependem da Reforma da Previdência

POR LUCAS ALVARENGA

Pense em uma família que se endivida ao gastar mais do que ganha. Inicialmente, ela recorrerá a reservas para saldar seus débitos. Depois, sem ter como aumentar suas receitas, entrará no cheque especial. Por fim, terá que cortar despesas. Pois, essa família é o Brasil e a conta se chama Previdência. Em 2017, o *deficit* somado do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e dos Regimes Próprios dos Servidores Públicos (RPPS) da União chegou a R\$ 268,79 bilhões.

A Previdência já consome 8,4% de todas as riquezas produzidas pelo país, pouco mais de 22% da carga tributária brasileira, segundo dados do governo. Não à toa, a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 287/2016, relatada pelo deputado federal Arthur Maia (PPS-BA), ganhou destaque na pauta do Congresso.

O presidente do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac, Lázaro Luiz Gonzaga, acredita que o Poder Legislativo não deve se omitir do debate em torno do tema. "A reforma proposta, assim como ocorreu com a modernização trabalhista, não elimina direitos, em especial aqueles já adquiridos. O que se pretende é atualizar as regras, aprimorar, adequar o sistema à nova realidade do país e do mundo."

Entre os fatores que agravaram o quadro da Previdência estão a recessão de 2014 a 2016 e o aumento da longevidade da população, que complicou ainda mais o cenário. "A

expectativa de sobrevida após os 60 anos cresceu 11 anos desde 1940, embora as pessoas continuem se aposentando quase com a mesma idade", observa o coordenador jurídico tributário da Fecomércio MG, Marcelo Moraes.

Nesse cenário, se nada for feito, pode se repetir no Brasil o que ocorreu em Portugal e na Grécia. "Os gastos das pessoas e do governo com saúde vão crescer anualmente e irá faltar dinheiro para áreas como a educação", alerta a professora de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Nora Raquel Zygielszyper.



Foto: Casa Civil/ Presidência da República

Presidente do Sistema Fecomércio MG, Lázaro Luiz Gonzaga, esteve em dezembro passado, em Brasília, para debater a Reforma da Previdência

TOME NOTA

Reforma 'suavizada'

A fim de aprovar mudanças na Previdência Social, o governo fez várias alterações na Proposta de Emenda à Constituição. Antes de a impossibilidade de se votar a reforma este ano, a ideia era economizar, ao menos, R\$ 604 bilhões no decênio 2018/2027. Com isso, a proposta original, apresentada em dezembro de 2016, acabou se limitando a alguns pontos. O principal deles trata do aumento da idade mínima de 65 anos para homens e 62 para mulheres, exceto para trabalhadores rurais, que poderão se aposentar com 60 anos para homens e 57 para mulheres.

No entanto, para alcançar a aposentadoria, o trabalhador do setor privado teria que contribuir por 15 anos, enquanto o servidor público por 25 anos, só podendo receber o benefício integral após 40 anos de contribuição. "Ao atingir a idade mínima, o requerente poderia receber 60% do benefício, se for trabalhador privado, e 70%, caso seja servidor", explica o coordenador jurídico tributário da Fecomércio MG, Marcelo Moraes.

Regra de transição

A PEC original também consta uma regra de transição para que quem esteja perto de se aposentar por tempo de contribuição possa usá-la para conseguir logo o benefício. "O governo prevê idades mínimas de transição de 53 anos para mulheres e 55 para homens. Elas seriam aumentadas suavemente, 12 meses a cada dois anos, chegando às idades mínimas propostas pela Reforma Previdenciária",



Deficit da Previdência alcança R\$ 268,79 bilhões, o maior rombo da história, segundo dados do Ministério da Fazenda

esclarece Nora Raquel.

A regra de transição prevê ainda um "pedágio" de 30% sobre o tempo que falta às mulheres para atingir 30 anos de contribuição e aos homens 35 anos. Ao fim da transição, a aposentadoria por tempo de contribuição seria extinta. "Essa medida diminui a desigualdade, pois a população mais rica tem maior tempo de estudo e de estabilidade no trabalho. Assim, contribui por mais tempo e se aposenta antes", analisa a professora da FGV.

