

# FGTS poderá ser usado para abater prestações do SFI

A partir de agosto, os trabalhadores poderão usar recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) para abater prestações do primeiro imóvel financiado com recursos do Sistema de Financiamento Imobiliário (SFI), que financia imóveis com recursos livres dos bancos

A medida foi aprovada pelo Conselho Curador do Fundo. Com a decisão, o mutuário terá duas possibilidades. Na primeira, poderá usar o saldo da conta para reduzir o saldo devedor do imóvel. Na segunda, poderá abater até 80% da prestação em 12 meses, prorrogáveis ao fim de cada período.

Até agora, o uso do FGTS para quitar parte do financiamento imobiliário era restrito ao Sistema Financeiro da Habitação (SFH), que também financia unidades de até R\$ 1,5 milhão, mas tem juros limitados a 12% ao ano e é parcialmente custeado com recursos da caderneta de poupança. A permissão foi estendida ao SFI, que não tem limite de juros e tem como principal



Os recursos do FGTS só poderão ser usados para cobrir o financiamento do primeiro imóvel próprio.

fonte de recursos grandes investidores empresariais, como bancos comerciais e bancos de investimento.

Os recursos do FGTS só poderão ser usados para cobrir o financiamento do primeiro imóvel próprio, e o

mutuário deverá ter conta no Fundo de Garantia há mais de três anos. O Conselho Curador também alterou regras para facilitar a portabilidade dos contratos, que permite a migração de financiamentos para bancos com

juros menores. Em caso de descontos no valor do imóvel para diminuir a prestação, a instituição financeira que recebe o financiamento terá de devolver ao FGTS a quantia descontada e incluir o valor no saldo devedor.

O Conselho também definiu que os juros dos novos financiamentos após a migração de bancos não poderão ser inferiores a 6% ao ano, rendimento atual do FGTS. A mudança visa evitar que eventuais operações de portabilidade tragam prejuízos ao Fundo. Hoje, os financiamentos habitacionais com recursos do FGTS cobram até 8,16% ao ano, considerando a margem do banco. Com as novas normas, caberá a cada mutuário fazer as contas para saber se a portabilidade será vantajosa (ABR).

## Sector de serviços recuou 4% de fevereiro para março

O volume de serviços caiu 4% na passagem de fevereiro para março, depois de duas altas consecutivas do indicador. As informações da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) foram divulgadas pelo IBGE. Com o resultado, o segmento voltou a ficar abaixo do patamar antes da pandemia da Covid-19. "O setor mostrava um movimento de recuperação desde junho do ano passado e chegou a superar o patamar pré-pandemia.

Mas, com a queda em março, encontra-se 2,8% abaixo do volume de fevereiro do ano passado", disse Rodrigo Lobo, pesquisador do IBGE. Os serviços tiveram quedas acumuladas de 12 meses (-8%) e no acumulado de 12 meses (-8%). Na comparação com março do ano passado, houve crescimento de 4,5%.

Na passagem de fevereiro para março, três das cinco atividades de serviços tiveram queda em seu volume: serviços prestados às famílias (-27%), transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio (-1,9%) e profissionais, administrativos e complementares (-1,4%). Dois segmentos tiveram aumento no volume de serviços: informação e comunicação (1,9%) e outros serviços (3,7%).

A receita nominal dos serviços teve quedas de 0,4% na comparação com fevereiro deste ano, de 0,2% no acumulado do ano e de 7,7% no acumulado de 12 meses. Na comparação com março do ano passado, a receita cresceu 6,1% (ABR).

## O comportamento dos consumidores em farmácias

O mercado farmacêutico vem em contínuo crescimento, comparando-se os resultados, dos últimos 12 meses, finalizados em março de 2021. Nesse mesmo período do ano anterior, os resultados apontaram uma alta de 16,2% dos valores vendidos.

Para analisar esse mercado foi realizada uma pesquisa sobre o consumidor em farmácias, aplicada pelo Instituto Febrifar em parceria com a Unicamp e que entrevistou 4.000 consumidores em todo o país. A pesquisa analisou quais os comportamentos e os tipos de medicamentos que são adquiridos pelos consumidores e apontou que, entre os entrevistados, o gasto médio de compra foi de R\$ 54,01.

Segundo as respostas dos consumidores, 62,6% compraram pelo menos um genérico dentre os produtos adquiridos, desses, 25% compraram apenas genéricos. Já em relação aos produtos de marcas, ele fez parte das compras de 63,9% dos consumidores e 24,4% compraram apenas esses produtos. Já os não medicamentos participaram de



O bolso e a comodidade são fatores primordiais na escolha da farmácia.

23,4% das cestas de compras e apenas 4,6% compraram apenas essa categoria.

Os consumidores ao serem questionados sobre quais os critérios de escolha de uma farmácia, ficou bem claro que o bolso e a comodidade são fatores primordiais na decisão, deixando vários outros de lado. 75,4% afirmaram escolher pelos preços e 14,9% apontaram a localização como fator importante. Além desses fatores, foram considerados também: o estoque (5,1%), possuir atendimento da Farmácia Popular (2,4%), a facilidade de estacionar (0,9%) e o bom atendimento (1,1%). - Fonte: AI/Febrifar.

## As tendências do futuro na construção civil

Daniel Katz (\*)

*A pandemia trouxe uma série de mudanças significativas para o segmento da construção civil e acelerou tecnologias e tendências no mercado das construtoras*

Entre as principais transformações desse cenário está a adesão ao home office, que exigiu das empresas do setor a implementação do conceito "work from home", que é a necessidade de recriar ambientes residenciais, para auxiliar as pessoas a adicionarem espaços corporativos dentro de casa. Esse modelo de trabalho remoto foi adotado em massa em 2020, se tornando hoje completamente integrado ao meio empresarial.

Por conta dessa tendência do futuro, que foi antecipada devido às medidas de distanciamento social, a valorização da moradia em razão da necessidade de criar espaços específicos para escritórios tem sido uma nova exigência no mercado da construção civil. Por isso, se tornou essencial para as empresas acompanhar essas transformações, principalmente pensando no cenário de pós-pandemia.

Transformar um cômodo em um local específico para o trabalho, por exemplo, com boa luminosidade e ventilação, contribui para o bem-estar e ajuda a aumentar a produtividade. Além disso, criar ambientes fora da área residencial, como espaços WFH (work from home), já fazem parte dos principais lançamentos internacionais e são prioridades em projetos do futuro.

Essa modalidade, inclusive, faz parte de um mercado diferenciado denominado de "novo luxo", onde o

consumidor está mais interessado em qualidade de vida, novas relações de trabalho com espaços próximos a suas casas, porém sem interferências, além da vantagem de serem bem localizados. Esses fatores vem se tornando preferências na rotina das pessoas, o que impacta diretamente no mercado da construção civil e as novas tendências em projetos imobiliários.

Outras inovações tecnológicas que também foram impulsionadas pela pandemia são opções de investimento para empresas do segmento, o que pode ser um diferencial para aproveitar a recuperação do mercado. A sustentabilidade, por exemplo, é uma tendência que continuará em alta nos próximos anos. Construções que valorizam a preservação do meio ambiente tem se destacado mais no mercado.

A expectativa é que projetos sustentáveis não estejam presentes apenas em jardins e painéis solares, mas na construção em si, com o uso de materiais ecológicos e reciclados, com o objetivo de reduzir o impacto do setor no ecossistema. A internet das coisas (IoT) é outro destaque que aumentará, significativamente, a capacidade gerencial e, consequentemente, o desempenho mercadológico das construtoras, que se tornarão muito mais eficientes em suas atividades.

Portanto, conhecer as tendências da construção civil é essencial para melhorar o desempenho das empresas neste momento. E diante dessa perspectiva, se a necessidade de inovar antes era fundamental para se manter no mercado, agora é indispensável para garantir a recuperação econômica e deixar qualquer negócio competitivo nesse cenário de retomada da economia.

(\*) - É presidente da Katz Construções.



## NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

### A - Dupla Cidadania

A busca pela cidadania europeia tem uma grande demanda no Brasil. A procura vem de todo o país, mas algumas cidades se destacam com o volume de busca. A Aquila Company, consultoria migratória, realizou um levantamento e apresentou números que detalham essa pesquisa pelo acesso a terras europeias. As cinco primeiras cidades que mais pesquisam são dominadas pelas regiões Sul e Sudeste do país, contando com São Paulo, Curitiba, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Campinas. Juntas, as metrópoles somam mais de 21 mil procuras. Para a obtenção da cidadania a pessoa precisa ter um parente próximo que tenha nacionalidade europeia. Para os casos de nacionalidade portuguesa, é necessário que o parentesco seja até de 2º grau, diferente da italiana, que não tem limite de geração, só precisando comprovar a transmissão de sangue via certidão. Informações: (www.aquilacompany.com.br).

### B - Compras Internacionais

Consumidores que vivem na cidade de São Paulo já têm asseguradas suas entregas de compras internacionais no prazo máximo de 12 dias. A nova modalidade de delivery garante ao usuário paulistano que, sempre que optar por um produto marcado com a etiqueta "Entrega em 12 dias", receberá sua encomenda no período acordado. O prazo, um recorde para compras internacionais no Brasil, é possível graças a melhorias na logística internacional e doméstica operada pelo AliExpress. Além das tecnologias que auxiliam no desembaraço de encomendas estrangeiras que entram no país, o marketplace opera quatro voos fretados semanais para o Brasil e integra prestadores de serviços logísticos para cumprir o transporte interno de encomendas. Para saber quais produtos têm entrega garantida no prazo mínimo, o usuário pode ativar o filtro "Entrega em 12 dias" e visualizar apenas os itens elegíveis para esta modalidade. Mais informações: (www.aliexpress.com).

### C - Programa de Estágio

A PepsiCo, uma das maiores empresas de alimentos e bebidas do mundo, está com inscrições abertas para seu Programa de Estágio 2021, intitulado como First Gen, que inclui vagas para as áreas de Marketing, Vendas, Operações, Finanças, Jurídico, RH e Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) em oito localidades do país: São Paulo, São Bernardo do Campo, Sorocaba, Itu, Feira de Santana, Recife, Cabo de Santo Agostinho e Rio de Janeiro. A empresa tem como um de seus valores garantir a diversidade racial e a representatividade feminina em seu quadro de funcionários e, para isso, tem como compromisso a contratação de 50% de mulheres e pessoas negras nesta edição do programa. Até o dia 7 de junho os interessados podem se inscrever no link: (http://www.firstgen-pepsico.com/brasil).

### D - Design Gráfico

O Museu da Casa Brasileira abre vagas para o curso Design Gráfico: Processos Criativos e Experimentação, ministrado pelo professor Leopoldo Leal (Senac). A realização objetiva promover experimentações gráficas a partir de simples problemas visuais e fomentar a reflexão e a discussão sobre a produção e os processos criativos de designers gráficos. A cada aula, o aluno irá compreender que quanto mais se experimenta, maior é a probabilidade de encontrar uma boa ideia; que conectar elementos, coisas, pessoas e lugares é um poderoso recurso para se confrontar com situações ou ideias nunca imaginadas. Os encontros serão online, viabilizados na plataforma ZOOM, nos dias 8, 15, 22 e 29 de junho, das 19h às 21h. Inscrições: (www.eventbrite.com.br). Informações: (cursos@mcb.org.br).

### E - Mercado de Publicidade

O mercado publicitário consolidou um espaço inovador e visando a promoção e desenvolvimento de profissionais na mídia, a OLX, uma das maiores plataformas de compra e venda online do país, anuncia o programa de incentivo OLX ADS Challenge, que além de trazer conteúdo específico para o mercado de mídia online, também fortalece a parceria com os times comerciais, com foco nos profissionais de Mídias e Planejamento das empresas e agências de publicidade. A plataforma traz conteúdos específicos de estratégias de marketing, como práticas que melhoram as visualizações de anúncios em dados comerciais; mapeamento de tendências, recolhendo e desenvolvendo pesquisas de comportamentos dos consumidores; além de dinâmicas e quizzes com conteúdos exclusivos. As instruções para participar do OLX ADS Challenge podem ser conferidas em (http://www.olxadchallenge.com.br).

### F - Digital Conference

O Grupo Locaweb, pioneiro em soluções Business to Business (B2B) para digitalização dos negócios, está trazendo sua segunda edição totalmente online e gratuita para ajudar o empreendedor de conteúdos sobre empreendedorismo e e-commerce. O evento acontece nos próximos dias 26 e 27, e conta com palestrantes como Ana Lu McLaren, cofundadora e presidente do conselho da Enjeoi; Levi Lopes, consultor de sucesso do cliente do Desk360; Rafael Hasson, CEO e fundador da ConnectPlug; Ricardo Rodrigues, head de produto da All in/Social Miner; Rodrigo Dantas, CEO e fundador da Vindi; Stela Torres, head de marketing e parcerias do Melhor Envio; Melissa Visgueira, gerente comercial hunter e parcerias da Yapay; e Vanessa Lira, diretora de operações da Si14. Inscrições e mais informações: (http://locawebdigitalconference.com.br/).

### G - Idioma Turco

Você sabia que a Turquia é o segundo maior exportador mundial de ficção televisiva? De acordo com a Assembleia de Exportação da Turquia, o país fica atrás apenas dos Estados Unidos, e as suas conhecidas novelas e comédias românticas estão presentes em mais de cem países. Muitos brasileiros começaram a consumir produções turcas, que estão disponíveis em serviços de streaming e em alguns canais abertos, e que viraram um verdadeiro fenômeno. E, para compreender melhor as narrativas e histórias destas novelas, os seus fãs brasileiros buscaram aprender a língua falada na tela! Segundo o Duolingo, app educacional, o turco foi a terceira língua que mais cresceu no Brasil. No mundo, ele ficou em quarto lugar no top 5 de idiomas que mais cresceram, ao lado do hindi, coreano, japonês e chinês. Saiba mais em: (www.duolingo.com).

### H - Corretor Digital

Entre os próximos dias 17 e 19, a G Digital, startup de desenvolvimento de softwares para marketing e vendas, promove a "Jornada do Corretor Digital". Online e gratuito, o evento pretende ajudar corretores de imóveis e imobiliárias a criar uma estrutura de vendas pelo ambiente digital e retomar o volume de negócios. Criar novas estratégias e se adaptar ao novo modelo de trabalho pode não ser uma tarefa simples para esse grupo. O evento contará com a participação de Ricardo Reschke - especializado em vendas do setor e diretor comercial da G Digital. A agenda aborda temas que fazem parte da estratégia digital, por exemplo "Como atrair clientes nas redes sociais", "Como encantar o cliente para que ele compre o imóvel", "Ferramentas de produtividade e organização", entre outros. Para participar basta se inscrever pelo link: (https://gdigital.com.br/jornada-corretor-digital-2021/).

### I - Ídolos do Esporte

A Casa da Moeda do Brasil e a Memorabilia do Esporte acabam de lançar a primeira série de medalhas da coleção 'Grandes Ídolos do Esporte'. Robert Scheidt, velejador bicampeão olímpico, que se prepara para a disputa dos Jogos Olímpicos de Tóquio, é o primeiro homenageado da coleção que vai trazer ainda nomes como Maria Esther Bueno, Rodrigo Pessoa, Jackie Silva e Sandra Pires, Daniel Dias, Hortência, Cesar Cielo e Daiane dos Santos em 2021 - nomes de 2022 serão anunciados em data futura. Scheidt está retratado em séries exclusivas de medalhas em prata, bronze dourado, bronze e cuproníquel. Cunhadas com acabamento especial "proof", as medalhas de prata (+ 31g), bronze dourado (+ 24g) e bronze (+ 24g) possuem diâmetro de 40mm, enquanto a linha de cuproníquel tem 30mm. Saiba mais em (www.clubedamedalha.com.br).

### J - Empreendedoras de Tecnologia

Estão abertas as inscrições para a 2ª turma da Future Females Business School, programa oferecido pela missão diplomática do Governo Britânico no Brasil através do UK-Brazil Tech Hub. O programa é gratuito e online e terá início em 14 de junho. O programa tem duração de 12 semanas e oferece treinamento, mentorias e conexões para que as empreendedoras possam iniciar e desenvolver seus negócios digitais de impacto global. O programa é ideal para empreendedoras brasileiras com uma ideia ou negócio de base tecnológica em estágio inicial que criam impacto social ou ambiental positivo, abordando questões sociais como pobreza e desigualdades e/ou questões ambientais como as relacionadas às mudanças climáticas. Inscreva-se em: (http://bit.ly/FFBSinscricoes).