

PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR: APOSENTADORIA PLANEJADA

A DECISÃO DE ADERIR A UM PLANO DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR DEVE LEVAR EM CONTA OS CUSTOS E OS RENDIMENTOS

O déficit da previdência social cresce de forma acelerada e a tendência é que o atual modelo não seja capaz de atender as necessidades dos futuros servidores inativos, pois haverá mais beneficiários do que contribuintes. Diante deste cenário, o investimento em fundos de previdência complementar pode ser uma alternativa para uma aposentadoria mais tranquila.

O plano aberto de previdência privada é aquele oferecido pelas instituições financeiras e seguradoras, o qual é disponibilizado em duas modalidades: PGBL e VGBL. Pode ser contratado por pessoa física ou jurídica. O plano de previdência fechada, por sua vez, é oferecido pelas empresas aos seus funcionários.

A decisão de aderir a um plano de previdência complementar deve levar em conta os custos envolvidos, inclusive o tipo de regime de tributação. O regime progressivo

é aquele em que as alíquotas aumentam conforme a quantia investida. Os resgates ficam sujeitos ao imposto de renda de 15% na fonte e à compensação na declaração anual. A renda é tributada com base na tabela progressiva do imposto de renda em vigor. No regime regressivo, entretanto, as alíquotas diminuem conforme o tempo do investimento. A alíquota vai de 35% (inicial) para 10% em dez anos. Além disso, é cobrada uma taxa anual de administração.

A escolha por algum plano de previdência complementar ou até mesmo pelos demais fundos de investimento deve considerar os custos envolvidos (taxa de administração e carregamento e da própria tributação) e o rendimento. Por fim, a decisão pela adesão aos fundos de previdência complementar somente valerá a pena se o contribuinte tiver disciplina para investir no longo prazo. [&]



pág. 02 MERCADO

Fim de ano aquece contratação de trabalhadores temporários



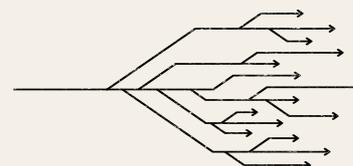
pág. 03 CENÁRIO

Renda fixa é aposta para o curto prazo



pág. 04 VAREJO

Consumidor dita novas regras para lojas e marcas



AUMENTA A CONTRATAÇÃO DE TEMPORÁRIOS NO FIM DO ANO

EM JUNHO, O MTE EDITOU A PORTARIA N° 789. O PRAZO PARA O TRABALHO TEMPORÁRIO PODERÁ CHEGAR A NOVE MESES

O fim de ano é o melhor período de vendas para o comércio, e neste ano apresenta uma média de crescimento de 30% em comparação com o mês de novembro. Mesmo com o cenário de desaceleração da economia brasileira, a entrada de recursos extras com o 13º salário deverá impulsionar as compras e trazer bons resultados para o mercado. Além disso, o nível de renda como consequência da geração de empregos permanece estável e a taxa de desocupação do País, divulgada pelo IBGE, tem se mantido abaixo de 5,5%. Somam-se a isso os baixos níveis de endividamento e de inadimplência do consumidor, que abrem espaço para a contratação de novos financiamentos.

A somatória desses fatores deve colaborar para um aquecimento das vendas do varejo. Diante da expectativa de melhora nas vendas, a contratação de mão de obra temporária é sempre uma alternativa. A previsão para 2014 é que 163 mil trabalhadores sejam contratados para o Natal, com alta de 1% em relação ao ano anterior, segundo dados do sindicato que reúne as empresas de mão de obra temporária. Estima-se que cerca de 70% das contratações estejam no comércio e 30% na indústria.

Por tratar-se de uma modalidade específica de contratação, que busca atender a uma necessidade transitória, o trabalho temporário é disciplinado pela Lei 6.019/74, regulamentada pelo Decreto 73.841/74, que objetivou trazer segurança para empregados e empregadores.

Não há vínculo empregatício, pois o trabalhador é contratado e remunerado por uma empresa de trabalho temporário, com menores encargos trabalhistas em comparação ao empregado contratado nos moldes da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Para evitar vínculo empregatício, o serviço de contratação temporária deve ser prestado por empresas devidamente autorizadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e a permanência do trabalhador temporário é de um a 90 dias, e pode ser prorrogada por igual período.



O MTE editou a Portaria n° 789, de 2 de junho de 2014, com instruções para o contrato de trabalho temporário e o fornecimento de dados relacionados ao estudo do mercado de trabalho. Em síntese, a principal alteração da Portaria está relacionada ao prazo para o trabalho temporário, que poderá chegar a nove meses. A medida entrou em vigor em 1º de julho de 2014.

A autorização para celebração do contrato de trabalho superior a três meses somente será concedida na hipótese de substituição transitória de pessoal regular e permanente. Nesse caso, o contrato de trabalho poderá

ser pactuado por mais três meses, limitado a nove meses, nas seguintes situações:

- Quando ocorrem circunstâncias já conhecidas na data da celebração;
- Quando houver motivo que justifique a prorrogação do contrato de trabalho.

No caso de acréscimo extraordinário de serviços, desde que justificado, será permitida a prorrogação do contrato de trabalho por mais três meses, não pode ultrapassar o prazo de seis meses.

Nas demais situações, seguem as regras estabelecidas na Lei 6.019/74 e no Decreto 73.841/74, mencionadas anteriormente. [S]

RENDA FIXA É APOSTA PARA O CURTO PRAZO

BOLSA É OPÇÃO EM HORIZONTE DE UM A DOIS ANOS, ESPECIALMENTE AÇÕES DA PETROBRAS E DA ELETROBRAS, ALÉM DE GRANDES BANCOS



Passadas as eleições, os discursos das autoridades políticas e econômicas estão mais próximos da verdade e dos fatos. O Banco Central elevou a Selic de 11% para 11,25% e indicou que, até o fim do ano que vem, a taxa pode atingir 12%. Com base nessas perspectivas, é provável que o mercado reveja o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) de 2015 e de anos anteriores, gradativamente. Isso cria um ambiente de juros nominais mais altos e expectativa de inflação mais baixa, e a junção desses fenômenos se traduz em juros reais maiores para o fim deste ano e para o ano que vem.

As apostas em renda fixa continuam excelentes para o curto prazo e, neste momento, restringem um pouco outras opções. No entanto, o cenário provável de realinhamento de políticas econômicas deve produzir um clima de recuperação dos preços de ações. Se para quem precisa ou pode vir a precisar dos recursos investidos no curto prazo a melhor opção é mesmo a Renda Fixa; para aqueles que podem esperar um pouco mais – pelo menos dois anos –, o aconselhável é pensar em algumas ações.

Um cenário futuro que contemple a ruína de empresas como Petrobras e Eletro-

bras é pouco provável. Essas são empresas que vendem produtos de demanda cativa, muito pouco elástica, ou seja, as elevações de preços, ainda que robustas, não impõem redução significativa do consumo desses produtos. Isso significa que os ajustes gradativos dos preços de eletricidade e de combustíveis (que já ocorrem) trarão uma recuperação de caixa para essas empresas. Com isso, a aposta em mercado de ações, calcada em poucas empresas, como Petrobras, Eletrobras e grandes bancos, parece bastante positiva para o prazo de um a dois anos. [&]

PROGRAMA APRENDIZAGEM GRATUITO NO SENAC.

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

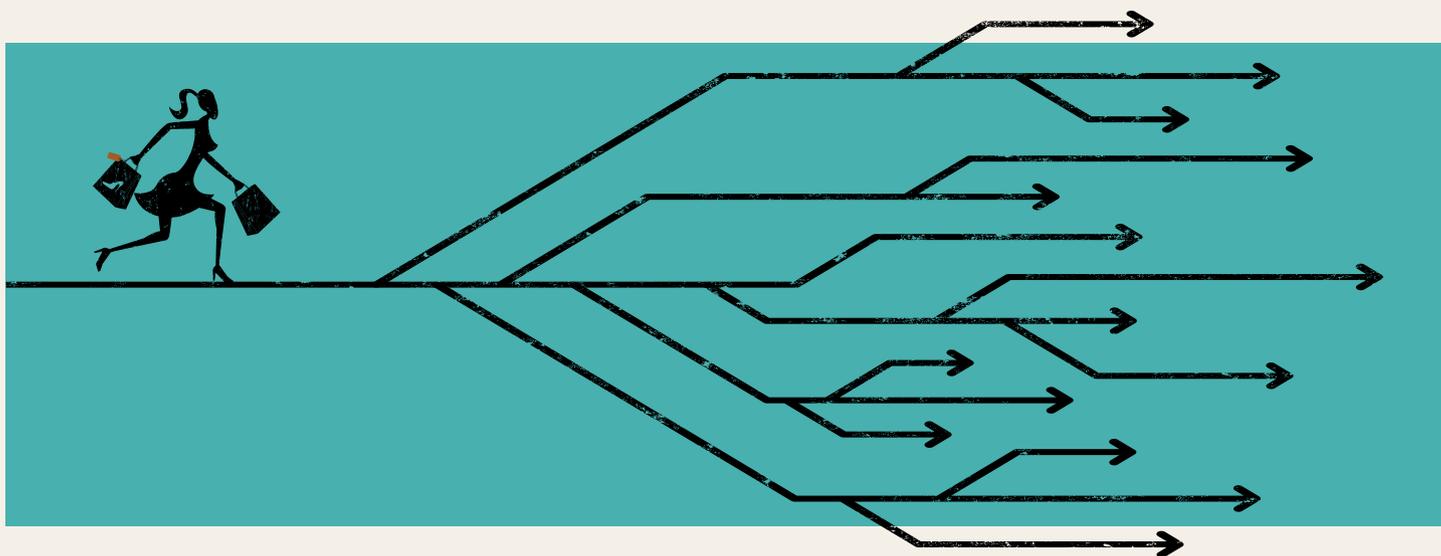
Além de cumprir a lei, você ajuda a preparar os jovens para o mercado de trabalho. Uma ótima escolha para a empresa e para esta **futura geração de profissionais.**



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

CENÁRIO IMPÕE NOVAS REGRAS AO VAREJO

O SETOR PRECISA ENTENDER QUE O CONSUMIDOR QUER MUITO MAIS DO QUE APENAS SUPRIR NECESSIDADES BÁSICAS. ELE DESEJA VIVENCIAR EXPERIÊNCIAS COM AS MARCAS



Qual é o segredo das lojas e das marcas bem-sucedidas? A resposta não é simples e envolve uma série de variáveis, mas, de maneira geral, pode-se dizer que o segredo é acompanhar o mercado e atender aos anseios dos consumidores. Supridas as necessidades básicas, este consumidor não vai apenas à procura de itens indispensáveis à sua sobrevivência, como comida ou artigos de vestuário, ele quer muito mais. Em especial no Estado de São Paulo, onde a maior parte da população da chamada classe C já superou esta carência, é hora de atender aos desejos. Entender estes desejos e alcançar o consumidor são aspectos determinantes para o sucesso.

Um livro publicado recentemente – **As Novas Regras do Varejo**, de Robin Lewis e Michael Dart, ambos especialistas na área – aborda essa questão. A obra identifica esses atuais consumidores, que além da busca por um significado para aquilo que compram, procuram também viver uma experiência de consumo; querem estar envolvidos por co-

res, música, perfume e decoração nas lojas. Assim, as marcas que conseguirem maior conectividade neurológica com o consumidor, aumentam as chances de fidelização.

O varejo de luxo é um bom exemplo de como criar este tipo de relação com o público-alvo. O ambiente da loja oferece aos clientes exatamente aquilo que eles procuram, o que permite uma conexão mental entre as marcas e os seus consumidores.

Outro aspecto importante é o controle da cadeia de valor. Há no mercado companhias como a Apple, que além de produzir o bem também possui lojas próprias, e controla a distribuição. Outro caso é a Procter & Gamble, gigante americano de artigos não duráveis, que, ao detectar a redução no fluxo de pessoas dentro dos hipermercados, colocou os seus produtos em estabelecimentos menores de bairros residenciais, como estações de lavagem de carros. Dessa forma, os produtos da P&G não dependem apenas de um único canal, evitam as prateleiras cheias

de marcas concorrentes e chegam ao consumidor antes deste chegar ao supermercado.

Mas nem só de varejo físico viverão as empresas. Segundo dados do Comitê Gestor da Internet, no Brasil, são mais de 57 milhões de usuários que acessam regularmente a rede. As vendas online não param de crescer. É fácil e cômodo comprar a qualquer hora por meio de um computador, um smartphone ou um tablet. Soma-se a isso uma parcela da população brasileira que tem o costume de comprar fora do País, o que impõe aos lojistas a necessidade de seguir as novas regras do varejo, sob pena de perder vendas e fechar as portas.

As novas regras do varejo são claras: criar uma conectividade neurológica com o consumidor por meio de uma experiência de consumo envolvente; ter maior controle da cadeia de valor, não depender apenas de um único canal de venda; e apostar em uma distribuição preferencial, ou seja, estar onde o cliente quer comprar, seja na loja física ou na loja virtual. [&]



Senac Sesc FECOMERCIO/SP

Aqui tem a força do comércio

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

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