CADERNO DO COMÉRCIO DE SANTA CATARINA 2016

O GUIA SEGURO DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO DE BENS, DE SERVIÇOS E DE TURISMO

Fecomércio SC
Sesc | Senac

O **Caderno do Comércio** é um projeto elaborado pelo Sistema Fecomércio SC, com o objetivo de fornecer ao empresário catarinense informações sobre gestão, dados econômicos, serviços prestados e a organização do Sistema Confederativo do Comércio de Santa Catarina (Fecomércio SC).

A proposta do **Caderno do Comércio** é munir os empresários com informações confiáveis para a gestão do seu negócio, a fim de promover o desenvolvimento e mostrar a importância do Sistema.

Este material possui distribuição gratuita e se encontra também disponível em versão *e-book* para download nos portais das empresas autoras do projeto.

Sistema Fecomércio SC
Bruno Breithaupt – Presidente

Fecomércio SC
José Agenor de Aragão Júnior – Diretor-executivo

Serviço Social do Comércio – Sesc
Roberto Anastácio Martins – Diretor Regional

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac
Rudney Raulino – Diretor Regional

Equipe gestora do projeto
Adriana Cadore Gusmão – Assessora de Comunicação e Marketing (Sesc)
Elder Arceno – Gerente Relações Institucionais e Governamentais (Fecomércio SC)
Fernando José Coelho – Coordenador da Assessoria de Planejamento (Sesc)
Giselle Loregian – Gerente de Mercado (Fecomércio SC)
Renata Maestri Rubik – Diretora Inovação e Tecnologia (Senac)
Renato Barcellos – Gerente de Planejamento (Fecomércio SC)
Simone Karla da Rocha Batista – Assessora de Planejamento (Sesc)

Equipe técnica do projeto
Ana Carolina Rocha – Analista de Pesquisa (Fecomércio SC)
Helidiani Costa – Analista de Planejamento (Sesc)
Luciane Mascarello – Analista de Comunicação (Sesc)
Luciano Neves Córdova – Analista Econômico (Fecomércio SC)
Marina Shimomura Spinelli – Analista de Informação e Pesquisa (Senac)

Conteúdo
Ana Carolina Rocha – Analista de Pesquisa (Fecomércio SC)
Deivid Anselmo Leandro – Professor (Senac Varejo)
Helidiani Costa – Analista de Planejamento (Sesc)
Luciano Neves Córdova – Analista Econômico (Fecomércio SC)
Marcus V. de Azevedo Tutui e Silva – Analista Estadual de Projetos e Programas Institucionais (Senac)
Marina Shimomura Spinelli – Analista de Informação e Pesquisa (Senac)
Nádia Grezzana Mascelani – Professora (Senac Varejo)
Vinicius Cadore Furlanetto – Professor (Senac Varejo)

Equipe de comunicação
Adriana Maria Fernandes – Assessora de Imprensa (Fecomércio SC)
Alessandra Carvalho – Analista de Comunicação (Sesc)
Cristina Schulze – Analista de Comunicação (Senac)
Elisandra Rockenbach – Assessora de Comunicação (Fecomércio SC)
Sarah Goulart – Analista de Comunicação (Sesc)
Simone Marques – Coordenadora da Assessoria de Comunicação (Sesc)
Tayana Dacorregio – Assessora de Marketing (Fecomércio SC)

Edição e diagramação
Diógenes Fischer
Projeto gráfico e infografia
Alexandre Passold
Revisão
Lu Coelho
Imagens
Thinkstock.com e arquivo

C122 Caderno do Comércio de Santa Catarina 2016 / Fecomércio SC, Sesc, Senac. – Florianópolis: Fecomércio SC; Sesc; Senac, 2016.

94 p. : il. (color.) ; 27 cm.

ISBN 978-85-89949-61-3

1. Economia – Santa Catarina. 2. Comércio – Santa Catarina. 3. Indicadores socioeconômicos. I. Título.

CDD (22. ed.) 330.98164

Catalogação na fonte elaborada pelo bibliotecário Jorge Moisés Kroll do Prado – CRB 14/1404.

SUMÁRIO

6 INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS
O que é o Sistema Confederativo do Comércio?

32 GESTÃO DO NEGÓCIO
Estratégia aplicada ao negócio

PERFIL SOCIOECONÔMICO DE SANTA CATARINA 40

ANÁLISE ECONÔMICA 56
O comportamento e perspectivas da economia

74 CENÁRIOS E PERSPECTIVAS
Mudanças nos hábitos de consumo

AS EMPRESAS E A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL 86

CONFIANÇA EM TEMPOS DE CRISE

A economia do país passa por um período de crise, conforme todos estamos acompanhando pela imprensa e comprovando na realidade diária dos negócios. É um dado concreto, que amplia os desafios dos setores produtivos e transforma os empresários em verdadeiros guerreiros, lutando pela sobrevivência em um ambiente muitas vezes hostil àqueles que querem investir, crescer, gerar riqueza e empregos.

Mas, apesar das dificuldades, o comércio de bens, serviços e turismo tem características que permitem aos empresários uma flexibilidade que não se encontra em outros setores. É preciso não perder isso de vista e sempre trabalhar com a possibilidade de moldar as atividades ao que o mercado está pedindo.

Momentos de crise são também de oportunidades. Aproveitará melhor a atual conjuntura aquele empresário que ficar atento às tendências do seu setor, que olhar para frente, usando a necessária cautela em conjunturas como a que atravessamos, mas sem perder a confiança de que as dificuldades serão superadas.

Momentos de crise são também de oportunidades. Aproveitará melhor a atual conjuntura aquele empresário que ficar atento às tendências do seu setor, que olhar para frente, usando a necessária cautela em conjunturas como a que atravessamos.

Antonio Oliveira Santos
Presidente da Confederação Nacional do Comércio (CNC)

INFORMAÇÃO PARA VENDER MAIS

O Sistema Fecomércio SC | Sesc | Senac representa o comércio de bens, serviços e turismo, setor responsável por 62,4% do PIB catarinense e que gera cerca de 1,4 milhão de empregos no Estado.

Estes dados mostram a importância de nosso setor para o desenvolvimento econômico e social de Santa Catarina. Reforçam também nossa responsabilidade em uma conjuntura que exige superação diária na manutenção dos nossos negócios, e nos convocam a realizar a função social do Sistema, na prestação de serviços à sociedade catarinense, fortalecendo a cidadania de nossa gente e contribuindo para os indicadores sociais elevados de Santa Catarina.

O **Caderno do Comércio** vem potencializar a vocação empreendedora dos nossos empresários. Um guia que oferece aos nossos representados informações confiáveis para a gestão do seu negócio, que trata das perspectivas e tendências na economia, política e negócios.

É fundamental que nosso setor esteja unido para demonstrar força e capacidade de superar os atuais desafios, buscando soluções para enfrentar as adversidades. O espírito empreendedor, presente em nosso DNA, vai nos impulsionar na vanguarda da construção de um novo Brasil mais competitivo, mais produtivo e menos desigual.

Boa leitura!

Bruno Breithaupt
Presidente do Sistema
Fecomércio SC | Sesc | Senac

> *O Caderno do Comércio vem potencializar a vocação empreendedora dos nossos empresários. Um guia que oferece aos nossos representados informações confiáveis para a gestão do seu negócio.*

INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS

O QUE É O SISTEMA CONFEDERATIVO DO COMÉRCIO?

O sistema sindical brasileiro foi consolidado no ano de 1937, com a Carta Constitucional no governo de Getúlio Vargas. Mas foi depois da Segunda Guerra, em 1945 – quando o Brasil se voltou à construção de mecanismos de legitimação para uma sociedade democrática –, que a preocupação com a construção de instrumentos para fomentar a representatividade das classes trabalhadoras e empresariais ganhou força (CNC, 2015).

Foi neste cenário que em 4 de setembro de 1945 foi fundada a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Em 30 de novembro do mesmo ano, teve seu reconhecimento como entidade máxima do empresariado do comércio brasileiro, estando no topo da pirâmide que organiza o sistema sindical, representando os segmentos do comércio em âmbito nacional.

A contribuição sindical beneficia os empresários do comércio através da representação nacional da CNC, pela forte atuação estadual da Fecomércio SC na defesa da categoria e da representatividade dos sindicatos na esfera municipal.

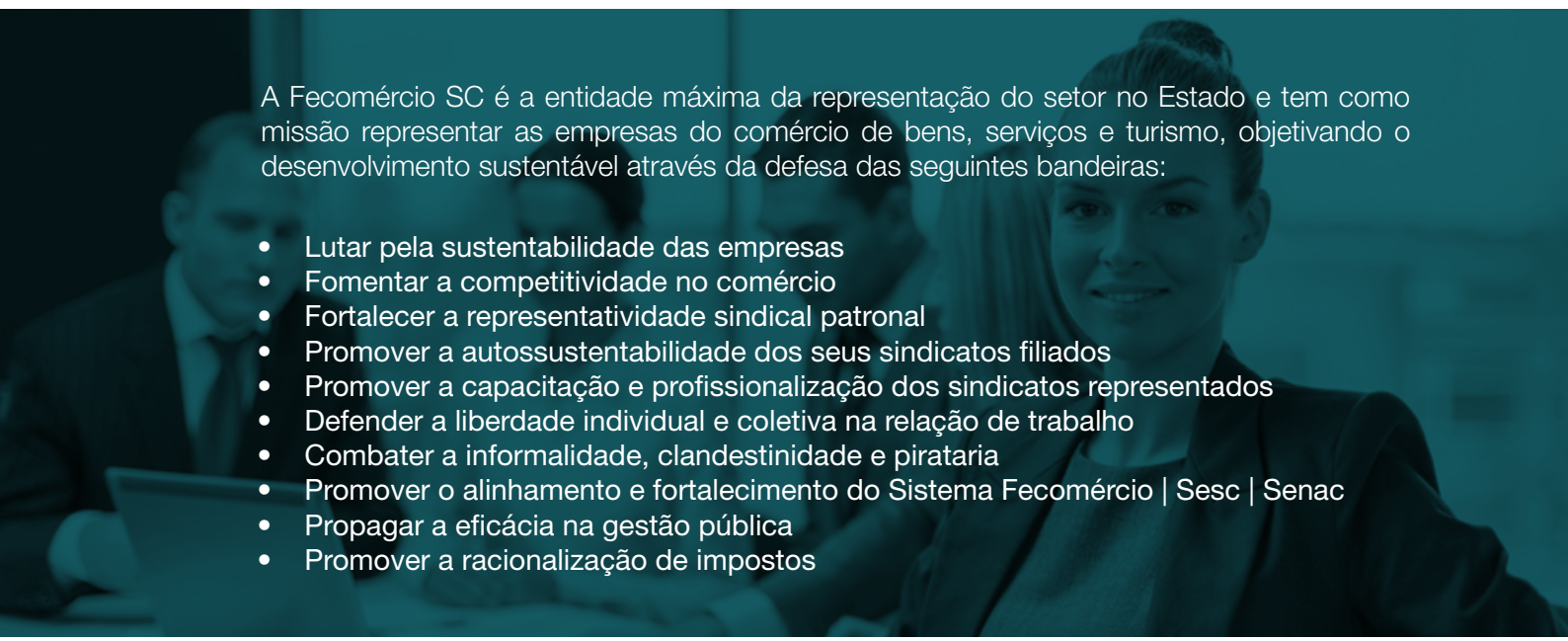
Os princípios básicos do sindicalismo brasileiro – autonomia e unicidade sindical – regulamentam as atividades do Sistema Confederativo da Representação Sindical do Comércio (Sicomércio), programa desenvolvido dentro da CNC, que busca o alinhamento sindical patronal do comércio, assegurando um forte desempenho na representação dos interesses dos empresários e do desenvolvimento econômico sustentável do setor.

O Sistema Confederativo é mantido pelos empresários do comércio de bens, serviços e turismo, através da Contribuição Sindical Patronal Urbana, paga em parcela única anual. A contribuição serve para manter a atividade de representação dos sindicatos patronais, seja nas Negociações Coletivas, ou em todas as atividades de defesa dos interesses do empresariado do setor, como a atuação junto aos poderes legislativo e executivo nas esferas municipal, estadual e federal.

Além da representação em níveis nacional (CNC) e estadual (Fecomércio SC), os benefícios se estendem aos trabalhadores do comércio através dos produtos e serviços das entidades Sesc e Senac, os braços operativos do Sistema.

As duas entidades contam com a contribuição advinda do percentual sobre a folha de pagamento das empresas 1,5% e 1%, respectivamente, recolhido através da Guia de recolhimento da Previdência Social.

A educação em todas as suas fases é uma das prioridades da CNC, que através do Sesc disponibiliza ensino básico, funda-



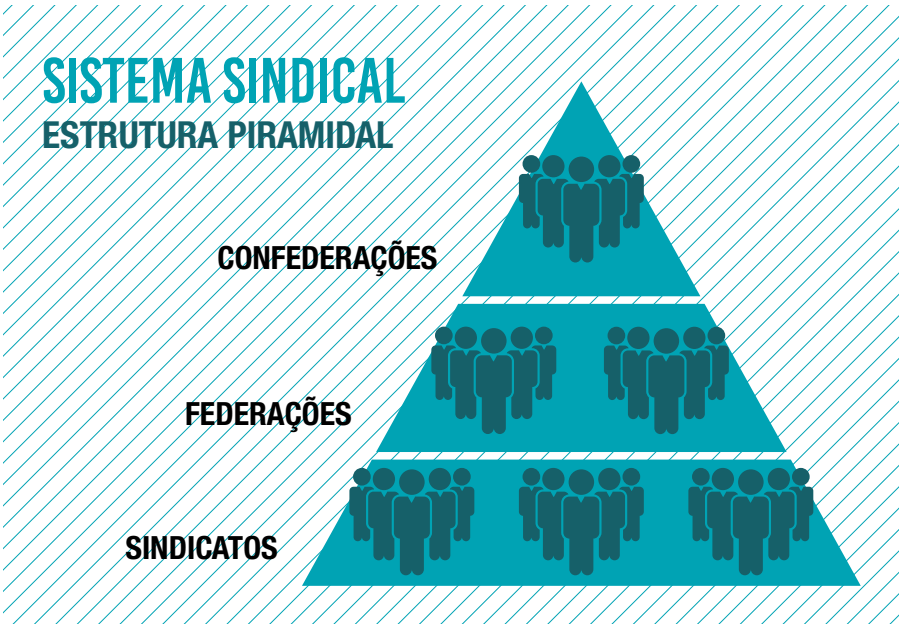
A Fecomércio SC é a entidade máxima da representação do setor no Estado e tem como missão representar as empresas do comércio de bens, serviços e turismo, objetivando o desenvolvimento sustentável através da defesa das seguintes bandeiras:

- Lutar pela sustentabilidade das empresas
- Fomentar a competitividade no comércio
- Fortalecer a representatividade sindical patronal
- Promover a autossustentabilidade dos seus sindicatos filiados
- Promover a capacitação e profissionalização dos sindicatos representados
- Defender a liberdade individual e coletiva na relação de trabalho
- Combater a informalidade, clandestinidade e pirataria
- Promover o alinhamento e fortalecimento do Sistema Fecomércio | Sesc | Senac
- Propagar a eficácia na gestão pública
- Promover a racionalização de impostos

mental e médio a trabalhadores do comércio e à comunidade, e também o ensino superior, através do Senac, com cursos profissionalizantes, técnicos, graduação e pós-graduação em diversas áreas relacionadas ao comércio.

Atualmente a CNC reúne 34 federações, sendo 27 estaduais e sete nacionais, mobilizando mais de 950 sindicatos da categoria econômica do comércio em todo o Brasil, abrangendo mais de 2,2 milhões de empresas, e gerando 16 milhões de empregos diretos e formais no país.

Logo abaixo das Confederações, no centro do sistema piramidal, estão as Federações: entidades de 2º grau que representam os interesses do segmento na esfera estadual e que reúnem os sindicatos de cada estado.



FECOMÉRCIO SC

O setor de comércio catarinense é representado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio SC), fundada em 10 de agosto de 1948. Sua criação foi procedente do mesmo contexto político nacional da CNC, a partir do interesse comum de cinco sindicatos com objetivo de promover a união do empresariado comercial catarinense para fortalecer a classe. Participaram do ato o Sindicato do Comércio Atacadista de Florianópolis, o Sindicato do Comércio Varejista de Florianópolis, o Sindicato dos Representantes Comerciais de Florianópolis, o Sindicato dos Despachantes Aduaneiros de São Francisco do Sul e o Sindicato dos Representantes Comerciais de Joinville.

Na defesa dos interesses das empresas do comércio de bens, serviços e turismo, a Fecomércio SC atua nos âmbitos político e econômico, desenvolvendo ações de levantamento de dados nos diversos segmentos que representa – como as pesquisas primárias de turismo e sobre o consumo de pirataria –, sendo referência essencial como fonte de informações sobre o comércio catarinense.

A Fecomércio SC reúne mais de 68 sindicatos patronais em Santa Catarina, que são a base da pirâmide do sistema sindical e reúnem empresas de um mesmo segmento econômico localizadas em diferentes regiões do Estado.

Atualmente a Fecomércio SC abrange 651.807 empresas do comércio de bens, serviços e turismo. Elas são responsáveis por 62,4% do Produto Interno Bruto (PIB) catarinense e geram mais de 1,4 milhão de empregos.

A fim de atingir com excelência seus objetivos, a Fecomércio SC conta com uma Assessoria Sindical que, por intermédio da Divisão Sindical, busca promover a solidariedade e a união entre os sindicatos filiados.

A Fecomércio SC tem o propósito de unir, orientar, defender e representar as atividades e categorias econômicas do empresariado catarinense, fortalecendo o setor terciário. Possui como objetivo institucional representar, no âmbito estadual, perante as autoridades administrativas e públicas, os direitos e interesses do comércio de bens, serviços e turismo.

A entidade tem como finalidade representar, perante as autoridades administrativas e judiciárias, os interesses do comércio em geral e os interesses específicos dos sindicatos filiados. À Fecomércio SC também cabe a defesa dos princípios de liberdade para o exercício das atividades nas categorias representadas, lealdade na concorrência e ética no desempenho da atividade empresarial.

Outro objetivo é celebrar convenções e contratos coletivos de trabalho, bem como prestar assistência em acordos coletivos, nas localidades onde não haja sindicatos representativos de determinada categoria econômica. Almejando cumprir com excelência suas funções, a Fecomércio SC também disponibiliza consultoria jurídica aos sindicatos e às empresas do setor do comércio de bens, serviços e turismo.

Para representar com ainda mais eficiência os interesses dos empresários catarinenses do comércio, a Fecomércio SC conta com uma gestão descentralizada setorial e regionalmente. São 16 dirigentes eleitos em mandato de quatro anos, que representam os setores do comércio de bens, serviços e turismo, em todas as regiões de Santa Catarina.

Fundada em 10 de agosto de 1948, a Fecomércio SC foi criada a partir do interesse comum de cinco sindicatos com objetivo de promover a união do empresariado comercial catarinense

Fecomércio SC

Planos
a partir de
R$ 157
(valor mensal
aproximado por pessoa)[1]

Empregador do Comércio: estar do seu lado é oferecer ***os melhores planos de saúde.***

Só a Qualicorp oferece inúmeras opções com o melhor da medicina para você escolher uma que atenda às suas necessidades. Líder de mercado, temos parceria com a FECOMÉRCIO-SC e mais de 500 entidades de classe para negociar o melhor para você.

Qualidade e credibilidade.

Bradesco Saúde

SulAmérica Saúde

Deixe a Qualicorp oferecer o melhor plano para você.

0800 799 3003

De segunda a sexta-feira, das 9h às 21h; aos sábados, das 10h às 16h.

www.qualicorp.com.br/anuncio

Qualicorp

Sempre do seu lado.

[1]R$ 156,58 – Bradesco Saúde Nacional Flex E CA Copart 5 (registro na ANS nº 473.115/15-8), da Bradesco Saúde, faixa etária até 18 anos, com coparticipação e acomodação coletiva (tabela de julho/2015 – SC).

Planos de saúde coletivos por adesão, conforme as regras da ANS. Informações resumidas. A comercialização dos planos respeita a área de abrangência das respectivas operadoras de saúde. Os preços e as redes estão sujeitos a alterações, por parte das respectivas operadoras de saúde, respeitadas as disposições contratuais e legais (Lei nº 9.656/98). Condições contratuais disponíveis para análise. Fevereiro/2016.

Bradesco Saúde: ANS nº 005711

SulAmérica: ANS nº 006246

Qualicorp Adm. de Benefícios: ANS nº 417173

SINDICATOS FILIADOS À FECOMÉRCIO SC

REGIÃO OESTE

SINDICOMÉRCIO • São Miguel do Oeste

SICOM • Chapecó

SINDICON • Concórdia

SIVAGAI • Xanxerê

SINCOVAR • Xanxerê

SINDPOSC • Faxinal dos Guedes

SIPROFARMA • Herval d'Oeste

SINDRECOM • Joaçaba

SINDILOJAS MEIO OESTE • Joaçaba

SINDILOJAS • Videira

SINCOF • Fraiburgo

SINCOVASC • Caçador

SINDETRAN • São Miguel do Oeste

SINDIATACADISTA • Joaçaba

REGIÃO NORTE

SINDILOJAS • Canoinhas

SINDILOJAS • São Bento do Sul

SINDILOJAS • Joinville

SINDIVAREJISTA • Rio Negrinho

SINCANORTE • Joinville

SCVGACF • Joinville

SINCOFARMA • Joinville

SINDIÓPTICA • Joinville

SIRENORTE • Joinville

SICOMÉRCIO • Jaraguá do Sul

SINCOMAFRA • Mafra

VALE DO ITAJAÍ

SINDASSEB • Blumenau

SCVA • Gaspar

SECOVI • Blumenau

SINCAVI • Blumenau

SINDILOJAS • Blumenau

SINCOFARMA VALE DO ITAJAÍ • Blumenau

SINDEMOSC • Blumenau

SIRECOM VALE EUROPEU • Blumenau

SINCADI • Itajaí

SINDMAD • Itajaí

SINCOMÉRCIO • Balneário Camboriú

SINCOMÉRCIO • Itajaí

SINCOFARMA • Itajaí

SIRECOM FOZ DO ITAJAÍ • Itajaí

SECOVI • Balneário Camboriú

SINBAC • Balneário Camboriú

SINDICOMÉRCIO • Rio do Sul

SINDAESC • Itajaí

SINDILOJAS • Brusque

SINFAC-NCO • Blumenau

REGIÃO SUDESTE

SINCOMVATI • São João Batista

SECOVI • Florianópolis

SINGA • Florianópolis

SINCAMESC • Florianópolis

SINDICARNE • Florianópolis

SICOVAFARMA • Florianópolis

SINDILOJAS • Florianópolis

SIRECOM • Florianópolis

SINDATAC • Florianópolis

SINDEPARK • Florianópolis

SINDLOC • Florianópolis

SINCOPEÇAS • Florianópolis

REGIÃO SUL

SIBECESC • Criciúma

SINDILOJAS • Laguna

SINDILOJAS • Tubarão

SINCOFARMA • Tubarão

SINCOFARESC • Criciúma

SINDILOJAS • Criciúma

SIRECOMSUL • Criciúma

SINDILOJAS • Araranguá

SINFAC CS • Criciúma

SINDILOJAS • Içara

PLANALTO SERRANO

SINCOVAC • Curitibanos

SINCOVAL • Lages

SINGAPLAN • Lages

PRODUTOS E SERVIÇOS DA FECOMÉRCIO SC

A Federação trabalha com a Certisign, empresa líder em certificação digital, e conta com profissionais altamente qualificados e aptos a auxiliar no processo de aquisição e na utilização de certificados digitais.

A Fecomércio SC, sempre visando representar com excelência, disponibiliza ao empresariado catarinense uma diversificada gama de produtos e serviços, para que eles possam administrar com maior eficiência os seus negócios.

CERTIFICAÇÃO DIGITAL

É a garantia de identidade segura na internet. Com a utilização do certificado digital Fecomércio SC o empresário conta com sigilo, rapidez, validade jurídica e segurança absoluta. A certificação consiste em uma credencial criptografada (chave de criptografia) que identifica quem são as partes em negociação. O certificado digital pode ser usado em declarações de Imposto de Renda pela internet, leilões a distância, emissão de nota fiscal, envio de documentos, transações junto à CEF, TRT, OAB, entre outros.

Confira as vantagens de obter o certificado digital Fecomércio SC:

- Transações virtuais 100% seguras e sigilosas;
- Garantia de validade jurídica;
- Maior agilidade nas negociações virtuais;
- Reaproveitamento das informações anteriores para novas transações.

A Fecomércio SC disponibiliza cinco certificados digitais diferentes, direcionados às diversas necessidades dos empresários:

- **CT-e:** certificado digital direcionado para empresas que possuem frotas para transporte de cargas;

- **e-CNPJ:** versão eletrônica do CNPJ, que garante a autenticidade e a integridade nas transações eletrônicas de pessoas jurídicas;

- **e-CPF:** versão eletrônica do CPF, que garante a autenticidade e a integridade nas transações eletrônicas de pessoas físicas;

- **e-CPF Simples:** destinado exclusivamente ao responsável titular de microempresa (ME) e empresa de pequeno porte (EPP), optantes ou não do Simples Nacional;

- **NF-e:** criado especialmente para emitir notas fiscais eletrônicas, garantindo sua conformidade com a legislação. Além disso, é possível atribuir ao funcionário responsável de sua organização a alçada necessária e restrita para emissão e gerenciamento das notas fiscais eletrônicas.

CERTIFICADO DE ORIGEM

O certificado de origem emitido pela Fecomércio SC atesta a origem da mercadoria e é indispensável para cumprir exigências e solicitar benefícios em negociações internacionais. É um documento utilizado para a obtenção de tratamento preferencial (isenção ou redução do imposto de importação em decorrência de disposições previstas em acordos internacionais) e para o cumprimento de exigências do país importador no processo de exportação.

CENTRAL DO COMÉRCIO

Um guia *on-line* que permite às empresas entrar em contato direto com seu público-alvo. Por meio de um sistema de buscas, o consumidor tem acesso a vários produtos e serviços das mais diversas áreas reunidos em um mesmo local. No site, as empresas adimplentes com suas contribuições sindicais também têm acesso a uma série de descontos e vantagens oferecidos pelas parceiras da Fecomércio SC. Alguns dos serviços ofertados:

- Seguro saúde;
- Cartão de benefícios;
- Pacotes de viagens, hotéis e voos;
- Consórcios.

FECOMÉRCIO SHOPPING

Um shopping virtual que permite a lojistas de diversos segmentos ter um espaço para divulgar suas lojas e vender muito no formato *e-commerce*. Esse *marketplace* digital foi planejado para ampliar as vendas dos empresários catarinenses, promovendo sua inserção em um ambiente tecnológico com loja própria e personalizada com sua marca. Além disso, conta com a chancela e a credibilidade da marca Fecomércio SC, oportunizando sua participação no significativo mercado das vendas *on-line*.

