

CRISE ALTERA ESTRATÉGIAS E PRAZOS DOS INVESTIMENTOS

PARA QUEM GOSTA DE RISCO E POSSUI PACIÊNCIA E CAPITAL DE SOBRA, AÇÕES DA PETROBRAS SÃO BEM ARRISCADAS, MAS COM POTENCIAL EXCEPCIONAL DE RETORNO

Em um cenário no qual a crise se mostra maior e mais complexa do que se imaginava, é imperativo reavaliar a carteira de investimentos. Especialmente no que se refere às estratégias e ao prazo de maturação esperado para cada opção.

Um bom exemplo é o Ibovespa, cujo patamar está bem baixo, assim como as ações da Petrobras. O agravante é que os problemas com a maior estatal do País parecem se avolumar a cada dia, em vez de serem resolvidos. O Economix ainda acredita que as ações da Petrobras estão baratas, mas não é possível dizer quando vão se recuperar, tampouco se não vão cair ainda mais. Já as taxas de juros devem continuar em ascensão. É provável que a Selic termine o ano ao redor de, pelo menos, 13%. Ou seja, para quem gosta de risco e possui paciência e dinheiro de sobra, as ações da Petrobras são

arriscadas, mas com potencial excepcional de retorno.

Quem não gosta de risco deve optar por títulos do governo que pagam Selic ou CDBs de bons bancos, vinculados à taxa básica de juros.

Os conservadores podem recorrer às opções de títulos que paguem a inflação mais algo entre 5% e 7% ao ano. Como a expectativa para a inflação é de 6,5% a 7% neste ano, esses papéis pagariam até 14%. Se a média geral dos preços subir ainda mais (o que não está totalmente descartado), esses títulos seriam uma saída muito melhor do que o CDB ou a renda fixa tradicional. Como se vê, as opções conservadoras são poucas, dado que o mercado imobiliário e seus derivativos já parecem ter se exaurido e não há muita oferta para pequenas e médias aplicações. [s]



