



CENÁRIO POSITIVO PARA O COMÉRCIO

VENDAS COMEÇAM 2010 AQUECIDAS PARA VESTUÁRIO, ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS

Resultados positivos neste início de ano para os setores de eletrodomésticos, eletroeletrônicos e vestuário. É o que apontam os últimos dados apurados pela Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista (PCCV) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio).

O varejo de eletrodomésticos e eletroeletrônicos registrou em fevereiro o melhor resultado de vendas dentre todas as atividades que compõem a PCCV da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP).

O aumento de faturamento real daquele mês foi 31,3% acima do registrado em fevereiro do ano passado. Em conjunto com o expressivo resultado de janeiro de 2010, já acumula no ano um movimento bimestral de 27,1% maior do que em referência ao mesmo período de 2009.

Outro setor que mostrou resultado positivo foi o de Vestuário. Os números da pesquisa indicam que o mês de fevereiro, em comparação ao mesmo mês do ano passado, na RMSP, apresentou um aumento de 14,9%, acumulando no bimestre alta de 13,4% em seu faturamento real.

Os números apontam para uma tendência de recuperação sólida sobre a estagnação observada em 2009, quando a atividade sofreu com a transferência de consumo para bens duráveis, decorrente da desoneração fiscal, e encerrou o ano com taxa nula de crescimento de vendas.

pág. **02**

FOCO ECONÔMICO

Eventos da Fecomercio analisam Brics e papel do Estado no desenvolvimento



pág. **03**

SUSTENTABILIDADE

Site da Prefeitura de São Paulo indica postos de recolhimento de lixo eletrônico



pág. **04**

INVESTIMENTO

Veja as dicas para identificar o seu perfil de investidor e quais são as opções oferecidas pelo mercado



FECOMERCIO ANALISA BRICS E ATUAÇÃO DO ESTADO

EVENTOS DOS CONSELHOS DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS E DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DEBATEM TEMAS DE GRANDE IMPACTO NA ECONOMIA BRASILEIRA E GLOBAL

Economista-chefe do Goldman Sachs, Jim O'Neil, participou neste mês de videoconferência organizada pelo Conselho de Relações Internacionais da Fecomercio. Foram temas de discussão a importância que o grupo de países identificados pela sigla Bric (Brasil, Rússia, Índia e China) deve ter cada vez mais no cenário internacional e os desafios a serem enfrentados nos próximos anos. O'Neil ficou famoso em 2001 ao criar a sigla e, durante o encontro, lembrou

de ouvir pessoas comentarem que o único motivo para existir um "B" nos Brics era a sonoridade. "Hoje, todos veem que isso não é verdade. O Brasil tem algo muito especial, o carnaval", brincou. "Em poucos anos, os quatro países do Bric farão parte do G7, isso mostra a importância do Brasil."

Para o economista-chefe do Goldman Sachs, não só o Brasil, mas todos os países do bloco estão fazendo sua lição de casa e melhorando suas estruturas econômicas.

A China, segundo o economista, alcançou o Japão e já é a segunda maior economia do planeta.

Participaram do debate com O'Neil o presidente do Conselho de Relações Internacionais da Fecomercio, Mario Marconini; o embaixador Rubens Barbosa; e outros representantes de instituições acadêmicas e da própria Federação.

Ação do Estado

Em outro evento realizado pela Federação, um time formado por alguns dos mais expressivos pensadores econômicos do País debateu o tema "É preciso reestatizar para crescer?", analisando qual deve ser o papel do Estado no desenvolvimento econômico nacional.

Organizado pelo Conselho de Planejamento Estratégico da Fecomercio, presidido por Paulo Rabello de Castro, o debate contou com participação de notáveis como Delfim Netto (ex-ministro da Fazenda), Luiz Gonzaga Belluzzo (professor da Unicamp), Ozires Silva (ex-presidente da Petrobras e da Embraer) e José Celso Pereira Cardoso Jr. (diretor do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA).

Eles analisaram a estrutura da máquina pública, a burocracia estabelecida no Brasil que compromete a dinâmica dos negócios, e as deficiências estruturais e regulatórias.

Paulo Rabello de Castro ressaltou ainda a importância de gerar melhorias de infraestrutura para a população e destacou que a função do governo é a de viabilizar o desenvolvimento da sociedade por meio de políticas mais transparentes e leis mais claras, principalmente no que diz respeito à cobrança de impostos.

A conclusão do debate: não é necessário ao Estado promover reestatização, mas construir mecanismos que estimulem investimentos privados e ofereçam maior capacidade competitiva do setor produtivo nacional.



GOVERNANÇA

COMO REDUZIR A INADIMPLÊNCIA

Grande parte das empresas sofre com os consumidores inadimplentes. Este é um dos fatores que mais atingem o setor de comércio e serviços. A falta ou atraso para receber o pagamento das vendas é um fator a gerar grande preocupação para os empresários. Não existem fórmulas mágicas, mas medidas que podem ser adotadas.

Problemas de inadimplência são comuns na vida de uma empresa. Confira neste EconoMix algumas dicas preventivas para reduzir a inadimplência e ter menos dor de cabeça no dia a dia do comércio.

1. Exija sempre a apresentação de documentos pessoais, tais como RG e CPF, e confirme a assinatura;
2. Solicite comprovante de residência (luz, telefone);
3. Efetue a confirmação dos dados (emprego, residência e referência) do cliente por meio de um telefone fixo;
4. Consulte os serviços de proteção ao crédito;
5. Trabalhe com cartões de crédito e débito. A taxa cobrada pelas administradoras é a garantia de recebimento dos valores e aumento nas vendas;
6. Nenhum estabelecimento é obrigado a aceitar cheque, mas deverá deixar visível ao consumidor que não aceita tal modalidade de pagamento ou que só aceita mediante apresentação do RG e CPF;
7. Uma alternativa para reduzir eventuais riscos são os cartões de crédito próprios do estabelecimento. É um investimento que pode dar certo.



SÃO PAULO SUSTENTÁVEL

SITE INDICA POSTOS DE COLETA DE LIXO ELETRÔNICO

Pilhas, baterias, celulares e carregadores. Você sabe o que fazer com este lixo eletrônico? No site www.e-lixo.org você encontra locais próximos a sua casa ou trabalho que recebem e reciclam esses resíduos.

O projeto utiliza a plataforma do Google Maps com um banco de dados dos postos de coleta de "e-lixo" na cidade de São Paulo. Basta digitar o CEP e o tipo de lixo eletrônico que você quer descartar para encontrar os pontos próximos.

A ideia de criar o projeto "e-lixo maps" surgiu após a realização, por parte da Secretaria Estadual do Meio Ambiente, da campanha "Mutirão do Lixo Eletrônico - Recicle. Não descarte essa idéia".

A ação, que aconteceu em 2008, teve como objetivo arrecadar pilhas, baterias, celulares e carregadores em centenas de pontos de coleta espalhados pela capital e em 372 municípios.

A participação da população neste mutirão superou as expectativas e mais de 50 toneladas foram arrecadadas, mostrando que muitas pessoas não possuíam um lugar adequado para levar esse tipo de lixo.

Com o "e-lixo maps" ficará mais fácil para a população encontrar uma destinação correta e ecológica para seu lixo eletrônico. Além da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São, o Instituto Sérgio Motta faz parte do projeto que também prevê o cadastramento de mais pontos de coleta.

MARKETING

MARCA MAPPIN PODE SER REVITALIZADA

A Marabraz adquiriu recentemente os direitos da marca Mappin, em uma operação que custou à varejista moveleira cerca de R\$ 5 milhões. A venda foi homologada por esse preço, apesar da marca ter sido avaliada por empresas especializadas em R\$ 12,1 milhões.

Considerada durante anos a maior e mais tradicional loja de departamentos do País, a marca Mappin poderá ser relançada no mercado até 2013, segundo expectativa do mercado.

O Mappin funcionava como um magazine e vendia desde móveis até roupas, brinquedos e calçados. A Marabraz é uma loja de móveis e eletrodomésticos destinada ao público de classes C,D e E.

A Marabraz informou, após a aquisição, que o objetivo é implantar uma nova rede, com gestão independente. Ainda estão sendo definidos público alvo, localização de lojas e gama de produtos a serem comercializados.

Caso a Marabraz retome as atividades do Mappin, a rede pode resgatar uma das mais tradicionais lojas de departamento do País, que por 86 anos atuou na comercialização de diversos tipos de produtos, com sede na cidade de São Paulo.

Depois de apresentar problemas em sua administração, o Mappin teve sua falência decretada em 1999. Na oportunidade, a marca pertencia ao empresário Ricardo Mansur. O fechamento da rede também representou o fim das atividades das lojas de departamentos Mesbla, que havia sido adquirida pelo próprio Mappin em 1996.



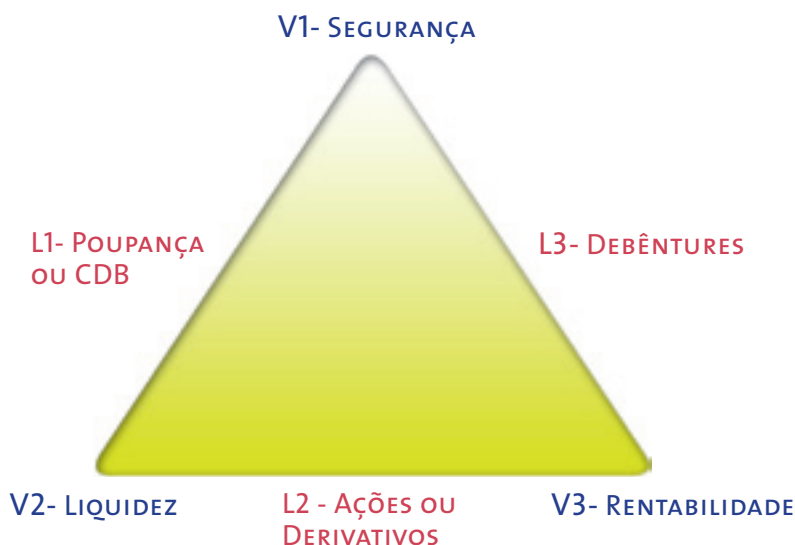
NO QUE INVESTIR? COMO INVESTIR? ONDE INVESTIR?

APLICAR OS RECURSOS DISPONÍVEIS COM SEGURANÇA ENVOLVE ESSAS SIMPLES PERGUNTAS. AS RESPOSTAS AJUDAM A IDENTIFICAR O INVESTIMENTO CERTO

As perguntas do título acima são básicas a qualquer poupador para avaliar as melhores alternativas para aplicar seus recursos. Algumas informações prévias são essenciais para que um aplicador comece a tomar decisões.

Abaixo, de forma esquemática, estão as possibilidades existentes para que o investidor comece a racionalizar sobre o que pode, o que deve e, principalmente, o que realmente quer fazer com seu dinheiro.

O triângulo é ilustrativo do que pode ser adquirido e quais são as estratégias possíveis. Um investidor por escolher 2 de 3 variáveis (2 dos 3 vértices V_1 , V_2 e V_3 do triângulo) como características de sua aplicação, nunca terá tudo ao seu dispor. Não existem investimentos que sejam ao mesmo tempo seguros, líquidos e muito rentáveis. O poupador deve escolher duas características: como, por exemplo, liquidez (V_2) e segurança (V_1). Neste caso, o investidor deveria optar por um investimento em caderneta de poupança ou CDB (L_1) de um bom banco, representado pelo lado L_1 do triângulo. Se a opção for por rentabilidade (V_3) e segurança (V_1), a opção deve recair sobre investir em debêntures (L_3) ofertadas por instituições financeiras maduras.



Há regra para saber qual a melhor opção?

Bom, essa é outra pergunta muito importante e quem responde de fato é o próprio investidor. O poupador deve refletir muito bem sobre as suas características aliadas às possibilidades e necessidades. Deve, primeiramente, fazer uma espécie de teste vocacional sobre seu perfil: descobrir se é agressivo, conservador ou moderado. Para isso, existem diversos instrumentos hoje disponíveis junto aos bancos e ao sistema financeiro. Depois de descobrir seu perfil real – muitos investidores se consideram agressivos quando na realidade não suportam o risco e vice-versa –, deve avaliar qual o volume disponível para a operação e o prazo em que estará disposto a ficar sem mexer no seu dinheiro.

Veja algumas dicas para perfis:

1. Conservador: é o investidor que não gosta de correr nenhum risco. Entre uma remuneração potencial maior e uma aplicação muito segura, a preferência será sempre pela segurança. Dentre os conservadores, existem aqueles que podem ficar longe de seus recursos por muito tempo e aqueles que não aguentam de “saudades” de seu dinheiro

(são os extremamente conservadores). Para aqueles que passam meses e até anos tranquilamente longe do dinheiro, a oferta básica de investimento é formada por fundos imobiliários, debêntures e títulos de longo prazo vinculados a papéis de governo. Para aqueles que não suportam permanecer longe do seu dinheiro por muito tempo, as opções não fogem muito de CDBs e Poupança.

EXISTEM OPÇÕES PARA TODOS OS GOSTOS, BOLSOS E PERFIS, MAS ANTES DE TUDO O POU-PADOR DEVE REFLETIR SOBRE O ASSUNTO COM ALGUMA BASE TÉCNICA E COM O MÁXIMO DE INFORMAÇÕES.

2. Agressivo: é o investidor com coração preparado para grandes emoções. Geralmente está atrás de bons lucros, sem se contentar com rendimentos medianos. Prefere o risco a uma baixa taxa de remuneração de suas reservas. Para esse investidor é sempre melhor se ele puder dispor dos recursos por um período longo, ainda que venha a realizar lucros no curto prazo – é bom lembrar que, quase sempre, o investimento tem maior chance de sucesso se o aplicador puder escolher a melhor hora de saída e não tiver pressa. As aplicações sugeridas, nesse caso, são as ações, derivativos ou títulos vinculados a recebíveis e a empresas de médio porte.

ECONOMix

FECOMERCIO
Representa muito para você

PRESIDENTE: Abram Szajman
DIRETOR EXECUTIVO: Antonio Carlos Borges
MARKETING: Luciana Fischer e Adriano Sá
COLABORAÇÃO: Assessoria Econômica
PROJETO GRÁFICO: designTUTU
FALE COM A GENTE: economix@fecomercio.com.br
Rua Dr. Plínio Barreto, 285 - Bela Vista - 01313-020
São Paulo - SP - www.fecomercio.com.br