

A INTERNET NAS VENDAS DAS EMPRESAS

NA BUSCA POR LUCRATIVIDADE, EMPRESÁRIOS EXPLORAM OPORTUNIDADES NAS REDES SOCIAIS

Muitas novidades têm surgido no mundo virtual para as empresas. A tarefa de dar maior visibilidade ao seu negócio e atrair os diferentes consumidores, com seus hábitos e preferências, se apresenta para os empresários como um grande desafio, principalmente para as empresas de menor porte que percebem esse mundo ainda à distância.

O comércio eletrônico cresceu muito nos últimos tempos e a tendência é de expansão contínua, graças a inserção de novos consumidores aos meios digitais. Muitas são as vantagens para a empresa que deseja expor e comercializar seus produtos pela internet. Outros motivos também explicam esse crescimento, caso da conveniência para o consumidor, que consegue obter uma imensa variedade de opções e condições aliada à economia que pode ser obtida, uma vez que muitas vezes se compra mais barato pela internet do que nas lojas físicas.

É possível utilizar amplamente as novas redes sociais que promovem uma troca de informações valiosa tais como blogs que produzem material para um público-alvo bem definido. Há também o Twitter, que se apresenta como um importante meio para realizar promoções e para incrementar a divulgação da marca. Flickr, Orkut e Facebook também estão sendo muito utilizados pelas empresas para atrair clientes. Diversos vídeos com demonstração de produtos podem ser vistos no YouTube.



pág. 02

MERCADO

Gov. diz que vai fiscalizar processos de fusões e aquisições no setor varejista



pág. 03

CONJUNTURA

Índice de Confiança do Consumidor, apurado pela Fecomercio, registra recorde em agosto



pág. 04

INVESTIMENTOS

Altas da Taxa Selic tornam as aplicações em renda fixa mais atraentes



CONCENTRAÇÃO NO VAREJO EM FOCO

GOVERNO INDICA QUE PRETENDE ANALISAR OPERAÇÕES DE FUSÃO E AQUISIÇÃO PARA EVITAR EFEITOS DELETÉRIOS AO MERCADO CONSUMIDOR

O governo, segundo informações veiculadas pela imprensa, pretende avaliar movimentos e operações de aquisições e fusões que levem à concentração no setor de varejo. Esse é o trabalho que a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE), do Ministério da Fazenda, vai realizar para propor ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) a imposição de barreiras que garantam a concorrência para tentar impedir a concretização de negócios que possam ser considerados nocivos aos mercados (empresas e consumidores).

O número de negociações a partir da estratégia de grandes redes varejistas, ingressando ou ampliando seu espaço em determinados setores, tem crescido. Isso, mais recentemente, diante da expansão acelerada da economia e de perspectivas de evolução do consumo interno, fruto sobretudo do avanço das classes "C" e "D".

Em síntese, os órgãos de defesa da concorrência indicam que adotarão medidas que venham contrabalançar os efeitos nocivos da concentração, cujo impacto pode se refletir nas relações com o consumidor.

Para a Assessoria Econômica da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio), é bem-vinda a intenção do governo de exercer um papel disciplinador sobre a tendência de concentração, seja no varejo, no atacado, nos serviços ou na indústria. Há exemplos que revelam as distorções e a nocividade de grupos ou empresas que, independentemente de seu grau de eficiência, se valem de poder econômico e influência para buscar interesses e resultados, ainda que às custas do mercado, da classe consumidora e da sociedade.

O papel fiscalizador é, portanto, salutar, observa a Assessoria, porque a concentração exagerada impede a concorrência legítima e desejável nos diferentes setores ou mercados, ainda que imperfeitos, mas ao menos capazes de manter mínimas condições e equilíbrio para permitirem que cada empresa busque o seu espaço, a partir de regras elementares de con-



vência e de competição. Se assim não for, a eficiência fica comprometida, não se tem como avaliar a atividade empresarial, o atendimento e o respeito ao consumidor viram frase de retórica.

Isso não pode significar, entretanto, qualquer intervenção estatal no mercado, quando o governo compete de forma indevida e injustificada com a livre iniciativa, seja por razões ideológicas ou por interesses outros.

A propósito do tema, lembra a Assessoria, há mais de uma década a própria Fecomercio desenvolveu intenso e importante trabalho, por meio de seu Conselho das Relações de Consumo, sob o título "Lealdade e Equilíbrio nas Relações Comerciais".

Visando a preservação da concorrência, a Federação encaminhou projeto, oferecido como contribuição aos três níveis de

governo, objetivando mensurar e avaliar o impacto decorrente de processos deletérios de grandes equipamentos sobre mercados ou setores.

Nesse quadro, dentre outros pontos, o trabalho destacou o aspecto socioeconômico, ou seja, os possíveis desdobramentos a partir do alijamento de micro e pequenas empresas do mercado e a consequente liberação de mão de obra, sobretudo nos segmentos de uso intensivo, além da ampliação da atividade informal com seus efeitos perversos sobre a atividade econômica.

RECORDE DE OTIMISMO DOS CONSUMIDORES PAULISTAS

ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR, APURADO PELA FECOMERCIO, CONFIRMA PERCEPÇÃO DO BOM MOMENTO ECONÔMICO DO PAÍS



O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) apurado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio) registrou em agosto o melhor resultado da sua história, iniciada em 1994. O dado mais incisivo, segundo a Assessoria Econômica da Federação, foi o crescimento registrado na avaliação dos consumidores quanto a sua situação econômica atual, que ficou 23% acima do valor apurado no mesmo mês do ano passado. Esse forte aumento foi mais expressivo nas faixas de menor renda, segmento tradicionalmente menos otimista nessa avaliação.