pág. 02 CENÁRIO

Cresce a participação feminina no mercado de trabalho



pág. 03 VAREJO

Aumenta o número de shopping centers em todo o Brasil



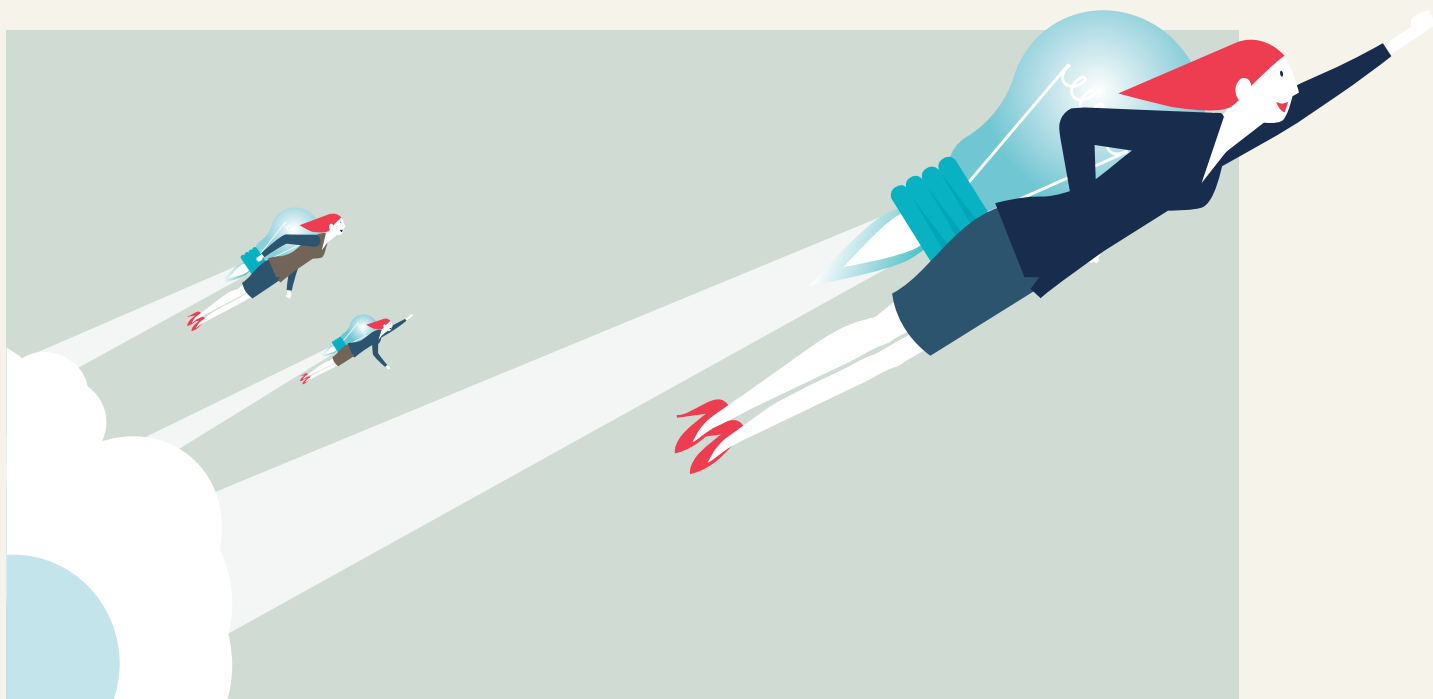
pág. 04 TURISMO

Brasileiros gastam volume recorde de divisas no exterior



MULHERES AUMENTAM PRESENÇA NO MERCADO

DESIGUALDADE EM RELAÇÃO AOS HOMENS É SIGNIFICATIVA, COM SALÁRIO MÉDIO GIRANDO EM TORNO DE 67,7% DO MASCULINO



Nos últimos anos, a participação da mulher no mercado de trabalho tem crescido significativamente, segundo o estudo Estatísticas de Gênero – uma análise dos resultados do Censo Demográfico 2010, último dado disponível do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Entre os indicadores utilizados no estudo está a taxa de atividade, que demonstra a proporção da população em idade ativa que trabalha ou procura emprego. Entre os anos 2000 e 2010, observou-se que o índice das mulheres apresentou evolução, passando de 50,1% para 54,6% – crescimento de 4,5 pontos percentuais. Para os homens, a taxa recuou de 79,7% para 75,7%, com queda de 4 pontos percentuais no período. O dado demonstra o avanço da atuação feminina no mercado, nos mais diversos setores.

A taxa de formalização, que é a proporção dos que contribuem para a Previdência Social, entre os ocupados, obteve maior incremento entre homens. No mesmo período, a taxa das trabalhadoras passou de

51,3% para 57,9%, com crescimento de 6,6 pontos percentuais. Para os homens, passou de 50,0% para 59,2%, com avanço de 9,2 pontos percentuais.

A proporção de mulheres com carteira assinada saltou de 32,7% para 39,8%, com expansão de 7,1 pontos percentuais. No mesmo período, os homens passaram de 36,5% para 46,5% – alta de 10 pontos percentuais.

RENDIMENTO

Apesar do crescimento de 12% no quesito salário médio, ao passar de R\$ 959 para R\$ 1.074, a desigualdade em relação aos homens ainda é grande. O ganho médio delas representa apenas 67,7% do valor deles. Já a remuneração média do sexo masculino teve alta de 7,9% – de R\$ 1.471 para R\$ 1.587. As áreas de formação nas quais mulheres com 25 anos ou mais estão em maior proporção – educação (83%) e humanidades e artes (74,2%) – são, justamente, aquelas que registram os menores rendimentos médios (respectivamente, R\$ 1.810,50 e R\$ 2.223,90).

