INFORMATIVO SCS

Ano 10, nº 066
11 de Abril de 2016

Informativo da Secretaria de Comércio e Serviços – SCS
Nº 066 – Ano 10 – Brasília, 11 de Abril de 2016

Sumário

1. MDIC 3

PROGRAMA INOVATIVA BRASIL SELECIONA 300 STARTUPS 3

2. COMÉRCIO 5

DEMANDA FRACA JÁ CONTRIBUI PARA LIMITAR ALTA DE PREÇOS AO CONSUMIDOR, DIZ IBGE 5

3. COMÉRCIO - BARES RESTAURANTES 7

CRISE CHEGA AOS RESTAURANTES DA CLASSE A 7

4. SERVIÇOS – PLANOS DE SAÚDE 9

PROGRAMAS DE SAÚDE GANHAM PESO NA HORA DA RENEGOCIAÇÃO 9

ANS LANÇA PESQUISA SOBRE CELEBRAÇÃO DE CONTRATOS ENTRE OPERADORAS E PRESTADORES 11

5. SERVIÇOS - TELECOMUNICAÇÕES 12

VIVO DIZ QUE USUÁRIOS DO YOUTUBE E NETFLIX PAGARÃO MAIS CARO PELA INTERNET COM FRANQUIAS MENSAIS 12

PORTARIA DEFINE BANDA LARGA COMO PRIORIDADE EM FUTURO MODELO DE CONCESSÕES 13

6. EMPREGO 15

A FLEXIBILIZAÇÃO DOS DIREITOS TRABALHISTAS E O VAREJO 15

7. FRANQUIAS 17

REDES COM CAPITAL PRÓPRIO PARCELAM FRANQUIA PARA ATRAIR MAIS INVESTIDORES 17

8. EMPREENDEDORISMO 19

IDEIAS DE NEGÓCIOS PARA A TERCEIRA IDADE SE MULTIPLICAM 19

9. CURTAS 20

ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS RESPONDEM POR 74% DA INFLAÇÃO EM MARÇO 20

INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR ATINGE 2,8% EM 12 MESES, DIZ BOA VISTA SCPC 20

10. FEIRAS 21

1. MDIC

Programa InovAtiva Brasil seleciona 300 startups

09 de Abril de 2016
Fonte: Portal Brasil

Na segunda-feira começa o curso on-line gratuito de Modelagem e Validação da proposta de valor, para impulsionar projetos

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) apresentou a lista com as 300 startups selecionadas para o primeiro ciclo de aceleração de 2016 do InovAtiva Brasil, o maior e mais abrangente programa de capacitação, aconselhamento e conexão para novas empresas de base tecnológica do País.

Com quase o dobro de inscrições de 2015, o programa recebeu 1.372 projetos e conseguiu preencher todas as 300 vagas disponíveis no programa, um aumento de 136% quando comparado ao ciclo anterior. As startups habilitadas receberão durante os próximos meses capacitação, aconselhamentos individuais e coletivos e conexão com possíveis parceiros e investidores.

Segundo o Secretário de Inovação e Novos Negócios do MDIC, Marcos Vinícius de Souza, o programa permite que startups das mais remotas regiões do Brasil tenham acesso a conteúdo de treinamento específico para a realidade delas, além de terem acesso a mais de 450 executivos do Brasil e do mundo para ajudá-las na estruturação do negócio. “Fazer isso na escala de centenas ou milhares de startups e com altíssimo nível da rede de mentores é o que faz esse programa ser referência mundial em empreendedorismo inovador", avalia.

O aumento e a diversificação de candidatos consolidaram o InovAtiva como um programa de abrangência nacional com atuação nos mais variados setores. Foram selecionados projetos de 21 Estados, em mais de 20 setores diferentes da economia, como aeronáutica e espacial, papel e celulose, mineração e metalurgia, óleo e gás e outros. Todavia, o setor de Tecnologia da Informação (35%) continua sendo o mais presente, seguido do de Saúde (14%) e Serviços (11%).

Marcos Ressaltou que foram identificados excelentes projetos fora dos grandes centros, como Campina Grande (PB), Goiânia (GO), Timbó (SC) e Fortaleza (CE). “Foi para isso que criamos o InovAtiva Brasil, para atender centenas de startups, de qualquer lugar do Brasil, gratuitamente, com qualidade de nível mundial”, disse.

InovAtiva Brasil - Criado em 2013 pelo MDIC, o InovAtiva Brasil é um programa que auxilia e orienta empreendedores iniciantes com uma boa tecnologia, mas com pouco conhecimento de negócio, oferecendo capacitação e mentoria. O programa oferece capacitação em empreendedorismo inovador, conexão com parceiros, mentoria com profissionais renomados e vantagens em outros programas públicos e privados de fomento à inovação.

“As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.”

Cursos gratuitos - Entre os dias 11 de abril e 5 de maio será realizado o curso on-line gratuito de Modelagem e Validação da proposta de valor. O conteúdo estará disponível em vídeos curtos e acessíveis por celulares e tablets.

Os usuários da Comunidade InovAtiva aprendem como modelar a proposta de valor por meio de ferramentas visuais, validá-la por meio de pesquisas com o público-alvo, recebem informações e feedbacks dos demais participantes em plataforma colaborativa e então formalizam um modelo de negócios viável. Os participantes recebem certificados ao completarem as tarefas e feedbacks dentro dos prazos estipulados. As inscrições podem ser feitas pela internet.

http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2016/04/programa-inovativa-brasil-seleciona-300-startups

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

2. Comércio

Demanda fraca já contribui para limitar alta de preços ao consumidor, diz IBGE

08 de Abril de 2016
Fonte: Estão Conteúdo

A demanda mais fraca já contribui para limitar o aumento dos preços ao consumidor, segundo os dados do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), divulgados nesta sexta-feira, 8, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dois itens que mostram bem o arrefecimento da demanda são as passagens aéreas, cujas tarifas recuaram 10,85% em março, e a refeição fora de casa, que subiu 0,55% no mês, apesar da alta de 13,27% acumulada pelo grupo Alimentação e bebidas nos últimos 12 meses.

"No mês de março, já se mostra o impacto da demanda, do desemprego, da falta de dinheiro mesmo da população, no sentido de cumprir a oferta dos produtos. No caso da alimentação fora de casa, os estabelecimentos já se mostraram reduzindo suas taxas de crescimento de preços. Esse é um exemplo clássico de redução de demanda com reflexo sobre o preço", apontou Eulina Nunes dos Santos, coordenadora de Índices de Preços do IBGE.

Quanto às passagens aéreas, os preços caem por causa do aumento da ociosidade das aeronaves, avaliou a pesquisadora. Eulina explica que o País viveu no ano passado uma inflação de custos, devido ao aumento de itens administrados, como a energia elétrica, transportes e combustíveis.

"Tudo isso gera uma pressão de custos, que vai ser mais ou menos repassada, a depender da demanda. E se a demanda está menos aquecida como está agora, é mais difícil um comerciante ou prestador de serviços repassar seus custos represados", justificou a coordenadora do IBGE.

Apesar da demanda mais fraca, o IBGE lembra que alguns itens permanecem subindo por conta de aumento de impostos e por força de contratos indexados, que repassam automaticamente aos preços a inflação acumulada em períodos anteriores. "Alguns aumentos são insistentes porque são indexados, como o plano de saúde. Então para eles é garantido que você tenha aumento todo mês do grupo que está fazendo aniversário de contrato", concluiu.

Freio concentrado - A desaceleração no IPCA na passagem de fevereiro para março teve contribuição muito forte de apenas dois itens, energia elétrica e passagens aéreas, avaliou Eulina.

As passagens aéreas tiveram novo recuo na tarifa em março, de -10,85%, o segundo maior impacto negativo sobre a taxa de 0,43% do IPCA do mês, o equivalente a -0,04 ponto porcentual. O item só ficou atrás da energia elétrica, que contribuiu com -0,13 ponto porcentual após a queda de 3,41% na tarifa.

"Os recuos foram muito concentrados na energia elétrica e passagens aéreas. Esses dois itens tiveram uma contribuição muito grande no sentido de conter a taxa do IPCA. E houve alguns itens que ficaram para trás, como os

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

reajustes de Educação, cuja concentração ficou em fevereiro", disse Eulina. "Ainda não é movimento generalizado de desaceleração. Ainda tem pressões para cima", completou.

Outros dois itens que contribuíram para desacelerar o IPCA foram a taxa de água e esgoto (-0,43%) e o gás de cozinha (-0,42%).

A queda de 0,43% na taxa de água e esgoto em março foi puxada pela região metropolitana de São Paulo, onde os preços recuaram 2,99% diante da aplicação do fator de 0,78 à média de consumo para fins do cálculo do bônus tarifário, concedido através do Programa de Incentivo à Redução do Consumo de Água. A aplicação do fator de 0,78% foi autorizada pela deliberação Arsep nº 615, de 23 de dezembro de 2015.

Por outro lado, na região metropolitana de Recife, a taxa de água e esgoto aumentou 3,92%, devido ao reajuste de 10,69% em 20 de março. Em Porto Alegre, a variação de 0,46% refere-se a um resíduo decorrente do reajuste de 10,54% desde o dia primeiro de fevereiro.

Outros recuos de preços importantes no mês de março foram na tarifa de telefone celular (-2,71%), telefone fixo (-2,89%) e excursão (-2,49%). No caso da telefonia celular, houve redução das tarifas de uma operadora específica, enquanto que o telefone fixo teve diminuição de 22% nas tarifas das ligações de fixo para móvel.

O grupo Educação passou de alta de 5,90% em fevereiro para 0,63% em março, deixando para trás a concentração de reajustes ocorridos nas mensalidades escolares deste ano letivo.

Monitorados - Os bens e serviços monitorados apresentaram queda de preços de 0,36% em março, segundo os dados do IPCA. O resultado foi o mais baixo desde fevereiro de 2013, quando ficou em 1,11%, puxado, à época, pelo recuo de 15,17% na tarifa de energia elétrica.

A taxa acumulada pela inflação de monitorados em 12 meses saiu de 14,95% em fevereiro para 10,80% em março.

http://noticias.r7.com/economia/demanda-fraca-ja-contribui-para-limitar-alta-de-precos-ao-consumidor-diz-ibge-08042016

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

3. Comércio - Bares Restaurantes

Crise chega aos restaurantes da classe A

09 de Abril de 2016
Fonte: Estadão Conteúdo

O tombo de quase 4% no PIB (Produto Interno Bruto) do ano passado e uma nova retração — quase do mesmo tamanho — esperada para este ano dizimaram restaurantes onde empresários que comandam a economia do País fecham negócios, geralmente em refeições regadas do bom e do melhor.

A rua Amauri, no bairro paulistano do Itaim, que concentrava boa parte desses estabelecimentos, está bem mais vazia. Em apenas uma quadra, há pelo menos quatro restaurantes fechados. Manobristas, que antes corriam para dar conta do entra e sai de carrões importados, hoje passam o tempo jogando conversa fora à espera de clientes.

Na última quarta-feira, em pleno meio de semana, perto das 13 horas, que em épocas normais seria um horário de pico, a tranquilidade predominava nesse reduto de restaurantes de luxo. "Em outras épocas, neste horário, teria uma hora de espera. Hoje o cliente entra e já senta", disse João Santos, que há 13 anos cuida do estacionamento dos carros dos clientes da Forneria San Paolo.

