

Não é novidade escrever-se sobre a economia brasileira. E, possivelmente, nos próximos meses, o tema Brasil irá continuar a merecer destaque por parte dos analistas económicos. Porquê? Porque nos últimos tempos, principalmente desde o despoletar da crise financeira e consequente recessão global, a economia brasileira (e o mercado financeiro brasileiro) tem estado sobre o foco dos investidores e agentes de mercado em geral. A razão parece simples: a economia brasileira, devido à dinâmica da sua procura interna e às políticas aplicadas nos últimos anos, aliadas à procura mundial pelos seus vastos recursos naturais, superou a crise financeira com uma modesta recessão em 2009 e registará, de acordo com o Fundo Monetário Internacional, um crescimento do Produto Interno Bruto de 7,5% e 4,1% em 2010 e 2011, respectivamente. Uma expansão económica bem acima da das economias desenvolvidas.

Nem imagina a diversidade de caminhos que conduzem os utilizadores da Internet ao seu sítio em linha. De que países vieram, que browsers e palavras-chave utilizaram, em que dias e horas visitaram, que páginas visualizaram ou quanto tempo permaneceram são apenas algumas das perguntas que, por estratégia de comunicação ou apenas por curiosidade natural, qualquer proprietário de um site gosta de ver respondidas. E de todas as aplicações de monitorização de sítios em linha, a que mais gosto e utilizo é o *Google Analytics*: é gratuito, visualmente agradável e extremamente intuitivo. Porque, sinceramente, não me entendo com as aplicações que vêm com os programas de *backoffice* dos sites... são bytes e hits e hosts e spiders a mais para o meu gosto. É que estes programas não são feitos para leigos nestas matérias e, infelizmente, em Portugal temos o péssimo hábito de aceitar com uma naturalidade medonha o uso de estrangeirismos no uso corrente da nossa língua, o que torna tudo mais difícil. Isso sente-se especialmente na informática, na publicidade, no marketing e em tudo o que se relaciona com a Internet. Por isso, para descodificar as informações sobre os acessos aos sítios em linha, quase que é obrigatório contar com

A economia brasileira passou por um processo de mudança na última década, que permitiu um crescimento económico elevado, acompanhado de uma queda da inflação e do nível da dívida. Nos dias de hoje, o Brasil é a décima maior economia mundial e o segundo maior mercado accionista entre os países emergentes, apenas superado pela China, que por sua vez é a segunda maior bolsa mundial. De facto, a bolsa brasileira (o Bovespa) é a quarta maior bolsa mundial. Como reflexo destas alterações estruturais, em 2008 as agências de rating promoveram o Brasil a *Investment Grade* – ou seja, um nível de qualidade de crédito elevado –, reconhecendo as políticas económicas implementadas e o sucesso do crescimento da última década. Da mesma forma, de uma perspectiva geopolítica, o Brasil assume agora um papel diferente, por exemplo, ao passar de devedor do FMI a credor do FMI. Na frase do ainda Presidente, Luiz Inácio Lula Da Silva, “não é chi-

alguém que perceba do assunto ou então fica-se apenas com a informação básica que se consegue deprender do que é visualizado, como o número de visitas, a evolução e a origem geográfica das mesmas, a hora a que foram efectuadas e pouco mais... O *Google Analytics* é só mais uma das muitas ferramentas gratuitas do *Google* e é extremamente simples de utilizar nas suas funcionalidades mais básicas. Como qualquer site que oferece este tipo de aplicações, precisa de fazer um registo simples, indicando o site que quer acompanhar em termos de visitas e obter um código de programação que tem de «colar» na linguagem do seu site. Se quiser acompanhar todo o sítio em linha, então esse código tem de ser colocado em todas as páginas. Se só pretender acompanhar o desempenho de uma, então é só colocar o código nessa página. Imagine que tem uma promoção em curso e criou uma página no seu sítio em linha propositadamente para divulgar essa acção de comunicação, será interessante analisar a eficácia da mesma, monitorizando a natureza das visitas dessa página em particular. Muitas pessoas sabem aceder à linguagem de programação do seu sítio em linha e «colar» o código no respectivo sítio mas, se você pertencer à grande maioria que não o sabe



Brasil em Foco

que' o Brasil emprestar dinheiro ao FMI? Efectivamente, mais coisas são 'chiques' no Brasil. O Brasil, para além dos recursos naturais – que dispensam apresentações –, conta com um perfil demográfico que constitui uma mais-valia, com o crescimento, por exemplo, da percentagem de população trabalhadora. Além disso, aliada a esta pirâmide etária favorável, está também a expansão da classe média. Enquanto em 2003 38% da população era classificada como classe média, hoje em dia essa percentagem subiu para 51%. Também reflexo da boa saúde económica do país, a Taxa de Desemprego desceu para 6,2% no mês passado (um valor mínimo histórico!), e os indicadores de confiança dos consumidores brasileiros encontram-se nos máximos de sempre. A Procura Interna é, portanto, um factor dinamizador da economia brasileira, com o investimento público e privado em infraestruturas a funcionar como um catalizador.

A organização do Campeonato do Mundo em 2014 e dos Jogos Olímpicos em 2016 são um dos reflexos deste dinamismo, podendo ainda constituir uma mais-valia para o país, dados os efeitos positivos que estes eventos têm nas economias dos países que os organizam. Não descurando os riscos de um investimento no Brasil – como a excessiva dependência das exportações de matérias-primas e uma recuperação global que pode ser ténue nos próximos anos – o mercado accionista brasileiro permite investir num país de elevado crescimento económico e dinamismo interno, que poderá compensar, embora com o incremento de risco natural destas economias menos desenvolvidas, os retornos mais reduzidos que se poderão verificar nos activos mais tradicionais dos países desenvolvidos.

Partilhe a sua opinião sobre este assunto, escreva-nos para investimentos@bancobest.pt



Click. Click. Who's there?

fazer, não desespere, basta enviar o código por e-mail para a empresa de informática ou de webdesign que lhe trata do site. Na empresa saberão o que fazer. Se colocarem o código correctamente, então surgirá rapidamente um sinal verde no *Google Analytics* indicando que a activação do código foi efectuada com sucesso e que a monitorização está já activa. Para facilitar a análise dos dados, recomendo que seleccione como língua o português de Portugal. Passados alguns dias, começa a poder «ler» os primeiros resultados. No painel geral do *Google Analytics*, as informações surgem agrupadas em quadros que dão a perspectiva geral das visitas. Logo no cabeçalho, visualiza um gráfico simples que lhe dá a visão geral do número de visitas ao longo do mês. Imediatamente abaixo, poderá saber o número total de visitas para um determinado período que você define, o tempo médio de permanência no site, a percentagem de novas visitas, a taxa de rejeição, entre outras informações, todas em português, sem uso de estrangeirismos. A seguir, surgem os quadros que fornecem a perspectiva geral da cobertura regional e a visão geral de conteúdo, dos visitantes e das fontes de tráfego. Se clicar no quadro da cobertura regional, vai ter acesso ao relatório que lhe mostra um mapa mundo com o número de

visitas por país. Se clicar num país, surgirão as informações do número de visitas por cidade e se, mais uma vez, clicar numa cidade, surgirão as médias referentes a essas visitas como a percentagem de novas visitas, o tempo médio que estiveram no site, o número de páginas visualizadas por visita, etc., ou seja, os dados surgem com um elevado nível de detalhe. Já a visão geral das fontes de tráfego permite-lhe perceber a origem das visitas: se é tráfego directo, ou seja, alguém que escreve o seu endereço de site directamente no browser; se é tráfego indirecto, direccionado através de mecanismos de pesquisa como o motor de busca *Google*; ou, se surge através de hiperligações de outros sites. Neste quadro, também poderá saber que palavras-chave foram mais utilizadas para chegar ao seu sítio em linha e esta informação é particularmente preciosa se, por exemplo, tiver uma campanha online activa através de um programa de publicidade como o *Google AdWords*. É fundamental perceber com que palavras os consumidores definem a actividade da sua empresa e colocar isso ao serviço da comunicação. Enfim, esta é sem dúvida uma ferramenta a explorar e que permite traçar o perfil médio do visitante que «bate à porta do site». Do que está à espera para o deixar entrar?

Pub



Soluções que distinguem

- Candidaturas a Programas de Incentivos
- Estudos de Viabilidade
- Implementação de Sistemas de Gestão

INCENTIVOS ÀS EMPRESAS



Aproveite os diversos programas à disposição das empresas e garanta

APOIOS A FUNDO PERDIDO

SISTEMAS DE GESTÃO

- Ambiente
- Higiene e Segurança
- Qualidade
- Responsabilidade Social
- Segurança Alimentar

Para qualquer informação ou dúvida : Rua Padres Carmelitas, nº5 - Braga / www.globofive.pt / geral@globofive.pt / 253 281 125