

TRIBUTOS

Mudanças na nota fiscal para operações fora do estabelecimento

PÁGINA 3

CRÉDITO

Novo crediário paga empresas em até cinco dias

PÁGINA 4

ARTIGO

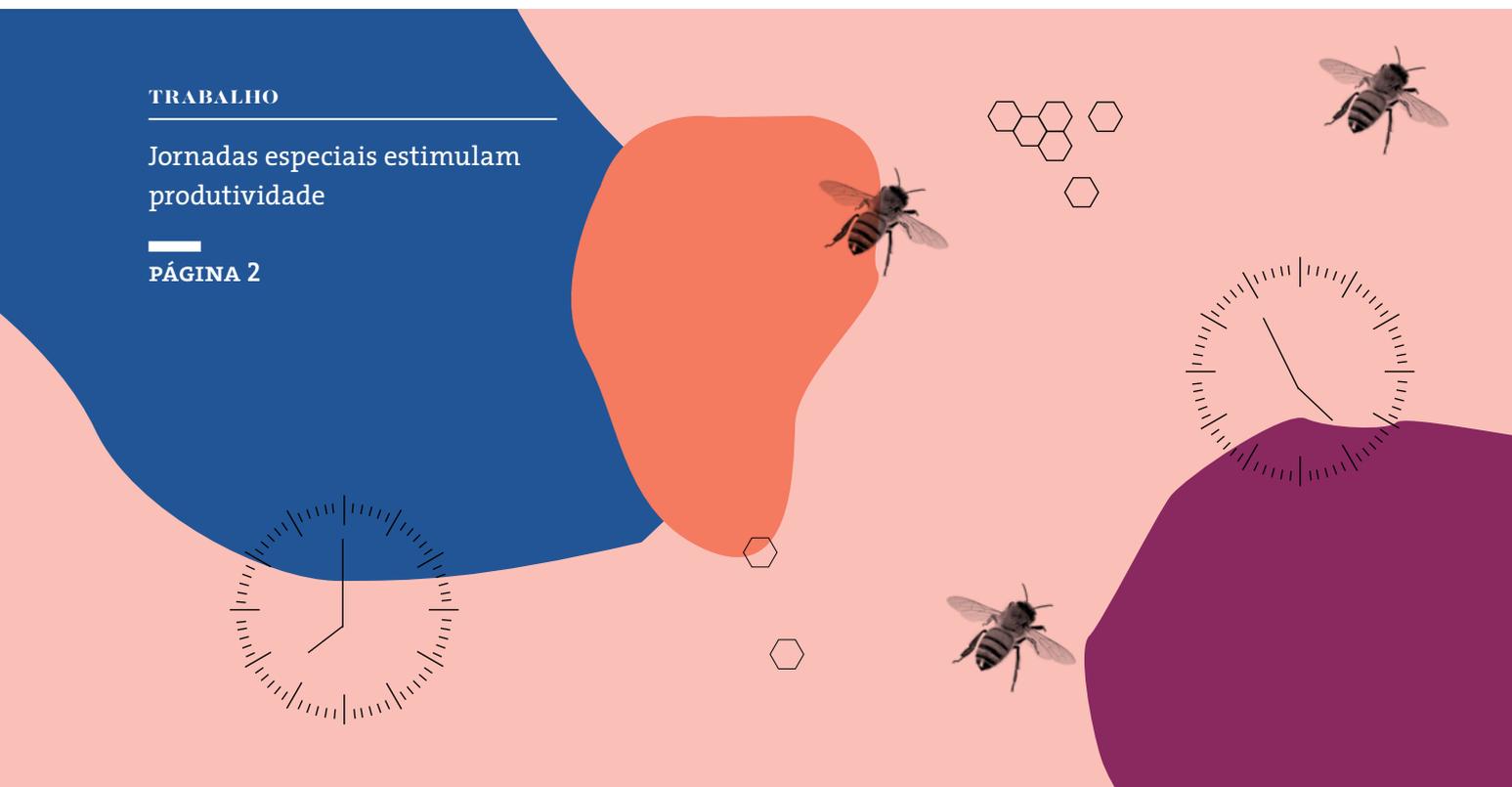
Propostas para desburocratizar o Brasil

PÁGINA 6

TRABALHO

Jornadas especiais estimulam produtividade

PÁGINA 2



Novas jornadas de trabalho, mais produtividade

TRABALHO · Jornadas especiais e regimes de compensação geram resultados imediatos, mas é preciso atenção à escolha

Desde novembro de 2017, por intermédio da aprovação da Reforma Trabalhista, é possível flexibilizar as formas de contratação. Com as jornadas de trabalho adequadas, a empresa pode otimizar seus custos e aumentar a produtividade. Mas essas possibilidades ainda são pouco conhecidas, e muitos empresários têm receio de colocá-las em prática.

O primeiro passo é entender cada uma das modalidades e saber se estão acordadas entre as partes patronais e laborais, de acordo com a sua representação. Caso a Convenção Coletiva de Trabalho (CCT) celebrada entre empresas e empregados do seu ramo de atividade trate da adoção de jornadas diferenciadas de trabalho, o empregador deve então estudar a viabilidade de cada uma, levando em consideração as particularidades de seu negócio.

A jornada mais comum na maioria das empresas do comércio de bens, serviços e turismo é a de até 8 horas diárias e 44 horas semanais, mas essa pode não ser a melhor opção para todos os varejistas. A jornada parcial, por exemplo, limita a duração do trabalho a 30 horas por semana, enquanto a reduzida permite que a empresa contrate funcionários para expedientes semanais superiores a 30 horas e inferiores a 44 horas. Também há a jornada 12x36, sistema em que 12 horas seguidas de trabalho são alternadas por 36 horas ininterruptas de descanso.

BENEFÍCIOS PRÁTICOS

Na jornada 12x36, o funcionário trabalha dia sim, dia não. Por mês, terá trabalhado, em média, 42 horas semanais. Respeitados os limites do contrato, não incide hora extra. A modalidade é muito utilizada nos setores de segurança, portaria e plantonistas do ramo da saúde, mas o formato pode ser aplicado a outros segmentos que necessitem de trabalho contínuo.

Já na jornada parcial, que estabelece limite máximo de 30 horas semanais, existe a possibilidade de determinar o expediente conforme o horário de funcionamento da empresa (como acontece em bancos e restaurantes).

Por fim, a jornada reduzida, cuja duração semanal é superior a 30 horas e inferior a 44, é a única não prevista na Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), e sua aplicação é condicionada exclusivamente à negociação em CCT. É considerada o meio-termo entre a jornada 12x36 e parcial.

Quer mais informações sobre como implantar uma jornada especial de trabalho? A FecomercioSP produziu um conteúdo especial, bem detalhado e didático, sobre as jornadas diferenciadas. ●



PARA MAIS
INFORMAÇÕES
ACESSE

MODELOS DE JORNADAS

12X36

12 horas diárias de trabalho por 36 horas de descanso.

PARCIAL

duração do trabalho não excede 30 horas semanais.

REDUZIDA

expediente semanal superior a 30 horas e inferior a 44 horas.



Alterações nas regras da nota fiscal eletrônica

TRIBUTOS · Mudanças feitas pela Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo integram mais contribuintes ao modelo eletrônico



Os varejistas devem ficar atentos às alterações publicadas pela Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo (Sefaz-SP) nos procedimentos de emissão de nota fiscal eletrônica (NF-e). As novas regras alteram o sistema de emissão de nota implantado pelo Fisco do Estado de São Paulo desde 2008.

O Fisco convalidou para os contribuintes optantes do Simples Nacional as emissões

das notas fiscais realizadas pelo extinto modelo 1 ou 1-A, substituídas pelo modelo 55. A mudança atinge principalmente as operações realizadas fora do estabelecimento, por qualquer meio de transporte, ou ocorridas em eventos, feiras, exposições ou locais semelhantes no período de 1º de outubro de 2018 a 13 de março de 2019.

Além disso, para as operações realizadas fora do estabelecimento, o contri-

buinte deve usar o novo modelo de nota, além de informar no corpo do documento fiscal o valor do imposto, quando devido. No quadro “Destinatário”, deverá informar o nome, os números de inscrição estadual (IE) e o CNPJ do emitente, além de endereço. E ainda: no campo “Informações Adicionais de Interesse do Fisco”, deverá constar a indicação “Emitida nos termos da Portaria CAT n.º 127/2015”, bem como a indicação das séries da Nota Fiscal do Consumidor Eletrônica (NFC-e), modelo 65, ou da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e), modelo 55, a serem utilizadas, conforme o caso.

Por se tratar de alterações específicas, a empresa deve consultar seu enquadramento com base no código da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), para verificar procedimentos adicionais a serem adotados. A Sefaz-SP fornece mais esclarecimentos no site www.fazenda.sp.gov.br/cte. ●

Ingressar no e-commerce exige preparo e estratégia

NEGÓCIOS · Além de oferecer plataforma funcional, varejista deve diversificar os canais de comunicação com o cliente

O comércio eletrônico vem se tornando uma opção muito atrativa tanto para aqueles que desejam expandir seus negócios como para os novos players que pretendem atuar nesse modelo. O setor

registrou crescimento nominal de 12% em 2018 quando comparado ao ano anterior, registrando faturamento de 53,2 bilhões segundo a Ebit/Nielsen, e a expectativa para 2019 é de expansão de 15%.

Um dos maiores desafios do comércio eletrônico é oferecer aos consumidores a mesma experiência da loja física, porém, com mais comodidade. Para tanto, alguns fatores são cruciais, por exemplo disponibilizar uma plataforma (site de vendas) de fácil acesso e funcional e estabelecer uma estratégia de comunicação e interação com os clientes em diversos canais – e-mail, telefone, chat.

O primeiro passo é elaborar um plano de negócios a fim de conhecer os concorrentes, fornecedores e clientes e entender como o mercado atua. Há peculiaridades

como a escolha do modelo tecnológico, que implica diretamente o sucesso do negócio, já que as estratégias divergem em relação a critérios de funcionalidade, abrangência, usabilidade, desempenho, entre outros. Assim, o investimento em tecnologia e atendimento de qualidade, no pré e no pós-venda, é essencial.

Como no comércio físico, o empreendedor terá de investir em marketing, que pode combinar estratégias como uso de redes sociais, inbound, e-mail, blogs e outros. ●



PARA MAIS
INFORMAÇÕES
ACESSE

Novo crediário no cartão

CRÉDITO · Modalidade permite parcelamentos maiores aos consumidores e pagamento em até cinco dias aos empresários

Por meio de termo de cooperação celebrado entre o Banco Central e a Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs) no fim de março, os lojistas ganharam uma nova opção de pagamento para oferecer aos clientes: o crediário no cartão de crédito. No momento em que o consumidor realizar uma compra nessa modalidade,

a maquininha lhe dará a opção de crediário, que oferece parcelamento maior.

A principal novidade é que esse tipo de pagamento reduz o risco de inadimplência de uma venda a prazo, uma vez que quem libera a operação é a instituição financeira emissora do cartão, e não a loja.

Para o lojista, o crediário no cartão ainda traz a vantagem de receber o valor da venda em um período mais curto (até cinco dias após a venda) e isento de taxas bancárias – atualmente, os valores são repassados em 30 dias, em caso de venda em parcela única, ou conforme o número de vezes escolhido pelo cliente no ato da compra.