"O fechamento dos restaurantes foi uma combinação de aluguel alto com queda no movimento, com certeza", afirmou Denise Schirch. Ela preside a Associação de Moradores e Empresários da Rua Amauri e é sócia da holding Componente, do empresário João Paulo Diniz, que tem três estabelecimentos na Amauri, dos quais dois fechados.

Um deles é o Dressing, que parou de atender como restaurante em 2014. No ano passado, virou um espaço para eventos. Agora, nem isso funciona e o local está em reforma. O outro restaurante de luxo é o Ecco, que encerrou as atividades no fim do ano passado. Nos dois casos, Denise ressaltou que os pontos comerciais não foram entregues e que há projetos para o futuro. "Estamos esperando as coisas se assentarem para desenhar uma nova proposta".

Do grupo, o único que está em operação na rua Amauri é a Forneria San Paolo. "A Forneria é uma exceção porque tem um tíquete médio intermediário para a rua, entre R$ 90 e R$ 100", disse Denise. Ela contou que, neste caso, o movimento do restaurante até cresceu, cerca de 5%, favorecido pelo fechamento dos concorrentes.

Já no Yellow, outro sobrevivente que também tem um tíquete médio menor, o movimento caiu entre 20% e 30%, calcula o gerente, Pedro Meirelles. "Esta é a pior crise", disse ele, que trabalha há 27 anos no estabelecimento. Por ora, o plano de abrir filiais foi cancelado por causa da retração da economia.

Para contrabalançar a queda no movimento, o gerente contou que cortou o preço do estacionamento, começou a preparar refeições para eventos

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

e entregar pratos em domicílio. "Até criamos um prato executivo no valor de R$ 42. O problema é o gasto. Ninguém sai de casa mais", disse Meirelles.

Bonança - Para Marcos Hirai, sócio-diretor da GS&BGH, consultoria especializada no setor imobiliário, os aluguéis dos imóveis da rua Amauri eram caros demais mesmo nas épocas de vacas gordas, mas a situação estava encoberta porque saía um inquilino e entrava outro. "Mas, com a crise e a queda no movimento dos restaurantes, a situação ficou insustentável e muitos imóveis, vazios. A ganância dos proprietários foi um tiro no pé", ressaltou.

Denise Schirch ponderou que a inflação interna dos restaurantes, que envolve não apenas o aluguel, mas mão de obra e o custo dos alimentos e bebidas, é muito maior que a estampada no índice oficial de inflação, o IPCA. Além disso, no momento atual, não há espaço para os restaurante de luxo aumentarem os preços, mesmo atendendo a clientes classe A e pessoas jurídicas. "Há empresas impondo limites nos gastos."

Paulista - Fora da rota do luxo, o centenário Rei do Filet, que fica na Alameda Santos, a uma quadra da Paulista e também é frequentado por executivos, políticos e jogadores de futebol, sentiu a queda no movimento. Nas contas do gerente Vandy Freitas, que trabalha na casa há 29 anos, a retração foi de cerca de 40%. "Nunca vi uma crise assim."

Para reverter a queda, o restaurante criou um prato executivo, batizado de "filé do chefe". O prato serve três pessoas, com 500 gramas de carne, dois acompanhamentos, salada e sobremesa por R$ 132,30. "Mas tem gente que pede esse prato para cinco. São poucos pedidos a la carte", reclamou Freitas.

Segundo o gerente, a pressão de custos dos alimentos usados para preparar os pratos é muito grande e seria necessário um reajuste na faixa de 15% para reequilibrar os custos com os preços. Mas, na atual conjuntura, um aumento de preço do cardápio é inviável. O último reajuste ocorreu oito meses atrás.

http://noticias.r7.com/economia/crise-chega-aos-restaurantes-da-classe-a-09042016

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

4. Serviços – Planos de Saúde

Programas de saúde ganham peso na hora da renegociação

11 de Abril de 2016
Fonte: DCI

Tendência. Para evitar altos reajustes, contratantes buscam alternativas que possam beneficiar na reavaliação do contrato, como orientações para bem-estar e o melhor uso dos serviços

Incentivo à alimentação saudável, campanhas antitabagismo, exercícios laborais e até custeio em academias. Tudo isso tem feito a diferença na hora de combater o aumento dos preços dos planos empresariais no momento da renegociação, além de diminuir a taxa de sinistralidade entre os planos médicos.

Uma resolução normativa da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) prevê o direito de premiação ou negociação aos beneficiários ou contratantes que ofereçam programas de saúde - como incentivo aos colaboradores, de acordo com a CEO da Aliança para Saúde Populacional (Asap), Milva Gois. No entanto, a adesão ao benefício ainda é pequena. Poucas empresas já usufruem da medida para conseguir melhor reajuste na renovação anual dos contratos.

Para Milva, felizmente este cenário está mudando. "O contratante tem de se tornar agente participativo", afirma. O executivo acredita que a falta de conhecimento e engajamento das empresas faz com que percam a oportunidade de reduzir o gasto com plano de saúde. Outros equívocos comuns nas empresas, segundo ele, é não utilizarem informações de exames periódicos e obrigatórios, além de dados das operadoras de saúde para a negociação. "Muitas vezes a sinistralidade deve-se a um caso específico e a empresa pode solicitar as informações", diz. Milva aponta que a solução não é mudar a operadora de saúde, mas mapear a população e negociar de forma mais transparente e assertiva com a operadora do plano.

