

BOM PARA A SAÚDE E PARA OS NEGÓCIOS

O MERCADO DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS ESTÁ EM ASCENSÃO NO PAÍS
E OFERECE INÚMERAS OPORTUNIDADES PARA O VAREJO

Em 2015, o volume de vendas de alimentos saudáveis no Brasil foi estimado em US\$ 27,5 bilhões, o que coloca o País como quinto maior mercado do gênero no mundo. Os dados são da Euromonitor, empresa líder mundial em pesquisa de estratégia para mercados consumidores presente em 80 países. De acordo com o levantamento, desde 2012 esse segmento registra um crescimento médio de 20% no Brasil, ante os 8% apresentados nas demais economias do mundo.

Outra pesquisa, desta vez realizada em 2015 pela Proteste – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor, sinaliza a mudança de hábitos dos brasileiros. Entre os entrevistados, 94% declararam que estariam dispostos a consumir mais produtos orgânicos. Outros 40% apontaram

que pagariam até 5% a mais nesse tipo de alimento. Já uma parcela de 38% disseram ter comprado mais legumes e verduras no último ano, e outros 32% dos entrevistados, mais peixes.

Para os interessados em investir nesse segmento, há oportunidades em diversos nichos, como o de produtos light e diet, o de alimentos livres de lactose e glúten e o de produção de alimentos orgânicos. De acordo com a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), entidade certificadora de produtos veganos no Brasil, há sinais de que esse é um mercado em ascensão. O conceito *vegano* exclui produtos de origem animal (carne, peixe, laticínios, ovos, mel, entre outros ingredientes) e tem cardápio baseado em uma enorme diversidade de vegetais. [6]



pág. 02 CRÉDITO

Planejamento e equilíbrio para evitar endividamento



pág. 03 VAREJO

O que considerar ao escolher o melhor canal de vendas?



pág. 04 MUNICÍPIOS

Ineficiência e má gestão comprometem serviços públicos



CRÉDITO CONSCIENTE E BEM PLANEJADO

EQUILÍBRIO NAS FINANÇAS PESSOAIS É A PALAVRA-CHAVE PARA USAR O RECURSO SEM SE ENROLAR EM DÍVIDAS

Nos últimos três anos, o Brasil vivenciou uma crise real e de confiança. A deterioração de alguns indicadores econômicos impactou diretamente nas perspectivas e resultou no desânimo dos agentes econômicos. No momento, há uma retomada de segurança alimentada pelas expectativas, mas a situação ainda não mudou significativamente.

Apesar de apresentar uma desaceleração do ritmo de crescimento, a taxa de desemprego continua em alta e a inflação ainda corrói o poder de compra do consumidor. Mesmo sem haver uma explosão da inadimplência, o endividamento é elevado e, com a perda de emprego, o acesso ao crédito é visto como uma forma de colocar as contas em dia. No entanto, o equilíbrio das finanças pessoais requer uma dose de educação financeira e planejamento.

Muitos consumidores têm à sua disposição alguns limites de crédito que são utilizados de forma inconsciente, como um complemento da renda. É o que acontece com o rotativo do cartão de crédito e com o limite do cheque especial.

Os usos inadequados do cartão de crédito e do cheque especial são um grande risco para a saúde financeira do consumidor, uma vez que eles operam com os juros mais altos do mercado. Em julho, segundo dados do Banco Central, a taxa de juros cobrada pelos bancos nas operações com cheque especial alcançou 318,4% ao ano. Já para o cartão de crédito rotativo, ela pode ser considerada proibitiva, ou seja, 470,7% ao ano.

A palavra-chave é o equilíbrio nas finanças pessoais de forma racional. Assim, o primeiro passo a ser dado pelo consumidor é anotar todas as dívidas e os respectivos juros. A prioridade de pagamento deverá ser para aquelas dívidas com as taxas de juros mais elevadas.

Planejamento financeiro também é muito importante para determinar alguns



gastos que podem ser cortados ou reduzidos, de forma a evitar o superendividamento e promover o reequilíbrio do orçamento. Muitas vezes, com uma organização das finanças, o consumidor consegue se planejar para não precisar contratar uma linha de crédito.

Caso o consumidor não tenha recursos para saldar as suas dívidas, ele deve procurar o credor para tentar negociar um plano de pagamento que evite juros que possam se tornar impagáveis. Um eventual parcelamento pode ser uma forma de reequilibrar o orçamento.

Outra opção que o consumidor tem à sua disposição é a troca de uma dívida com taxa de juros mais elevada por outra mais barata. Recorrer a uma nova linha de crédito pode ser a alternativa para quitar todas as demais dívidas, ficando apenas com uma, com juros menores e parcela mais atrativa. Trocar uma dívida do cartão de crédito por um empréstimo pessoal, por

exemplo, pode ser uma opção. A taxa de juros do empréstimo pessoal chega a 132,2% ao ano, de acordo com o Banco Central.

A portabilidade de crédito é outra alternativa para diminuir o custo da dívida. É a transferência das dívidas de um banco para outro com redução dos juros. No entanto, o consumidor deve ficar atento aos custos que podem estar envolvidos em tal transferência e se a negociação não está condicionada à aquisição de novos produtos ou serviços, configurando, assim, uma venda casada, procedimento proibido pelo Código de Defesa do Consumidor.

Mais uma vez, nesse momento, o planejamento deve ser o norte dos consumidores. De nada adianta renegociar uma dívida se não tiver condições de pagá-la. É preciso identificar os juros cobrados e o prazo de pagamento, racionalizando, dali em diante, os custos, evitando que uma determinada dívida se transforme em uma bola de neve. [&]

VÁRIAS FRENTES PARA ENCONTRAR CLIENTES

CONHEÇA AS PARTICULARIDADES DOS PRINCIPAIS CANAIS DE VENDAS PARA ESCOLHER AS MELHORES OPÇÕES PARA O SEU NEGÓCIO



No varejo, utilizar os diversos tipos de canais como estratégia para incrementar as vendas é essencial para o crescimento da empresa. Mas é necessário ficar atento a alguns fatores determinantes para o sucesso, como o tipo de controle que o empresário terá sobre o canal de venda, como o produto será exposto e como será a abordagem ao cliente, bem como os custos envolvidos e as ações de marketing que podem ser adotadas. A seguir, destacamos os principais canais de vendas:

VENDA DIRETA – Feita por meio de catálogos e vendedores independentes sem vínculo de exclusividade com a marca, este canal

é interessante para produtos mais pulverizados e traz uma abordagem mais direta e em regiões específicas, já que o revendedor sempre atua nas regiões próximas ao seu convívio social.

REPRESENTANTES COMERCIAIS – São profissionais ou empresas que comercializam os produtos sem ter a posse destes. Fazem apenas a mediação entre a marca e o cliente.

FRANQUIAS – Este modelo é muito interessante para estabelecer uma marca, principalmente em regiões onde a empresa deseja expandir seus negócios. É preciso levar em conta custos envolvidos, padronização do negócio, estru-

turação de contratos, controles financeiros, treinamentos e apoio ao franqueado.

E-COMMERCE – Este canal requer atenção e agilidade na resolução de dúvidas dos clientes e possíveis problemas enfrentados no site da empresa. Também é preciso manter bom controle do estoque e atenção a questões logísticas e de fretes, que podem encarecer o produto em relação ao varejo físico.

LOJAS PRÓPRIAS – Elas permitem maior controle sobre a gestão das vendas. Para expansão, com abertura de filiais, é preciso investir fortemente em gerentes e supervisores que serão os “olhos” do dono no dia a dia da operação. [&]

PROGRAMA APRENDIZAGEM GRATUITO NO SENAC.

EMPRESA, FAÇA PARTE DO PROGRAMA APRENDIZAGEM NO SENAC E ESCOLHA MUDAR A VIDA DE MUITOS JOVENS.

Além de cumprir a lei, você ajuda a preparar os jovens para o mercado de trabalho. Uma ótima escolha para a empresa e para esta **futura geração de profissionais.**



Empresário, entre em contato com o Senac e informe-se sobre as turmas do Programa Aprendizagem com inscrições abertas.
www.sp.senac.br/cursosgratuitos - 0800 883 2000

MAIS NUMEROSOS E INEFICIENTES

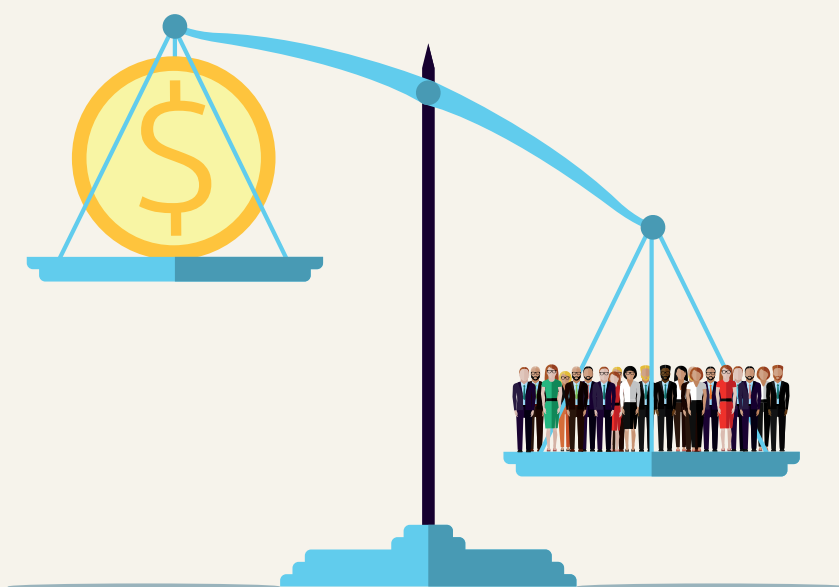
EM OITO ANOS, O PAÍS GANHOU 1,5 MIL MUNICÍPIOS, TOTALIZANDO 5.569 PREFEITURAS. MUITOS TÊM EM COMUM, ALÉM DA FALTA DE RECURSOS, A GESTÃO PRECÁRIA

Muito se tem tratado de temas focando o setor público e sua amplitude, estrutura, carências e desafios. Nesse universo, chama a atenção por seus números e fatos a realidade vivida por milhares de municípios, que em sua grande maioria revela situação de precariedade. Cabe destacar que esse processo em cadeia se agravou com a aprovação da Constituição Federal de 1988, quando interesses políticos regionais serviram de estímulo para uma onda de fusões, incorporações e desmembramentos de municípios.

Essa movimentação gerou consequências. O resultado desse processo é que, em apenas oito anos, foram criados 1,5 mil novos entes federativos, perfazendo a totalidade de 5.569 prefeituras. A grande maioria, em grau variado, ainda se mantém em condições insatisfatórias, com problemas de gestão, barreiras, limites e excessos dos pontos de vista fiscal e financeiro, com todos os seus desdobramentos perversos na oferta de serviços de baixa qualidade e atendimento irregular ou insuficiente, em detrimento das demandas da população.

Em outros termos, confrontando com a escassez de recursos e orçamento restrito, existe um denominador comum entre eles: existem, de sobra, indicadores mostrando claramente a difícil situação que enfrentam, mesmo na execução de seus programas no campo social, como saúde, educação e saneamento básico. Isso sem considerar que os mesmos municípios ainda dependem das transferências ou dos repasses dos Estados e da União (via fundos de participação), assegurados por dispositivo constitucional.

Nesse processo, outros fatores contribuíram para solapar as finanças dos entes



municipais e seus orçamentos: mais uma vez, a cultura e os interesses políticos foram determinantes, afrontando os princípios da própria Lei de Responsabilidade Fiscal. De um lado, com o inchaço do funcionalismo e seus excessos nas despesas com pessoal; de outro, com as desonerações tributárias a serviço da política econômica anticíclica do governo federal, visando estimular o consumo, mas implicando redução dos repasses constitucionais aos municípios, fragilizando suas receitas.

Trata-se de uma realidade complexa, que foi exposta pelo “Ranking de Eficiência dos Municípios – Folha”, conduzido pelo jornal *Folha de S.Paulo* em parceria com o instituto de pesquisa Datafolha. A nova pesquisa mostra o quanto a má gestão e a ineficiência no emprego dos recursos públicos nos municípios podem se transformar em elevados custos sociais, desdobrando-se em mau atendimento

à coletividade em suas necessidades básicas. Nas 3.991 prefeituras pesquisadas, em média 52% dos cidadãos avaliaram como ruim ou péssimo o atendimento em saúde. No ensino público, esse percentual de desaprovação ficou em 41%, e em saneamento, 44%.

Enfim, esses fatos e números evidenciam nítida contradição e fragilizam o posicionamento daqueles que defendem a emancipação/criação de novos entes federativos, mas sem base e elementos para justificar sua viabilidade e sustentabilidade nem a preocupação com o enfrentamento de questões de natureza política, social e econômica. Ignorar essa realidade equivale a transferir seus ônus para os Estados e a União. Além disso, contribui para a preservação do gigantismo e da ineficiência do setor público, alimenta o desequilíbrio das contas públicas e mantém em segundo plano os interesses maiores do País. [&]



Senac Sesc FECOMERCIO SP

Aqui tem a força do comércio

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PRESIDENTE ABRAM SZAJMAN • SUPERINTENDENTE ANTONIO CARLOS BORGES • COLABORAÇÃO ASSESSORIA TÉCNICA • COORDENAÇÃO EDITORIAL E PRODUÇÃO TUTU • DIRETOR DE CONTEÚDO ANDRÉ ROCHA • EDITORA IRACY PAULINA • FALE COM A GENTE PUBLICACOES@FECOMERCIO.COM.BR RUA DOUTOR PLÍNIO BARRETO, 285 • BELA VISTA • 01313-020 • SÃO PAULO – SP • www.fecomercio.com.br