Segundo a FecomercioSP, a nova modalidade é vantajosa para pequenas e médias empresas do setor de comércio, uma vez que estabelecimentos desse

porte dificilmente têm condições financeiras para oferecer seu próprio crediário ao consumidor.

Outro ponto positivo, segundo os bancos, é que as taxas de juros deverão se aproximar muito das cobradas nos empréstimos consignados, que são baixas – entre 1,6% e 2,6% –, e os juros e prazos irão variar conforme decisão dos bancos emissores e bandeiras de cartão. Segundo informações do Banco Central, o rotativo dos cartões de crédito está praticando uma taxa de juros anualizada de aproximadamente 285%. ●



PARA MAIS
INFORMAÇÕES
ACESSE

Curtas



A importância da formação de preços

Saber como formar os preços de produtos e serviços é essencial para qualquer empresa manter-se competitiva no mercado. O preço de venda é um elemento que induz o consumidor em suas decisões de compra. Assim, é preciso oferecer os produtos de maneira a maximizar o retorno do cliente e reduzir incertezas. Na equação, devem-se considerar as despesas e os custos fixos, assim como os variáveis, tanto diretos quanto indiretos, a margem de contribuição e o mark-up.



PARA MAIS
INFORMAÇÕES
ACESSE



Pleitos da FecomercioSP para o eSocial

A assessora jurídica da FecomercioSP Sarina Sasaki Manata, uma das principais responsáveis pelo desenvolvimento de materiais informativos a respeito do eSocial, esteve em reunião com o Ministério da Economia, em Brasília, em abril, e lá apresentou propostas da Entidade relativas ao tema. Entre elas, a recomendação de que micros e pequenas empresas recebam tratamento diferente, ou seja, que também possam utilizar o módulo simplificado destinado ao Microempreendedor Individual (MEI). Além de sugestões de melhoria no sistema, tais como apresentação objetiva dos erros e indicação do caminho da regularização, há ainda criação de canal de suporte técnico eficiente, exclusão de campos não obrigatórios e melhoria da conexão.



PARA MAIS
INFORMAÇÕES
ACESSE

SOU SENAC EAD

CURSOS SENAC EAD:

- Cursos Livres
- Cursos Técnicos
- Graduação
- Pós-graduação
- Extensão Universitária

publicis

Senac

O MELHOR ENSINO A DISTÂNCIA DO PAÍS.

Quer ficar completo para o mercado de trabalho?
Acesse ead.senac.br e saiba mais.

[/SenacEADoficial](https://www.facebook.com/SenacEADoficial) [@senaceadoficial](https://www.instagram.com/senaceadoficial)



Indústria é termômetro para varejo

A queda na produção industrial, que registrou em 2018 apenas 11,3% de participação no PIB nacional (o menor porcentual desde 1947) afeta diretamente o varejo. Um exemplo é a venda de veículos: com a produção 23% abaixo do pico de 2013, as vendas internas estão 26% menores. Segundo a FecomercioSP, se a indústria não crescer em 2019, como se anuncia, o crescimento do varejo pode ser mais acanhado (4%) do que a expectativa traçada no fim do ano passado (acima dos 5%).

Brasil rumo à desburocratização

Em pleno século 21, todos deveriam ter consciência de que o mundo dos negócios é ágil, dinâmico, prático e objetivo. Assim, o Poder Público, em conjunto com diversos órgãos de representação da sociedade, deve assumir a responsabilidade de fomentar iniciativas para potencializar o empreendedorismo. Segundo relatório Doing Business 2019, o Brasil ocupa atualmente a 109ª posição entre 190 economias avaliadas no quesito “facilidade de fazer negócios”. O levantamento aponta que o Brasil está aquém de países como Chile (56ª posição), México (54ª posição) e China (46ª posição).

A FecomercioSP vem, ao longo dos anos, atuando na defesa dos empresários do comércio varejista e serviços com vistas a proporcionar um ambiente de negócios mais favorável. É preciso estimular o pequeno negócio para que o Brasil volte a crescer, gerando emprego e renda. Entre os principais pleitos da Entidade em âmbito estadual, estão:

1. Ampliação do Poupatempo do Empreendedor para todos os municípios do Estado de São Paulo de forma a permitir a emissão de licença para atividades de baixo risco em até 72 horas.
2. Criação de certidão de nascimento da empresa que contemple um número único de registro de identificação, aceito nas três esferas do governo.
3. Flexibilização das exigências de concessão de licença ambiental de forma a proporcionar tempo adequado para que a empresa possa apresentar a documentação exigida, sem impedir o início da atividade.

4. Combate às feiras itinerantes e à pirataria, principalmente no interior do Estado.
5. Digitalização de documentos da administração pública.
6. Facilitação do acesso ao crédito pelas micros e pequenas empresas por meio do Banco do Povo Paulista, ampliando o limite de crédito para os pequenos negócios, atualmente em R\$ 20 mil.
7. Implantação do programa Emprega Fácil para contratação de até dois novos empregados, com o objetivo de promover a contratação e a regularização dos pequenos negócios dos setores de comércio e serviços.
8. Adaptação da Lei n.º 12.685/2007 para o valor das multas ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), com o objetivo de evitar a aplicação de multas desproporcionais e confiscatórias nas fiscalizações da Sefaz-SP e do Procon no comércio varejista.

Todas as medidas defendidas pela FecomercioSP visam ao fortalecimento das pequenas e médias empresas, tornando-as mais competitivas. O Brasil precisa avançar, e não há avanço econômico sem que o empreendedorismo seja priorizado. ●

KELLY CARVALHO,
assessora econômica
na FecomercioSP

Como usar boletos para conseguir capital de giro?



Após quase dois anos da aprovação da lei que liberou a diferenciação de preços por modalidade de pagamentos, os boletos se mostram como uma opção importante para os empresários. Com a economia ainda em recuperação lenta e consumidores com inadimplência num patamar elevado, a dica aos varejistas é oferecer uma precificação em boletos menor que a dos cartões de débito e crédito. Os benefícios para o empresário começam no fluxo de caixa, importante ferramenta de gestão,

já que a compensação de boletos ocorre em até 72 horas após o pagamento, sem a intermediação (leia-se taxas) das empresas de cartão. Aproveitando também o fato de que 40% dos brasileiros estão fora dos bancos, ou seja, circulam mais com dinheiro em espécie, a opção por oferecer o pagamento por boleto pode ser um caminho a ser considerado na estratégia de vendas, para obter recursos de forma mais imediata e atualizar estoques sem precisar recorrer a empréstimos. ●

GUILHERME DIETZE,
assessor econômico
na FecomercioSP

FECOMERCIO-SP

REPRESENTATIVIDADE QUE VALE MUITO PARA O EMPRESÁRIO

NEGOCIAÇÕES COLETIVAS. ADVOCACY. MOBILIZAÇÃO EM TORNO DE CAUSAS ESSENCIAIS. A FECOMERCIO-SP FAZ TUDO ISSO E MUITO MAIS:

- ▶ Orientações tributárias com elaboração de documentos-padrão
- ▶ Ferramenta de projeção de vendas gratuita que gera estimativas de até três meses
- ▶ Desobrigação de publicação de balanço anual para empresas de grande porte
- ▶ Suporte na implantação do eSocial, com e-books, solução de dúvidas, matérias, vídeos, webinários e até eventos sobre o tema
- ▶ Orientações sobre a Reforma Trabalhista, com dicas práticas que geram resultados efetivos
- ▶ Curso de gestão empresarial

ALÉM DE CERTIFICAÇÕES EXCLUSIVAS, INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS, PUBLICAÇÕES, INTERNACIONALIZAÇÃO E MUITOS OUTROS SERVIÇOS QUE IMPACTAM DIRETAMENTE O SEU DIA A DIA E AJUDAM VOCÊ A CRESCER.

