



INFORMATIVO SCS

Ano 10, nº 039
01 de Março de 2016

Informativo da Secretaria de Comércio e Serviços – SCS
Nº 039 – Ano 10 – Brasília, 01 de Março de 2016

Sumário

1. COMÉRCIO	3
MOVIMENTO DO COMÉRCIO ABRE 2016 COM QUEDA DE 1,4%	3
VOLUME DAS COMPRAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS E ARTIGOS DE LIMPEZA CAIU 2% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR; GASTOS COM ESSES ITENS TAMBÉM DIMINUIU.....	4
2. COMÉRCIO – REVENDEDORA DE VEÍCULOS	6
FINANCIAMENTO DE VEÍCULOS RECUA 13,3% EM 2015, REGISTRA ANEF.....	6
3. COMÉRCIO - SUPERMERCADOS.....	8
VENDAS DOS SUPERMERCADOS CAEM 19,64% EM JANEIRO	8
PÁSCOA 2016: 41,9% DOS SUPERMERCADISTAS ESPERAM VENDAS ESTÁVEIS	9
4. COMÉRCIO - VAREJO.....	11
APÓS FECHAR QUASE 100 MIL LOJAS EM 2015, VAREJO VÊ CENÁRIO ADVERSO PARA ESTE ANO	11
VAREJISTAS PREPARAM ESTOQUE MENOR POR RECEIO DE CENÁRIO RUIM NA PÁSCOA	13
5. SERVIÇOS – PLANOS DE SAÚDE	15
ANS SUSPENDE COMERCIALIZAÇÃO DE 46 PLANOS DE SAÚDE.....	15
6. CURTAS	17
EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR TEM ALTA DE 0,1% EM FEVEREIRO.....	17
MICROSOFT VAI FECHAR SUAS LOJAS OFICIAIS FÍSICAS NO BRASIL	17
7. FEIRAS.....	18

1. Comércio

Movimento do Comércio abre 2016 com queda de 1,4%

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: IN

O Movimento do Comércio caiu 1,4% em janeiro de 2016 (na série com ajuste sazonal), de acordo com os dados do varejo apurados pela Boa Vista SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito). Na avaliação dos valores acumulados em 12 meses, a tendência de queda foi ainda mais acentuada, atingindo 3,4%. Já na avaliação contra o mesmo mês do ano anterior, a queda observada foi de 6,1%.

O resultado marca novo recorde negativo na série histórica do indicador, iniciada em 2010. Desta forma, janeiro continua a consolidar a tendência de queda mostrada pelo varejo, que desde julho de 2015 ano já se encontrava em território negativo. Fatores como elevação de juros, piora do mercado de trabalho, queda no consumo das famílias e inflação em patamar elevado podem ser considerados como os principais condicionantes deste cenário.

Para 2016, o cenário econômico continua desafiador, com as mesmas adversidades vivenciadas no ano passado, fator que deverá influenciar negativamente a confiança do consumidor e conseqüentemente as vendas do varejo para o ano, possivelmente registrando outro ano de perdas.

Setores

Na análise mensal, dentre os principais setores, o setor de “Móveis e Eletrodomésticos” apresentou queda de 4,6% entre dezembro e janeiro, descontados os efeitos sazonais. Nos dados sem ajuste sazonal, a variação acumulada em 12 meses foi de -5,5%.

A categoria de “Tecidos, Vestuários e Calçados” subiu 2,4% no mês, expurgados os efeitos sazonais. Já na comparação da série sazonal, nos dados acumulados em 12 meses houve recuo de 6,1%.

A atividade do setor de “Supermercados, Alimentos e Bebidas” subiu 1,0% no mês na série dessazonalizada. Na série sem ajuste acumulada em 12 meses houve queda de 2,4%.

Por fim, o segmento de “Combustíveis e Lubrificantes” apresentou pequena elevação de 0,2% no mês – considerando dados dessazonalizados. Na série sem ajuste por sazonalidade, a variação acumulada em 12 meses apresentou queda de 3,8%.