Conheça os diferenciais do Fecomércio Shopping:

- Valoriza os empresários do Estado e localiza seus clientes por meio da geolocalização;
- Credibilidade da entidade;
- Diversos lojistas e mix de produtos em um só espaço;
- *Checkout* único;
- Plataforma integrada aos Correios;
- Assessoria para montar a loja;
- Plataforma intuitiva, de fácil gestão e navegação;
- Curso *on-line* de gestão ComSchool;
- Assistência técnica 24 horas;
- Divulgação sistêmica da Fecomércio SC e do PagSeguro.

DECLARAÇÃO DE EXCLUSIVIDADE

As declarações de exclusividade permitem aos solicitantes pleitear a dispensa de licitação perante órgãos públicos sob a justificativa de competição inviável para determinados produtos. O documento é baseado em informações autênticas que são examinadas minuciosamente pela assessoria jurídica da Fecomércio SC, com base na documentação apresentada pelo solicitante.

A compra dos certificados pode ser feita no site da Fecomércio SC, que também conta com dois pontos de atendimento para emissão:

BLUMENAU
Rua Daniel Pfaffendorf, 165, Itoupava Seca.
CEP 89030-120
Fone: 47 3322 8859

FLORIANÓPOLIS
Rua Felipe Schmidt, 785, Centro.
CEP 88010-002
Fones: 48 3229 1051 e 48 3229 1056

Para as empresas que estão com suas contribuições em dia a Fecomércio disponibiliza um valor diferenciado nos diversos produtos e serviços ofertados pela entidade.

Mais informações sobre produtos e serviços oferecidos pela Fecomércio SC podem ser obtidas no site da entidade ou em contato direto com a gerência da Divisão de Mercado, pelo fone 48 3229 1014. Para saber mais sobre a certificação basta ligar para 48 3229 1051 ou 48 3229 1056.

SAIBA MAIS EM
www.fecomercio-sc.com.br/produtos-servicos/index.html

NÚCLEO DE PESQUISAS

Além de disponibilizar produtos e serviços importantes para a operacionalização e diversificação dos negócios, a Fecomércio SC também oferece serviços que auxiliam na gestão estratégica do empresário catarinense. A entidade conta com o Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC, formado por profissionais altamente qualificados, e realiza pesquisas contratadas por clientes como empresas consolidadas, instituições ou empresários que pretendem investir em um novo negócio.

Além de pesquisas encomendadas, a Fecomércio realiza pesquisas sazonais – Natal, Dia das Mães, volta às aulas, Dia dos Namorados, Dia dos Pais e Dia das Crianças –, pesquisas econômicas, pesquisa sobre os mercados imobiliário e de turismo, consumo de pirataria, *e-commerce*, entre outras.

AUDITÓRIO FECOMÉRCIO

A Federação também disponibiliza auditório próprio para a realização de diversos eventos. O auditório da Fecomércio, um dos mais modernos espaços localizados no coração da capital catarinense, é uma excelente opção para quem procura um ambiente com estrutura ampla, funcional, inteligente e com equipamentos de alta tecnologia para a realização de eventos.

Com excelente estrutura e equipamentos modernos, o auditório da Fecomércio é uma das melhores opções na capital catarinense para a realização de eventos

ASSIM COMO NO SEU COMÉRCIO, A GENTE TAMBÉM TEM UM EXCELENTE MIX DE PRODUTOS E SERVIÇOS A OFERECER.

A Fecomércio SC representa, orienta e fortalece o setor do comércio de bens, serviços e turismo, através de uma gama variada de produtos e serviços. São pesquisas sazonais, pesquisas conjunturais, pesquisas encomendadas, câmaras setoriais, certificação digital, certificação de origem, capacitação de gestores sindicais e auxílio em negociações coletivas. Além do apoio aos sindicatos patronais, a Fecomércio melhora a educação e o bem-estar dos comerciários e seus familiares, através dos diversos benefícios oferecidos pelo Sesc e Senac, que fazem parte do Sistema Fecomércio.

Fecomércio SC
Sesc | Senac

FECOMERCIO-SC.COM.BR

Promover o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida das pessoas é a grande missão do Serviço Social do Comércio (Sesc), que se destaca como uma das entidades de caráter social mais atuantes do país.

SESC

Promover o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida das pessoas é a grande missão do Serviço Social do Comércio (Sesc). Desde 1946, a instituição oferece aos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, a seus familiares e à sociedade oportunidades para viver melhor. Sem fins lucrativos, o Sesc integra o Sistema Fecomércio e se destaca como uma das entidades de caráter social mais atuantes em todo o país.

Entre as principais atribuições Sesc estão o planejamento e a execução de ações marcadas pela excelência nas áreas de Educação, Saúde, Cultura, Lazer e Assistência, com vasta oferta de eventos e serviços.

Presente em todas as regiões do Estado, o Sesc conta com 46 pontos fixos de atendimento em 28 cidades e 17 unidades móveis que desenvolvem eventos comunitários, atendimento odontológico, educação em saúde e incentivam à leitura.

São 27 unidades operacionais completas, três meios de hospedagem (Hotel Sesc em Cacupé – Florianópolis, Hotel Sesc em Blumenau e Sesc Pousada Rural em Lages), quatro quadras comunitárias (Palhoça, São José, Joinville e Penha), além das redes de escolas, restaurantes, clínicas, teatros, bibliotecas, academias, entre outros espaços.

A instituição também atua com o programa Mesa Brasil Sesc em Florianópolis, Joinville, Chapecó, Lages e Blumenau. Visando ampliar o público e manter a qualidade nas ações, o Sesc expande, ano a ano, a estrutura e o campo de atendimento.

A Educação Infantil é uma das frentes de atuação do Sesc-SC, visando uma melhor qualidade de vida para os comerciários e suas famílias

UNIDADES DO SESC EM SANTA CATARINA

PONTOS DE ATENDIMENTO

1. Araranguá
2. Balneário Camboriú
3. Blumenau
4. Brusque
5. Caçador
6. Canoinhas
7. Chapecó
8. Concórdia
9. Criciúma
10. Curitibanos
11. Florianópolis
12. Itajaí
13. Jaraguá do Sul
14. Joaçaba
15. Joinville
16. Lages
17. Laguna
18. Mafra
19. Palhoça
20. Penha
21. Rio do Sul
22. São Bento do Sul
23. São José
24. São Miguel do Oeste
25. Tijucas
26. Tubarão
27. Urubici
28. Xanxerê

PRODUTOS E SERVIÇOS DO SESC

A cada ano, o Sesc expande sua estrutura e o campo de atendimento de suas ações, que favorecem crianças, jovens, adultos e idosos e provocam reais transformações em suas vidas.

Educação Infantil, Ensino Fundamental, Habilidades de Estudo (contraturno escolar), Educação de Jovens e Adultos, Pré-Vestibular, atividades de saúde preventiva, de incentivo à prática de atividades físicas e esporte, Odontologia, Nutrição, Cinema, Teatro, Música, Artes Visuais, Dança, Ação Comunitária e Trabalho com Grupos compõem o amplo leque de eventos e serviços que o Sesc oferece aos comerciários, a seus dependentes e à sociedade. As ações desenvolvidas favorecem crianças, jovens, adultos e idosos e provocam reais transformações em suas vidas.

EDUCAÇÃO

A participação do Sesc na formação do indivíduo ultrapassa o ensino regular, com ação complementar em projetos de alfabetização, de valorização pessoal, de conhecimentos, entre outros. Nesta área, o Sesc oferece Educação Infantil, Ensino Fundamental, Educação de Jovens e Adultos, Idiomas, Cursos de Valorização Social, Educação Ambiental, Habilidades de Estudo (contraturno escolar) e Pré-Vestibular.

SAÚDE

Uma vida plena e sadia norteia a atuação do Sesc na área da saúde. As ações empreendidas de educação em saúde, nutrição, odontologia e serviços de saúde têm por objetivo contribuir para a promoção da saúde, prevenção e o seu restabelecimento. Os programas e iniciativas trabalham em ações de caráter educativo, preventivo e curativo. A ideia é promover a saúde, incentivando a adoção de hábitos saudáveis e priorizando orientações de higiene, alimentação e saúde, que são repassadas à comunidade de forma simples e didática. Nesta área também estão os restaurantes e lanchonetes da instituição.

As iniciativas da área de Saúde promovidas pelo Sesc – como a Odontologia – têm caráter educativo, preventivo e curativo

O Sesc promove o acesso gratuito a apresentações culturais e espetáculos artísticos produzidos em Santa Catarina e em todo o país

CULTURA

Oferecer aos catarinenses acesso gratuito a alguns dos melhores espetáculos artísticos produzidos no Estado e no país é um dos objetivos do Programa de Cultura do Sesc. Ao longo do ano são centenas de apresentações de teatro, dança, música, circo, cinema e contação de histórias que percorrem mais de 81 cidades. Além disso, a entidade mantém galerias de arte, uma extensa rede de bibliotecas, uma rede de teatros e uma variedade de cursos de artes em diversas áreas.

LAZER

Para o Sesc, mais do que diversão, lazer é um direito de todos. A programação na área promove o desenvolvimento físico-esportivo, a recreação e o turismo social. Além dos espaços físicos – academias, ginásios, quadras, salas de jogos e brinquedotecas –, os eventos de esporte e recreação qualificam e conscientizam para a importância do lazer. No turismo social, passeios, excursões e os hotéis Sesc proporcionam experiências únicas de valorização e vivência.

ASSISTÊNCIA

Ao estimular a participação e a ação social, o Sesc contribui para que mais pessoas se tornem autossuficientes, vencendo as desigualdades. Investir nas pessoas é o principal fundamento do programa. Por meio de projetos diferenciados de trabalho social com grupos e ações que estimulam a participação e o desenvolvimento comunitário, a instituição incentiva uma integração mais ampla e efetiva de diferentes indivíduos, grupos e faixas etárias na sociedade. Nesta área está o Programa Mesa Brasil Sesc, que combate a fome e o desperdício de alimentos.

Mais informações sobre os eventos e serviços oferecidos pelo Sesc em Santa Catarina podem ser obtidas no site da instituição, pelo fone 0800 645 5454 ou pelo e-mail faleconosco@sesc-sc.com.br.

SAIBA MAIS EM
portal.sesc-sc.com.br/servicos

Atualmente o Senac possui 16 unidades ofertantes de ensino superior, com mais de dez opções de cursos de graduação nas áreas de gestão, tecnologia da informação, estética e cosmética, design de interiores e gastronomia.

SENAC

A Educação é uma das áreas prioritárias do Sistema Confederativo do Comércio e o desenvolvimento da educação profissional com qualidade é a essência do Senac.

Criada em 10 de janeiro de 1946, com a finalidade de assegurar a jovens e adultos qualificação e aperfeiçoamento profissional para o mercado de trabalho, a instituição oferece em larga escala educação profissional destinada a formar e preparar trabalhadores para o mercado de trabalho em todo o Brasil.

Em Santa Catarina, o Senac foi inaugurado em 1947 como instituição privada sem fins lucrativos e tem como objetivo a educação voltada aos segmentos do comércio de bens, serviços e turismo e, como valores, o compromisso com a aprendizagem, o respeito às pessoas, a integridade e a inovação.

O crescimento da organização acompanhou a evolução econômica do Estado, por isso o Senac hoje está presente em todas as regiões de Santa Catarina com 28 pontos fixos de atendimento, sendo 16 unidades ofertantes de ensino superior e dois centros especializados, além dos centros de educação profissional. Há ainda cinco unidades móveis.

Santa Catarina conta com unidades do Senac que promovem a prática profissional por meio de tecnologias educacionais modernas e alinhadas às necessidades do mercado

UNIDADES DO SENAC EM SANTA CATARINA

ADMINISTRAÇÃO REGIONAL SENAC

- **Departamento Regional**
- **Faculdade de Tecnologia Senac**
- **Centro de Educação Profissional**
- **Restaurante-Escola**
- **Unidade Vinculada (oferta de curso superior)**

PRODUTOS E SERVIÇOS DO SENAC

A proposta pedagógica do Senac-SC reconhece o aluno como autor de sua própria experiência, enquanto busca soluções para problemas empresariais e sociais.

O Senac-SC oferece cursos divididos nas áreas de desenvolvimento educacional e social; ambiente e saúde; gestão e negócios; turismo, hospitalidade e lazer; informação e comunicação; infraestrutura; produção alimentícia; produção cultural e design; recursos naturais; e segurança.

Além dos cursos, o Senac tem em seu portfólio uma série de serviços de atendimento corporativo: soluções customizadas e com foco em resultados que oferecem alternativas estruturadas para as empresas alcançarem seu melhor desempenho. O Senac analisa as necessidades específicas de cada organização e oferece uma proposta adequada a cada realidade. Este trabalho permite o desenvolvimento de um ambiente propício à inovação, que estimulará as empresas a buscar novas possibilidades dentro dos seus negócios.

Saiba mais sobre alguns dos produtos e serviços oferecidos pelo Senac em Santa Catarina:

CURSOS

O eixo de Gestão e Negócios é composto por cursos voltados para o comércio, possibilitando a construção de uma carreira sólida nesta área. São cursos de formação inicial e continuada, que visam a qualificação e aperfeiçoamento dos comerciários; cursos técnicos de nível médio, que formam o trabalhador para atuar no comércio com um certificado técnico; e cursos superiores de tecnologia, com duração média de dois anos e meio, que certificam profissionais como tecnólogos e os desenvolvem para gerir negócios com foco em resultados. Além disso, há cursos superiores de pós-graduação e cursos a distância. Ao todo, mais de 100 cursos são ofertados aos profissionais do comércio catarinense.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

O programa de Treinamento e Desenvolvimento é composto por cursos, capacitações, workshops e palestras, desenvolvidos de acordo com as necessidades das empresas, prezando pela excelência de ensino do Senac. Além dos cursos existentes no portfólio, também são desenvolvidos cursos específicos de acordo com as

O portfólio do Senac-SC é composto por cursos de formação inicial e continuada, técnicos de nível médio, superiores de tecnologia, superiores de pós-graduação e cursos a distância

necessidades das empresas, com carga horária e temas flexíveis, executados no Senac, na empresa ou a distância.

CONSULTORIA

A Consultoria Senac tem por objetivo contribuir para melhoria do desempenho do setor de comércio de bens, serviços e turismo. Por meio de uma equipe especializada é realizado o diagnóstico da situação atual e a empresa recebe orientações para implantação ou aprimoramento de processos e sistemas, adoção de novas tecnologias e utilização de novas estratégias gerenciais.

SENAC VAREJO

O programa Senac Varejo proporciona ao gestor e colaborador do comércio a possibilidade de aperfeiçoar suas práticas diárias ao implementar ferramentas de gestão aplicáveis ao seu negócio. Estruturado a partir de pesquisas do mercado catarinense, o programa colabora no processo de profissionalização das empresas do segmento varejista, amplia a visão dos gestores e colaboradores na busca por inovações e melhorias e discute novas técnicas e ferramentas de gestão aplicáveis ao segmento. O Senac Varejo conta com consultores experientes, que utilizam abordagens pouco retóricas e muito práticas. Contempla todas as áreas estratégicas do setor e oferece otimização do conteúdo conforme as características dos participantes. O programa é composto por *workshops*, palestras, cursos EaD e missão técnica, além de capacitações que podem ser customizadas para atender as necessidades do varejista.

SENAC ATACADISTA

O programa Senac Atacadista tem o objetivo de promover o desenvolvimento profissional dos trabalhadores do setor, por meio da qualificação. Além disso, auxilia gestores e empresários no aprimoramento de uma visão sistêmica que possibilite a gestão estratégica do negócio. Este programa é dividido em quatro tipos de ações: Ação Gestor, Ação Colaborador, Atendimentos Empresariais e Assessorias Técnicas.

MISSÃO TÉCNICA NEW YORK

Para ampliar a percepção sobre o varejo mundial, o Senac-SC realiza desde 2012 a Missão Técnica New York, com o objetivo de discutir e pesquisar tendências, visando perceber no mercado local elementos que possibilitam o desenvolvimento dos negócios. Voltada a empresários e gestores, a missão é uma oportunidade de visitar empresas que são referência e participar do maior evento de varejo do mundo, a Retail's Big Show, promovida anualmente pela National Retail's Federation (NRF) em Nova York. A NRF é composta por seminários, fóruns de debate e apresentação de *cases* de empresas mundialmente conhecidas. Os participantes são acompanhados por uma equipe técnica com profissionais bilíngues e têm acesso a um *workshop* de encerramento sobre os temas tratados durante a missão.

O Senac SC dispõe de diversas soluções empresariais que visam contribuir com o crescimento e fortalecimento das empresas no mercado.

SAIBA MAIS EM
www.sc.senac.br

ATUAÇÃO INSTITUCIONAL E GOVERNAMENTAL DO SISTEMA FECOMÉRCIO SC

Nos três níveis governamentais – federal, estadual e municipal – a Fecomércio SC atua junto ao poder público e entidades da sociedade civil para defender os interesses dos sindicatos e empresários do comércio de bens, serviços e turismo de Santa Catarina.

O ano de 2015 se encerrou com uma movimentação política bastante intensa. A inflação fechou o ano acima de 10,5%, com efeitos danosos à renda das famílias. O desemprego voltou a subir e o crédito caiu. A falta de entendimento entre os poderes Executivo e Legislativo impediu a aprovação de medidas importantíssimas para destravar a economia brasileira. Com isso, o cenário econômico ruiu, inflando a disputa entre os poderes e prejudicando ainda mais a governabilidade do país.

O ajuste econômico não teve o sucesso inicialmente esperado e trouxe muito mais aumento de tributos que corte de gastos. No fim de 2015, houve ainda a instalação do processo de impedimento da presidente Dilma Rousseff e a abertura do processo contra o presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha, dois ingredientes a mais na já conturbada conjuntura brasileira.

Nesse contexto, a Fecomércio SC busca evitar retrocessos no ambiente de negócios, trabalhando de maneira propositiva e norteada pelas suas bandeiras, entre elas a racionalização da carga tributária, o fomento da inovação, o aumento da produtividade e o combate à pirataria.

No âmbito municipal, a Fecomércio SC apresentou aos poderes Executivos e Legislativos de Criciúma, Florianópolis, Balneário Camboriú, Itajaí, Blumenau, Joinville, Jaraguá do Sul, Chapecó, Joaçaba e Lages, o projeto da Rede Estadual de Assessoria Legislativa do Sistema Fecomércio SC (Renalegis/SC). Por meio dela – e com o auxílio do Observatório do Comércio, instrumento de sistematização de dados sobre o setor –, a Fecomércio SC e os sindicatos de sua base de-

Em abril de 2015, a Assembleia Legislativa de Santa Catarina e a Fecomércio SC promoveram o lançamento da campanha institucional "Santa Catarina – Gente que faz a diferença", ressaltando as potencialidades do Estado e destacando o espírito empreendedor e solidário da população catarinense

sempenham um trabalho propositivo de mapeamento e análise dos projetos de lei que afetam o setor. Esta articulação com o poder público permite que a legislação dos municípios estimule cada vez mais a competitividade dos produtos e serviços catarinenses. Mais de 5 mil projetos de lei tramitam nas casas legislativas municipais, sendo 500 deles de potencial impacto na atividade do comércio e serviços.

Na Assembleia Legislativa de Santa Catarina, o início de mais uma legislatura foi marcado pela apresentação de 648 proposições legislativas. Todas foram analisadas criteriosamente pela Fecomércio SC e 111 foram selecionadas por apresentarem impacto real ao setor produtivo ou mesmo por seu interesse social. Atuando junto aos parlamentares em audiências públicas, reuniões de comissões e deliberações em plenário, a Fecomércio SC contribuiu na aprovação de oito projetos, a alteração de dois e a rejeição de 19, resultando em um indicador estratégico de 94,11% ao final do ano legislativo.

Embasada na ética, profissionalismo, autonomia e independência política, a Fecomércio SC construiu uma relação de respeito mútuo, sendo constantemente ouvida e mesmo consultada pelos legisladores. Esta relação apresentou já nos anos anteriores altos índices de aproveitamento para os empresários do comércio e serviços catarinenses.

Em âmbito nacional, a Federação preza pelo alinhamento com a Confederação Nacional do Comércio (CNC) para o trabalho nos temas que impactam no setor produtivo brasileiro. Este alinhamento sistêmico nos rendeu um excelente trabalho junto à base parlamentar federal catarinense, onde pautamos temas de fundamental importância, como a aprovação do projeto da terceirização pela Câmara dos Deputados e outros mais.

Por intermédio do seu Canal de Articulação, a Fecomércio SC mobilizou empresários, sindicatos e entidades do Sistema S em Santa Catarina – junto a todo o Sistema Sindical do Comércio Brasileiro – em torno da rejeição à intenção do Governo Federal em confiscar 30% da arrecadação do Sistema S brasileiro para recompor o seu desajuste fiscal. Por meio desta ferramenta e de reuniões com a bancada catarinense em Brasília fortalecemos o entendimento do trabalho do Sistema S por parte dos parlamentares e da sociedade em geral, fazendo com que a defesa do Sistema se tornasse uma plataforma de toda a comunidade catarinense.

Para o ano de 2016, dois temas serão muito importantes: as eleições municipais – que permitirão às entidades sindicais o trabalho propositivo de sugestão, produção técnica e posterior cobrança junto aos munícipes de todo o Estado – e o prosseguimento do ajuste fiscal, que pretende ainda mais aumentos na já alta carga tributária brasileira.

O Canal de Articulação da Fecomércio SC é uma ferramenta desenvolvida para aproximar o empresário e a população em geral de seus representantes políticos, mobilizando todos os atores sociais em torno dos temas centrais da política e economia catarinense e nacional.

SAIBA MAIS EM
www.canaldearticulacao.com.br

A Fecomércio SC busca manter um diálogo produtivo com as lideranças políticas, com o objetivo de estabelecer estímulos ao setor do comércio de bens, serviços e turismo, aumentar a competitividade da economia e promover a melhora do ambiente de negócios no Estado e em todo o país.

Com um discurso valorizando as micro e pequenas empresas catarinenses, o presidente da Fecomércio SC, Bruno Breithaupt, participou em outubro de 2015 da sessão solene na Câmara dos Deputados em homenagem ao Dia Nacional das MPEs

O Sistema Fecomércio de Santa Catarina acompanhará ambos os processos buscando o diálogo com lideranças políticas em prol da elevação da produtividade e da competitividade na nossa economia. É necessário aprofundar a desburocratização e realizar mais investimentos em inovação, infraestrutura e educação a fim de aumentar a produtividade da economia brasileira e reduzir juros no médio prazo, o maior gargalo da economia brasileira atualmente.

O Brasil só vai superar a dificuldade econômica atual e seus graves reflexos sociais quando enfrentar as velhas práticas da política assentadas na arrecadação e passar a estabelecer estímulos ao setor do comércio de bens, serviços e turismo brasileiros – responsáveis por 62,4% do PIB e 63,3% da massa salarial – a partir de uma melhora no ambiente de negócios. É nesse sentido que a Fecomércio SC vem trabalhando.

O atual cenário econômico e político, apesar de preocupante, abre espaço para avançar em muitas pautas históricas do setor, como a regulamentação da terceirização e uma racionalização dos gastos públicos.

Por isso, o mais importante neste período é o setor de comércio e serviços demonstrar força, união e capacidade de superar os atuais desafios, a fim de estar na linha de frente e liderando o nascimento de um novo Brasil.

PROJETOS DE LEI COM ATUAÇÃO DA FECOMÉRCIO SC

PEC 140/2015 • Câmara dos Deputados • Autor: Poder Executivo

CONTRIBUIÇÃO PROVISÓRIA SOBRE MOVIMENTAÇÕES FINANCEIRAS (CPMF)

Em dezembro de 2015 a Comissão Mista de Orçamento do Congresso Nacional incluiu como receita pública para 2016 a arrecadação vinda da CPMF. A Fecomércio SC é contra o aumento de qualquer carga tributária, em especial a volta da CPMF. O imposto pode retirar, somente no Estado, cerca de R$ 1,3 bilhão, causando perda de competitividade ao setor. Nesse cenário, é fundamental criar estímulos para a iniciativa privada e não ir à contramão, instituindo novos tributos. O indispensável ao país é uma reforma tributária que reduza e simplifique tributos. Desse modo, investimentos podem ser ampliados de maneira mais sólida, fazendo o Brasil voltar a crescer. Entre no site **www.cpmfnaoda.com.br** e ajude a Fecomércio nesta mobilização para juntos convencermos os parlamentares a rejeitar esta matéria.

PLC 30/2015 • Senado Federal • Autor: Sandro Mabel (PMDB-GO)

TERCEIRIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA

O Projeto de Lei da terceirização vem ao encontro da necessidade urgente de adequação à legislação, garantindo segurança jurídica às empresas tomadoras e prestadoras de serviços, bem como para os trabalhadores envolvidos no processo. O objetivo do projeto é regulamentar definitivamente o trabalho terceirizado, fato que hoje já é uma realidade nacional, mas de uma profunda insegurança jurídica.

PL 1572/2011 • Câmara dos Deputados • Autor: Vicente Cândido (PT-SP)

INSTITUI O CÓDIGO COMERCIAL

Em 2015, a Fecomércio SC fez parte do Grupo de Trabalho (GT) instituído pela CNC para apresentar sugestões à Comissão Especial da Câmara dos Deputados que avalia o Projeto nº 1.572/2011, que propõe o novo Código Comercial. O novo Código moderniza as relações comerciais, normatiza as tratativas entre empresas além do Código Civil e promove segurança jurídica para os negócios, ao mesmo tempo que gera interesse de investidores, inclusive externos. A centralização dos temas no novo Código gera uma facilidade conceitual e prática para as relações comerciais, reduzindo a burocracia e consequentemente reduzindo os custos da produção e comercialização de bens. O novo Código Comercial também vai atualizar a legislação ao nosso tempo, permitindo que o Brasil reconheça os tratados internacionais de comércio e as evoluções tecnológicas do comércio eletrônico.

PL 559/2015 • Câmara dos Deputados • Autor: Jorge Solla (PT-BA)

SERVIÇO SOCIAL DA SAÚDE E SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DA SAÚDE

O Projeto de Lei cria o Serviço Social da Saúde (Sess) e o Serviço Nacional de Aprendizagem da Saúde (Senass), a serem administrados pela Confederação Nacional da Saúde (CNS). O PL retira parte das contribuições sociais destinadas ao Sesc e Senac, repassando-as para o custeio do Sess e Senass. O Sistema Fecomércio SC | Sesc | Senac tem posicionamento contrário a esta matéria sobretudo pelo impacto imediato sobre os usuários do Sistema hoje no Brasil. Ao proporcionar aos segmentos menos favorecidos da população direitos assegurados na Constituição Federal, como educação, saúde, nutrição, lazer e cultura, o Sesc e o Senac estão contribuindo para a construção da cidadania e o desenvolvimento econômico e sustentável do país, confirmando uma sociedade cada vez mais justa e democrática.

PL 0265.2/2008 • Assembleia Legislativa • Autor: Ismael dos Santos (PSD-SC)

LOGÍSTICA REVERSA DO ÓLEO DE COZINHA

O Projeto de Lei determina aos estabelecimentos que comercializarem mais de 500 litros/mês de óleo de cozinha a responsabilidade pela recepção e destinação final das embalagens. A Fecomércio SC defende uma emenda ao projeto que leva em conta a norma federal instituída pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), publicada posteriormente à apresentação do PL 265/2008. De acordo com a PNRS, a responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos é compartilhada por toda a cadeia produtiva e consumidora dos produtos potencialmente degradantes ao meio ambiente.

PL 534/2015 • Assembleia Legislativa • Autor: Leonel Pavan (PSDB-SC)

ISENÇÃO FISCAL AOS REPRESENTANTES COMERCIAIS PARA AQUISIÇÃO DE VEÍCULOS

A alíquota atual do ICMS para as transações de compra e venda de veículos em Santa Catarina é de 12,0%. Atualmente, deficientes físicos, taxistas e bombeiros recebem isenção deste percentual. Os representantes comerciais, sendo uma categoria profissional que depende fundamentalmente do veículo para o exercício da profissão, pagam a alíquota cheia. Seguindo os princípios da eficiência tributária, a Fecomércio SC contribuiu para a elaboração junto ao setor de um Projeto de Lei já em tramitação com o objetivo de zerar a alíquota de ICMS das atividades referentes à compra de veículos pelos representantes comerciais catarinenses, a fim de desonerar uma das categorias que mais sofreram o impacto da queda do consumo e do aumento do combustível.

CÂMARAS EMPRESARIAIS

Além da sua atuação política, buscando aproximar o empresário dos poderes públicos, a Fecomércio SC desde 2008 promove a organização de câmaras setoriais para discutir de forma dinâmica e participativa temas importantes para o empresariado representado pela entidade. As Câmaras Empresariais são órgãos de caráter consultivo que debatem assuntos específicos impactantes nas categorias representadas.

Nos eventos e reuniões promovidos por elas são discutidos assuntos de interesse de nove segmentos distintos *(conforme tabela abaixo)*, a fim de gerar propostas de ações, que são tratadas pela Federação junto aos órgãos deliberativos competentes ou por meio de articulação com parceiros.

As Câmaras Empresariais também realizam eventos a fim de manter os setores representados atualizados e preparados para atuar competitivamente no mercado, além de promover troca de experiências e integração.

Entre seus diversos programas voltados aos empresários, a Fecomércio SC oferece também diversos serviços de relevância aos sindicatos. Um exemplo é o Programa de Qualificação de Negociadores, criado com o intuito de facilitar as tratativas das convenções coletivas e demais assuntos pertinentes, bem como avaliar estratégias e possibilitar melhorias nas discussões e apresentação de soluções nos litígios apresentados durante o período de negociação. O Programa é ministrado por profissionais extremamente qualificados da Divisão Sindical da entidade e por palestrantes que possam auxiliar no processo.

Compostas por sindicatos patronais, governo, empresas, entidades da Fecomércio e entidades de ensino e qualificação, as Câmaras Empresariais são órgãos de caráter consultivo que debatem assuntos que impactam setores específicos.

GESTÃO DO NEGÓCIO

ESTRATÉGIA APLICADA AO COMÉRCIO

Por que sua empresa existe?

Por que seus clientes **escolheram você** e não o seu concorrente?

É hora de dar adeus ao *feeling* **e boas-vindas à estratégia.**

Com transformações mundiais acontecendo de forma tão rápida, com impacto direto no comércio, a profissionalização do segmento é uma necessidade urgente.

A Gestão Estratégica chegou para ficar. Este tema leva o empresário a pensar no seu negócio para torná-lo ainda melhor, percebendo oportunidades e pontos fortes e reconhecendo ameaças e pontos fracos. Neste sentido, a gestão estratégica auxilia os gestores a explorarem suas potencialidades, criando valores sustentáveis e diferenciados para suas empresas.

A definição de valores, missão e visão proporciona reflexão, autoconhecimento e (re)direcionamento acerca do que é importante e duradouro para a empresa. A análise dos ambientes interno e externo, através da descrição de fraquezas e fortalezas, ameaças e oportunidades, conduz à elaboração de objetivos estratégicos, tendo em vista a manutenção da empresa a médio e longo prazos. A gestão estratégica tem relação com a percepção em se compre-

A estruturação de um *networking* expressivo abre as portas para o mercado. A Central do Comércio é uma plataforma que proporciona novas oportunidades e negócios por meio de acesso a produtos e serviços exclusivos que favorecem a operação da empresa. Entre eles, destacam-se parceiros fornecedores, como consórcios de imóveis e carros, cartões de benefícios e seguros.

SAIBA MAIS EM
www.fecomercio-sc.com.br/centraldocomercio

ender as oportunidades geradas através de investimentos realizados no negócio.

Os objetivos estratégicos, desmembrados em perspectivas amplas, são traduzidos para a prática por meio de planos de ação, os quais devem prever metas, indicadores e responsáveis por cada ação planejada, além de passar por revisões constantes, adequando-se a cada cenário.

A globalização exige que os gestores monitorem as tendências globais, porém com estratégias locais, a fim de buscar vantagens competitivas diante da concorrência, já que ela não se limita mais a um território conhecido. O foco da operação do comércio deve estar na geração de valor para os clientes, e isso vai um pouco além da simples troca estabelecida na compra/venda de um produto ou serviço.

Cada vez mais, a percepção dos benefícios proporcionados pelo produto ou serviço é o que precisa ser ressaltado ao cliente. Dessa forma, não se leva em conta apenas o preço, mas toda uma experiência de compra vivida, que envolve educação, cordialidade, atenção, cuidado com os detalhes, ambiente agradável e – é claro – o conhecimento profundo do produto. O preço perdeu espaço para o valor percebido na hora da negociação, seja em uma loja ou em uma prestação de serviços. Diferencia-se da concorrência a empresa que puder ser singular em algo valioso para os clientes. Normalmente, as empresas são "diferentes" – e não "diferenciadas" – porque buscam diferenciação em itens não valorizados pelos clientes.

A busca pela diferenciação exige do gestor do comércio um conhecimento profundo do seu negócio e do ambiente no qual ele está inserido, utilizando de forma adequada os recursos tecnológicos, físicos, financeiros e humanos, a fim de minimizar os problemas e maximizar as oportunidades. Ou seja: gerir estrategicamente.

Muitas ferramentas estratégicas podem ser utilizadas pelos gestores, com o propósito de tomar decisões mais assertivas. Entre elas estão os Fatores Críticos de Sucesso (FCS). Como o nome sugere, os FCS são atividades-chave do negócio que precisam ser muito bem elaboradas para que a empresa atinja seus objetivos. Podemos nos perguntar: quais oportunidades, recursos e capacidades nossa empresa possui que não estão disponíveis no mercado? O que nossa empresa pode fazer para explorar essas oportunidades?

A análise e a definição dos Fatores Críticos de Sucesso por parte da empresa implicam em decisões estratégicas em vários setores: controle de custos, equipamentos e tecnologia, mão de obra especializada, escolha de fornecedores, capital, qualidade da gerência, posição geográfica, conhecimento da concorrência, linha de produtos/serviços, imagem da empresa junto aos clientes, governo e comunidade, inovação.

Mas de que forma a empresa define quais são seus Fatores Críticos de Sucesso? Para onde direcionar a atenção? A resposta é simples: para os clientes. Precisamos saber o que representa valor para os clientes frequentes – o que eles percebem. Notem a diferença de

O Atendimento Corporativo do Senac/SC privilegia o desenvolvimento das organizações oferecendo diversas soluções customizadas. Com foco em resultados, propõe alternativas estruturadas para as empresas alcançarem melhor desempenho.

SAIBA MAIS EM **portal.sc.senac.br/portal/site/atendimento-corporativo**

O Núcleo de Pesquisas da Fecomércio SC realiza, além das pesquisas institucionais divulgadas na mídia, pesquisas customizadas sob encomenda. O trabalho é estruturado a fim de identificar informações relevantes de mercado e clientes que impactem na gestão dos negócios.

SAIBA MAIS EM
www.fecomercio-sc.com.br/produtos-servicos/pesquisas.html

foco: existe o foco "no" cliente (ou seja, o que eu acho que ele quer e percebe) e existe o foco "do" cliente (o que ele realmente quer e percebe). Deste modo, a melhor forma de obter essas percepções é perguntando diretamente para os clientes. Pode ser uma pesquisa escrita, uma conversa informal, um e-mail, uma entrevista, uma opinião não identificada depositada em uma caixa de sugestões.

É importante ressaltar que o instrumento e o canal utilizados para obter as informações deverão estar adequados ao perfil do público-alvo. E quem é o público-alvo da pesquisa? É uma amostra significativa dos clientes mais frequentes da sua empresa, ou seja, aqueles que se enquadram nos 20% de clientes que, em média, trazem 80% da lucratividade.

Como saber se estamos no caminho certo? Alguns indicadores podem ser periodicamente verificados para monitorar seu desempenho. Especificamente no ponto de venda, por exemplo, pode-se monitorar a efetividade da equipe de vendas acompanhando alguns indicadores. Primeiro é preciso estabelecer um período determinado em que os dados serão colhidos. Pode ser durante um dia da semana, um sábado pela manhã, ou então durante algumas horas de um dia específico.

Um indicador a verificar pode ser a taxa de conversão, índice que mede o aproveitamento da equipe de vendas em relação às pessoas que entram na loja. O resultado é obtido dividindo-se o número de vendas pelo número de pessoas que entraram na loja naquele período. Outro indicador é o número de peças vendidas por atendimento, que mede o aproveitamento da equipe em relação à venda de produtos adicionais. Obtém-se o re-

CINCO REQUISITOS PARA UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EFICIENTE

1

Manter-se em sintonia com as demandas e desejos do seu público-alvo para identificar oportunidades de gerar valor e melhorar a experiência de compra.

2

Conhecer os pontos fortes e fracos da sua empresa para explorar suas potencialidades e superar eventuais deficiências.

3

Ficar por dentro das novidades e tendências, tanto do mercado externo quanto dos concorrentes locais, para estabelecer diferenciais e buscar vantagens competitivas.

4

Buscar e aplicar novas metodologias que auxiliem o planejamento, a gestão e o processo decisório da empresa.

5

Definir indicadores de produtividade para verificar periodicamente os resultados de sua empresa e saber se sua estratégia está no caminho certo.

Pequenas ações podem significar a permanência da empresa no mercado, bem como sua diferenciação em um ambiente de negócios onde a disputa pelo cliente está cada vez mais acirrada.

sultado dividindo-se o número de peças vendidas pelo número de vendas efetuadas no período. E o indicador mais conhecido e utilizado é o preço médio por venda, ou seja, o "famoso" tíquete médio. Este indicador mede o desempenho da equipe em relação à venda de produtos com maior valor agregado. É obtido pela divisão da venda total do período (total faturado) pelo número de vendas deste mesmo período.

Definir tais parâmetros e mensurar resultados pode ser muito mais simples do que se imagina. Pequenas ações podem significar a permanência da empresa no mercado, bem como sua diferenciação, já que a disputa pelo cliente está cada vez mais acirrada e os produtos cada vez mais parecidos.

Quem pode agir estrategicamente dentro do seu negócio? Todas as pessoas que compõem a empresa, em todos os níveis hierárquicos e funções.

Compete ao gestor analisar os diversos pontos de vista das pessoas que compõem a equipe de trabalho a fim de aproveitar ideias que possam maximizar o resultado dos processos, reduzir custos, melhorar o clima de trabalho, criar comprometimento e aumentar a retenção de talentos.

De olho nestas perspectivas, a gestão estratégica aplicada ao comércio tem atuado junto aos empresários, ajudando-os a estabelecer metas de melhoria em todos os setores da empresa, procurando agregar mais valor ao seu negócio e aos clientes que compram seus produtos e utilizam seus serviços.

ATENDIMENTO *Corporativo*

daraujo.com

O Atendimento Corporativo do Senac privilegia soluções educacionais customizadas que oferecem ao empresário o apoio necessário para o desenvolvimento do seu negócio. Com foco em metas e resultados, propõe alternativas para o crescimento pessoal e coletivo, o que leva organizações de natureza pública, privada ou não governamental a alcançar melhor desempenho. O serviço é flexível e pode ser realizado no Senac, na empresa ou a distância.

VANTAGENS DE REALIZAR O ATENDIMENTO CORPORATIVO

- Estratégias de trabalho voltadas para a área de atuação da empresa;
- Corpo docente capacitado para atender ao perfil da empresa;
- Proposta alinhada aos objetivos estratégicos da empresa;
- Aprendizagem comprometida com o saber ser e saber fazer;
- Flexibilidade de horários;
- Permanência do colaborador na empresa.

CONHEÇA NOSSO PORTFÓLIO DE PRODUTOS

- Treinamento e Desenvolvimento
- Consultoria
- Programa Senac Conexão
- Programa Senac Varejo
- Programa Senac Atacadista
- Programa Senac de Segurança Alimentar
- Senac Turismo e Gastronomia
- Senac Saúde e Bem-Estar
- Senac TI

Para mais informações, entrar em contato por empresarial@sc.senac.br

blog.sc.senac.br /SenacSC /SenacSC /company/senac-sc

Senac

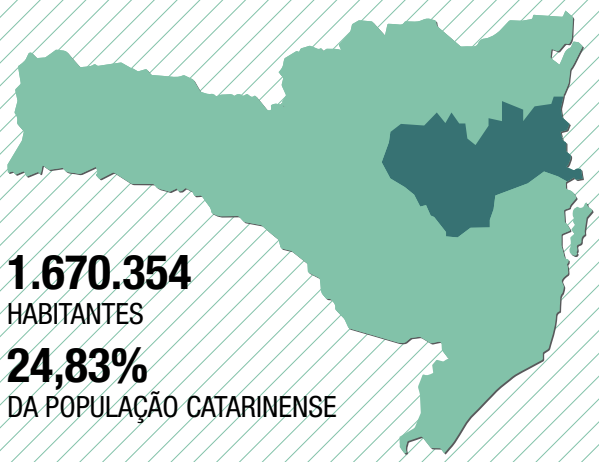
PERFIL SOCIOECONÔMICO DE SANTA CATARINA

POPULAÇÃO ESTIMADA 2015

6.727.148
HABITANTES EM SANTA CATARINA

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

VALE DO ITAJAÍ

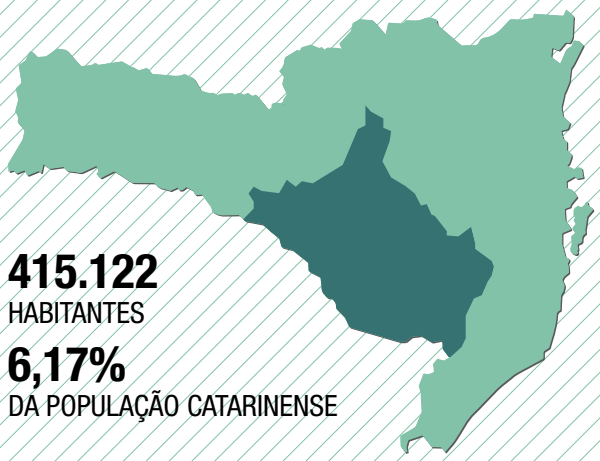


1.670.354
HABITANTES

24,83%
DA POPULAÇÃO CATARINENSE

Local	População	%
Agrolândia	10.115	0,15%
Agronômica	5.239	0,08%
Apiúna	10.211	0,15%
Ascurra	7.732	0,11%
Atalanta	3.296	0,05%
Aurora	5.668	0,08%
Balneário Camboriú	124.557	1,85%
Balneário Piçarras	19.976	0,30%
Barra Velha	25.662	0,38%
Benedito Novo	11.037	0,16%
Blumenau	334.002	4,96%
Bombinhas	16.897	0,25%
Botuverá	4.864	0,07%
Braço do Trombudo	3.627	0,05%
Brusque	119.719	1,78%
Camboriú	72.261	1,07%
Chapadão do Lageado	2.892	0,04%
Dona Emma	3.955	0,06%
Doutor Pedrinho	3.883	0,06%
Gaspar	63.826	0,95%
Guabiruba	21.046	0,31%
Ibirama	18.255	0,27%
Ilhota	13.309	0,20%
Imbuia	5.993	0,09%
Indaial	61.968	0,92%
Itajaí	201.557	3,00%
Itapema	55.016	0,82%
Ituporanga	23.777	0,35%
José Boiteux	4.850	0,07%
Laurentino	6.500	0,10%
Lontras	11.200	0,17%
Luiz Alves	11.653	0,17%
Mirim Doce	2.450	0,04%
Navegantes	70.565	1,05%
Penha	28.718	0,43%
Petrolândia	6.110	0,09%
Pomerode	30.598	0,45%
Porto Belo	18.630	0,28%
Pouso Redondo	16.154	0,24%
Presidente Getúlio	16.210	0,24%
Presidente Nereu	2.312	0,03%
Rio do Campo	6.149	0,09%
Rio do Oeste	7.355	0,11%
Rio do Sul	66.251	0,98%
Rio dos Cedros	11.019	0,16%
Rodeio	11.325	0,17%
Salete	7.573	0,11%
São João do Itaperiú	3.606	0,05%
Taió	17.959	0,27%
Timbó	40.515	0,60%
Trombudo Central	6.979	0,10%
Vidal Ramos	6.372	0,09%
Vitor Meireles	5.156	0,08%
Witmarsum	3.805	0,06%

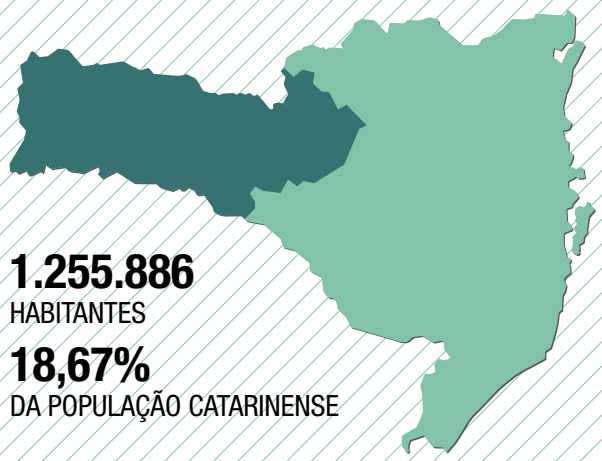
REGIÃO SERRANA



415.122
HABITANTES
6,17%
DA POPULAÇÃO CATARINENSE

Local	População	%
Abdon Batista	2.643	0,04%
Anita Garibaldi	8.055	0,12%
Bocaina do Sul	3.408	0,05%
Bom Jardim da Serra	4.598	0,07%
Bom Retiro	9.498	0,14%
Brunópolis	2.690	0,04%
Campo Belo do Sul	7.358	0,11%
Campos Novos	34.721	0,52%
Capão Alto	2.682	0,04%
Celso Ramos	2.784	0,04%
Cerro Negro	3.417	0,05%
Correia Pinto	14.063	0,21%
Curitibanos	39.061	0,58%
Frei Rogério	2.301	0,03%
Lages	158.846	2,36%
Monte Carlo	9.650	0,14%
Otacílio Costa	17.593	0,26%
Painel	2.383	0,04%
Palmeira	2.512	0,04%
Ponte Alta	4.855	0,07%
Ponte Alta do Norte	3.389	0,05%
Rio Rufino	2.484	0,04%
Santa Cecília	16.413	0,24%
São Cristovão do Sul	5.308	0,08%
São Joaquim	26.045	0,39%
São José do Cerrito	8.941	0,13%
Urubici	11.058	0,16%
Urupema	2.502	0,04%
Vargem	2.674	0,04%
Zortéa	3.190	0,05%

OESTE

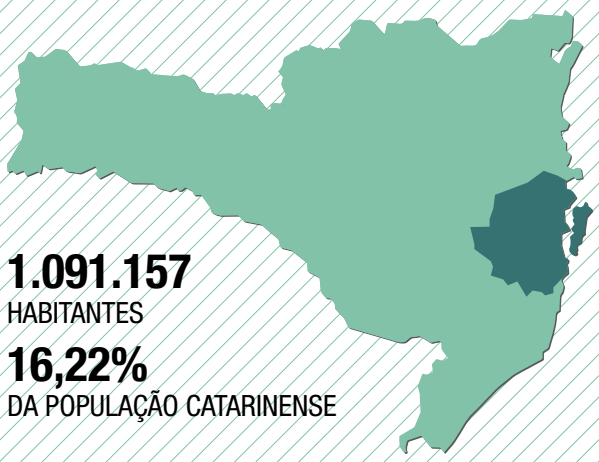


1.255.886
HABITANTES
18,67%
DA POPULAÇÃO CATARINENSE

Local	População	%
Abelardo Luz	17.651	0,26%
Água Doce	7.121	0,11%
Águas de Chapecó	6.346	0,09%
Águas Frias	2.419	0,04%
Alto Bela Vista	1.997	0,03%
Anchieta	6.066	0,09%
Arabutã	4.273	0,06%
Arroio Trinta	3.563	0,05%
Arvoredo	2.276	0,03%
Bandeirante	2.836	0,04%
Barra Bonita	1.815	0,03%
Belmonte	2.696	0,04%
Bom Jesus	2.771	0,04%
Bom Jesus do Oeste	2.158	0,03%
Caçador	75.048	1,12%
Caibi	6.259	0,09%
Calmon	3.407	0,05%
Campo Erê	9.098	0,14%
Capinzal	21.928	0,33%
Catanduvas	10.244	0,15%
Caxambu do Sul	4.118	0,06%
Chapecó	202.009	3,00%
Concórdia	72.073	1,07%
Cordilheira Alta	4.114	0,06%
Coronel Freitas	10.236	0,15%
Coronel Martins	2.527	0,04%
Cunha Porã	10.944	0,16%
Cunhataí	1.937	0,03%
Descanso	8.558	0,13%
Dionísio Cerqueira	15.283	0,23%

Entre Rios	3.135	0,05%
Erval Velho	4.456	0,07%
Faxinal dos Guedes	10.784	0,16%
Flor do Sertão	1.603	0,02%
Formosa do Sul	2.589	0,04%
Fraiburgo	35.781	0,53%
Galvão	3.297	0,05%
Guaraciaba	10.433	0,16%
Guarujá do Sul	5.076	0,08%
Guatambu	4.743	0,07%
Herval d'Oeste	22.083	0,33%
Ibiam	1.971	0,03%
Ibicaré	3.336	0,05%
Iomerê	2.861	0,04%
Ipira	4.675	0,07%
Iporã do Oeste	8.769	0,13%
Ipuaçu	7.193	0,11%
Ipumirim	7.467	0,11%
Iraceminha	4.175	0,06%
Irani	10.033	0,15%
Irati	2.046	0,03%
Itá	6.383	0,09%
Itapiranga	16.253	0,24%
Jaborá	4.040	0,06%
Jardinópolis	1.697	0,03%
Joaçaba	28.705	0,43%
Jupiá	2.150	0,03%
Lacerdópolis	2.244	0,03%
Lajeado Grande	1.479	0,02%
Lebon Régis	12.091	0,18%
Lindóia do Sul	4.659	0,07%
Luzerna	5.700	0,08%
Macieira	1.823	0,03%
Maravilha	23.975	0,36%
Marema	2.046	0,03%
Matos Costa	2.729	0,04%
Modelo	4.158	0,06%
Mondaí	11.034	0,16%
Nova Erechim	4.654	0,07%
Nova Itaberaba	4.338	0,06%
Novo Horizonte	2.643	0,04%
Ouro	7.418	0,11%
Ouro Verde	2.272	0,03%
Paial	1.668	0,02%
Palma Sola	7.699	0,11%
Palmitos	16.266	0,24%
Paraíso	3.838	0,06%
Passos Maia	4.351	0,06%
Peritiba	2.931	0,04%
Pinhalzinho	18.284	0,27%
Pinheiro Preto	3.353	0,05%
Piratuba	4.424	0,07%
Planalto Alegre	2.782	0,04%
Ponte Serrada	11.405	0,17%
Presidente Castello Branco	1.670	0,02%
Princesa	2.862	0,04%
Quilombo	10.201	0,15%
Rio das Antas	6.245	0,09%
Riqueza	4.775	0,07%
Romelândia	5.320	0,08%
Saltinho	3.923	0,06%
Salto Veloso	4.536	0,07%
Santa Helena	2.331	0,03%
Santa Terezinha do Progresso	2.720	0,04%
Santiago do Sul	1.389	0,02%
São Bernardino	2.593	0,04%
São Carlos	10.849	0,16%
São Domingos	9.523	0,14%
São João do Oeste	6.235	0,09%
São José do Cedro	13.902	0,21%
São Lourenço do Oeste	23.017	0,34%
São Miguel da Boa Vista	1.885	0,03%
São Miguel do Oeste	38.575	0,57%
Saudades	9.454	0,14%
Seara	17.395	0,26%
Serra Alta	3.317	0,05%
Sul Brasil	2.661	0,04%
Tangará	8.767	0,13%
Tigrinhos	1.733	0,03%
Treze Tílias	7.082	0,11%
Tunápolis	4.644	0,07%
União do Oeste	2.751	0,04%
Vargeão	3.590	0,05%
Vargem Bonita	4.713	0,07%
Videira	50.349	0,75%
Xanxerê	47.679	0,71%
Xavantina	4.095	0,06%
Xaxim	27.336	0,41%

GRANDE FLORIANÓPOLIS

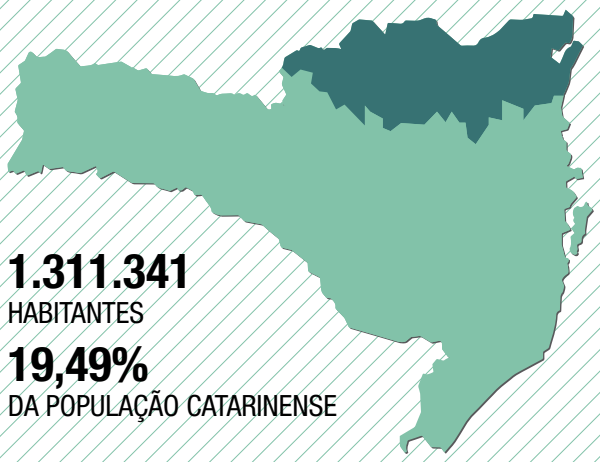


1.091.157
HABITANTES

16,22%
DA POPULAÇÃO CATARINENSE

Local	População	%
Águas Mornas	6.020	0,09%
Alfredo Wagner	9.794	0,15%
Angelina	5.109	0,08%
Anitápolis	3.256	0,05%
Antônio Carlos	8.012	0,12%
Biguaçu	63.440	0,94%
Canelinha	11.452	0,17%
Florianópolis	461.524	6,86%
Governador Celso Ramos	13.801	0,21%
Leoberto Leal	3.258	0,05%
Major Gercino	3.389	0,05%
Nova Trento	13.379	0,20%
Palhoça	154.244	2,29%
Paulo Lopes	7.124	0,11%
Rancho Queimado	2.838	0,04%
Santo Amaro da Imperatriz	21.572	0,32%
São Bonifácio	2.966	0,04%
São João Batista	31.534	0,47%
São José	228.561	3,40%
São Pedro de Alcântara	5.256	0,08%
Tijucas	34.628	0,51%

NORTE

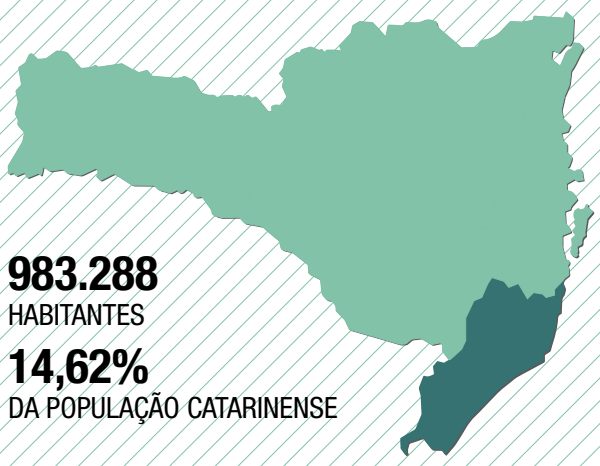


1.311.341
HABITANTES

19,49%
DA POPULAÇÃO CATARINENSE

Local	População	%
Araquari	31.030	0,46%
Balneário Barra do Sul	9.580	0,14%
Bela Vista do Toldo	6.219	0,09%
Campo Alegre	11.982	0,18%
Canoinhas	54.079	0,80%
Corupá	14.925	0,22%
Garuva	16.435	0,24%
Guaramirim	39.869	0,59%
Irineópolis	10.916	0,16%
Itaiópolis	21.139	0,31%
Itapoá	17.521	0,26%
Jaraguá do Sul	160.143	2,38%
Joinville	554.601	8,24%
Mafra	55.012	0,82%
Major Vieira	7.841	0,12%
Massaranduba	15.806	0,23%
Monte Castelo	8.476	0,13%
Papanduva	18.681	0,28%
Porto União	34.717	0,52%
Rio Negrinho	41.386	0,62%
Santa Terezinha	8.873	0,13%
São Bento do Sul	79.971	1,19%
São Francisco do Sul	47.547	0,71%
Schroeder	18.186	0,27%
Timbó Grande	7.563	0,11%
Três Barras	18.843	0,28%

SUL

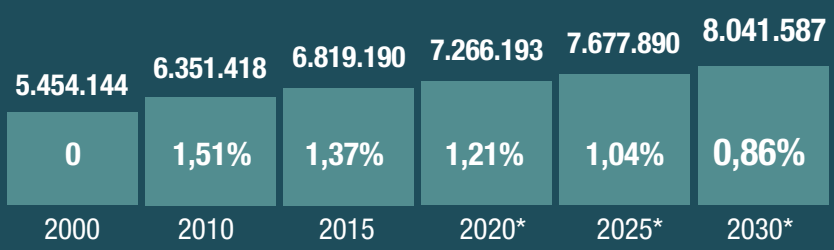


983.288
HABITANTES

14,62%
DA POPULAÇÃO CATARINENSE

Local	População	%
Araranguá	65.090	0,97%
Armazém	8.251	0,12%
Balneário Arroio do Silva	11.248	0,17%
Balneário Gaivota	9.551	0,14%
Balneário Rincão	11.824	0,18%
Braço do Norte	31.319	0,47%
Capivari de Baixo	23.342	0,35%
Cocal do Sul	16.009	0,24%
Criciúma	204.667	3,04%
Ermo	2.079	0,03%
Forquilhinha	24.694	0,37%
Garopaba	20.545	0,31%
Grão Pará	6.448	0,10%
Gravatal	11.148	0,17%
Içara	52.284	0,78%
Imaruí	11.117	0,17%
Imbituba	42.708	0,63%
Jacinto Machado	10.642	0,16%
Jaguaruna	18.704	0,28%
Laguna	44.316	0,66%
Lauro Müller	14.919	0,22%
Maracajá	6.873	0,10%
Meleiro	7.076	0,11%
Morro da Fumaça	17.052	0,25%
Morro Grande	2.925	0,04%
Nova Veneza	14.285	0,21%
Orleans	22.311	0,33%
Passo de Torres	7.681	0,11%
Pedras Grandes	4.089	0,06%
Pescaria Brava	9.761	0,15%
Praia Grande	7.374	0,11%
Rio Fortuna	4.569	0,07%
Sangão	11.532	0,17%
Santa Rosa de Lima	2.122	0,03%
Santa Rosa do Sul	8.285	0,12%
São João do Sul	7.205	0,11%
São Ludgero	12.192	0,18%
São Martinho	3.232	0,05%
Siderópolis	13.593	0,20%
Sombrio	28.589	0,42%
Timbé do Sul	5.385	0,08%
Treviso	3.746	0,06%
Treze de Maio	7.052	0,10%
Tubarão	102.087	1,52%
Turvo	12.452	0,19%
Urussanga	20.915	0,31%

EVOLUÇÃO DA POPULAÇÃO CATARINENSE



*Projeção IBGE

Segundo projeção do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Santa Catarina chegará a 8 milhões de habitantes em 2030. A taxa de crescimento deverá diminuir nos próximos anos, passando de 1,37% entre 2010 e 2015 para 0,86% de 2025 a 2030.

ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO

A educação é fundamental para o desenvolvimento social. Com base em uma formação humanística, a rede de ensino do Sesc conta com uma metodologia que estimula a criatividade e a reflexão por meio de conteúdos curriculares que dialogam com projetos de empreendedorismo, alimentação saudável, sustentabilidade, tecnologia e artes.

SAIBA MAIS EM
www.sesc-sc.com.br/escola

Santa Catarina é o terceiro estado no *ranking* do Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil, perdendo apenas para o Distrito Federal e São Paulo, de acordo com informações do último Censo do IBGE de 2010. O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é uma medida composta por indicadores que avaliam três dimensões do desenvolvimento humano: longevidade (expectativa de vida ao nascer), educação (escolaridade da população adulta e do fluxo escolar da população jovem) e renda (renda municipal per capita).

Na Educação, Santa Catarina apresentou 91,17% de crianças de 5 a 6 anos na escola, 91,51% das pessoas com 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental ou com fundamental completo, 51,8% das pessoas com 18 a 20 anos com ensino médio completo, 69,19% das pessoas com 15 a 17 anos com fundamental completo e 58,87% das pessoas com 18 anos ou mais com fundamental completo.

Na dimensão Renda, o IBGE registra que o catarinense possui uma renda per capita de R$ 983,90 (valores de agosto de 2010). Este valor é calculado pela soma da renda de todos os habitantes dividida pela população total do Estado. Na dimensão Longevidade, Santa Catarina registrou 76,61 anos de expectativa de vida ao nascer.

No *ranking* de desenvolvimento humano dos municípios, Floria-

RANKING DO IDHM EM SC

Posição	Município	IDHM (2010)	IDHM Renda (2010)	IDHM Longevidade (2010)	IDHM Educação (2010)
1º	Florianópolis	0.847	0.870	0.873	0.800
2º	Balneário Camboriú	0.845	0.854	0.894	0.789
3º	Joaçaba	0.827	0.823	0.891	0.771
4º	São José	0.809	0.799	0.880	0.752
5º	Joinville	0.809	0.795	0.889	0.749
6º	Rio Fortuna	0.806	0.848	0.850	0.727
7º	Blumenau	0.806	0.812	0.894	0.722
8º	Jaraguá do Sul	0.803	0.793	0.865	0.755
9º	Rio do Sul	0.802	0.793	0.894	0.727
10º	São Miguel do Oeste	0.801	0.787	0.884	0.739

Fonte: Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil

nópolis é a cidade melhor posicionada no Estado, seguida por Balneário Camboriú e Joaçaba. As últimas posições são ocupadas por Vargem (291º), Calmon (292º) e Cerro Negro (293º), de acordo com informações do último Censo do IBGE em 2010.

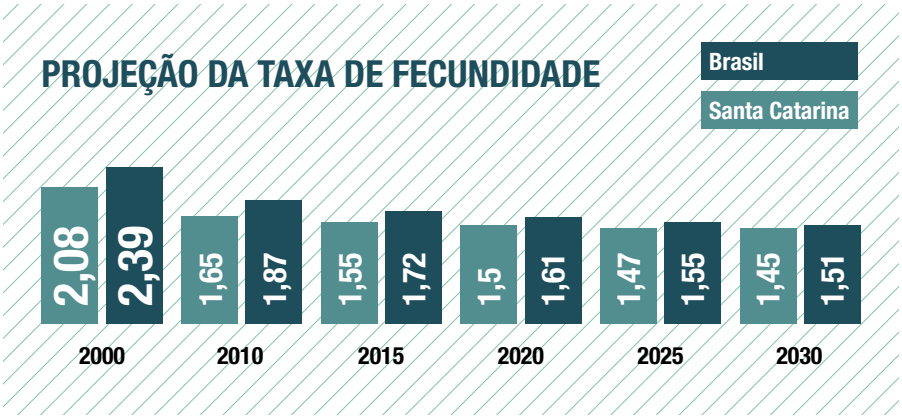
PROJEÇÃO DA POPULAÇÃO

Segundo estimativa do IBGE, os habitantes de Santa Catarina vivem quatro anos a mais que a média do Brasil e deverão viver cinco anos a mais nos próximos anos. Estima-se que a expectativa de vida ao nascer chegará a 82,26 anos em 2030 no Estado, 4,02 anos a mais que o projetado para 2015.

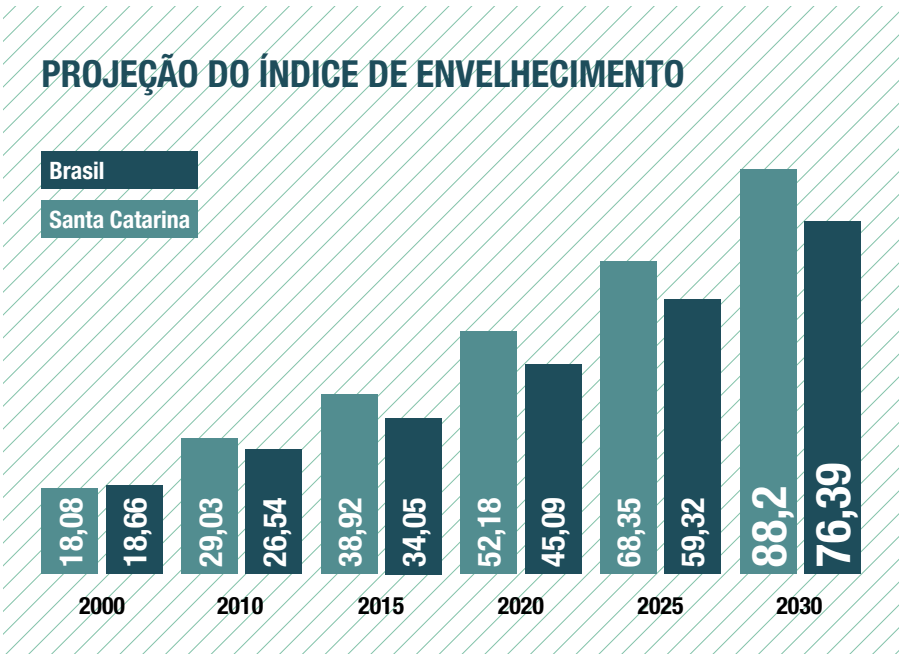
O taxa de fecundidade (o número médio de filhos por mulher em idade fértil, ou seja, de 15 a 49 anos, de acordo com o IBGE) deve diminuir ao longo dos próximos anos. No ano 2000 a taxa era de 2,08 filhos por mulher no Estado de Santa Catarina, mas deverá baixar para 1,45 filhos em 2030. No Brasil não será muito diferente: a taxa média de fecundidade deverá chegar a 1,51 filhos em 2030, segundo as estimativas do IBGE.

O índice de envelhecimento da população (número de pessoas de 60 anos ou mais, para cada 100 pessoas menores de 15 anos de idade) deverá aumentar nos próximos anos. Em 2015, o índice do Estado era 38,92% e chegará a 88,2 em 2030, segundo estimativa do IBGE. No Brasil, em 2030 o índice deverá atingir 76,39%.

Fonte: IBGE



Fonte: IBGE



Fonte: IBGE

EMPRESAS DO COMÉRCIO CATARINENSE POR SEGMENTO

Santa Catarina fechou o ano de 2015 com um total de 210.397 empresas ativas no comércio. Confira na tabela abaixo a distribuição dessas empresas por atividade econômica e por região do Estado:

Atividade Econômica	Número de empresas ativas em 2015						
	Grande Fpolis	Norte	Oeste	Serrana	Sul	Vale do Itajaí	Total Geral
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	7.855	7.724	6.342	2.463	6.158	12.115	42.657
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns	2.039	3.152	3.139	1.564	2.026	2.887	14.807
Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	1.212	1.274	1.756	529	1.398	1.712	7.881
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	1.475	1.376	1.241	398	1.021	1.750	7.261
Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática	1.447	1.063	868	256	865	1.532	6.031
Comércio varejista de móveis	896	998	1.035	259	581	1.382	5.151
Comércio varejista de bebidas	836	985	1.164	398	463	952	4.798
Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	989	801	783	232	603	1.297	4.705
Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas	700	685	781	284	925	1.175	4.550
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	974	707	512	218	510	1.075	3.996
Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	914	598	479	162	433	1.184	3.770
Comércio varejista de materiais de construção em geral	533	532	718	229	840	828	3.680
Comércio varejista de materiais de construção não especificados anteriormente	593	714	426	123	647	876	3.379
Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	671	450	594	185	492	869	3.261
Comércio a varejo de automóveis, camionetas e utilitários usados	449	577	565	134	472	889	3.086
Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores	461	445	629	258	552	690	3.035
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – supermercados	359	522	877	227	352	698	3.035
Comércio varejista de calçados	630	464	342	157	498	856	2.947
Comércio varejista de ferragens e ferramentas	432	561	474	130	447	612	2.656
Comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação	580	491	295	98	363	825	2.652
Comércio varejista de artigos de óptica	633	454	367	137	341	696	2.628
Comércio varejista de artigos de papelaria	391	447	386	106	299	582	2.211
Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança	167	140	106	46	381	1.271	2.111
Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação	470	372	293	96	283	583	2.097
Comércio varejista de artigos de armarinho	390	458	337	118	259	503	2.065
Comércio varejista de outros artigos de uso pessoal e doméstico não especificados anteriormente	379	315	321	73	201	590	1.879
Comércio varejista de plantas e flores naturais	312	357	344	65	249	531	1.858
Comércio varejista de artigos de cama, mesa e banho	259	308	332	168	240	464	1.771
Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	271	378	389	158	159	337	1.692

Fonte: Fecomércio SC (2015)

COMPETENCE

Venha Curtir o Sesc

Faça o seu cartão
e aproveite.

sesc-sc.com.br
0800 645 54 54

EducaçãoSaúdeCulturaLazerAssistência

Ser feliz é viver bem. É ter com quem contar. Através de atividades para todas as idades, cursos, áreas de lazer e turismo, escolas, serviços de saúde e sociais, o Sesc leva mais qualidade de vida e bem-estar a milhares de pessoas em Santa Catarina. Seja uma delas. É para o seu bem.

Sesc 70 anos

PERFIL DO TRABALHADOR DO COMÉRCIO

Os trabalhadores formais do comércio de bens, serviços e turismo têm um mundo de vantagens no Sesc e podem usufruir dos benefícios com preços acessíveis. Para que seu colaborador obtenha o Cartão Cliente Sesc – passaporte para as atividades – é necessária a realização de cadastro prévio da empresa.

SAIBA MAIS EM
www.sesc-sc.com.br/cartao

Em 2014 o comércio representou 20% dos empregos formais (com carteira de trabalho assinada) em Santa Catarina. O setor de serviços tem a maioria dos registros, contabilizando 42% de todos os empregos formais do Estado, seguido pela indústria (31%), de acordo com informações do Ministério do Trabalho.

Os empregos formais cresceram em média 9% entre 2004 e 2014 em Santa Catarina. Em 2014 foram registrados 2.273.933 empregos formais no Estado. Destes, 455.439 são do comércio.

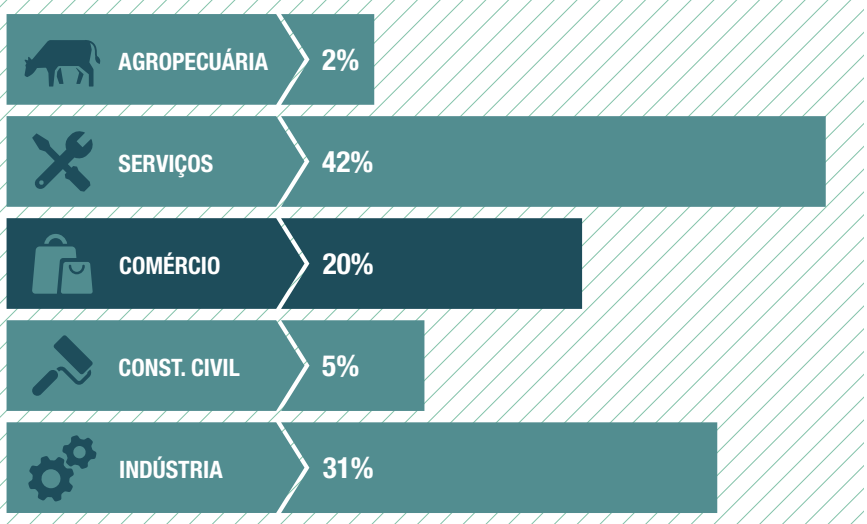
No comércio, 28% dos empregos formais estão no Vale do Itajaí, 19% na Grande Florianópolis, 17% no Norte, 17% no Oeste, 14% no Sul e 5% na região Serrana. Entre 2013 e 2014 os empregos formais cresceram 11,4% no Estado.

A atividade econômica que mais emprega no setor do comércio é o varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios (hipermercados e supermercados), seguido pelo comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.

O maior salário médio mensal em 2014 no Estado foi dos serviços (R$ 2.204,62), seguido pela indústria (R$ 1.911,73). O comércio possui um salário médio mensal de R$ 1.517,10. Entre as regiões, a Grande Florianópolis possui o maior salário no comércio, seguida pelo Norte e pelo Vale do Itajaí.

A maioria dos trabalhadores formais do comércio no Estado é do sexo masculino (53%), jovens com idade de 18 a 24 anos (26,9%) e com ensino médio completo como formação (58,6%), segundo dados de 2014.

DIVISÃO DE EMPREGOS FORMAIS POR SETOR EM SANTA CATARINA (2014)



Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

EVOLUÇÃO DO EMPREGO FORMAL EM SANTA CATARINA (2014)

Ano	Indústria	Construção Civil	Comércio	Serviços	Agropecuária	Total
2004	498.525	43.943	258.554	560.951	44.274	**1.406.247**
2005	514.502	49.907	283.871	594.178	44.511	**1.486.969**
2006	550.065	52.822	298.070	654.923	42.574	**1.598.454**
2007	593.736	63.005	322.586	675.609	42.864	**1.697.800**
2008	606.774	75.901	344.885	707.242	42.802	**1.777.604**
2009	610.309	76.162	365.990	741.619	44.254	**1.838.334**
2010	655.295	89.045	395.888	786.321	43.105	**1.969.654**
2011	670.858	98.124	415.977	832.863	43.755	**2.061.577**
2012	668.426	98.979	427.408	866.555	41.634	**2.103.002**
2013	707.917	103.479	443.977	912.294	43.260	**2.210.927**
2014	712.929	105.331	455.439	955.362	44.872	**2.273.933**

Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

EVOLUÇÃO DO EMPREGO FORMAL NO COMÉRCIO CATARINENSE (2014)

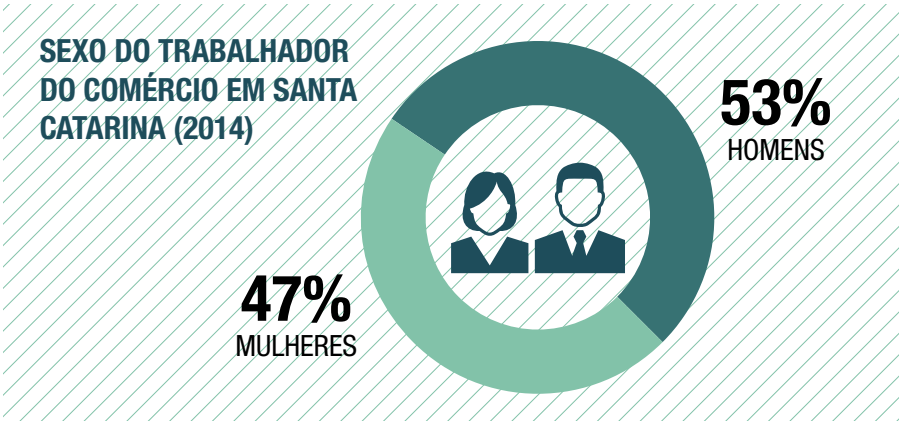
Ano	Oeste Catarinense	Norte Catarinense	Região Serrana	Vale do Itajaí	Grande Fpolis	Sul Catarinense	Total
2004	45.281	45.343	13.727	68.133	49.597	36.473	**258.554**
2005	49.002	49.763	14.597	75.835	54.018	40.656	**283.871**
2006	49.870	51.712	14.608	78.762	58.350	44.768	**298.070**
2007	54.538	54.692	15.624	86.013	64.341	47.378	**322.586**
2008	58.936	59.233	17.041	91.722	68.145	49.808	**344.885**
2009	62.038	61.644	17.556	97.847	74.332	52.573	**365.990**
2010	67.361	67.172	19.061	106.852	77.778	57.664	**395.888**
2011	69.862	71.561	19.988	112.816	82.213	59.537	**415.977**
2012	71.429	73.889	20.565	116.096	83.984	61.445	**427.408**
2013	74.198	76.528	21.594	120.327	87.382	63.948	**443.977**
2014	75.258	79.190	22.388	125.110	88.306	65.187	**455.439**

Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

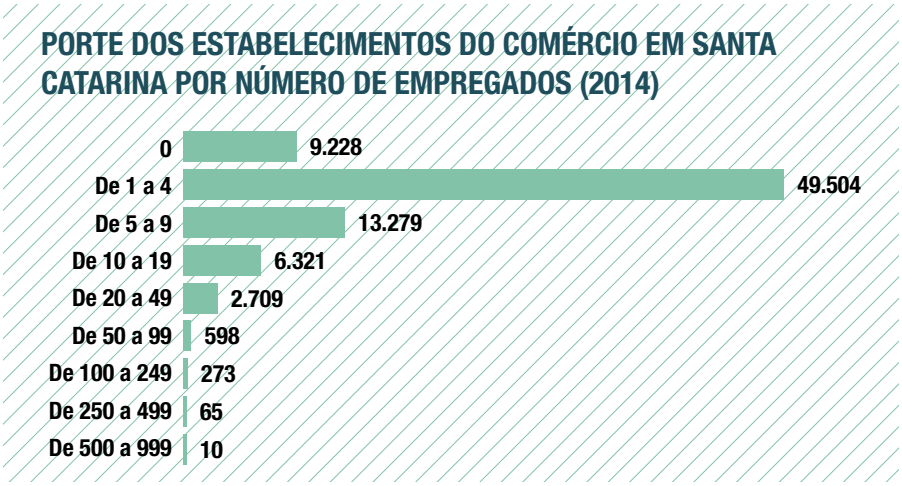
MÉDIA SALARIAL POR SETOR DA ECONOMIA EM SANTA CATARINA (2014)

Setor	Oeste Catarinense	Norte Catarinense	Região Serrana	Vale do Itajaí	Grande Fpolis	Sul Catarinense	Média Total
Indústria	R$ 1.635,43	R$ 2.132,26	R$ 1.771,05	R$ 1.887,03	R$ 2.262,25	R$ 1.782,35	R$ 1.911,73
Construção Civil	R$ 1.536,72	R$ 1.596,49	R$ 1.711,50	R$ 1.624,73	R$ 1.801,47	R$ 1.648,56	R$ 1.653,25
Comércio	**R$ 1.426,79**	**R$ 1.632,01**	**R$ 1.369,47**	**R$ 1.601,47**	**R$ 1.658,01**	**R$ 1.414,83**	**R$ 1.517,10**
Serviços	**R$ 1.946,26**	**R$ 2.264,32**	**R$ 1.725,48**	**R$ 2.165,19**	**R$ 3.215,30**	**R$ 1.911,19**	**R$ 2.204,62**
Agropecuária	R$ 1.259,89	R$ 1.320,19	R$ 1.193,61	R$ 1.506,93	R$ 1.458,10	R$ 1.304,83	R$ 1.340,59
Média Total	R$ 1.561,02	R$ 1.789,05	R$ 1.554,22	R$ 1.757,07	R$ 2.079,03	R$ 1.612,35	R$ 1.725,46

Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS



Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS



Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

Atividade econômica (CNAE 2.0)	Trabalhadores em 2014
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – hipermercados e supermercados	69.670
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	33.333
Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção	31.599
Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	22.429
Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente	20.991
Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores	20.589
Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores	17.093
Comércio varejista especializado de móveis, colchoaria e artigos de iluminação	16.746
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns	15.296
Manutenção e reparação de veículos automotores	14.838
Comércio varejista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário	14.422
Comércio varejista de produtos de padaria, laticínio, doces, balas e semelhantes	12.939
Comércio varejista de calçados e artigos de viagem	9.508
Comércio varejista de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	7.758

Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

O tempo de permanência em um mesmo emprego da maioria dos trabalhadores formais do comércio em Santa Catarina, em 2014, foi de 1 a 2 anos (18,7%), seguido de 6 meses a 1 ano (16,5%) e até 3 meses (15,4%).

As empresas do comércio do Estado são microempresas, possuem na maioria de 1 a 4 funcionários (60%), seguido por 5 a 9 empregados (16,2%), como mostra o gráfico ao lado.

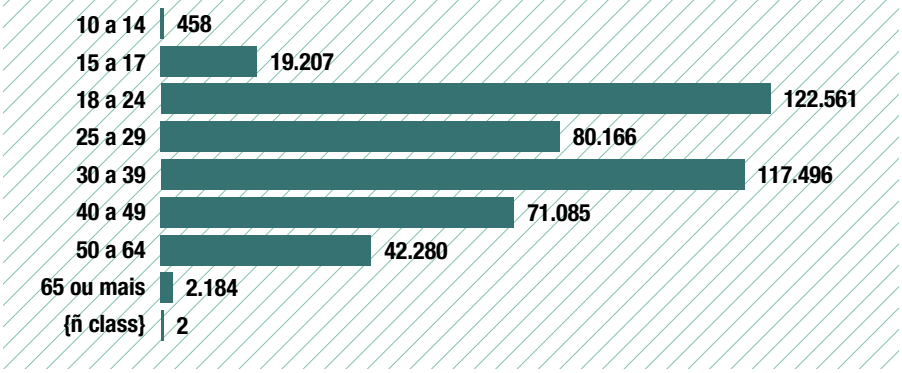
Em 2015, o comércio em Santa Catarina apresentou saldo líquido negativo de empregos formais (calculado pela diferença entre contratações e demissões). Porém, nos meses de março, setembro, outubro e novembro o saldo foi positivo no comércio do Estado. No saldo geral catarinense, entre todos os setores, o resultado foi negativo, com a indústria apresentando o pior resultado.

Os resultados negativos no saldo de empregos no Estado ocorreram a partir do mês de abril, tendo os piores resultados em junho (-14.770) e dezembro (-34.971).

Nos últimos anos o saldo da movimentação de empregos vem declinando: em 2013 foi positivo em 68.782 empregos, em 2014 finalizou com 47.821 empregos positivos e em 2015 foi negativo em 60.139 empregos.

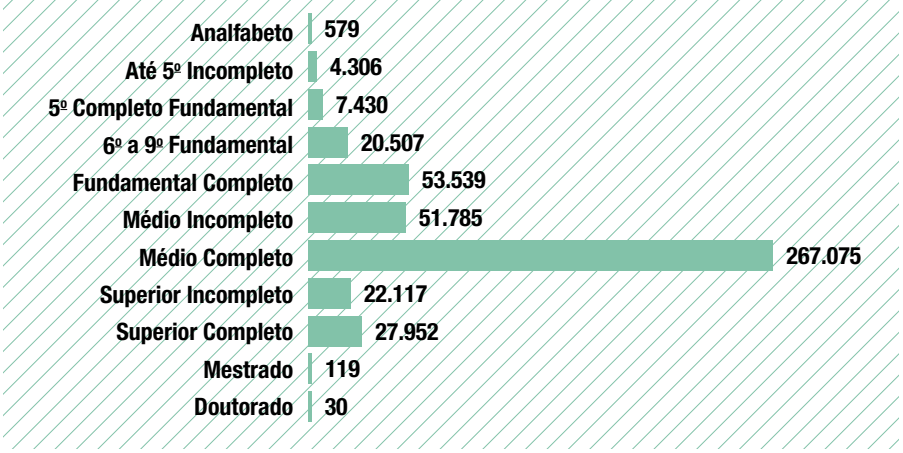
O setor do comércio também vem apresentando declínio no saldo da movimentação de empregos, com o menor valor em 2015, registrando uma retração de 9.870 empregos.

FAIXA ETÁRIA DOS TRABALHADORES DO COMÉRCIO EM SANTA CATARINA (2014)



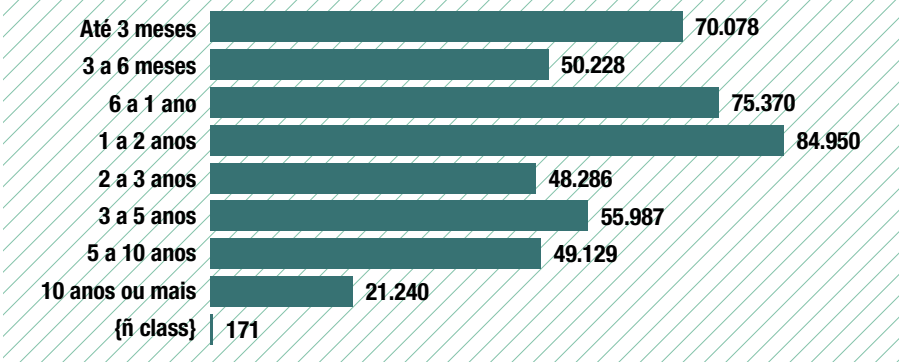
Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

ESCOLARIDADE DO TRABALHADOR DO COMÉRCIO EM SANTA CATARINA (2014)



Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

TEMPO DE EMPREGO NO COMÉRCIO EM SANTA CATARINA (2014)



Fonte: Ministério do Trabalho – RAIS

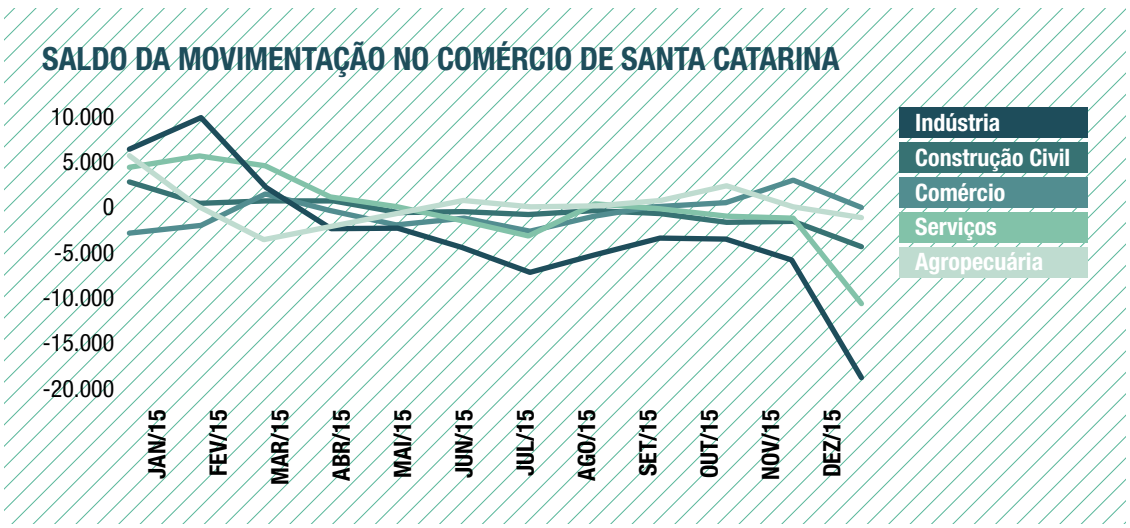
O Senac é o principal agente de educação profissional voltado ao setor do comércio de bens, serviços e turismo. Atua em diversas áreas de conhecimento e modalidades de ensino com o objetivo de qualificar os colaboradores e empresários do setor, desde a formação inicial à pós-graduação.

SAIBA MAIS EM **portal.sc.senac.br/portal/home/default.aspx**

SALDO DA MOVIMENTAÇÃO DE EMPREGO EM SANTA CATARINA

Competência Declarada	Indústria	Construção Civil	Comércio	Serviços	Agropecuária	Total
jan/14	7.531	3.251	-2.156	4.949	4.742	**18.317**
fev/14	13.221	2.108	1.330	10.401	831	**27.891**
mar/14	5.082	797	-712	3.745	-2.498	**6.414**
abr/14	2.653	2.198	1.595	3.695	-3.385	**6.756**
mai/14	-63	562	-1.226	1.886	-1.160	**-1**
jun/14	-1.248	237	-647	1.543	38	**-77**
jul/14	-2.008	483	261	-196	-393	**-1.853**
ago/14	755	796	996	3.811	241	**6.599**
set/14	1.171	-66	2.665	3.197	66	**7.033**
out/14	-460	-477	3.089	1.196	1.625	**4.973**
nov/14	-2.220	-940	6.133	3.859	1.628	**8.460**
dez/14	-19.606	-4.722	-784	-9.606	-1.973	**-36.691**
jan/15	6.097	2.314	-3.112	4.261	5.077	**14.637**
fev/15	9.196	148	-2.203	5.289	-322	**12.108**
mar/15	1.876	415	1.239	4.167	-3.749	**3.948**
abr/15	-2.476	440	-707	785	-2.251	**-4.209**
mai/15	-2.587	-802	-2.062	-354	-912	**-6.717**
jun/15	-4.452	-727	-1.431	-1.764	452	**-7.922**
jul/15	-7.249	-1.048	-2.839	-3.373	-261	**-14.770**
ago/15	-5.230	-518	-1.224	133	-86	**-6.925**
set/15	-3.505	-934	28	-404	390	**-4.425**
out/15	-3.640	-1.863	139	-1.203	2.092	**-4.475**
nov/15	-5.871	-1.659	2.738	-1.372	-254	**-6.418**
dez/15	-18.249	-4.537	-436	-10.378	-1.371	**-34.971**
TOTAL	**-12.400**	**-861**	**14.935**	**55.916**	**-1.126**	**56.464**

Fonte: Ministério do Trabalho – CAGED



Fonte: Ministério do Trabalho – CAGED

Empregador que oferece benefícios tem retorno.

Cartão Cliente Sesc.
Seus colaboradores agradecem.

Quem investe no bem-estar da equipe, investe no próprio negócio. Ao solicitar o Cartão Cliente Sesc para seus colaboradores, você garante acesso a inúmeros serviços que promovem mais qualidade de vida, como aulas de ginástica, musculação, dança, idiomas, música, odontologia, serviços de saúde, entre muitos outros benefícios. E você ainda pode contar com o Sesc para ações específicas dentro de sua empresa, com foco na melhoria da qualidade de vida dos colaboradores, refletindo diretamente na produtividade da sua equipe.

Entre em contato e leve um Sesc inteiro de vantagens para o seu negócio.

sesc-sc.com.br
0800 645 54 54

Sesc

ANÁLISE ECONÔMICA

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO EMPRESÁRIO DO COMÉRCIO DE SANTA CATARINA

O Índice de Confiança do Empresário do Comércio de Santa Catarina (ICEC-SC) varia de 0 a 200, sendo 100 o ponto que separa o campo positivo e o negativo. É dividido em três subíndices: Índice das Condições Atuais do Empresário do Comércio (ICAEC); Índice de Investimento do Empresário do Comércio (IIEC) e Índice de Expectativa do Empresário do Comércio (IEEC). Cada um, por sua vez, é composto por variáveis que avaliam a situação da economia, das empresas, dos estoques, dos investimentos, etc.

O primeiro subíndice, o ICAEC, atingiu em 2015 um nível extremamente baixo. Chegou a dezembro com o resultado de 46,5 pontos, o que denota pessimismo por parte dos empresários. Este valor é um dos mais baixos da série histórica iniciada em janeiro de 2010, só perdendo para o verificado no mês de novembro. A forte queda decorre do agravamento das condições da economia brasileira ao longo de 2015. Juros, impostos e inflação subiram, enquanto renda e emprego caíram. Essa situação do mercado interno prejudicou as vendas do comércio, cujas taxas de crescimento retrocederam a níveis semelhantes aos de 2003, bem como as receitas do setor, que já sofre com uma elevada estrutura de custos.

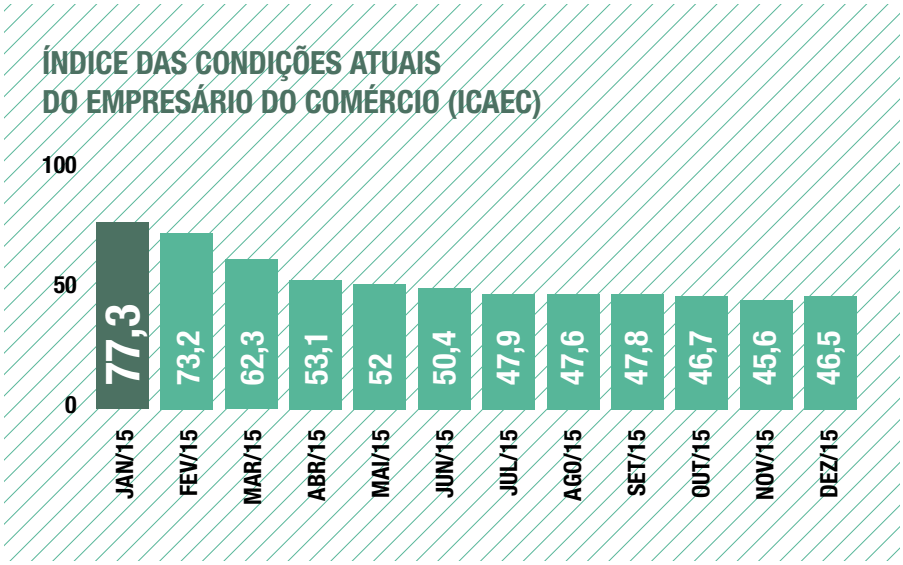
De modo semelhante ao ICAEC, o índice de investimentos IIEC recuou durante os meses de 2015, mas passou por uma leve recuperação no fim do ano, voltando a se situar nos níveis que se encontrava em junho. No entanto, o indicador ainda se encontra abaixo, mas próximo, dos 100 pontos (92,2 em dezembro). Isso significa que os investimentos empresariais neste período têm sido mais cautelosos, optando por estratégias que minimizem os riscos.

Fatores como a elevação das taxas de juros – que encarece a captação de recursos para investimentos –, a própria deterioração dos fundamentos da economia brasileira e a inflação – grande causadora de incertezas – colaboram para a redução dos índices de investimento. Soma-se a isso a situação dos estoques, que se encontram acima da média no comércio catarinense. Por fim, as expectativas – mensuradas pelo próximo subíndice – desempenham um papel preponderante nas decisões de investimentos dos empresários.

No campo das expectativas, o indicador permaneceu praticamente estável ao longo de 2015

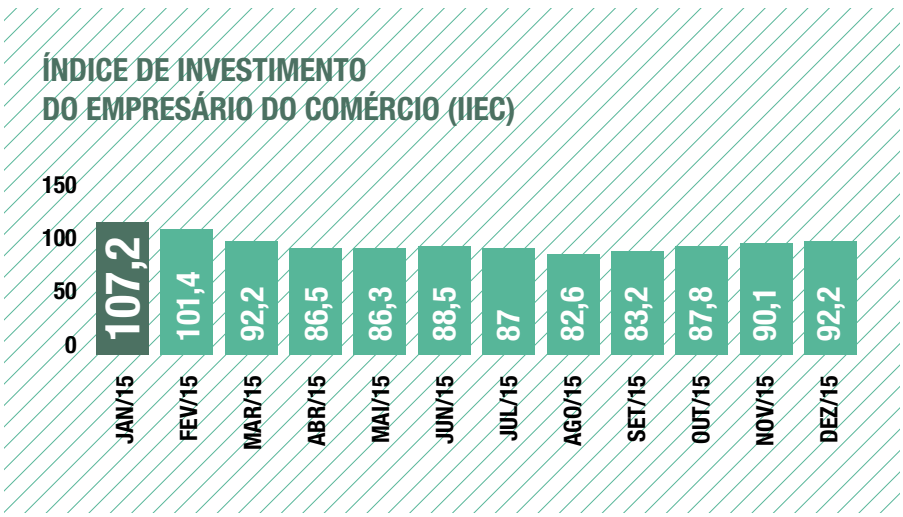
A CNC, junto à Fecomércio SC, divulga mensalmente três indicadores que buscam mensurar a confiança dos empresários (ICEC), a intenção de consumo das famílias (ICEF) e o nível de endividamento e inadimplência do consumidor (PEIC). Versões atualizadas das pesquisas apresentadas nesta publicação podem ser obtidas acessando o site da Fecomércio SC.

SAIBA MAIS EM
www.fecomercio-sc.com.br/produtos-servicos/pesquisas_economicas.html



Fonte: CNC/Fecomércio SC (2015)

> Entre os empresários há a percepção de que, em certa medida, estão conseguindo adaptar suas empresas comerciais à nova realidade do mercado, seja readequando estoques ou diversificando o mix. Com isso, os prejuízos são minimizados e as expectativas melhoram.



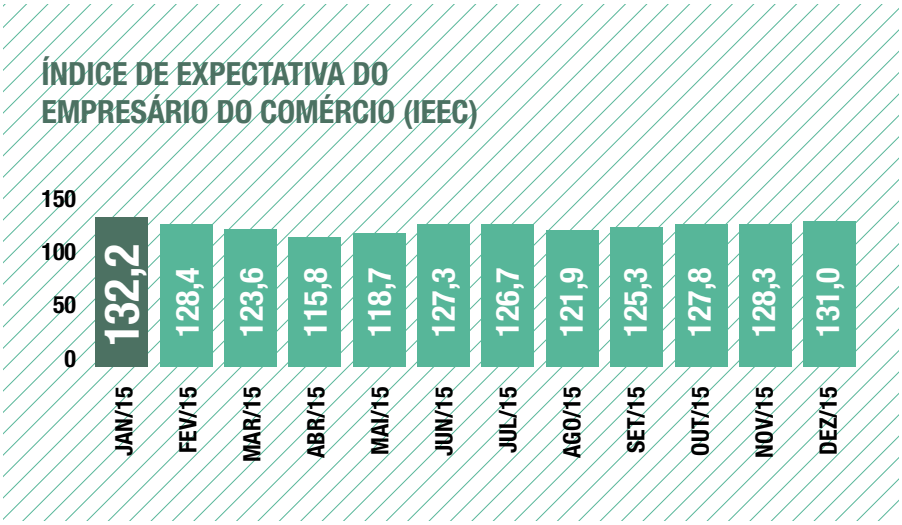
Fonte: CNC/Fecomércio SC (2015)

e acima dos 100 pontos. Fechou o mês de dezembro com o resultado de 131,0, apenas 1,2 ponto inferior ao resultado de janeiro. É interessante observar que o menor resultado visto para o ano ficou no mês de abril, período do auge das incertezas políticas e econômicas. Nos meses subsequentes o indicador voltou a subir e se situa num nível que representa um otimismo moderado. Esse resultado decorre principalmente da percepção de que os empresários, em certa medida, estão conseguindo adaptar suas empresas comerciais à nova realidade do mercado, seja readequando estoques ou diversificando os produtos vendidos. Com isso, os prejuízos são minimizados e as expectativas melhoram.

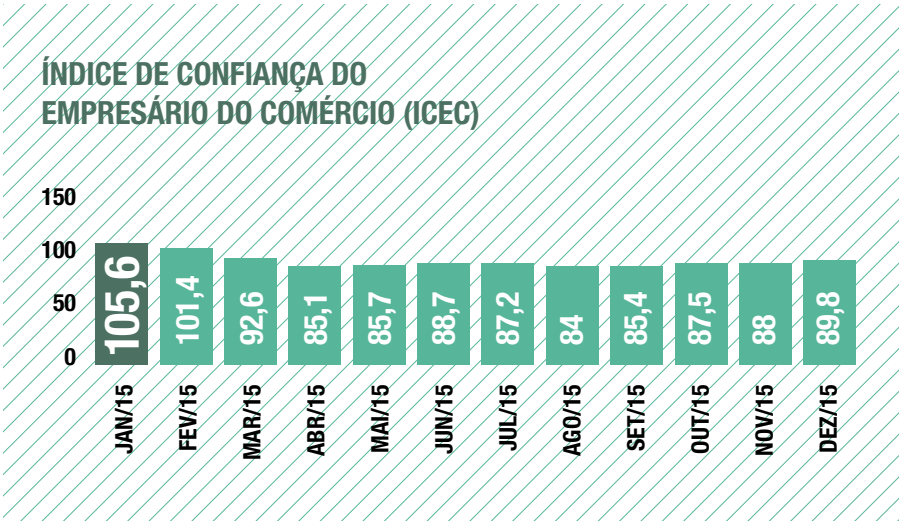
Por outro lado, as expectativas para a economia brasileira como um todo ainda continuam baixas, já que se espera um resultado do PIB ainda negativo para o ano de 2016 no Brasil. Nesse sentido, o que sustenta o IEEC acima dos 100 pontos é a questão microeconômica, ou seja, o que os empresários vêm fazendo para manter seu negócio lucrativo do "balcão para dentro", pois quando se olha o "balcão para fora" a situação é de pessimismo.

No que diz respeito ao índice geral (ICEC) – que nada mais é do que a média dos subíndices apresentados anteriormente –, o ano de 2015 foi de queda na confiança do empresário do comércio. Em agosto, este indicador chegou ao resultado mais baixo da série histórica iniciada em janeiro de 2010.

Para os empresários do comércio catarinense, 2015 foi um ano pessimista e refletiu uma visão de insegurança quanto ao futuro, ainda que exista certa expectativa de melhora. Essa sensação de insegurança pode ser observada por meio do baixo volume de vendas e as sucessivas revisões para baixo que o resultado do PIB passou ao longo do ano.



Fonte: CNC/Fecomércio SC (2015)



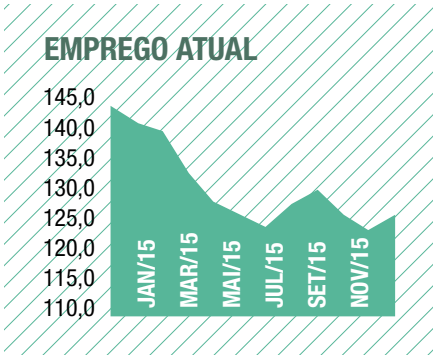
Fonte: CNC/Fecomércio SC (2015)

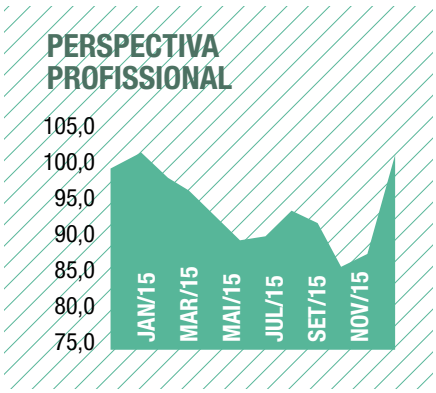
O mercado interno se deteriorou – devido às restrições ao crédito associadas a altas taxas de juros tanto para o consumidor quanto para o empresário, às persistentes pressões inflacionárias e devido ao crescimento reduzido da renda e do emprego –, fazendo com que as vendas desacelerassem, gerando menos receita em uma estrutura de custos já elevados. Desta maneira, o resultado do comércio fica comprometido, gerando cautela e bloqueio dos investimentos, visto que os empresários avaliam que o retorno dos investimentos não compensará seus custos.

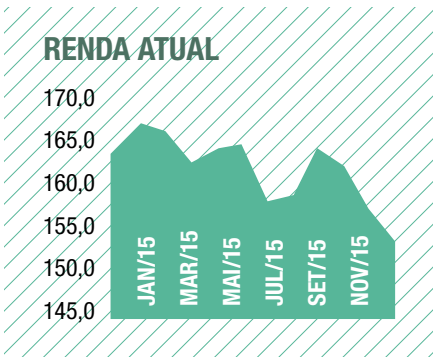
Para 2016, o cenário amenizou e a expectativa é de que o índice até o fim do ano volte a se situar em um patamar acima dos 100 pontos, levando em consideração a perspectiva de que os fundamentos da economia brasileira até lá, passado o período de ajuste recessivo, estarão mais sólidos e preparados para iniciar mais um ciclo de crescimento a partir de 2017.

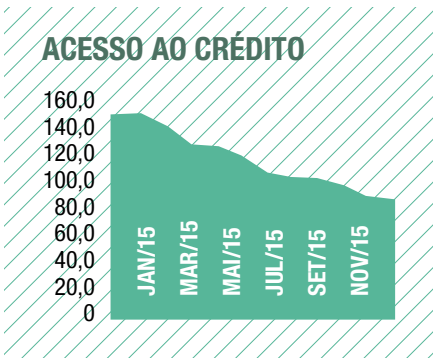
A expectativa para este ano é de que o índice volte gradualmente a um patamar acima dos 100 pontos, com a perspectiva de que os fundamentos da economia brasileira estarão mais sólidos e preparados para iniciar mais um ciclo de crescimento a partir de 2017.

INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS









A Intenção de Consumo das Famílias de Santa Catarina (ICF -SC) é um índice que varia de 0 a 200, sendo 100 o ponto limite entre o pessimismo e o otimismo. É formado por sete indicadores (emprego atual, perspectiva profissional, renda atual, acesso ao crédito, nível de consumo atual, perspectiva de consumo e momento para duráveis).

Em 2015, todos os indicadores que compõem o ICF-SC apresentaram quedas em sintonia com a retração econômica observada no período. Adicionalmente quatro dos sete indicadores também caíram abaixo dos 100 pontos, indicando incertezas por parte do consumidor catarinense, no que diz respeito à situação da economia brasileira.

O primeiro indicador (emprego atual) começou 2015 no patamar positivo de 142,7 pontos. No entanto, a partir de março, no auge das incertezas sobre os rumos da economia, o índice teve uma forte queda e em julho voltou a oscilar entre subidas (de agosto e setembro) e quedas (novembro). Fechou dezembro no positivo, alcançando um patamar de 125,6, mas não deixou de ser um dos mais baixos da série histórica iniciada em janeiro de 2010.

Este resultado é puxado pela redução das vagas formais e pela deterioração da qualidade do emprego, expressadas no aumento da informalidade e do número de trabalhadores por conta própria.

O próximo indicador é a perspectiva profissional, que também teve queda em 2015. Mas, de maneira distinta ao emprego atual, permaneceu praticamente o ano todo abaixo dos 100 pontos. Este resultado é decorrente do aumento do desemprego em Santa Catarina – que chegou a 4,2% no fim de 2015 – e da queda acentuada no número dos postos de trabalho formais. De janeiro a outubro de 2015 o saldo líquido de vagas – a diferença entre admitidos e demitidos – foi de -18.750. No mesmo período do ano anterior o número era positivo em 76.052.

A renda atual do catarinense foi o indicador que menos diminuiu ao longo de 2015, chegando ao fim do ano com o resultado bastante positivo de 153,4. Isso acontece pois a renda real em Santa Catarina – descontada a inflação – é maior e teve uma retração menor do que no resto do país. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD), enquanto o Brasil apresentou queda de 1,3% entre o terceiro e o segundo trimestre do ano, em Santa Catarina o resultado foi de -1,0%. Assim, o indicador teve retração, mas ainda se mantém em níveis capazes de reativar o consumo tão logo o crédito volte a subir.

Entretanto, devido às altas taxas de juros, o indicador que mede o acesso ao crédito passou de 141,8 pontos em janeiro para 82,2 em dezembro, uma queda de 59,6 pontos. O comércio, es-

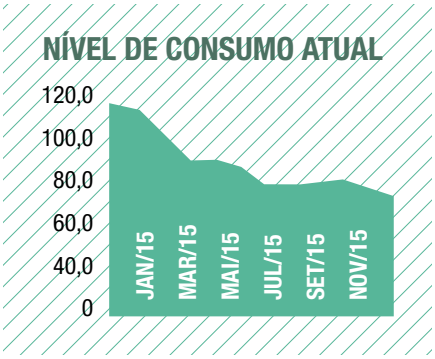
pecialmente em segmentos como móveis e eletrodomésticos, sente de maneira relevante essa desaceleração do crédito, que cresce atualmente a taxas equivalentes à inflação, quando há dois anos crescia a níveis quase três vezes maiores que o nível de preços, funcionando como propulsor do desenvolvimento econômico.

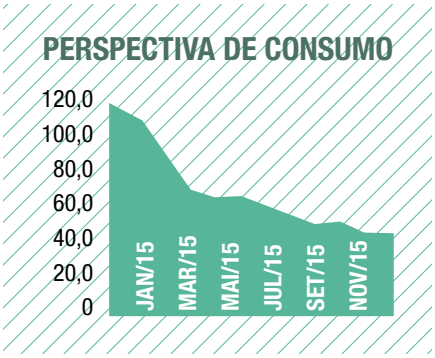
Com a desaceleração do crédito e a retração da renda devido à alta inflação e ao aumento do desemprego, o nível de consumo dos catarinenses diminuiu e terminou 2015 com o resultado negativo de 65,5. Isso reflete no volume de vendas do comércio, que durante o ano atingiu os níveis mais baixos desde 2003, mas que apresentou certa recuperação em setembro. Para 2016, é esperado que o indicador melhore, mas de modo ainda não robusto, haja vista que se aguarda uma inflação menor.

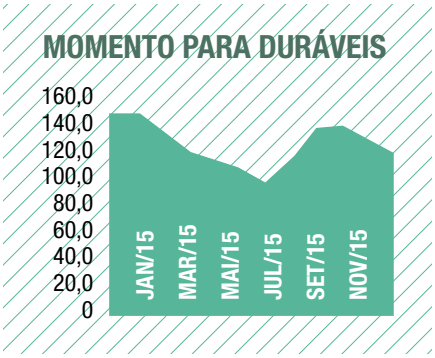
Quanto à perspectiva de consumo, a queda se deu de maneira muito forte e no fim do ano encontrava-se nos níveis mais baixos da série: 40,9 em dezembro. Como a economia brasileira está demorando a se recuperar e o ajuste realizado pela equipe econômica do governo não obteve o êxito esperado em 2015 e terá que se prolongar por 2016, as expectativas, fator determinante ao consumo, estão muito baixas, implicando na redução do indicador a níveis inclusive abaixo dos 50 pontos.

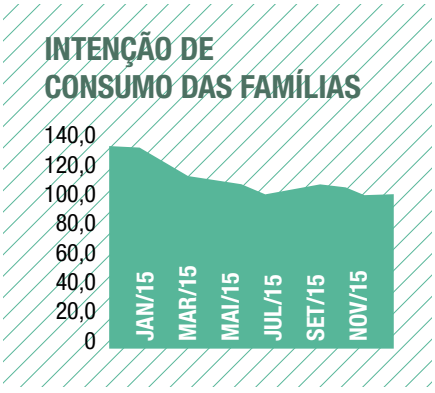
O momento para duráveis – ou seja, a disposição do consumidor para adquirir bens duráveis – começou 2015 com queda, subiu um pouco no início do segundo semestre, mas voltou a cair em outubro. Entretanto, o indicador se situa num patamar considerado positivo e fechou o mês de dezembro com 119,1. Percebe-se, portanto, que as famílias ainda querem consumir, mas as condições de compra não condizem com suas condições financeiras. O poder de compra dessas famílias foi prejudicado por um cenário de alta inflação associada à desvalorização do real, que é mais um componente para o aumento de preços.

O indicador geral terminou 2015 marcando 98,0, uma queda de 31,1 em relação ao primeiro mês de 2014 e o nível mais baixo da série histórica iniciada em janeiro de 2010. A queda no emprego, forte inflação, deterioração das expectativas e redução do acesso ao crédito produziram essa redução. Em 2016, espera-se que a intenção de consumo das famílias de Santa Catarina se recupere um pouco e volte a se situar de maneira mais prolongada num campo positivo, pois os fundamentos da economia brasileira, especialmente mais próximo do fim do ano, já estarão mais sólidos, com a inflação menor e os juros em redução, permitindo a retomada do investimento e do emprego.







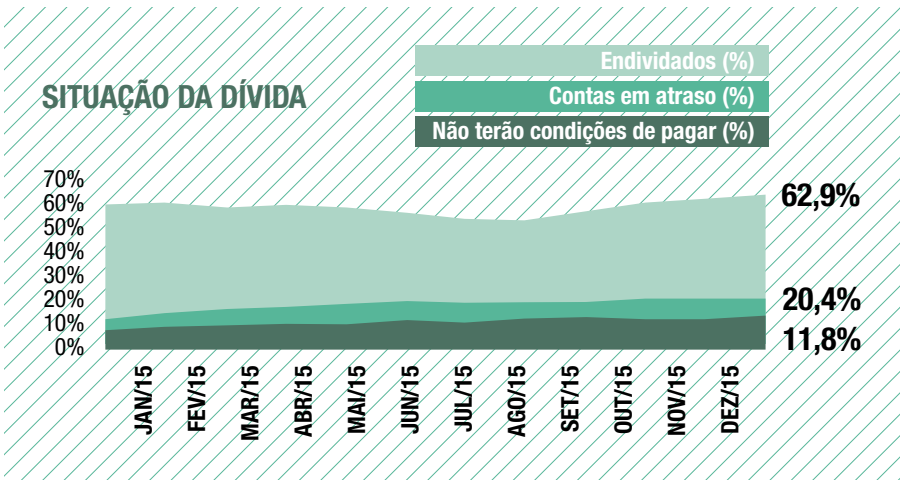


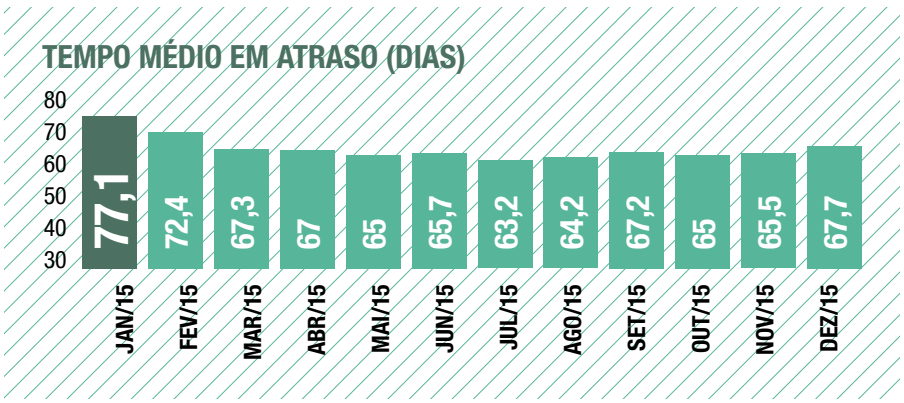
ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA

No final de 2015, o percentual de consumidores endividados em Santa Catarina foi o maior dos últimos três anos, chegando a 62,9% no mês de dezembro.

A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor de Santa Catarina (PEIC-SC) avalia diversos fatores, como as condições para se pagar dívidas, o tempo médio em atraso, o tempo médio da dívida, o principal agente de endividamento, a percepção sobre essa dívida e a parcela da renda comprometida com dívidas, entre outros.

O primeiro dado apurado é a situação da dívida. No final do ano o percentual de consumidores endividados em Santa Catarina atingiu o máximo da série histórica iniciada em janeiro de 2013, com um número de 62,9% em dezembro. O percentual de consumidores com contas em atraso também atingiu o pico histórico de 20,4% neste mesmo período. O índice que mede o número de famílias que não terão condições de pagar também atingiu o ponto mais alto desde o início da pesquisa. O interessante é observar que o pico se deu no terceiro trimestre de 2015, antecedendo a alta da inadimplência que se viu no último trimestre do ano.

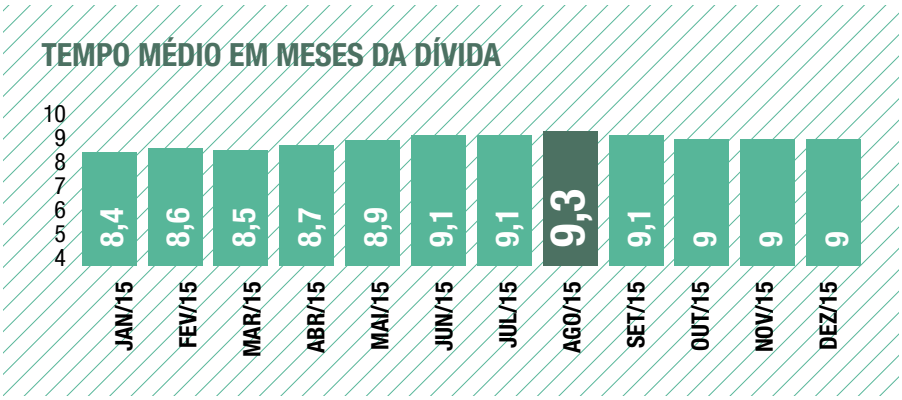


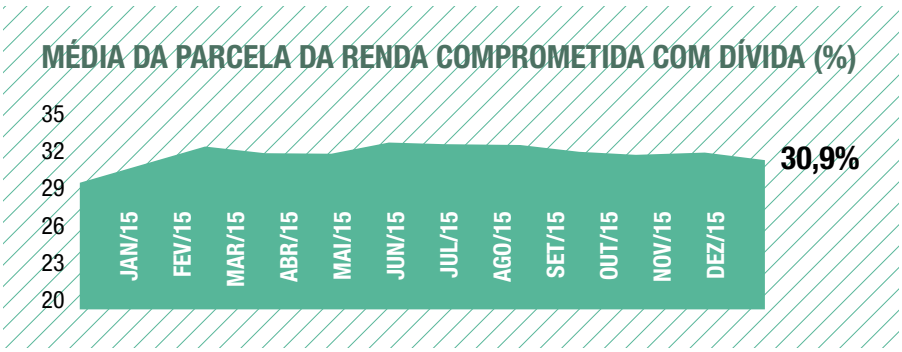


O principal agente de endividamento do catarinense em 2015 continuou sendo o cartão de crédito, responsável por 49,8% dos principais endividamentos registrados durante todo o ano. Em seguida, como segunda maior fonte de endividamento aparecem os carnês, seguidos pelo financiamento de automóveis.

Ambas as fontes de dívida fecharam o ano com o percentual de 35,2% e 31,2%, respectivamente. No entanto, observou-se durante 2015 que o nível de pessoas endividadas com carnês subiu, enquanto o de endividados com financiamento de carro permaneceu estável, a ponto de os carnês tirarem a diferença de 16 pontos percentuais que existia em janeiro. Logo depois aparece o financiamento de imóveis, seguido pelo crédito pessoal, pelo crédito consignado e pelo cheque especial, com apenas 7,9% dos endividados em dezembro de 2015.

Outro dado que diz respeito à inadimplência apurado pela PEIC -SC é o tempo médio das dívidas em atraso. Embora as contas em atraso tenham atingido o maior percentual da série histórica, seu crescimento se apresenta bastante estável, condizente com a situação econômica atual, e não apresenta risco de descontrole. O tempo médio com dívidas em atraso está em patamar moderado (67,7 dias), enquanto a inadimplência a partir dos 90 dias permanece estável. Soma-se a isso o fato de que durante o ano de 2015 o tempo médio com dívidas em atraso foi reduzido em mais de 10 dias. Um sinal de que há renegociação dessas dívidas não pagas, de modo a evitar o aumento da inadimplência.





A PEIC-SC também avalia o tempo de endividamento do consumidor. Na média, em dezembro de 2015 os catarinenses tinham dívidas com prazos de nove meses para quitar, enquanto em janeiro do mesmo ano o prazo médio era de 8,4 meses. Este é mais um sinal de que, em períodos de indicadores econômicos enfraquecidos, há uma maior renegociação das dívidas no sentido de se estender prazos de pagamentos. Em agosto este indicador atingiu o pico da série histórica, quando chegou a 9,3 meses de tempo endividado.

Por fim, a PEIC-SC avalia a parcela da renda do consumidor comprometida com dívidas. Em agosto de 2015, o indicador atingiu o valor mais alto da série histórica (32%) depois de começar o ano com valor abaixo de 30%. Em janeiro este índice era de 29,2%, mas em dezembro havia subido para 30,9%. Esses percentuais produziram certa preocupação, mas se mantiveram estáveis ao longo do ano. A retração da renda real observada ao longo de 2015 e a elevação das taxas de juros contribuíram de maneira decisiva para a elevação desse indicador. Para se ter uma ideia de como os juros influenciam nessa parcela da renda comprometida com dívidas, em países cuja taxa básica gira em torno de 0% a.a., como nos EUA e União Europeia, a parcela da renda comprometida chega de maneira responsável até 80% da renda, impulsionando assim o desenvolvimento e o bem-estar da população, especialmente dos mais pobres, através de um acesso ao crédito sustentável.

Embora as contas em atraso tenham atingido o maior percentual da série histórica no mercado catarinense, seu crescimento permanece estável e não há sinais de descontrole.

INDICADORES ECONÔMICOS

Com o pior desempenho desde 1990, o PIB brasileiro encolheu 3,8% no ano passado e deve continuar em queda em 2016, considerando o quadro de ajuste fiscal que prioriza o aumento de impostos.

PIB

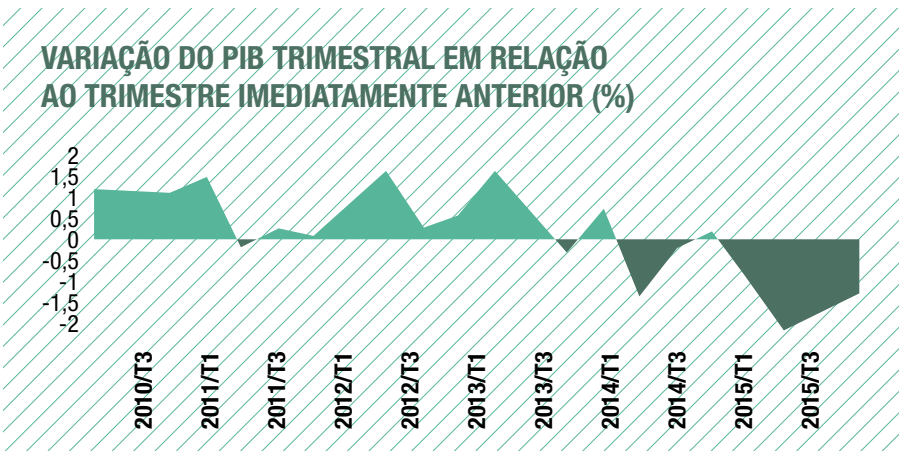
No ano de 2015 o PIB brasileiro apresentou um resultado de -3,8%, o pior número desde 1990. Para 2016, também já se prevê uma queda em torno de 2,0%. Vários fatores convergem para a redução da atividade. O principal deles é o ajuste fiscal que prevê o aumento da carga tributária – entre eles projeto que visa retomar a CPMF –, ao invés de priorizar o corte de gastos. O aumento da carga tributária é reflexo da dificuldade fiscal, que não permite mais a adoção de políticas de incentivo ao consumo e ao investimento no mesmo ritmo que anteriormente, o que impacta negativamente no nível de atividade.

Além disso, temos: 1) a atual situação da indústria, que se encontra em retração e com pouca perspectiva de recuperação dentro do mercado interno; 2) a queda da demanda internacional por produtos agrícolas, principal mercadoria de exportação brasileira; 3) o menor crescimento do crédito em função do elevado endividamento familiar e da alta de juros; e 4) a pressão inflacionária advinda do custo interno de produção, potencializada pelo reajuste dos preços administrados e forte indexação.

A forte queda foi puxada principalmente pela retração na atividade industrial, que apresentou um recuo de 6,8% no PIB e continua perdendo competitividade diante dos altos custos de produção. Isso se reflete em toda a cadeia de valor. Um dos sinais mais visíveis, e que também impactou negativamente no PIB, foi a desaceleração do consumo das famílias ao longo do ano.

Este indicador apresentou forte redução ao longo de 2015, caiu 4,0% – penalizado pelas persistentes pressões inflacionárias e pela redução do crédito. Assim, o PIB dos serviços, setor que engloba também o comércio, retraiu 2,7% no ano passado.

Observou-se também um baixo resultado na Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF), variável que expressa o investimento de uma economia e que vinha apresentando um bom desempenho até então. Em 2015, o indicador representou 18,2% do PIB, quando o ideal para uma economia em desenvolvimento como a brasileira é apresentar pelo menos 22%. Esta participação pequena do investimento é bastante pre-



Fonte: IBGE

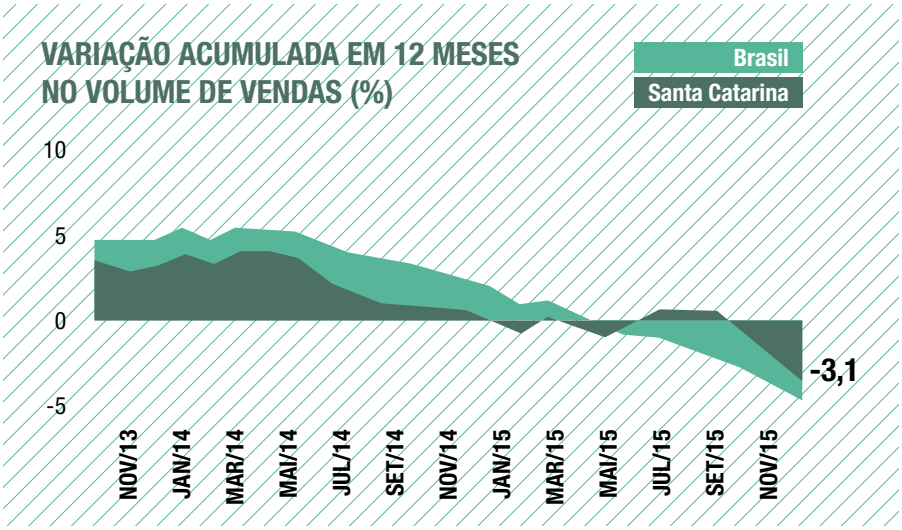
judicial à economia, já que é uma das maneiras de corrigir um dos principais problemas que hoje impedem o crescimento do PIB: o baixo índice de produtividade da economia brasileira.

Quanto à economia catarinense, a retração econômica foi menor que a média nacional. Fato que pode ser comprovado no nível de atividade do Banco Central (BC), indicador considerado uma prévia do PIB. Em 2015, enquanto o índice brasileiro recuou 9,1 pontos, em Santa Catarina, na mesma comparação, a retração foi de 6,1 pontos.

Para que este cenário negativo mude e o Brasil possa voltar a crescer, são necessários investimentos em infraestrutura e fortes reparos na economia, a fim de aumentar a produtividade. A Fecomércio SC entende que as medidas que estão sendo tomadas pelo governo, com o intuito de equilibrar as contas públicas, oneram em demasia o empresário e o consumidor, ao elevar os juros e a carga tributária. Uma reforma gerencial do governo, que vise à redução de gastos desnecessários nas áreas tributária e trabalhista, seria muito mais efetiva para estimular novamente os investimentos produtivos privados. Só assim a produtividade da economia aumentará, e o país poderá retomar uma rota segura de crescimento.

VOLUME DE VENDAS

A variação no volume de vendas em Santa Catarina, em 2015, apresentou queda, com um resultado de -3,1% na comparação restrita. Quanto à receita nominal, a variação nestes mesmos 12 meses foi de 4,9%, ou seja, abaixo da inflação.

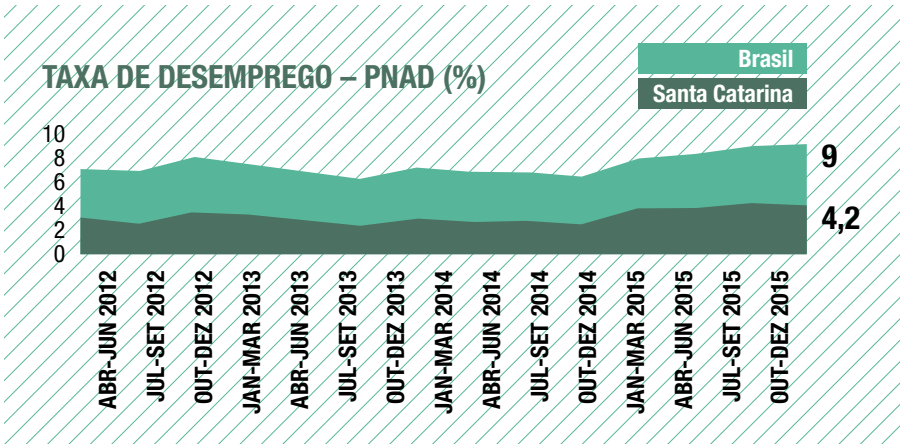


Fonte: PMC/IBGE

Desse modo, o comércio varejista em Santa Catarina voltou a apresentar queda na variação do volume de vendas no último mês do ano, depois de apresentar números positivos entre julho e setembro.

Em setembro a variação foi positiva (0,4%), mas muito reduzida. O resultado de -0,6% em outubro foi ainda inferior, mas próximo ao resultado observado em maio, quando a variação em 12 meses atingiu -0,7%. Já em novembro a queda se acentuou a -1,7% e em dezembro atingiu -3,1%. Estes resultados oscilantes contrastam com o cenário nacional, no qual a tendência é de queda.

Com relação ao volume de vendas, em 2015 o comércio catarinense teve resultados oscilantes, que contrastam com a tendência de queda nas vendas que se percebe no cenário nacional.



Fonte: PNAD/IBGE

A previsão para 2016 é que o consumo continue em queda, em decorrência do declínio persistente da confiança do consumidor e do cenário de restrição ao crédito, o que deve afetar principalmente o segmento de bens duráveis.

Desde maio de 2014, a variação no volume de vendas do comércio varejista nacional, na comparação acumulada de 12 meses, vem apresentando resultados sempre menores a cada mês. De maio a dezembro a queda chegou a 9,2 pontos percentuais, enquanto que no Estado a retração foi de 6,7 pontos percentuais no mesmo período.

Foram três os principais motivos desta retração. Em primeiro lugar, o crescimento pequeno da renda das famílias, o que, junto ao aumento da inflação, reduziu o poder de compra. O segundo fator foi a redução do acesso ao crédito, dada a deterioração econômica do Brasil, contribuindo também para o menor ritmo das vendas. E, por fim, há o aumento do desemprego e a posterior queda dos índices de confiança das famílias.

Por trás disso tudo está uma causa central: o baixo nível de investimento da economia nos últimos 25 anos. Embora a inflação tenha sido controlada e concedidos aumentos salariais expressivos nesse período, não foram feitos investimentos para a economia crescer no longo prazo, deixando o custo de se produzir aqui disparar e desaguar no atual cenário onde a infraestrutura é precária, as empresas contratam menos e têm menor capacidade de pagar mais, impedindo o crescimento do mercado interno.

O comércio varejista catarinense sente os efeitos da crise – o que pode ser visto na variação negativa de -9,3% no número de estabelecimentos comerciais segundo dados da CNC – mas de maneira menos acentuada que no resto do país. A situação deve seguir assim por todo o período de diminuição da atividade econômica, dando condições para que a economia catarinense se recupere de modo mais rápido.

No entanto, para o ano de 2016 os sinais de reativação do crescimento econômico ainda não vieram e a perspectiva de aumento da carga tributária vai tornar a recuperação ainda mais custosa. O consumo neste ano se manterá em queda, em decorrência do declínio persistente da confiança do consumidor e do cenário de restrição ao crédito, fruto dos juros elevados, o que afeta principalmente o segmento de bens duráveis, como móveis. Diante disso, o ano de 2016, com a desace-

leração da inflação, que aliviará os custos e pode incrementar as vendas, será para o comércio catarinense de estabilidade, depois da retração em 2015. A perspectiva de retomada do crescimento fica para 2017.

EMPREGO

As condições do emprego do Brasil e em Santa Catarina se deterioraram ao longo de 2015. O Estado fechou o ano com 60.139 vagas formais de trabalho, devido à queda nos investimentos produtivos. Para se ter uma ideia, em 2014 o Estado havia criado 47.821 vagas. Por setores, o comércio catarinense em 2015 fechou 9.870 vagas; os serviços -4.213; indústria -36.090; construção civil -8.871 e agropecuária -1.195. Este é o oitavo pior resultado entre todos os estados brasileiros e o primeiro resultado negativo em Santa Catarina desde 2003. Nenhuma unidade da federação no ano de 2015 apresentou resultado positivo.

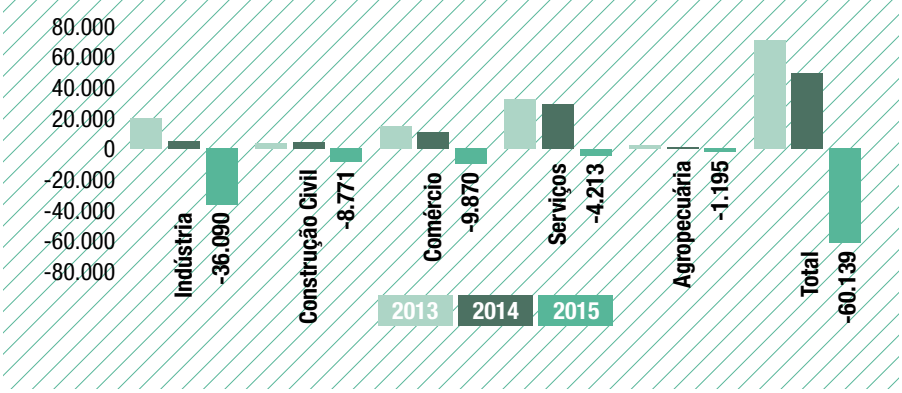
O saldo negativo do emprego está relacionado com os indicadores econômicos. Os setores, prejudicados pelo forte aumento dos custos de produção, dada a alta inflação, apresentaram menor capacidade de contração – assim os resultados em 2015 são inferiores a 2014.

A agropecuária, que havia fechado apenas 231 vagas em 2014, no ano passado fechou 1.195. O comércio, com volume de vendas em declínio, aumentou as demissões (em 2014, o setor criou 10.554 postos de trabalho). A indústria, com a atividade em queda no Estado (-7,2% no acumulado de 12 meses), não consegue escoar sua produção e foi o setor mais afetado em termos de redução do emprego, tendo em vista que em 2015 ainda foram criadas 4.808 vagas de trabalho formal no setor secundário da economia. Por fim, o setor de serviços, que até pouco tempo atrás vinha sendo o principal dinamizador do mercado de trabalho, não conseguiu resistir à retração dos demais setores e à queda da demanda do governo, obtendo números bastante reduzidos.

Estes resultados negativos tanto para Santa Catarina quanto para o Brasil preocupam e demonstram que o mercado de trabalho já não consegue mais ser tão dinâmico como foi visto especialmente a partir da última década. A elevação dos custos da produ-

Em 2015, Santa Catarina fechou mais de 60 mil vagas de trabalho, enquanto que no ano anterior havia criado quase 48 mil vagas. Foi o oitavo pior resultado entre os estados brasileiros e o primeiro resultado negativo catarinense desde 2003.

SALDO LÍQUIDO DE VAGAS EM SANTA CATARINA



Fonte: CAGED/MTE

Sem as mesmas condições de pleno emprego do ano anterior, o índice de desemprego no Brasil chegou a 8,9% no terceiro trimestre de 2015, último dado disponível. Em Santa Catarina, devido à redução da população economicamente ativa, ela ainda permanece baixa com 4,2%.

ção não vem acompanhada por aumento de produtividade, assim o resultado é a compressão da margem de lucro das empresas, inflação e redução em seus investimentos. Processo que em 2015 foi agravado pelo mau desempenho da economia brasileira, com um ajuste econômico que não alcançou o objetivo esperado de equilibrar as contas públicas, apesar de forte aumento da carga tributária. Isso reduziu a confiança do empresário em investir, e por consequência retraiu a criação de empregos.

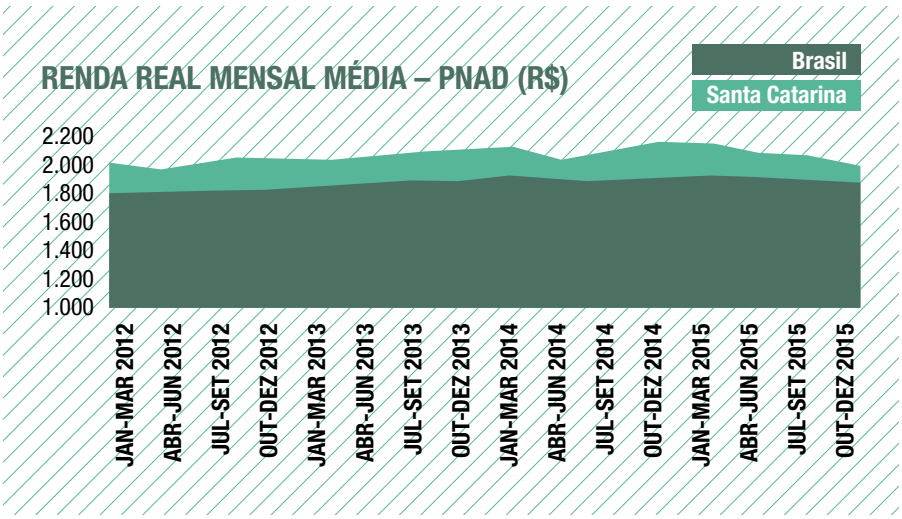
Assim, a queda no emprego formal reduz a renda da população, já que muitos desempregados tendem a aceitar empregos informais ou não fixos, diminuindo a qualidade do emprego e a possibilidade de retomada do consumo. O resultado desse processo é o panorama atual da economia brasileira, de longa retração.

Os dados de 2015 mostram que o mercado de trabalho já não apresentava mais as condições de pleno emprego do ano anterior. A taxa de desemprego no Brasil, segundo dados da PNAD, chegou a 4% no quarto trimestre, último dado disponível. Em Santa Catarina, devido à redução da população economicamente ativa, ela ainda permanece baixa com 4,4%, a mais baixa do Brasil, dando maiores condições para a economia catarinense sair da situação de retração econômica antes que o restante do país.

RENDA

A renda real média do brasileiro vem se retraindo nos últimos meses. Segundo informações da PNAD, o rendimento médio caiu 1,9% no Brasil no ano de 2015, chegando ao valor absoluto de R$ 1.863. Essa retração é puxada essencialmente pela inflação e pelo aumento das demissões, o que leva a um aumento do trabalho informal, com menor remuneração. Essa diminuição no nível de renda tem impacto nas vendas do comércio, visto que o consumo depende fundamentalmente do nível de renda, do crédito e das expectativas futuras.

Em Santa Catarina, o rendimento real médio mensal do trabalho teve uma retração de 7,9% no ano passado. Atualmente o valor absoluto se encontra em R$ 1.985. Isso significa que a renda média do Estado está 6,5% acima da média nacional.



Fonte: PNAD/IBGE

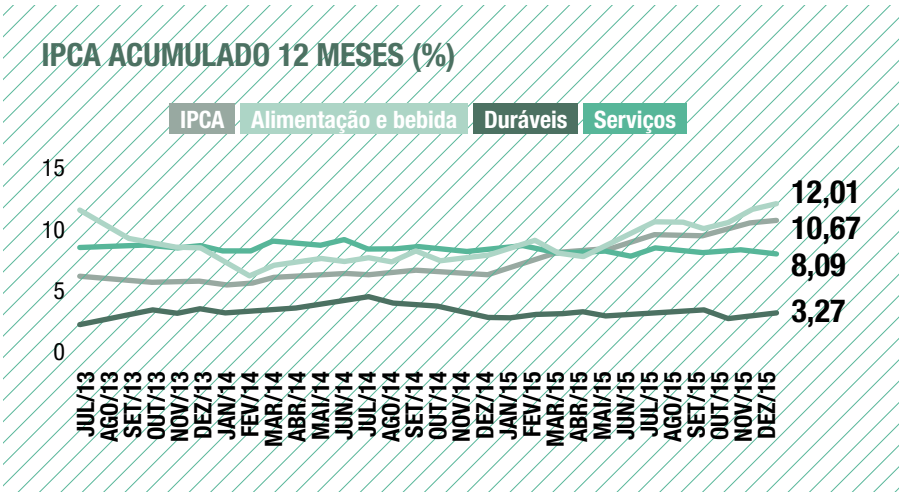
Santa Catarina tem o quinto maior rendimento do país entre as unidades da federação, atrás do Distrito Federal, São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro. No entanto, em termos de distribuição de renda, o Estado lidera como o menos desigual do Brasil, o que novamente lhe dá melhores condições para a retomada do consumo.

Para 2016, a perspectiva é que a renda pelo menos retome o mesmo ritmo de crescimento que o avanço dos preços. Contribui para isso o arrefecimento da inflação previsto para este ano, quando sai da conta o efeito do reajuste dos preços administrados.

INFLAÇÃO

A inflação oficial acumulada em 12 meses chegou a 10,67% em 2015. É o maior nível desde 2003. Fatores como o reajuste dos preços administrados no começo do ano passado, como os combustíveis, transporte urbano e a energia elétrica colaboraram para o índice atingir esse elevado resultado. Adicionalmente, a desvalorização do real trouxe pressões extras ao encarecer nossas importações. Isso já pode ser visto na inflação dos alimentos, que chegou a 12,01%, o que prejudica em muito o consumo de outros bens por parte das famílias, visto que alimentação sempre é a prioridade.

Em 2016, passado o efeito maior dos preços administrados e com a queda da demanda fruto da retração econômica, o nível de aumento nos preços tende a se arrefecer. Isso já pode ser observado nos produtos mais sensíveis à demanda e ao crédito, como os bens duráveis, cuja inflação já diminuiu nos últimos meses do ano. No entanto, a expectativa é que a inflação volte ao centro da meta de 4,5% apenas em 2017. Neste ano a inflação ainda será elevada.



Fonte: IBGE

CRÉDITO

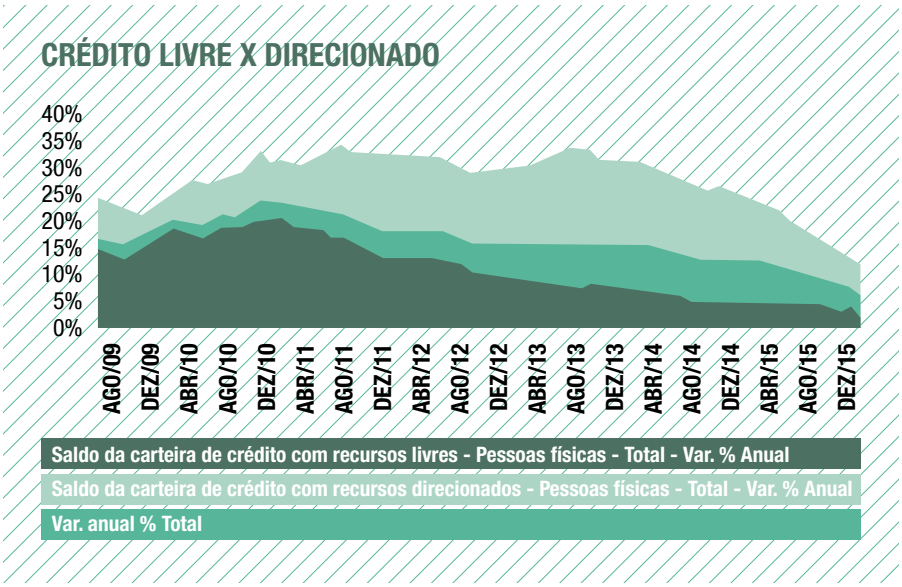
O volume de crédito no Brasil desacelerou neste ano. Em dezembro de 2015 o volume de crédito no país, descontada a inflação, caiu a uma taxa real de 3,7%, enquanto no mesmo mês do ano anterior o crescimento real foi de 6,9%. Fruto das incertezas econômicas, de um maior risco de inadimplência devido à retração da renda e do próprio processo de controle da inflação, as altas taxas de juros explicam essa queda no crédito. A taxa básica Selic de juros chegou a 14,25%, enquanto a taxa do rotativo do cartão de cré-

Diante da queda na demanda e de um menor impacto dos preços administrados, as projeções para 2016 indicam uma desaceleração nos índices de aumento de preços. No entanto, a expectativa é que a inflação volte ao centro da meta de 4,5% apenas em 2017.

As altas taxas de juros, fruto das incertezas econômicas, de um maior risco de inadimplência e do próprio processo de controle da inflação, reduziram a oferta de crédito, prejudicando segmentos como o comércio de móveis e de eletrodomésticos.

dito alcançou 410%, a maior em 20 anos. Setores do comércio, como móveis e eletrodomésticos, que dependem fundamentalmente desse mecanismo para efetivar as vendas, sentem de maneira mais incisa essa queda no crédito. No acumulado do ano até novembro o setor de móveis em Santa Catarina recuou as vendas, por exemplo, em 16,3%.

Em 2016, o crédito deve continuar a trajetória de queda, prejudicando os investimentos e o consumo, considerando que os altos juros tendem a permanecer, o que reduz especialmente o segmento de crédito livre. Uma das razões pelas quais os juros se mantêm em patamares elevados no Brasil é o fato de que eles são usados como instrumento de política monetária para controlar a inflação.



Fonte: BCB

Segundo a teoria, juros elevados deveriam garantir uma baixa inflação. Porém, não é o que temos visto atualmente no país. A inflação continua elevada e a taxa básica de juros já passa de 14,0% a.a. Assim, a elevação dos juros prejudica em demasia o setor produtivo, ao onerar tanto o consumidor quanto os empresários em suas decisões de investimento e, desse modo, dificulta ainda mais a saída do país do patamar de baixo crescimento.

CÂMBIO

O dólar ao longo de 2015 valorizou 45,0% em relação ao real, fechando o ano a R$ 3,90, depois de atingir o máximo patamar de R$ 4,19 em 24 de setembro, o maior nível nominal da história da moeda brasileira.

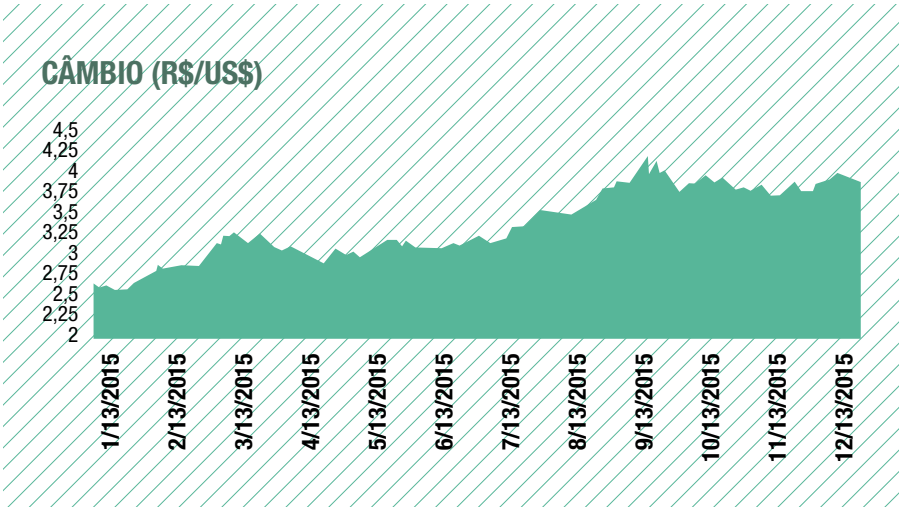
A perda de valor do real se deve a fatores externos, como a queda do preço de várias *commodities*, resultado da retração da demanda chinesa. Por exemplo, o minério de ferro, um dos principais produtos de exportação do Brasil, observou uma queda de mais de 30% em seu preço. Agrega-se a isso a recuperação econômica dos Estados Unidos e a consequente mudança de rumo de sua política monetária. Em dezembro, o Banco Central norte-americano anunciou o fim de seu programa de estímulos monetários à economia, o que na prática significa uma retração da oferta de dólares no mercado.

Entre os fatores internos estão a aceleração inflacionária, a flexibilização do mercado de câmbio por

meio da redução dos *swaps* (instrumento utilizado pelo BC para controlar as oscilações cambiais), as incertezas sobre o segundo mandato da presidente Dilma e a deterioração da situação fiscal, o que fez com que algumas agências de riscos internacionais rebaixassem a nota de crédito do país, ocasionando, por exemplo, o pico de setembro, quando a Standards & Poor's rebaixou o Brasil a grau especulativo. No fim de 2015, ainda tivemos um componente adicional de incerteza: a substituição de Joaquim Levy por Nelson Barbosa no comando do Ministério da Fazenda.

Como a situação econômica durante o ano de 2016 ainda permanecerá instável, a perspectiva é que o real continue desvalorizado, com o dólar na casa dos R$ 4, visto que este valor ainda se insere na política de ajuste colocada em prática pela equipe do governo, pois contribui para o equilíbrio das contas externas do país.

Adicionalmente, como a perspectiva é de manutenção da retomada do crescimento dos EUA e de novas revisões em sua política, com aumento da taxa de juros norte-americana, além da manutenção do cenário interno, é provável que tenhamos importantes escaladas no câmbio em 2016, com fortes desvalorizações e lentos processos de revalorização, sempre, no entanto, atingindo patamares inferiores aos iniciais. Ou seja, um processo que oscila, mas que no longo prazo tende à desvalorização permanente da moeda doméstica, fechando o ano próximo ao patamar de R$ 4,20.



Fonte: BCB

CONTAS EXTERNAS

A balança comercial no ano de 2015 recuperou-se, depois de obter o pior resultado desde 1998. No ano anterior verificou-se um superávit comercial de US$ 19,7 bilhões. A recuperação da balança comercial se deu através da queda de 24,3% nas importações, maior que a queda de 14,1% nas exportações, contribuindo para o ajuste externo e reduzindo o déficit da balança de pagamentos.

Em 2014 as importações obtiveram um resultado de US$ 229,3 bilhões, enquanto que as exportações foram de US$ 225,1 bilhões. Já em 2015 o resultado para as importações foi de US$ 173,6 bilhões e as exportações de US$ 193,3 bilhões.

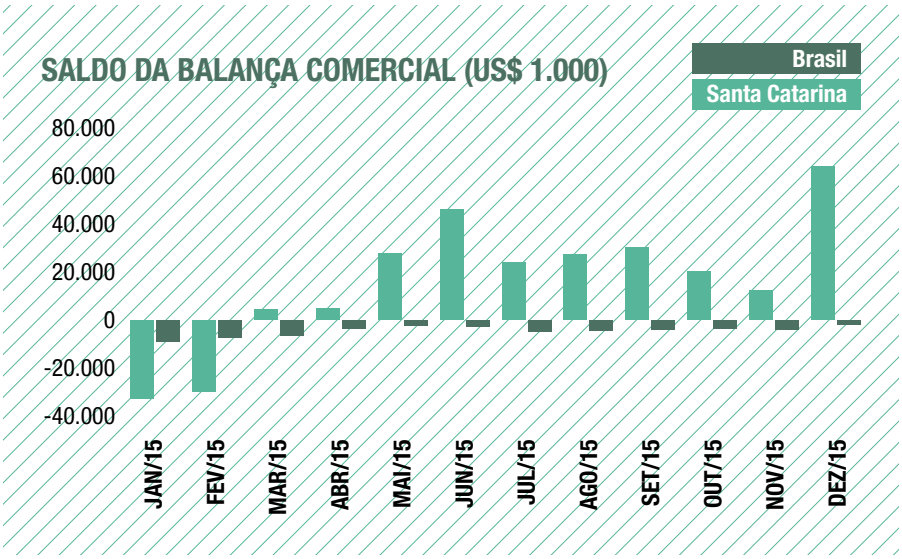
A perda de valor da moeda brasileira se deve a fatores externos, como a queda do preço de várias *commodities*, com a retração da demanda chinesa. Entre os fatores internos estão a aceleração inflacionária, a redução dos *swaps* cambiais, as incertezas políticas e a deterioração da situação fiscal.

Este ano a balança comercial brasileira deve ter um superávit de US$ 30 bilhões, impulsionada pela desvalorização do real, a redução do déficit da conta-petróleo e o menor ritmo da economia nacional, que fará com que o volume das importações seja menor, reduzindo a corrente de comércio.

As importações recuaram puxadas pela menor demanda brasileira, devido à retração do consumo e dos investimentos em 2015. Isso fica evidente quando se observa que os bens de capital estão entre os itens cujas importações mais diminuíram. Pelo lado das exportações, que recuaram percentualmente mais que as importações, o principal destaque foi a queda da cotação internacional de importantes produtos exportados pelo Brasil – como o minério de ferro, por exemplo – ocasionada pela menor demanda por esses produtos trazida pela desaceleração da economia chinesa.

A previsão para 2016 é que a balança registre superávit de US$ 30 bilhões. Contribuem para este cenário: 1) a desvalorização do real, que alterará a estrutura dos preços relativos, revalorizando as exportações; 2) a redução do déficit da conta-petróleo; e 3) o menor ritmo da economia nacional, que fará com que o volume das importações seja menor, reduzindo a corrente de comércio.

Quanto às exportações de soja e minério de ferro – dois dos maiores produtos brasileiros no mercado externo – haverá apenas uma pequena alta no seu resultado, já que não se estima mais queda no preço desses produtos. Para a balança comercial catarinense que vem apresentando déficits ao redor de US$ 5 bilhões desde 2010, no ano passado apresentou déficit de US$ 4,9 bilhões. A perspectiva é de diminuição do déficit, já que, além da desvalorização do real, a exportação de frangos – Santa Catarina é responsável por 16% das exportações de frango do país – tenderá a aumentar.



Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC)

A FECOMÉRCIO ATUA FORTE NO MERCADO PARA QUE O SEU NEGÓCIO CONTINUE ATUANDO FORTE NO MERCADO.

A Fecomércio SC atua dando respaldo aos sindicatos patronais, que defendem diariamente os interesses de empresários e trabalhadores do comércio junto a diversas entidades governamentais e não governamentais, lutando, por exemplo, pela redução de impostos, por leis mais favoráveis, etc. Além disso, a instituição realiza pesquisas sazonais, conjunturais e encomendadas, câmaras setoriais, certificações digitais e oferece auxílio em negociações coletivas. Dessa forma, a Fecomércio SC representa, orienta e fortalece o setor do comércio de bens, serviços e turismo de todo o Estado, promovendo desenvolvimento e criando melhores condições para a atuação da sua empresa. E o melhor: quando você paga sua contribuição sindical, ajuda a manter todos esses serviços e o seu comércio sai ganhando.

Fecomércio SC
Sesc | Senac

FECOMERCIO-SC.COM.BR

ONEWG

CENÁRIOS E PERSPECTIVAS

MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO

Com todas as mudanças demográficas que estão acontecendo, os hábitos dos consumidores também sofrem alterações. Entre os principais motivos estão o envelhecimento da população, a inserção da mulher no mercado de trabalho, o crescimento das cidades do interior e o acesso da população à internet.

Os negócios no Brasil do futuro, principalmente os ligados aos segmentos de comércio, turismo e serviços, precisam ser pensados para um país mais interiorizado, com um mercado consumidor maior, mais exigente e, certamente, mais envelhecido. Estas são as bases para se pensar em negócios no Brasil desta década.

INTERIORIZAÇÃO

Muitas cidades do interior estão crescendo acima da média das capitais. Esse crescimento – que vem sendo puxado pela busca de qualidade de vida, investimentos em infraestrutura e a instalação de indústrias – acaba gerando um aumento no consumo de produtos e serviços nessas regiões.

CONSUMO FEMININO

Quando falamos das mulheres, observa-se um aumento significativo em sua participação no consumo. Isso ocorre devido à sua inserção no mercado de trabalho e à maternidade postergada, o que as deixa com mais tempo e dinheiro para investir em si mesmas. Uma pesquisa feita nos EUA pelo Tucker Center, da Universidade de Minnesota, apontou que 40% dos praticantes de esportes no país são do sexo feminino.

Há uma tendência mundial de aumento na procura pela prática de esportes pelas mulheres, inspiradas pelas redes sociais, por celebridades e por dispositivos e aplicativos de *fitness*. A nutrição também é foco das mulheres, que exigem produtos menos artificiais, bebidas saudáveis, alimentos próprios para quem tem intolerâncias, menos consumo de carne e aumento na procura por vitaminas e suplementos.

ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO

O consumo entre os mais velhos também está aumentando. As pessoas estão optando por permanecerem ativas por mais tempo, tomando a decisão de mudar de vida antes mesmo de chegar aos 60 anos. Há também a preocupação em permanecerem saudáveis, aumentando a expectativa de vida para usufruir melhor desta fase mais madura. Os aposentados estão consumindo cada vez mais e melhor, desfrutando viagens, bens culturais, alimentos e serviços de saúde. Além de manter uma vida ativa, onde as amizades e um senso de importância social são prioridades.

Viajar é um dos maiores prazeres do consumidor mais maduro. A maioria das viagens é organizada por clubes, igrejas ou agências de turismo, já que algo muito procurado entre eles é ter alguma companhia, independentemente do destino.

Conhecimento, cultura, lazer e diversão é o que se ganha ao viajar. Com foco na democratização, o Sesc incentiva o Turismo Social através dos seus meios de hospedagem em Florianópolis, Lages e Blumenau. O programa promove ainda passeios e excursões, com valores diferenciados aos comerciários, para destinos diversos.

SAIBA MAIS EM
www.sesc-sc.com.br/turismo

A população com idade acima de 60 anos está consumindo cada vez mais e melhor, desfrutando viagens de lazer, bens culturais, alimentos e serviços de saúde

Melhorar a qualidade de vida das pessoas é a grande missão do Sesc. Comerciários e dependentes podem usufruir serviços nas áreas de Educação, Saúde, Cultura, Lazer e Assistência, com valores diferenciados.

SAIBA MAIS EM
portal.sesc-sc.com.br/servicos

Com a geração *baby boomer* (nascidos entre 1946 e 1964) entrando em seus anos de prata, a maioria das nações ao redor do mundo está lidando com o envelhecimento das populações. No entanto, o conceito do que é ser "velho" está mudando. Os sessentões ou setentões agora são bem diferentes da geração anterior à deles, e as noções tradicionais de demografia também estão mudando.

Com o aumento da qualidade e da expectativa de vida, muitas pessoas com idade acima de 60 anos permanecerão no mercado de trabalho, principalmente para custear seu padrão de vida. Adultos de hoje se tornarão "idosos jovens", buscando cada vez mais preencher as vagas de trabalho, e no futuro próximo as crianças de hoje terão idade ativa para trabalhar. Isso impõe um grande desafio para o país, seja no que diz respeito à previdência como também na criação de condições de emprego para toda a massa de pessoas em idade ativa.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a tábua da mortalidade de 2014 mostra um aumento em relação à de 2013 – com a expectativa média de vida passando de 74,9 anos para 75,2 anos, para os nascidos em 2014. Para os catarinenses esta expectativa é ainda maior: chega a 78,4 anos.

Analisando a população com mais de 60 anos, os dados de 2010 mostravam que o país tinha cerca de 18 milhões de pessoas nesta

faixa etária. Para 2020, a previsão é de que essa população seja de 26 milhões, o que aumenta também o número de brasileiros em idade ativa, podendo chegar a cerca de 144 milhões, ou seja, o maior contingente histórico de pessoas em idade produtiva, representando um incremento de mais de 10% na força de trabalho potencial do país.

Outro dado interessante sobre o envelhecimento da população brasileira vem da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal) e estima que em 2041 o país estará entre as economias que sofrerão enorme pressão fiscal devido ao grande número de idosos, levando ao fim do ciclo de crescimento da população a partir de 2048. Segundo o estudo, atualmente 12% da população total brasileira é composta de idosos – um dos menores índices do mundo. O Brasil, em contrapartida, possui uma das pensões previdenciárias mais altas do mundo, equivalente à do Japão, onde 39% da população tem mais de 60 anos.

As pessoas estão casando mais tarde, tendo filhos mais tarde, tomando decisões como comprar uma casa mais tarde e, como consequência, as crianças vivem com seus pais por mais tempo. Socialmente, estamos vendo o aumento de famílias monoparentais, mais mulheres na força de trabalho e muitos homens assumindo um papel mais ativo na educação dos filhos. Isso tudo tem um impacto fortíssimo nos números que vimos anteriormente.

INSERÇÃO TECNOLÓGICA

A ampliação do acesso à tecnologia, que hoje alcança diversas classes sociais e faixa etárias, também mudou de forma significativa o comportamento do consumidor. O comércio eletrônico possibilita a compra de produtos, até então inacessíveis, com poucos cliques. O avanço das compras *on-line* obriga cada vez mais empresas a estarem conectadas aos seus consumidores e a conhecê-los melhor para poder se aproximar de suas necessidades e desejos.

O Brasil é um dos países onde a grande maioria das vendas é influenciada por dispositivos móveis, principalmente através das redes sociais. Isso mostra que estar com a empresa inserida no mundo digital, principalmente com aplicativos para esses dispositivos, torna-se uma necessidade e não mais uma opção, pois esses canais têm um poder de influência muito grande sobre o consumidor.

O desafio dos varejistas para os próximos anos é concentrar seus esforços em se aproximar cada vez mais dos consumidores e fazer suas marcas e produtos serem lembrados mais pelo serviço e benefício do que pelo produto em si. As pessoas querem ter ligação com as marcas, que elas façam sentido para suas vidas, que acreditem nas mesmas coisas que seus consumidores, que tenham valores verdadeiros e possam contribuir de algum modo para uma comunidade e uma vida melhor, independente de um local físico ou virtual.

A inovação como estratégia é uma oportunidade de proporcionar ao cliente novas experiências de consumo. O Senac-SC oferece o Programa Senac Varejo, que tem como principal objetivo discutir novas ferramentas de gestão com a ampliação da visão de gestores e colaboradores na busca por melhores resultados.

SAIBA MAIS EM **portal.sc.senac.br/portal/site/atendimento-corporativo/senac-varejo**

O FUTURO DAS MINHAS VENDAS

Ter um canal de *e-commerce* bem estruturado permite aumentar as vendas em razão da ampliação do mercado. Com o Fecomércio Shopping, lojistas de diversos segmentos têm acesso facilitado a uma plataforma de *marketplace* que permite inserir seus negócios no ambiente virtual sem grandes investimentos.

SAIBA MAIS EM
www.fecomercioshopping.com.br

Que o comércio eletrônico é um canal de vendas com grandes resultados ninguém duvida. Afinal, quem contestaria o potencial de um meio que fechou 2015 com um faturamento de R$ 41,3 bilhões no mercado brasileiro e que apresentou um crescimento nominal de 15,3% sobre o ano anterior? (E-Bit, 2015)

Atenta a esta realidade, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para compreender o panorama do *e-commerce* catarinense. A pesquisa foi planejada com o intuito de trabalhar duas frentes: um levantamento do perfil do e-consumidor catarinense – aprofundando-se em suas preferências e hábitos – e uma análise do *e-commerce* sob a ótica do empresariado, para identificar o grau de adesão destes ao comércio eletrônico e outras informações.

Nesta pesquisa foram entrevistados 419 consumidores dos municípios de Lages, Chapecó, Blumenau, Joinville, Criciúma e Florianópolis. A escolha dos municípios se deu com base na representatividade em âmbito estadual de suas empresas de comércio e serviços. Também foram realizadas 419 entrevistas com empresários distribuídas nas mesmas seis cidades.

A pesquisa identificou dados relevantes para o desenvolvimento de estratégias comerciais: apenas 23,6% dos pesquisados afirmaram não ser usuários de internet. Já a maioria que afirma ser conectada (76,4%) apresenta algumas características interessantes, como o fato de 49,1% estar na faixa dos 25 aos 44 anos de idade, 48,8% ter cursado o ensino médio e 26,9% cursaram ou concluíram o ensino superior.

Praticamente a metade do público que disse ser usuário de internet (44,7%) alegou ter realizado algu-

Fonte: Pesquisa Webshoppers 2016 E-Bit/Buscapé

ma compra por meio do *e-commerce*. As mulheres se mostraram mais adeptas às compras *on-line*, com 66,1% de participação neste montante. Com relação à idade, a fatia entre 35 e 44 anos responde por 25,7% dos e-consumidores, logo seguidos pelo público entre 25 e 34 anos, com o índice de 21,3%.

Contudo, é possível notar que a adesão às compras pela internet se distribui por quase todas as faixas etárias, ficando abaixo de 15% apenas entre o grupo com mais de 65 anos, os quais representam 4,4% dos e-consumidores pesquisados. Isso nos mostra a crescente popularização deste meio nas mais diversas faixas de idade e o potencial de crescimento que demonstra quando se trata da "melhor idade". Esta faixa etária tem se destacado pelo interesse e participação em cursos de informática inclusiva e outros que têm como objetivo prepará-los para que consigam explorar os benefícios da *web*.

A pesquisa apontou que a principal motivação para realização de compras pela internet está ligada aos preços baixos e descontos, seguidos dos fatores praticidade e comodidade. Esta característica é presente em todo o mercado nacional e traz à luz uma grande preocupação para os varejistas de loja física.

Muitos empresários têm buscado estratégias para manter os clientes frequentando suas lojas, evidenciando os benefícios do atendimento pessoal e a possibilidade de ter os produtos nas mãos. Contudo, na falta de uma experiência de compra marcante e que valorize o cliente, ocorre uma comoditização dos produtos e serviços que leva o consumidor a procurar o valor mais tangível dentro da simples economia de preço. Esta situação se agrava em momentos de insegurança e baixa de poder aquisitivo, como o momento atualmente vivido.

Outros destaques da pesquisa foram os critérios apontados como fundamentais para a escolha do *e-commerce*. Entre os usuários,

ADESÃO AO E-COMMERCE PELOS INTERNAUTAS EM SC

44,7%
JÁ COMPRARAM PELA INTERNET

55,3%
NUNCA COMPRARAM PELA INTERNET

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

PERFIL DO E-CONSUMIDOR CATARINENSE

66,1%
SÃO MULHERES

49,1%
ESTÃO NA FAIXA DE 25 A 44 ANOS

42,7%
DECIDEM PELA MARCA

28,7%
DECIDEM PELO PREÇO

21,7%
DECIDEM PELA SEGURANÇA

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O Certificado Digital é uma credencial criptografada que identifica quem são as partes em negociação, sejam empresas, pessoas físicas, máquinas, aplicações ou sites. A Fecomércio SC oferece a certificação digital com garantia de sigilo, rapidez, validade jurídica e segurança.

SAIBA MAIS EM
www.fecomercio-sc.com.br/produtos-servicos/certificacao-digital.html

42,7% apontaram como principal critério para a decisão da compra a força da marca, ou seja, o fato de a empresa ser conhecida no mercado. Isso denota a ligação de confiança do cliente com a empresa, mesmo que de forma virtual. Apresentar os melhores preços também foi um critério ressaltado por 28,7% dos usuários. A segurança do site ficou em terceiro lugar, com 21,7%. Já entre os que alegaram não comprar pela internet, a insegurança nas transações comerciais *on-line* e a impossibilidade de experimentar os produtos foram as principais justificativas para a não adesão ao *e-commerce*.

Estes resultados mostram o paradoxo existente. Enquanto alguns alegam que não confiam, os que aderem ao comércio eletrônico estão confiando cada vez mais nesta modalidade de vendas. Percebe-se ainda o fato de as pessoas estarem mais conectadas com marcas que trazem consigo valores e benefícios alinhados às suas expectativas e ideologias.

Por ser um canal relativamente novo são compreensíveis algumas particularidades, como o fato dos itens de moda serem o segundo segmento mais comprado, com 51,4% dos pesquisados, e ao mesmo tempo apresentarem alta taxa de rejeição, com 27,9% dos e-consumidores revelando não ter o hábito de comprar itens deste segmento pela internet. A categoria de maior adesão são os eletrodomésticos, com 57% alegando ter adquirido algo deste segmento via comércio eletrônico. Livros (41,5%), telefonia (41,5%) e

informática (43,7%) também são produtos com boa aceitação dos e-consumidores catarinenses.

Entre as informações levantadas com o empresariado destacam-se alguns fatos, como a não adesão ao ambiente virtual por parte de 47,7% dos entrevistados. Já entre os 52,3% de empresas inseridas nos meios digitais, a presença nas redes sociais tem ampla maioria, girando em torno de 74,9% das empresas, seguidas dos *websites* e portais, com 46,6%.

Outro fator de destaque é o fato de 76,9% das empresas com *e-commerce* apresentarem o modelo misto, mesclando plataformas digitais com lojas físicas, enquanto apenas 23,1% das empresas atuam unicamente com *e-commerce*, seja em plataformas próprias, *marketplaces* ou outras variações.

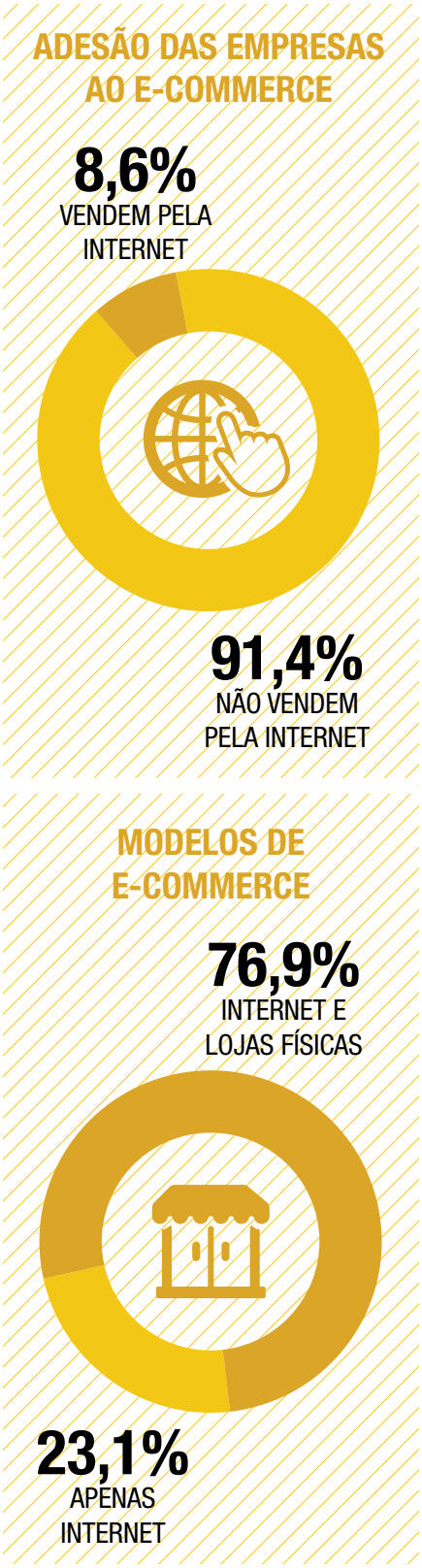
No que se refere aos resultados atingidos pelo comércio eletrônico, as empresas apresentam um tíquete médio considerável, em torno de R$ 301,77. Segundo a pesquisa, o percentual médio de faturamento gerado pelo *e-commerce* em Santa Catarina fica na casa dos 29,6% do faturamento total das empresas.

Literalmente a metade dos empresários alega estar confiante no crescimento de sua operação de *e-commerce*, enquanto 41,7% acreditam que este canal se estabilizará e apenas 8,3% acreditam em uma retração.

O comércio eletrônico é uma realidade que tem atraído cada vez mais empresários do comércio. Mas o *e-commerce* necessita de vida própria, planejamento, grande afinco na gestão e um bom trabalho de acompanhamento e aprimoramento. Entretanto, caso não ocorra a combinação desses elementos, o empresário pode se frustrar e não obter os resultados esperados. A maioria dos empresários do Estado que possuem *e-commerce* se mostrou satisfeita (57,1%) e totalmente satisfeita (7,1%) com suas operações *on-line*. Ainda assim, 35,7% se declararam insatisfeitos ou totalmente insatisfeitos com o comércio eletrônico, mesmo cientes do potencial e dos resultados que este canal tem gerado a outras empresas.

No universo de 47,7% dos empresários entrevistados que não estão inclusos no meio digital, 78,2% alegam não ter interesse em investir neste meio e se justificam listando dificuldades logísticas e incertezas quanto à legislação como os principais fatores que levam a esta decisão.

Todas essas informações nos fazem pensar: onde está o futuro das minhas vendas e como devo me relacionar com o consumidor? Muitas empresas já entenderam que não basta ter clientes, é preciso criar uma "legião de fãs" que as auxilie a solidificar suas marcas. Cada vez mais, o empresário precisa atentar para essas mudanças comportamentais que vieram como um turbilhão nada silencioso, mas que parece invisível para muitos que ainda penam com uma gestão ineficiente e a falta de um sólido planejamento empresarial.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A CONCORRÊNCIA DESLEAL DA PIRATARIA

Pesquisa da Fecomércio SC revela que 32,9% dos catarinenses admitem ter consumido produtos piratas em 2015, uma redução de 11 pontos percentuais em comparação ao levantamento realizado no ano anterior.

Um ambulante com uma pequena banca móvel, gritando a plenos pulmões: "CD e DVD, CD e DVD, CD e DVD! Compre aqui o último lançamento do cinema!". Esta cena já está tão presente em nossa mente que ao caminharmos pelas ruas já não nos causa espanto. Ou melhor, está tão presente no nosso cotidiano que muitas vezes nem mais percebemos essas pessoas. Mesmo para quem não tem o hábito de comprar estes produtos, que promovem a informalidade e a ilegalidade, tal situação já não causa mais indignação ou sequer estranheza.

Com o comportamento da população acontece assim: algo que é errado, por ser tão tolerado, pode até parecer correto. É o que mostram os dados da pesquisa realizada pela Fecomércio SC em 2015, revelando que a maioria dos consumidores tem consciência do impacto negativo gerado pela pirataria e, mesmo assim, 32,9% deles admitem consumir produtos piratas.

A pesquisa mostra ainda que as classes C, D e E são os principais consumidores destes produtos, embora as classes A e B não saiam ilesas desta prática.

Apesar do fato de que mais de 70% dos entrevistados afirmarem lembrar das campanhas antipirataria veiculadas nos canais de comunicação, o índice de declínio do consumo de produtos piratas, ainda que contínuo, permanece baixo, como pode ser verificado nas tabelas da página ao lado.

OPINIÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE A PIRATARIA

Concorda com a afirmação	2011			2014			2015		
	Sim	Não	NS	Sim	Não	NS	Sim	Não	NS/ NR
A pirataria prejudica o fabricante ou o artista	88,2%	10,1%	1,8%	92,3%	6,9%	0,8%	92,9%	6,9%	0,2%
A pirataria alimenta a sonegação de impostos	85,0%	11,0%	4,0%	86,4%	10,6%	3,0%	84,8%	13,6%	1,7%
A pirataria prejudica o faturamento do comércio	86,6%	10,8%	2,6%	86,4%	12,3%	1,3%	84,8%	13,6%	1,7%
O uso dos produtos piratas pode lhe causar alguma consequência negativa	69,9%	26,3%	3,8%	78,9%	19,3%	1,8%	84,0%	13,1%	2,9%
A pirataria financia o crime organizado	70,8%	20,0%	9,1%	75,6%	20,4%	4,0%	75,2%	18,1%	6,7%
A compra de produtos piratas é crime	50,7%	43,2%	6,1%	65,4%	31,1%	3,5%	71,4%	23,8%	4,8%
A pirataria causa aumento no preço dos produtos legais	55,0%	39,6%	5,4%	54,8%	40,8%	4,4%	54,0%	41,2%	4,8%
A pirataria causa desemprego	54,1%	41,2%	4,7%	53,8%	42,0%	4,2%	46,9%	46,7%	6,4%
Campanhas contra a pirataria diminuem o consumo destes produtos	-	-	-	42,3%	55,5%	2,3%	41,9%	55,0%	3,1%
Baixar filmes, músicas e jogos da internet para uso pessoal é crime	18,7%	76,0%	5,3%	22,9%	71,9%	5,2%	20,5%	71,7%	7,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Infelizmente, apesar de seu declínio, esta prática é uma realidade motivada pelo fácil acesso e custo baixo dos produtos. A adoção de uma postura conjunta por parte dos empresários pode amenizar os efeitos desta concorrência desleal, pois se o comerciante esperar apenas pelo efeito das campanhas antipirataria pode demorar a perceber seus resultados.

O consumidor sabe que, ao adquirir este tipo de produto, ele não terá um bom atendimento. Também sabe que a qualidade e a procedência do produto são duvidosas, e que não terá nenhum respaldo quanto à garantia e vida útil do item adquirido. A própria pesquisa mostra que grande parte dos consumidores tem consciência de todos esses problemas. Mas o que o empresário do comércio pode fazer com essas informações é o que faz toda a diferença em termos de resultados.

Primeiro é preciso responder honestamente a algumas questões em relação ao seu negócio:

• Qual a diferença entre o ambiente de venda do produto pirata e do que eu tenho em minha loja?

• Qual a diferença no atendimento ao cliente?

• Qual a diferença entre o meu atendente e o vendedor do produto pirata? Como eu tenho preparado minha equipe de venda?

• Como minha loja demonstra o valor agregado do produto – qualidade, garantia, etc. – para o meu cliente?

• O que meu negócio faz para fidelizar e engajar o cliente, para que ele não apenas volte, mas indique e até defenda minha loja/marca?

Poderíamos fazer muitas outras perguntas, mas estas já são suficientes para iniciar o raciocínio e promover mudanças efetivas.

O consumidor quer se sentir bem durante a compra. Portanto, cuide do seu ambiente de vendas. Sua estratégia de *visual merchandising* deve estar adequada ao seu público-alvo. Dê motivos para o cliente visitar sua loja periodicamente ou, mesmo que não esteja em momento de compra, que ela seja um lugar onde ele queira ir, ao menos para passear. É nesse momento que as compras não planejadas acontecem.

LEMBRANÇA DE CAMPANHA VEICULADA EM TV, JORNAIS E OUTROS CONTRA PIRATARIA

Lembrança campanha	2014	2015
Sim	73,5%	72,6%
Não	26,2%	27,1%
NR/NS	0,3%	0,2%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONSUMO DE PRODUTOS PIRATAS EM 2015

Consumiu produtos piratas?	2011	2014	2015
Sim	57,8%	43,9%	32,9%
Não	42,2%	56,1%	67,1%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em momentos de crise, o quesito custo/benefício pesa mais na hora da compra. Portanto, deixar claro o valor agregado por meio dos serviços e garantias ao consumidor pode ser percebido como um fator que inibirá a busca por um produto pirata.

Ao investir na qualificação do seu negócio – aprimorando o atendimento, o ambiente de vendas e os serviços oferecidos pela loja – o varejista é capaz de conquistar a preferência do consumidor oferecendo vantagens que os piratas não têm estrutura para entregar.

O ambiente de uma loja tem uma grande vantagem sobre os vendedores piratas: é possível explorar os cinco sentidos do cliente. Procure aguçar seu olfato com aromatizantes de ambientes ou explore os aromas do próprios produtos; utilize cores e decoração para estimular a visão de forma harmoniosa e *clean*; permita que o cliente manuseie os produtos e tenha acesso a exemplares específicos para teste; ofereça água, café, chá ou refrescos. No caso de produtos alimentícios permita que o cliente prove alguns produtos, estimulando seu paladar. Com certeza isso fará com que ele volte à sua loja.

Forneça um atendimento profissional, com vendedores qualificados e que conheçam em detalhes o produto que estão vendendo, as políticas e a cultura da loja, que sejam motivados e apresentem uma postura adequada ao público. É isso o que diferencia as grandes empresas do comércio.

Invista na qualificação da equipe de vendas, procure implementar estratégias de valorização com base em indicadores de resultado coletivos e individuais, estabeleça metas desafiadoras mas alcançáveis, e enfatize a possibilidade de progressão e desenvolvimento de uma carreira no negócio.

Otimize seus processos. Com a comoditização dos produtos está cada vez mais difícil enxugar os custos para formação do preço final. Por isso, conheça e mapeie todos os processos do seu negócio, analise-os criteriosamente e promova mudanças que tragam mais eficiência à sua empresa. Normalmente esta ação enxuga custos que antes eram invisíveis e podem trazer uma vantagem competitiva no mercado. Processos otimizados de logística de entregas ou mesmo de atendimento que tragam uma conveniência a mais também são percebidos como valor agregado.

Como mencionado anteriormente, muitas outras dicas poderiam ser dadas. Contudo, se bem implementadas, as ideias aqui apresentadas podem desencadear outras e como consequências melhores resultados ante a concorrência da pirataria. Agora, é bom lembrar que se o seu negócio não proporcionar nenhuma diferença diante da banquinha do produto pirata, não haverá como ganhar na batalha do preço.

CONSUMO DE PRODUTOS PIRATAS POR CLASSE SOCIAL

Ano	Consumiu produto pirata?	Classes A e B	Classe C	Classes D e E	Total
2011	Sim	44%	62%	67%	**61%**
	Não	56%	38%	33%	**39%**
2014	Sim	33%	46%	45%	**44%**
	Não	67%	54%	55%	**56%**
2015	Sim	36%	36%	28%	**33%**
	Não	64%	64%	72%	**67%**

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

daraujo.com

As vendas mudaram.
O consumidor mudou.
E a sua empresa?

SENAC VAREJO

Programa de excelência em varejo.

O Senac Varejo oferece um plano completo de capacitação para gestores e colaboradores que desejam aprimorar a qualidade do seu trabalho. O programa é composto por: palestras, workshops, cursos EaD e viagem técnica internacional. Informe-se e amplie o seu mercado.

Solicite mais informações pelo e-mail empresarial@sc.senac.br.

blog.sc.senac.br /SenacSC /SenacSC /company/Senac-sc

sc.senac.br

Senac

AS EMPRESAS E A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

O IMPACTO DO DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS NOS MEIOS SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL

Perante o atual cenário socioeconômico as empresas têm assumido um importante papel na transformação social. O Estado não está mais sozinho à frente das perspectivas de desenvolvimento humano, e o termo sustentabilidade vem recebendo uma maior atenção a fim de promover responsabilidade e a continuidade do sistema no qual estamos inseridos.

Ao consultarmos a história, encontramos episódios que marcaram a administração. O consumo de recursos naturais após a Segunda Revolução Industrial teve um crescimento vertiginoso e contribuiu para impactos irreparáveis no meio ambiente. Surgiram novas tecnologias, foram criadas novas necessidades e o consumo foi incentivado sem que houvesse conhecimento dos efeitos desta mudança "logo à frente". Hoje enfrentamos as consequências sociais do consumo desenfreado e problemas ambientais sérios, com a natureza começando a apresentar os primeiros sinais de falência.

A sustentabilidade vai além da responsabilidade ambiental. A preocupação com as políticas ambientais e sociais começou a ganhar força a partir dos anos 1960 com a realização de uma série de convenções internacionais com o objetivo de buscar formas de minimizar o impacto negativo já concretizado.

No artigo *Sustentabilidade empresarial: conceito e indicadores (2006)*, os pesquisadores Geraldino Carneiro de Araújo, Miriam Pinheiro Bueno e Adriana Alvarenga de Sousa, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), apresentam o ecodesenvolvimento como uma proposição conciliadora, que reconhece o crescimento relativo aos limites ambientais, porém não os limita. Segundo os autores, o crescimento econômico é condição necessária, mas não suficiente, para a erradicação da pobreza e das disparidades sociais. Desta forma é possível intervir e direcionar o desenvolvimento econômico conciliando eficiência econômica, desejabilidade social e consciência ecológica.

A SUSTENTABILIDADE COMO FUNDAMENTO PARA O SUCESSO

O termo sustentabilidade foi inserido no vocabulário empresarial como forma de integrar aspectos econômicos, sociais e ambientais na política institucional das organizações. Pouco a pouco, a sustentabilidade tem deixado de ser encarada como diferencial nas empresas para ser encarada como uma estratégia para garantir a solidez organizacional.

Em 2010, a Organização das Nações Unidas (ONU), junto à Accenture e à UN Global Compact, publicou um dos maiores estudos sobre sustentabilidade corporativa. Realizado com mil CEOs e líderes de empresas, ele indica que 93% deles veem a sustentabilidade como fundamento para o sucesso de suas empresas.

A sustentabilidade no ambiente empresarial vai além da responsabilidade ambiental e inclui também aspectos relacionados a questões econômicas e sociais. Atualmente é considerada uma estratégia fundamental para manter a solidez de uma organização e obter sucesso no mercado.

As empresas contribuem para a melhoria das condições de vida da população ao agir de forma ética e transparente, respondendo pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente.

O tema tem incorporado modelos de gestão robustos e de alcance mundial. No Brasil, a Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), criadora e propulsora do Modelo de Excelência para a Gestão, tem as organizações como sistemas vivos integrantes de ecossistemas. É preciso entender e exercitar a interdependência, o pensamento sistêmico e a sustentabilidade na gestão. A FNQ defende o dever das empresas em responder pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, a fim de contribuir para a melhoria das condições de vida da população por meio de um comportamento ético e transparente, buscando o desenvolvimento sustentável.

SUSTENTABILIDADE AO ALCANCE DE TODOS

As empresas precisam se adequar à realidade de que apenas o fator econômico (lucro) não é mais suficiente para sustentar uma organização no mercado. É preciso também que as empresas sejam ecologicamente corretas e se preocupem com a sociedade na qual estão inseridas. Independente da quantidade de colaboradores ou faturamento, as empresas devem se ver como atores indispensáveis para a continuidade do sistema ao qual estamos inseridos.

Esta não é uma realidade restrita a indústrias ou grandes empresas. O movimento acontece em todos os setores da economia. Pequenos e médios empresários já observam o ganho social, ambiental e econômico de pequenas ações incorporadas no dia a dia organizacional. Hoje conhecemos muitos casos de sucesso de empresas que adotaram a política sustentável, ou que fizeram dela o seu negócio.

A sustentabilidade começa com pequenas ações que podem ter grande alcance, como os exemplos citados na tabela ao lado.

INSPIRAR A SOCIEDADE É A GRANDE TENDÊNCIA

Ao incorporar o conceito de sustentabilidade na organização, as empresas aderem a um sistema de gestão mais responsável. Os modelos de negócios vêm sendo influenciados diretamente pelos novos padrões sociais. Já consideram, além do atendimento das

Ação	Resultados		
	Impacto Ambiental	Impacto Social	Impacto Econômico
Política de consumo consciente dos recursos renováveis (água e energia)	Diminuição dos danos ambientais causados no oferecimento da atividade	Conscientização do consumo consciente entre os colaboradores e pessoas de seu meio social	Economia nas despesas variáveis da organização
Política de consumo consciente de materiais de consumo e bens	Diminuição dos danos ambientais causados na produção de bens	Conscientização do consumo consciente entre os colaboradores e pessoas de seu meio social	Economia nas despesas variáveis da organização
Incentivo à prática de atividades físicas pelos colaboradores	–	Investimento na saúde e na qualidade de vida dos colaboradores	Maior disposição dos colaboradores na execução do trabalho diário
Adequações físicas da empresa para acesso por clientes portadores de deficiência (PCD)	–	Contribuição para a inclusão social e econômica de pessoas com deficiências	Ampliação do público potencial da organização
Inclusão de portadores de deficiência (PCD) em seu quadro de colaboradores	–	Contribuição para a inclusão social e econômica de pessoas com deficiências	Integração e engajamento da equipe com a sustentabilidade

necessidades de seus clientes e público de interesse, a escassez de recursos naturais e um sistema de produção que aplica os conceitos de logística reversa.

Não é preciso grande investimento para adotar a sustentabilidade na política empresarial. A conscientização e o incentivo à mudança de hábitos dos colaboradores, além de otimizar o consumo de recursos e redução de despesas, podem inspirar pessoas por meio do exemplo.

Uma atuação responsável das empresas no mercado tem contribuição direta e indispensável para garantir a continuidade do sistema no qual estamos inseridos. A sustentabilidade é um grande desafio, mas tem se mostrado um caminho para promover a transformação social. E para o sucesso.

A atividade física pode ser mais dinâmica e mais atrativa que treinos convencionais. O Treinamento Multifuncional (TMF), método oferecido nas Academias do Sesc, é caracterizado por mesclar diferentes capacidades físicas em um único exercício, com movimentos que trabalham a força, a flexibilidade, o sistema cardiorrespiratório, a coordenação motora e o equilíbrio.

SAIBA MAIS EM **portal.sesc-sc.com.br/servico/197**

Fecomércio SC | Sesc | Senac

www.fecomercio-sc.com.br www.sesc-sc.com.br www.sc.senac.br