

Primeiro lugar

IMAGEM

A OPINIÃO DOS HERMANOS

A Argentina é a maior parceira comercial do Brasil e grande consumidora de produtos com valor agregado. Apesar disso, a imagem que os argentinos têm do Brasil ainda é a de um grande balneário, com lindas mulheres, pontos turísticos estonteantes e Carnaval exótico. É o que mostra uma pesquisa da consultoria Market Analysis feita com 833 argentinos. A pergunta era qual a imagem que eles tinham do Brasil. Mais de 36% citaram as praias. Quase 10% fizeram referências aos cartões-postais do país (como Cristo Redentor e Pão de Açúcar) e 8,1% às florestas. Apenas 1,8% dos entrevistados citaram alguma indústria ou produto brasileiro.

Praias: as mais citadas



MARCO ANTONIO POMARICO



CLAYTON DE SOUZA / AG. O GLOBO

IMÓVEIS

EXPLOSÃO IMOBILIÁRIA

O mercado imobiliário (especialmente o que lida com imóveis já construídos) está em polvorosa. As previsões mais conservadoras estimam crescimento de 20% nas transações neste ano e mais 20% em 2007. Duas razões de-

Condomínio em São Paulo: valorização

vem puxar o crescimento. A primeira é uma maior fa-

cilidade no financiamento. Há mudanças importantes na utilização do FGTS e novas linhas de crédito para a classe média. O outro fator para o otimismo foi a decisão da Receita Federal de conceder isenção fiscal sobre lucros imobiliários (desde que os proprietários vendam o apartamento e comprem outro em menos de seis meses).

BEBIDAS

A PEPSI ACERTA O SABOR E CRESCE

Graças ao lançamento de um refrigerante que misturou o tradicional sabor cola com limão, a Pepsi ampliou em 10% sua participação no mercado brasileiro de refrigerantes no ano passado.

Ainda não é uma fatia significativa (equivale a apenas 6,5% do mercado de refrigerantes), mas interrompe uma trajetória contínua de queda de vendas da Pepsi no país.

Pepsi Twist: bom resultado

VAREJO

PARA ACABAR COM O PAPEL

A Casas Bahia mantém hoje uma área de 170 000 metros quadrados para arquivar documentos. Esse espaço é necessário porque lá ficam armazenadas as informações dos quase 3 milhões de contratos que a empresa fecha por mês. Em sua maioria, são informações de clientes. Para eliminar essa montanha de papel, a empresa vem investindo na digitalização e na microfilmagem do material. A última aquisição nesse sentido foram duas microfílmadoras, compradas da Kodak por 196 000 dólares. Essas máquinas têm capacidade de arquivar 600 000 documentos por dia.



Casas Bahia: 3 milhões de contratos

RAUL JUNIOR