

DIA DAS MÃES

Tíquete médio deve cair 20% no e-commerce

DIA DAS MÃES É DATA MAIS IMPORTANTE PARA O COMÉRCIO VAREJISTA, MAS AS EXPECTATIVAS SÃO RUINS

Com expectativa de queda nas vendas, o Dia das Mães deste ano deve ser o das "lembrancinhas", apontam especialistas. Os produtos com um preço menor, como itens de beleza, bijuterias, artigos de uso pessoal e vestuário são os que devem se sobressair. No comércio eletrônico a previsão é que o tíquete médio caia 20% este ano.

De acordo com o vice-presidente da ABComm (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico), Rodrigo Bandeira, o valor médio que os consumidores devem gastar na data comemorativa, no e-commerce, deve ser de R\$ 256, quantia cerca de 20% menor do que os R\$ 360 registrados em 2015.

A falta de confiança do consumidor em assumir novos empréstimos, impulsionada pela queda da renda e do emprego, é um dos fatores que deve influenciar essa maior procura por itens de baixo custo, segundo economistas consultados pelo DCI.

"A massa de recursos para o consumo caiu muito este ano e recorre para o empréstimo se-

ria correr direto para o abismo. Nessa conjuntura, o brasileiro deve procurar economizar com presentes mais baratos", afirma o economista da CNC (Confederação Nacional do Comércio, Bens, Serviços e Turismo), Fábio Bentes.

Para o economista da ACSP (Associação Comercial de São Paulo), Emílio Alfieri, o consu-

Com consumidor mais cauteloso as chamadas 'lembrancinhas' devem se sobressair este ano

midor não está disposto a assumir novos empréstimos neste momento, portanto, os maiores prejudicados na data comemorativa serão os segmentos de móveis e eletrodomésticos, que dependem muito do mercado de crédito.

Estudo da CNC com projeções para as vendas no período mostra que os segmentos de

Artigos de Uso Pessoal e Doméstico, e Vestuário e Calçados serão responsáveis por mais de 65% do volume de vendas este ano.

Diante dos resultados obtidos pela pesquisa o economista da entidade, Bentes, chegou a afirmar que o presente típico do Dia das Mães deste ano será a lembrancinha. "Os produtos que devem sair mais são aqueles com o tíquete médio menor e que não foram tão afetados pela inflação", afirma.

O que fazer?

Para tentar atrair os consumidores nesse cenário pouco otimista, os varejistas têm feito de tudo. "Diminuir a margem de lucro, alongar os prazos do crédito para reduzir o valor das parcelas, e promoções de todos os tipos são algumas das alternativas adotadas pelas empresas", afirma Alfieri, da ACSP. Para a sócia-diretora da consultoria Vecchi Ancona, Ana Vecchi, outra estratégia que as companhias têm adotado é investir mais em marketing e comunicação.

Na capital, o Shopping Center 3, por exemplo, afirma ter au-



Desconfiança do consumidor freou poder de compra e deve atrapalhar vendas este ano

mentado em cerca de 10% o investimento em marketing para a data deste ano, em comparação com o ano passado. "Temos trabalhado muito a sensação da marca do shopping, para lembrar o consumidor que ele pode encontrar tudo aqui. Investimos em Elemidia, catálogos com sugestões de presentes e guias", conta a gerente de marketing do shopping, Cecilia Hastings.

O MercadoLivre, maior marketplace da América Latina, também afirma ter aumentado consideravelmente o investimento em marketing este ano e ter obtido bons resultados com as ações.

"Temos alcançado ótimos resultados, que são refletidos no aumento das vendas", afirma o diretor de marketplace da empresa, Leandro Soares. "A marca tem que ser lembrada, para que o consumidor procure por ela quando for comprar", avalia Ana Vecchi.

Volume de vendas

Apesar dos esforços, a previsão de entidades do setor é de que o volume de vendas este ano caia entre 4,1% a 10%, em comparação com o ano passado. "Ante a conjuntura macroeconômica atual, a queda nas vendas pode ir de -5% a -10%", diz Alfieri. A CNC sinaliza uma queda de 4,1% para a data, valor que se confirmou seria o pior resultado desde 2004. A FecomércioSP (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo), por sua vez, aponta uma retração de 6%.

O clima de pessimismo parece ter atingido as administradoras de shoppings, a ponto do gerente de marketing do Continental Shopping, Rodrigo Rufino, afirmar que o objetivo da empresa para este ano é empatar com o ano passado, em fluxo de consumidores e volume de vendas. "Se conseguirmos empatar com 2015, já será um resultado positivo", diz. O centro de compras fica em São Paulo, no Jaguari.

Comércio eletrônico

No e-commerce, no entanto, a situação parece ser outra. Segundo Bandeira, da ABComm, a previsão para o volume de vendas no Dia das Mães deste ano é de um crescimento de cerca de 8%. "As pessoas estão recorrendo às compras pela internet por enxergarem como uma opção mais barata. Em ano de recessão o consumidor está buscando economizar cada centavo, e nas compras online eles encontram isso", afirma o executivo.

O MercadoLivre já teve um crescimento de cerca de 70% em número de itens vendidos, mesmo sem o fim da campanha, garante Soares. Segundo ele, isso ocorre porque a cada ano o número de pessoas que buscam e compram produtos online aumenta. Para garantir esses resultados a empresa criou uma página especial com mais de 4 mil produtos com descontos de até 80%, com ofertas principalmente em moda, saúde e beleza. As informações são do DCI.

Mapeamento econômico será concluído em outubro

Estudo completo começará a ser elaborado pelo IBGE no mês de maio e abrangerá todos os setores da economia local

A partir de maio até o próximo mês de outubro deste ano, todos os dados relativos às atividades econômicas no Amazonas, em 2015, serão coletados por meio de uma série de pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O projeto foi apresentado ontem (28), durante o Lançamento das Pesquisas Econômicas 2016 do IBGE no Amazonas, e conta com a parceria da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), da Federação das Indústrias do Estado do Amazonas (Fieam) e da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Amazonas (Fecomércio-AM).

Segundo o IBGE, as informações irão compor a Pesquisa Industrial Anual (PIA), a Pesquisa Anual da Indústria da Construção (PAIC), a Pesquisa Anual de Serviços (PAS) e a Pesquisa Anual do Comércio (PAC), as quais identificam as características estruturais básicas das atividades e suas transformações.

Segundo a superintendente da Suframa, Rebecca Garcia, os dados a serem coletados pelo IBGE vão contribuir para a criação de planos e projetos que visam ao desenvolvimento da região e do país como um todo. "É com base em informações de credibilidade e de confiança como as disponibilizadas pelo IBGE que podemos verificar qual caminho estamos trilhando e se é necessário mudar a direção. Por isso, queremos reforçar e reafirmar a parceria da Suframa com o IBGE, ressaltando que pesquisas do Instituto nos ajudam a realizar melhores planos tendo em vista o desenvolvimento sustentável

da nossa região", frisou.

O chefe do IBGE no Amazonas, José Ilcleson Coelho, salientou que uma das metas do evento realizado na sede da Suframa era estreitar o relacionamento entre o órgão e seus informantes, bem como pedir apoio ao trabalho de coleta das informações. "Quero solicitar a vocês que recebam bem nossos técnicos e enfatizar que sem os dados que vocês nos fornecem não seria possível realizarmos pesquisas importantes como essas", observou.

Metodologia

Durante o evento, os técnicos do IBGE apresentaram a metodologia a ser utilizada para a obtenção e compilação das informações. O levantamento prioriza as estimativas do valor adicionado, da mão de obra ocupada e sua remuneração e dos investimentos em capital fixo, a um nível detalhado da atividade econômica.

Na elaboração da PIA de 2015, por exemplo, o universo total será de 431.743 empresas (a partir de cinco empregados) em todo o Brasil. Dessas, 51.983 empresas serão visitadas pelos pesquisadores, sendo que uma mostra de 15.236 deverá preencher um questionário simplificado e 36.727 deverão preencher o questionário completo.

Dados

Também foi apresentado um resumo dos números referentes às pesquisas realizadas com dados do ano base 2013. No PIA daquele ano verificou-se o aumento de unidades industriais (com cinco ou mais pessoas ocupadas) que passou de 1.121 em 2010 para 1.267 unidades em 2013 (+13,2%).



Representantes da Suframa, da indústria e do comércio participaram do lançamento do projeto que vai mapear os dados econômicos do AM

Estado lidera a produção industrial

Em termos gerais, em 2013, a Região Sudeste era responsável por 57,4% do valor bruto da produção industrial do Brasil, enquanto a Região Norte, em último, respondia por 5,9%. Já entre os Estados do Norte, em 2013, o Amazonas detinha

56,5% do valor bruto da produção industrial, seguido pelo Pará com 32,8%. Em último, Roraima respondia por apenas 0,1%.

"Dados como esses mostram desigualdades regionais com o domínio do Sudeste, mas também

mostram na questão intrarregional do Norte uma concentração do Amazonas. Por isso, destacamos a importância do projeto Zona Franca Verde, que vai permitir o espraiamento do desenvolvimento econômico para as Áre-

as de Livre Comércio, cidades localizadas em fronteiras, com a instalação de bioindústrias fabricando produtos com preponderância de matérias-primas regionais", ressaltou a superintendente Rebecca Garcia.



QUALIFICAÇÃO

Senac abre cursos para porteiro

O Senac AM inicia no próximo dia 2 de maio, os cursos para porteiro e vigia e para assistente de pessoal. Cada curso possui carga horária de 160 horas, com término previsto para o dia 28 de junho. As aulas serão ministradas na unidade Senac Cidade Nova, localizada na rua Visconde de Itanhaém, 863, Cidade Nova 1.

Para porteiro e vigia, o investimento é de R\$ 300, que podem ser parcelados em quatro parcelas de R\$ 75. O horário do curso será de 13h às 17h. É preciso ter 18 anos e ensino fundamental completo.

No curso, o aluno adquire conhecimentos para atuar em atividades de controle de portaria de condomínios e estabelecimentos comerciais, atendimento ao público, telefônico e de interfone, acompanhamento de entregadores e visitantes, vigilância diurna e noturna das dependências de condomínios e garagens, limpeza e conservação dos ambientes.

Para assistente pessoal, o investimento é de R\$ 550, que pode ser parcelado em cinco parcelas de R\$ 110.

O horário do curso é de 8h às 12h. É preciso ter idade mínima de 15 anos e ensino médio incompleto.

O curso capacita o aluno a trabalhar como prestador de serviços, consultor de RH, atuar em escritórios de contabilidade e grandes redes de comércio varejista e atacado. O assistente de pessoal atua como auxiliar administrativo de pessoal, auxiliar de administração e auxiliar de escritório. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (92) 3649-3750 ou pelo site www.am.senac.br.

Senac vai promover cursos de capacitação para interessados em trabalhar como porteiro e vigia