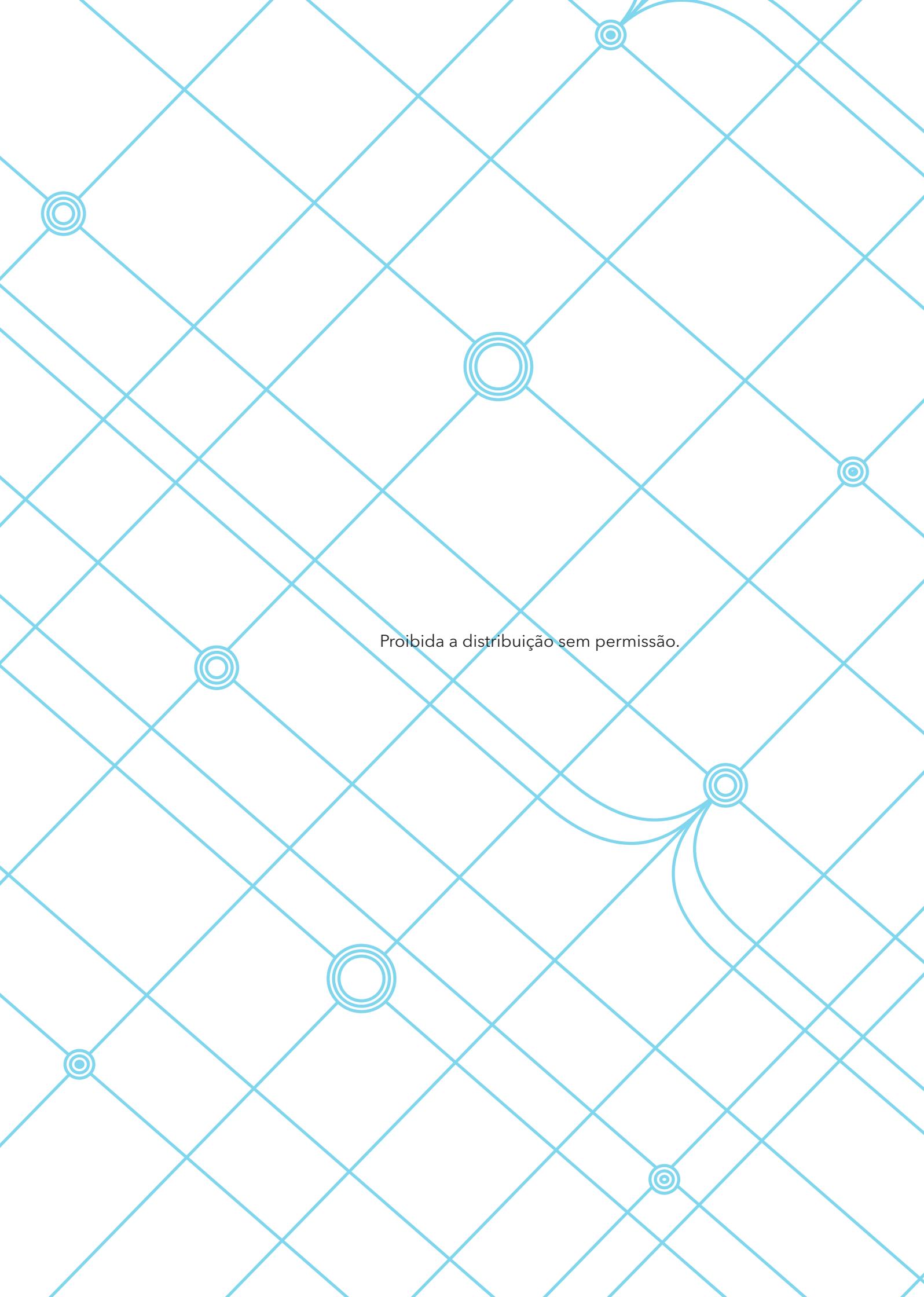


O Ambiente de Negócios e Consumo no Brasil: Perspectivas, Perfil das Cidades e Impactos da Copa do Mundo de 2014



Proibida a distribuição sem permissão.

O AMBIENTE DE NEGÓCIOS E CONSUMO NO BRASIL: PERSPECTIVAS, PERFIL DAS CIDADES E IMPACTOS DA COPA DO MUNDO DE 2014

Marcel Motta

Diretor-Geral, Brasil

Sarah Bounphrey

Analista-Chefe - Países e Consumidores, Inglaterra

An Hodgeson

Gerente de Tópicos Para Países e Consumidores, Inglaterra

SIGA-NOS



 **EUROMONITOR
INTERNATIONAL**

© EUROMONITOR INTERNATIONAL 2014



Com a Copa do Mundo 2014 da FIFA se aproximando, a Euromonitor fornece uma visão geral do ambiente de negócios e de consumo no Brasil, destacando as diferenças de duas cidades importantes do país. Os capítulos identificam as oportunidades e desafios para as organizações interessadas nas oportunidades de negócios no Brasil, fornecendo uma visão estratégica relevante para dar suporte à tomada de decisão.



CONTEÚDO



- 1 BEM VINDO AO BRASIL 2014, TERRA DAS JABUTICABAS

- 4 A COPA DOS SONHOS DO BRASIL
 - Impacto Econômico Questionável
 - Abrangência Limitada para uma Mudança Real
 - Sediar a Copa do Mundo traz riscos de reputação e recompensas em nível mundial
 - Quando a festa acabar

- 9 BRASIL EM 2023: 5º MAIOR MERCADO CONSUMIDOR DO MUNDO
 - O Brasil deve ultrapassar a França e o Reino Unido como o quinto maior mercado consumidor
 - Maior igualdade de renda e crescimento mais amplo
 - Os padrões de consumo refletem o aumento da renda, famílias menores e o envelhecimento da população

- 12 BARREIRAS NA AMÉRICA LATINA EM 2014
 - O Brasil estagna...
 - Enquanto isso o México passa por reforma
 - E a Colômbia e o Peru crescem
 - Uma região vulnerável às desacelerações da China e dos Estados Unidos

- 16 UM CONTO DE DUAS CIDADES NA COPA DE MUNDO
- 17 PANORAMA: SÃO PAULO
 - Delimitação da região metropolitana
 - Principais áreas de negócios
- 20 SÃO PAULO: ECONOMIA DA CIDADE
 - Composição industrial
- 22 PANORAMA: RIO DE JANEIRO
 - Delimitação da região metropolitana
 - Principais áreas de negócios
- 25 RIO DE JANEIRO: ECONOMIA DA CIDADE
 - Composição industrial
- 27 O AMBIENTE DE NEGÓCIOS NO BRASIL X OUTROS MERCADOS
- 29 SOBRE A EUROMONITOR INTERNATIONAL
- 30 OS AUTORES

BEM VINDO AO BRASIL 2014, TERRA DAS JABUTICABAS



No Brasil cultivam-se jabuticabas. A jabuticabeira e seus frutos são conhecidos por serem nativos e exclusivos ao Brasil – embora também sejam encontrados em partes da Bolívia, Paraguai e Argentina. No entanto, a norma agora é que qualquer idiosincrasia da economia brasileira ou do cenário de negócios não encontrada em nenhum outro lugar é impiedosamente chamada de jabuticabas pelos observadores locais.

Assim, se você estiver interessado em comercializar seu produto ou serviço no Brasil, a seguir alguns exemplos de jabuticabas que você pode encontrar pelo caminho:

Como a indústria de chocolates leva seus produtos a 1 milhão de pontos de venda em todo o país, considerando que apenas uma pequena parcela de lojas de varejo no Brasil faz parte de uma rede? Em 2013, o Brasil tinha 388 mil bares, 70 mil padarias, 62 mil drogarias e 510 mil mercados e lojas de alimentos. Destes, apenas uma pequena fração se enquadra nos chamados canais organizados, sendo a grande maioria lojas independentes. Como uma empresa consegue levar seus produtos a todas as lojas no Brasil apesar dessas barreiras?