Correção de rumos

A Reforma pretende corrigir outras distorções, como a diferença entre as aposentadorias do setor público e privado. "Hoje, quase 60% das previdências de servidores da União são arcadas com tributos pagos pelo trabalhador privado", adverte Moraes. É por essa razão que o INSS – com 29,8 milhões de benefícios – registrou *deficit* de R\$ 182,45 bilhões em 2017, enquanto o setor público – com apenas 3 milhões de benefícios – somou débitos de R\$ 86,34 bilhões no mesmo período, como ressalta Nora Raquel.

A proposta também desatrelaria o reajuste das aposentadorias ao salário mínimo. "É justo que os benefícios sejam recompostos de acordo com a inflação, como propõe o governo. Você só não pode dar ganhos reais ao aposentado ao custo da quebra da Previdência. Senão, arcaremos com mais impostos ou nossos filhos e netos pagarão pelo desequilíbrio das contas públicas", conclui a professora.

Aspecto legal

A economia em 2018 não deve sentir o peso da impossibilidade de se votar a Reforma da Previdência. Mas, a queda de uma das principais pautas do governo e a deterioração fiscal das contas da União tendem a influenciar as expectativas dos agentes econômicos para os próximos anos. A questão previdenciária do Brasil se trata de um quadro estrutural, que pode afetar o desempenho econômico e social em longo prazo.

CONTÁBEIS

O indicador dos aluguéis

Saiba como a deflação do IGP-M em 2017 influencia o reajuste de contratos

POR LUCAS ALVARENGA

Há quase sete décadas, o Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M) é usado para mensurar a inflação de diversos itens no Brasil. Formado pelos índices de preços do atacado (com 60% de peso), ao consumidor (com 30% de peso) e da construção civil (com 10% de peso), ele engloba em um só percentual distintas etapas do processo produtivo. Desde 2009, o indicador – que serve como base para o reajuste das tarifas de energia, contratos de serviços e aluguel – não apresentava deflação. Naquele ano, a crise financeira internacional fez o IGP-M cair 1,72%.

Em 2017, ele teve nova deflação, de 0,52%. “Esse recuo está relacionado à safra agrícola recorde – que abateu o preço dos alimentos – e ao consumo das famílias – ainda prejudicado pelo desemprego, fator que limita a renda”, avalia o economista e analista financeiro da Fecomércio MG, Juan Moreno de Deus.

Enquanto o IGP-M se mantém negativo, contratos vencidos recentemente e indexados por tal índice podem ser reajustados para baixo. “A redução do valor nominal, assim como a elevação, é legal. Ela preserva o equilíbrio da relação entre os celebrantes e a revisão do preço de mercado”, explica o membro da Associação Brasileira dos Advogados do Mercado Imobiliário (Abami), Jaques Bushatsky.

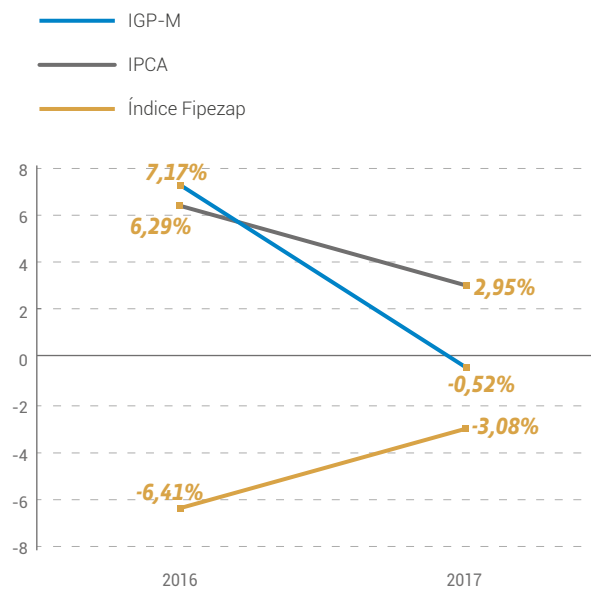
Calculado mensalmente pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), o IGP-M deve registrar alta de 4,4% em 2018. A queda na produção agrícola e a melhora do consumo, devido ao corte dos juros, tendem a inflacioná-lo.

Por isso, há quem corra para renegociar contratos, mas esbarre na resistência de muitos em reduzi-los conforme o IGP-M. No caso dos locatários de imóveis, uma alternativa é se apoiar no desaquecimento do mercado imobiliário. Só em 2017, 39% dos clientes no país conseguiram diminuir, em média, 11% do valor do

aluguel, segundo dados do Índice Fipezap. “É a lei da oferta e da demanda. Se há muitas opções, o preço cai”, finaliza Juan.

Preços em queda

Índice Fipezap mostra que valor dos aluguéis comerciais na capital mineira ficou abaixo do IGP-M e do IPCA, que mede a inflação oficial



Fontes: FGV, Fipezap e IGBE.

AGENDA

Compras Internacionais

A Fecomércio MG realiza, nos dias 3 e 10 de maio, o Curso de Compras Internacionais e Formação de Preço. A atividade, em parceria com a Intercomex, acontece pela primeira vez na entidade. A capacitação abordará assuntos como preço praticado, riscos aduaneiros, políticos e comerciais durante a realização de uma compra internacional. O treinamento visa oferecer as bases para análise gerencial e tomada de decisão na hora da negociação. Inscrições e outras informações no site fecomerciomg.org.br.



Foto: Shutterstock

Delegação Argentina em Minas

Em 2017, em visita a Buenos Aires, a Fecomércio MG firmou um protocolo de intenções com a Confederación Argentina de La Mediana Empresa (Came), durante um evento promovido na sede da instituição. Como resultado desse protocolo, a Federação receberá, em abril, uma delegação argentina composta por autoridades e empresários associados à Came. Serão apresentadas as principais ações desenvolvidas pelo Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac, e haverá rodadas de negócios e visitas técnicas.



Foto: Izabela Ventura

Expoleste 2018

Em sua 16ª edição, a Mostra Empresarial do Leste Mineiro (Expoleste) busca promover o desenvolvimento econômico da região e criar oportunidades de negócios entre empresas e instituições locais. A expectativa é que mais de 60 mil pessoas participem do encontro este ano. A Expoleste tem o apoio institucional do Sistema e do Sindicómércio de Governador Valadares e será realizada entre os dias 18 e 22 de abril, na Universidade Vale do Rio Doce (Univale), em Governador Valadares.



Foto: Betto Rodrigues

OBRIGAÇÕES SOCIAIS E FISCAIS DE ABRIL / 2018

Âmbito Federal	
PIS – DCT	No mês de admissão
SALÁRIOS	Até o 5º dia útil
FGTS / GEFIP / CAGED	Até o dia 7
SPED / CONTRIBUIÇÕES	Até o 10º dia útil do 2º mês
DCTF – MENSAL	Até o 15º dia útil do 2º mês
RETENÇÃO PIS / COFINS CSLL ARTIGO 30 – LEI 10.833/03	Até o último dia útil da semana seguinte à quinzena do pagamento.
IR FONTE	Até o terceiro dia útil da semana do pagamento, ou no mesmo dia, quando tratar de pagamento para residente ou domiciliado no exterior.
INSS – SALÁRIO / SIMPLES NACIONAL – Recolhimento	Até o dia 20
COFINS / PIS / FATURAMENTO	Até o 25º dia do mês seguinte.
CARNÊ LEÃO / IRPJ ESTIMATIVA / TRIMESTRAL	Até o último dia útil do mês subsequente ao encerramento do período de apuração.
CONTRIBUIÇÃO SOCIAL ESTIMATIVA / TRIMESTRAL	Até o último dia útil do mês
Demais contribuições	Ver Calendário Fiscal

