



INFORMATIVO SCS

Ano 10, nº 021

01 de Fevereiro de
2016

**Informativo da Secretaria de Comércio e Serviços – SCS
Nº 021 – Ano 10 – Brasília, 01 de Fevereiro de 2016**

Sumário

1. MDIC	3
AEB ABRE INSCRIÇÕES PARA O ENASERV 2016	3
2. COMÉRCIO – REVENDEDORA DE VEÍCULOS	4
VENDA DE CARROS E COMERCIAIS LEVES NOVOS NO BRASIL CAI EM JANEIRO SOBRE UM ANO ANTES	4
3. COMÉRCIO – SHOPPING CENTER	5
BRASIL ABRE MENOS SHOPPINGS EM 2015, MAS VENDAS CRESCEM.....	5
4. SERVIÇOS - INTERNET	6
ACESSOS EM 4G ALCANÇAM ACESSOS EM BANDA LARGA FIXA.....	6
5. SERVIÇOS – MOBILIDADE URBANA	7
CRISE DERRUBA MOVIMENTAÇÃO DOS TÁXIS.....	7
6. SERVIÇOS – SOFTWARE E TI	8
MERCADO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DEVE CRESCER 2,6% EM 2016, APONTA IDC	8
7. SERVIÇOS - TELECOMUNICAÇÕES	10
TELEFONIA CELULAR PERDE 12 MILHÕES DE LINHAS EM DEZEMBRO, TV PAGA ENCOLHE.....	10
8. EMPREGO	11
INDÚSTRIA E COMÉRCIO SÃO 'VILÕES' DO EMPREGO	11
9. FRANQUIAS	12
FRANCHISING SE ADAPTA PARA MANTER CRESCIMENTO DE 8,3% EM 2015	12
FRANQUIAS ADAPTAM SEUS PRODUTOS PARA APROVEITAR DEMANDA 'OLÍMPICA'	14
10. CURTAS	16
CHILENOS ELEGEM O BRASIL PARA PASSAR FÉRIAS.....	16
GOVERNO ANUNCIA R\$83 BI DE CRÉDITO PARA TENTAR ESTIMULAR ECONOMIA	16
11. FEIRAS.....	17

1. MDIC

AEB abre inscrições para o ENAServ 2016

28 de janeiro de 2016

Fonte: Export News

A Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) promove a 19 de abril, em São Paulo, a 7ª edição do Encontro Nacional do Comércio Exterior de Serviços – ENAServ 2016, com o tema “Oportunidades no Mercado Externo de Serviços”. As inscrições, que são gratuitas, já estão abertas e podem ser feitas no site www.enaserv.com.br.

Segundo o presidente da AEB, José Augusto de Castro, o setor de serviços apresenta crescente vigor – tem crescido a taxas superiores às do crescimento do comércio de bens -, e está diretamente relacionado a importantes fluxos de investimentos diretos, assim como a atividades ligadas à inovação, à indústria e ao agronegócio. “O segmento é relevante para a retomada do crescimento econômico. As novas tecnologias de informação, a redução nos custos de transportes e o incremento dos negócios relacionados ao setor têm criado um cenário positivo para expandir o conjunto de serviços comercializáveis”, afirma.

De acordo com Castro, cresce o conteúdo de serviços no valor agregado das mercadorias, apesar disso o setor representa apenas 15% do comércio exterior do Brasil, embora responda por 70% do PIB e 63% da população ocupada, segundo dados de 2013.

O encontro vai reunir um time de especialistas para abordar a questão da inserção do Brasil no mercado internacional de serviços, apresentar casos de sucesso de internacionalização de empresas do setor, tendências e os desafios nas negociações internacionais, assim como perspectivas para exportações brasileiras e as oportunidades no mercado externo para o setor, dentre outros.

A expectativa é de um público de cerca de 600 participantes, entre empresários, executivos, autoridades do governo, dirigentes de entidades, consultores e especialistas, corretores e operadores, profissionais de bancos e seguradoras, representantes diplomáticos e comerciais, entre outros.

O ENAServ 2016 é promovido pela AEB, em parceria com a Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, com apoio da FECOMERCIO-SP (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo).

<http://www.exportnews.com.br/2016/01/aeb-abre-inscricoes-para-o-enaserv-2016/>

[Voltar ao índice](#)

2. Comércio – Revendedora de Veículos

Venda de carros e comerciais leves novos no Brasil cai em janeiro sobre um ano antes

29 de janeiro de 2016

Fonte: R7

As vendas de automóveis e comerciais leves novos no Brasil seguem em queda em janeiro, recuando mais de um terço sobre os licenciamentos de um ano antes, o que tem dado motivos para montadoras continuarem promovendo medidas de ajuste de produção que incluem demissões e férias coletivas.

Em janeiro até quinta-feira, as vendas de veículos leves novos no Brasil somaram 139,4 mil unidades, o que corresponde a uma média por dia útil de 7,3 mil veículos. Esta média é 37 por cento menor que a registrada em janeiro de 2015, de 11,6 mil unidades, informou uma fonte do setor com acesso aos dados de licenciamentos.

A associação de montadoras de veículos, Anfavea, divulga no próximo dia 4 os totais de vendas e produção do setor em janeiro.

Na véspera, a General Motors informou que vai demitir cerca de 800 trabalhadores de sua fábrica em São José dos Campos (SP), após fim de suspensão de contratos de trabalho iniciado em agosto passado. Na quarta-feira, a Fiat paralisou a maior parte da produção de sua fábrica em Betim (MG) por 20 dias ao conceder férias coletivas aos funcionários.

Na comparação com o mesmo período de dezembro, as vendas de veículos leves em janeiro até a quinta-feira tiveram queda 28 por cento, segundo os dados informados pela fonte.

A associação de montadoras, Anfavea, estima queda de 7,3 por cento nas vendas de veículos leves novos no Brasil este ano, para 2,3 milhões de carros e comerciais leves.

Uma outra fonte do setor informou também nesta sexta-feira que em janeiro até quarta-feira, as vendas de caminhões novos, uma espécie de termômetro do nível de investimento do setor privado, acumulavam queda de 42 por cento sobre o mesmo período do ano passado, para 3,8 mil unidades. Já os licenciamentos de ônibus novos mostravam queda de 39 por cento, a pouco mais de 1 mil unidades.

<http://noticias.r7.com/economia/venda-de-carros-e-comerciais-leves-novos-no-brasil-cai-em-janeiro-sobre-um-ano-antes-29012016>

[Voltar ao índice](#)

3. Comércio – Shopping Center

Brasil abre menos shoppings em 2015, mas vendas crescem

29 de Janeiro de 2016

Fonte: Varejista

O setor de shoppings centers no Brasil continua em expansão, apesar de estar havendo uma desaceleração na abertura de novos centros de compras. É o que mostra levantamento divulgado nesta quinta-feira (28) pela Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).

Em 2015, foram inaugurados 18 novos shoppings, ao passo que em 2014, segundo a entidade, foram 25. A projeção da Abrasce no início do ano passado era de uma abertura de 26 empreendimentos. Já em 2013 foram abertos 38.

Mas a Abrasce comemora a alta de 6,5% nas vendas em relação a 2014, atingindo o total de R\$ 151,5 bilhões. O Sudeste concentrou o maior faturamento em 2015: R\$ 87 bilhões. E a associação estima que o mesmo ritmo de crescimento nas vendas ocorra este ano. Já o número de lojas cresceu 3,1%, totalizando 98,2 mil estabelecimentos comerciais.

O país terminou o ano passado com um total de 538 shopping centers, em 196 cidades – crescimento de 3,5% em relação a 2014, quando havia 520 empreendimentos em 188 cidades.

O Sudeste concentra 58% dos centros de compra, assim como o maior número de novos empreendimentos em 2015: 8. O Nordeste vem na sequência, com 7 inaugurações em 2015.

Dos novos shoppings, 12 foram abertos fora das capitais (67%) e 7 cidades receberam seu primeiro centro de compras.

Interiorização

De acordo com Glauco Humai, presidente da Abrasce, é prematuro falar em desaquecimento no setor, pois muitos shoppings são projetados 4 ou 5 anos antes da abertura. “Quanto maior o setor, aumenta a probabilidade de menor abertura de inaugurações. Acho que seja um processo natural a quantidade de inaugurações diminuir”, diz.

E a entidade informou não ter conhecimento de fechamentos de shoppings em 2015, como o registrado em Sorocaba, no final de 2015.

<http://www.varejista.com.br/noticias/11542/brasil-abre-menos-shoppings-em-2015-mas-vendas-crescem>

[Voltar ao índice](#)

4. Serviços - Internet

Acessos em 4G alcançam acessos em banda larga fixa

30 de Janeiro de 2016

Fonte: *Jornal do Brasil*

O número de acessos em banda larga móvel pela tecnologia 4G chegou a 25,4 milhões em todo o Brasil, igualando-se ao número de acessos em banda larga fixa, segundo dados da Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil), relativos a dezembro de 2015. O crescimento do acesso em banda larga 4G mostra que o Brasil, assim como o mundo, fez uma opção pelo acesso móvel.

O crescimento da cobertura de 4G também foi expressivo. De acordo com o balanço de dezembro, o 4G está em 469 municípios, que concentram mais da metade da população brasileira (55%). No período de 12 meses, o número de municípios com cobertura da banda larga móvel de quarta geração triplicou, com implantação da tecnologia em 322 novas cidades.

A banda larga móvel, considerando os acessos em 3G e 4G, fechou o ano de 2015 com 191,8 milhões de acessos, com crescimento de 14% em relação ao ano anterior. As redes de 3G já estão instaladas em 4.420 municípios, que concentram 95% da população brasileira. Na banda larga total, considerando fixa e móvel, o balanço de 2015 mostra um total de 217,2 milhões de acessos, apresentando um crescimento de 13% no ano.

A banda larga móvel vem se colocando como o principal veículo de inclusão social e digital, no mundo e especialmente entre os brasileiros. Mesmo assim, os usuários vêm sendo penalizados com alta de impostos. Desde o início deste ano, 12 Unidades da Federação aumentaram as alíquotas de ICMS sobre os serviços de telecomunicações, incluindo banda larga. Além disso, desde 1º de janeiro, o governo federal recuou na Lei do Bem, que zerava as alíquotas de PIS/Cofins dos celulares multifuncionais (smartphones), o que fez aumentar o preço dos aparelhos para os brasileiros, sobretudo os de menor renda.

O aumento de impostos e a ausência de políticas de incentivo ao uso da banda larga móvel podem fazer o país regredir na inclusão social e digital de milhões de cidadãos, comprometendo a capacidade de retomada do crescimento do Brasil.

<http://www.jb.com.br/ciencia-e-tecnologia/noticias/2016/01/30/acessos-em-4g-alcancam-acessos-em-banda-larga-fixa/>

[Voltar ao índice](#)

5. Serviços – Mobilidade Urbana

Crise derruba movimentação dos táxis

29 de Janeiro de 2016

Fonte: DCI

A redução no número de passageiros foi sentida por 94% dos taxistas brasileiros, segundo levantamento da Confederação Nacional dos Transportes (CNT), divulgadas ontem (28).

Segundo a pesquisa, para 43% dos entrevistados, o motivo foi a crise econômica do País e 30,3% consideram que a causa seja consequência do transporte clandestino/ilegal, onde entra o Uber - aplicativo de celular para transporte de pessoas. Mais de dois terços (72%) são taxistas há mais de cinco anos e 93,9% possuem veículos com até seis anos de uso. A maior parte (45,7%) concluiu o ensino médio.

Os taxistas comentaram o que pensam sobre o aplicativo Uber. Entre os 92,1% que já ouviram falar desse serviço de transporte de passageiros, 72,0% disseram ser contra a legalização. 59,9% consideram a possibilidade de oferecer um serviço diferenciado em seu táxi para torná-lo mais vantajoso na concorrência com o Uber. Nas cidades onde o Uber opera (Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo), 68,6% dos taxistas perceberam impacto negativo em sua atividade devido a esse serviço, com retração de passageiros.

Renda

A renda mensal líquida dos entrevistados é de R\$ 2.675,42, e eles afirmaram gastar, em média, mais de R\$ 1.300 por mês com combustível. Ao relatar os entraves da profissão, a burocracia para obter a permissão é apontada por 41,7% como o principal problema para se tornar taxista e 57,8% defendem a maior fiscalização ao transporte clandestino/ilegal.

Desafios

Segundo o presidente da CNT, Clésio Andrade, outro problema identificado na pesquisa foi a situação da economia. "A maior parte [dos entrevistados] observou queda de demanda em 2015 devido à crise econômica", disse ele, comunicado. Além desses problemas, também foram apontados o impacto do alto preço do combustível na atividade e o excesso de burocracia para obter a permissão para exercer a profissão de taxista.

"Há alguns pontos negativos que precisam de soluções urgentes. Mais de um quarto dos taxistas já sofreu assalto pelo menos uma vez nos últimos dois anos. A competição com o Uber também preocupa a categoria, que já percebe a redução do número de passageiros", completa o executivo.

Entre os pontos positivos citados em relação à profissão, 62,3% alegam ter autonomia para definir o horário de trabalho é um grande diferencial, e 40,7% gostam da flexibilidade da jornada. Mas 74,6% consideram a profissão perigosa e 51,4%, desgastante.

<http://www.dci.com.br/servicos/crise-derruba-movimentacao-dos-taxis-id524646.html>

[Voltar ao índice](#)

Elaboração: Departamento de Políticas de Comércio e Serviços - Secretaria de Comércio e Serviços

7

"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. Serviços – Software e TI

Mercado de tecnologia da informação deve crescer 2,6% em 2016, aponta IDC

31 de Janeiro de 2016

Fonte: UOL

A queda na comercialização de dispositivos e a transição no segmento de telecomunicações devem restringir o crescimento do mercado de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) em 2016. De acordo com a consultoria IDC Brasil, a expansão projetada para o ano é de 2,6%, apoiada por internet das coisas, serviços em nuvem (Cloud), pagamentos móveis e big data. Ainda assim, trata-se de um ritmo mais fraco que a estimativa de cerca de 5% para 2015.

As vendas em 2016 devem ficar em torno de 40 milhões de celulares, seis milhões de PCs e cinco milhões de tablets, correspondentes a baixas anuais de cerca de 10%, 30% e 30%, respectivamente, afirmou o gerente de consultoria e pesquisa de consumo, Reinaldo Sakis. Apesar da baixa no volume, o executivo explicou que as quedas em valor são menos acentuadas, uma vez que os consumidores estão preferindo comprar equipamentos mais avançados.

"Vai ser um ano difícil porque não vamos vender 50 milhões ou 60 milhões de celulares como se falava há algum tempo. Já chegamos a ter números muito altos por causa da vontade dos usuários. Mas motivos econômicos, de mercado e o dólar alto estão atrapalhando a venda de dispositivos", afirmou o executivo. Ele ressaltou, no entanto, que o Brasil ainda é o sexto maior mercado de celulares do mundo, ao mesmo tempo em que se posiciona como oitavo em PCs e décimo em tablets.

Reinaldo Sakis contou ainda que, em conversas com empresários, os números da IDC Brasil foram considerados cautelosos e que as vendas no segundo semestre tendem a ser melhores, por causa de datas comerciais, como Black Friday e Natal. Entretanto, Sakis ainda evita estimar um horizonte de recuperação e crescimento para o comércio de dispositivos.

Outro segmento que deve enfrentar dificuldades em 2016 é o de telecomunicação. Para o gerente da área na IDC Brasil, João Paulo Bruder, o mercado de serviços corporativos (business) fechará 2016 com uma queda de 0,5% em comparação com 2015. Esse movimento é decorrente de perdas em serviços de voz fixa e móvel, o que não deve ser compensado pelo crescimento em dados e datacenters.

Com isso, as operadoras serão forçadas a investir mais em infraestrutura de redes, com foco na transmissão de dados sobre 3G e LTE Advanced. O único lado positivo para as operadoras no momento de transição em telecomunicações é o aumento da contratação de serviços pós-pagos, que possuem ticket maior e geram previsibilidade para as empresas.

Elaboração: Departamento de Políticas de Comércio e Serviços - Secretaria de Comércio e Serviços

Fatores de ajuda

Dentre os fatores que devem apoiar o mercado de TIC, os executivos citaram internet das coisas, serviços em nuvem (Cloud) e pagamentos móveis. João Paulo Bruder explicou que, em 2016, mais de 30% de todas as operações financeiras serão feitas a partir de pagamentos móveis, o que inclui aplicativos de celular para serviços bancários, de transporte e compra de presentes, por exemplo. Para efeito de comparação, essa fatia chegava a 10% em 2014 e atingia cerca de 2% em 2012.

O movimento em pagamentos móveis deve ser direcionado por um aumento da população bancarizada no País, ou seja, pessoas que possuem contas em bancos, ao mesmo tempo em que a oferta de internet 4G cresce no Brasil e os celulares em operação apresentam capacidade maior de implementar esses processos.

Os executivos do IDC também apontaram, diante da crise econômica nacional, que os setores de tecnologia das empresas sofrerão uma pressão crescente de áreas de negócios, uma vez que essa será uma das grandes soluções para aumento de eficiência e diferenciação competitiva. "As empresas perceberam que só reduzir o custo não funciona, porque volta em dobro no futuro. A busca hoje é por eficiência e diferenciação ao modificar processos", afirmou o gerente da área de enterprise, Pietro Delai.

<http://www.atarde.uol.com.br/economia/noticias/1743744-mercado-de-tecnologia-da-informacao-deve-crescer-26-em-2016-aponta-idc>

[Voltar ao índice](#)

7. Serviços - Telecomunicações

Telefonia celular perde 12 milhões de linhas em dezembro, TV paga encolhe

29 de Janeiro de 2016

Fonte: Reuters

A base de telefonia celular do Brasil encolheu em quase 12 milhões de linhas entre novembro e dezembro do ano passado, num forte aumento na tendência de queda nas linhas pré-pagas, enquanto a base pós-paga se manteve relativamente estável, segundo dados divulgados nesta sexta-feira pela agência reguladora do setor, Anatel.

Além da queda na telefonia celular, que em 2015 acumulou perda de cerca de 23 milhões de linhas ativas sobre 2014, a indústria de telecomunicações do país também amargou em dezembro novo recuo no número de clientes de televisão por assinatura.

Segundo os dados da agência, a base de assinantes de TV paga do país terminou 2015 em 19,05 milhões, uma queda de 2,7 por cento sobre a base de 2014.

Especialistas consultados pela Reuters comentaram recentemente que entre os motivos para a forte queda na base de telefonia celular do país, além da recessão, está o uso cada vez mais popular de aplicativos de mensagens como o WhatsApp. A combinação tem incentivado usuários a reduzir o número de chips em uso por aparelho o que acaba achatando a base nacional compilada pela agência.

Em dezembro, o número de chips pré-pagos em uso no país somou 184,5 milhões ante 196,6 milhões em novembro. Na comparação com o dezembro de 2014, houve uma redução de 16,3 milhões de linhas ativas. Enquanto isso, a base pós-paga teve leve crescimento entre 2014 e 2015, passando de 67,8 milhões para 73,2 milhões.

Vivo, que em novembro chegou a ver sua base de linhas subir, teve desconexões de 6,2 milhões de acessos em dezembro. Na sequência, a TIM teve cerca de 3 milhões de desligamentos de linhas, enquanto Claro viu a base recuar em 1,4 milhão de linhas e a Oi em 1,1 milhão. A Nextel foi a única das grandes operadoras do país a manter sua base em dezembro, ficando em 2,5 milhões de acessos.

Na TV por assinatura o movimento de retração verificado desde meados do ano passado continuou em dezembro, com perda de 117,3 mil clientes ante novembro, para 19,050 milhões de assinantes. A maior parte da queda ocorreu nos serviços de TV por satélite, cuja base caiu a 11,1 milhões de assinantes no final de 2015. Enquanto isso, os serviços via fibra ótica e a cabo tiveram incrementos leves, para 170.763 mil e 7.753.653 pagantes, respectivamente.

<http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRKCN0V72QF>

[Voltar ao índice](#)

8. Emprego

Indústria e comércio são 'vilões' do emprego

29 de Janeiro de 2016

Fonte: Varejista

As demissões na indústria e no comércio foram os principais fatores que, em 2015, impulsionaram o aumento do desemprego e a queda da renda do trabalhador, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Entre dezembro de 2014 e dezembro do ano passado, a indústria teve queda de 8,4% no número de trabalhadores (quase 300 mil pessoas) e o comércio, de 2,5% (112 mil pessoas). Já a construção teve queda de 1,2% (20 mil pessoas).

A pesquisa considera dados das regiões metropolitanas de Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre.

Salário na construção cai 10%

O aumento do desemprego também afetou o salário dos trabalhadores. A renda média em 2015, descontando o efeito da inflação, foi de R\$ 2.235,50 -- 5,8% menor que no ano anterior. Essa foi a primeira queda no rendimento dos trabalhadores registrada desde 2004.

A principal queda salarial foi na construção: quase 10%. Em 2014, profissionais dessa área tinham rendimento médio de R\$ 2.136,87, valor que caiu para R\$ 1.925,30 em 2015.

"O processo de perda de ocupação ocorreu principalmente na indústria, que é uma atividade que registra salários maiores do que no comércio e na própria construção, que também dispensaram muita gente em 2015", afirmou Adriana Beringuy, coordenadora da pesquisa.

"As demissões [indústria, comércio e construção] puxaram tanto a redução da ocupação quanto a redução do rendimento no ano passado", disse. Desemprego vai a 6,9%

De acordo com o IBGE, o desemprego foi de 6,9% em dezembro do ano passado. O resultado representa uma queda em relação a novembro (7,5%), mas foi a maior taxa para o mês desde 2007 (7,4%).

De janeiro a dezembro de 2015, o desemprego no Brasil foi de 6,8%, em média. Isso mostra uma alta de 2 pontos percentuais na comparação com 2014 (4,8%), a maior registrada desde que a pesquisa começou, em 2003.

<http://www.varejista.com.br/noticias/11540/industria-e-comercio-sao-viloes-do-emprego>

[Voltar ao índice](#)

9. Franquias

Franchising se adapta para manter crescimento de 8,3% em 2015

31 de janeiro de 2016

Fonte: IN

O franchising brasileiro enfrentou a atual realidade econômica do País com resiliência e criatividade. De acordo com a pesquisa do desempenho de 2015 divulgada pela ABF – Associação Brasileira de Franchising, o setor registrou no ano passado um crescimento de 8,3%, atingindo R\$ 139,593 bilhões. Entre os destaques revelados pelo balanço do franchising em 2015 está a maior capilaridade das redes, dentro e fora do País. De acordo com a pesquisa, o movimento do franchising para o interior do País se tornou mais intenso, chegando a cidades com menos de 50 mil habitantes.

“Atenta a essa tendência, nos últimos anos, a ABF tem apoiado o mercado, levando informação e capacitando empreendedores por todo o Brasil, tendo a capilaridade como um dos seus pilares estratégicos”, explica a presidente da ABF, Cristina Franco.

O balanço de 2015 também revelou que o crescimento do setor se deu de maneira mais acentuada nas regiões Nordeste e Centro-Oeste em relação aos tradicionais centros de negócios do país. A presença do franchising nos municípios brasileiros atingiu 40% no ano passado, ante a 37% em 2014.

Em 2015, o trabalho em rede demonstrou ser um fator chave para a manutenção do crescimento do setor. As marcas usaram seu poder de negociação e o know-how compartilhado para enfrentar a nova realidade do País. “Essa estrutura permitiu que muitas redes não repassassem integralmente as pressões inflacionárias para o preço final de seus produtos e serviços. Além disso, as franquias, de forma geral, têm ticket médio compatível com o bolso do brasileiro”, afirma Claudio Tieghi, diretor de inteligência de mercado, relacionamento e sustentabilidade da ABF.

Segundo Cristina Franco, a Associação tem acompanhado trimestralmente o desempenho e os desafios das franquias com o intuito de oferecer instrumentos para que o setor atravesse esse período da melhor forma possível. “As redes conseguiram manter um bom ritmo durante os três primeiros trimestres do ano passado, porém o desempenho do último trimestre foi inferior às expectativas, o que refletiu no balanço anual”, afirma a presidente.

O estudo da ABF indica que o franchising brasileiro atingiu a marca de 1,189 milhão de trabalhadores diretos em 2015. No ano, foram abertos mais de 90 mil postos de trabalho.

De acordo com o levantamento, o número de unidades de franquia em operação no Brasil chegou a 138.343 no ano passado, resultando numa expansão de 10,1% em relação a 2014. O movimento de abertura e fechamento de pontos de venda ao longo do ano resultou em um saldo de 12.702 novas unidades franqueadas.

Os dados apurados pela ABF indicam que existem no País mais de 3 mil marcas em operação, registrando um aumento de 4,5% no número de redes em relação a 2014. Dessas, 95% são de origem nacional. Em 2015, 131 novas marcas de diferentes segmentos iniciaram operações de franchising. Dentre elas estão Casa Bauducco, Cia. dos Livros, Di Pollini, Espaço Laser e Paris Jóias.

O estudo indica que 28 marcas iniciaram atividade fora do Brasil no ano passado, totalizando 134 redes brasileiras com operações no exterior. A intensificação

Elaboração: Departamento de Políticas de Comércio e Serviços - Secretaria de Comércio e Serviços

da participação das redes brasileiras em missões comerciais, feiras e rodadas de negócios internacionais tem contribuído decisivamente para que cada vez mais marcas made in Brazil operem ao redor do mundo. “O recrudescimento da economia brasileira, a desvalorização do real e a recuperação de mercados como dos Estados Unidos intensificaram o movimento de internacionalização de franquias brasileiras. Nesse sentido, as missões internacionais e o esforço de promoção das redes de forma conjunta entre a ABF e a Apex estão ajudando a pavimentar este caminho, que ainda tem muito a ser percorrido”, afirma Tieghi. Alguns exemplos de marcas que abriram seus horizontes internacionais são Bibi, Clube Melissa, Lilica & Tigor, Liz e Mundo Verde.

O mercado mais procurado continua a ser os Estados Unidos, com 37 marcas, seguido de Paraguai (25), Portugal (21), Argentina (16) e México (13). Os segmentos de Alimentação (18%), Esporte, Saúde, Beleza e Lazer (17%), Acessórios Pessoais e Calçados (15%), Educação e Treinamento (12%) e Negócios, Serviços e Outros Varejos (11%) são os mais internacionalizados.

Evolução do faturamento por segmento

De acordo com a pesquisa, Acessórios Pessoais e Calçados apresentou a maior variação de receita, crescendo 12,0% na comparação com 2014. O segmento foi beneficiado, entre outros fatores, pelo profissionalismo na entrega de produtos e serviços, variação cambial e ticket médio baseado no tripé qualidade, design e preço. Marcas como Óticas Carol, Óticas Diniz, Chilli Beans, Carmen Steffens e Havaianas são exemplos dessa expansão.

Registrando um crescimento de 10,2%, Negócios, Serviços e Outros Varejos ficou na segunda posição. Os destaques deste segmento são AM PM Mini Market, BR Mania, Correios, Dia e Seguralta – Bolsa de Seguros.

Hotelaria e Turismo alcançou o terceiro lugar, com faturamento 9,0% maior. As marcas que representam o segmento são CVC Brasil, TAM Viagens, Accor Hospitality, Flytour Franchising e CI.

A receita do segmento Alimentação cresceu 8,9%, colocando-o em quarto lugar. As promoções e a frequente adequação do cardápio à nova realidade do consumidor garantiram esse crescimento. Entre as redes, destacam-se Subway, Cacau Show, McDonald’s, Bob’s e Nosso Bar.

O segmento de Serviços Automotivos ficou com a quinta posição, registrando um faturamento 8,8% maior no período, beneficiado pelo crescimento da demanda de serviços como mecânica e manutenção de veículos. As marcas representantes do segmento são Jet Oil, Lubrax Mais, Localiza Rent a Car, Multipark e Acquazero.

Projeções para 2016

Tendo como referência as pesquisas trimestrais de desempenho realizadas pela ABF e os indicadores econômicos, a Associação projeta para o setor um crescimento de 6% a 8% em faturamento; de 8% a 10% em número de unidades e de 4% a 6% em número de marcas.

<http://www.investmentosenoticias.com.br/financas-pessoais/franquias/franchising-se-adapta-para-manter-crescimento-de-8-3-em-2015>

Franquias adaptam seus produtos para aproveitar demanda 'olímpica'

01 de Fevereiro de 2016

Fonte: DCI

Com a aproximação dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, marcas desenvolvem itens e serviços para atrair turistas, que poderão aproveitar a desvalorização do real para gastar mais

De olho na demanda de turistas que virão ao Brasil para a Olimpíada neste ano, redes de franquias preparam produtos e serviços especiais para o megaevento. O movimento deve elevar os ganhos de redes como Yes, Maria Brasileira e Havaianas e já indica a importância crescente dos negócios relacionados ao esporte, indo além das lojas temáticas de clubes de futebol.

No caso da Olimpíada, que começa em agosto no Rio de Janeiro, as empresas que já escolheram seus planos de negócios devem sair à frente. Exemplo disso, a rede de serviços de limpeza, cuidados e conservação de ambientes Maria Brasileira espera obter alta de 20% na procura por serviços durante o evento.

Isso porque a marca conta com quatro unidades que atendem a zona oeste do Rio de Janeiro, local onde acontecerá a maior parte das competições. "O volume de solicitações de serviços como, por exemplo, babás para visitantes estrangeiros, diaristas para os apartamentos e motoristas para o traslado dos visitantes vai aumentar", diz o franqueado Geraldo Estolano, proprietário das unidades da Barra da Tijuca e Recreio dos Bandeirantes.

O executivo lembra ainda que a rede fechou parceria com a Khaya Media, especializada em acomodar pessoas que vão a eventos esportivos a trabalho, para oferecer o serviço de limpeza para as cerca de 700 acomodações que já estão reservadas para o evento.

Outro exemplo é a escola de idiomas Yes. A marca, agora, passou a intensificar o chamado "Speedy". Trata-se de um curso desenvolvido para profissionais de apoio ao turista, com foco em temas bem específicos da área como taxistas, garçons, recepcionistas, camareiras, policiais, vendedores e outros profissionais.

A aposta das redes não é sem motivo: a expectativa do governo federal é que o País receba mais de 350 mil visitantes no período de competições. Outro apoio deve ser o gasto dos turistas internacionais. "Nós temos hoje um câmbio favorável aos estrangeiros", explica a presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Cristina Franco. Para ela, a desvalorização do real frente ao dólar e ao euro, pode beneficiar os negócios locais. "É uma grande oportunidade para mostrar nossos produtos", completou.

É de olho nesse gasto extra do estrangeiro que a Havaianas tem aproveitado bons resultados de vendas com produtos licenciados com a marca Olimpíada Rio 2016. De acordo com o diretor executivo de comunicação do Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos Rio 2016, Mario Andrada, a marca de chinelo é a que mais vende. Levantamento do COI revela que as vendas

da marca já superaram em 15% a previsão inicial. Ao todo, explica ele, a previsão é que o comércio de licenciados some R\$ 1 bilhão.

Além da Olimpíada

A associação entre boas vendas e negócios esportivos vão muito além da Olimpíada e das lojas temáticas de clubes. A AR Fast Food, por exemplo, ganhou o direito de administrar as operações alimentícias dentro da Arena Corinthians, em São Paulo. Com redes como Patroni, Bob's, Domino's e Vivenda do Camarão, o presidente e dono da empresa, Juliano Spinelli, garante que adaptar o negócio para atender esse público não é fácil, mas é bem rentável. "Da Patroni, por exemplo, vendemos cerca de mil pedaços de pizza por jogo", disse ele.

A empresa tem direito de uso da área alimentar do estádio corintiano até 2025, em um modelo de negócio ainda pouco conhecido no Brasil, mas consagrado em países europeus e nos Estados Unidos.

<http://www.dci.com.br/comercio/franquias-adaptam-seus-produtos-para-aproveitar-demanda-olimpica--id525023.html>

[Voltar ao índice](#)

10. Curtas

Chilenos elegem o Brasil para passar férias

31 de Janeiro de 2016

Fonte: Brasil Turis

Segundo dados da Decolar.com, agência online de turismo, um em cada três viajantes chilenos escolhe o Brasil como destino para passar as férias. Comparado ao mesmo período do ano passado, a quantidade de passagens aéreas e pacotes vendidos triplicaram, representando um aumento de 180%. Viajar para o Brasil em 2016 está 16% mais barato se comparado com a mesma época do ano anterior.