Fora as peculiaridades na distribuição, as oportunidades em produtos de chocolate no Brasil são enormes. Em 2013, esse era um mercado que gerava US\$ 6,6 bilhões, o quinto maior do mundo, com um consumo per capita de 1,6 quilos por ano em 2013, em comparação aos 8,1 quilos no Reino Unido e 5,3 na Rússia. Consegue ver a oportunidade de crescimento aqui? O desafio de distribuição neste lugar é uma jabuticaba com a qual vale a pena lidar.

Dentro do setor de beleza e cuidados pessoais, a categoria de fragrâncias movimentou US\$ 6,5 bilhões em 2013, com 70% do mercado controlado por venda direta e lojas especializadas. Para o usuário de pesquisa experiente, 70% do mercado é praticamente impossível de ser rastreado no ponto de venda por meios tradicionais. Essa estrutura de mercado incomum é outra jabuticaba que os fabricantes, fornecedores, embaladores ou praticamente qualquer pessoa na cadeia de valor não podem ignorar. O Brasil é atualmente o número um no mercado de fragrâncias do mundo.

Ter uma melhor compreensão das cidades do Brasil ajuda as empresas a decidirem onde lançar produtos e serviços. São Paulo é grande, populosa e com tráfego intenso, sendo uma das cidades mais populosas do mundo e a maior da América do Sul. São Paulo pode ser intimidante e aparentemente intransponível. Independentemente dos muitos obstáculos enfrentados pela cidade, a região metropolitana de São Paulo gerou um PIB de US\$ 444 bilhões em 2013 e deve chegar a US\$ 869 bilhões em 2020. No nível atual, o PIB de São Paulo é maior do que economias inteiras de países como a Áustria (US\$ 415 bilhões), Tailândia (US\$ 387 bilhões), África do Sul (US\$ 350 bilhões) e Colômbia (US\$ 377 bilhões).

Com a Copa do Mundo prestes a acontecer, haverá jabuticabas em relação ao evento? Além do aumento típico nas vendas de televisores, um impulso na área de serviços de consumo de alimentos e um verão extra para a indústria da cervejas – já que a indústria local aponta um aumento da demanda no mês do evento – os impactos da Copa do Mundo parecem limitados. O investimento em infraestrutura e postos de trabalho temporário ajudará, mas só o suficiente para acrescentar 0,4% ao PIB total ao longo dos próximos dez anos. O Brasil também verá um impulso no turismo juntamente com um efeito de deslocamento, já que viajantes a negócios evitarão o Brasil durante os jogos. Essa será uma troca boa o suficiente? Essa pergunta permanece sem resposta, mas a indústria hoteleira local informou que mais de 50% dos quartos de hotel em São Paulo ainda estavam disponíveis 30 dias antes do início dos jogos.

No entanto, o Brasil já percorreu um longo caminho nos últimos 20 anos, após anos de alta inflação, que terminou em 1994. A renda real cresceu 4.1% ao ano nos últimos 20 anos e o efeito líquido desse crescimento constante é que a renda real per capita quase duplicou neste período. Esse aumento da demanda efetiva beneficiou bastante o consumo das famílias, que atingiu o pico em 2010, apresentando um crescimento ao estilo Chinês: 10,9% naquele ano. Além desse crescimento, o desemprego caiu para o mínimo histórico de 5,4% em 2013. O rápido crescimento do consumo combinado com uma queda drástica da taxa de desemprego começou a colocar pressão sobre os preços e a inflação tem ameaçado voltar.

Não houve investimento suficiente para justificar esse nível de consumo mais elevado. Na verdade, os investimentos caíram nos últimos anos. A Formação Bruta do Capital Fixo do Brasil como percentual do PIB passou de 19,4% em 2010 para 18,3% em 2013. Além disso, o nível de investimentos no Brasil é menor do que a maioria das economias em estágios semelhantes de desenvolvimento. A Formação Bruta do Capital Fixo do Brasil está atrás da Rússia (21,4%), da Índia (27,9%), do México (21%), da Turquia (20,3%), da Índia (27,9%), da Indonésia (31,7%) e da China (46,2%). Há um consenso entre os analistas de que o nível de investimentos necessário para manter o Brasil crescendo sem grandes gargalos e pressões de inflação é de aproximadamente 25% do PIB. Ainda há um longo caminho a percorrer a partir dos 18,3% do ano passado. Infelizmente, o Brasil não é uma exceção à regra – sem jabuticabas aqui. Quando os efeitos de curto prazo da Copa do Mundo acabarem, manter ou melhorar o potencial das taxas de crescimento no longo prazo exigirá reformas estruturais significativas, ajudando a retomar os investimentos e permitindo um novo ciclo de consumo sem risco de retorno da inflação.

Independentemente do negócio que leve você ao Brasil, esperamos que este artigo ajude a contextualizar o ambiente de negócios e de consumo no país, oferecendo uma ideia do nosso ponto de vista sobre o provável impacto da Copa do Mundo. Quer você tenha jabuticabas inesperadas enquanto se aventura no Brasil ou precise de ajuda para identificar oportunidades fora do Brasil, esperamos que nossa pesquisa local e global apoie seus objetivos no longo prazo.

A COPA DOS SONHOS DO BRASIL



Com a Copa do Mundo se aproximando, a atenção mundial está cada vez mais voltando-se para o país anfitrião: o Brasil. Será que os aeroportos e estádios estarão prontos a tempo? E em relação à economia, será que o torneio dará ao Brasil o tão necessário impulso econômico?

Impacto Econômico Questionável

O impacto econômico da Copa do Mundo no Brasil ainda está em discussão e alguns estudos conflitantes estão sendo citados:

- Por um lado, a *Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas* (FIPE) revelou que a (muito menor) Copa das Confederações realizada em 2013 gerou R\$ 20,7 bilhões (US\$ 9,4 bilhões). Isso está sendo oferecido como prova do potencial impacto da Copa do Mundo;
- Além disso, um estudo realizado pela Ernst & Young Terco, em 2010, confirma o impacto benéfico previsto, estimando que, um total de R\$ 142,39 bilhões (US\$ 64,7 bilhões) circularia no país entre 2010 e 2014, gerando 3,63 milhões de emprego e R\$ 63,48 bilhões (US\$ 28,9 bilhões) de renda para a população. Esse valor inclui benefícios indiretos, mas estima-se que o impacto direto sobre o PIB chegue a R\$ 64,5 bilhões (US\$ 29,3 bilhões) distribuídos ao longo do intervalo 2010 a 2014;
- Por outro lado, a pesquisa da Moody's indica que a Copa do Mundo não aumentará significativamente a economia, porque o torneio é de curta duração e a maioria dos benefícios será temporária. No total, a Moody's estima que o torneio acrescente apenas o equivalente a 0,4% do PIB à economia do Brasil ao longo de um período de 10 anos.