Âmbito Estadual		Âmbito Municipal	
ICMS ST (Simples Nacional)	Até o dia 02 do 2º mês	ISS	Imposto sem serviços – Belo Horizonte / Outros municípios
Destda	Até o dia 28, se ME ou EPP		Até o dia 05 – Ver legislação local
DAPI (comércio supermercadista)	Até dia 08 do mês seguinte	IPTU	Belo Horizonte / Outros municípios
Guia Nac. Informação Apuração ICMS Sub. Trib. – Gia – ST	Até o dia 10		Até o dia 15 – Ver legislação local
EFD Fiscal	Até o dia 25 do mês seguinte	DES	Declaração Eletrônica de Serviços – Mensal – Belo Horizonte
Demais contribuições	Ver Calendário Fiscal		Até o dia 20
		Taxas municipais – Belo Horizonte / Outros municípios	Fixado pelo município – Ver legislação local

ÍNDICES ECONÔMICOS

Indicador (var. %)	2017	2018*	2019*
PIB	1,0	2,83	3,0
Selic ¹	7,0	6,5	8,0
Desemprego ²	11,8	11,6	10,8
Volume de vendas	2,0	3,0	3,0

*Expectativa do Boletim Focus, do Banco Central do Brasil, Itaú BBA, Bradesco; e Área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG.
¹Meta over Selic, fim de ano
²Fim de período

Índice (%)	Acumulado em 12 meses*	2018*	2019*
IPCA	2,84	3,63	4,2
INPC	1,81	3,85	4,0
IGP-M	-0,42	4,33	4,38
IPC-Fipe	2,07	3,41	4,12

*Até fevereiro/2018 para IPCA, INPC, IGP-M e IPC-Fipe.

EXPEDIENTE

Presidente Lázaro Luiz Gonzaga	Conselho Fiscal Efetivo José Geraldo de Oliveira Motta, Roberto Márcio do Bom Conselho e Gilbert Lacerda Silva.	Diagramação e Arte Diego Quintão
Vice-presidentes Sebastião da Silva Andrade, Glenn Andrade, José Donaldo Bittencourt Júnior, Osvaldo Fernandes Pereira Júnior, Lúcio Emílio de Faria Júnior, Osvaldo Fernandes Pereira Júnior, Marcus do Nascimento Cury, Rony Anderson de Andrade Rezende e José Porfiro do Carmo	Revista Fecomércio MG Jornalista responsável – Izabela Ventura (MG 14.855 JP) Revisão geral – Lucas Alvarenga (31) 3270-3348 ou (31) 3270-3404 comunicacao@fecomerciomg.org.br	Projeto Gráfico Idea Comunicação
Secretários Caio Márcio Goulart, Afonso Mauro Pinho Ribeiro, Vera Lúcia Freitas Luzia, André Coelho Borges de Medeiros, Evando Avelar Duarte e Helton Andrade	Produção – Fecomércio MG Izabela Ventura, Jéssica Andrade, Lucas Alvarenga, Dariane Araújo.	Impressão Coan Indústria Gráfica Ltda.
Tesoureiros Marcelo Carneiro Árabe, Wainer Pastorini Haddad, Maria Luiza Maia Oliveira, Bento José Oliveira, Alfeu Freitas Abreu, Lizziane Martins Facundes	Produção – Sesc Mariana Medina, Ana Cláudia Gonçalves, Christiano Senna.	Tiragem 60.000 exemplares
	Produção – Senac Soraya Tõrre, Márcia Misson, Adriana Linhares, Alexandre Farid, Ana Paula Valois, Josie Menezes, Renata Giordani.	Fecomércio MG Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, CEP. 30. 170-121

SISTEMA FECOMÉRCIO MG, SESC E SENAC

Presente em todo o Estado de Minas Gerais, o **Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac** atua de forma integrada para fortalecer o comércio mineiro de bens, serviços e turismo.

Juntas, as três entidades oferecem uma rede exclusiva de proteção e serviços, beneficiando empresários, trabalhadores, suas famílias e comunidades, contribuindo, assim, para o desenvolvimento do nosso Estado e país.

É papel da **Fecomércio MG** orientar, proteger, defender e representar as atividades e categorias econômicas do comércio mineiro. Por meio de seus braços sociais e de capacitação, o **Sesc** e o **Senac**, atua em diversas áreas como cultura, saúde, lazer e desenvolvimento profissional.



Fecomércio MG



Sesc



Senac

Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac