

Mulheres são mais atingidas pelo desemprego

José Pio Martins (*)

No relógio do IBGE, o Brasil entrou novembro de 2020 com 212,2 milhões de habitantes

Destes, estima-se que a população economicamente ativa, aquela em condições de trabalhar, seja de 106 milhões. Em torno de 13 milhões trabalham no setor estatal, sobram 93 milhões para o setor privado e, destes, havia 38 milhões de celetistas em março passado, sendo 40% mulheres (15,2 milhões) e 60% homens (22,8 milhões).

Segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), publicado pelo governo federal, 897,2 mil perderam o emprego de março a setembro, em função da pandemia e do isolamento social, sendo 588,5 mil mulheres, ou seja, 65,6% dos demitidos. Os homens são 60% do total de trabalhadores com carteira profissional, mas representam apenas 34,4% dos demitidos no período citado.

As mulheres foram as mais atingidas, e uma das razões é que elas são maioria nas atividades mais prejudicadas pela crise, a exemplo do setor de serviços. Nas análises sobre o mercado de trabalho, três problemas merecem destaque. Um, além de serem maioria entre os demitidos, as mulheres demoram mais a retornar ao emprego formal. Dois, as mulheres têm mais dificuldade de reorganizar o esquema doméstico para voltarem ao trabalho, sobretudo as que têm filhos e estão sem a opção de deixá-los na escola, ainda fechada. Três, os efeitos da reestruturação e da automação nas empresas reduzem a quantidade de trabalhadores necessários.

A professora Simone Wajnman, da Universidade Federal de Minas Gerais, é estudiosa do mercado de trabalho feminino e levantou outro tema interessante: o efeito cicatriz, ou seja, quanto mais tempo a mulher fica afastada do emprego, menor é a chance de ela retornar. O mercado de trabalho merece especial atenção por ser um dos três principais mercados, ao lado do mercado de crédito e do mercado de bens e serviços, e por ter grande impacto sobre as pessoas e suas famílias.

Acompanho a situação do emprego no Brasil e no mundo por ser objeto de

estudo de minha profissão e por interesse pessoal e familiar. Escrevi dois livros sobre educação financeira, um em 2004 e outro em 2011, nos quais trato de finanças pessoais e seus problemas, principalmente na velhice, com destaque para as mulheres. A expectativa média de vida no Brasil está em 75 anos, sendo 79 anos para as mulheres e 71 anos para os homens.

Portanto, as mulheres vivem oito anos mais que os homens, serão maioria entre os idosos e a segurança financeira na velhice se torna essencial. Os economistas são vistos como alarmistas e pregadores de catástrofes. A questão não é essa, mas sim o fato de que o objeto da ciência econômica é a sociedade em sua luta pela sobrevivência e para atender às necessidades físicas, psicológicas e espirituais do ser humano. O animal homem (que, por óbvio, inclui as mulheres) é um ser social, e suas necessidades vão muito além daquelas que podem ser atendidas por bens e serviços materiais.

A economia é o sistema de produção, circulação, distribuição e consumo dos bens e serviços que a sociedade produz, geralmente em ambiente hostil e condições de riscos e incertezas. O mercado de trabalho deve ser analisado muito além de seus aspectos materiais e financeiros, pois seu funcionamento altera crenças, hábitos, costumes, comportamentos e afeta fortemente atos individuais e sociais, inclusive os índices de violência.

Não é por outra razão que têm sido publicados livros, pesquisas e matérias sobre a ciência da felicidade, em cujos conteúdos a vinculação entre o mundo do trabalho e os dramas individuais e sociais aparece com destaque. Um exemplo é a gravidade do desemprego entre os jovens, bem maior do que o desemprego nas demais faixas etárias.

O desespero e o desencanto com a falta de oportunidade para trabalhar, ganhar a vida e se realizar, justamente na fase de maior empolgação e energia, têm levado a falar-se em duas gerações perdidas. Para uma humanidade que saltou de 1 bilhão de habitantes em 1830 para 7,8 bilhões hoje, a vida não tem sido um show de facilidades.

É uma luta árdua! O desafio é ser feliz enquanto a luta se faz.

(*) - Economista, é reitor da Universidade Positivo.

E-commerce de nicho: quais os benefícios e porque investir neles

Começar uma loja virtual pode gerar muitas dúvidas, uma delas é sobre o que vender na internet

A estratégia de focar em um segmento pode ser uma grande iniciativa para alcançar a confiança de seu público-alvo. A vantagem de trabalhar com um nicho de negócio é que o empreendimento pode se tornar autoridade no ramo, atraindo consumidores que estão em busca de um comércio especialista.

A Tray, maior e melhor plataforma de e-commerce, e unidade de negócio do Grupo Locaweb, oferece um ecossistema completo para que clientes atuem e prosperem com vendas online, auxiliando em técnicas que podem impulsionar a comercialização, aumentando lucros e fidelizando consumidores. “Conhecer o público e entregar produtos de qualidade que conversem diretamente com a necessidade e desejo de cada um é a melhor maneira de garantir um e-commerce de sucesso”, explica Williams Marques, diretor-geral e fundador da empresa.

Outra estratégia válida

Smartphones com telas maiores são uma tendência

Vivaldo José Breternitz (*)

Smartphones com telas maiores são uma tendência, levando os pesquisadores da Strategy Analytics, empresa de assessoria na área de tecnologia a afirmarem que na temporada de Natal os novos aparelhos com telas XL da Apple e da Samsung foram os campeões de vendas na Europa e na América do Norte, tendência que provavelmente chegará ao Brasil, senão já, provavelmente nos próximos meses.

Estima-se que no ano de 2020 foram vendidos mais de 900 milhões de smartphones com telas entre 6 e 7 polegadas. Na Europa Ocidental, as vendas desse tipo de dispositivo representaram 77% do total e nos EUA 76%. Os smartphones pequenos, com telas abaixo de 5 polegadas, continuam perdendo market share para os irmãos maiores.

As vendas do iPhone SE da Apple, com tela de 4,7 polegadas, deram um impulso a esse segmento, mas em 2020 os telefones menores representaram apenas 7% das vendas. A Strategy Analytics acredita que os smartphones com menos de 5 polegadas devem sair do mercado até 2025. Como acontece com frequência, pode ser que mudanças no gosto dos consumidores tragam os telefones pequenos de volta às lojas, especialmente lembrando que são mais fáceis de serem levados nos bolsos e manuseados com uma só mão.

(*) - Doutor em Ciências pela USP, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.



Focar em um segmento de negócio direciona para uma fatia de consumidores com maior fit.

é a aposta em um micro nicho de mercado, onde o objetivo é ainda mais segmentado. Como é o caso da Futfanics, uma empresa de esporte que existe há sete anos e quando decidiu focar no e-commerce em futebol revelou ser um grande sucesso de vendas. O crescimento atingiu excelentes números logo no segundo ano de operação, alcançando o faturamento de R\$ 1 milhão em vendas. “Foi uma curva ascendente, bem rápida. Desde então, o crescimento não parou,

anualmente, entregamos 20% de crescimento da empresa”, acrescenta André Garcia, idealizador da Futfanics.

Ao contrário do que muitos pensam, focar em um segmento de negócio não diminuiu o número de vendas, apenas direciona para uma fatia de consumidores com maior fit e, como no e-commerce não existe a barreira geográfica, o produto comercializado pode chegar em qualquer lugar. A empresa Queijo d’Alagoa-MG, nasceu em 2009, na cidade de Ala-

goa, no sul de Minas Gerais, e está na plataforma online desde 2012 fazendo sucesso com suas entregas em todo território brasileiro.

E mesmo comercializando queijo, um produto perecível, o processo de logística é muito simples, quando planejado. Já a RS Discus, que foca suas atividades em peixes ornamentais, acessórios e móveis para aquário, sentiu tamanho sucesso que seu rendimento anual passou de R\$ 400 mil para R\$ 2 milhões apenas com o e-commerce. Roberto Sentanin, proprietário da empresa, diz estar maravilhado com as possibilidades e retornos oferecidos pela internet.

“Muitas pessoas só vão para olhar na loja física e você tem gasto com energia, funcionário, então se tornou uma desvantagem. Na internet é diferente, lá o site é 24 horas, sete dias por semana, e não tem uma série de custos”, explica. - Fonte de mais informações: (www.tray.com.br).

Como é ter um Tesla no Brasil? Quem tem conta que já passou perrengue

Os carros elétricos, sem dúvidas, são os automóveis do futuro. A tecnologia vem se tornando bastante popular em países da Europa e também nos Estados Unidos. No Brasil, porém, o avanço esbarra em impostos extremamente altos e o risco de não conseguir o suporte necessário para aproveitar toda a inovação que um Tesla pode oferecer.

Bruno Maciel, especialista em redes sociais e tecnologia, faz parte da pequena parcela da população brasileira que possui o modelo e conta que por mais vantajoso e sustentável que seja o automóvel, isso não o impediu de passar por perrengues. “Na cidade onde moro, faltavam adaptadores para que eu pudesse recarregar o automóvel. Consegui instalar um carregador na garagem da minha casa cinco dias após a compra e a partir daí as coisas melhoraram”.

Em Balneário Camboriú, Santa Catarina, onde Bruno reside, gradualmente empresas estão investindo no suporte aos carros. O mesmo acontece em cidades próximas. “Ano passado, em um dos shoppings de Florianópolis, havia apenas duas vagas para o Tesla. Agora, em novembro de 2020, o local já conta com



O problema surge apenas quando Bruno Maciel precisa viajar distâncias maiores.

10 carregadores/vagas próprias para elétricos. Enxergo isso como um avanço”.

O problema surge apenas quando Bruno Maciel precisa viajar distâncias maiores. “Aqui na minha região de Santa Catarina existem muitos carregadores rápidos nas rodovias. Agora, se eu fosse visitar minha família em Minas, por exemplo, até conseguiria ir, mas controlando a velocidade e levando mais tempo que o normal, já que precisaria usar alguns pontos de recarga lentos por não haver um ponto sequer de recarga rápida em alguns trechos”, aponta.

Além do preço do automóvel não ser tão atrativo, Bruno conta que é preciso assinar um termo de responsabilidade assumindo que o país onde o carro será usado (nesse caso o Brasil),

não possui suporte para o automóvel. “Esse ano mesmo tive um problema com uma placa de sinal, algo que poderia ser facilmente resolvido, mas que virou um problema por essa falta de assistência”.

“Muitos acreditam que apenas loucos tem um Tesla no Brasil, já que não faz sentido pagar tão caro em um carro que pode vir a ser uma dor de cabeça. Porém, eu enxergo nós que investimos no Tesla como propagadores da tecnologia no país, as pessoas que irão abrir caminho para que empresas comecem a investir em carros elétricos por aqui. Estamos puxando mais investidores para a era tecnológica e de energia limpa”, define Bruno Maciel (Fonte: MF Press Global).

A eficácia da luta contra a pobreza está nos recursos empresariais

Alexandre Brandão Bastos Freire (*)

As implicações da pandemia do novo Coronavírus na economia brasileira já começaram a ser percebidas em março. Então, o dólar bateu a casa dos R\$ 5 pela primeira vez na história do Plano Real e o Ibovespa encerrou o mês com o pior desempenho mensal em mais de 20 anos, tendo, inclusive, acionado seis circuit breakers. Ao longo dos meses até junho, o cenário de instabilidade não foi muito diferente - salvo as oscilações esporádicas na Bolsa. Além disso, analistas já projetam a retração de 6,51% da atividade econômica deste ano.

Sendo assim, é possível conjecturar alguns movimentos que tendem a ocorrer no pós-pandemia do novo Coronavírus, entre eles a enorme quantidade de fusões, aquisições e incorporações de empresas brasileiras. Para 2020, já havia expectativa de que o resultado do mercado mundial de fusões e aquisições superaria o do ano

anterior. O relatório apresentado durante a Conferência Mundial da Baker Tilly International, em outubro, mostra que a maioria dos negociadores entrevistados (71%) tinha como certa a expansão de seus investimentos além-fronteiras à medida que explorarem os mercados estrangeiros, apesar das turbulências do cenário global.

Evidentemente, nenhuma dessas pessoas sequer imaginou que tal turbulência chegasse na forma de vírus e com tanta agressividade a ponto de derrubar a economia global. No ranking dos países com intenção de negócios, segundo o estudo, o Brasil se configurava em décimo lugar, o que revela aumento de credibilidade no país e seu potencial para o sucesso de grandes negócios.

Ainda em 2019, o Brasil já apresentava dados esperançosos em relação a fusões e aquisições. Somente no primeiro trimestre, a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro

e de Capitais registrou a soma de R\$ 108,6 bilhões pelas operações de fusão e aquisição, aquisições de controle, incorporações e vendas de participações minoritárias. Este valor representou crescimento de 20% frente ao registrado no mesmo período de 2018.

O aumento foi impulsionado pelas enormes movimentações no setor de petróleo e gás, seguidas do comércio atacadista e varejista, e dos setores de transporte e logística e de TI e telecomunicações. Somente a venda da TAG (Transportadora Associada de Gás) pela Petrobras, por exemplo, gerou R\$ 34,2 bilhões. E o acordo entre a Petronas e a Petrobras no Campo Tartaruga Verde foi responsável pela soma de R\$ 10,3 bilhões.

Se as projeções para fusões e aquisições no Brasil já eram otimistas em meados de 2019, tendem ser ainda mais favoráveis neste momento, no qual o país conta com a taxa básica de juros

no nível mais baixo desde que surgiu e a expectativa para o dólar nos próximos meses é de maior valorização. Se é que existe algo de positivo neste cenário escabroso de pandemia, que ostenta centenas de milhares de vidas perdidas e quase um milhão de infectados no Brasil, é a chance do país dispor de recursos que, certamente, auxiliarão na retomada econômica.

Naturalmente, as grandes empresas já contavam com caixa para momentos de dificuldade antes mesmo do início da pandemia. No entanto, por fatores diversos, muitas delas, principalmente as empresas brasileiras, não dispunham de caixa estruturado, de modo que, fatalmente, serão compradas por outras companhias mais aparelhadas, o que provocará a entrada de maiores recursos no Brasil.

Este movimento se configura em excelentes oportunidades de negócio para grandes, médias e pequenas empresas,

afinal, quando duas ou mais companhias são unificadas, o montante do faturamento se torna superior ao que era. Além disso, há maior fortalecimento da marca, posto que a empresa concentrará maior público.

Nos EUA, por exemplo, onde estas operações são mais habituais que no Brasil, as fusões, aquisições e incorporações de empresas representam um vetor pujante para o bom fluxo da economia local e, consequentemente, dos demais países do globo. Os norte-americanos, aliás, são os responsáveis pelos maiores aportes no mercado brasileiro.

Sendo assim, é negável que os efeitos dessas operações, principalmente quando envolvem a entrada de recursos estrangeiros, será a possibilidade de uma luta menos dramática contra a pobreza e a desigualdade, escancaradas pelo novo Coronavírus.

(*) - É sócio do escritório Bastos Freire Advogados.