Abrangência Limitada para uma Mudança Real

Em suma, apoiamos nossa opinião nas informações da Moody's – de que o impacto econômico da Copa do Mundo será limitado:

- Os 3,63 milhões de empregos criados chamam a atenção, mas a maioria são temporários de 1 ano espalhados no período de 05 anos analisado no relatório. 3,63 milhões de empregos temporário por um período de 5 anos não é tão impressionante como parece em um país com uma força de trabalho total de 109 milhões em 2014.
- Haverá um impulso no turismo – em 2014 as chegadas internacionais devem ter um aumento de 10,1%, chegando a um recorde de 6,5 milhões. Em relação às despesas com turismo (inclusive despesas com turismo doméstico por visitantes nacionais e recibos de entrada de turistas, de visitantes internacionais), estima-se um aumento de 5,8% em termos reais em 2014, mas em termos de PIB, estima-se que as despesas com turismo em 2014 chegue a 2,7% do PIB, um aumento de 0,1 ponto percentual em relação a 2013;
- Em termos reais, os serviços de alimentação devem crescer 5,9% em 2014, em uma comparação extremamente favorável com as vendas estáticas de 2013. Os principais players dos serviços de alimentação, como McDonalds, Al Saraiva Empreendimentos (Habib's), Brasil Fast Food Corp (principalmente para Bob's, KFC e Doggis), Subway, Anheuser-Busch InBev NV (principalmente para Chopp Brahma e Burger King) e Restpar Alimentos (Giraffa's), todos expandirão suas operações para se beneficiarem dos visitantes da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos. Ressaltamos que o impacto global sobre o PIB não é enorme – hotelaria e alimentação foram responsáveis por 2,1% do valor agregado bruto em 2013, em comparação com os 5,6% da agricultura e 13,2% do setor de fabricação.

No passado, vimos um cenário semelhante de impacto econômico limitado em outras nações que sediaram esses eventos, e com vencedores e perdedores em diferentes setores da economia. Por exemplo, o Reino Unido recebeu os Jogos Olímpicos em 2012 e um estudo realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (ONS) não viu nenhum indício real de um “efeito dos Jogos Olímpicos” nos números dos trabalhadores de período integral e meio período. Eles descobriram que, apesar dos gastos dos turistas terem aumentado, as chegadas reais diminuíram, devido a um efeito de deslocamento em virtude dos Jogos, que levou alguns turistas a evitar o Reino Unido. Curiosamente, eles também encontraram evidências de uma queda nas vendas on-line, porque os consumidores gastaram seu tempo assistindo à cobertura esportiva.

Vendas pela Internet no Reino Unido

% das vendas no varejo



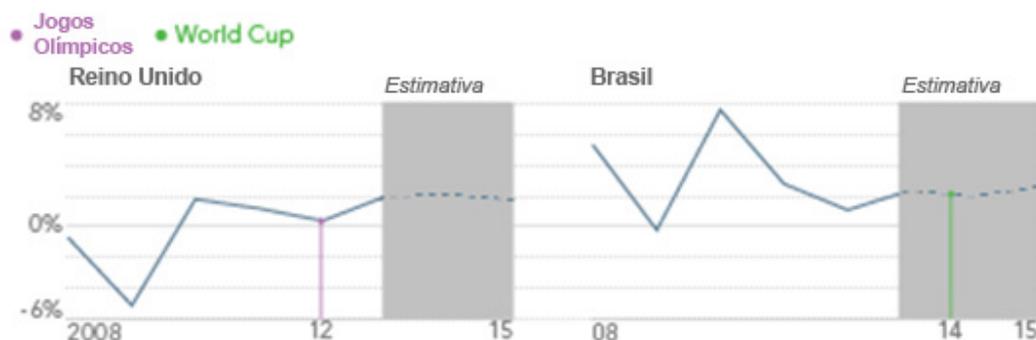
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (ONS)

No geral, o estudo do ONS conclui que os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Londres, em 2012 (e o Jubileu de Diamante, no mesmo ano), “não alterou o quadro geral de uma economia que estava crescendo lentamente em 2012”. Uma descrição de uma economia lenta que corresponde a um crescimento previsto de apenas 1,9% no Brasil este ano.

Crescimento real do PIB no Reino Unido e no Brasil

%

2008 - 2015



Fonte: Euromonitor International, com base em dados do National Statistics/FMI

Sediar a Copa do Mundo traz riscos de reputação e recompensas em nível mundial

A FIFA estima que 3,2 bilhões de pessoas, ou 46,4% da população do mundo assistiu ao menos um minuto de futebol ao vivo durante o torneio de 2010 e que 910 milhões de telespectadores assistiram, pelo menos, um minuto do final da Copa do Mundo em casa. Na verdade, a FIFA acredita que os números provavelmente superaram a marca de 1 bilhão de pessoas ao incluir aqueles que assistiram on-line e em locais de exibição pública. Sediar a Copa do Mundo coloca o Brasil no centro das atenções de uma forma que só um evento mundial pode fazer.

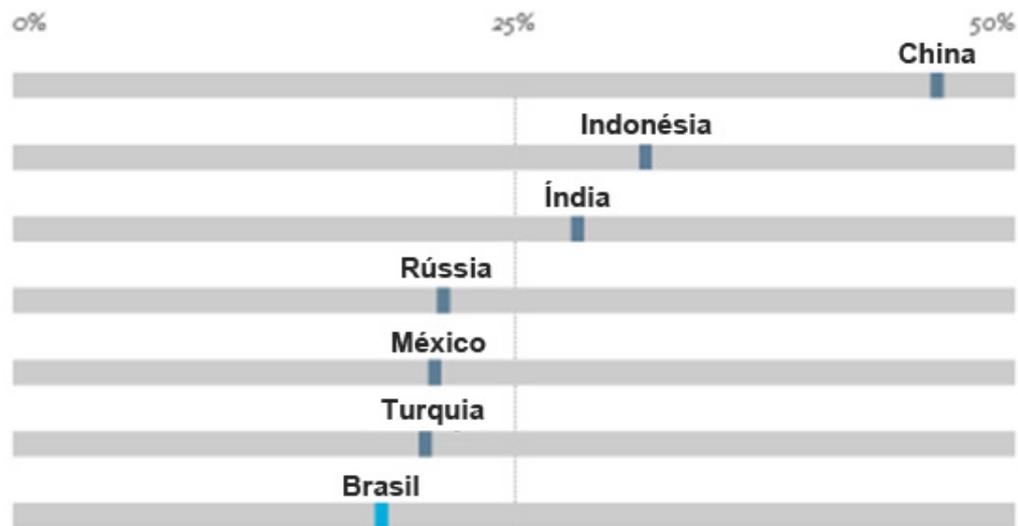
No entanto, esse foco deixa o Brasil aberto a riscos e a recompensas. A maioria desses riscos tem relação com o potencial de danos à marca “Brasil” se virmos uma repetição das manifestações que ocorreram durante a Copa das Confederações, em 2013 ou se a infraestrutura não for concluída a tempo ou, ainda, se surgirem ineficiências ou problemas graves na execução do torneio. Esse tipo de publicidade negativa pode prejudicar o turismo, bem como a capacidade do Brasil de atrair investimentos estrangeiros – pelo menos no curto prazo.

Quando a festa acabar

Aconteça o que acontecer, o impulso – se vier –, será de curto prazo, sendo que o que o Brasil realmente precisa é de reformas estruturais para melhorar a taxa de crescimento do país. O consumo privado tem sido até agora o motor do crescimento, com o aumento do consumo das famílias atingindo o pico de 10,9% em 2010, mas este modelo chegou ao seu fim e os consumidores estão sendo pressionados pelas altas taxas de juros. As reformas para melhorar o ambiente de negócios, aumentar a infraestrutura e liberalizar a economia serão responsáveis por trazer ganhos reais e duradouros ao Brasil.

