

RELATÓRIO DE GESTÃO

2015



Fecomércio MG
Sesc | Senac



Fecomércio MG - Relatório de Gestão 2015

ÍNDICE

1	<i>PALAVRA DO PRESIDENTE</i>	6
2	<i>DIRETORIA</i>	10
3	<i>QUEM SOMOS</i>	14
4	<i>A BASE DO CRESCIMENTO</i>	24
	<i>GENTE</i>	26
	<i>AVANÇO TECNOLÓGICO</i>	28
	<i>PARTICIPAÇÃO ATIVA</i>	32
	<i>BENEFÍCIOS AO EMPRESÁRIO</i>	36
	<i>INTERNACIONALIZAÇÃO</i>	42
	<i>IMAGEM INSTITUCIONAL</i>	44
	<i>EXCELÊNCIA NA GESTÃO SINDICAL</i>	58
5	<i>SINDICATOS FILIADOS E CONVENIADOS</i>	62
6	<i>BALANÇO CONTÁBIL</i>	66

**PALAVRA DO
PRESIDENTE**

PALAVRA DO PRESIDENTE



CRÉDITO: ALBERTO WU

“Escolha pessoas boas e defina as prioridades corretas”. O ensinamento do renomado executivo americano Lee Iacocca, que conquistou resultados notáveis à frente das montadoras Ford e Chrysler, traduz a atuação do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac ao longo dos últimos anos. Em 2015, desenvolvemos importantes projetos, liderados por profissionais cada vez mais capacitados, em busca do fortalecimento da nossa representatividade no comércio de bens, serviços e turismo de Minas Gerais.

Vivenciamos um período de desafios na esfera político-econômica e, por isso, intensificamos nossos esforços para apoiar o empresariado na superação de obstáculos em seu negócio. Atuamos em sinergia, com ações em todo o Estado, contando com a participação ativa dos sindicatos que compõem a nossa base.

Promovemos palestras e seminários, desenvolvemos estudos e pesquisas e propiciamos o aprofundamento do conhecimento das nossas equipes por meio da participação em missões e feiras internacionais. Trabalhamos, ainda, para oferecer sempre os melhores benefícios aos nossos representados, por meio de atendimentos cada vez mais assertivos.

Investimos na implementação de avanços tecnológicos e na capacitação de nossos colaboradores, além de várias outras iniciativas voltadas para o desenvolvimento do nosso Estado e, consequentemente, do Brasil. Nas páginas a seguir, apresentamos destaques dos trabalhos conduzidos, mantendo as diretrizes estratégicas de integração, interiorização e internacionalização.

Continuamos trabalhando fortemente para nos tornarmos uma entidade perita – isso significa exercer com excelência todas as atividades inerentes à nossa atuação. É dessa forma que esperamos manter a confiança dos profissionais das mais de 700 mil empresas que representamos e, assim, gerar a influência necessária para impactar positivamente a economia.

Lázaro Luiz Gonzaga

Presidente do Sistema Fecomércio MG,
Sesc, Senac e Sindicatos

**“Escolha pessoas boas
e defina as
prioridades corretas”**

Lee Iacocca

DIRETORIA

DIRETORIA

PRESIDENTE

Lázaro Luiz Gonzaga

VICE-PRESIDENTES

Sebastião da Silva Andrade

1º vice-presidente

Glenn Andrade

2º vice-presidente

José Donaldo Bittencourt Júnior

3º vice-presidente

Osvaldo Fernandes Pereira Júnior

4º vice-presidente

Lúcio Emílio de Faria Júnior

5º vice-presidente

Osvaldo Ramiro Gomes

6º vice-presidente

Marcus do Nascimento Cury

7º vice-presidente

Rony Anderson de Andrade Rezende

8º vice-presidente

SECRETÁRIOS

Caio Márcio Goulart

1º secretário

Afonso Mauro Pinho Ribeiro

2º secretário

Vera Lúcia Freitas Luzia

3ª secretária

André Coelho Borges de Medeiros

4º secretário

José Porfiro do Carmo

5º secretário

Evando Avelar Duarte

6º secretário

TESOUREIROS

Marcelo Carneiro Árabe

1º tesoureiro

Wainer Pastorini Haddad

2º tesoureiro

Maria Luiza Maia Oliveira

3ª tesoureira

Bento José Oliveira

4º tesoureiro

Alfeu Freitas Abreu

5º tesoureiro

Lizziane Martins Facundes

6ª tesoureira

CONSELHO FISCAL EFETIVO

José Geraldo de Oliveira Motta

Roberto Márcio do Bom Conselho

Gilbert Lacerda Silva

DELEGADOS REPRESENTANTES JUNTO À CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC)

Lázaro Luiz Gonzaga

Sebastião da Silva Andrade

Glenn Andrade

Caio Márcio Goulart

MEMBROS SUPLENTE**Diretoria**

Jairo Roberto Nogueira

1º suplente

Helton Andrade

2º suplente

Robson Batista

3º suplente

Rogério César de Matos Avelar

4º suplente

Douglas Silva Cardoso

5º suplente

Gilson de Deus Lopes

6º suplente

Márcio Antônio Farid

7º suplente

Giovanni Ribeiro Freitas

8º suplente

Flávia Garvil

9ª suplente

Rodrigo Natal Rocha

10º suplente

José Geraldo Lourenço Henriques

11º suplente

Flávio de Paula Matias

12º suplente

Leonardo Tury Haddad

13º suplente

Gilmar Pinto de Oliveira

14º suplente

Désio Bretas Coelho

15º suplente

Alisson Gomes Lopes

16º suplente

Edson Toledo e Lima

17º suplente

Ivando Laterza

18º suplente

Marcos Vinícius Cotta Santos

19º suplente

José Mário Nogueira de Oliveira

20º suplente

CONSELHO FISCAL SUPLENTE

André Domingos do Nascimento Neto

Ana Maria de Deus Borges

Antônio Carlos Costa

**QUEM
SOMOS**

QUEM SOMOS

Fundada em 4 de dezembro de 1938, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Minas Gerais é uma entidade não governamental, órgão máximo de representação da categoria, e tem como papel orientar, coordenar, proteger e defender as atividades e os setores econômicos ligados ao comércio no Estado. Entre suas funções, encontra-se a de exercer a representatividade do setor junto aos poderes constituídos.

O setor terciário tem um papel extremamente importante na economia, uma vez que concentra a maior parte dos empregos no Brasil. Somente em Minas Gerais, segundo números da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2014, havia 728.306* empresas desse segmento em atividade. Desse total, mais de 90% são micro e pequenas companhias. O número estimado de postos de trabalho, de acordo com o cruzamento dos dados da Rais e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do MTE, em 2015, foi de 2.592.382.

Em tempos de desafios no cenário econômico, como o vivenciado em 2015, a atividade de entidades representativas como a Fecomércio MG se faz ainda mais necessária para orientar um universo tão grande de empresas responsáveis pela geração de tantos empregos. Para cumprir essa missão, a entidade atua em articulação nacional com as demais federações estaduais que integram a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

O sistema de representação do setor é composto pela CNC, por 34 federações comerciais e por mais de mil sindicatos patronais. Também fazem parte dele o Serviço Social do Comércio (Sesc) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), instituições privadas e sem fins lucrativos que promovem o desenvolvimento social e educacional dos trabalhadores do setor terciário, de suas famílias e de toda a comunidade.

O Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos está presente em todo o Estado de Minas Gerais, com unidades fixas e móveis dessas entidades que, juntas, prestam serviços em áreas como lazer, cultura, saúde, esporte e capacitação profissional, beneficiando milhares de mineiros.

**Até a data de fechamento deste relatório, os números de estabelecimentos em 2015 ainda não haviam sido divulgados pela Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).*



AO TODO, O SISTEMA É COMPOSTO POR:

52 sindicatos: 29 filiados e 23 conveniados

45 unidades fixas do Sesc e **11** unidades móveis

44 unidades fixas do Senac e **12** unidades móveis





ORGANIZAÇÃO INTERNA

Para cumprir a missão de assegurar às empresas mineiras do setor terciário as melhores condições para gerar resultados positivos e, dessa maneira, contribuir para o desenvolvimento de toda a sociedade, a Fecomércio MG é dividida internamente em áreas especializadas. Elas funcionam como uma grande engrenagem, uma complementando a atuação da outra. Ao todo, 122 funcionários altamente capacitados dedicam-se diariamente à prestação de assessoria e consultoria aos sindicatos filiados e conveniados e a diversas ações que visam defender os setores econômicos ligados ao comércio.

Uma dessas áreas é a **Administrativa**. Ela oferece todo o suporte interno para os demais setores, cuidando da infraestrutura da sede a fim de proporcionar um ambiente de trabalho adequado para os colaboradores e visitantes. Entre suas atribuições, estão a manutenção e segurança do prédio e do sistema de transporte, o processo de compras e estoque, a gestão de documentos e toda a logística das atividades realizadas pelos profissionais da Fecomércio MG.

Outro setor imprescindível ao funcionamento interno é o **Departamento de Pessoal**, que garante a estrutura funcional adequada aos colaboradores da entidade. A equipe é responsável, em linhas gerais, pelo monitoramento de contratos de trabalho, pela gestão de benefícios laborais, pelo gerenciamento do processo de remuneração e pela representação da Fecomércio MG em homologações e processos trabalhistas.





Investindo especialmente na capacitação dos funcionários, a área de **Recursos Humanos** atua para garantir uma equipe cada vez mais atualizada e comprometida com os resultados de excelência das empresas representadas. O departamento conduz atividades que buscam assegurar o desenvolvimento, contribuindo com um ambiente que proporcione satisfação, motivação e retenção dos recursos humanos da entidade.

Outra área estratégica da Fecomércio MG é a **Secretaria da Presidência**, que atua diretamente com o presidente e os diretores da entidade, priorizando a segurança das informações pertinentes a toda a organização. As atividades do setor envolvem monitorar as demandas internas da Federação, mantendo-as em sinergia com todos os departamentos, com o propósito de realizar ações assertivas, de acordo com as diretrizes estratégicas. A área também promove atendimento a demandas externas do Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos, assegurando a gestão das informações perante o setor terciário, os órgãos públicos e as entidades de classe. Além disso, o departamento atua diretamente com a CNC no Sistema de Excelência em Gestão Sindical (Segs) e na Assessoria de Gestão das Representações (AGR), visando ao alinhamento sistêmico e ao bom desenvolvimento da organização.

A área de **Tecnologia da Informação** atua com o desenvolvimento, a implementação e a manutenção de sistemas e infraestrutura de TI, disponibilizando todos os recursos e serviços tecnológicos necessários ao bom funcionamento dos setores da Fecomércio MG e das empresas representadas. É responsável

também pelo processo de segurança da informação na entidade.

O setor de **Controladoria** é responsável pela elaboração e pelo acompanhamento do planejamento orçamentário; pela elaboração das demonstrações contábeis; pelo cumprimento das obrigações acessórias e pelas contas a pagar e a receber. Além disso, o setor presta serviços de assessoria contábil para os sindicatos conveniados à Fecomércio MG.

