

Brasil Econômico

www.brasileconomico.com.br
mobile.brasileconomico.com.br

SÁBADO, 21 DE NOVEMBRO, 2009 | ANO 1 | Nº 37 | DIRETOR RICARDO GALUPPO | DIRETOR-ADJUNTO DARCIO OLIVEIRA | R\$ 4,50



Bombons Italiana Ferrero Rocher espera crescer 15% e ganhar mercado do Sonho de Valsa. ➔ P20

Finanças A cara do investidor do interior do país vem à tona nos eventos da BM&FBovespa. ➔ P32

Gases industriais IBG projeta nova fábrica de US\$ 15 milhões no Nordeste. ➔ P25

Por que o Brasil não faz novos negócios da China

Sem presença marcante e estratégias específicas para esse mercado, brasileiros ficam de fora

Duzentos milhões de novos consumidores entrarão em breve no mercado chinês. A novidade é resultado da estratégia do governo colocada em prática para de-

ter o avanço da crise financeira. As empresas brasileiras, no entanto, ainda não estão preparadas para enfrentar esse novo mercado, que representa mais de

um Brasil de consumidores. Faltam a elas marcas fortes e estratégias específicas para conquistar os chineses, de acordo com estudo da Apex. ➔ P4

Mundo debate a redução dos incentivos

Governos e BCs procuram forma de diminuir os incentivos econômicos depois de inundarem os mercados com trilhões de dólares. O G-20 quer liderar uma estratégia de saída coordenada, mas desejo do grupo deve ser traído por seus próprios membros. ➔ P30

Patricia Santos



Glória Pires, o que há de melhor no filme Lula, o Filho do Brasil, fala sobre seu encontro com o presidente, a família dele, o país que ela espera para o futuro e a vida em Paris, onde está morando.

A hora do país no turismo internacional



Mesmo em destaque no exterior, o Brasil precisa aproveitar o momento para se consolidar como destino turístico. Uma alternativa é usar as PPPs para criar campanhas que vão garantir essa virada. ➔ P18

Indústrias de cimento estão poluindo menos

Empresas cimenteiras respondem por 5% das emissões mundiais de CO₂, mas no Brasil o índice é de 2%, segundo a Cement Sustainability Initiative, que faz a medição. A adição de escória industrial é o principal motivo para o melhor desempenho. ➔ P22

▲ Dólar Ptax (R\$/US\$)	1,7348	1,7356
▼ Dólar Comercial (R\$/US\$)	1,7300	1,7320
▼ Euro (R\$/€)	2,5755	2,5769
▼ Euro (US\$/€)	1,4846	1,4848
■ Selic (meta/efetiva % a.a.)	8,75	8,65
■ Bovespa (var.%/pontos)	-	Feriado
▼ Dow Jones (var.%/pontos)	-0,14	10.318,16
▼ Nasdaq (var.%/pontos)	-0,50	2.146,04
▼ FTSE 100 (var.%/pontos)	-0,31	5.251,41
▼ S&P 500 (var.%/pontos)	-0,32	1.091,38

Varejo terá o melhor Natal dos últimos anos

Levantamento realizado pela consultoria **Austin Rating** mostra maior propensão dos brasileiros ao consumo neste fim de ano com a retomada do otimismo na economia. Vendas podem ser até 9,7% maiores do que no ano passado. Alguns estados devem registrar aumento de até dois dígitos. ➔ P10

Ford investirá R\$ 4 bi nas fábricas brasileiras

Montadora anuncia que metade dese valor será destinado à ampliação da fábrica no polo de Camaçari (BA), que passará a produzir 300 mil carros por ano. Todas as unidades brasileiras serão contempladas com os recursos, que saem do caixa da companhia. Segundo a empresa, o Brasil é seu terceiro mercado mais importante. ➔ P28

BRASIL

Varejo pode impulsionar crescimento da economia

Levantamento exclusivo elaborado pela agência **Austin Rating** aponta para uma alta de até 5,4% no consumo ante o ano passado, embalando a retomada da atividade

Simone Cavalcanti

scavalcanti@brasileconomico.com.br

O último trimestre do ano pode surpreender os mais pessimistas e embalar um crescimento robusto da economia tanto este ano quanto em 2010. A agência de classificação de risco **Austin Rating** traçou, com exclusividade para o **BRASIL ECONÔMICO**, três cenários para a expansão das vendas anuais no varejo em todos os estados do país. No panorama otimista, os consumidores podem comprar, na média, 5,4% a mais do que no ano passado. No básico, a alta pode ser de 3,2%. Já na contramão dessa tendência, pode haver retração de 0,3%.