CONFIRA O VALOR DA REPRESENTATIVIDADE.
ACESSE FECOMERCIO.COM.BR.

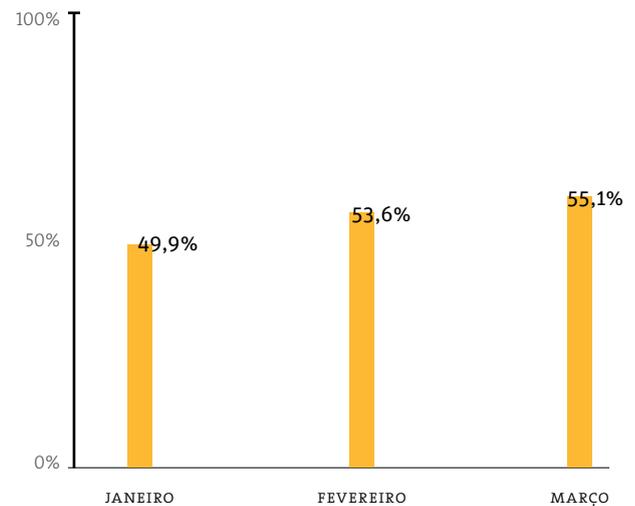
INADIMPLÊNCIA ACIMA DOS 20%

Inadimplência das famílias paulistanas, que desde outubro não atingia 20%, em março chegou a 20,1%. No total, 2,16 milhões de famílias permanecem com algum tipo de dívida e 787,3 mil estão com contas em atraso. A FecomercioSP recomenda que o varejo amplie os prazos de pagamento, medida que reduz o valor da parcela e pode evitar a inadimplência do consumidor.

8,7%

Das famílias endividadadas declaram que não terão condições de pagar

FAMÍLIAS PAULISTANAS COM CONTAS EM ATRASO (2019)



CONSUMIDOR MENOS CONFIANTE

Após avançar por sete meses seguidos e crescer 8,4% em fevereiro, atingindo o maior patamar desde junho de 2013, o Índice de Confiança do Consumidor registrou queda expressiva de 9,9%, ao passar de 139,4 pontos em fevereiro para 125,5 pontos em março. No comparativo anual, houve alta de 8,5%. Diante das incertezas sobre as reformas na economia, é essencial que se evite estoques altos e endividamento.

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR | MARÇO DE 2019

ÍNDICES E SEGMENTAÇÕES	PONTOS			VARIACIONES	
	MAR-19	FEV-19	MAR-18	MENSAL	MESMO MÊS ANO ANTERIOR
ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR	125,5	139,4	115,6	-9,9%	8,5%
ÍNDICE DAS CONDIÇÕES ECONÔMICAS ATUAIS	97,4	112,2	92,1	-13,2%	5,8%
ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	144,3	157,5	131,3	-8,4%	9,8%

presidente Abram Szajman **superintendente** Antonio Carlos Borges **assessoria técnica** Juliana Motta, Júlia Ximenes, Kelly Carvalho, Paula Moura **coordenação editorial e produção** TUTU **diretor de conteúdo** Fernando Sacco **editor** Lucas Mota **editora-assistente** Lúcia Helena de Camargo **diretores de arte** Clara Voegeli e Demian Russo **editora de arte** Carolina Lusser **designers** Lais Brevilheri, Paula Seco, Pedro Silvério e Tiago Araujo **revisão** Flávia Marques e Bruna Baldini **colaboraram nesta edição** Filipe Lopes e Raíza Dias

fale com a gente publicacoes@fecomercio.com.br | R. Dr. Plínio Barreto, 285 – Bela Vista CEP 01313-020 | São Paulo – SP www.fecomercio.com.br

Senac | Sesc
AQUI TEM A FORÇA DO COMÉRCIO

FECOMERCIO SP