Na área de **Arrecadação**, é feito o atendimento aos empresários e contabilistas, assim como aos sindicatos vinculados ao Sistema. Ela atua em questões referentes à gestão das contribuições patronais, à emissão de relatórios gerenciais, à atualização de cadastro, à impressão e postagem de guias de recolhimento e à emissão de certidões para empresas que desejam participar de licitações, entre outras.

O setor **Jurídico** lidera importantes ações para o fomento da representatividade da entidade para a defesa dos interesses do comércio de bens, serviços e turismo. O suporte à comissão de negociação coletiva, a representatividade sindical da Fecomércio MG e dos sindicatos filiados e conveniados e a atuação em processos judiciais são algumas de suas atribuições. Além disso, orienta empresários, contabilistas e sindicatos sobre questões tributárias e realiza o acompanhamento ao Conselho de Assuntos Tributários da Fecomércio MG. Também comparece em audiências públicas de trabalho e emprego e atua em projetos educativos em parceria com outras instituições. É responsabilidade da área **Administrativo Sindical** dar suporte administrativo ao Jurídico e aos sindicatos.

Para disponibilizar informações atualizadas e qualificadas a toda a sociedade, a equipe de **Estudos Econômicos** elabora pesquisas, relatórios analíticos, boletins e estudos sobre a conjuntura e os indicadores econômicos que orientam empresários e sindicatos para a tomada de decisões.

A área **Comercial**, além de oferecer produtos e serviços com descontos exclusivos e atendimento personalizado aos representados, realiza iniciativas como missões internacionais, participação em feiras dentro e fora do Brasil, seminários, palestras, parcerias, projetos e assessorias focadas no comércio exterior. Por meio dos núcleos Corporativo e de Negócios Internacionais e Turismo, a equipe propõe uma série de soluções que balizam a tomada de decisão dos empresários.

Todas as áreas da Fecomércio MG atuam como fonte de informações relevantes à sociedade para que a **Comunicação** exerça seu papel de fortalecer a imagem institucional da entidade. Para isso, o setor realiza um trabalho ativo junto à imprensa, divulgando semanalmente releases, artigos e sugestões de pauta. É responsável, entre outras atividades, pela produção de veículos de comunicação impressos e on-line voltados para os públicos interno e externo.

Também focada no trabalho de imagem institucional, a equipe de **Marketing** atua no planejamento, criação, produção, veiculação e mensuração das ações de publicidade e propaganda da Fecomércio MG e dos sindicatos filiados e conveniados. É papel da área zelar pela exposição correta da marca e da identidade visual da entidade, sempre com o olhar

estratégico de fortalecer a representatividade da Federação e dos sindicatos.

Os encontros internos e externos da Fecomércio MG são realizados pela área de **Eventos**, com o objetivo de fortalecer a imagem da Federação, promover produtos e serviços, integrar equipes e construir relacionamentos. Os eventos vão desde seminários, palestras, ações para os colaboradores, almoços e reuniões de diretoria até a participação em feiras. O setor também coordena iniciativas de relacionamento com públicos estratégicos, por meio de homenagens e envio de brindes, entre outras ações. É responsável ainda pela locação e cessão de espaços para encontros na entidade, sempre zelando para que sejam realizados com sucesso.

A BASE DO CRESCIMENTO



GENTE

INVESTIMENTO EM QUEM FAZ A DIFERENÇA

A Fecomércio MG sabe que, para exercer sua função de orientar e defender o setor terciário, precisa de profissionais qualificados e comprometidos. Por isso, em 2015, a entidade investiu fortemente em seus profissionais por meio de treinamentos e de iniciativas. Veja a seguir.

ESPAÇO BEM-ESTAR

Estimular uma convivência harmônica, contribuir com a qualidade de vida e com a saúde física, emocional e intelectual dos colaboradores do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac. Com esse objetivo, a Fecomércio MG inaugurou, em abril de 2015, o Espaço Bem-Estar, um ponto de encontro e entretenimento localizado no 6º andar da sede da Federação, em Belo Horizonte.

O ambiente foi criado por iniciativa da Presidência e desenvolvido pelas equipes dos setores Secretaria Administrativa, Marketing e Recursos Humanos. No intervalo de trabalho, os funcionários podem utilizar o local para descansar, ler, estudar, ouvir música, jogar e conhecer melhor os colegas de trabalho em um lugar aconchegante, agradável e com decoração que prioriza o conforto e a interação. A criação do Espaço Bem-Estar vem contribuindo para aumentar a integração entre os colaboradores, traduzindo em maior sinergia entre as áreas e consequentemente maior qualidade na prestação dos serviços e das informações aos nossos clientes.

PROGRAMA JOVEM APRENDIZ

Visando promover a inclusão social e atender à lei de cotas de aprendizagem, a Fecomércio MG



ESPAÇO BEM - ESTAR
CRÉDITO: IZABELA VENTURA



ESPAÇO BEM - ESTAR
CRÉDITO: IZABELA VENTURA

implementou, em 2015, o Programa Jovem Aprendiz, que dá a oportunidade do primeiro emprego a jovens entre 14 e 24 anos, capacitando-os para o mercado de trabalho. O desenvolvimento dos adolescentes por meio de atividades de aprendizagem comercial é promovido durante a atuação na empresa e em aulas práticas ministradas pelo Senac, gerando consistente formação para atuação futura no ambiente corporativo.

BOLSA EDUCACIONAL E TREINAMENTOS

Por meio do setor de Recursos Humanos, a Fecomércio MG oferece bolsas educacionais aos seus colaboradores com o objetivo de torná-los ainda mais capacitados para as funções que exercem. No ano de 2015, havia 36 benefícios vigentes. Além disso, são realizados treinamentos periódicos, de acordo com as necessidades identificadas, seja na própria entidade ou em outras instituições.

BOLSA EDUCACIONAL



TREINAMENTOS



AVANÇO TECNOLÓGICO

INOVAÇÃO E INVESTIMENTO CONSTANTE EM ESTRUTURA E FERRAMENTAS

Oferecer a melhor estrutura e os melhores recursos tecnológicos é essencial para que colaboradores e membros de sindicatos e empresas representadas cumpram com agilidade e eficiência suas funções. Por isso, por meio da área de Tecnologia da Informação (TI), a Fecomércio MG promoveu uma série de ações ao longo de 2015. Confira as principais iniciativas a seguir.

MIGRAÇÃO DO SISTEMA DE ARRECAÇÃO SINDICAL

Em 2015, foi iniciada a migração do sistema de arrecadação sindical, que passou do Sistema Integrado Fecomércio MG (Sife) para o Mercurius. O novo programa oferece melhorias operacionais e mais funcionalidade aos sindicatos filiados e conveniados.



- Design ajustável e acessível em diversos dispositivos, como *tablets* e *smartphones*.
- Reformulação da tela de emissão de boletos, garantindo melhor usabilidade e maior performance na emissão de guias em lote.
- Criação de relatórios e reestruturação dos já existentes.
- Novas funcionalidades, como aplicativo para identificação de guias impressas indevidamente.
- Importação automatizada do DNE (banco de dados que contém todos os CEPs dos Correios) e da taxa Selic para cálculo da Contribuição.



MELHORIA NO ENQUADRAMENTO AUTOMÁTICO

Maior eficiência e eficácia no cadastro automatizado das empresas originadas da Junta Comercial do Estado de Minas Gerais (Jucemg).

APRIMORAMENTO DO SISTEMA DE RECOBRANÇA SINDICAL

O Fecob, sistema para acompanhamento de cobrança da arrecadação sindical, passou por uma série de melhorias em 2015. Com os investimentos realizados, houve a garantia de maior segurança às informações; mais eficiência na gestão da cobrança, na emissão de faturas e na emissão de relatórios; maior desempenho na geração de boletos; personalização de modelos de documentos jurídicos por sindicato; agendamento de audiências; notificação de prepostos, entre outros.

IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA ARGUS

A Fecomércio MG implantou internamente o sistema de gestão Argus, por meio do qual foi possível automatizar atividades, proporcionar

mais autonomia aos funcionários e garantir interatividade entre os setores.

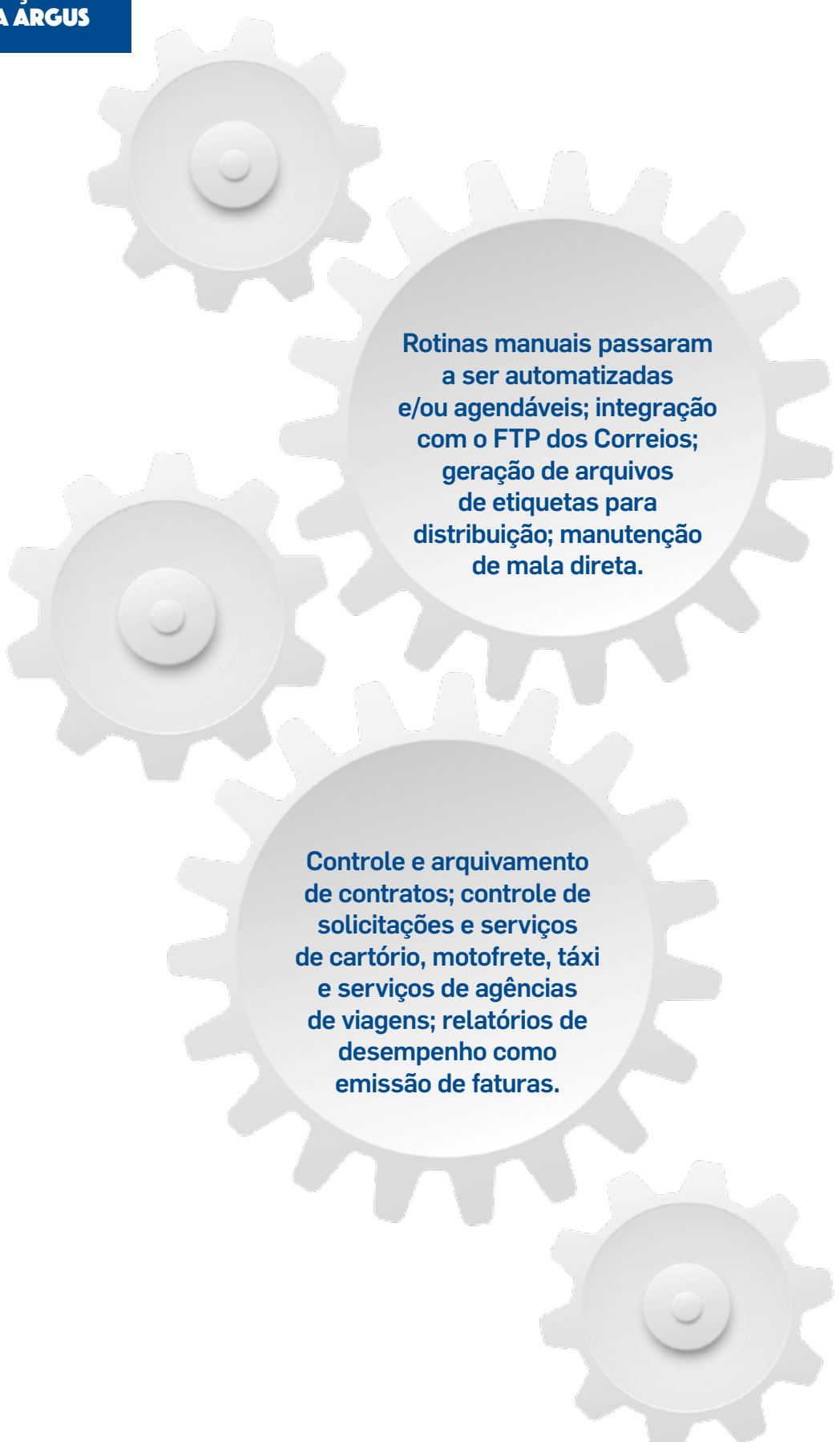
PROJETO STORAGE

A área de Tecnologia da Informação atendeu, em 2015, à meta estipulada para o Projeto Storage, responsável pelo armazenamento de dados da Fecomércio MG em rede. A meta previa o aumento da capacidade de dados para o armazenamento de arquivos e banco de dados de toda a entidade, incluindo o planejamento de novos projetos para 2016.

SEGURANÇA DE ACESSO FÍSICO

Em 2015, o *software* de acesso à sede da Fecomércio MG foi aperfeiçoado para aumentar a segurança da informação e o controle de entrada e saída da entidade. Centralizado no Data Center (no prédio da Federação), o sistema via web possibilita um moderno controle de acesso dos colaboradores da Fecomércio MG e do Senac (e futuramente do Sesc) por meio de crachás de proximidade e biometria.



**BENEFÍCIOS DA
IMPLANTAÇÃO DO
SISTEMA ARGUS**

Rotinas manuais passaram a ser automatizadas e/ou agendáveis; integração com o FTP dos Correios; geração de arquivos de etiquetas para distribuição; manutenção de mala direta.

Controle e arquivamento de contratos; controle de solicitações e serviços de cartório, motofrete, táxi e serviços de agências de viagens; relatórios de desempenho como emissão de faturas.

PARTICIPAÇÃO ATIVA

TROCA DE EXPERIÊNCIAS PARA AMPLIAR O CONHECIMENTO

A realização de encontros para ampliar conhecimento e promover *network* entre os representantes é uma das ações realizadas pela Fecomércio MG ao longo de todo o ano. Dessa forma, a entidade busca a integração e a sinergia entre empresários e outros profissionais do setor terciário. Sob a liderança de diversas áreas da Federação, em alinhamento com o tema trabalhado, foi realizada uma série de cursos, palestras, seminários e eventos, trazendo assuntos imprescindíveis para fortalecer o comércio de bens, serviços e turismo no Estado.

SEMINÁRIO DE DIREITO DO TRABALHO

A 7ª edição do Seminário de Direito do Trabalho da Fecomércio MG foi promovida pela área Jurídica em outubro de 2015, com a participação do renomado jurista italiano Giancarlo Perone. O encontro reuniu profissionais de Direito do Trabalho nacional e internacional para debater os desafios da crise e a experiência de países europeus no processo de retomada do crescimento. O seminário contribuiu, especialmente, para o fortalecimento da representatividade dos sindicatos que atuam como protagonistas na defesa dos interesses da categoria.

PALESTRAS NO INTERIOR DE MINAS GERAIS

Para atender à crescente demanda de empresários, o setor Jurídico da Fecomércio MG realizou, em 2015, uma série de palestras no interior do Estado, principalmente nas áreas do Direito

do Trabalho, Direito Tributário e Direito do Consumidor. Os encontros ocorreram por intermédio dos sindicatos e contribuíram para assegurar às empresas do interior do Estado os melhores subsídios para gerar resultados e, conseqüentemente, promover o desenvolvimento da sociedade.

SEMANA DO TURISMO

O Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos, com o apoio do Sebrae MG, realizou a 3ª edição da Semana do Turismo, entre 28 de setembro e 2 de outubro de 2015. O evento, em comemoração ao Dia Mundial do Turismo (27 de setembro), reuniu palestrantes nacionais e internacionais especialistas nos temas Tecnologia, Indicadores, Desenvolvimento e Inclusão Social.

A programação incluiu oficinas, palestras, painéis, debates, mesas-redondas, exposições e *workshops*. A Semana do Turismo contou com a participação de 3.765 pessoas durante os cinco dias e foi realizada simultaneamente em Belo Horizonte e em 42 regionais do Sesc e do Senac no Estado.



JORNADA MINAS CRIATIVA

Durante a Jornada Minas Criativa, organizada em março pela empresa ECN Criativa, com o apoio da Fecomércio MG, o setor Comercial promoveu a palestra "Turismo Criativo: oportunidades e desafios". O objetivo foi debater a temática no contexto de Minas Gerais.

COMÉRCIO EXTERIOR E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Durante o ano de 2015, a Fecomércio MG, por meio do Núcleo de Negócios Internacionais da área Comercial, promoveu cursos de Comércio Exterior e Relações Internacionais, atendendo a uma das diretrizes estratégicas da entidade, a de internacionalização.

Dentro dessa política, também foram realizados a palestra "O setor de promoção comercial das embaixadas e consulados brasileiros", em parceria com o Ministério das Relações Exteriores e a Central Exportaminas, e o debate "Como obter benefícios fiscais na importação".

CURSOS MINISTRADOS

Analista de Comércio Exterior; Básico de Importação; Avançado de Importação; Como Importar da China; Financiamentos à Importação; Logística Internacional; Programa Brasileiro de Operador Econômico

Autorizado; Sistema Integrado de Comércio Exterior de Serviços, Intangíveis e Outras Operações que Produzam Variações no Patrimônio (Siscoserv).

- Mais de 200 alunos treinados
- Cerca de 150 horas de treinamento

29ª SUPERMINAS

O Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos participou da 29ª edição da SuperMinas, Congresso e Feira Supermercadista e da Panificação, realizada entre os dias 20 e 22 de outubro. Voltado para o público empresarial e de gestão do setor supermercadista e da panificação, o encontro ofereceu palestras, fóruns, treinamentos e visitas técnicas, além de espaço para negócios.

No estande do Sistema, do qual também participaram representantes do Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Belo Horizonte (Sincovaga-BH) e do Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios de Belo Horizonte e Contagem (Sincagen), foi possível conhecer mais sobre os serviços prestados pelas entidades.

Realizada pela Associação Mineira de Supermercados (Amis) e pela Associação e Sindicato da Indústria Mineira de Panificação (Amipão), a SuperMinas 2015 contou com a parceria da Fecomércio MG.



BENEFÍCIOS AO EMPRESÁRIO

FORTALECENDO O COMÉRCIO DE MINAS GERAIS

A Fecomércio MG representa as atividades e as categorias econômicas do comércio de bens, serviços e turismo de Minas Gerais. Seu papel é orientar e defender os interesses do setor terciário no Estado, buscando a valorização social e econômica das empresas. Para realizar esse trabalho, oferece uma série de benefícios aos representados, entre eles, as assessorias em Negócios Internacionais, Econômica e Jurídica.

ASSESSORIA EM NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Para expandir os horizontes do comércio de bens, serviços e turismo de Minas Gerais em busca de novos mercados, a Fecomércio MG oferece aos representados os seguintes serviços no âmbito de Negócios Internacionais.

DECLARAÇÃO DE LIVRE VENDA

A Declaração de Livre Venda (DLV) tem como objetivo mostrar, no país importador, que o produto não está sujeito a qualquer restrição comercial (como patentes e exclusividade de distribuição), fitossanitária e de natureza semelhante na nação de origem. É utilizada também no país importador para proceder ao registro de um produto para efeito de comercialização e participação em concorrências públicas.

Houve um crescimento de 37% nas emissões feitas pela entidade em 2015, em análise comparativa ao ano anterior.

CERTIFICADOS DE ORIGEM

A Federação é credenciada como entidade habilitada para a emissão de certificados de origem junto à Associação Latino-Americana de Desenvolvimento e Integração (Aladi), função exercida por meio da delegação de poderes do governo brasileiro. O documento atesta oficialmente a origem da mercadoria do país exportador para isenção ou redução do Imposto de Importação.

Mais de 7.200 certificados emitidos pela equipe da área Comercial em 2015.

Crescimento de 8,2% em relação ao número de certificados emitidos em 2014.

Atendimento a mais de 200 empresas no segmento de comércio e serviços.

EM 2015, FORAM REALIZADOS MAIS DE 68 MIL ATENDIMENTOS DIRETOS PELA ÁREA COMERCIAL, POR MEIO DE VISITAS DO EMPRESARIADO À SEDE DA FECOMÉRCIO MG, VISITAS EXTERNAS, CONTATOS TELEFÔNICOS E ENVIO DE E-MAILS.

OUTROS PRODUTOS E SERVIÇOS

LINHAS DE FINANCIAMENTO VIA BDMG

A Fecomércio MG atua como correspondente bancário e, dessa maneira, está autorizada a receber e encaminhar propostas de crédito de micro, pequenas e médias empresas, viabilizando o acesso a linhas de financiamento. O objetivo é oferecer, para os empresários representados, suporte e oportunidades de se reestruturarem para atenderem melhor seus clientes e investirem em seu crescimento.

CERTIFICADOS DIGITAIS

Esse documento eletrônico garante segurança e privacidade às transações on-line das empresas e permite a troca virtual de documentos, mensagens e dados. A Fecomércio MG emite os certificados com a validação presencial na Autoridade de Registro em Belo Horizonte e em pontos de atendimento nas cidades de Coronel Fabriciano, Juiz de Fora e Paracatu.

PLANOS DE SAÚDE

Por meio de parcerias com as principais operadoras de planos e seguros de saúde do país, a Fecomércio MG oferece aos representados o acesso às melhores condições do mercado, além de atuar com o suporte

na adesão das empresas aos planos em todo o Estado.

CRIAÇÃO DE SITES E SOLUÇÕES WEB

Descontos e condições especiais para a criação de sites e lojas virtuais, envio de *e-mail marketing*, entre outros recursos, são oferecidos para o representado manter uma boa presença on-line.

LOCAÇÃO DE ESPAÇOS

A Fecomércio MG oferece descontos exclusivos em espaços para a realização de eventos – treinamentos, reuniões, palestras e seminários – dos mais diversos segmentos.

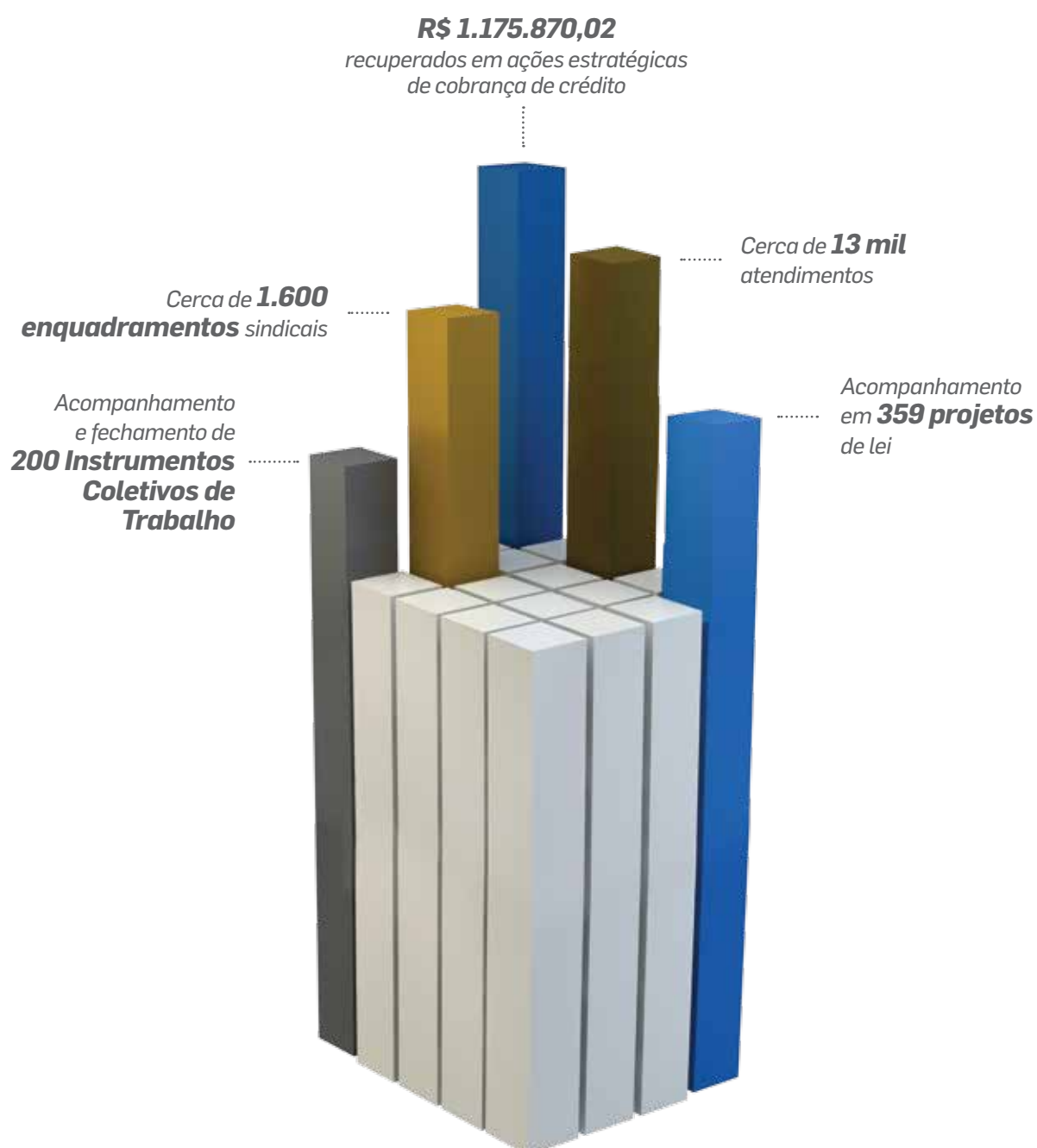
SPC/SERASA

Serviço disponibilizado pela entidade voltado para a obtenção de informações detalhadas e seguras sobre consumidores, minimizando os riscos aos representados e favorecendo o gerenciamento da carteira de clientes.

ASSESSORIA JURÍDICA

A Assessoria Jurídica assiste ao empresariado mineiro em áreas como tributária, fiscal e trabalhista. Profissionais especializados

esclarecem procedimentos a serem adotados e mantêm os representados atualizados acerca das novas legislações.



CONSELHO DE ASSUNTOS TRIBUTÁRIOS

Presidido pelo doutrinador tributarista Sacha Calmon, o Conselho de Assuntos Tributários foi lançado em setembro de 2015. Trata-se de um órgão consultivo da diretoria da Fecomércio MG, criado para atender o elevado número de demandas tributárias que afetam o crescimento das empresas mineiras. O Conselho faz o acompanhamento da legislação tributária junto aos

Poderes Executivo e Legislativo – nas esferas municipal, estadual e federal – e aos órgãos de julgamento administrativo tributário. Conta com representantes de cinco setores do comércio (varejo, atacado, agentes autônomos, turismo e hospitalidade, e comércio armazenador) e de outras entidades representativas, como Sesc, Senac e Sebrae MG.



CONSELHO DE ASSUNTOS TRIBUTÁRIOS
CRÉDITO: IZABELA VENTURA

ASSESSORIA ECONÔMICA

CONHECIMENTO COMPARTILHADO

A Fecomércio MG elabora estudos e pesquisas sobre uma diversidade de temas relacionados ao setor terciário. O objetivo é apontar, aos sindicatos e às empresas representadas, cenários e tendências para, dessa maneira, contribuir

com a tomada de decisões estratégicas. Realizadas pela equipe da área de Estudos Econômicos, as análises possibilitam o planejamento de ações ao longo do ano com base nas expectativas e nos resultados apresentados. Conheça, a seguir, as principais pesquisas.



ANÁLISE DE ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

- Mensura os níveis de endividamento e inadimplência do belo-horizontino.
- Permite o acompanhamento do perfil de compra da população.



BOLETINS “ESTUDOS ECONÔMICOS INFORMA” E “ALERTA”

- Análise dos impactos dos fatos socioeconômicos, políticos e culturais que possam alterar o comportamento do mercado.
- O “Estudos Econômicos Informa” é mensal e aborda fatos relevantes ao setor que tiveram maior repercussão no período.
- O “Alerta” disponibiliza informações precisas e atualizadas por meio de notícias de grande impacto para a economia.



PESQUISA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

- Estudo com os consumidores de BH: análise da pretensão de compras pela internet, do perfil de consumo e da adesão do comércio varejista da capital à modalidade.



ANÁLISE DO COMÉRCIO VAREJISTA

- Avaliação do desempenho do varejo de Belo Horizonte.



PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO TURISTA DE BELO HORIZONTE

- Apresentação de perfil e avaliação dos turistas que visitam a capital mineira em relação ao comércio, à prestação de serviços e à infraestrutura turística.
- Feita em parceria com o Núcleo de Turismo da Fecomércio MG e com o Observatório do Turismo da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (Belotur).



BALANÇO DO MERCADO DE TRABALHO

- Estudo da criação e do fechamento de postos de trabalho, com o balanço atualizado da empregabilidade nos diferentes setores da economia (indústria, serviços, agropecuária, caça e pesca e comércio) e subsetores do comércio (varejista e atacadista) nos âmbitos nacional, estadual e municipal.



SIMPLIFICANDO O ECONOMÊS

- Informativo mensal com explicação sobre termos econômicos, facilitando a compreensão dos estudos divulgados pela área.

RESULTADOS DE 2015**25** PESQUISAS ECONÔMICAS
COM O CONSUMIDOR**144** ESTUDOS
DE ECONOMIA**182** ENTREVISTAS
CONCEDIDAS
À IMPRENSA**28** PESQUISAS ECONÔMICAS
COM O EMPRESÁRIO**996** ATENDIMENTOS
REALIZADOS**PESQUISA DE OPINIÃO DO
COMÉRCIO VAREJISTA DE
MATERIAL DE CONSTRUÇÃO**

- Avaliação semestral do comércio varejista de material de construção nas cidades de atuação do sindicato do setor.

**COMÉRCIO EM NÚMEROS**

- Acompanhamento estatístico sistemático para mapear o desempenho do volume de vendas reais do varejo em Minas Gerais e no Brasil.

**ESTIMATIVA DO 13º SALÁRIO**

- Estimativa do valor a ser injetado na economia mineira com o pagamento do 13º salário aos trabalhadores.

**GIRO ECONÔMICO**

- Textos de caráter informativo acerca dos aspectos econômicos da semana.

**EXPECTATIVAS DO
COMÉRCIO VAREJISTA**

- Análise do comportamento do comércio varejista de BH no semestre encerrado e, então, geração de expectativas para os próximos seis meses.

**PERFIL SOCIOECONÔMICO
MUNICIPAL E ESTADUAL**

- Informações sobre as condições sociais, demográficas e econômicas de Minas Gerais e de seus municípios, com base em dados fornecidos por respeitadas instituições.

**PESQUISA DE
COMPORTAMENTO
DO CONSUMIDOR**

- Balizador do comportamento das famílias sobre seus compromissos correntes e financeiros.

**DATAS COMEMORATIVAS**

- Pesquisa com os empresários: análise da expectativa e do planejamento para a data.
- Pesquisa com o consumidor: avaliação do perfil e da pretensão de compras.

INTERNACIONALIZAÇÃO

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

A internacionalização é uma das diretrizes estratégicas da Fecomércio MG. Por meio de missões internacionais, realizadas em parceria com o Sebrae MG e com os sindicatos, e da presença em feiras no exterior, são capacitados multiplicadores de conhecimento com o intuito de enriquecer o desenvolvimento empresarial. A realização de *benchmarking*, a ampliação do *network*, o estímulo ao conhecimento e à cultura do país de destino e o intercâmbio de informações são fundamentais para alcançar esse objetivo.

NATIONAL RETAIL FAIR 2015

Os empresários varejistas mineiros marcaram presença no Retail's Big Show, maior evento anual de tecnologia para a categoria do mundo, que aconteceu na cidade de Nova York, nos Estados Unidos, em 2015, durante a National Retail Fair. A participação na feira foi viabilizada pela parceria com o Sebrae MG e diversas instituições mineiras.

O Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos enviou dez representantes que participaram da feira e assistiram às palestras. Eles foram capacitados em um seminário na New York University e realizaram visitas técnicas a estabelecimentos varejistas de destaque em seus respectivos ramos de atuação.

IMEX 2015

Dois técnicos representaram a Fecomércio MG na Imex, uma das principais feiras do segmento de turismo, que reúne profissionais de mais de 90 países em Frankfurt, na Alemanha. A participação enfatiza o importante reconhecimento conquistado pela entidade junto aos parceiros

internacionais, fruto da sinergia das ações promovidas nos últimos anos. Voltada para empresas de viagens de negócios, organizadores de eventos e profissionais do setor de turismo em geral, a feira apresenta ideias inovadoras para organizar reuniões e eventos e promove a demonstração de produtos e serviços.

BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO – BIT

Em 2015, a Fecomércio MG participou, pela segunda vez consecutiva, da Borsa Internazionale del Turismo (BIT Milano), encontro anual do turismo de negócios que acontece em Milão, na Itália, para promover os destinos italianos e realizar negócios com outros países. Ao possibilitar novos contatos e o promissor acesso a instituições e mercados de diferentes países, a participação no evento promove, sobretudo, a inserção internacional do Sistema Fecomércio MG.



IMAGEM INSTITUCIONAL

INFORMAÇÃO E DIÁLOGO EM TODAS AS ESFERAS

A Fecomércio MG investe em uma série de iniciativas com o intuito de fortalecer sua imagem institucional, um ativo imprescindível para se destacar como representante do comércio

mineiro de bens, serviços e turismo. Para atingir esse objetivo, utiliza diferentes recursos a fim de reforçar sua imagem junto aos públicos internos e externos com os quais se relaciona.



PUBLICAÇÕES IMPRESSAS

- Veiculação de 5 edições do jornal Fecomércio Informativo
 - 150 mil exemplares por edição, direcionados a empresários do setor terciário, contabilistas e entidades públicas e privadas
- Distribuição de 5 edições do jornal Pacto aos colaboradores do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac

PESQUISA COM OS LEITORES

Em outubro de 2015, foi concluída uma pesquisa de opinião com os leitores dos jornais Fecomércio Informativo e Pacto, em parceria com a área de Estudos Econômicos, para medir o grau de satisfação em relação aos veículos e identificar pontos de melhoria.

JORNAL FECOMÉRCIO INFORMATIVO



384

receptores do jornal Fecomércio Informativo entrevistados



40,9%

avaliaram com nota máxima a relevância do jornal para o negócio



Em **73,5%**
dos envios, o jornal é lido por
mais de uma pessoa

JORNAL PACTO



538

receptores do jornal Pacto entrevistados



Para **78,6%**
dos entrevistados, o jornal é
um veículo necessário



Para **83,5%**
o jornal ajuda a ficar por
dentro do Sistema

FECOMÉRCIO

INFORMATIVO

35 ANOS

BELO HORIZONTE - FEVEREIRO - MARÇO DE 2015 - EDIÇÃO 395

Fecomércio MG
Sesc - Senac

TIRAGEM
150.000
EXEMPLARES

COORDENADORA: REGI A. VIEIRA, NATHANIELA
MAYORAL ALMEIDA, TATIANA SANTOS
www.fecomerciomg.org.br

PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DE MINAS GERAIS - Fecomércio MG, SESC, SENAC E SINDICATOS

REPRESENTATIVIDADE
MISSÕES

Fecomércio MG desenvolve tendências
inovadoras de negócios.
Páginas 4 e 6

AMBIENTE
GOIAS

O jornalista e ambientalista Sílvan Farias
confronta a crise hídrica.
Página 7

JURÍDICO
RESPONSABILIDADE SOCIAL

Confira o que mudou nas regras
para trabalhadores e empregadores.
Página 23

DATAS PARA IMPULSIONAR O COMÉRCIO



As principais datas para o comércio varejista – Páscoa, Dia das Mães, dos Namorados, dos Pais, das Crianças e o Natal – prometem movimentar o caixa das empresas em 2015. “Esses períodos elevam as chances de consumo e o apelo emocional costuma ser o principal fator de propensão à compra”, explica a supervisora de Estudos Econômicos da Fecomércio MG, Luana Oliveira. Em entrevista ao Fecomércio Informativo, a professora da Fundação Dom Cabral Ivani Becker dá dicas para aproveitar as oportunidades trazidas pelas datas especiais. Confira.

PÁGINA 3

FECOMÉRCIO MG FECHA NOVA CONVENÇÃO COLETIVA

A Fecomércio MG celebrou uma nova Convenção Coletiva de Trabalho (CCT) com a Federação dos Empregados no Comércio e Congêneres de Minas Gerais, para o ano de 2015. A CCT foi assinada em tempo recorde: dois meses antes do prazo médio praticado nos últimos cinco anos. O piso salarial da categoria passou de R\$ 762,50 para R\$ 831,00, com reajuste geral de 7% para quem ganha acima do piso.

PÁGINA 9

EQUILÍBRIO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Você sabia que cada produto de uma vitrine precisa conter um preço individual e que não basta colocar “a partir de” para um grupo de itens expostos? Regras como essas têm sido esclarecidas junto ao empresariado mineiro, em parceria firmada entre a Fecomércio MG e o Procon-MG. Conheça os aspectos da afiação de preços e as informações que não podem faltar em seu estabelecimento.

PÁGINA 19

FECOMÉRCIO
COMÉRCIO ELETRÔNICO
APRESENTA PROJEÇÕES
DE CRESCIMENTO
CONTÍNUO

PÁG. 10

SENAC
NOVA CHANCE:
EMPRESÁRIOS
CONTRATAM EGRESSOS
DO SISTEMA PRISIONAL

PÁG. 5

SESC
EDUCAÇÃO:
MILHARES DE ALUNOS
INVESTEM EM NOVAS
OPORTUNIDADES

PÁG. 7

FECOMÉRCIO

INFORMATIVO

35 ANOS

CONTRIBUIÇÃO CONFEDERATIVA 2015

GOVERNO INVESTE NA
RETOmada DO CRESCIMENTO

ESQUINTE AS VÉRTICES
NO INVERNO 2015

FECOMÉRCIO
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPREGADOS NO
COMÉRCIO E
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

SENAC
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

SESC
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

FECOMÉRCIO

INFORMATIVO

35 ANOS

E-COMMERCE MARCA 20 ANOS DE INTERNET NO BRASIL

O FUTURO DO TRABALHO:
UMA DISCUSSÃO MUNDIAL

DESAFIOS DO COMÉRCIO
NO DIA DOS PAIS

FECOMÉRCIO
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPREGADOS NO
COMÉRCIO E
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

SENAC
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

SESC
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

FECOMÉRCIO

INFORMATIVO

35 ANOS

TRANSFORMANDO CAUTELA EM VANTAGEM COMPETITIVA

MENTALIDADE ENXUTA
PARA OS NEGÓCIOS

PRODUTOS PARA IDOSOS
ESTÃO EM ALTA NO MERCADO

FECOMÉRCIO
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPREGADOS NO
COMÉRCIO E
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

SENAC
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

SESC
CONTRIBUIÇÃO DA
FEDERAÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS
CONGÊNERES DE
MINAS GERAIS

JORNAL

PACTO

Fecomércio MG | Sesc | Senac

Publicação Interna do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac – nº 32 – junho/julho de 2015



Espaço Bem-Estar

Conheça a nova área de descanso e entretenimento dos colaboradores do Sistema

Pág. 3

Lazer e aprendizado
Colaboradores realizam sonhos com as viagens do Sesc

Página 7

Semear leitura
Senac mostra a importância dos prazeres da literatura

Página 9



PUBLICAÇÕES ON-LINE

A área de Comunicação elabora, semanalmente, três boletins on-line:

FECOMÉRCIO NA MÍDIA

- Enviado para colaboradores da Fecomércio MG e sindicatos.
- Apresenta os destaques das matérias veiculadas na imprensa, incluindo jornal impresso, rádio, televisão e sites.

FECOMÉRCIO EM PAUTA

- Enviado para mais de 94 mil empresários e profissionais envolvidos com o setor do comércio de bens, serviços e turismo.
- Notícias de economia, turismo, direito e desenvolvimento empresarial são destacadas no boletim, com link para o material completo no portal da Fecomércio MG.

FECOMÉRCIO NOTÍCIAS

- Voltado para os colaboradores da Fecomércio MG.
- Contém os principais acontecimentos da entidade e temas relevantes para o dia a dia dos leitores, que acessam o conteúdo na íntegra na Intranet.

Fecomércio MG | Saiu na imprensa

FECOMÉRCIO NA MÍDIA

Destaque da semana

Notícias sobre a expectativa de compras para o Natal:

[Expectativas para o comércio varejista no fim de ano](#)
Rádio CBN - 04/11/15

[Valor gasto pelos belo-horizontinos com presentes de Natal](#)
Rádio Band - 05/11/15

[Preço médio dos presentes de Natal deve ficar em torno de R\\$100](#)
Rádio Inconfidência - 06/11/15

[Castela](#)
Jornal Tudo - 07/11/15

[Natal de 2015 promete ser de lembrancinhas](#)
Entrevista com a estatística da Fecomércio MG, Elisa Castro,
TV Band News - 09/11/15

Jornal

[Encontro Empresarial reúne cerca de 350 pessoas](#)
Edição do Brasil - 08/11/15

[Consumidor mineiro está mais endividado](#)
Diário do Comércio - 12/11/15

Web

[Aluno salarial vai injetar R\\$ 173 bi na economia do país](#)
Portal O Tempo - 12/11/15

Sistema Fecomércio MG

Sesc

[Sesc concorre ao Prêmio Octo](#)
Portal Minas Marca - 08/11/2015

[Cultura afro reforçada por ativismo político e artístico](#)
Portal O Tempo - 10/11/2015

Senac

[Senac promove cursos voltados para técnicas em vendas](#)
Rádio CBN - 09/11/15

[Carreta Hospitalidade e Turismo estaciona em Varzinha](#)
Jornal Correio do Sul - 07/11/15

Veja mais notícias sobre o Sistema:

[Fecomércio MG](#)
[Sesc](#)
[Senac](#)

Clipping de notícias do Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac.
Envie dúvidas e sugestões para comunicacao@fecomerciomg.org.br.

www.fecomerciomg.org.br

Fecomércio em Pauta



Economia

13º SALÁRIO DEVE INJETAR MAIS DE R\$ 16 BILHÕES NA ECONOMIA MINEIRA

O 13º salário deve injetar R\$ 16,2 bilhões na economia de Minas Gerais até o fim do ano, conforme estimativa da área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG. O montante considera a renda de 9,3 milhões de trabalhadores mineiros do mercado formal e beneficiários da Previdência Social. [\[Leia mais\]](#)



Jurídico

Anistia de multa da GFIP é aprovada pela CTASP



A Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público aprovou o parecer elaborado pelo deputado Jorge Corte, que se manifestou por meio da aprovação do Projeto de Lei nº 7.512/2014. [\[Leia mais\]](#)



Giro Econômico

FECOMÉRCIO NOTÍCIAS



Acontece



Solidariedade no Sistema

Colaboradores e parceiros realizaram doações para as cidades de Mariana e Governador Valadares. [\[Leia mais\]](#)



Bate-papo com o RH



Comporte-se nas confraternizações

Saiba como agir nas festividades de fim de ano. [\[Leia mais\]](#)



Você sabia?



Dia Nacional do Doador de Sangue

Data foi criada para conscientizar as pessoas sobre a importância da ação. [\[Leia mais\]](#)

ASSESSORIA DE IMPRENSA

A área de Comunicação realiza um trabalho ativo junto à imprensa mineira com o objetivo de tornar a Fecomércio MG referência em assuntos ligados ao comércio de bens, serviços e turismo. Esse trabalho acontece em duas frentes: no atendimento às demandas dos jornalistas e no envio semanal de releases, sugestões de pauta e artigos a um mailing especializado de profissionais de imprensa. A área conta com o apoio

de outros setores da entidade na identificação de assuntos de interesse, na concessão de entrevistas e na redação de artigos.

Em 2015, houve a ampliação dos temas trabalhados pela Fecomércio MG, intensificando a publicação de assuntos para além da área de economia.

RESULTADOS

123 AÇÕES

de comunicação estratégica, envolvendo a divulgação de releases e artigos

1.001 INSERÇÕES NA IMPRENSA

considerando veículos impressos, rádio, televisão e sites

Geração de mídia espontânea correspondente a um valor superior a

R\$ 14 MILHÕES

Mudanças na demografia brasileira

GUILHERME ALMEIDA *

O Brasil passou, nas últimas décadas, por significativas mudanças em sua estrutura etária. Com uma população de aproximadamente 190 milhões de habitantes (Censo 2010), o fenômeno de envelhecimento tem se tornado cada vez mais visível, principalmente em decorrência do aumento da parcela de idosos no total da população desde o fim do século 20, da queda substancial nas taxas de fecundidade e mortalidade e do aumento na longevidade do brasileiro. Entre 2000 e 2010, enquanto a taxa de nascimentos decresceu cerca de 20%, o número de mortes caiu de 29,7% para 15,6%.

O aumento da população economicamente ativa se relaciona positivamente com a poupança e a produtividade, contribuindo para o desenvolvimento do país. A elevação na quantidade de idosos, por sua vez, se reflete negativamente sobre essas variáveis, ou seja, quanto maior esse número, menor a poupança e a produtividade.

A poupança gerada no período de trabalho tende a ser consumida na chamada terceira idade, afetando toda a economia. Porém, dados do Censo 2010 apontam para dois consideráveis indicadores: o primeiro constata um expressivo aumento no número de pessoas acima de 60 anos que compõem a população empregada — 65% superior a 2000 — e o segundo aponta o crescimento da renda mensal dessa faixa etária. O idoso brasileiro, ainda que aposentado, continua no mercado de trabalho. Tal situação causa um impacto significativo nos setores da economia, uma vez que essa faixa possui demandas específicas e oferece oportunidades para desenvolvimento de novos nichos. O desafio é saber explorar o potencial consumo dessa população, que tende a ser menos sensível às flutuações econômicas.

Os idosos costumam ter maior disponibilidade para o consumo, uma vez que a maioria não possui mais dependentes, possibilitando que sua renda seja gasta com o próprio bem-estar. Sua cesta é composta, principalmente, por produtos relacionados à saúde e ao corpo, como medicamentos e cosméticos. O potencial nesse mercado já vem sendo explorado nos últimos anos, com programas, produtos e cuidados vol-

tados especialmente para esse público.

Mas quem acredita que o idoso se preocupa apenas com remédios e planos de saúde, está enganado, pois a busca por qualidade de vida vai além de cuidar do corpo. O lazer, o consumo de bens supérfluos e a vontade de viver novas experiências estão cada vez maiores. Apesar dessa grande propensão ao consumo, muitos possuem um perfil mais exigente quanto aos produtos e serviços consumidos. A grande questão é como adequar a oferta às expectativas dessa população.

A mencionada queda na fecundidade e sua consequente redução no número de filhos por família, somada ao estilo de vida da população contemporânea, contribuem para a potencialidade de um mercado que, há pouco tempo, não era consideravelmente explorado: o mercado pet. É comum notar que hoje as pessoas buscam a companhia de animais de estimação como gatos e cachorros, informação fundamental na última Pesquisa Nacional da Saúde do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): o número de pets superou o de crianças nos domicílios brasileiros.

Outra realidade é o mercado tecnológico: o grande volume de informações e a busca por manter a mente ativa está fazendo com que o consumo desses recursos, como computadores, smartphones e outros aumente cada vez mais. A chave aqui é a acessibilidade. Nos serviços, têm-se uma excelente oportunidade para o setor de turismo, cuja necessidade de apresentar um diferencial para esse tipo de público torna-se essencial. Pacotes turísticos com roteiros e adaptações direcionadas são os mais demandados.

Hoje, é preciso ir muito além das necessidades básicas e dos desejos dos clientes. É preciso um grande envolvimento e um bom entendimento das expectativas que o público consumidor em questão possui, pois é com base nelas que decisões estratégicas são tomadas. Conhecer mais a fiação da população da "melhor idade" pode garantir a longevidade de muitas empresas.

* Economista da Fecomércio-MG

VAREJO

Lojista mais cauteloso em relação às vendas do Dia dos Namorados

Consumidores devem segurar gastos e planejar compras

MARA BIANCHETTI

Depois de terem tido um Dia das Mães frustrante, com baixa nas vendas além do esperado, os comerciantes de Belo Horizonte estão mais cautelosos em relação às vendas do Dia dos Namorados. Pesquisas das principais entidades do comércio do Estado e da capital mineira indicam pessimismo junto à grande maioria dos lojistas entrevistados e adoção de uma série de estratégias na tentativa de reverter a situação. Os consumidores também pretendem segurar os gastos e planejar as compras, em virtude do maior comprometimento da renda, consequência da alta da inflação.

De acordo com a supervisora da área de Estudos Econômicos da Federação do Comércio do Estado de Minas Gerais (Fecomércio Minas), Luana Oliveira, preço será a palavra de ordem tanto para os lojistas quanto para os consumidores. "É o preço que vai pesar na hora da decisão. Se estiver alto demais, o consumidor não vai comprar, porque está tentando controlar suas finanças. Na

outra ponta, o lojista já sabe que se quiser vender, terá que trabalhar os valores dos produtos", explica.

Por esse motivo, a estratégia de preços promocionais foi citada por 36,8% dos entrevistados na Pesquisa de Expectativas do Comércio Varejista para o Dia dos Namorados realizada pela entidade. Visibilidade da loja veio logo em seguida, ao ter sido mencionada por 20,7% dos consultados. Brindes e kits para a data apareceram em terceiro lugar, com 11,3% das respostas.

Do total, 41,9% acreditam que as vendas neste exercício serão piores das realizadas na mesma data do ano passado, enquanto 25,4% aposta na manutenção do volume de vendas e 32,7% acreditam em aumento dos níveis de comercialização. Em ambos os casos, a maioria dos empresários espera vendas até 10% maiores e 10% menores.

Tiquete — Em relação ao tiquete médio, Luana Oliveira destaca que poderá haver surpresas. Isso porque, enquanto a maioria dos lojistas (25,1%) aposta

em vendas entre R\$ 100 e R\$ 200, entre os consumidores também é grande o número de pessoas (32,7%) que vai gastar entre R\$ 50 e R\$ 100, embora o montante entre R\$ 100 e R\$ 200 também tenha sido citado pela maioria (37,8%).

Já no que se refere à comparação do tiquete previsto com o registrado no ano passado, a supervisora diz que estão nos mesmos patamares. "A expectativa não está muito diferente do Dia dos Namorados anterior", pondera. Ponto que reforça a perspectiva é que a pesquisa realizada com o consumidor apontou 48,9% vai gastar o mesmo tanto que em 2014. Apenas 14% afirmou que pretende gastar mais.

Já entre os itens que se destacarão na lista de compras estão roupas (41,1%), calçados (20,2%), perfumes (10,9%), bombons e chocolates (5%) e flores (3%). Além disso, 54,6% dos consumidores entrevistados afirmaram que não pretendem fazer nada na data. Já quanto à forma de pagamento, a maioria (41,9%) disse que pretende pagar à vista no dinheiro.

JORNAL DIÁRIO DO COMÉRCIO, 1º DE JULHO

JORNAL DIÁRIO DO COMÉRCIO, 26 DE MAIO

28 JORNAL DIÁRIO DO COMÉRCIO
Belo Horizonte, 26 de maio de 2015

Cidades

Pesquisa: BH é aprovada por 74,6% dos entrevistados, mas limpeza, segurança e transporte ainda têm críticas

Lazer atrai turistas para capital

Pela primeira vez, diversão atrai mais visitantes para capital que negócios

■ AGRICULTURA
No 1º dia de verão, turistas de todo o mundo foram atraídos para a capital de Minas Gerais. O que mais chamou a atenção foi o lazer, com 74,6% dos visitantes citando essa como a principal razão para vir à cidade. Já o comércio e o turismo foram citados por 20,7% e 4,7%, respectivamente.

Segundo a pesquisa, realizada pela Fundação de Comércio do Estado de Minas Gerais (Fecomércio-MG), o lazer foi o principal motivo para a visita, com 74,6% dos entrevistados citando essa como a principal razão para vir à cidade. Já o comércio e o turismo foram citados por 20,7% e 4,7%, respectivamente.

Segundo a pesquisa, realizada pela Fundação de Comércio do Estado de Minas Gerais (Fecomércio-MG), o lazer foi o principal motivo para a visita, com 74,6% dos entrevistados citando essa como a principal razão para vir à cidade. Já o comércio e o turismo foram citados por 20,7% e 4,7%, respectivamente.

Segundo a pesquisa, realizada pela Fundação de Comércio do Estado de Minas Gerais (Fecomércio-MG), o lazer foi o principal motivo para a visita, com 74,6% dos entrevistados citando essa como a principal razão para vir à cidade. Já o comércio e o turismo foram citados por 20,7% e 4,7%, respectivamente.



Beach de Copacabana (RJ). Pesquisas e Turismo. (Foto: J. Almeida/Contraste)

Copa teve bons reflexos

O crescimento econômico da cidade de Belo Horizonte foi impulsionado pela Copa do Mundo de 2014. A pesquisa mostrou que a cidade passou a atrair mais turistas, o que gerou um aumento no comércio e no turismo.

TURISMO EM BH

Quanto à cidade de Belo Horizonte, a pesquisa mostrou que a cidade passou a atrair mais turistas, o que gerou um aumento no comércio e no turismo.



Expansão de 0,05% apontada pelo Caged em março não compensa perdas no bimestre

Aline Siqueira

após três meses seguidos de saldo negativo na geração de postos formais de trabalho, o emprego no país registrou pequeno crescimento de 0,05% em março, com um montante de 19.282 oportunidades — 1.719.219 admissões e 1.699.937 desligamentos, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho.

O resultado foi superior ao atingido em março do ano passado, quando o estoque de empregos com carteira assinada ficou em 13.117 vagas. Apesar da aparente melhora, a expansão na geração de empregos formais no mês está longe de compensar as perdas registradas no primeiro trimestre, que somam mais de 732.732 postos.

"A média da geração de vagas para meses de março dos últimos 10 anos está em 116 mil postos. Logo, o resultado de agora (19 mil) é ainda muito ruim", diz Fábio Silva, conselheiro do Conselho Federal de Economia (Cofecon).

"Houve melhora na comparação com o ano passado, mas há um efeito calendário por trás, vis-

Emprego tem primeiro saldo positivo do ano

Expansão de 0,05% apontada pelo Caged em março não compensa perdas no bimestre

Aline Siqueira

após três meses seguidos de saldo negativo na geração de postos formais de trabalho, o emprego no país registrou pequeno crescimento de 0,05% em março, com um montante de 19.282 oportunidades — 1.719.219 admissões e 1.699.937 desligamentos, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) do Ministério do Trabalho.

O resultado foi superior ao atingido em março do ano passado, quando o estoque de empregos com carteira assinada ficou em 13.117 vagas. Apesar da aparente melhora, a expansão na geração de empregos formais no mês está longe de compensar as perdas registradas no primeiro trimestre, que somam mais de 732.732 postos.

"A média da geração de vagas para meses de março dos últimos 10 anos está em 116 mil postos. Logo, o resultado de agora (19 mil) é ainda muito ruim", diz Fábio Silva, conselheiro do Conselho Federal de Economia (Cofecon).

"Houve melhora na comparação com o ano passado, mas há um efeito calendário por trás, vis-

to que neste ano o Carnaval caiu em fevereiro", acrescenta.

No mês, os serviços, a administração pública e o comércio puxaram a geração de vagas. Nos serviços houve um crescimento de 33.778 postos, saldo superior ao registrado em março do ano passado, quando atingiu 37.453 vagas. Logo em seguida aparece a administração pública, com um montante de 3.012 postos. Já o comércio, após três meses seguidos de saldo negativo, voltou a contratar mais do que demitir, gerando um estoque de 2.684 vagas — resultado superior a março de 2014, quando teve queda de 26.251 vagas.

Economista da Fecomércio-MG, Guilherme de Almeida avalia que os empresários do setor podem ter sido levados por um pessimismo exagerado de início do ano, o que teria provocado demissões além do necessário. "Observamos que houve um reajuste de pessoal no comércio, que também pode ter sido beneficiado pelas contratações extras de Páscoa", diz Almeida, ressaltando que no ano o saldo de empregos se mostra ruim: -123.429 postos.

Novamente a indústria de transformação teve desempenho negativo na geração de vagas, com -14.683 postos. Dos 12 segmentos que integram o setor, houve retração em oito, com destaque para material de transporte, com um estoque de -6.355 postos.

TRABALHO

4.215

Foi o saldo de postos formais que a indústria de borracha registrou. Dos 12 segmentos que compõem a indústria de transformação, apenas três tiveram estoque positivo de mão de obra.

-6.281

Na agricultura, as demissões superaram as contratações no mês, em função do desempenho negativo de alguns cultivos de frutas de lavoura.

JORNAL O TEMPO, 18 DE JUNHO

JORNAL BRASIL ECONÔMICO, 24 DE ABRIL

CAMPANHAS INTERNAS

Para reforçar políticas internas, disseminar novos conhecimentos e aumentar o engajamento dos funcionários, são promovidas campanhas para o público interno ao longo do ano. Desenvolvidas pelas áreas de Comunicação e Marketing do Sistema Fecomércio MG,

em parceria com Recursos Humanos e Presidência, as campanhas de 2015 apresentaram temas como Contribuição Sindical, consumo consciente, inauguração do Espaço Bem-Estar, Outubro Rosa e Novembro Azul.



ANOS DA FECOMÉRCIO MG

**OBRIGADO POR FAZER PARTE
DESTA HISTÓRIA E CONTRIBUIR
PARA O FORTALECIMENTO DO
COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS
E TURISMO DE MINAS GERAIS.**



Venha conhecer seu novo ambiente de interação, descanso e lazer!

*27 de abril, às 12h (horário de almoço),
na 6ª andar da Fecomércio.*

Um espaço para chamar de seu!



Está faltando água em nossa região.

O Sistema está cheio de dicas para você economizá-la.

- Lavar roupa todo dia...**
O ideal é lavar roupas poucas vezes de água e máquina, desligar a água e no máximo 2 vezes por semana.
- Carro e calçada**
Ao lavar a calçada, em 15 minutos, desperdiça 275 litros de água. Para economizar, basta usar a mangueira no asfalto e a água limpa na calçada de lavar. 20 minutos de água limpa para o jardim, se possível, não lavará durante os dias de seca que a calçada precisa.
- Hora do banho**
Com o regador mais aberto, um banho de 15 minutos economiza 130 litros de água. Ao tomar banho, feche o regador e deixe a água sair por 5 minutos. O consumo cai para 40 litros.
- Regando o jardim**
Ao regar os jardins, use um regador. Ao lavar, não use o mato ou a água para regar a calçada. Assim, você economiza 130 litros de água por dia. Não use a água para regar o jardim.

combate ao Câncer de Próstata

Nós apoiamos a campanha
Novembro Azul e a prevenção
ao câncer de próstata.



Fecomércio MG

Sesc



CAMPANHAS DE MARKETING

Outra ferramenta fundamental para o fortalecimento da imagem institucional da Fecomércio MG são as campanhas de publicidade e as ações desenvolvidas pelo setor de Marketing para todas as áreas da entidade e para os sindicatos filiados e conveniados. Entre as

campanhas mais importantes estão as ações on-line e off-line para datas comemorativas de grande apelo comercial – Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais, Dia das Crianças, Black Friday e Natal – e as de Contribuição Sindical e Confederativa.



CONTRIBUIÇÃO SINDICAL 2015
Proteção legal para os nossos empresários

VENCIMENTO
31/jan

Contribuição em dia é acesso imediato
aos benefícios que a Fecomércio MG oferece.

Saiba mais em
www.fecomerciomg.org.br/contribuicaosindical

 **Fecomércio MG**
Sesc | Senac

NÚMEROS DE 2015



**DEMANDAS
ATENDIDAS**



CAMPANHAS E AÇÕES DE MARKETING DESENVOLVIDAS

A MELHOR MANEIRA
DE AGRADECER
É FALAR TUDO
SEM PRECISAR
DIZER UMA SÓ
PALAVRA.
NESTE DIA
DAS MÃES,
SORRIA, ABRACE,
PRESENTEIE.

www.fecomerciomg.org.br

Fecomércio MG
Sesc | Senac

NO NATAL,
A ALEGRIA ENCONTRA
A GENTE EM
TODOS OS MOMENTOS.
NESTE FIM DE ANO,
SORRIA. ABRACE.
PRESENTEIE.

www.fecomerciomg.org.br

Fecomércio MG
Sesc | Senac

MARKETING DIGITAL

A divulgação das principais campanhas e ações desenvolvidas pela Fecomércio MG também é feita de maneira constante no mundo digital, por meio de canais próprios, como o Portal, e das páginas da entidade em redes sociais, como o Facebook, o Twitter, o YouTube e o LinkedIn.



PORTAL FECOMÉRCIO MG

228.384

SESSÕES*

672.903

VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA

Novos visitantes



Visitantes recorrentes



2'41"

duração média da sessão

*Sessão é o número de acessos de um usuário, independentemente do tempo em que ele ficou engajado com o portal.



TOTAL DE FÃS

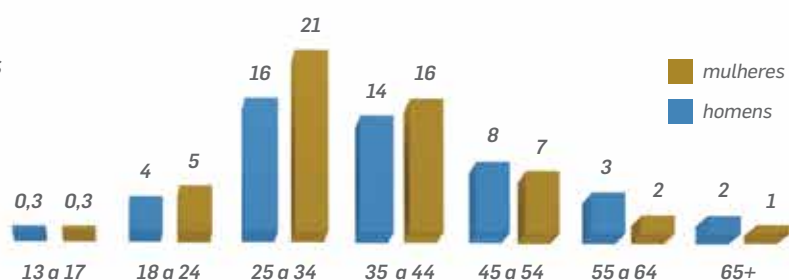
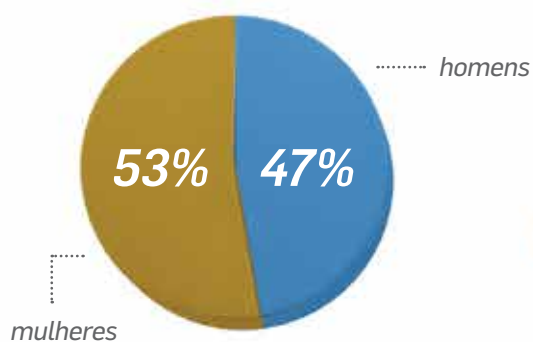
9.734

TOTAL DE PUBLICAÇÕES EM 2015

395

TOTAL DE IMPRESSÕES DE CONTEÚDO

517.167



PESSOAS QUE CURTIRAM A PÁGINA DA FECOMÉRCIO
(EM PORCENTAGEM)



PÚBLICO SEGUIDOR DO TWITTER



1.677
seguidores

24.573
total de
impressões
de conteúdo

120
tweets

LINKEDIN

2.417

seguidores no LinkedIn

EXCELÊNCIA NA GESTÃO SINDICAL

O Sistema de Excelência em Gestão Sindical (Segs), programa criado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), teve o ciclo de 2015 marcado pela inovação. O objetivo do programa é auxiliar na gestão de federações e sindicatos, capacitando líderes e executivos sindicais para a atuação eficaz, em benefício dos interesses das empresas representadas.

A principal inovação de 2015 foi o novo método de avaliação, baseado no modelo da Fundação Nacional de Qualidade (FNQ), priorizando o foco

em resultados em todas as categorias do programa:

- Construindo a Excelência
- Compromisso com a Excelência
- Rumo à Excelência

Outra novidade foi a realização das autoavaliações e das avaliações de consenso por meio do Sistema de Gestão de Desempenho (SGD), tornando o processo mais ágil e simples e, assim, permitindo que os gestores focassem os indicadores-chave para alcançar a excelência.

SEGS 2015

51

pessoas, entre colaboradores da Fecomércio MG e de sindicatos de Minas Gerais, foram capacitadas para se tornarem avaliadores por meio de ensino a distância

26

sindicatos participaram do novo formato do Segs

2

encontros presenciais capacitaram 75 pessoas





REPRESENTAÇÕES

O QUE É REPRESENTAR

Representar é um mecanismo de ação política extremamente importante. Por meio de uma série de iniciativas como a participação em fóruns, conselhos, audiências públicas, negociações coletivas e mobilizações, os interesses dos representados são defendidos em instâncias criadas pelo governo e por outros segmentos políticos, possibilitando que decisões sejam deliberadas e tomadas de forma ágil e assertiva. As propostas são alinhadas aos interesses da coletividade representada, garantindo a defesa de suas necessidades, levando, assim, à eficácia do setor ao qual pertence.

ATUAÇÃO DA FECOMÉRCIO MG

Como representante do comércio de bens, serviços e turismo de Minas Gerais, a Fecomércio MG está atenta aos movimentos da economia, em busca de aprimoramento constante e de

informações que contribuam para a tomada de decisões estratégicas nas empresas representadas. Ela atua por meio da Assessoria de Gestão das Representações (AGR-MG) na inclusão da entidade em fóruns, conselhos, seminários, órgãos públicos e privados, além de acompanhar o retorno das ações realizadas por seus representantes. A Federação é parte integrante de um projeto criado pela CNC que estabelece encontros por meio da Rede Nacional de Representações do Sistema Confederativo do Comércio (Renar).

Uma das ações de representação da Fecomércio MG em 2015 foi a participação no 3º Encontro com Gestores das Representações, realizado pela CNC, com a presença de integrantes da Renar, gestores e técnicos de representações das federações filiadas ao Sistema Confederativo da Representação Sindical do Comércio.



3º ENCONTRO COM GESTORES DAS REPRESENTAÇÕES
CRÉDITO: ACERVO PESSOAL

A FECOMÉRCIO MG POSSUI 28 ASSENTOS NOS SEGUINTE FÓRUMS E CONSELHOS DE ÓRGÃOS PÚBLICOS E PRIVADOS:

- Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet-MG)
- Comissão de Direito Sindical da Ordem dos Advogados do Brasil - Seção Minas Gerais
- Comissão de Enquadramento e Registro Sindical da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)
- Comissão Especial de Julgamento da Prefeitura de Belo Horizonte
- Comissão de Negociação Coletiva do Comércio (CNCC)
- Conselho Consultivo do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA)
- Conselho Consultivo de Segurança Contra Incêndio do Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais
- Conselho de Consumidores da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig)
- Conselho de Contribuintes do Estado da Fazenda de Minas Gerais
- Conselho Curador da Fundação Clóvis Salgado
- Conselho Deliberativo Estadual do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)
- Conselho de Desenvolvimento Econômico de Belo Horizonte (Codecom)
- Conselho Estadual de Trabalho, Emprego e Renda (Ceter)
- Conselho Estadual de Turismo de Minas Gerais (CET-MG)
- Conselho Estratégico de Defesa do Empresário (Cede)
- Conselho Municipal de Previdência de Contagem
- Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor de Belo Horizonte (Comdecon/BH)
- Conselho Municipal de Saúde de Belo Horizonte (CMSBH)
- Conselho de Patrocinadoras Representantes da Fundação Multipatrocinada de Suplementação Previdenciária (Suprev)
- Conselho de Recursos Tributários da Prefeitura de Belo Horizonte
- Conselho do Senac – Nacional
- Conselho do Sesc - Nacional
- Fórum Permanente Mineiro das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Fopemimpe)
- Grupo de Trabalho em Saúde Operacional da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)
- Junta Comercial do Estado de Minas Gerais (Jucemg)
- Plano Nacional da Cultura Exportadora (PNCE)
- Previdência Social em Belo Horizonte
- Rede Nacional de Assessorias Legislativas do Sistema CNC/Sesc/Senac (Renalegis)

SINDICATOS FILIADOS E CONVENIADOS



REPRESENTAÇÃO REGIONAL

Os sindicatos são a base que compõe o Sistema, juntamente com a Fecomércio MG, o Sesc e o Senac. Eles exercem a representação direta das empresas do setor terciário e trabalham por melhores condições para a concretização de negócios em suas cidades ou nas regiões de atuação.

Além de defender os empresários, os sindicatos têm, entre suas funções, a realização das negociações anuais para a Convenção Coletiva de Trabalho de cada categoria, documento feito com os sindicatos laborais e que rege as condições de trabalho nos estabelecimentos comerciais. Eles atuam também como parceiros das unidades do Sesc e do Senac, fazendo valer a integração e a sinergia, duas diretrizes estratégicas do Sistema.

Em sua estrutura, a Fecomércio MG conta com 29 sindicatos filiados e 23 conveniados.

SINDICATOS FILIADOS

- Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios de Belo Horizonte e Contagem
- Sindicato do Comércio Atacadista de Tecidos, Vestuário e Armarinho de Belo Horizonte
- Sindicato do Comércio de Araxá
- Sindicato do Comércio de Barbacena
- Sindicato do Comércio de Cataguases
- Sindicato do Comércio de Congonhas
- Sindicato do Comércio de Governador Valadares
- Sindicato do Comércio de Itabirito
- Sindicato do Comércio de Ituiutaba
- Sindicato do Comércio de Juiz de Fora
- Sindicato do Comércio de Lavras
- Sindicato do Comércio de Patos de Minas
- Sindicato do Comércio de Poços de Caldas
- Sindicato do Comércio de Ponte Nova
- Sindicato do Comércio de Santos Dumont
- Sindicato do Comércio de São João del Rei
- Sindicato do Comércio de Sete Lagoas
- Sindicato do Comércio de Teófilo Otoni
- Sindicato do Comércio de Uberaba
- Sindicato do Comércio de Uberlândia
- Sindicato do Comércio do Vale do Aço
- Sindicato do Comércio Varejista de Automóveis e Acessórios de Belo Horizonte
- Sindicato do Comércio Varejista de Carnes Frescas de Montes Claros

- Sindicato do Comércio Varejista de Conselheiro Lafaiete
- Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios de Belo Horizonte
- Sindicato do Comércio Varejista de Maquinismos, Ferragens, Tintas e Material de Construção de Belo Horizonte
- Sindicato do Comércio Varejista de Montes Claros
- Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos do Estado de Minas Gerais
- Sindicato dos Lojistas do Comércio de Belo Horizonte
- Sindicato do Comércio Varejista de Manhuaçu
- Sindicato do Comércio Varejista de Paracatu
- Sindicato do Comércio Varejista de Passos
- Sindicato do Comércio Varejista de Patrocínio
- Sindicato do Comércio Varejista de Santa Luzia
- Sindicato do Comércio Varejista de São Gotardo
- Sindicato do Comércio Varejista de São Lourenço
- Sindicato do Comércio Varejista de Unaí
- Sindicato do Comércio Varejista de Varginha

SINDICATOS CONVENIADOS

- Sindicato das Empresas de Factoring de Minas Gerais
- Sindicato das Empresas Locadoras de Automóveis do Estado de Minas Gerais
- Sindicato das Empresas Revendedoras de Gás do Alto Paranaíba, Norte, Noroeste e Triângulo Mineiro
- Sindicato de Lavanderias e Similares de Belo Horizonte
- Sindicato do Comércio do Vale do Sapucaí
- Sindicato do Comércio Varejista de Caratinga
- Sindicato do Comércio Varejista de Divinópolis
- Sindicato do Comércio Varejista de Itajubá
- Sindicato do Comércio Varejista de Viçosa
- Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Araguari
- Sindicato dos Condomínios Comerciais, Residenciais e Mistos de Belo Horizonte e Região Metropolitana
- Sindicato dos Proprietários de Centros de Formação de Condutores do Estado de Minas Gerais
- Sindicato Patronal do Comércio de Betim e Região
- Sindicato Patronal do Comércio Varejista e Atacadista da Zona da Mata

BALANÇO CONTÁBIL

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FECOMÉRCIO MG***CNPJ Nº 17.271.982/0001-59***BALANÇOS PATRIMONIAIS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014**
(Em Reais – centavos omitidos)**ATIVO**

CIRCULANTE	2015	2014
Caixa e equivalentes de caixa	33.698.592	25.226.415
Contas a receber	2.397.583	2.567.137
Adiantamentos	46.053	38.606
Estoques	67.915	54.203
Despesas antecipadas	32.100	37.045
	<i>36.242.243</i>	<i>27.923.406</i>
NÃO CIRCULANTE		
Contas a receber	421.146	200.000
Depósitos judiciais	879.168	609.803
Investimentos	16.092	16.092
Imobilizado	37.443.880	37.633.520
Intangível	663.130	391.789
	<i>39.423.416</i>	<i>38.851.204</i>
TOTAL DO ATIVO	<i>75.665.659</i>	<i>66.774.610</i>

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FECOMÉRCIO MG***CNPJ Nº 17.271.982/0001-59***BALANÇOS PATRIMONIAIS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014**
(Em Reais – centavos omitidos)**PASSIVO**

CIRCULANTE	2015	2014
Fornecedores	420.015	837.126
Obrigações sociais, fiscais e tributárias	963.141	852.621
Provisão para complementação de aposentadoria	351.443	428.887
Outros valores a pagar	120.232	111.523
	<i>1.854.831</i>	<i>2.230.157</i>
NÃO CIRCULANTE		
Contingências passivas	4.037.446	353.414
Provisão para complementação de aposentadoria	2.094.480	2.142.808
	<i>6.131.926</i>	<i>2.496.222</i>
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Fundo patrimonial	37.233.394	29.005.004
Reserva de reavaliação	24.814.837	25.087.587
Superávit acumulado	5.630.671	7.955.640
	<i>67.678.902</i>	<i>62.048.231</i>
TOTAL DO PASSIVO	<i>75.665.659</i>	<i>66.774.610</i>

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FECOMÉRCIO MG

CNPJ Nº 17.271.982/0001-59

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014
(Em Reais – centavos omitidos)

	2015	2014
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	35.501.952	34.295.480
Renda tributária	14.711.444	15.265.778
Renda de contribuições	9.791.100	9.474.782
Renda patronal	6.675.807	5.143.624
Renda social	2.607.817	2.525.852
Renda de serviços	942.179	893.483
Renda extraordinária	628.356	610.533
Renda eventual	98.687	171.182
Outras rendas	46.562	210.246
DEDUÇÕES DA RECEITA	(5.016.251)	(5.158.913)
RECEITA LÍQUIDA	30.485.701	29.136.567
DESPESAS OPERACIONAIS	(24.855.030)	(21.180.927)
Despesas com pessoal	(10.408.147)	(10.278.983)
Serviços de terceiros	(6.109.514)	(6.440.653)
Encargos diversos	(7.703.192)	(3.905.794)
Material de consumo	(634.177)	(555.497)
SUPERÁVIT DO EXERCÍCIO	5.630.671	7.955.640

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FECOMÉRCIO MG

CNPJ Nº 17.271.982/0001-59

DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO PARA OS
EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014

(Em Reais – centavos omitidos)

	FUNDO PATRIMONIAL	RESERVA DE REAValiaÇÃO	SUPERÁVIT ACUMULADO	TOTAL
SALDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2013	20.592.382	25.360.337	8.139.872	54.092.591
Realização da reserva de reavaliação		(272.750)	272.750	-
Incorporação ao fundo patrimonial	8.412.622		(8.412.622)	-
Superávit do exercício			7.955.640	7.955.640
SALDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2014	29.005.004	25.087.587	7.955.640	62.048.231
Realização da reserva de reavaliação		(272.750)	272.750	-
Incorporação ao fundo patrimonial	8.228.390		(8.228.390)	-
Superávit do exercício			5.630.671	5.630.671
SALDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015	37.233.394	24.814.837	5.630.671	67.678.902

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FECOMÉRCIO MG

CNPJ Nº 17.271.982/0001-59

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA PARA OS EXERCÍCIOS
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014
(Em Reais – centavos omitidos)

	2015	2014
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Superávit do exercício	5.630.671	7.955.640
AJUSTES		
Depreciação e amortização	738.411	682.909
Baixa de imobilizado	69.064	5.822
	6.438.146	8.644.371
(ACRÉSCIMO) DECRÉSCIMO DE ATIVOS		
Contas a receber	(51.592)	123.813
Estoques	(13.712)	(4.744)
Adiantamentos	(7.447)	11.159
Despesas antecipadas	4.945	53.128
Depósitos judiciais	(269.365)	151.142
	(337.171)	334.498
ACRÉSCIMO (DECRÉSCIMO) DE PASSIVOS		
Fornecedores	(417.111)	692.650
Obrigações sociais, fiscais e tributárias	110.520	(37.974)
Provisão para complementação de aposentadoria	(125.772)	105.693
Provisão para contingências	3.684.032	(236.014)
Outras obrigações	8.709	(50.592)
	3.260.378	473.763

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
FECOMÉRCIO MG***CNPJ Nº 17.271.982/0001-59***DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA PARA OS EXERCÍCIOS
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014**
(Em Reais – centavos omitidos)

	2015	2014
CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	<i>9.361.353</i>	<i>9.452.632</i>
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Inversões no imobilizado	<i>(466.245)</i>	<i>(989.334)</i>
Inversões no intangível	<i>(422.931)</i>	<i>(299.644)</i>
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	<i>(889.176)</i>	<i>(1.288.978)</i>
AUMENTO DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	<i>8.472.177</i>	<i>8.163.654</i>
Disponibilidades no início do exercício	<i>25.226.415</i>	<i>17.062.761</i>
Disponibilidades no final do exercício	<i>33.698.592</i>	<i>25.226.415</i>
Aumento de caixa e equivalentes de caixa	<i>8.472.177</i>	<i>8.163.654</i>



FICHA TÉCNICA

*Elaboração: Link Comunicação e áreas técnicas
da Fecomércio MG*

Projeto Gráfico: RC Comunicação





www.fecomerciomg.org.br
Rua Curitiba, 561 - Centro - BH - MG