“Mesmo que se concretize o cenário básico, será uma evolução significativa, considerando a crise e o crescimento de vendas em torno de 9% em 2007 e 2008”, afirma o economista-chefe da **Austin**, **Alex Agostini**, lembrando que a base mais forte nos últimos dois anos contribuiu para que em 2009 a expansão seja mais contida.

Para projetar as variações, o economista considerou, para todas as capitais brasileiras, o próprio crescimento do varejo, o comportamento do emprego e da renda e os efeitos dos juros mais baixos e das isenções do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para a linha branca (fogões, geladeiras, máquinas de lavar e secar roupas).

Segundo **Agostini**, há uma propensão maior ao consumo com a retomada do otimismo em índices até superiores do que os registrados no ano passado.



“O Brasil deve ter um desempenho muito melhor do que se está esperando, e a indústria está preparada para aguentar a demanda mais forte por parte do varejo no primeiro trimestre do ano”

Os índices de confiança do consumidor de novembro dão base à afirmação. Por exemplo, o índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), elaborado pela Fecomercio, vem aumentando entre agosto e outubro. Em outubro, o indicador apresentou alta de 2,9% para 131,6 pontos. O ICF mede a avaliação que os consumidores fazem sobre a condição de vida de sua família, que interfere nas decisões de compra. Como os resultados podem variar de zero a 200 pontos, quanto mais alto, maior a satisfação das famílias.

No entanto, o economista da **Austin** pondera que, no cenário pessimista, as pessoas se mostram mais retraídas e usam a cautela como palavra de ordem.

Papai Noel gordo

Ao considerar apenas o período natalino, o panorama mais otimista da **Austin** aponta para crescimento de 9,7% das vendas varejistas. Esse percentual é superior até aos natais dos três últimos anos, quando o varejo registrou, respectivamente, aumento do consumo de 5,6%, de 9,5% e de 3,8%.

Para esse mesmo cenário, o desempenho do varejo na maioria das capitais brasileiras pode chegar a dois dígitos. Como, por exemplo, em Alagoas (32,2%), Goiás (20,7%), Espírito Santo (17,1%) e Minas Gerais (15%). São Paulo, que representa 11% do total varejista brasileiro, pode ter incremento de vendas de 8,2%. Já no diagnóstico básico, os varejistas da maior parte dos estados devem apurar vendas maiores do que no Natal passado, porém mais modestas. Para esses mesmos estados, a projeção é, respectivamente, de 5,1%, de 8,9%, de 3,2% e de 6,1%. Já para o estado paulista, a estimativa é de recuo de 0,2%.

“Melhor é impossível”, diz o professor da Unicamp e ex-secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda, Julio Gomes de Almeida. Para ele, no Natal de 2008, muito por conta das expectativas sombrias que a crise trouxe, o consumidor estava receoso, o que não ocorrerá neste último bimestre. ■

O COMÉRCIO BRASILEIRO EM DUAS TENDÊNCIAS

1

Expansão robusta

No panorama otimista, o Natal de 2009 será o melhor desde, pelo menos, 2006. De acordo com as projeções da **Austin Rating**, o incremento do consumo de todos os tipos de bens pode ser de 9,7% sobre o que foi registrado no mesmo período do ano passado, no qual houve alta de 3,8%.

2

Sinalização negativa

No cenário pessimista traçado pela agência de classificação de risco, menos provável de ocorrer, as vendas médias do país no comércio durante o Natal podem recuar 12,8%. No acumulado do ano, a retração seria de 0,3%, ante um crescimento apurado de 9,1% ao longo de 2008.

■ **GRANA ALTA**
Segundo dados do IBGE, o faturamento do varejo é de

R\$ 451 bi

■ **BATENDO PONTO**
O número de empregados no comércio varejista é de

5,7 milhões

■ **BRASIL AFORA**
Número de empresas que atuam no segmento

1,2 milhão

Agência espera PIB mais forte em 2009

As boas perspectivas para as vendas no varejo levam a agência de classificação de risco **Austin Rating** a projetar um crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) bem acima da média do mercado para este ano: 1,4%.