<http://www.investimentosenoticias.com.br/noticias/negocios/movimento-do-comercio-abre-2016-com-queda-de-1-4>

Volume das compras de alimentos, bebidas e artigos de limpeza caiu 2% em relação ao ano anterior; gastos com esses itens também diminuiu*01 de Março de 2016**Fonte: Isto é Dinheiro*

As quantidades consumidas de itens básicos, como alimentos, bebidas e artigos de higiene e limpeza, deram marcha à ré no ano passado e voltaram para os níveis de 2010. Em 2015, o volume desses itens comprados pelas famílias caiu 2% em relação ao ano anterior. Já o valor gasto ficou estável, o que significa uma queda real de cerca de 10%, considerada a inflação.

Publicidade

“Foi a primeira vez que efetivamente andamos para trás”, diz Christine Pereira, diretora da Kantar Wordpanel, empresa de pesquisa que visita semanalmente 11 mil lares brasileiros para tirar uma fotografia do que os 51 milhões de domicílios espalhados pelo País, de fato, consomem de uma cesta com 150 categorias de produtos.

Essa freada interrompeu uma sequência de crescimento de quantidades consumidas de bens não duráveis que vinha praticamente desde 2008. Em termos de valor, o gasto sempre crescia, ano a ano, na casa de dois dígitos, lembra Christine. “À medida que o brasileiro ganhava mais, ele gastava mais”, observa a especialista, ressaltando que, em 2015, por causa da crise da economia nacional, esse quadro mudou.

Outro dado que confirma esse cenário ruim foi o desempenho de vendas dos supermercados em 2015, que caíram 1,9%, descontada a inflação. Foi a primeira retração em nove anos.

Para 2016, a tendência do consumo de itens básicos não deve ser diferente. Em janeiro, as vendas dos supermercados brasileiros recuaram 3,38% ante o mesmo mês de 2015, já descontada a inflação do período, que foi de 1,27%, segundo o índice oficial (IPCA). “A queda de vendas de janeiro veio acima do esperado”, afirma o presidente do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Sussumu Honda, que atribui o péssimo desempenho à alta de preços dos alimentos, que ficaram 2,28% mais caros em janeiro. Diante do cenário de aumento do desemprego e da inflação, Honda espera nova retração nas vendas este ano entre 1,5% e 2%.

Christine explica que o consumo das famílias brasileiras é sustentado pelo trinômio inflação, renda e emprego, e que esses três pilares estão abalados pela crise. Tanto é que a pesquisa da Kantar revela que, em 2015, houve queda nas quantidades compradas de alimentos, bebidas e artigos de higiene e limpeza em todos os estratos sociais em relação ao ano anterior, exceto entre a população de menor renda, das classes D e E. Essas classes ampliaram os volumes em 1% em relação a 2014.

Atacarejo. Diante do aperto no bolso, a diretora da Kantar observa que o consumidor está cada vez mais racional, reduzindo as visitas às lojas e a frequência de compras daqueles itens de maior valor que passaram a fazer parte da lista nos últimos tempos. São eles: fraldas, chocolate, creme de leite e molho para salada, por exemplo.

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

Foi nesse contexto de aperto que o atacarejo, modelo de loja que mistura atacado com varejo e vende produtos com preço unitário mais em conta, ganhou força em 2015. No ano passado, esse foi o único formato de loja que cresceu em vendas: 26% em número de unidades sobre o ano anterior e 32% em valor. “O atacarejo foi o canal que mais ganhou participação nos gastos das famílias em 2015”, ressalta Christine.

<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/economia/20160301/consumo-das-familias-cai-volta-nivel-2010/347866>

[Voltar ao índice](#)

2. Comércio – Revendedora de Veículos

Financiamento de veículos recua 13,3% em 2015, registra ANEF

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: IN

O financiamento de veículos novos, em 2015, acompanhou o fraco desempenho da economia. O balanço consolidado pela ANEF, entidade que representa os bancos de montadoras, registrou queda de 13,3% do saldo das carteiras (CDC e Leasing). Na visão da entidade, o cenário econômico do ano passado impactou fortemente na concessão de crédito para o setor automotivo. Entre as modalidades de financiamento, houve redução de 12,7% nas carteiras de CDC, registrando saldo de R\$ 177,2 bilhões em 12 meses.

O total de recursos liberados também segue em queda, acumulando retração de 17,3% no ano. Para o CDC, foram liberados R\$ 88,9 bilhões, o que representa queda de 17,6% em um ano. A redução mais acentuada se refere aos recursos liberados para pessoa jurídica, que encolheu 24,8% no mesmo período.

