



INFORMATIVO SCS

Ano 10, nº 063
06 de Abril de 2016

**Informativo da Secretaria de Comércio e Serviços – SCS
Nº 063 – Ano 10 – Brasília, 06 de Abril de 2016**

Sumário

1. COMÉRCIO – SHOPPING CENTER	3
FLUXO DE VISITANTES RECUA 2% NO MÊS DE MARÇO	3
2. COMÉRCIO - SUPERMERCADOS.....	4
GRUPO PÃO DE AÇÚCAR VOLTA A SER MAIOR REDE DO PAÍS.....	4
BRINQUEDOS SOMEM DAS GÔNDOLAS APÓS SUPERMERCADOS REAVALIAREM ESPAÇOS.....	6
3. SERVIÇOS	8
PMI DE SERVIÇOS DO BRASIL SOBE A 38,6 EM MARÇO, REVELA MARKIT	8
4. SERVIÇOS – MEIOS DE PAGAMENTO	9
CLIENTE ADERE AO CREDIÁRIO PARCELADO E BUSCA CONTROLAR VALOR DAS PRESTAÇÕES.....	9
5. SERVIÇOS - SEGUROS	11
GARANTIA EM OBRAS PODE ANIMAR SEGURADORAS	11
6. SERVIÇOS – TRANSPORTE AÉREO	13
AZUL LINHAS AÉREAS TRARÁ CONCORDE AO BRASIL.....	13
TAM ANUNCIA TRANSFERÊNCIA DE OPERAÇÕES PARA O NOVO TERMINAL DE VIRACOPOS.....	15
7. EMPREENDEDORISMO.....	16
MASTERCARD FAZ PARCERIA COM STARTUP	16
8. CURTAS	17
ATIVIDADE DO COMÉRCIO CAI 8,5% ATÉ MARÇO E TEM PIOR TRIMESTRE, DIZ SERASA	17
9. FEIRAS.....	18

1. Comércio – Shopping Center

Fluxo de visitantes recua 2% no mês de março

06 de Abril de 2016

Fonte: DCI

A diminuição da renda e o aumento do desemprego, efeitos da instabilidade econômica no País, têm feito com que os brasileiros visitem menos os shopping centers. A queda no fluxo reflete a falta de confiança dos consumidores em realizar novas compras.

O número de visitantes nos centros de compras do País recuou 2% no mês de março, na comparação com o mesmo mês do ano passado. É o que aponta o Índice de Visitas a Shopping Centers (IVSC), análise que é medida pela Abrasce em parceria com a FX Flow Intelligence. A pesquisa mensal leva em conta os dados obtidos pela companhia no acompanhamento dos consumidores nos principais malls do Brasil.

De acordo com o indicador, a região que apresentou o maior recuo no fluxo de visitantes foi a Nordeste, com uma retração de 7,32% no período. A segunda região que registrou o menor número de visitas foi a Sudeste, com encolhimento de 1,59%. A Região Sul, por outro lado, registrou um crescimento de 1,2% no fluxo de visitantes aos shoppings.

De acordo com o CEO da FX Flow Intelligence, Marcelo Tavares, esse cenário reflete a desconfiança dos consumidores em frequentarem os centros de compras em um período de instabilidade na renda e no emprego. "Os consumidores seguem receosos em se comprometer com compras e parcelamentos de longos períodos", afirmou em nota.

Visitas no ano

O índice mostrou ainda que a movimentação de consumidores nos centros de compras no acumulado do ano (de janeiro a março) teve recuo de 2,79%, em comparação com o mesmo período do ano passado.

Apesar do índice negativo no acumulado do ano, no comparativo com fevereiro, o fluxo cresceu aproximadamente 28%, o que traz um alento para os varejistas e um discreto otimismo para os próximos meses do ano, avalia Tavares.

<http://www.dci.com.br/comercio/fluxo-de-visitantes-recua-2-no-mes-de-marco-id538815.html>

[Voltar ao índice](#)

2. Comércio - Supermercados

Grupo Pão de Açúcar volta a ser maior rede do País

05 de Abril de 2016

Fonte: No Varejo

Ranking da Abras mostra as 20 maiores supermercadistas do País. Veja quem são elas

Em 2015, o Grupo Pão de Açúcar voltou para a primeira colocação da lista das maiores redes supermercadistas do País, segundo ranking da Abras (Associação Brasileira de Supermercados). A rede havia sido superada pelo Carrefour em 2014.

Com 2.181 lojas e um faturamento bruto de mais de R\$ 76,9 bilhões no ano passado, o GPA voltou para a primeira colocação, com um crescimento bruto de 6,4%. Com isso, o grupo representa boa parte do faturamento do setor, que, em 2015, foi de R\$ 315,8 bilhões - um crescimento nominal de 7,1%.

"As maiores empresas do setor refletiram em seu desempenho, as condições macroeconômicas do País. A média de crescimento das 20 primeiras do Ranking ABRAS foi de 7,9% nominal, um pouco acima do Índice Nacional de Vendas, que registrou 6,95% no mesmo período", disse, em nota, Sussumo Honda, presidente do Conselho Consultivo da Abras.

"Apesar das dificuldades da economia brasileira, podemos observar que algumas empresas conseguiram obter crescimento real e expandiram os seus negócios no ano", completou.

O setor fechou o ano passado com 84,5 mil lojas e 1,847 milhões de funcionários diretos. Já as 20 maiores concentraram R\$ 201,7 bilhões no ano passado.

Na segunda colocação aparece o Carrefour, com um faturamento de R\$ 42,7 bilhões e um crescimento de 12,6%. O Walmart aparece na terceira posição, com queda de 1,1% e um faturamento de R\$ 29,3 bilhões.

Confira na tabela abaixo as maiores redes de supermercados do País. É bom lembrar que o ranking não separa o faturamento entre os negócios que compõem cada marca. Por isso, no caso do GPA, o faturamento bruto considera as redes de eletroeletrônicos da Via Varejo. Outro ponto a se levantar é que o ranking considera o faturamento bruto - ou seja, todas as vendas, sem os descontos.

CLASS_2015	CLASS_2014	RAZAO_SOCIAL	SEDE	FATURAMENTO BRUTO EM 2015 (R\$)	NÚMERO DE LOJAS
1	1	COMPANHIA BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO	SP	76.933.000.000	2.181
2	2	CARREFOUR COM IND LTDA	SP	42.701.594.004	288
3	3	WALMART BRASIL LTDA	SP	29.323.141.083	485
4	4	CENCOSUD BRASIL COMERCIAL LTDA	SE	9.267.780.338	222
5	5	COMPANHIA ZAFFARI COMÉRCIO E INDÚSTRIA	RS	4.508.000.000	31
		TOTAL 5 MAIORES		162.733.515.425	3.207
6	6	IRMÃOS MUFFATO & CIA LTDA	PR	4.095.683.945	44
7	8	SUPERMERCADOS BH COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA	MG	3.972.886.248	149
8	10	SDB COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA	SP	3.883.659.200	52
9	7	CONDOR SUPER CENTER LTDA	PR	3.815.586.102	41
10	9	SONDA SUPERMERCADOS EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO SA	SP	3.110.899.189	39
		TOTAL 10 MAIORES		181.612.230.109	3.532
11	12	DMA DISTRIBUIDORA S/A	MG	2.636.919.105	109
12	11	A ANGELONI CIA LTDA	SC	2.389.884.820	27
13	15	SAVEGNAGO-SUPERMERCADOS LTDA	SP	2.115.468.064	37
14	16	LIDER COMERCIO E INDÚSTRIA LTDA	PA	1.987.633.833	21
15	13	COOP - COOPERATIVA DE CONSUMO	SP	1.986.037.754	42
16	17	MULTI FORMATO DISTRIBUIDORA S/A	MG	1.938.759.911	37
17	19	AM/PM COMESTÍVEIS LTDA	RJ	1.807.578.678	1.910
18	21	CARVALHO E FERNANDES LTDA	PI	1.755.831.887	46
19	14	YYAMADA S/A - COMÉRCIO E INDÚSTRIA	PA	1.745.719.376	36
20	18	COMERCIAL ZARAGOZA IMP EXP LTDA	SP	1.739.254.223	14
		TOTAL 20 MAIORES		201.715.317.760	5.811

Fonte: Ranking Abras/Superhiper

<http://www.portalnovarejo.com.br/index.php/component/k2/item/16073-gpa-volta-a-ser-maior-rede-do-pais>

Brinquedos somem das gôndolas após supermercados reavaliarem espaços

06 de Abril de 2016

Fonte: DCI

Oferta de itens destinados ao público infantojuvenil caiu pela metade nos últimos oito anos no autosserviço. Lojas e especialistas atribuem fato à remodelagem feita por hipermercados

Os supermercados brasileiros estão deixando de oferecer brinquedos para o consumidor. Após rever suas operações, principalmente os hipermercados, as redes definiram que falta espaço e estoque para abrigar esses itens, ao mesmo tempo que eles oferecem pouca margem de lucro.

Segundo a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), a participação do autosserviço (supermercados) nas vendas totais do setor caiu pela metade entre 2008 e 2015. Hoje, apenas 8,6% de toda a comercialização de brinquedos no País são realizados nos supermercados. Há oito anos, o índice era de 15,9%.

"Por conta da nossa cultura, a venda de brinquedos no autosserviço não dá certo. Ela é ruim. Aqui [no Brasil], a criança gosta de interagir com o brinquedo, tocá-lo, escolhê-lo e levá-lo para casa. No supermercado, geralmente a mãe não tem esse tempo para dedicar à escolha da criança", explica o presidente da Abrinq, Synésio Batista.

Para ele, houve um tempo em que realizar compras nos hipermercados era algo idealizado pelas famílias por conta da oferta de produtos. "Hoje em dia não é mais assim. As compras familiares geralmente são feitas para uma ou duas semanas, no máximo. Falta tempo, espaço e dinheiro para escolher e levar produtos além do necessário para casa", opina.

Mesmo assim, Batista acredita que os brinquedos não vão sumir totalmente das prateleiras. "Nós nunca perderemos o autosserviço. Mas a representatividade nas vendas do nosso setor deve diminuir mais um pouco. Acredito que fique entre 6% e 7% ainda este ano e depois permaneça neste patamar de equilíbrio", estima.

Ao perceber esse movimento do consumidor, os supermercados passaram a reavaliar suas operações, o que gerou a abertura de lojas mais enxutas.

Na opinião do gerente de vendas de bazar e eletroeletrônicos da Cooperativa de Consumo (Coop), Edson Rodrigues, este foi o motivo para que os brinquedos perdessem força neste canal. "Esses itens já foram uma grande tendência para os supermercados, mas não houve a consolidação. Vejo como um movimento natural do mercado", afirmou ele, ao ressaltar que a Coop reduziu consideravelmente a estocagem de brinquedos nos últimos anos.

A rede, que passou por uma grande reforma no ano passado, seguiu o setor supermercadista e reavaliou seus espaços. Por isso, itens destinados ao público infanto-juvenil perderam campo nas lojas. Em contrapartida, drogarias e lanchonetes receberam maior atenção após as mudanças. "Nós investimos

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

muito nessa reorganização das lojas e alguns setores tiveram que ser sacrificados. O de brinquedos foi um deles. Mas ainda assim oferecemos alguns itens deste tipo ao público", salienta.

Rodrigues diz que as vendas de brinquedos começaram a declinar na Coop ainda em 2013. Em 2014, ao constatar nova queda, a rede passou a priorizar brindes e brinquedos de menor valor agregado. "Para este ano, optamos por trabalhar com algumas linhas populares de brinquedos, ainda mais acessíveis do que as anteriores. A questão da alta do dólar também influenciou muito nesta decisão", diz.

Margem apertada

Outro fator que teria levado os supermercados a declinarem das vendas de brinquedos é a margem de lucro apertada. Para a CEO da Gouvêa de Souza & AGR Consultores, Ana Paula Tozzi, os supermercadistas enfrentavam uma série de problemas ao adquirirem brinquedos para a revenda. "A questão logística do brinquedo, que costuma ser um item volumoso, pode ter feito a diferença. É um item que ocupa não só o espaço no transporte, como nas gôndolas. Além disso, nem sempre [o artigo] tem boas margens", avalia.

A especialista cita também o fator sobre a avariação dos produtos que, segundo ela, causava dor de cabeça para as redes supermercadistas. "Qualquer plástico rasgado ou até mesmo um risco no produto perde apelo do consumidor. Isso também foi um diferencial para eles na decisão de cortar estes itens", conta.

Ana Paula utiliza o exemplo dos itens de vestuário, preferidos das empresas varejistas ante aos brinquedos, para comparação. "É bastante complexo para as operações hiper e supermercados, com toda a prioridade que eles têm, revender os brinquedos. Bem ao contrário do vestuário, segmento em que eles enxergam uma chance maior de giro e de margem", afirma.

Para driblar esse problema, ela indica aos empresários do setor que continuam apostando nos brinquedos em suas lojas a juntarem esses itens nas categorias por idade, como as destinadas às crianças. "Em vez de ter categoria brinquedos na loja, você pode ter um corredor destinado a determinada idade. Assim, nos locais que tiverem camisetas ou sandálias da personagem 'Barbie', por exemplo, você insere o brinquedo. É tendência que observei em alguns supermercados que visitei na Europa."

<http://www.dci.com.br/comercio/brinquedos--somem-das-gondolas-apos-supermercados-reavaliarem-espacos-id538814.html>

[Voltar ao índice](#)

3. Serviços

PMI de Serviços do Brasil sobe a 38,6 em março, revela Markit

05 de Abril de 2016

Fonte: Isto é Dinheiro

O índice de atividade dos gerentes de compra (PMI, na sigla em inglês) do setor de serviços no Brasil avançou para 38,6 em março, de 36,9 pontos em fevereiro, informou nesta terça-feira, 5, a Markit. Com a alta, o indicador deixa o menor nível da série histórica iniciada em 2007. A instituição destaca, no entanto, que os componentes do setor seguem em retração, no segundo nível mais forte em nove anos.

Com o resultado deste mês, o índice composto, que ainda leva em conta o PMI industrial, subiu para 40,8, de 39,0 pontos no período, deixando também a mínima recorde. Pela metodologia da pesquisa, resultados acima de 50 pontos indicam expansão da atividade, enquanto leituras abaixo deste valor mostram contração.

Segundo o levantamento, os novos pedidos caíram pelo décimo terceiro mês consecutivo e a diminuição na demanda se deve às crises econômica e política. "O desempenho da economia brasileira continua inquietante e preocupações permanecerão de que o impasse político, o aumento do desemprego, a inflação forte, os escândalos de corrupção e o aperto fiscal possam, em cada um dos casos, ter impactos ainda mais prejudiciais sobre as condições de demanda," diz o relatório assinado pela economista da Markit, Pollyanna de Lima.

Em sentido contrário, 44% dos entrevistados relataram aumento de custos em março, o que resultou no repasse aos preços de modo a acompanhar a inflação persistentemente alta. "Ao mesmo tempo em que as empresas puderam, de certa forma, repassar aos clientes parte das cargas adicionais dos custos, a diferença entre a inflação de custos e a de preços cobrados aumentou ainda mais, sugerindo uma compressão maior das margens de lucro", escreve Pollyana.

A redução da demanda e os gastos mais altos também levaram ao corte da força de trabalho pela 13ª leitura seguida, na segunda taxa mais intensa desde 2007. "O setor de serviços, especialmente, continua vulnerável a turbulências internas, enquanto que os fabricantes, pelo menos, se beneficiaram da desvalorização da moeda, e registraram ganhos no volume de novos pedidos para exportação", pondera o texto.

Já o grau de otimismo entre os provedores de serviços em relação as perspectivas de atividade daqui a doze meses permaneceu positivo em março. Segundo a Markit, os entrevistados citaram como motivos as expectativas de melhores condições econômicas.

<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/economia/20160405/pmi-servicos-brasil-sobe-386-marco-revela-markit/359257>

[Voltar ao índice](#)

4. Serviços – Meios de Pagamento

Cliente adere ao crediário parcelado e busca controlar valor das prestações

05 de Abril de 2016

Fonte: DCI

A tomada de crediário ganha espaço como alternativa para driblar a crise. Apesar das taxas de juros mais altas, os consumidores têm a vantagem do "parcelamento que cabe no bolso" e lojistas aproveitam a modalidade para melhorar vendas e fidelizar clientes.

Segundo Flavio Peralta, vice-presidente comercial da Multicrédito, apesar de pouco divulgado no País, o crediário tem crescido. "Por um lado, o crediário se fortalece no mercado informal e nos clientes não bancarizados, que encontram nesse crédito uma condição melhor de pagamento. Por outro lado, o lojista o vê como uma opção de fidelizar o cliente e ter oportunidades de venda. Quando o cliente volta na loja para pagar a parcela, é a chance de ofertar um produto novo ou em melhores condições com o crediário da loja", identifica Peralta.

Em 2014, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), só 10% dos consumidores brasileiros afirmara fazer compras no crediário com frequência.

Um estudo feito pela Multicrédito, no entanto, aponta que já no segundo semestre de 2015, muitos dos consumidores já haviam relegado o uso do cartão de crédito para aderir ao crediário e que, dos 1.168 consumidores analisados, 42% o buscaram como saída para quitar débitos feitos por descontrole financeiro.

"O crediário sempre cresce em época de crise pois, como trabalha em cima de parcela, o consumidor consegue se recuperar mais facilmente. Além disso, a gente percebe um aumento de vendas do crediário que, tendo crescido 4,9% no segundo semestre do ano passado, continua agora com uma projeção nossa de 26% até o final do ano. Em segundo lugar, os lojistas também veem oportunidade, com um aumento de 53% de procura", conta Peralta.

Em relação aos juros, de acordo com levantamento da Associação Nacional dos Executivos de Finanças (Anefac), todos os tipos de loja que oferecem crediário aumentaram suas taxas de juros no mês.

"Para o lado do consumidor, como estamos com essa questão de taxas de juros muito mais altas, nessa hora vale muito mais a pena juntar dinheiro pra comprar à vista", diz Marcela Kawauti, economista-chefe do SPC Brasil.

Inadimplência

Somada ao crédito ruim, a lei do aviso de recebimento coloca a tendência do mercado voltada para a cautela. "Apesar de a gente ainda não ter visto uma queda na concessão de crédito influenciada pelo AR [Aviso de Recebimento], dá pra saber que essa situação tem potencial de piora. O crédito está caindo fortemente, as lojas estão com menos dinheiro, os consumidores

estão tendo dificuldades e o aviso de recebimento só põe lenha nessa fogueira", ressalta Marcela.

A lei do aviso, que vigora desde janeiro do ano passado, impõe que só podem ser incluídos nos cadastros negativos dos birôs o inadimplente que for notificado por carta e assinar a confirmação. Caso o devedor não assine a correspondência, independente do motivo, seu nome não poderá constar como mau pagador.

Peralta ainda ressalta que "todo o cuidado é pouco" e que "é importante o investimento em novas tecnologias" por parte dos lojistas.

"A ferramenta que nós disponibilizamos, por exemplo, oferece a captura da foto do consumidor, fazendo uma varredura no sistema para identificar fraudadores por meio da biometria facial. Isso inibe os mal intencionados e facilita para o lojista em relação ao sistema de fraudes de inadimplência no momento mais importante da concessão do crediário, por exemplo, que é a hora do cadastro", conclui ele.

<http://www.dci.com.br/financas/cliente-adere-ao-crediario-parcelado--e-busca-controlar-valor-das-prestacoes--id538562.html>

[Voltar ao índice](#)

5. Serviços - Seguros

Garantia em obras pode animar seguradoras

06 de Abril de 2016

Fonte: DCI

Susep acredita que a cobertura de riscos das construções poderá permitir a conclusão de projetos de infraestrutura, a exemplo do sucesso obtido em outros países desenvolvidos como os EUA

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) estuda aumentar para 30% a cobertura do seguro garantia para obras civis. Atualmente, essa cobertura é de cerca de 10% do valor dos projetos.

Roberto Westenberger, superintendente da Susep, afirma que produto pode aumentar significativamente o crescimento do setor e intenta colocá-lo no mercado até o final desse ano.

De acordo com os especialistas presentes no 5º encontro de resseguros, promovido pela Confederação Nacional de Seguros Gerais (CNSeg), esse produto será capaz de concluir quase a totalidade das obras licitadas pelos governos - federal e regionais.

"O que existe é uma proposta nossa sendo elaborada, tanto a partir das necessidades do governo, como da análise que estamos fazendo sobre o que é possível resolver. Na maior crise que nós estamos trabalhando, essas obras de grande duração serão imprescindíveis para que o mercado de seguros responda com toda a sua capacidade, o intuito bem claro do governo de que, em caso de sinistro, não haja cheque, mas sim a obra pronta", afirma Paulo Pereira, presidente executivo da Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber).

Segundo ele, o governo foi ao encontro das principais instituições de seguro para acordarem sobre um novo produto que suprisse as grandes obras de infraestrutura e de concessões do País. Assim, o projeto elaborado do seguro sugere o aumento de 5% para 30% a importância segurada média, além da transmissão de responsabilidade de conclusão da obra para a seguradora. "Estudos externos mostram que, no mundo inteiro, 30% é mais do que suficiente para acabar 90% das obras. Evidentemente ainda estamos dependendo do governo, mas em breve teremos o produto pronto para o mercado começar a trabalhar", ressalta Pereira.

Westenberger, da Superintendência de Seguros Privados (Susep), no entanto, afirma que percentuais maiores ainda estão sendo considerados, podendo chegar até a totalidade de cobertura.

"Por que não? É claro que isso será estudado com cuidado, até porque se 100% de cobertura não for necessário, não iremos colocar. Mas vamos buscar o patamar que crie primeiro a atratividade do seguro e, segundo, que o produto resultante realmente cumpra a sua finalidade, que é a conclusão da obra", avalia o superintendente da Susep.

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

Westenberger ainda ressalta que o cenário de incertezas políticas, apesar de não agravar tanto a continuidade da regulamentação do produto para o mercado segurador, ainda pode atrasar o processo.

"O efeito não deve ser tão gravoso porque para o Ministério da Fazenda e da Susep, essa discussão está em franco progresso. No entanto, a probabilidade de o seguro cobrir o término de uma obra, que muito provavelmente é feita pelo governo, mexerá com licitações e leis, o que pode atrasar o processo.

<http://www.dci.com.br/financas/garantia-em-obras-pode-animar-seguradoras-id538854.html>

[Voltar ao índice](#)

6. Serviços – Transporte Aéreo

Azul Linhas Aéreas trará Concorde ao Brasil

02 de Abril de 2016

Fonte: Fator Brasil

Companhia planeja trazer até cinco unidades do jato supersônico ao país e fará voos domésticos para várias cidades brasileiras. Primeira aeronave deve pousar em Campinas nos próximos dias e voos terão estreia em junho.

A Azul Linhas Aéreas Brasileiras inova mais uma vez e anuncia hoje uma decisão histórica: a companhia será a primeira aérea do mundo a retomar os voos com os jatos supersônicos Concorde. Com capacidade para até 120 assentos, a aeronave pode alcançar uma velocidade de 2.200km/h, sendo possível ligar São Paulo ao Rio de Janeiro e a Belo Horizonte em 15 minutos ou, ainda, voar de São Paulo a Marília em apenas 8 minutos. Com cinco unidades encomendadas, a empresa planeja receber o primeiro equipamento já nos próximos dias e dar início aos voos regulares em junho, quando fará evento de lançamento no aeroporto de Viracopos, em Campinas.

Inicialmente, o novo Concorde da Azul será operado a partir dos aeroportos de Viracopos e Congonhas, com voos para Marília, Araçatuba, Montes Claros, Passo Fundo, Belo Horizonte (Confins), Rio de Janeiro (Santos Dumont) e Recife. Segundo Antonoaldo Neves, presidente da Azul, a novidade é um marco na história da aviação mundial e será um divisor de águas no setor. “Traremos mais dinamismo às viagens de curta e longa distância dentro do país, já que o Concorde é a aeronave comercial mais rápida do mundo. Elas serão equipadas com modernas e confortáveis poltronas em uma cabine de classe única. O serviço e entretenimento de bordo ainda estão em fase de planejamento, mas a ideia é que não haja muitas opções, uma vez que os voos serão muito curtos”, afirma Neves.

Para Abhi Shah, vice-presidente de Receitas da Azul, o histórico de preços baixos do combustível de aviação torna os custos de operação do Concorde imbatíveis. “Nós realmente estamos muito confiantes de que podemos fazer o mercado de aviões supersônicos crescer Brasil”, afirma Shah.

A Azul ainda aguarda autorização dos órgãos reguladores para operar os novos voos, assim como o certificado para operar as novas aeronaves. Clientes TudoAzul Safira e Diamante terão condições especiais de compra, quando as passagens estiverem disponíveis. Em breve, a companhia divulgará mais detalhes sobre essa operação.

Os primeiros voos a serem operados pela Azul com o Concorde:

São Paulo/Campinas - Recife - São Paulo/Campinas				
Origem	Saída	Destino	Chegada	Frequência
São Paulo/Campinas	10h52	Recife	11h35	Diário
Recife	12h00	São Paulo/Campinas	12h41	Diário
São Paulo/Congonhas - Araçatuba - São Paulo/Congonhas				
Origem	Saída	Destino	Chegada	Frequência
São Paulo/Congonhas	14h01	Araçatuba	14h11	Diário
Araçatuba	14h46	São Paulo/Congonhas	15h59	Diário
São Paulo/Campinas - Manila - São Paulo/Campinas				
Origem	Saída	Destino	Chegada	Frequência
São Paulo/Campinas	6h01	Manila	6h09	Diário
Manila	7h38	São Paulo/Campinas	7h48	Diário
São Paulo/Congonhas - Passo Fundo - São Paulo/Congonhas				
Origem	Saída	Destino	Chegada	Frequência
São Paulo/Congonhas	17h15	Passo Fundo	17h34	Diário
Passo Fundo	18h01	São Paulo/Congonhas	18h22	Diário
São Paulo/Campinas - Rio de Janeiro/Santos Dumont - São Paulo/Campinas				
Origem	Saída	Destino	Chegada	Frequência
São Paulo/Campinas	10h05	Rio de Janeiro/Santos Dumont	10h21	Diário
Rio de Janeiro/Santos Dumont	10h55	São Paulo/Campinas	11h09	Diário
São Paulo/Congonhas - Montes Claros - São Paulo/Congonhas				
Origem	Saída	Destino	Chegada	Frequência
São Paulo/Campinas	18h00	Montes Claros	18h17	Diário
Montes Claros	18h43	São Paulo/Campinas	19h00	Diário

Perfil —A Azul Linhas Aéreas Brasileiras é a companhia aérea com o maior número de destinos servidos no país. A empresa detém uma frota de 140 aeronaves, mais de dez mil funcionários, um número superior a 900 voos diários, mais de 100 destinos servidos e um terço do total de decolagens do país. A qualidade de seus serviços já foi atestada por inúmeros prêmios, nacionais e internacionais. Em 2016, foi reconhecida como a empresa aérea low-cost mais pontual do mundo pela Official Airline Guide (OAG). No ano anterior, foi eleita pela quinta vez consecutiva pela Skytrax World Airline Awards como “Melhor companhia aérea low-cost da América do Sul”. Em 2014, a Azul foi reconhecida como melhor aérea low-cost do mundo pela CAPA – Centre for Aviation. www.voeazul.com.br.

http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=316642

TAM anuncia transferência de operações para o novo terminal de Viracopos

05 de Abril de 2016

Fonte: Fator Brasil

Nesse período de transição, a companhia orienta os passageiros a programarem com antecedência a chegada ao aeroporto.

A partir de 23 de abril, a TAM Linhas Aéreas vai transferir as suas operações aéreas em Viracopos, São Paulo, para a nova infraestrutura que será liberada pela concessionária do novo aeroporto. Todas as operações locais da companhia serão concentradas no moderno Terminal 1, que tem capacidade total para atender até 14 milhões de passageiros por ano.

Atualmente, a TAM opera até quatro voos domésticos por dia em Viracopos, todos com destino a Brasília. Nenhum horário programado para chegada e partida desses voos será alterado em razão da mudança.

No novo Terminal 1, a TAM terá à disposição sistemas de check-in de última geração, incluindo totens de autoatendimento, e uma nova localização para a sua loja e o seus balcões de atendimento a passageiros.

Toda a transferência operacional está sendo coordenada junto à concessionária do aeroporto de Viracopos, tendo já contado com a realização de diversos testes físicos para assegurar a segurança e a comodidade dos novos fluxos e estruturas do terminal. A TAM também tem contribuído no aprimoramento de sistemas no novo terminal e tem entrando em contato com os passageiros para informá-los sobre essa transferência.

Nesse período de transição, a TAM orienta os passageiros a programarem com antecedência a chegada ao aeroporto, e recomenda preferencialmente o check-in antecipado, que pode ser realizado por meio da internet, do celular e dos totens de autoatendimento instalados no novo terminal de Viracopos. Para mais informações, podem entrar em contato com a Central de Vendas, Fidelidade e Serviços pelos telefones 4002-5700 (capitais) e 0300-570-5700 (demais localidades) ou ainda acessar o site www.tam.com.br.

A TAM avalia de forma positiva a transferência em Viracopos, pois considera fundamental todo investimento em infraestrutura para o Brasil vislumbrar um novo ciclo de crescimento, com competitividade para suas empresas, e melhor serviço e atendimento aos clientes e usuários de toda a indústria aérea nacional. | www.lan.com e www.tam.com.br,

http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=316763

[Voltar ao índice](#)

7. Empreendedorismo

MasterCard faz parceria com startup

04 de Abril de 2016

Fonte: No Varejo

A ideia é investir em soluções para programas de fidelidade. Veja quem é a startup

A MasterCard fechou parceria com a startup brasileira Hanzo, plataforma de varejo mobile. A ideia do acordo é desenvolver soluções integradas para programas de fidelidade, cuponagem e engajamento do consumidor - tudo via smartphone.

A parceria permite a comercialização das soluções integradas aos seus produtos voltados principalmente a bancos e varejistas. "Estamos agregando a tecnologia da Hanzo para evoluir nossos produtos e serviços, ampliar o alcance para o segmento móvel e fortalecer a relação com o varejo", disse em nota Alexandre Brito, vice-presidente de Desenvolvimento de Aceitação e Negócios da MasterCard Brasil e Cone Sul.

"A plataforma complementa alguns produtos já disponíveis na MasterCard e oferecerá uma experiência muito melhor a consumidores e lojistas, sem necessidade de cupons. A iniciativa possibilitará, por exemplo, o resgate dos pontos direto no aplicativo de forma simples, fácil e sem burocracia tanto para o consumidor quanto para o estabelecimento comercial", explicou Brito.

A plataforma mobile da Hanzo inclui produtos para fidelidade, cuponagem, push notifications, beacons e m-Commerce. A ideia é que essas soluções possam ser agregadas aos produtos que a MasterCard oferece ao mercado, como a plataforma MasterCard Rewards System (MRS), Pague com Pontos (Pay With Rewards), a qual permite que compras sejam pagas com pontos; crédito ou pontuação na fatura (Card-linked Services) em que os bancos ou lojistas podem conceder pontos ou descontos na fatura automaticamente; e ofertas personalizadas (Personalized Card-linked Offers), que viabiliza ofertas com base no comportamento de compra.

<http://www.portalnovarejo.com.br/index.php/tecnologia-e-inovacao/item/16055-mastercard-faz-parceria-com-startup>

[Voltar ao índice](#)

8. Curtas

Atividade do Comércio cai 8,5% até março e tem pior trimestre, diz Serasa

06 de Abril de 2016

Fonte: Isto é Dinheiro

O Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio, medido a partir do volume de consultas realizadas por estabelecimentos comerciais à base de dados da Serasa Experian, registrou entre janeiro e março o pior trimestre da série iniciada em janeiro de 2000. O índice encolheu 8,5% na comparação com igual intervalo do ano passado, pressionado por uma retração de 19,5% na atividade do segmento de Veículos, motos e peças.

Em março, o indicador caiu 1,5% em relação a fevereiro, com ajuste sazonal. Na comparação com março de 2015 houve queda de 9,2% no movimento dos consumidores nas lojas.

Segundo os economistas da Serasa Experian, a queda da atividade do Comércio é sustentada pelo aumento do desemprego, pela inflação e pelo baixo grau de confiança do consumidor. Além disso, o crédito mais caro também afetou o setor, especialmente nos segmentos onde o crédito exerce papel importante nas vendas. É o caso, justamente, do segmento de Veículos, motos e peças.

Os segmentos de Tecidos, vestuário, calçados e acessórios e Móveis, eletroeletrônicos e informática também se destacaram negativamente no trimestre, com retração de 14,6% e 13,1%, respectivamente. O único segmento a apresentar expansão das atividades em 2016 na comparação anual foi o de combustíveis e lubrificantes, com alta de 5,3%.

O Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio é calculado a partir de uma base composta por 6.000 empresas comerciais, e é segmentado em seis ramos de atividade comercial. Além das áreas citadas, compõem o estudo também os segmentos de Supermercados, hipermercados, alimentos e bebidas (-6,2% no trimestre) e Material de construção (-4,5%).

[Voltar ao índice](#)

9. Feiras

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

04/04/2016 até 06/04/2016 - EXPOVEST

Setor: Têxtil, Confecção e Vestuário

Local: Shoppings Atacadistas de Cianorte AsaModa, Dallas, Master e NABHAN

Cidade: Cianorte – PR

05/04/2016 até 07/04/2016 - AUTOCOM 2016

Setor: Informática, Tecnologia da Informação e Telecomunicações

Local: Expo Center Norte

Cidade: São Paulo – SP

05/04/2016 até 08/04/2016 - ABRIN 2016

Setor: Brindes, Presentes e Brinquedos

Local: Expo Center Norte

Cidade: São Paulo – SP

05/04/2016 até 07/04/2016 - FIEMA BRASIL

Setor: Meio Ambiente e Saneamento

Local: Parque de Eventos de Bento Gonçalves - Fundaparque

Cidade: Bento Gonçalves – RS

05/04/2016 até 07/04/2016 - INTERMODAL

Setor: Transporte e Logística

Local: Transamerica Expo Center

Cidade: São Paulo – SP

05/04/2016 até 07/04/2016 - INFRAPORTOS SOUTH AMERICA

Setor: Transporte e Logística

Local: Transamerica Expo Center

Cidade: São Paulo – SP

05/04/2016 até 10/04/2016 - FEIRA DO BEBÊ E GESTANTE

Setor: Comércio Varejista, Atacadista e Franquias

Local: Pavilhão de Carapina - Serra

Cidade: Serra – ES

06/04/2016 até 10/04/2016 – FESTA BRASILEIRA**Setor:** Multisetores**Local:** EXPOBRASILIA Pavilhão de feiras e exposições do Parque da Cidade**Cidade:** Brasília – DF**07/04/2016 até 17/04/2016 - EXPOLONDRINA 2016****Setor:** Agronegócio**Local:** Parque Governador Ney Braga**Cidade:** Londrina – PR**08/04/2016 até 09/04/2016 - AVIESP****Setor:** Turismo**Local:** Pavilhão Expo Dom Pedro - Anexo Parque D Pedro Shopping**Cidade:** Campinas – SP**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

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