O consumidor nunca esteve tão otimista e não faltam motivos para isso. Outros indicadores produzidos pela Fecomercio respaldam esse bom humor, revelando queda no nível de endividamento das famílias paulistanas sem comprometer, no entanto, sua elevada propensão para consumir, intenção captada e que persiste há tempos.

As principais razões para isso permanecem as mesmas apontadas há vários meses pelos analistas: aumento no nível de emprego e da renda média, com consequente elevação da massa de salários, e crédito mais acessível, com prazos mais dilatados.

Adiciona-se a isso a taxa de inflação, que vem mostrando quedas e caminhando para estabilizar-se em patamares bastante baixos. A redução em alguns preços de produtos alimentícios parece ter alavancado o otimismo para os consumidores de menor renda, acrescenta a Assessoria Econômica.

Mas a conjunção desses fatores positivos e seu prolongamento parecem estar mostrando aos consumidores que não se trata de episódios pontuais, mas um quadro econômico sustentável, mesmo em meio a um processo eleitoral, passando segurança de que o País consolida um futuro promissor.



designTUTU



O MUNDO DOS NEGÓCIOS PODE SER UM MUNDO MELHOR.

O II Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade é voltado para empresas e entidade que têm um compromisso com a preservação da vida, a responsabilidade social, a consciência ambiental, a ética e o futuro. Enfim, que já incorporaram a sustentabilidade aos seus negócios. Participe.

Premiações para empresas, órgãos públicos e instituições acadêmicas.

Para mais informações, acesse:

www.fecomercio.com.br/sustentabilidade.

FECOMERCIO
Representa muito para você.

SELIC EM ALTA ABRE ALTERNATIVAS AO INVESTIDOR

ELEVAÇÃO DOS JUROS BÁSICOS, EMBORA PREJUDIQUE O CONJUNTO DA ECONOMIA, FAVORECE APLICAÇÕES EM RENDA FIXA

Quando o Banco Central iniciou o ciclo de elevação dos juros, a partir de abril deste ano, a intenção era exatamente a de provocar uma pergunta nos investidores e nos tomadores de empréstimo: "O que devo fazer?"

Para os consumidores que estão pensando em comprar, o efeito do aumento dos juros básicos tende a ser mais indireto, pois, na realidade, estes vão responder às condições que o mercado oferecer para os crediários. Essas condições, por sua vez, tendem a ser afetadas pelas variações dos juros básicos da economia. Como se pode notar, a resposta não é imediata, nem tão direta assim. Existem elos completos.

Para os investidores, a resposta é automática: quanto maior a taxa Selic, maiores são os rendimentos em renda fixa pré e pós. Portanto, as decisões de alocação serão automaticamente influenciadas pelos re-

sultados do Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central. Aqui, cabe uma explicação: renda fixa prefixada é fácil de entender, e o exemplo básico é o do Certificado de Depósito Bancário (CDB) de um banco qualquer. Porém, é um pouco mais difícil explicar a renda "fixa pós-fixada". O termo é contra-intuitivo, em si, mas, a rigor, essas são aplicações vinculadas ao Certificado de Depósito Interbancário (CDI) e à Selic (daí o termo renda fixa). Mas como o resultado da Selic ou do CDI ao longo dos próximos meses não são previamente definidos, o resultado específico da aplicação somente será conhecido após seu resgate.

Atendo-se ao problema do investidor, hoje a percepção geral é de que o Banco Central ainda vai elevar mais um pouco a Selic, ou seja, a remuneração de curto e curtíssimo prazo do dinheiro. Do momento atual aos 12

meses seguintes, a expectativa é de que, em média, essa taxa esteja girando ao redor de 11% a 11,5% ao ano. Com a expectativa inflacionária para esse período em torno de 5%, a taxa real de juros esperada é de mais de 6%. Com uma remuneração real tão elevada, é razoável imaginar que as aplicações vinculadas à Selic, assim como os CDBs, devem voltar a figurar entre as preferências, principalmente dos investidores que não gostam de apostas de risco. Mesmo os investidores mais ousados vão, de alguma maneira, incorporar essa informação e devem gradualmente alterar a composição de suas carteiras, ainda que estas permaneçam agressivas. Rendimentos reais superiores a 6%, no curto prazo, com risco diminuto, são excelentes opções. Neste ritmo, o investidor dobra de capital a cada década, já descontados os efeitos inflacionários.

Para o curto prazo, a dica é ficar atento às possibilidades de investimento em renda fixa, que esteve um pouco fora de moda quando a Selic ficou abaixo de 2 dígitos. Se, de um lado, a Selic em alta é ruim para a economia, ao reduzir a propensão no setor produtivo de investir e encarecer e dificultar os crediários, impactando na geração de empregos, para os rentistas, por outro lado, dá uma nova opção favorável de investimentos de curto prazo, com baixo risco e bons retornos. Quem pode, que aproveite o momento.



ECONOMix **FECOMERCIO**
Representa muito para você

PRESIDENTE: Abram Szajman
DIRETOR EXECUTIVO: Antonio Carlos Borges
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