Esse diferencial se mantém mesmo quando a proporção se torna equivalente à dos homens, como em ciências sociais, negócios e direito, em que elas recebiam apenas 66,3% do que é pago a eles.

RELEVÂNCIA DAS CRECHES

Em geral, o nível de ocupação das brasileiras é impactado por vários fatores, como o número de filhos. Para as que têm apenas um filho com mais de três anos de idade que frequenta creche, o nível de ocupação é de 65,4%. Entre as mães com crianças até três anos que não frequentam creche, o percentual cai para 41,2%. A dificuldade de obter vagas em creches tem sido um entrave ao trabalho para as mães.

Apesar das disparidades, os avanços alcançados ao longo dos anos são expressivos. A expectativa é de que o nível de crescimento da ocupação feminina possa melhorar a cada ano, desde que superados os obstáculos que hoje ainda inibem essa evolução. [E]

SHOPPINGS CRESCEM 10% EM 2014 E FATURAM R\$ 142,27 BI

PARA ESTE ANO, MESMO COM PERSPECTIVA DE REDUÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA DO PAÍS, ESTIMATIVAS DO SETOR SÃO POSITIVAS E APONTAM ALTA DE 8,5% NAS VENDAS



Nem o cenário adverso de 2014, marcado pelo pessimismo e pela incerteza que deixaram consumidores e empresários mais cautelosos, conseguiu frear a expansão dos shopping centers. No ano passado, segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE), as vendas do setor cresceram 10,1% em comparação com o ano anterior e alcançaram R\$ 142,27 bilhões. O ritmo de crescimento foi ainda maior do que os 8,6% registrados em 2013.

A ABRASCE aponta 24 empreendimentos inaugurados em 2014, que elevou o total de centros de compras em operação

para 520 em todo o Brasil. A área disponível para locação (área bruta locável, ou ABL) subiu para 13,845 milhões de metros quadrados, ou 7% maior do que em 2013. O número de lojas cresceu 10,4%, com a abertura de 9.242 novas unidades.

Destaca-se a quantidade de edificações em cidades do interior. Do total de 520 centros de compras, 256 estão nas capitais (49%) e 264 nas demais cidades (51%). Para 2015, das 26 inaugurações previstas no País, 11 são nas sedes administrativas e 15 se espalham pelo entorno, o que deve aumentar a participação do interior.

No Estado de São Paulo há 178 unidades, que somam 5,057 milhões de metros quadrados para locação. Só na cidade de São Paulo são 55 centros comerciais, com 2 milhões de metros quadrados locados.

Para 2015, mesmo diante da perspectiva de reduzido crescimento econômico na comparação com o exercício anterior, as estimativas da ABRASCE são positivas e apontam alta de 8,5% no faturamento e investimento de R\$ 16,5 bilhões, dos quais R\$ 11,5 bilhões são para a construção de novos locais e os demais R\$ 5,0 bilhões para a expansão dos atuais. [6]

Você já pensou em garantir a sua **proteção**?

São diversas opções de seguro, como:

A **FecomercioSP** acaba de firmar uma parceria com o **Grupo Duxcon** que vai possibilitar às empresas do segmento de comércio condições diferenciadas na contratação de seguros. São descontos de 20% a 30%.



SEGURO DE AUTOMÓVEL



SEGURO EMPRESARIAL



SEGURO DE FIANÇA LOCATÍCIA



SEGURO DE RESPONSABILIDADE CIVIL



SEGURO DE R. CIVIL DE EXECUTIVOS



SEGURO DE TRANSPORTE



SEGURO DE TRANSPORTE NACIONAL



SEGURO DE VIDA

Não perca a chance de se manter **protegido**.

Para mais informações, acesse:
www.duxcon.com.br/fecomerciosp
atendimento@duxcon.com.br

Central de Vendas: 11 3017-8646
de segunda a sexta, das 9h às 18h.