Para efeitos comparativos, de acordo com o Relatório de Mercado, divulgado pelo Banco Central na semana passada a expectativa média de cerca de

100 instituições consultadas indicava expansão de 0,21%. Em compensação, com uma base mais forte em 2009, a agência considera que no próximo ano a expansão do produto se dará em níveis mais amenos, em 4,1%. Essa estimativa também destoa da média do mercado, que aposta suas fichas no incremento de 5%, mais alinhada às projeções do governo federal. **S.C.**





Novo indicado ao BC será sabatinado na terça

Está marcada para a próxima terça-feira a sabatina de **Aldo Luiz Mendes**, indicado por Lula para o cargo de diretor de Política Monetária do Banco Central (BC). A indicação precisa ser aprovada pelo Senado para que Mendes assuma o cargo, após o afastamento de Mario Torós, anunciado pelo BC na última semana. Aldo Mendes, já exerceu o cargo de diretor de Finanças e Mercado de Capitais no Banco do Brasil e foi vice-presidente da Associação Nacional das Instituições do Mercado Financeiro (Andima).

Henrique Manreza

Tradicional Rua Oscar Freire, em São Paulo: varejo movimentado mais de R\$ 450 bilhões por ano



Aumento sem pressão inflacionária

No entanto, se o uso da capacidade instalada chegar a 90%, sinal amarelo estará aceso

Se comprovadas as melhores expectativas, as vendas mais fortes no varejo vão pressionar a indústria principalmente nos primeiros três meses do ano, período no qual tradicionalmente há uma baixa produção. Mas especialistas garantem que o setor industrial está preparado para elevar a fabricação de produtos sem que haja perigo de aumento de preços. Isso ocorre graças à capacidade instalada ainda ociosa em função do arrefecimento econômico a partir do agravamento da crise financeira internacional.

Para Julio Gomes de Almeida, professor da Unicamp e ex-secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda, há ociosidade de 14% na média industrial. Porém, explica, isso não significa que se pode operar em 100% da capacidade. Por isso, diz acreditar que o patamar ideal é 85% do uso da capacidade instalada. “Nesse patamar já há um grande incenti-

vo para que os empresários façam investimentos para ampliar o parque industrial.

Sinal amarelo

Gomes de Almeida afirma que, se os investimentos não se confirmarem e o uso da capacidade instalada chegar a 90%, o sinal amarelo estará aceso para o repasse de preços e, conseqüentemente, a elevação dos índices de inflação.

No entanto, ressalta, esse é só um alerta, não significando uma tendência, pois sua expectativa é a de que já no primeiro trimestre de 2010 será possível apurar níveis de investimento “a todo vapor”. “Há espaço para crescer sem chegar a nível de perigo com relação à capacidade instalada”, complementa **Alex Agostini**, economista-chefe da **Austin Rating**.

Justamente por acreditar nesse cenário mais favorável e sem pressão inflacionária, não encontram razões para supor que a taxa básica de juros, a Selic, terá de ser elevada e se manterá em 8,75% pelo menos no primeiro semestre do ano. ■ **S.C.**

CENÁRIOS DO COMÉRCIO EM 2009

REGIÃO	BÁSICO	OTIMISTA	PESSIMISTA
Brasil	3,20%	5,40%	-0,30%
Acre	7,00%	11,00%	1,60%
Alagoas	1,80%	7,20%	-5,90%
Amapá	4,60%	6,90%	-1,60%
Amazonas	7,00%	10,10%	1,90%
Bahia	1,80%	4,10%	-2,30%
Ceará	3,40%	5,90%	-0,50%
Distrito Federal	-3,20%	-0,20%	-9,70%
Espírito Santo	2,10%	5,20%	-4,40%
Goiás	10,40%	13,20%	4,60%
Maranhão	6,40%	9,10%	1,40%
Mato Grosso	2,10%	4,90%	-3,90%
Mato Grosso do Sul	-0,80%	1,90%	-7,60%
Minas Gerais	3,20%	5,50%	-1,50%
Pará	5,30%	8,40%	-1,10%
Paraíba	10,10%	13,60%	4,00%
Paraná	3,80%	6,60%	-0,40%
Pernambuco	2,50%	4,20%	-1,30%
Piauí	-3,00%	-0,70%	-7,80%
Rio de Janeiro	3,10%	5,10%	-0,10%
Rio Grande do Norte	4,20%	7,00%	0,70%
Rio Grande do Sul	2,80%	5,10%	-0,10%
Rondônia	4,40%	7,00%	0,60%
Roraima	1,00%	2,70%	-1,40%
Santa Catarina	0,20%	2,80%	-4,30%
São Paulo	0,60%	2,70%	-3,10%
Sergipe	2,30%	4,60%	-1,80%
Tocantins	-0,40%	1,20%	-4,60%

Fonte: PMC/IBGE Projeção e elaboração: **Austin Rating**