Conforme as previsões da ANEF, a taxa de inadimplência voltou a subir de forma sistemática. O aumento dos atrasos acima de 90 dias nos contratos de pessoa física foi de 0,8 ponto percentual, alcançando 6,1% no período. No caso de pessoa jurídica, o crescimento é ainda mais expressivo, de 1,1 ponto percentual em relação a 2014, representando 4,5% dos contratos.

Em referência à inadimplência da carteira de CDC, foi registrado no período um aumento de 0,2 ponto percentual para pessoas físicas, totalizando 4,1%, enquanto o percentual na modalidade jurídica subiu 0,8 ponto percentual, chegando aos 4,9%.

Dentre as modalidades de pagamento para veículos e comerciais leves, o leasing manteve pouca expressividade em 2015, contando com apenas 2% de participação, ao passo que os financiamentos passaram a abranger 53% do mercado. O consórcio corresponde a 5% e os pagamentos à vista somaram 40% das compras realizadas no ano.

No segmento de caminhões e ônibus, a modalidade Finame registrou 66% de representatividade, seguido por pagamentos à vista com 16% e financiamentos com 15%. O leasing manteve apenas 1% de participação – mesmo nível desde 2013 – atrás da categoria de consórcio que segue a porcentagem de 2%, registrada anualmente desde 2008. Na venda de motocicletas, apenas foram registradas as modalidades de financiamento (33%), consórcio (35%) e compras à vista (33%).

Projeções

No que diz respeito às projeções para o ano de 2016, a ANEF acredita que o saldo de financiamento para autoveículos e motocicletas deve apresentar queda de 5,1%, com previsão para R\$ 173,8 bilhões de reais. No mesmo mote, a expectativa de recursos liberados para o próximo ano ficou em R\$ 87 bilhões

de reais frente aos R\$ 92 bilhões realizados em 2015, representando retração de 5,4%.

Taxas e prazos

Durante o período analisado, as taxas praticadas pelos bancos de montadoras continuam mais atraentes para o consumidor. Em relação a dezembro, a média oferecida foi de 1,77% ao mês e 23,43% ao ano, enquanto a taxa dos bancos independentes passou para 1,9% a.m. e 26% a.a. para pessoa física.

O prazo médio das concessões se manteve em 42 meses, mesmo número registrado entre o período de 2013 a 2015. Os planos máximos disponibilizados pelos bancos aos consumidores seguem em 60 meses.

<http://www.investimentosenoticias.com.br/noticias/negocios/financiamento-de-veiculos-recua-13-3-em-2015-registra-anef>

[Voltar ao índice](#)

3. Comércio - Supermercados

Vendas dos supermercados caem 19,64% em janeiro

01 de Março de 2016

Fonte: Varejista

As vendas do setor de supermercados em valores reais caíram 19,64% em janeiro, na comparação com fevereiro, de acordo com dados divulgados hoje (29) pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras), na capital paulista. No acumulado do ano, as vendas tiveram queda de 3,38% em relação ao mesmo período do ano passado.

Segundo os dados, em valores nominais as vendas caíram 18,62% em relação ao mês anterior e, quando comparadas a janeiro de 2015, houve alta de 7,02%. No acumulado do ano, as vendas nominais cresceram 7,02%.

De acordo com a Abras, o setor iniciou o ano em um ambiente econômico considerado ruim, que resultou em desemprego e inflação em alta, reduzindo a renda disponível do consumidor. “A isso se combinou um quadro de incertezas econômicas que causou impacto nas vendas do autosserviço. Mas, enquanto o cenário não melhora, os empresários do setor continuam trabalhando para melhorar a eficiência, para manter seus funcionários e oferecer mix e preços competitivos ao consumidor”, disse o presidente do Conselho Consultivo da Abras, Sussumu Honda.

A cesta Abrasmercado, que abrange 35 produtos de largo consumo, registrou alta de 2,99% em comparação a dezembro de 2015 e alta de 17,44% em relação a janeiro do ano passado. As maiores quedas foram do leite em pó integral (-1,51%), frango congelado (-1,08%), carne dianteiro (-1,05%) e creme dental (-1,03%). No sentido oposto aparecem cebola (23,01%), tomate (21,62%), farinha de mandioca (17,76%) e açúcar (10,23%).

A Região Norte registrou o maior aumento, ao passar de R\$ 474,86 para R\$ 494,04 (4,04%), assim como o Nordeste que também aumentou 4,4%, ao passar de R\$ 379,82 para R\$ 395,17. Em seguida aparecem o Centro-Oeste, com elevação de 3,18%, passando de R\$ 424,46 para R\$ 437,96, o Sul, que aumentou 2,10% (de R\$ 481,20 para R\$ 491,29) e o Sudeste, que aumentou em 2,10% o valor da cesta (de R\$ 426,55 para R\$ 433,92).

<http://varejista.com.br/noticias/11664/vendas-dos-supermercados-caem-1964-em-janeiro>

Páscoa 2016: 41,9% dos supermercadistas esperam vendas estáveis

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: ABRAS

A Páscoa 2016 deverá registrar vendas estáveis ou menores na comparação com o ano passado, de acordo com a Pesquisa de Páscoa, realizada pelo Departamento de Economia da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), divulgada hoje (29) pela entidade. O levantamento aponta que apenas 18,6% estão otimistas em relação à data, e projetam números superiores aos registrados em 2015, e cerca de 41,9% apostam em vendas no mesmo patamar. No entanto, a pesquisa também destacou que 39,5% dos empresários acreditam que os resultados de 2016 serão inferiores aos apresentados no ano anterior.

Em termos nominais, a expectativa dos supermercadistas é de uma queda de -5,3% nas vendas. Tomando por base a variação média de 7,8% ao preço dos produtos pesquisados. Em termos reais, a expectativa é de queda de -12,2%.

De acordo com o presidente do Conselho Consultivo da ABRAS, Sussumu Honda, a Páscoa é uma das datas mais importantes para o setor supermercadista, ficando atrás somente do Natal, mas este ano os varejistas estão mais receosos. "A Páscoa sempre é muito aguardada pelo setor, mas entendemos que o atual momento econômico vem refletindo na expectativa dos supermercadistas. Mesmo assim, iremos trabalhar da melhor maneira para que os nossos clientes consigam encontrar os produtos que procuram, e para que a data seja especial."

Em relação às encomendas, os varejistas preferiram ser mais cautelosos este ano, e apostaram nos produtos de menor valor agregado como as caixas de bombons de 400g (1,9%) e os chocolates em geral, como barra, tablete, etc. (0,5%), os únicos que apresentaram aumento nas solicitações de compra. O restante dos produtos registrou queda nas encomendas: Ovos de Páscoa acima de 500 gramas (-9,9%), Ovos de Páscoa de até 500 gramas (-8,5%), Ovos de Páscoa em Geral (-7,0); e Ovos de Páscoa de até 150 gramas (-2,0%) e o bombom bola (-0,3%).

A pesquisa também mostrou que quase todos os produtos relacionados à época tiveram diminuição de encomenda pelos supermercados junto aos fornecedores, em relação a 2015: importados em geral (-4,7%), vinhos importados (-4,0%), Colomba Pascal (-2,1%), bacalhau (-1,7%), vinhos nacionais (-0,3%), e peixes em geral (-0,2%).

Da lista de produtos mais consumidos na Páscoa, somente os refrigerantes, as cervejas e os azeites tiveram aumentadas as encomendas pelos varejistas, em relação ao ano passado, registrando aumento de 3,2%, nos itens cerveja e refrigerante, e de 0,7%, no caso dos azeites.

Preços em alta

Em relação à variação de preços dos produtos (indústria/varejo) na comparação com a Páscoa de 2015, o grupo dos chocolates em geral foi o que

apresentou maior alta de preços (8,9%), seguido por caixa de bombom 400g (8,7%) e bombom "bola" (8,7%).

A pesquisa apontou também aumento de preços (em níveis menores) no grupo dos Ovos de Páscoa em geral (6,4%), Ovos de Páscoa até 150 gramas (6,3%), Ovos de Páscoa acima de 500 gramas (6,2%) e Ovos de Páscoa até 500 gramas (4,2%).

Ainda em relação à variação de preços dos produtos (indústria/varejo), os importados em geral foram os que apresentaram maior alta, 14,9%, em relação a 2015, impulsionados pela variação do dólar. A categoria de azeite teve seu preço elevado em 10,4%; vinhos importados, 10,0%; bacalhau, 8,2%; cervejas, 8,1%; refrigerantes, 7,8%; peixes em geral, 7,7%; vinhos nacionais, 7,1%, e colomba pascal, com 3,3%.

<http://www.abrasnet.com.br/clipping.php?area=20&clipping=55230>

[Voltar ao índice](#)

4. Comércio - Varejo

Após fechar quase 100 mil lojas em 2015, varejo vê cenário adverso para este ano

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: Varejista

O apelo à criatividade, às promoções e ao corte de custos tem sido o mantra dos comerciantes brasileiros neste início de ano, mas nada deve salvar o varejo de uma nova retração nas vendas em 2016. Desemprego crescente, elevado endividamento das famílias e crédito caro persistem e habitam os piores pesadelos dos empresários, que no ano passado já assistiram ao maior tombo nas vendas desde 2001 e fecharam quase 100 mil lojas. O baque foi tão grande que o comércio acabou perdendo espaço para outras atividades na economia.

Como nada mudou na passagem do ano, o encolhimento deve continuar. Neste mês, a Fundação Getulio Vargas (FGV) mostrou que os comerciantes reclamam cada vez mais da demanda insuficiente e dos custos com mão de obra, o que pode incentivar demissões nos próximos meses. O próprio indicador de emprego previsto caiu 3,3 pontos, para o menor nível da série histórica, iniciada em março de 2010. "Isso é um sinal de que o ritmo de redução de pessoal ocupado no setor deve aumentar nos próximos meses", explica Aloisio Campelo, superintendente adjunto de Ciclos Econômicos da FGV.

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) espera pela demissão de aproximadamente 245 mil trabalhadores formais neste ano - o comércio já fechou quase 181 mil vagas em 2015. Mas o problema não deve se limitar a demissões. Sem clientela suficiente, quase 100 mil lojas deixaram de existir no ano passado. "A tendência de fechamento deve continuar. O comércio continua com o pé na lama", afirma o economista da CNC Fabio Bentes.

Sem uma via de escape, o varejo depende do consumo doméstico. Só que os brasileiros seguem pessimistas diante do aumento do desemprego e da queda na renda e, na tentativa de equilibrar o orçamento doméstico, acabam freando os gastos. Muitos inclusive têm recorrido à poupança para conseguir manter as contas em dia. "Há menos pessoas trabalhando e muitas pessoas ganhando menos. Isso impacta", diz o economista Thiago Biscuola, da RC Consultores.

No ano passado, as vendas no varejo restrito encolheram 4,3%, o pior resultado desde o início da pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2001. No segmento ampliado, que inclui veículos e material de construção, o tombo foi ainda maior, de 8,6%. Como resultado, o Produto Interno Bruto (PIB) do comércio deve ter encolhido 8% no ano passado, o pior resultado desde o início das Contas Nacionais em 1948, estima a CNC.

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

A forte queda no PIB do comércio em 2015 abortou o processo de crescimento do peso da atividade na economia brasileira, um caminho encarado como natural pelos economistas. No ano passado, 10,5% da renda gerada no País veio do comércio, contra 11,1% em 2014, segundo estimativas do Monitor do PIB, produzido pela FGV.

Perdas

Com a disputa pelo cliente cada vez mais acirrada, os lojistas tentam lançar mão de promoções para atrair os brasileiros. Renegociação de prazos e valores com fornecedores e medidas de redução de custo também estão no 'script' das empresas. Mesmo assim, o crédito travado e a inadimplência em crescimento mínguem os planos de grandes varejistas.

O Grupo Pão de Açúcar teve prejuízo de R\$ 314 milhões no ano passado. Os investimentos de R\$ 2 bilhões feitos em 2015 devem cair a R\$ 1,5 bilhão neste ano, segundo a companhia.

A Via Varejo, braço do Grupo Pão de Açúcar que reúne as marcas Casas Bahia e Ponto Frio, também vai intensificar os cortes de investimentos e deve ser mais seletiva no crédito diante do preocupante aumento da inadimplência observado atualmente. A rede fechou 23 lojas e demitiu mais de 11 mil funcionários durante o ano passado. O lucro líquido da empresa encolheu expressivos 99,7% ante o ano anterior, para R\$ 3 milhões.

A Magazine Luiza é outra gigante do comércio brasileiro que espera dificuldades em 2016. O presidente da companhia, Frederico Trajano, afirmou em recente entrevista ao Estado que a gestão tem mirado em cortes de custos para enfrentar a crise.