GASTOS DE BRASILEIROS NO EXTERIOR BATEM RECORDE

VALOR É O MAIOR DESDE O INÍCIO DA SÉRIE HISTÓRICA E, PARA 2015, EXPECTATIVA É DE QUE O TURISMO SIGA COM DÉFICIT ELEVADO E FECHÉ O ANO NEGATIVAMENTE EM US\$ 18,5 BILHÕES

Em 2014, os gastos dos brasileiros no exterior, segundo o Banco Central, somaram US\$ 25,6 bilhões, maior valor apurado desde o início da série histórica, iniciada em 1947. Em 2013, outro recorde já havia sido registrado, de US\$ 24,98 bilhões. Os estrangeiros deixaram no Brasil US\$ 6,91 bilhões – uma leve alta diante dos US\$ 6,71 bilhões registrados em 2013. Com isso, o déficit da conta de turismo ficou em US\$ 18,69 bilhões no ano passado, também um recorde histórico.

Cabe destacar que o aumento das despesas fora do País ocorreu em um contexto de elevação do dólar ao longo do ano passado, assim como do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), que passou de 0,38% para 6,38%.

BRASIL MAIS CARO

A ascensão da classe média brasileira e as manutenções do emprego e da renda ajudam a explicar, em parte, o aumento dos gastos. Outro fator relevante é que viajar pelo Brasil parece estar mais caro ou igual a ir para outro país. Muitas vezes, os preços internos estão maiores do que os pacotes turísticos internacionais.

A expectativa para 2015 é de que o setor siga com elevado déficit, mas desacelerado, e encerre o ano negativo em US\$ 18,5 bilhões, segundo estimativa do Banco Central. Em razão da desaceleração da economia e da alta do dólar, é provável que os viajantes contenham os gastos em suas viagens ao exterior.

O governo deve adotar medidas que visam o aumento da receita do turismo tanto no que diz respeito aos residentes quanto aos estrangeiros. O custo para se passear pelo Brasil ainda é muito elevado quando comparado a outros países.



Outro ponto de destaque é o marketing de destinos. É importante que os agentes envolvidos com o setor – sejam as empresas, seja o governo – desenvolvam os pontos fortes de determinadas cidades e os respectivos diferenciais para atrair visitantes. A capital paulista, por exemplo, é reconhecida pelo seu turismo de negócios, mas não há como negar que a metrópole também é rica em opções gastronômicas e hoteleiras, além de oferecer inúmeros pontos para visitação. Em 2014, São Paulo recebeu 15 milhões de pessoas. Destes, 11,4 milhões vieram motivados por negócios e eventos. As hospedagens geraram aproximadamente R\$ 600 milhões em impostos, segundo dados da SPTuris e da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo (Abih/SP).

Para efeito de comparação, no mesmo período, o Rio de Janeiro, cuja fama internacional como destino de férias é reconhecidamente maior, registrou 9 milhões de visitantes.

Também é preciso aprender com as experiências externas para que o estrangeiro volte ao Brasil ou até mesmo para que o re-

sidente possa conhecer outras regiões. Imagens, vídeos, folders, mapas e divulgações diversas podem ser ferramentas adequadas para investir, com o objetivo de facilitar a vida de quem viaja.

Uma cidade que é considerada boa para o seu residente também é para o estrangeiro. O turista deve ser visto como uma pessoa que pode voltar ao país, por exemplo, para realizar negócios ou para passar férias com a família.

A capacitação de todos os envolvidos na cadeia do setor é de extrema importância, bem como a necessidade do desenvolvimento de políticas públicas que visam melhorias de segurança, saúde e saneamento básico, bem como qualidade no atendimento ao viajante.

Por fim, diante de um ano de desaceleração da economia, as empresas, de forma geral, devem buscar qualidade de atendimento aos clientes, investindo em capacitação. Alguém bem atendido, brasileiro ou estrangeiro, certamente recomendará o estabelecimento para outras pessoas. E pode voltar. [8]