Os chilenos optam por estadias de oito dias, em média. Os top destinos escolhidos são: Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Natal, Maceió e Florianópolis.

Nos últimos meses, o Real teve uma desvalorização média de 19% em relação ao dólar. Esse é o fator determinante pelo aumento da procura dos países vizinhos, como Argentina e Chile, pelos destinos brasileiros, além da redução das tarifas. Isso permite preços mais competitivos e atrativos.

Governo anuncia R\$83 bi de crédito para tentar estimular economia

29 de Janeiro de 2016

Fonte: Administradores

linha de crédito tem o objetivo de ajudar empresas brasileiras a enfrentarem a recessão, que pode ser a pior em um século

O governo federal vai colocar na economia 83 bilhões de reais em crédito por meio dos bancos estatais, em uma tentativa de reaquecer a economia do país, disse à Reuters nesta quinta-feira uma fonte familiarizada com a medida.

A linha de crédito tem o objetivo de ajudar empresas brasileiras a enfrentarem a recessão, que pode ser a pior em um século.

[Voltar ao índice](#)

11. Feiras

01/02/2016 até 05/02/2016 - SHOW RURAL COOPAVEL

Setor: Agronegócio

Local: Show rural Coopavel

Cidade: Cascavel – PR

16/02/2016 até 19/02/2016 - ABIMAD

Setor: Madeira e Móveis

Local: Expo Center Norte

Cidade: São Paulo – SP

16/02/2016 até 19/02/2016 - BURDA EXPO 2016

Setor: Artesanato, Artes e Coleções

Local: Centro de Eventos São Luís

Cidade: São Paulo – SP

16/02/2016 até 19/02/2016 - VITÓRIA STONE FAIR / MARMOMACC LATIN AMERICA

Setor: Mineração

Local: Carapina Centro de Eventos

Cidade: Serra – ES

17/02/2016 até 18/02/2016 – BIJOIAS

Setor: Joias, Bijuterias, Pedras e Metais Preciosos

Local: Centro de Convenções Frei Caneca

Cidade: São Paulo – SP

23/02/2016 até 25/02/2016 - SUPERSHOWROOM 2016

Setor: Madeira e Móveis

Local: Expominas

Cidade: Belo Horizonte – MG

27/02/2016 até 01/03/2016 - CRAFT DESIGN

Setor: Utilidades do Lar

Local: Centro de Convenções Frei Caneca

Cidade: São Paulo – SP

29/02/2016 até 03/03/2016 - D.A.D.

Setor: Artesanato, Artes e Coleções

Local: Expo Center Norte

Cidade: São Paulo – SP

02/03/2016 até 06/03/2016 - SALÃO IMOBILIÁRIO DE PERNAMBUCO**Setor:** Engenharia e Arquitetura**Local:** Centro de Convenções de Pernambuco**Cidade:** Olinda – PE**04/03/2016 até 13/03/2016 - EXPOPARANAÍ****Setor:** Agronegócio**Local:** Parque de Exposições Presidente Arthur da Costa e Silva**Cidade:** Paranaíba- PR**04/03/2016 até 13/03/2016 - FEIARTE****Setor:** Artesanato, Artes e Coleções**Local:** CEPUC - Centro de Eventos da PUC/RS**Cidade:** Porto Alegre - RS**08/03/2016 até 13/03/2016 - FEIRA DO BEBÊ E GESTANTE****Setor:** Comércio Varejista, Atacadista e Franquias**Local:** Minascentro**Cidade:** Belo Horizonte – MG**08/03/2016 até 11/03/2016 – AGRESTE TEX****Setor:** Têxtil, Confecção e Vestuário**Local:** Polo de Caruaru**Cidade:** Caruaru – PE**10/03/2016 até 12/03/2016 - SALÃO PARANAENSE DE TURISMO****Setor:** Turismo**Local:** Expo Unimed**Cidade:** Curitiba – PR**14/03/2016 até 18/03/2016 – MOVELSUL BRASIL****Setor:** Madeira e Móveis**Local:** Parque de Eventos de Bento Gonçalves**Cidade:** Bento Gonçalves – RS**15/03/2016 até 17/03/2016 - ALJOIAS****Setor:** Joias, Bijuterias, Pedras e Metais Preciosos**Local:** Centro Municipal de Eventos de Limeira**Cidade:** Limeira – SP

O Calendário Brasileiro de Exposições e Feiras está disponível no [site](#)

[Voltar ao índice](#)

Secretaria de
Comércio e Serviços

Ministério do
**Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior**

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA