

Confiança do empresário começa 2021 como terminou 2020: caindo

O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec), medido pela Confederação Nacional do Comércio (CNC), recuou 2,2% em janeiro de 2021, caindo a 105,8 pontos

Apesar de ter registrado a segunda queda mensal consecutiva, o indicador permanece no patamar de otimismo (acima de 100 pontos) pelo quarto mês consecutivo. No comparativo anual, houve variação negativa de 16,4%.

O presidente da CNC, José Roberto Tadros, chama a atenção para o fato de que janeiro é, tradicionalmente, um mês mais modesto para o consumo. "Passado o período natalino e diminuído o efeito do aumento da renda com o 13º salário, as famílias estão mais dispostas a realizar gastos nos serviços de lazer, por força das férias escolares", afirma Tadros, ressaltando que os efeitos da pandemia também seguem afetando a confiança dos comerciantes.

Dois dos principais índices do Icec registraram



No comparativo anual, houve variação negativa de 16,4%.

retrações e tiveram papel determinante no resultado negativo do indicador principal. O referente à satisfação dos comerciantes com as condições atuais (-5,8%) caiu para 80,5 pontos, e o indicador que avalia as expectativas no curto prazo — o único acima dos 100 pontos

— recuou pela segunda vez consecutiva (-2,3%), alcançando 142,1 pontos.

Para Antonio Everton, economista da CNC responsável pela pesquisa, o aumento do dólar, o endividamento das empresas, o reajuste dos aluguéis e a cautela do consumidor para efetuar compras

podem ter influenciado o resultado negativo. "A predominância das percepções adversas também pode ter relação com a necessidade de se fazer investimentos em tecnologia e logística para avançar no e-commerce", aponta.

A intenção de contratação de pessoal foi um dos destaques, subindo 2,1% e fechando o mês com 121 pontos. "O planejamento dos empresários pode incluir aumento do número de pessoal para os próximos meses se a recuperação do emprego, consumo e da geração de renda permanecer em um ritmo satisfatório", indica o economista da CNC, ressaltando que a intenção de elevar o quadro de funcionários tem registrado variações positivas nos meses de janeiro, nos últimos quatro anos (Gecom/CNC).

Copom define juros básicos

O Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central (BC) promoveu ontem (19) a primeira parte da reunião para definir a taxa básica de juros, a Selic. Hoje (20), após a segunda parte da reunião, será anunciada a taxa ao final do dia. Apesar da alta na inflação nos últimos meses, as instituições financeiras apostam na manutenção da taxa em 2% ao ano, no menor nível da história. A projeção consta do boletim Focus, pesquisa com instituições financeiras divulgada toda semana pelo Banco Central.

O Copom reúne-se a cada 45 dias. No primeiro dia do encontro, são feitas apresentações técnicas sobre a evolução e as perspectivas das economias brasileira e mundial e o comportamento do mercado financeiro. No segundo dia, os membros do Copom, formado pela diretoria do BC, analisam as possibilidades e definem a Selic, que representa o principal instrumento do governo para controlar a inflação, garantindo que ela fique dentro da meta estabelecida pelo Conselho Monetário Nacional. Para 2021, a meta está em 3,75%. Para 2022, a meta é 3,5% (ABr).

Produção de aço caiu 4,9% em 2020, informa o Instituto Aço Brasil

A produção siderúrgica nacional totalizou 31 milhões de toneladas no ano passado, queda de 4,9% comparativamente ao volume produzido em 2019, de acordo com balanço divulgado pelo Instituto Aço Brasil. Na avaliação do presidente executivo da entidade, Marco Polo de Mello Lopes, a redução foi devido "à parada de equipamentos ocorrida no momento mais agudo da grave crise de demanda enfrentada pela indústria em abril do ano passado".

A produção de laminados no mesmo período foi de 21,7 milhões de toneladas, queda de 3,7% em relação ao registrado no acumulado de 2019. A produção de semiacabados para vendas totalizou 7,8 milhões de toneladas de janeiro a dezembro de 2020, apresentando retração de 11,6% na mesma base de comparação.

As vendas internas atin-



Redução se deve a crise ocasionada pela pandemia da Covid-19.

giram 19,2 milhões de toneladas, mostrando expansão de 2,4% em relação ao ano anterior. Para Marco Polo, isso confirma a recuperação do mercado interno a partir do segundo semestre. Já as exportações somaram 10,7 milhões de toneladas, ou US\$ 5,4 bilhões em valor, ficando 16,1% e 26,6% abaixo do resultado de 2019, respectivamente.

Do mesmo modo, as importações alcançaram 2 milhões de toneladas no acumulado

até dezembro de 2020, retração de 14,3% frente ao mesmo período do ano anterior. Em valor, as importações atingiram US\$ 2,1 bilhões, com diminuição de 13% no período.

O consumo aparente nacional de produtos siderúrgicos foi de 21,2 milhões de toneladas no acumulado de janeiro até dezembro do ano passado. Esse resultado representa alta de 1,2% frente ao registrado no mesmo período de 2019 (ABr).

Marketing de influência movimentará US\$ 10 bilhões em 2021

Thiago Cavalcante (*)

É fato que hoje as pessoas querem conexão real com quem indica algum produto ou serviço

Mas o marketing de influência não é novo. Sempre foi estratégia essencial de negócio ao longo da história, ao associar a imagem de uma marca a uma personalidade, gerando visibilidade. O que ocorre é que se popularizou e ganhou nova dimensão com os endossos de celebridades cada vez mais acessíveis, devido à internet, seu uso massivo e o advento das plataformas sociais, como Instagram, Facebook e Twitter.

Pesquisa do Ibope revela que mais de 70% dos brasileiros são internautas e isso se reflete diretamente na relação com os influenciadores digitais. Quanto mais estreita essa relação, maior a confiança nas resenhas online e recomendações pessoais. Eis aí o valor dos influenciadores para uma empresa. Tanto é assim que a intenção de investir no marketing de influência cresce ano a ano, assim como sua fatia no orçamento previsto.

Há projeções de que o TAM (mercado total endereçável) do marketing de influência vá bater a casa dos R\$ 10 bilhões em 2021. Entende-se por TAM o total de receita disponível no mercado para serviços envolvendo influenciadores. Essa perspectiva também foi impulsionada pela pandemia, que consolidou de vez a era do boca a boca digital ao destacar o poder de divulgação na internet.

E nesse jogo, ganha quem souber construir a estratégia correta. Há quem ainda aborde o influenciador diretamente, mas a maioria já assimilou,

por experiência própria, que há muito mais por trás da escolha do que meramente número de seguidores. É que as campanhas estão cada vez mais direcionadas e personalizadas, muito mais focadas em resultados.

Vale lembrar que não foram só as empresas que entenderam os rumos do marketing de influência. Os influenciadores também evoluíram no decorrer dos anos, ampliando o mercado para pessoas comuns, que se tornaram populares a partir de hashtags, por exemplo. Como elas podem ser pesquisadas e conectadas a outras postagens relevantes, é possível que qualquer um se torne influenciador usando as palavras certas, alcançando seu público-alvo e ganhando seguidores.

É claro que outros fatores como conteúdo com informação relevante, ideias semelhantes aos dos internautas, interação, reputação e até sorteios de brindes fazem parte do arsenal de táticas para vencer o jogo e arrebatar os seguidores. E tudo isso interfere diretamente na promoção de uma marca ou empresa.

Agora, se qualidade e quantidade nem sempre são equivalentes e, muito menos, sinônimo de resultado, o que conta é a escolha estratégica para a campanha adequada. Hoje já há influenciadores para todas as situações, desde nano — aqueles com até mil seguidores —, até celebridades, com mais de cinco milhões.

Basta saber o que convém para monetizar as ferramentas de marketing digital, em constante renovação. Isso tudo leva a crer que o futuro é promissor.

(*) — É diretor de atendimento e novos negócios na Infr e Adaction Brasil.

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A – Voluntariado Remoto

O Transforma Brasil, movimento que objetiva estimular o voluntariado e o engajamento cívico no país, acaba de lançar a campanha #SOSMANAUS, com o objetivo de recrutar cerca de 200 profissionais de diversas áreas para apoiar mais de 40 organizações sociais que atuam em Manaus e outras regiões do estado. Toda ajuda é bem-vinda, mas as principais especialidades necessárias são médicos, enfermeiros, psicólogos, designers, profissionais de comunicação, além de apoio logístico e telefônico. A Neoenergia, maior grupo privado do setor elétrico brasileiro, é o apoiador master oficial do Transforma Brasil. A atuação é remota e portanto, voluntários de todo o país podem se cadastrar. As informações estão no link (<https://www.transformabrasil.com.br/acao/sos-manauas>).

B – Imagens e Textos

O projeto fotográfico "Retratos do Confinamento - Uma leitura dos pensamentos, emoções e desejos durante os cotidianos da quarentena" está recebendo fotos para a realização de uma exposição de imagens e textos que discutam pensamentos, emoções e desejos presentes no cotidiano de brasileiros e estrangeiros, durante o período de quarentena. A conta foi criada em inglês com vistas a internacionalizar o projeto. Os interessados em participar do projeto devem enviar suas fotos e textos, via direct do Instagram em ([instagram.com/photosofconfinement](https://www.instagram.com/photosofconfinement)). As imagens devem incluir o nome do autor, um título e, se possível, um texto expressando sentimentos, emoções e desejos que se relacionam com a imagem.

C – Vagas para Laboratoristas

O Consórcio JL - Planaterra - Iguatemi, responsável pelas obras da Perimetral Leste de Foz do Iguaçu, que está recebendo investimentos de R\$ 140 milhões da margem brasileira da Itaipu Binacional, está com vagas abertas para encarregado de laboratório, laboratorista e auxiliar de laboratório. É preciso ter experiência com solos, concreto e CBUQ (concreto betuminoso usinado a quente). Currículos para essas três vagas devem ser encaminhados para (roger.andre@construtorajl.com). Todas as demais contratações para a obra serão feitas pelo sistema nacional de vagas, no endereço (<https://www.trabalhabrasil.com.br/>), e também serão divulgadas. No pico da construção, a expectativa do consórcio é gerar de 400 a 500 vagas diretas.

D – Empreendedorismo Feminino

A história de dezenas de mulheres empreendedoras será compartilhada no maior evento de inovação do Brasil - Gramado Summit. A conferência

acontece entre os dias 10 e 12 de março, em Gramado, e terá mais de 140 palestrantes, dos quais pelo menos a metade são mulheres. Um dos três palcos do evento será focado exclusivamente em empreendedorismo feminino, com palestra de mulheres de todo país. Entre os nomes já confirmados estão: Gabriela Augusto (Transcendemos), Paula Hurtado (Nubank), Mariana Holanda (Ambev), Erica Firmo (LinkedIn), Christiane Avila Berlinck (IBM) e Juliana Muncinelli (Amazon). A Gramado Summit também conta com uma feira de negócios, que deve receber mais de 200 empresas, incluindo startups em estágio inicial e marcas já consolidadas no mercado. Outras informações: (www.gramadosummit.com).

E – Atendendo Caminhoneiros

A FreteBras, maior plataforma online de transporte de cargas da América do Sul, anuncia a abertura de 750 vagas em áreas estratégicas como operações, tecnologia, produto e marketing. A companhia anuncia que está contratando 200 colaboradores para trabalhar diretamente na empresa, em formato home-office. Outros 550 profissionais atuarão de forma terceirizada em postos rodoviários, atendendo e apoiando os caminhoneiros parceiros da plataforma em distintas localizações pelo Brasil. Com mais de 600 mil fretes publicados por mês em mais de 95% das cidades brasileiras, a empresa objetiva aperfeiçoar três áreas essenciais do serviço prestado ao setor: segurança, eficiência do ecossistema do transporte no Brasil e geração de empregos e oportunidades. As vagas estão disponibilizadas no link: (<https://jobs.kenoby.com/fretebras>).

F – Ônibus para Angola

A Asperbras Veículos encerra 2020 com a conclusão de mais uma etapa do Projeto de Transporte Urbano Regular de Passageiros, realizado em parceria com o governo angolano. A empresa despachou em dezembro 157 novos ônibus que integrarão as frotas nas províncias de Angola. A iniciativa objetiva oferecer transporte e qualidade de vida às comunidades do país. Os novos ônibus vêm equipados com barreiras de proteção BioSafe para motorista e cobrador, instaladas para auxiliar no combate à pandemia da Covid-19. Com esse embarque, a Asperbras Veículos totaliza 900 unidades de ônibus entregues ao governo angolano. Os Volksbus 17.210 chegaram ao país equipados com chassis MAN, carroceria Marcopolo e Caio e catracas Foca Braun. Outras informações: (www.asperbras.com).

G – Novos Talentos

A Mindsight, empresa especializada em soluções de tecnologia para a área de Recursos Humanos, está com vagas abertas para o seu Progra-

ma de Inovação, que consiste em identificar talentos que gostariam de direcionar suas carreiras para trabalhar com pessoas, dados e tecnologia. O programa conta com quinze vagas para as áreas de desenvolvimento web, ciência de dados, gestão de produto, P&D, UX design, customer success, vendas, administrativo e growth hacking. Não é necessário ter uma formação específica, porém é desejável ter experiência em assuntos de gente e conhecimento na área escolhida, além de interesse em evoluir o RH no Brasil por meio da tecnologia e psicologia organizacional. Inscrições em: (<https://jobs.kenoby.com/mindsight-talentos>).

H – Têxtil e Confecções

Estudo do Seade trata da indústria têxtil e de confecções no Estado de São Paulo, sua estrutura e evolução. O texto levanta os principais determinantes do desenvolvimento desses setores no país e no território paulista e contextualiza essa indústria no começo do século XXI no quadro de mudanças da indústria 4.0, descrevendo as principais características da cadeia produtiva e sua dinâmica. O trabalho também examina a localização da indústria têxtil e de confecções no território paulista e no restante do país com base no emprego formal, bem como traça os principais desafios dessa indústria. Conheça a íntegra do estudo no link: (<https://www.seade.gov.br/wp-content/uploads/2021/01/Seade-Ind%C3%BAstriaT%C3%AAtil.pdf>).

I – Programa de Trainee

A Ame abre inscrições para o Trainee, programa de trainee da fintech e plataforma mobile de negócios que objetiva encontrar talentos das áreas de UX, dados e tecnologia que contribuam com a expansão do ecossistema inovador do super app. Os candidatos vão participar de atividades que buscam desvendar enigmas e soluções aos cases apresentados. Com inscrições abertas até o próximo dia 31, os recém-formados de todo o país poderão participar, sem sair dos estados onde moram, como oportunidade de se desenvolver de forma acelerada no processo seletivo que contempla Fit Cultural, testes, dinâmica online, entrevistas e painel com a diretoria. Além da vontade de aprender e se desenvolver, o candidato deve estar sempre por dentro de práticas que garantam a melhor experiência do usuário na plataforma. Para participar, acesse: (www.traineeja.com.br).

J – Expansão do Negócio

A B2W Marketplace investe em iniciativas que objetivam capacitar os lojistas parceiros para o uso da plataforma e desenvolvimento de estratégias que os auxiliem a alcançar os melhores resultados em seus negócios. A Universidade B2W Marketplace oferece uma série de treinamentos, com videoaulas, áudio treinamentos e webinars ao vivo, além de ferramentas para ajudar desde o pequeno e médio empreendedor, que nunca vendeu online, a começar seu negócio na internet, até quem já é experiente no mercado e quer alavancar suas vendas. São mais de 300 cursos disponíveis para lojistas nacionais e internacionais, com os mais variados temas sobre a plataforma e o mercado, que englobam vendas, atendimento ao cliente, tecnologia e operação, logística e empreendedorismo. Os conteúdos podem ser acessados a qualquer momento pelo site (<https://uni.b2wmarketplace.com.br/>).