<http://www.varejista.com.br/noticias/11656/apos-fechar-quase-100-mil-lojas-em-2015-varejo-ve-cenario-adverso-para-este-ano>

Varejistas preparam estoque menor por receio de cenário ruim na Páscoa

01 de Março de 2016

Fonte: DCI

Pedidos de lojistas junto a fornecedores foram reduzidos em 12,6% na comparação com o ano passado. Caixas de bombons e chocolates em barra são apostas do setor por data menos amarga

Ao prever uma queda de até 12,2% nas vendas de produtos ligados à Páscoa este ano, na comparação com 2015, os varejistas decidiram diminuir os pedidos de ovos de chocolate junto à indústria. Segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), as lojas prepararam um estoque 12,6% menor para evitar itens abandonados nas gôndolas.

"Nossos indicadores mostram um cenário preocupante. Os preços dos chocolates aumentaram cerca de 9% em relação à Páscoa do ano passado e o feriado, que foi adiantado este ano, vai cair no final do mês de março, quando o consumidor está mais cauteloso. Para ser bem realista, as vendas podem ser até piores que a nossa previsão [-12,2%]", diz o presidente do Conselho Consultivo da Abras, Sussumu Honda.

A estimativa ruim levou os varejistas a diminuírem consideravelmente os pedidos de ovos de chocolate [-9,2%] junto aos fornecedores para a data deste ano, em relação a 2015. Em contrapartida, na mesma base de comparação, engordaram os estoques com itens de menor valor agregado, como caixas de bombons, barras e tabletes (+2%).

"Além de queda nas vendas, o tíquete médio também deve ser menor. O consumidor, como disse, estará apertado no final do mês e continua cauteloso na hora de consumir por conta da crise econômica", acrescenta.

O levantamento mostrou que quase todos os produtos relacionados à época tiveram diminuição de encomenda pelos lojistas, em relação a 2015. Os importados em geral (-4,7%) foram os mais cortados. O estudo mostrou que apenas 18,6% dos varejistas estão otimistas em relação às vendas pascais, e projetam números superiores aos registrados ano passado. Já para 41,9% as vendas devem ficar no mesmo patamar. No entanto, a pesquisa também destacou que 39,5% dos empresários acreditam que os resultados de 2016 serão inferiores aos apresentados no ano anterior.

Para o gerente de Economia e Pesquisa da Associação Paulista de Supermercados (Apas), Rodrigo Mariano, o fato de o consumidor escolher itens mais baratos na data deste ano pode representar uma alta nas vendas gerais, ao contrário do que estima a Abras.

Apesar das vendas mais fracas, a associação paulista acredita que deverá haver aumento de 12% no comércio de chocolates como um todo. "Com a inflação elevada ao longo de 2015, os preços de ovos de Páscoa podem levar mais consumidores a procurar outras opções, como caixas de bombons e chocolates em barra, por exemplo. Isso por um lado favorece a venda de chocolates em geral, mas deve prejudicar as vendas de ovos", comenta.

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

Bons negócios

O temor pelas vendas ruins levou a Cooperativa de Consumo (Coop) a negociar, antes do carnaval, os preços dos produtos de Páscoa com a indústria. "Graças à grande variedade de produtos e às boas negociações realizadas com os fornecedores, é possível que nossas vendas sejam até maiores aos 10% previstos inicialmente", diz o gerente comercial da companhia, Gustavo Ramos.

Já o Assaí, do Grupo Pão de Açúcar, prevê ir além e elevar em 20% as vendas no período.

A aposta da atacadista é nas coberturas e barras de chocolates para que os consumidores fabriquem em casa os presentes do evento. "Estamos apostando nas coberturas. Com o cenário econômico mais desafiador, as pessoas estão procurando alternativas para complementar a renda. A venda de ovos de Páscoa caseiros pode ser opção interessante nesse sentido", explica o diretor comercial do Assaí Atacadista, Wlamir dos Anjos.

Sem crise

Sem temer quedas nas vendas, as lojas de chocolates do segmento premium esperam uma Páscoa bastante doce. A Ópera Ganache, localizada no bairro dos Jardins, em São Paulo, acredita que pode elevar o faturamento da rede em até 35% no período de Páscoa.

"Nós mantivemos os mesmos preços do ano passado, assim como o tamanho dos produtos. Também investimos em cinco novas linhas temáticas, com receitas assinadas pelo pâtissier Renato Blinder. Outra estratégia foi investir no que já faz sucesso entre o público nos outros anos como, por exemplo, os waffles e alfajores", conta o confeitiro e proprietário da Ópera Ganache, Rafael Barros.

Os preços dos ovos de páscoa na loja variam entre R\$ 60 a R\$ 165 reais. O tíquete médio fica entre R\$ 70 e R\$ 100, segundo o empresário.

A Ofner é outra que prevê crescimento nas vendas em 2016, de pelo menos 11% em relação ao ano anterior. "Ampliamos nossa oferta de itens este ano lançando alguns produtos novos", como afirma o diretor industrial da marca, Alexandre da Costa.

<http://www.dci.com.br/comercio/varejo-faz-estoque-menor-por-receio-de-cenario-ruim-na-pascoa-id530618.html>

[Voltar ao índice](#)

5. Serviços – Planos de Saúde

ANS suspende comercialização de 46 planos de saúde

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: Monitor Mercantil

Na última sexta-feira, a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) divulgou a lista de planos de saúde que terão a comercialização suspensa em função de reclamações relativas à cobertura assistencial, como negativa e demora no atendimento. Neste ciclo, 46 produtos de oito operadoras serão temporariamente impedidos de receber novos clientes. A medida faz parte do monitoramento periódico realizado pela reguladora que, a partir de agora, traz uma importante novidade: a ANS passa a divulgar a situação de todas as operadoras, o que possibilita ao beneficiário acompanhar mais facilmente o desempenho da sua em relação ao programa. A suspensão vale a partir do dia 4 de março.

Neste ciclo - que se refere ao 4º trimestre de 2015 -, a ANS analisou 16.734 reclamações sobre cobertura assistencial recebidas no período de 1º de outubro a 31 de dezembro de 2015. Destas, 13.365 foram consideradas no monitoramento. São excluídas as reclamações de operadoras que estão em portabilidade de carências, liquidação extrajudicial ou em processo de alienação de carteira, que já não podiam mais ser comercializados porque as empresas estão em processo de saída ordenada do mercado. No universo avaliado, mais de 90% das queixas foram resolvidas pela mediação feita pela ANS via Notificação de Intermediação Preliminar (NIP), o que garantiu a solução do problema a esses consumidores com agilidade.

Os planos de saúde suspensos possuem, juntos, 314,3 mil beneficiários. Estes clientes continuam a ter a assistência regular a que têm direito, ficando protegidos com a medida, uma vez que as operadoras terão que resolver os problemas assistenciais para que possam receber novos beneficiários.

Das oito operadoras com planos suspensos neste novo ciclo, quatro já tinham planos em suspensão no período anterior e quatro não constavam na última lista de suspensões. A medida é preventiva e perdura até a divulgação do próximo ciclo. Além de terem a comercialização suspensa, as operadoras que negaram indevidamente cobertura podem receber multa que varia de R\$ 80 mil a R\$ 100 mil.

A partir deste ciclo, os beneficiários de planos de saúde e demais consumidores poderão verificar os resultados de todas as operadoras no Programa de Monitoramento da Garantia de Atendimento. A novidade atende a mudanças efetuadas na metodologia do programa e introduzidas pela Instrução Normativa nº 48/2015. Para isso, a ANS passa a divulgar a classificação das empresas nas quatro faixas existentes (que vão de 0 a 3). Isso permite visualizar o panorama geral e comparar o desempenho de cada uma delas. A mudança amplia a gama de informações disponibilizadas aos consumidores,

oferecendo mais uma ferramenta que permite subsidiar a decisão do consumidor no momento de escolher um plano de saúde.

"Antes, o foco do monitoramento ficava restrito à suspensão. Além disso, operadoras que tinham reclamações mas que não chegavam a ter planos suspensos não eram divulgadas, ficando, aos olhos dos consumidores, no mesmo patamar de operadoras que se esforçaram para não ter nenhuma reclamação. Com essa mudança, o consumidor poderá acompanhar o desempenho da sua operadora, identificando como ela tem se comportado em relação ao cumprimento dos prazos de atendimento. É uma medida que reforça o objetivo principal do Programa de Monitoramento: incentivar a melhoria do acesso ao atendimento e a proteção ao consumidor", destaca o diretor-presidente da ANS, José Carlos Abrahão.

Paralelamente à suspensão, 33 planos de 16 operadoras poderão voltar a comercializar os produtos que estavam impedidos de serem vendidos. Isso acontece quanto há comprovada melhoria no atendimento aos beneficiários. Das 16 operadoras, 12 foram liberadas para voltar a comercializar todos os produtos que estavam suspensos e quatro tiveram reativação parcial.

<http://www.monitormercantil.com.br/index.php?pagina=Noticias&Noticia=182065&Categoria=SEGUROS>

[Voltar ao índice](#)

6. Curtas

Expectativa do consumidor tem alta de 0,1% em fevereiro

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: Monitor Mercantil

O Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (Inec) ficou praticamente estável em fevereiro na comparação com janeiro, com alta de 0,1% no período. O índice é divulgado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). Com 98,7 pontos neste mês, situa-se 10% abaixo da média histórica.

Para a CNI, a manutenção do pessimismo sugere um período de demanda mais fraca nos próximos meses. Dos seis componentes do Inec, apresentaram melhora os que medem as expectativas em relação à inflação e ao desemprego.

Enquanto houve aumento de 2,5% no indicador de inflação na comparação com janeiro, o índice de desemprego teve alta de 6,6%. Nos parâmetros da CNI para a pesquisa, quanto maior o índice, maior é o percentual de pessoas que esperam queda na inflação e no desemprego.

As expectativas sobre a renda pessoal recuaram 1,8% no período, e, em relação a compras de bens de maior valor, ficaram praticamente estáveis, com redução de 0,1% no indicador. O índice de endividamento teve queda de 4,2% em fevereiro ante janeiro, sinalizando consumidores mais endividados na comparação com os últimos três meses.

O indicador sobre situação financeira se manteve estável no período. Apesar disso, está 11,9% abaixo do registrado em fevereiro de 2015, indicando uma piora na situação financeira, segundo a CNI. A pesquisa ouviu 2.002 pessoas em 142 municípios entre os dias 13 e 17 de fevereiro.

Microsoft vai fechar suas lojas oficiais físicas no Brasil

29 de Fevereiro de 2016

Fonte: e-commerce brasil

A Microsoft confirmou na sexta-feira, 26, que vai fechar a sua rede de revendas oficiais físicas no Brasil, movendo toda a operação apenas para as lojas online e autorizadas da empresa. São 27 lojas distribuídas pelo país, mais alguns quiosques e outras localidades menores que levam um total aproximado de 50 revendedoras oficiais sendo encerradas.

“A Microsoft, em conjunto com seus franqueados, em uma decisão estratégica para o canal, confirma o fechamento programado de determinadas lojas físicas da marca Microsoft Store – Revendedor Autorizado, no Brasil. A empresa esclarece, no entanto, que o serviço da loja online da marca segue operando normalmente e atendendo a todo o território nacional.” Afirmou a empresa em comunicado.

As cidades que estão perdendo suas lojas são: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Manaus, São Luís, Uberlândia, Contagem, Belém, Niterói e Natal. Agora, clientes precisarão recorrer apenas à internet para comprar produtos da Microsoft. Além do site oficial, eles podem ser encontrados em revendedoras online como Walmart, Submarino e Ponto Frio.

[Voltar ao índice](#)

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

17

“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. Feiras

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: Paranavaí- 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**15/03/2016 até 17/03/2016 - ISC BRASIL****Setor:** Segurança Nacional, Civil e Patrimonial**Local:** Expo Center Norte - Pavilhão Branco**Cidade:** São Paulo – SP**15/03/2016 até 17/03/2016 - SUPER RIO EXPOFOOD****Setor:** Alimentos e Bebidas**Local:** Riocentro**Cidade:** Rio de Janeiro – RJ**21/03/2016 até 23/03/2016 - EXPOAGRO AFUBRA****Setor:** Agronegócio**Local:** Parque de Exposições**Cidade:** Rio Pardo – RS**25/03/2016 até 06/04/2016 - EFAPI****Setor:** Agronegócio**Local:** Parque de Exposições Dr. Alcício Dias dos Reis**Cidade:** Santo Antonio da Platina – PR**29/03/2016 até 01/04/2016 - SHOW SAFRA BR 163****Setor:** Agronegócio**Local:** Fundação Rio Verde**Cidade:** Lucas do Rio Verde – MT**29/03/2016 até 31/03/2016 - WTM LATIN AMERICA****Setor:** Turismo**Local:** Expo center norte**Cidade:** São Paulo – 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