"A renegociação não é boa para ninguém", afirma o vice-presidente de Saúde e Odonto da SulAmérica Seguros, Maurício Lopes. De acordo com ele, se por um lado na renegociação anual a operadora consegue readequar o aumento dos custos, por outro é uma oportunidade de pedir ao cliente que vá embora. "Claro que não queremos isso. Acreditamos que seja necessária a sinergia. Se ambas as partes querem o mesmo é um ganho a ganho", comenta.

Incentivos - Segundo o executivo, a operadora não apenas aceita a apresentação de programas de saúde, como também incentiva. Um de seus clientes, o Hospital Alemão Oswaldo Cruz, por exemplo, conseguiu ficar três anos sem reajuste após a implementação do Programa Bem-Estar, mencionado anteriormente pelo DCI. Na época, o gerente de qualidade de vida e saúde, Rodrigo Bornhausen Demarch, disse que o hospital conseguiu economizar mais de R$ 5 milhões com plano de saúde, que hoje é considerado o maior gasto das empresas brasileiras, perdendo apenas para a folha de pagamento.

Desafios - Ainda segundo Lopes, da SulAmérica, com a instabilidade econômica aumentou o número de empresas que querem implantar programas de saúde para uma renegociação mais vantajosa e até para diminuir a taxa de sinistralidade. No entanto, tem sido um desafio. Para Lopes, isso ocorre porque gerir programas de bem-estar na empresa em um momento que já sofre outras pressões financeiras é mais difícil.

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

De acordo com ele, o desafio independe do porte. Na hora de implementar um programa de saúde para beneficiários, Lopes aponta que a relação com funcionários de pequenas empresas é menos restrita, porque não existe uma área intermediária, o que dá maior flexibilidade e agilidade para as ações. "Mas também temos menos apoio entre as pequenas empresas. Nas grandes há uma interface entre o plano e o funcionário."

Cadeia setorial - Para o sócio do escritório Dagoberto Advogados, Ricardo Ramires Filho, a sinergia pode ser utilizada não apenas entre operadoras e contratantes, mas também com outras empresas da cadeia, como a indústria farmacêutica. Segundo ele, já existem casos em que a operadora consegue um desconto maior no medicamento e aproveita o programa da fabricante para que o paciente se cuide corretamente. Um exemplo citado por Ramires é o de pacientes com doenças mais graves, como o câncer. "Em vez de a operadora prover só o exame, ela pode tentar parceria com a fabricante do remédio para ter desconto e buscar a cura mais rápida."

Segundo ele, o interesse das operadoras em ajudar a reduzir o reajuste nos contratos não é em vão. Com a instabilidade econômica e o fluxo de caixa menor nas contratantes, os planos de saúde têm sofrido com o downgrade das carteiras (migração para planos mais baratos) e a perda de beneficiários do mercado privado, provocada principalmente, pelo desemprego. "Assim como o pessoal que aluga tem deixado de aplicar reajuste para manter o imóvel alugado, as contratantes estão com maior poder de barganha com as operadoras."

Ele acredita que encontrar um reajuste consensual deixou de ser uma forma de decidir quem sairá ganhando e passou a ser uma forma de sobreviver. "Muitas operadoras estão quase no vermelho", ressalta. Com a sinistralidade em torno de 82,4%, o executivo aponta que a margem acaba sendo extremamente baixa, sendo pior em operadoras menores. "Em média, as operadoras estão com uma margem de lucro entre 1,8% e 2%", destaca.

Como o resultado, o setor tem cada vez menos fôlego para investimentos e sobrevivência, o que tem deixado o mercado mais concentrado. Depois de alcançar 2.400 operadoras médico-hospitalares no ano 2000, em setembro de 2015 o total foi de 999, das quais 843 com beneficiários. Sendo que 80% das vidas estão em 155 operadoras.

Outras estratégias apontadas por ele para diminuir a sinistralidade nas empresas é incentivando o funcionário a fazer um uso mais consciente do plano. "Além de diminuir o uso do Sistema Único de Saúde [SUS]", afirma o executivo. De acordo com Ramires, 67% do ressarcimento das operadoras ao SUS se deve ao uso em atendimento ambulatorial, que já faz parte da cobertura dos planos.

http://www.dci.com.br/em-destaque/programas-de-saude-ganham-peso-na-hora-da-renegociacao-id539862.html

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

ANS lança pesquisa sobre celebração de contratos entre operadoras e prestadores

10 de Abril de 2016
Fonte: Segs

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) está fazendo uma pesquisa sobre contratualização entre operadoras e prestadores de serviços. O objetivo, de acordo com a diretora de Desenvolvimento Setorial da ANS, Martha Oliveira, é obter um panorama detalhado sobre a celebração de contratos estabelecida a partir da edição da Lei nº 13.003/2014, para que a Agência possa aprimorar as ações nas relações entre os planos de saúde e seus estabelecimentos ou prestadores conveniados.

As operadoras responderão perguntas relacionadas ao aumento dos contratos por escrito após a edição da Lei 13.003, às formas de reajuste aplicadas aos hospitais, consultórios e profissionais, às causas de glosas e às medidas adotadas para a resolução de conflitos com a rede conveniada.

Para os prestadores, as perguntas versarão sobre os pontos de desacordo mais frequentes na celebração dos contratos, as formas de reajuste, os prazos para pagamento e o percentual de guias glosadas.

A pesquisa estará disponível até 31/05/2016. A participação é voluntária e as respostas não ensejarão a aplicação de multas. Cabe ressaltar, ainda, que não haverá a divulgação de dados individualizados por operadora ou por prestador.

http://www.segs.com.br/seguros/11534-ans-lanca-pesquisa-sobre-celebracao-de-contratos-entre-operadoras-e-prestadores.html

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

5. Serviços - Telecomunicações

Vivo diz que usuários do Youtube e Netflix pagarão mais caro pela internet com franquias mensais

10 de Abril de 2016
Fonte: Ariquemes Online

A Vivo confirmou o que os nossos testes apontavam: os usuários de sites de streaming de vídeos como Youtube e Netflix pagarão mais caro pela internet com o sistema de franquias de dados que será adotado pela companhia, que adquiriu a GVT recentemente.

As operadoras podem SIM definir uma franquia de dados para sua conexão - entenda o que isso significa

Christian Gebara, executivo da Vivo, falou ao Tecnoblog que usuários de internet 'hardcore' serão prejudicados com o novo sistema, mas eles representam uma parcela mínima dos consumidores.

"Isso irá atingir uma porcentagem muito baixa dos nossos usuários, e beneficiará quem faz uso leve, como emails e navegação. Quem faz uso de streaming de vídeos, por exemplo, naturalmente terá que pagar mais"

- Christian Gebara, representante da Vivo/Telefônica

Segundo Gebara, o limite mensal transformará a internet em uma espécie de conta de luz, onde o usuário pagará apenas o que usar. Com isso, quem utiliza a web apenas para e-mails e navegação seria beneficiado pelo novo método. O executivo disse, ainda, que as franquias de dados, com possibilidade de corte da internet, são uma tendência mundial e "um caminho sem volta".

A adoção de franquias de dados e limite na internet está gerando bastante polêmica por parecer bastante injusta com os usuários. O principal culpado por essa mudança é o streaming. Além de consumir uma taxa elevada de banda, especialistas acreditam que plataformas como o Netflix estão roubando clientes das operadoras de TV a cabo, que são as mesmas que cuidam da distribuição de internet.

Com as franquias mensais, o streaming acabaria perdendo seu custo-benefício e a TV a cabo se tornaria uma opção mais atraente para o consumidor. De acordo com os nossos testes, o plano mais básico da Vivo, com 10 GB, seria consumido integralmente pela primeira temporada de uma série de comédia do Netflix, com episódios de 21 minutos.

Quando o assunto são os jogos, o uso de franquias prejudica ainda mais os usuários, já que a maioria dos games Tripo A atuais necessitam de downloads de cerca de 50 GB. Na entrevista ao Tecnoblog, o represetante da Vivo Christian Gebara se esquivou das perguntas sobre games em relação ao sistema de franquias de internet.

Outro fator que pesa contra a mudança para franquias de dados na internet fixa é o Marco Civil da Internet. Quando questionado sobre a violação do Marco Civil, Gebara também não respondeu.

A entrevista de Christian Gebara ao Tecnoblog pode ser lida integralmente neste link. O desenrolar desta história poderá ser acompanhado nas próximas semanas, já que a Vivo pretende implantar as franquias mensais na internet fixa até dezembro de 2016. Enquanto isso não acontece, é melhor fazer maratona de todas as séries e filmes possíveis via web.

http://www.ariquemesonline.com.br/noticia.asp?cod=306118&codDep=20

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

Portaria define banda larga como prioridade em futuro modelo de concessões

11 de Abril de 2016
Fonte: Estadão Conteúdo

Novo marco regulatório do setor deverá permitir, segundo o governo, "mais liberdade para as empresas nas regiões competitivas e uma vigilância maior nas áreas de baixo interesse"

O Ministério das Comunicações publicou nesta segunda, 11, no Diário Oficial da União (DOU) portaria com as diretrizes para a atuação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) na elaboração de proposta de revisão do atual modelo de prestação de serviços de telecomunicações. Pelo texto, o investimento prioritário das concessionárias no novo modelo deverá ser a ampliação da banda larga no País.

A portaria orienta a Anatel para que o novo modelo a ser proposto busque a simplificação do atual sistema de outorgas de serviços de telecomunicações, assim como a desburocratização e maior celeridade dos procedimentos de licenciamento. Além disso, o novo marco regulatório do setor deverá permitir, segundo o governo, "mais liberdade para as empresas nas regiões competitivas e uma vigilância maior nas áreas de baixo interesse".

"A Anatel deve elaborar e propor ao Ministério das Comunicações, nos termos da Lei Geral de Telecomunicações, propostas de mecanismos para possibilitar a migração das atuais concessões de Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) para regime de maior liberdade, condicionado tal migração ao atendimento de metas relativas à banda larga", diz o texto.

Segundo a portaria, a Anatel deve observar que "o acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania" e que "o Poder Público deve atuar de modo a promover o acesso de todos aos serviços de banda larga, com custos acessíveis e em níveis de qualidade compatíveis com as expectativas dos usuários".

O Ministério diz ainda na portaria que, para posicionar os serviços de banda larga no centro da política pública, devem ser privilegiados os seguintes objetivos: "expansão das redes de transporte em fibra óptica e em rádio de alta capacidade para mais municípios; ampliação da cobertura de vilas e de aglomerados rurais com banda larga móvel; aumento da abrangência de redes de acesso baseadas em fibra óptica nas áreas urbanas; atendimento de órgãos públicos, com prioridade para os serviços de educação e de saúde, com acesso à internet em banda larga".

O texto traz algumas ressalvas. Na alteração do atual modelo, deve ser mantido, por exemplo, o atendimento existente de serviços de voz, onde este ainda for necessário. Também devem ser estabelecidos mecanismos de incentivo à migração, preservando-se as capacidades do Poder Público quanto ao monitoramento de redes estratégicas.

Quando se trata das metas de banda larga, devem ser observadas as seguintes diretrizes: "complementaridade com obrigações já existentes em decorrência de exigências regulatórias ou editais de licitação de

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

radiofrequência; as novas metas não devem se restringir às atuais regiões de outorga das concessionárias de STFC; com vistas a assegurar a prestação de serviço em áreas economicamente menos atraentes, devem ser estabelecidos instrumentos que vinculem áreas rentáveis e não rentáveis; devem ser previstos mecanismos que assegurem o adequado controle do Poder Público quanto ao cumprimento das metas".

"Dentre os elementos que devem ser considerados pela Anatel na migração das atuais concessões de STFC, incluem-se a revisão das metas de universalização do STFC existentes, a alteração do regime de controle tarifário; a utilização de ônus contratuais financeiros; a eliminação do instituto da reversibilidade; e a eliminação do prazo contratual de 2025", cita a portaria. "A Anatel deve, sempre que couber, buscar a modulação da atuação regulatória em função das características competitivas das áreas consideradas", acrescenta.

http://www.dci.com.br/servicos/portaria-define-banda-larga-como-prioridade-em-futuro-modelo-de-concessoes-id539919.html

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

6. Emprego

A flexibilização dos direitos trabalhistas e o varejo

09 de Abril de 2016
Fonte: Administradores

Em meio à crise, a pesquisa perguntou se aceitariam realizar acordos de redução de jornada e salário com o empregador para manter emprego e 43% responderam afirmativamente

A flexibilização da legislação trabalhista é apontada como uma das ferramentas necessárias para enfrentar e atravessar o atual cenário econômico. Isso porque a inflada folha de salários, acoplada à queda vertiginosa das vendas, é um dos motivos da atual fragilidade do setor.

O segmento varejista vem defendendo a redução da jornada com o salário proporcional, bem como a adequação da quantidade de empregados aos períodos de maior movimento. Críticos defendem que tal alteração na legislação ajudaria na manutenção e criação de empregos.

Outro ponto de reclamação do setor varejista diz respeito à carga tributária e à destinação do dinheiro para órgãos que não tem relação direta com o contrato de trabalho.

As mudanças e evoluções na legislação são de suma importância, isto é inegável. Há que se atentar que ao longo dos anos a legislação já vem sendo flexibilizada, como por exemplo no caso da utilização de trabalhadores temporários terceirizados, na ampliação do conceito de empregado de confiança, na utilização da jornada de seis horas para os turnos ininterruptos de revezamento, na possibilidade de contratos temporários, no trabalho por tempo parcial autorizando a redução proporcional dos salários, dentre outros.

Para as microempresas existem ainda outros benefícios, tais como, a isenção do livro de inspeção e a não obrigatoriedade para a contratação de aprendizes.

E recente pesquisa indicou que os trabalhadores brasileiros gostariam de ter mais flexibilidade no trabalho.

O estudo realizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) em parceria com o Ibope, revelou que sete em cada dez brasileiros querem horários mais flexíveis, mas apenas 56% têm essa possibilidade hoje e 73% têm o desejo de trabalhar em casa ou em locais alternativos.

A divisão das férias também fez parte da pesquisa e mostrou que 53% gostariam de poder dividir as férias em mais de dois períodos. Além disso, 62% gostariam de poder receber o vale-transporte diretamente em dinheiro. Em meio à crise, a pesquisa perguntou ainda se aceitariam realizar acordos de redução de jornada e salário com o empregador para manter emprego e 43% responderam afirmativamente. Outros 54% não aceitariam a proposta. Ou seja, trabalhadores e varejo indicam que a flexibilizam das leis pode ser um caminho importante.

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

Para contornar a crise é necessário que o varejista lance um olhar mais atento para a legislação brasileira, buscando vislumbrar quais dos mecanismos legais que já estão vigentes que podem ser por ele utilizados a fim de impulsionar seu comércio. Além disso, deve intensificar a postura de buscar em conjunto com outras entidades de representação uma flexibilização da legislação de forma responsável, que não viole aos direitos fundamentais dos empregados e que tenha real efetividade econômica.

http://www.administradores.com.br/noticias/cotidiano/a-flexibilizacao-dos-direitos-trabalhistas-e-o-varejo/109749/

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

7. Franquias

Redes com capital próprio parcelam franquia para atrair mais investidores

08 de Abril de 2016
Fonte: DCI

Normalmente feito via instituição bancária, o pagamento realizado em etapas tem o propósito de estimular o mercado ao encorajar os futuros franqueados, mesmo em tempos de crise econômica

As redes de franquias que têm capital próprio passaram a adotar uma nova estratégia para fisgar investidores: oferecer o parcelamento do investimento inicial e de equipamentos - há casos em até 48 vezes.

Normalmente feito via instituição bancária, o pagamento em etapas visa estimular o mercado e encorajar os futuros franqueados. "Com a dificuldade de se obter crédito no mercado, e com os bancos exigindo cada vez mais garantias para o parcelamento, as franquias têm praticado o parcelamento", afirma a diretora comercial da consultoria Venha Ser Mais, Paula Menezes.

Segundo ela, o parcelamento realizado dessa maneira nunca foi algo de praxe entre as redes, mas a crise econômica e o temor do investidor em abrir mão de boa parte de seu capital de uma só vez têm feito a prática ganhar cada vez mais adeptos.

Para a diretora da Vecchi Ancona - Inteligência Estratégia, Ana Vecchi, o financiamento da taxa de franquia pode acontecer para atender franqueados que buscam financiamento, negociando ponto, tirando valores de aplicações ou vendendo algum bem para incorporar aos investimentos feitos na compra da franquia, entre os motivos mais comuns.

"Houve, por muito tempo, a defesa de que se o candidato não tinha este valor para investir à vista, como haveria dinheiro para o resto? Mas é sabido que muitos franqueadores, principalmente os novos, facilitam o pagamento para atrair franqueados e facilitar a negociação", ressalta.

Acessórios e vestuário

Na área de acessórios, a rede Mercadão dos Óculos começou a parcelar o valor do investimento inicial há um ano e meio. Desde então, 40% dos franqueados já pleitearam o auxílio. Conforme o sócio-diretor de expansão da empresa, Gustavo Freitas, a franqueadora e os fornecedores parcelam 70% do aporte inicial, que varia de R$ 95 mil a R$ 170 mil. A verba inclui taxa de franquia, estoque e capital de giro e pode ser paga em até seis vezes. O restante é quitado até a inauguração da loja. "Por conta do cenário econômico do Brasil, muitos investidores buscam iniciar um novo negócio, mas não dispõem do valor integral", explica o executivo.

A empresa, que tem 82 franquias, fechou 52 novos contratos no ano passado. Este ano, a meta é chegar a 150 unidades. Em 2015 a rede faturou R$ 16 milhões. Este ano prevê bater a casa dos R$ 40 milhões. O plano de expansão contempla crescer em cidades com mais de 30 mil habitantes.

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

No segmento de roupas, a marca voltada ao público feminino Lez a Lez, do Grupo Lunelli, tem plano de chegar a 100 lojas até 2022. Criada há 10 anos na praia de Jurerê, em Florianópolis (SC), a rede tem 21 unidades, sendo quatro próprias. Para alcançar o crescimento, a bandeira adotou o parcelamento no início deste ano. "Optamos pela estratégia para garantir um diferencial em relação às concorrentes", diz o gerente comercial da Lez a Lez, Cassiano Decker.

A franquia custa, em média, R$ 550 mil, já considerando a reserva para capital de giro e os estoques de produtos de uma coleção, que costuma durar quatro meses. "Existem algumas linhas de crédito feitas com bancos para completar o valor necessário. Os produtos são adquiridos juntamente à franqueadora e são parcelados num prazo de aproximadamente três meses."

Outra que começou a aceitar a quitação da dívida do franqueado em várias prestações é a Brasileirinho Delivery, com 140 unidades em operação e a previsão de inaugurar 60 em 2016. A marca adotou essa opção devido ao momento de instabilidade econômica e mais para atender a possíveis empresários que tenham investimento enxuto e que prefiram garantir o capital de giro.

Dos franqueados, em média 20% prefere parcelar, estima o diretor de expansão da marca, Everton Didone. Ele aponta que o gasto inicial vai de R$ 80 mil a R$ 120 mil, com a taxa de franquia inclusa. "Parcelamos a taxa em até três vezes. A negociação com os fornecedores de equipamentos para a cozinha pode ser em até 48 vezes."

Serviços de beleza

Interessados no ramo de estética começam a recorrer às redes para apoio em empreender. A Mais Olhar e na Mais Depil oferecem parcelamento sem instituição bancária e cerca de 30% dos candidatos têm demonstrado interesse. "O mercado de franquia está sendo muito procurado, mas as pessoas demonstravam não ter condições para aderir. Começamos a parcelar este ano, percebendo a dificuldade de algumas pessoas em obter crédito. Assim, conseguimos atender a demanda de uma forma mais célere e aproveitamos a oportunidade de investimento", disse o sócio de ambas as redes, Ricardo Panato.

http://www.dci.com.br/comercio/redes--com-capital-proprio-parcelam-franquia-para-atrair-mais-investidores-id539399.html

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

8. Empreendedorismo

Ideias de negócios para a terceira idade se multiplicam

10 de Abril de 2016
Fonte: PEGN

Ortopedista montou academia para pessoas com lesões nos músculos.
Ginástica para o cérebro foi a aposta de empresário.

Muitos países – como Japão e Estados Unidos – já perceberam o potencial de crescimento do mercado da terceira idade. Por lá, já existem eletrodomésticos que são produzidos especialmente para idosos, que são mais leves e fáceis de usar.

Também tem o celular com teclado maior, com letras e números bem visíveis. Além disso, a indústria também já produz alimentos em porções menores e textura mais suave. No Brasil, a população está envelhecendo. E os idosos buscam mais saúde e estão com mais poder de consumo.

Mas o empreendedor ainda investe pouco nesse público. A professora de marketing Tania Mine, não tem dúvidas: esse novo mercado, formado por consumidores mais velhos, vai forçar mudanças nas empresas.

Alguns empresários já começaram a se mexer nessa direção. A academia montada pelo médico ortopedista Benjamim Apter, por exemplo, foi criada para atender pessoas com lesões nos músculos e articulações. Começou em 2004 com uma unidade e hoje são seis.

Já o empresário Antonio Carlos Perpétuo também investiu no público da terceira idade e montou uma academia de ginástica para o cérebro. Os alunos praticam jogos de cartas, de encaixe e usam instrumentos de cálculos. Antonio Carlos começou a fazer esses exercícios para o filho, que tinha déficit de atenção.

Não imaginava que o negócio ia virar uma franquia de sucesso. Hoje são 200 unidades franqueadas e mais de 1/3 do público da rede são idosos, que na verdade buscam envelhecer mantendo o cérebro saudável.

http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2016/04/ideias-de-negocios-para-terceira-idade-se-multiplicam.html

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

9. Curtas

Alimentação e bebidas respondem por 74% da inflação em março

08 de Abril de 2016
Fonte: Jornal Estado de Minas

Apesar do freio no ritmo de aumento na taxa de inflação de março, os alimentos ficaram ainda mais caros. O grupo Alimentação e Bebidas acelerou de alta de 1,06% em fevereiro para 1,24% em março, dentro do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), informou nesta sexta-feira, 8, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Com um peso de 25,52% sobre o orçamento das famílias, o grupo teve o maior impacto positivo sobre a taxa de 0,43% do IPCA do mês, o equivalente a 0,32 ponto porcentual ou 74% de toda a inflação de março. Os alimentos comprados para serem consumidos em casa aumentaram 1,61%, enquanto a alimentação fora de casa subiu 0,55% em março.

"Alimentação dominou o resultado. Mais de 70% da inflação ficou com os alimentos", ressaltou Eulina Nunes dos Santos, coordenadora de Índices de Preços do IBGE.

As frutas subiram 8,91% em março, o item de maior contribuição positiva para a inflação, de 0,10 ponto porcentual. Também registraram aumentos expressivos a cenoura (14,52%), açaí (13,64%), alho (5,70%), leite (4,57%) e feijão-carioca (4,10%), entre outros. Na direção oposta, o tomate se destacou por ter ficado 7,43% mais barato.

Inadimplência do consumidor atinge 2,8% em 12 meses, diz Boa Vista SCPC

11 de Abril de 2016
Fonte: Agência IN

A inadimplência do consumidor obteve alta de 2,8% no acumulado em 12 meses até março (acumulado entre abril de 2015 a março de 2016 contra os 12 meses antecedentes) de acordo com dados nacionais da Boa Vista SCPC.

Já no primeiro trimestre do ano, houve elevação de 5,8%, quando comparado ao mesmo período de 2015. Na avaliação contra o mesmo mês do ano anterior, houve queda de 1,8%, enquanto na série com ajuste sazonal, a inadimplência recuou 8,4% na comparação com o mês anterior.

Regionalmente, em termos interanuais (março de 2016 contra março de 2015) o Centro-Oeste apresentou a maior elevação, de 1,0%, seguido pelo Sudeste, onde o indicador subiu 0,5%. As demais regiões apresentaram quedas, sendo a mais acentuada na região Sul, de 9,0%, seguido pelo Nordeste e Norte, que apresentaram variações de -5,1% e -3,0% respectivamente.

O aumento da desocupação no mercado de trabalho, a queda dos rendimentos e a elevação dos juros e inflação elevada têm contribuído decisivamente para diminuição do orçamento das famílias, levando ao atraso nos pagamentos. Após três anos de estabilidade, a inadimplência dos consumidores finalmente dá sinais nítidos de que sua taxa deverá elevar-se ao longo de 2016.

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

10. Feiras

07/04/2016 até 17/04/2016 - EXPOLONDRINA 2016
Setor: Agronegócio
Local: Parque Governador Ney Braga
Cidade: Londrina – PR

10/04/2016 até 13/04/2016 - PARECIS SUPERAGRO
Setor: Agronegócio
Local: Parque de Exposições Odenir Ortolan
Cidade: Campo Novo do Parecis – MT

12/04/2016 até 14/04/2016 – LAAD SECURITY
Setor: Segurança Nacional, Civil e Patrimonial
Local: Riocentro
Cidade: Rio de Janeiro – RJ

12/04/2016 até 15/04/2016 – POLLUTEC BRASIL
Setor: Meio Ambiente e Saneamento
Local: Anhembi
Cidade: São Paulo – SP

12/04/2016 até 16/04/2016 – FEICON BATIMAT
Setor: Engenharia e Arquitetura
Local: Anhembi
Cidade: São Paulo – SP

12/04/2016 até 14/04/2016 – MERCOSUPER 2016
Setor: Comércio Varejista, Atacadista e Franquias
Local: Expotrade Convention Center
Cidade: Pinhais – PR

13/04/2016 até 16/04/2016 – BRAZIL PATCHWORK SHOW
Setor: Artesanato, Artes e Coleções
Local: Centro de Eventos Pró-Magno
Cidade: São Paulo – SP

13/04/2016 até 16/04/2016 – BRAZIL SCRAPBOOKING SHOW
Setor: Artesanato, Artes e Coleções
Local: Centro de Eventos Pró-Magno
Cidade: São Paulo – SP

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

13/04/2016 até 16/04/2016 – EXPO ABIÓPTICA
Setor: Óptico
Local: Transamérica Expo Center
Cidade: São Paulo - SP

13/04/2016 até 17/04/2016 – EXPOLESTE 2016
Setor: Comércio Varejista, Atacadista e Franquias
Local: Unicentro – Centro de Feiras e Eventos Vicente Guabiroba na Univale – Universidade Vale do Rio Doce
Cidade: Governador Valadares – MG

14/04/2016 até 24/04/2016 – EXPO-UMUARAMA
Setor: Agronegócio
Local: Parque de Exposições Dario Pimenta Nóbrega
Cidade: Umuarama – PR

14/04/2016 até 14/04/2016 – XII FEIRA DE TERNEIROS, TERNEIRAS E VAQUILHONAS
Setor: Agronegócio
Local: Parque de Rodeio Hercilino Batista Nunes
Cidade: São José dos Ausentes – RS

14/04/2016 até 16/04/2016 - FENNOPAN
Setor: Alimentos e Bebidas
Local: Centro de Convenções de Pernambuco
Cidade: Olinda - PE

15/04/2016 até 24/04/2016 - FINNAR
Setor: Artesanato, Artes e Coleções
Local: Centro de Convenções Ulysses Guimarães
Cidade: Brasília - DF

16/04/2016 até 19/04/2016 – HAIR BRASIL
Setor: Beleza e Estética
Local: Expo Center Norte
Cidade: São Paulo - SP

21/04/2016 até 24/04/2016 - EXPO NOIVAS & FESTAS RJ 2016 - EDIÇÃO RIOCENTRO
Setor: Multisetores
Local: Riocentro
Cidade: Rio de Janeiro - RJ

O Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras está disponível no **site**

Voltar ao índice

"As ideias e opiniões expostas nos artigos são de responsabilidade exclusiva dos autores e podem não refletir a opinião da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior."

Secretaria de
Comércio e Serviços

Ministério do
Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA