

DCI

Diário
Comércio
Indústria
& Serviços

R\$ 3.00
EDIÇÃO NACIONAL

dci.com.br
ANO XV • NÚMERO 3498
TERÇA-FEIRA,
15 DE MARÇO DE 2016

Atividade econômica recua pelo 11º mês seguido, diz BC

INDICADOR

● O Índice de Atividade Econômica do Banco Central (IBC-Br), que serve de prévia do PIB, teve queda em janeiro pelo 11º mês seguido, com baixa de 0,61% ante dezembro de 2015 com ajuste sazonal.

Assim, o indicador foi a 135,85 pontos, o menor patamar desde fevereiro de 2010. Especialistas dizem não haver previsão de melhora da atividade econômica para o primeiro semestre do ano. E pior: a tendência é que os resultados, que já foram negativos em 2015, não só se repitam neste ano como perdurem até 2017.

Para Fabrício Pessato, professor de graduação e pós-graduação de economia e finanças da Metrocamp, o "cenário ainda está se desenhando e pode parar de piorar, ou ficar no zero a zero, mas só no segundo semestre de 2016". Ele apontou que empresas ligadas aos bens de consumo não duráveis e semiduráveis, como

calçados e vestuário, podem ter uma melhora, enquanto os bens de consumo duráveis continuam em queda até o final do ano.

Segundo o economista da GO Associados, Luiz Fernando Castelli, no primeiro trimestre a previsão é de que só a agropecuária apresente números positivos, em torno de 2,8%, e no final de

2016, de 1,6%. Já o setor de serviços deve apresentar queda de 1,3% e a indústria, de 0,6%, fechando o ano respectivamente com -3,4% e -4,6%.

Assim, para o Produto Interno Bruto (PIB) acumulado deste ano, o mercado espera retração de 3,54%, de acordo com o relatório Focus. PÁGINA 5

DESTAQUES

Justiça flexibiliza a Lei de Cotas para deficientes

Diante da dificuldade para se contratar pessoas com deficiência, a Justiça do Trabalho vem flexibilizando o cumprimento das cotas, segundo o sócio do Rocha, Calderon e Advogados Associados, Fabiano Zavanella. PÁGINA 11



DIVULGAÇÃO

Microalga ajuda tratar água e gera nutrientes para produção de aves

As microalgas, já aplicadas em diversas atividades, começam agora, a ser usadas no tratamento de efluentes da indústria aviária. O processo criado pela catarinense Brastax consegue separar água para reúso e também gerar substância que pode ser reintroduzida na produção de ração dos animais. PÁGINA 16

Consórcios tendem a crescer, mas participação será mais cautelosa

O mercado de consórcios tem sido favorecido pelo cenário atual. Apesar do contínuo crescimento, no entanto, consumidores tendem a ser mais cautelosos para adquirir novos bens. Segundo a Abac, a venda de novas cotas cresceu 1,3% em janeiro deste ano em comparação a mesmo período do ano passado. PÁGINA 17

Migrar para nuvem por etapas facilita percepção de retorno

Adequar todos os processos através da adoção da nuvem sem comprometer o orçamento será o grande desafio enfrentado por boa parte das pequenas e médias empresas brasileiras. Mas, de acordo com especialistas, isso pode ser contornado através de um bom planejamento prévio. PÁGINA 8

Indústria de motores para barcos inicia diversificação

Sem horizonte de crescimento, fabricantes de motores para barcos apostam na diversificação de portfólio para atravessar crise. PÁGINA 6



DIVULGAÇÃO

DIA DO CONSUMIDOR

Varejo tenta criar nova data comercial

Vale tudo para elevar vendas. Até aproveitar o Dia do Consumidor, comemorado em 15 de março, para tentar dar um fôlego no comércio, numa espécie de 'Black Friday'. PÁGINA 3



AGÊNCIA BRASIL

Setor elétrico sobe 8,6% na Bolsa de Valores

AÇÕES

● O Índice de Energia Elétrica (IEE) avançou 8,6% no ano até ontem para 26.942 pontos. A alta em 2016 está relacionada com o aumento do nível dos reservatórios e o melhor equilíbrio dos preços de energia a favor das companhias em todo o País. Segundo especialistas, ainda não há motivos para comemoração, mas a situação das companhias melhorou. PÁGINA 18

15

● Este é o número de papéis que formam o índice. Entre as empresas que participam estão Alupar, Cesp, Cemig, Coelce, CPFL, Copel, Eletrobras, Eletropaulo, Energias BR, Equatorial, Light, Taesa, Tractebel, AES Tietê e Transmissão Paulista.

MERCADOS

ÍNDICE BOVESPA



48.867
(Pontos)

-771
(Pontos)

-1,55%

DÓLAR COMERCIAL



3,6239
(R\$)

-0,0032
(R\$)

-0,09%

PETRÓLEO WTI



37,18
(US\$/Barril)

-1,32
(US\$/Barril)

-3,43%

EURO



4,0254
(R\$)

-0,0221
(R\$)

-0,55%

CAFÉ ALTA MOGIANA



493,15
(R\$/Saca)

+2,60
(R\$/Saca)

+0,53%

OURO



143,20
(R\$/Gramas)

-1,31
(R\$/Gramas)

-0,91%

Governo corre risco de novas derrotas

PAUTAS-BOMBA

● O governo corre o risco de sofrer derrota na Câmara dos Deputados hoje, se for aprovado o Projeto de Decreto Legislativo 315/16, do deputado Esperidião Amin, sobre novo indexador de dívidas de estados e municípios com a União. PÁGINA 13

Chuvas já prejudicam safra de cana e de laranja

AGRONEGÓCIOS

● Com alta de 30% a 60% no volume de chuvas entre janeiro e março no Estado de São Paulo, produtores de cana e de laranja devem elevar preços para amenizar perda. Hortifrutis também foram prejudicados. PÁGINA 10

Em Destaque

OPORTUNIDADE PARA O SETOR. Consumo em baixa estimula empresas a investirem em promoções e descontos com a meta de incentivar clientes a comprar, dando um novo fôlego ao mercado

Varejo luta para incluir nova data no calendário de vendas

DIA DO CONSUMIDOR

Pedro Arbex
São Paulo
pedro.arbex@dci.com.br

● Para ultrapassar o mês de março, geralmente período de vendas escassas, as redes varejistas querem turbinar com descontos e promoções o Dia do Consumidor, comemorado mundialmente hoje. A ideia é reforçar o calendário ao criar a identidade de mais uma data sazonal e, quem sabe, transformar o período em uma nova Black Friday.

“É evidente que o varejo quer criar uma nova data de promoções, já que ele se ‘alimenta’ de datas especiais. Além disso, esse é um período em que as vendas do varejo são muito baixas”, afirma o presidente do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (Ibevar), Claudio Felisoni.

O presidente do Conselho de Comércio Eletrônico da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), Pedro Guasti, concorda. Segundo ele, no primeiro semestre do ano, março é justamente o mês mais fraco em vendas e vale a pena unir forças para mudar isso.

Criada pela Buscapé Company com o objetivo de alavancar as vendas neste período, a comemoração de descontos para a data já está em sua terceira edição, e promete, este ano, aumentar o faturamento, apesar da crise econômica. De acordo com a E-bit/Buscapé, unidade especializada em informações de comércio eletrônico da Buscapé Company, o faturamento do e-commerce neste dia deverá chegar a R\$ 236 milhões este ano, o que representaria crescimento nominal de 18% em relação à edição de 2015, quando o faturamento foi de R\$ 200 milhões. Na primeira edição o valor foi de R\$ 174 milhões.

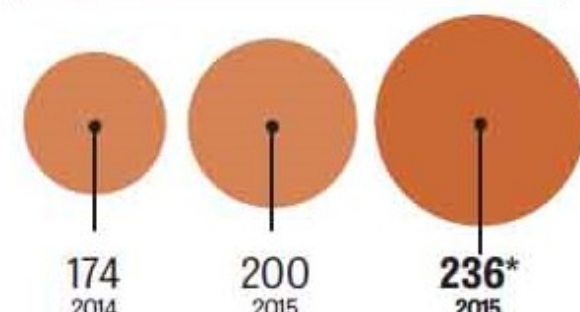
Apesar das previsões positivas da empresa, Felisoni, do Ibevar, avalia que a crise econômica deve interferir de maneira negativa nas vendas na data sazonal. “Estamos em um momento bem complicado, pois tivemos uma redução real da renda e o consumo está em baixa. A crise acaba não favorecendo um aumento nas vendas [em relação ao ano passado] neste dia”, explica o analista.

Felisoni acerta na análise se pensarmos que o Dia do Consumidor ainda está longe de se igualar aos resultados da Black Friday, que movimentou no ano passado R\$ 1,5 bilhão. A data é, aliás, desconhecida por grande parte dos consumidores brasileiros. Pesquisa realizada pelo Mercado Pago, instituição de pagamentos do Mercado Livre, com 400 internautas em todo o País mostrou que 77% dos entrevistados não conheciam a data. Apenas 11% disseram que compraram durante as promoções no ano passado.

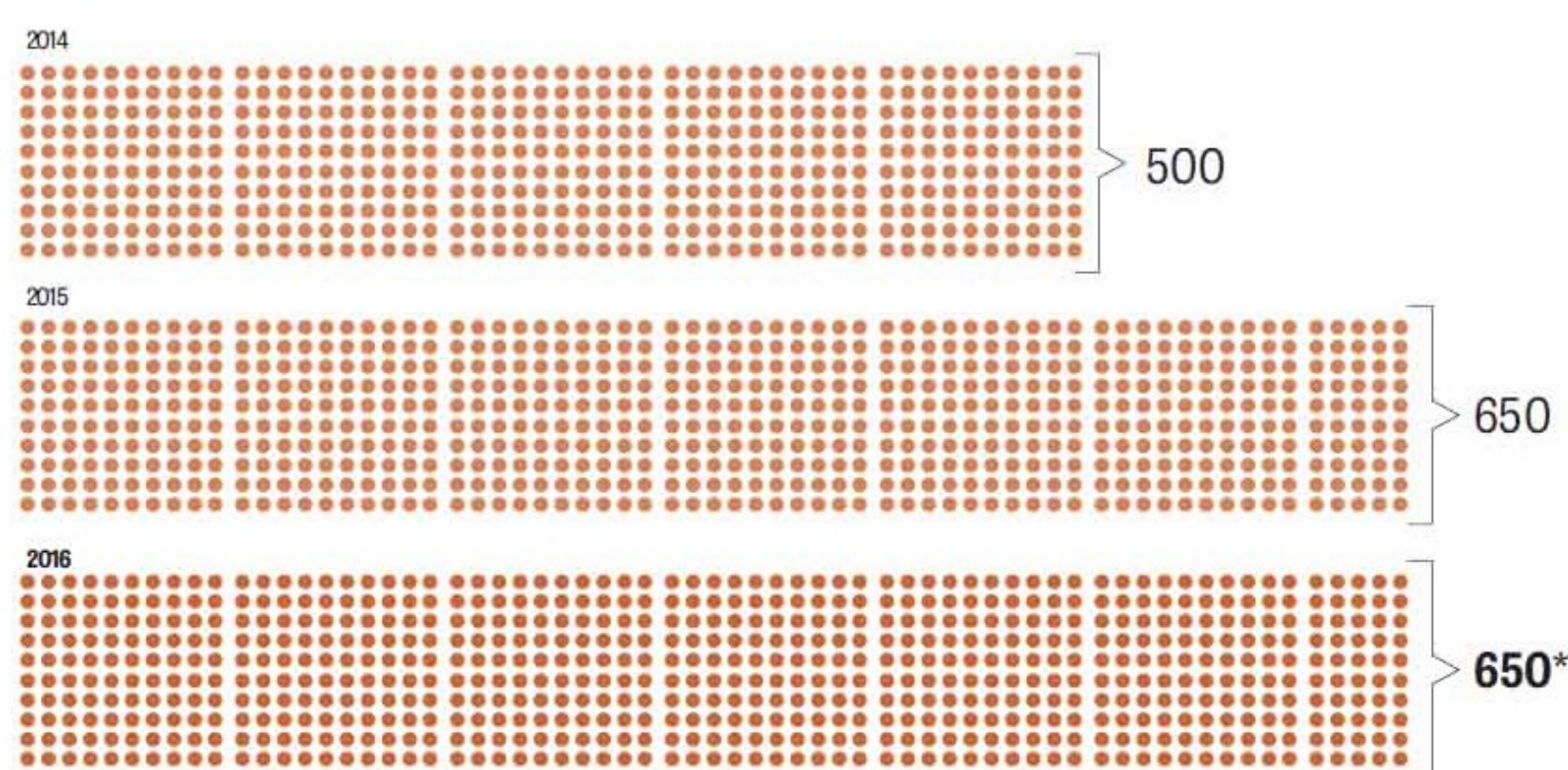
COMPORTAMENTO DO MERCADO NA INTERNET

Movimentação nas empresas com a data sazonal

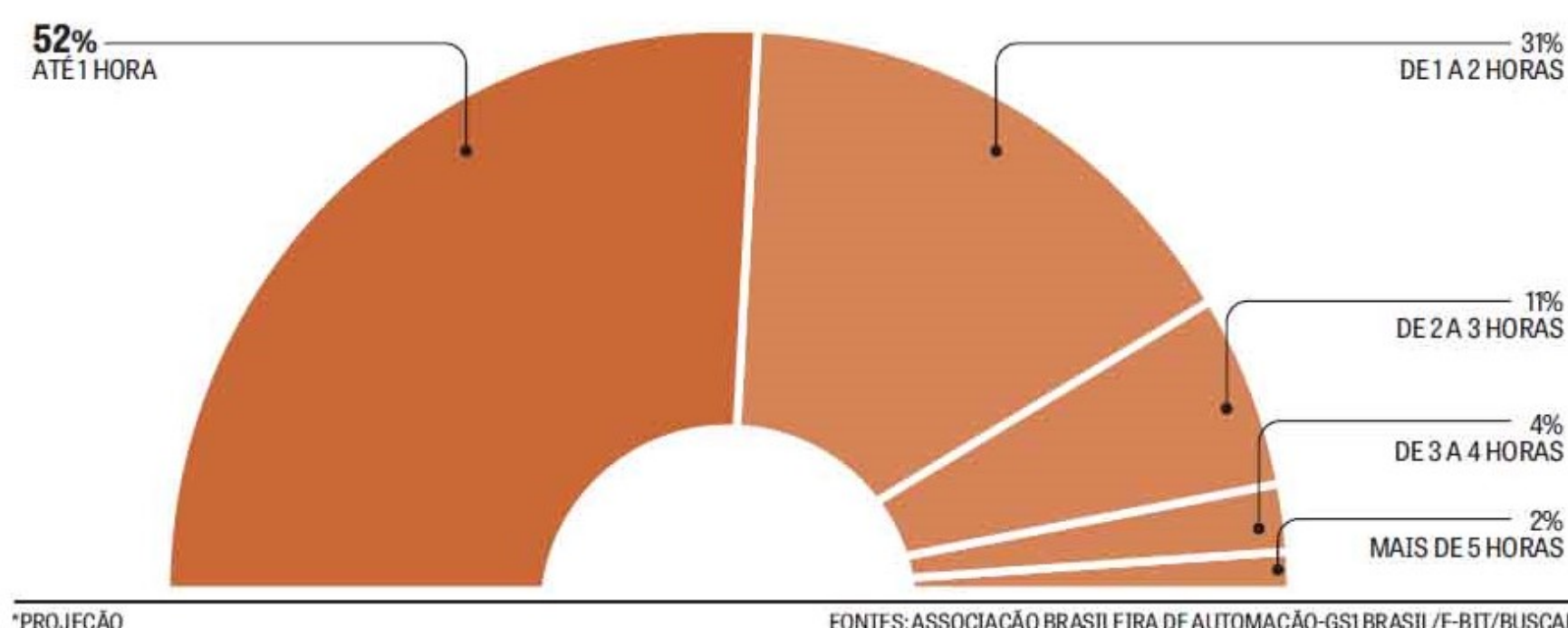
FATURAMENTO ▶ Em milhões de R\$



NÚMERO DE LOJAS ▶ Em unidades



TEMPO GASTO PELOS CLIENTES PARA IR ÀS COMPRAS



*PROJEÇÃO

FONTES: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO-GSI BRASIL/E-BIT/BUSCAPÉ

Por outro lado, a pesquisa revelou o interesse do consumidor ao saber que poderá aproveitar melhores preços na semana do dia 15 de março. 76% afirmaram que pretendem realizar alguma compra on-line ao longo da Semana do Consumidor neste ano.

Em entrevista ao DCI, o diretor executivo da E-bit/Buscapé, André Ricardo Dias, afirmou que a perspectiva é de crescimento para os próximos anos. “Acho muito difícil que o Dia do Consumidor se iguale à Black Friday, porque ela acontece em uma data muito

estratégica, com a proximidade do Natal. Mas a perspectiva é que a data cresça bastante nos próximos anos”, avalia.

Promoções

Com enfoque no comércio eletrônico e a participação de algumas lojas físicas, a edição de promoções deste ano deve contar com mais de 650 lojas participantes. A Buscapé Company estima descontos de até 80%. Empresas como o Walmart, Casas Bahia, Ponto Frio, Magazine Luiza, Mercado Livre e até administradoras de shopping centers, como a Sonae Sierra Brasil, prepararam grandes ações e promoções para a semana.

Com a participação de 11 shoppings e lojas de diversos segmentos, o Sonae Sierra promete oferecer inúmeros descontos para os consumidores nesta terça-feira. Além dos descontos nas lojas, em 10 dos 11 centros de compras participantes o estacionamento será gra-

tuito durante todo o dia. “Foi uma forma que encontramos de atrair os consumidores para os shoppings em uma data que ainda não é muito conhecida pelo público”, afirma a diretora de marketing da empresa, Laureane Cavalcanti.

A campanha, que consistiu principalmente em ações nas redes sociais e nos pontos de vendas, teve um investimento total em produção e mídia de R\$ 140 mil. Conforme ela, os segmentos que mais aderiram foram moda e eletrônicos.

O Walmart parece ter ido mais além, ao promover uma semana inteira de promoções. De 14 a 23 deste mês será possível encontrar descontos de até 30% em diversos produtos, garante a rede. Hoje, a empresa prometeu colocar vice-presidentes e diretores para atender aos clientes que ligarem para o SAC da companhia. O intuito é aproximar os executivos dos consumidores da bandeira.

A Cnova também preparou uma série de promoções nos e-commerces das Casas Bahia e do Ponto Frio. Os descontos, nas duas lojas vão até quinta-feira (17). Para o diretor comercial da Cnova, Georges Souyoltgis, a data deve representar um aumento grande nas vendas. “Em um momento de incerteza econômica como o que estamos passando, as datas comemorativas são, mais do que nunca, ocasiões substanciais para que o setor varejista consiga obter bons resultados”, afirma o executivo.

Nas CasasBahia.com, os descontos serão de até 80%, e estarão disponíveis para o consumidor mais de 5 mil produtos em promoção. No Pontofrio.com, serão mil produtos com descontos de até 70%. As duas empresas oferecerão ainda frete grátis para alguns itens e a possibilidade de parcelamento em até 16 vezes.

“Acredito que o Dia do Consumidor é uma oportunidade para oferecermos ofertas diferenciadas aos clientes. Mas, não vejo que consiga ter a mesma expressividade que a Black Friday”, explica Souyoltgis.

Segundo Guasti, da FecomercioSP, para que a data consiga entrar definitivamente no calendário dos consumidores brasileiros como um dia de descontos, é preciso que haja um maior investimento por parte das empresas. “Elas deveriam usar parte da verba de divulgação com investimento em marketing nas mídias tradicionais - televisão, rádio e jornal - e nas redes sociais”.

O diretor de comunicação e marketing da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net), Gerson Rolim, acredita que existe a movimentação dos grandes varejistas no sentido de criar novas datas sazonais, principalmente no primeiro semestre, e isso é positivo para o varejo. “Principalmente em momentos de crise, nós temos de ser criativos”, afirma.



Hipermercado Extra promove ação durante o evento 'Black Friday'