Formação Bruta do Capital Fixo em países emergentes selecionados

2013



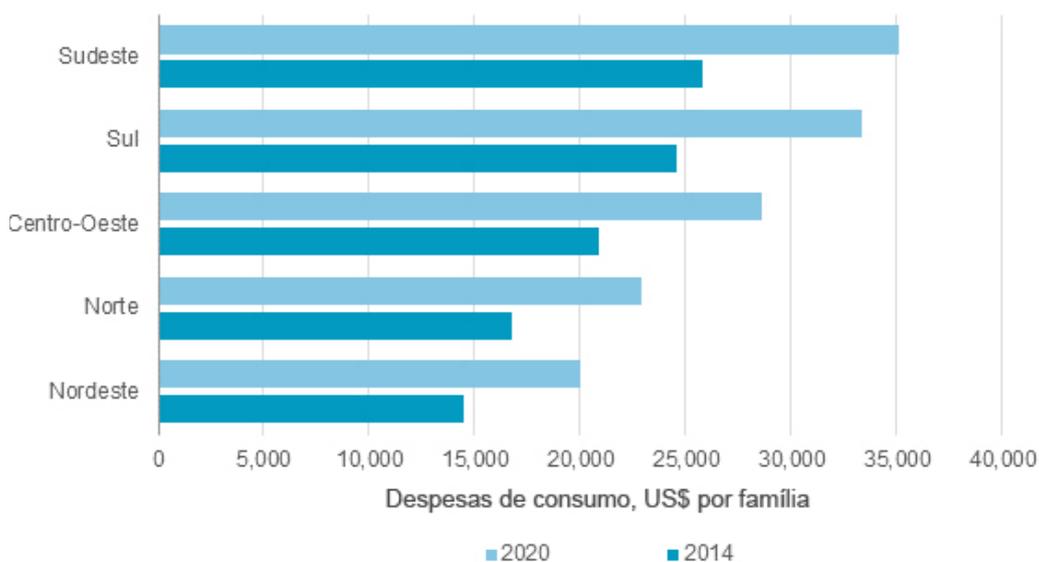
Fonte: Euromonitor International, com base em dados do National Statistics/Eurostat/OCDE/ONU/FMI

Apesar desse fraco desempenho, o Brasil tem muitos pontos fortes, incluindo suas próprias dimensões – em 2013 o Brasil foi a 7ª maior economia do mundo (em termos de PPP), a 6ª maior população e o 5º maior território. O país também possui uma vasta variedade de recursos naturais – fundamentais para seu setor de agronegócios –, e uma população jovem. A reforma estrutural permitirá que o Brasil aproveite essas vantagens e irá colocá-lo no centro das atenções mundiais pelas razões certas, economicamente falando – um excelente exemplo de um grande mercado emergente com crescimento forte e sustentável.

BRASIL EM 2023: 5º MAIOR MERCADO CONSUMIDOR DO MUNDO

Apesar de uma desaceleração da economia e da alta inflação que desencadeia um fraco crescimento no consumo das famílias, no geral, as perspectivas de longo prazo para o Brasil como um mercado consumidor continuam positivas. A Euromonitor International prevê que o país se torne o quinto maior mercado consumidor do mundo em 2023, com os gastos totais dos consumidores chegando a US\$ 2,7 trilhões em 2030. As oportunidades de negócios no Brasil são abundantes, graças à maior igualdade de renda e ao crescimento mais amplo, que aumentam o poder de compra das regiões mais pobres e das famílias de baixa renda. Sendo assim, o Brasil se tornará um mercado com potencial de longo prazo, não só em termos de bens de luxo, mas também no que diz respeito a uma ampla variedade de bens e serviços de consumo de massa.

Despesas de consumo por região no Brasil: 2014 e 2020



Fonte: Euromonitor International, com base em dados do National Statistics, da ONU e da OCDE
Observação: Os dados são estimativas

O Brasil deve ultrapassar a França e o Reino Unido como o quinto maior mercado consumidor

- A Euromonitor International prevê que o mercado consumidor brasileiro continue a ascender de forma saudável no período até 2030, embora o crescimento real no total do consumo das famílias provavelmente apresente uma queda acompanhada pela desaceleração econômica do país. Mesmo com a desaceleração do crescimento, o Brasil continuará sendo um mercado consumidor grande e atraente. Até 2023, o país terá superado a França e o Reino Unido e deve se tornar o quinto maior mercado consumidor do mundo;
- Sustentando e definindo a expansão de longo prazo do mercado consumidor brasileiro está o rápido crescimento da classe média e a predominância de população urbana. Além disso, os consumidores brasileiros, caracterizados pela grande importância que colocam em viver no presente, tendem a desfrutar de um alto nível de despesas discricionárias (despesas com tudo o que não seja alimentos básicos, bebidas alcoólicas e habitação), além de estarem mais dispostos assumir empréstimos e crédito para compras.

Maior igualdade de renda e crescimento mais amplo

- O crescimento real da renda e do consumo (total e por família) será relativamente uniforme em todas as regiões ao longo do período 2014 a 2020. As regiões mais pobres do Brasil, Norte e Nordeste, provavelmente atingirão níveis de crescimento um pouco mais elevados, o que aumentará o potencial de consumo dessas regiões;

- Da mesma forma, ao longo do período 2014 a 2020, o consumo das famílias mais pobres aumentará a taxas mais rápidas do que ao consumo das famílias de renda mais elevada. Isso acontece como resultado de uma maior igualdade de renda, que ajuda a impulsionar a expansão da classe média do país e do potencial de crescimento do mercado consumidor. Já comentamos que o Brasil está entre os cinco principais mercados com maior potencial em termos de bens de luxo, mas com uma distribuição de renda mais uniforme e com um crescimento maior das despesas entre as famílias mais pobres, o país não deve ser ignorado como um importante mercado para bens e serviços acessíveis. Um grande número de famílias de baixa renda cada vez mais poderá arcar com despesas discricionárias modestas, como carros, calçados e vestuários populares e refeições a preços acessíveis.

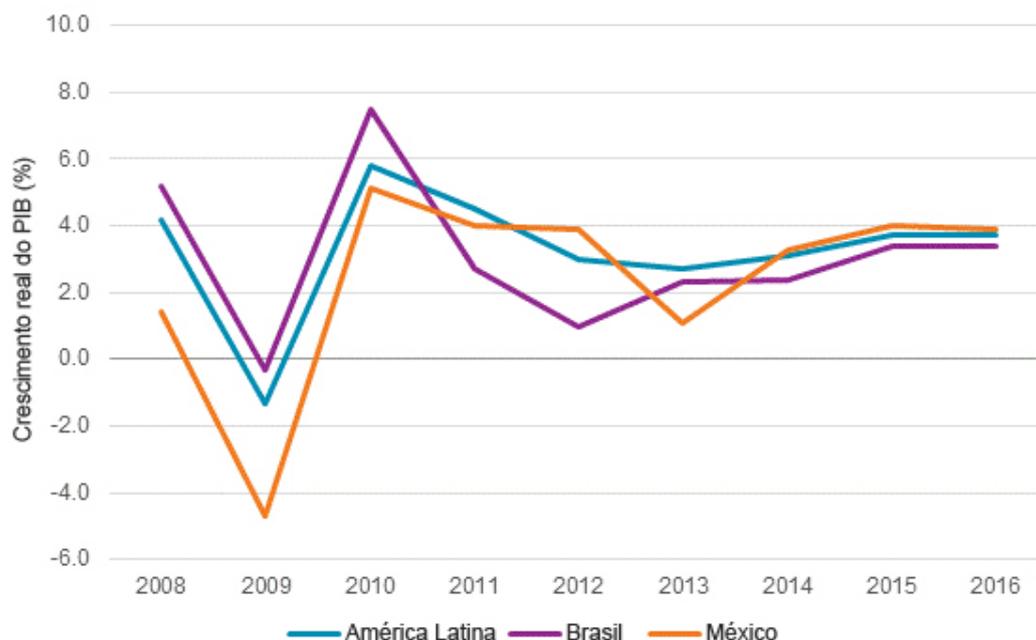
Os padrões de consumo refletem o aumento da renda, famílias menores e o envelhecimento da população

- As famílias brasileiras estão ficando menores em tamanho, com uma estimativa média de 2,9 pessoas por família em 2030. Em 2000 esse número era de 3,9 pessoas. Isso ocorre devido a uma combinação de fatores, incluindo o crescimento de residências de solteiros, a queda das taxas de natalidade e fertilidade e o envelhecimento da população;
- Os padrões de consumo do país até 2030 refletirão o aumento da renda e as tendências demográficas acima mencionados. Os consumidores brasileiros gastarão muito mais em comunicação (em virtude da expansão do acesso à banda larga e da crescente aceitação dos smartphones, que reflete o aumento da renda), em bens de saúde e serviços médicos (em virtude do envelhecimento da população), na educação dos filhos (um preocupação da classe média) e em bens de consumo e serviços (como resultado do aumento do número de famílias e do tamanho menor destas), fazendo com que estas categorias de despesas de consumo sejam, de longe, as de maior crescimento entre os anos 2014 e 2030.

BARREIRAS NA AMÉRICA LATINA EM 2014

Em termos de indicadores econômicos, 2013 não foi um ano de destaque para a América Latina. O crescimento real do PIB para a região como um todo ficou em apenas 2,7%, em comparação aos 4,6% dos países emergentes e em desenvolvimento. As economias fortes da região – Brasil e México – que respondem por 58,3% do PIB da América Latina, tiveram suas taxas de crescimento reduzidas para 2,3% e 1,1%, respectivamente, com o Brasil escapando por pouco de uma recessão no 4º trimestre. Com o Brasil sediando a Copa do Mundo, todos os olhares estão voltados para a região em 2014. Embora o crescimento esteja se fortalecendo, ainda poderá decepcionar em alguns setores.

Crescimento Real do PIB: 2008 a 2016



Fonte: Euromonitor International, com base em dados do National Statistics/Eurostat/OCDE/ONU/FMI
Observação: As estimativas começam em 2014

O Brasil estagna...

O crescimento real do PIB em 2014 deverá ficar em torno de 1,9%, mas com viés de baixa. É provável que a inflação, embora moderada, continue significativamente maior do que a meta do Banco Central: 4,5%. Isso deixou o Banco Central em uma corda bamba entre a inflação alta de um lado e a estagnação do crescimento econômico de outro.

Infelizmente para o Brasil, os maiores problemas são estruturais: o consumo privado tem sido até agora o motor do crescimento, com o aumento do consumo das famílias atingindo o pico de 10,9% em 2010, mas este modelo chegou ao seu fim e os consumidores estão sendo pressionados pelas altas taxas de juros. O governo deve aprovar reformas e reconhece isso com o recente anúncio de aperto fiscal para reduzir o déficit orçamentário, mas ainda há a expectativa de que isso seja implementado, especialmente com a eleição presidencial marcada para outubro e um cenário de baixas perspectivas de crescimento.

Apesar desse fraco desempenho, o Brasil tem muitos pontos fortes, incluindo suas próprias dimensões – em 2013 o Brasil foi a 7ª maior economia do mundo (em termos de PPP), a 6ª maior população e o 5º maior território. O país também possui uma vasta variedade de recursos naturais – fundamentais para seu setor de agronegócios –, e uma população jovem. No entanto, sem reformas profundas, a economia corre o risco de voltar ao passado sombrio.

Enquanto isso o México passa por reforma

Quando se trata do México, 2013 foi o ano de pior desempenho econômico do país desde 2009. Em 2014, o crescimento deverá acelerar para 3,3%, com as despesas de consumo aumentando em 4,2%. O presidente mexicano anunciou toda uma série de reformas que engloba telecomunicações, educação e energia, com o intuito de aumentar a competitividade do país. O ponto-chave para a economia em 2014 em diante é ver se o governo é capaz de implementar com sucesso essas reformas.

Além da agenda de reformas, o México também está se beneficiando da economia dos EUA mais forte. Mais de três quartos das exportações mexicanas são destinadas para os Estados Unidos, por isso o desempenho da economia dos Estados Unidos sempre tem uma forte influência sobre a economia doméstica.

E a Colômbia e o Peru crescem

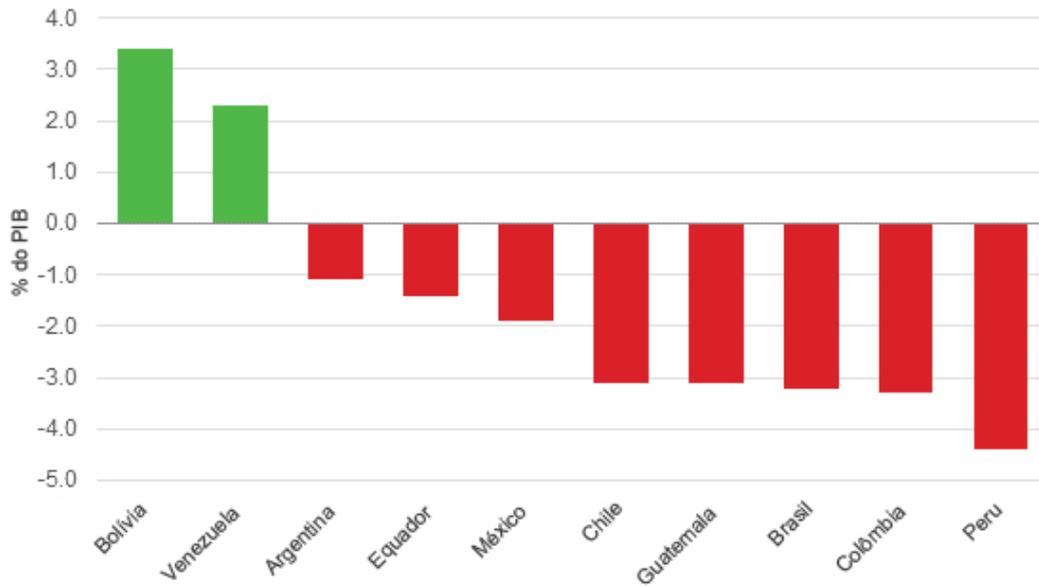
Duas economias menores, mas ainda assim importantes, vêm ofuscando o Brasil e o México. Estima-se que a Colômbia (4ª maior economia da região) e o Peru (7º maior) superem a média regional deste ano, com crescimento do PIB real de 4,2% e 5,4%, respectivamente. Para o Peru, o feito marca o quinto ano consecutivo de crescimento de 5% ou mais e, para a Colômbia, significa um bem-vindo retorno a taxas de crescimento acima de 4%, que deveria ser alcançado nos próximos anos.

- A Colômbia conseguiu afastar a sua imagem de Estado refém das drogas e da violência e, agora, é anunciada como uma das economias mais bem-sucedidas da região, com um ambiente de negócios favorável, um setor de exportação robusto, políticas orçamentárias sólidas e um sistema financeiro sólido. O consumo das famílias está crescendo, apoiado por uma expansão da classe média.
- O Peru beneficiou-se de um forte setor de exportação, baseado na exportação de commodities e na política fiscal prudente do governo. Também vive um forte aumento das famílias de classe média que estão tendo um impacto benéfico sobre as despesas de consumo, cujo aumento é estimado em 5,3% em termos reais em 2014. O crescimento econômico tem diminuído, com o ponto mais alto em 2010, mas o crescimento receberá um impulso das grandes minas de cobre que entrarão em operação em 2014 e 2015.

Uma região vulnerável às desacelerações da China e dos Estados Unidos

Ainda dependente das exportações de commodities, a América Latina está vulnerável a uma desaceleração na China e nos Estados Unidos em 2014 e nos anos seguintes. A economia brasileira vive uma incerteza, mas estima-se que outras economias importantes na região, inclusive o México, a Colômbia e o Peru experimentem um crescimento mais forte este ano. Em comum com outras regiões emergentes, muito de 2014 depende de fundamentos macroeconômicos, que inclui posições de conta corrente e finanças públicas. Aqueles com uma base sólida estão muito mais bem colocados para resistir a choques externos.

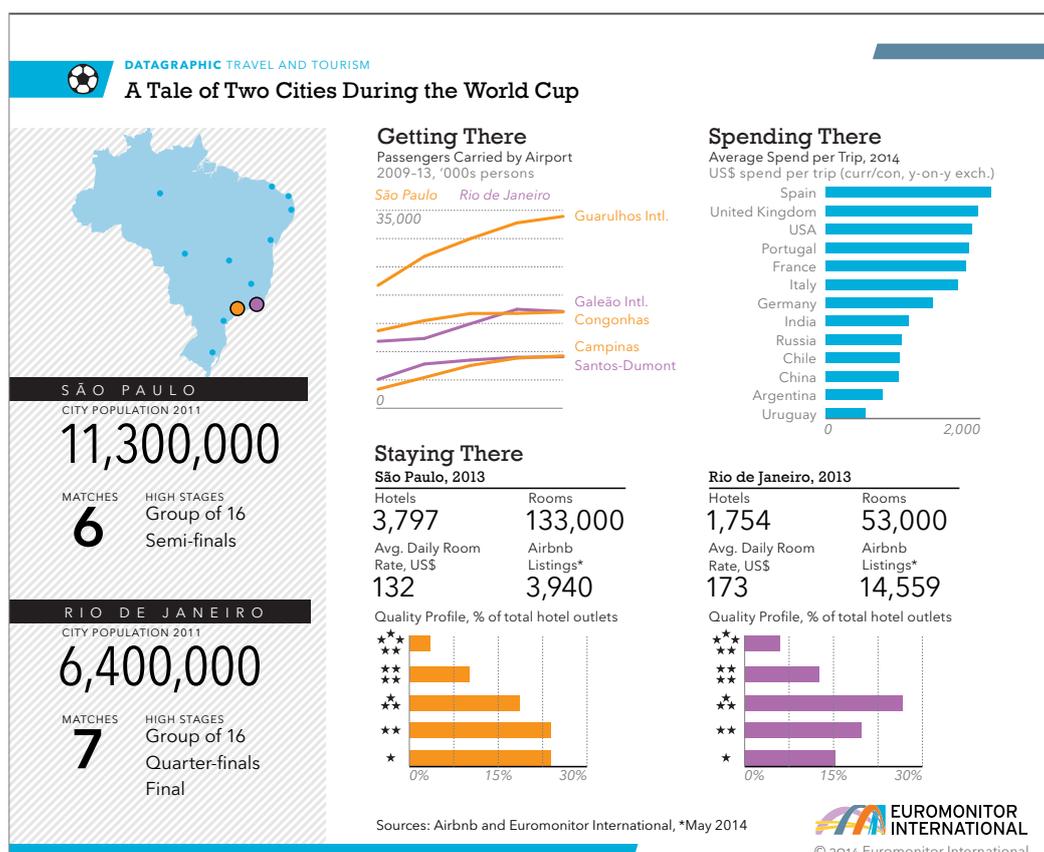
Saldos em conta corrente nos países latino-americanos selecionados: 2014



Fonte: Euromonitor International, com base em dados do National Statistics/Eurostat/OCDE/ONU/FMI
 Observação: Os dados são estimativas

UM CONTO DE DUAS CIDADES NA COPA DE MUNDO

Um Conto de Duas Cidades na Copa de Mundo



PANORAMA: SÃO PAULO



Delimitação da região metropolitana

A área metropolitana de São Paulo é a maior aglomeração urbana da América do Sul e uma das maiores do mundo. Abrange 8.052 km² e, em 2011, abrigava 21,5 milhões de pessoas. A metrópole de São Paulo é maior em termos de população do que Londres (15 milhões), Moscou (17,4 milhões), Nova York (19 milhões) e a Cidade do México (20,4 milhões).

A área metropolitana é composta por seis microrregiões: Franco da Rocha, Guarulhos, Itapeverica da Serra, Mogi das Cruzes, Osasco e São Paulo. No nível mais baixo, 39 municípios compõem a área metropolitana de São Paulo. O principal município é a cidade de São Paulo, um dos principais centros de emprego e cultura. Em 2011, mais da metade da população da região metropolitana (11,3 milhões) vivia na cidade de São Paulo, conferindo à metrópole o título de maior município da América Latina. Em termos de área, abrange 1.523 km² (19% do total da metrópole).

Se o Rio de Janeiro é conhecido por suas impressionantes paisagens naturais, São Paulo carrega o status de ser a cidade mais moderna e diversificada do país. O trecho de arranha-céus da Avenida Paulista é uma característica marcante de São Paulo. Historicamente, a cidade tem inúmeras comunidades étnicas, inclusive, bairros japoneses, italianos, árabes e libaneses cristãos.

Mapa da área metropolitana de São Paulo



Fonte: Euromonitor International

Principais áreas de negócios

A Avenida Paulista é o bairro comercial mais conhecido não somente de São Paulo, mas também do Brasil. Já abrigou as mansões dos barões de café, alguns dos quais ainda permanecem. O bairro agora conta com a sede brasileira da Citicorp e da Federação Industrial do Estado de São Paulo (FIESP), mais influente na política nacional do que a confederação nacional à qual está associada. As atrações culturais também são abundantes aqui, como o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e do Centro Cultural Itaú.

O bairro Jardins é a área de compras mais elegante de São Paulo, com inúmeras boutiques de luxo, cafés e galerias de arte. É uma combinação de vários bairros como Jardim Europa, Jardim Paulista e Jardim América. A Rua Augusta, uma rua importante da área, que passa pelo coração dos Jardins, agora abriga muitos hotéis e alguns dos melhores restaurantes da cidade, colocando esse bairro no centro da cena social de São Paulo.

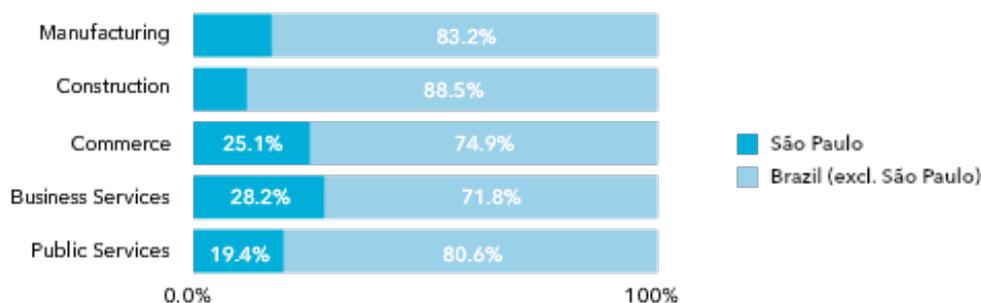
Higienópolis é uma área residencial da classe alta, no extremo norte da Avenida Paulista. Na virada do século 20, os moradores mais ricos estavam começando a sair do centro da cidade para fugir dos pântanos infestados de mosquitos ao redor do rio Anhangabaú. O verde e arborizado Higienópolis foi um dos destinos mais desejados. Ainda hoje, esse bairro é uma das áreas mais calmas e limpas da parte central da cidade.

SÃO PAULO: ECONOMIA DA CIDADE

Composição industrial

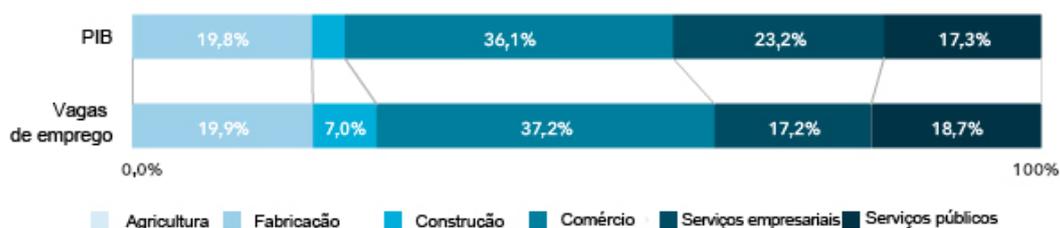
PIB por setor econômico (2011)

Em % do total nacional



Fonte: Euromonitor International

Composição industrial de São Paulo (2011)



Fonte: Euromonitor International

São Paulo é uma cidade economicamente importante não apenas regionalmente, mas também em nível mundial. Quando se trata do PIB total (R\$ 836 bilhões, US\$ 499 bilhões), a cidade foi colocada na mesma posição de Houston, nos Estados Unidos ou Seul, na Coreia do Sul e ficou em 2011 entre as 10 cidades mais ricas do mundo. A expansão econômica da cidade é alimentada pelo crescimento do consumo da classe média emergente.

15% do PIB do Brasil vem dos serviços empresariais; o setor é bastante subdesenvolvido no país. No entanto, São Paulo é líder no Brasil em serviços empresariais, respondendo por 28% do PIB de todos os serviços empresariais do país.

Apesar da concentração de serviços empresariais na cidade, a economia de São Paulo ainda é dominada por atividades de comércio, que emprega 37% da força de trabalho da cidade e responde por 36% do seu PIB. Outra parte dos residentes trabalhadores de São Paulo está empregada no setor de fabricação.

PANORAMA: RIO DE JANEIRO



Delimitação da região metropolitana

A área metropolitana do Rio de Janeiro é a segunda mais populosa do país, ficando atrás apenas de São Paulo. Em 2011, a população metropolitana do Rio chegou a 12,7 milhões. Em termos de área, a região metropolitana abrange 5.610 km².

No total, 19 municípios compõem a metrópole do Rio de Janeiro. Administrativamente, os municípios pertencem a três diferentes microrregiões: Itaguaí (três municípios), Vassouras (um) e Rio de Janeiro (15).

Sem dúvida, o principal município e centro de fonte de emprego na região metropolitana é a cidade do Rio de Janeiro, que em 2011 foi o lar de metade da população da metrópole (6,4 milhões). Abrange 1.200 km² ou 21% da área metropolitana do Rio de Janeiro.

Mapa da área metropolitana do Rio de Janeiro



Fonte: Euromonitor International

Principais áreas de negócios

O Centro é a área empresarial do Rio de Janeiro. As sedes de algumas das maiores empresas brasileiras ficam nesse bairro, inclusive a Petrobras (petróleo, gás, biocombustíveis e energias alternativas) e a Vale (mineração e siderurgia). O bairro é também o centro histórico do Rio de Janeiro. Como tal, abriga vários marcos: o Paço Imperial (residência dos governadores portugueses do Brasil), o Teatro Municipal, o Museu Nacional de Belas Artes e o Passeio Público (um jardim público do século 18), entre outros.

A Zona Sul da cidade é a mais rica e a mais popular entre os visitantes. Essa região é composta por vários bairros, dentre os quais São Conrado, Leblon, Ipanema, Arpoador, Copacabana e Leme. Abrange a famosa área litorânea do Rio de Janeiro banhada pelo Atlântico. O Leblon é um bairro muito rico, local das propriedades mais caras do Brasil, com uma média entre R\$ 12.000 (US\$ 7.715) e R\$ 25.000 (US\$ 14.948) por metro quadrado. Além disso, o Leblon abriga os melhores restaurantes do Rio de Janeiro.

A Barra da Tijuca, na Zona Oeste (a área mais distante do centro da cidade) é o bairro que mais cresce no Rio de Janeiro. Situada numa área litorânea não desenvolvida no passado, a região agora passa por um boom no setor de construção. A Barra é um local privilegiado para pessoas ricas, bem como empresas de luxo. Em comparação com o populoso centro, este bairro é muito mais norte-americano em atmosfera, devido aos blocos de apartamentos arranha-céus e os enormes shopping centers. A Barra será o palco principal dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, que acontecerão no Rio de Janeiro, em 2016.

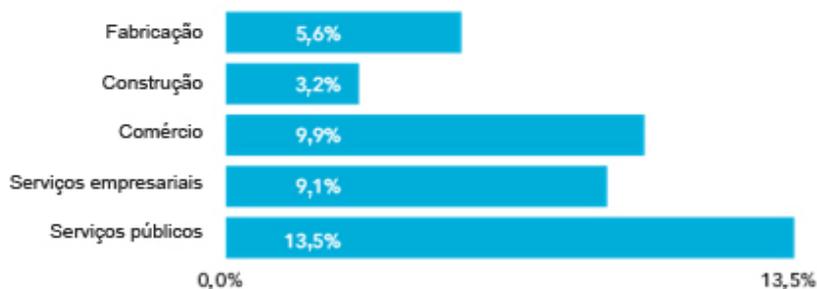
RIO DE JANEIRO: ECONOMIA DA CIDADE

- O Rio de Janeiro é a cidade do Brasil mais voltada a serviços. 82% do PIB da cidade vêm das indústrias de serviços;
- O setor de fabricação na cidade está concentrado nas indústrias de petróleo e gás, já que o Rio de Janeiro tem as maiores reservas de petróleo do país;
- O setor de Comércio é o maior setor da economia na região metropolitana. Responde por 38% do emprego total na cidade e é responsável por 35% do PIB da cidade.

Composição industrial

PIB por setor econômico (2011)

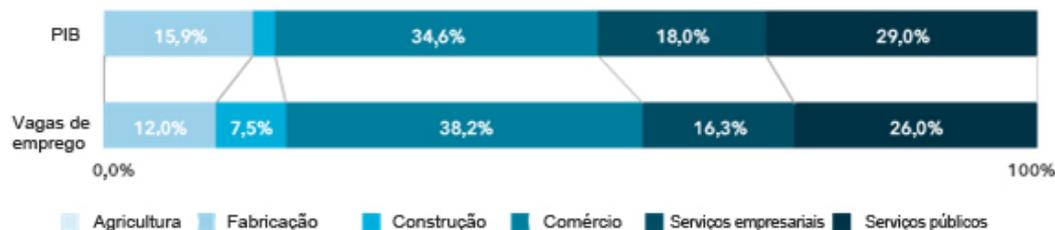
Em % do total nacional



Fonte: Euromonitor International

Composição industrial do Rio de Janeiro (2011)

Em % do total



Fonte: Euromonitor International

Em 2011, o Rio de Janeiro foi responsável por mais de 8% do PIB total do Brasil. O PIB anual da cidade foi de R\$ 337 bilhões (US\$ 201 bilhões) em 2011, muito atrás de São Paulo (R\$ 835 bilhões/US\$ 499 bilhões), mas cerca de três vezes mais do que Brasília ou Salvador, terceira e quarta maiores áreas metropolitanas do Brasil.

O Rio de Janeiro é uma das áreas metropolitanas do país mais voltadas a serviços, visto que o comércio, os serviços empresariais e os serviços públicos compõem 82% do PIB total. Para efeito de comparação, para São Paulo esse número foi de 77% e para o Brasil como um todo, os serviços chegaram a apenas 66%.

O setor de comércio na cidade possui uma importância consideravelmente maior (35% do total do PIB em 2011) do que os serviços empresariais (18%) e os serviços públicos (29%). Uma infraestrutura de transporte relevante e um vasto mercado de varejo apoiam significativamente a atratividade de atividades de comércio na cidade.

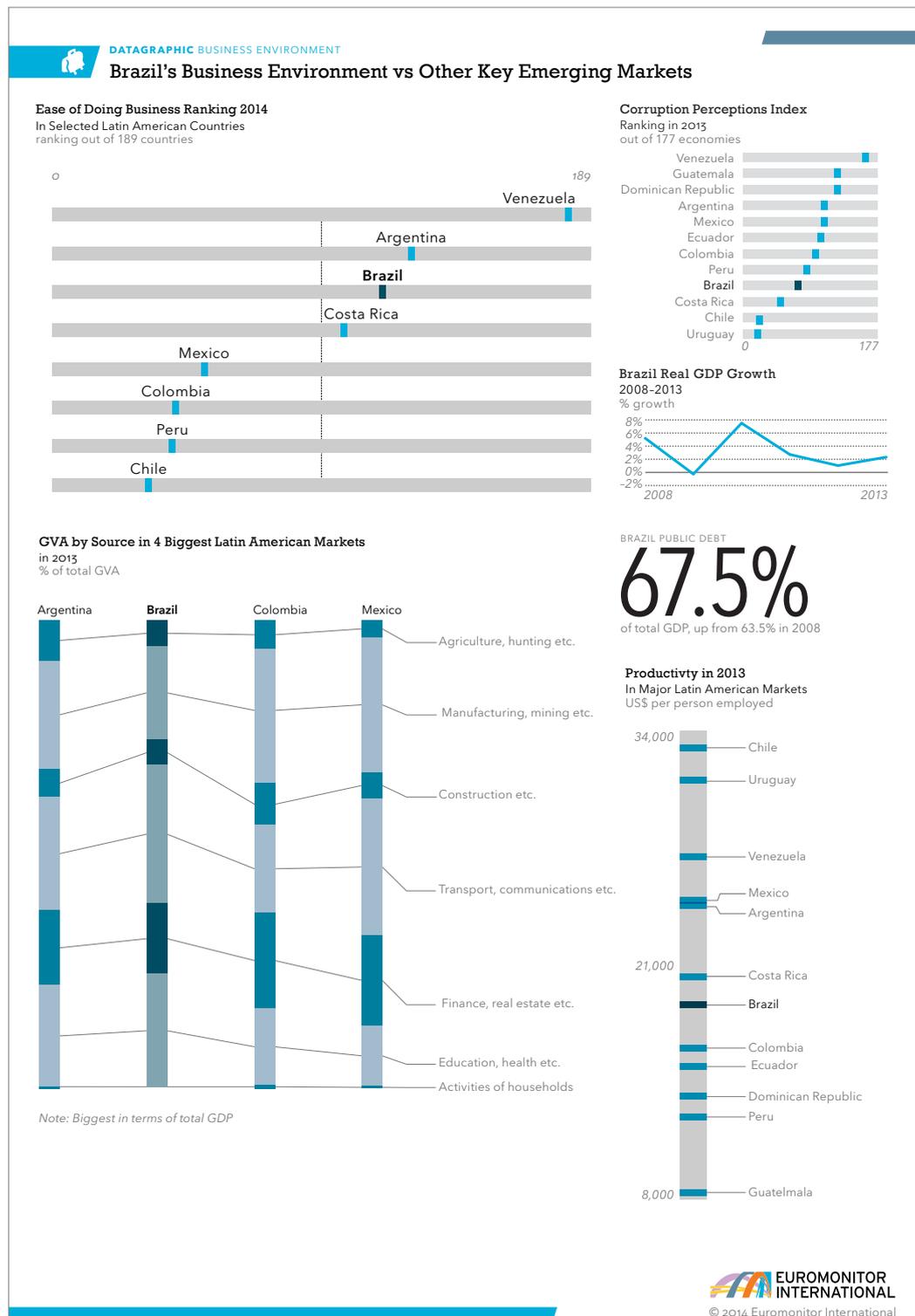
O AMBIENTE DE NEGÓCIOS NO BRASIL X OUTROS MERCADOS



Um dos países mais populosos do mundo e a 7ª maior economia do planeta, o Brasil é sempre um dos primeiros países considerado como porta de entrada na América Latina. Todavia, outros países na região apresentam bons indicadores, como por exemplo, o Chile, por ter uma boa posição no ranking do Easy of Doing Business e o Uruguai por apresentar o menor índice de corrupção da região.

Gráfico de Dados | Março 2014

O Ambiente de Negócios no Brasil X Outros Mercados



SOBRE A EUROMONITOR INTERNATIONAL



A Euromonitor International é uma empresa de pesquisa global que fornece estatísticas, análises, relatórios e notícias de última hora sobre indústrias, países e consumidores. Conectamos nossa pesquisa com os objetivos e planejamento anual de sua empresa, analisando o contexto de mercado, visão da concorrência e novas tendências que impactam os negócios. Empresas ao redor do mundo confiam na Euromonitor para desenvolver e expandir as oportunidades de negócios, responder questões complexas e influenciar estrategicamente nas tomadas de decisões.

OS AUTORES



MARCEL MOTTA

Diretor-Geral
Euromonitor International, Brasil

Marcel Motta é diretor-geral do escritório da Euromonitor em São Paulo e especialista no mercado Brasileiro. Ele é formado em Economia e Estudos Internacionais pela Winona State University e Mestre em Economia pela Universidade de Wisconsin.



SARAH BOUMPHREY

Analista-Chefe - Países e Consumidores
Euromonitor International, Inglaterra

[@SarahBoumphrey](#) | [LinkedIn](#)

Sarah dirige o Passport: Countries & Consumers team, gerenciando uma equipe de analistas de tendências econômicas e consumo, posicionados no mundo todo. Sarah se concentra em traduzir informações econômicas e tendências de consumo em informações úteis, aconselhando clientes sobre impacto dessas em seus negócios. Sarah foi fundamental na concepção de nosso sistema de análise de renda e tem desempenhado um papel de liderança no desenvolvimento de conteúdo das tendências macroeconômicas e de consumo da Euromonitor International, com um interesse especial em questões de sustentabilidade, mercados emergentes e ambiente de consumo pós-recessão.

Sarah tem licenciatura em Estudos Europeus e pós-graduação em Comércio Internacional. Ela trabalha na Euromonitor International desde 1999, como Coordenadora de Projeto e tem 14 anos de experiência em pesquisa sócio-econômica.



AN HODGSON

Gerente de Tópicos Para Países
e Consumidores
Euromonitor International, Inglaterra

An Hodgson é especialista em pesquisa estratégica e análise de tendências para uma ampla gama de tópicos, desde tendências e gastos dos consumidores até questões emergentes relativas à indústria, infraestrutura e meio ambiente. Ela escreve regularmente comentários e opiniões, relatórios especiais e artigos com foco no mercado global, regional e emergente. Antes de ingressar na Euromonitor em 2006, An ministrou cursos de pós-graduação em Estudos Asiáticos na Lund University (Suécia) e foi pesquisadora bolsista na Leeds University (Reino Unido). Sua pesquisa se concentrou na mudança social e classe média na Ásia, com resultados que estão sendo publicados extensivamente em periódicos com revisão pelos pares.