

## Reindustrialização em um cenário de incertezas

João Carlos Marchesan (\*)

“A riqueza de uma nação se mede pela riqueza do povo e não pela riqueza dos príncipes”, frase atribuída ao filósofo escocês Adam Smith

Ele retrata bem a necessidade do Brasil de hoje. Precisamos de empregos de qualidade, erradicar a pobreza de grande parte da população, distribuir melhor a renda e promover o crescimento. Nesse sentido, e especialmente no contexto atual, a indústria deve ter um papel muito relevante para o desenvolvimento do Brasil. Incentivar a indústria significa incentivar a criação de emprego e melhores salários.

Com o que temos crescimento econômico, melhor distribuição de renda, especialmente pela correlação com demais macro-setores, como o agropecuário, o extrativo-mineral e o de serviços. Investir na indústria significa investir nas cadeias produtivas e gerar crescimento como um todo. Historicamente, todos os países que lograram êxito no desenvolvimento tiveram a indústria como um fator chave.

Só quem tem conhecimento do que significa a indústria para o desenvolvimento de um país pode ter a noção precisa de qual prejuízo, sob todos os pontos de vista, a desindustrialização pode causar. Sabemos que o Brasil vem desde meados da década de 80 em processo contínuo de deterioração da sua estrutura produtiva. A atual participação da indústria manufatureira no PIB é de apenas 11% enquanto países no mesmo estágio de desenvolvimento em torno de 25%.

O baixo nível de diversidade e sofisticação da

atividade produtiva inviabiliza o desenvolvimento de serviços empresariais e consequentemente a ampliação da renda per capita nacional. O país vem registrando nas últimas décadas baixo crescimento econômico e taxa de investimento aquém da necessidade de um país em desenvolvimento. Para crescer a taxas acima de 3,5% ao ano, sustentadamente é imperativo investimentos da ordem de 25% do PIB ao ano.

É preciso um modelo de desenvolvimento que leve em conta o potencial de se construir um novo projeto de nação e, diante disso, ressaltar o papel da indústria. Mundialmente, o Brasil é um dos poucos países que tem todas as condições para esse projeto. Porque é um país que tem forte demanda reprimida na área de infraestrutura, o que pode ser uma grande oportunidade para o crescimento.

Apesar da desindustrialização, ainda é o maior pálio produtivo da América Latina, e também possui mercado e economia em escala suficiente para reverter a desindustrialização. Nós entendemos que os eixos da reindustrialização passam por investimento forte. Estamos hoje abaixo de 15% da formação bruta de capital fixo sobre o PIB e deveríamos estar a pelo menos 25%.

Isso nos faz entender que não temos um bom ambiente de negócios, temos insegurança jurídica alta e as reformas estruturais ainda não aconteceram. Reduzir o Custo Brasil é um ponto importante e fundamental para colocarmos a indústria no seu devido lugar, gerando crescimento e desenvolvimento para o país.

(\*) - É administrador de empresas, empresário e presidente do Conselho de Administração da ABIMAQ.

## Geração de energia solar traz R\$ 35,6 bilhões de investimentos ao país

A energia solar acaba de atingir a marca histórica de 7 gigawatts (GW) de potência instalada em telhados, fachadas e pequenos terrenos de residências, comércios, indústrias, produtores rurais, prédios públicos no Brasil, o que equivale a metade de toda a capacidade da usina hidrelétrica de Itaipu, segundo mapeamento da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar).

O país possui mais de 611 mil sistemas solares fotovoltaicos conectados à rede, trazendo economia e sustentabilidade ambiental para mais de 765 mil unidades consumidoras. Desde 2021, foram mais de R\$ 35,6 bilhões em novos investimentos, que geraram mais 210 mil empregos acumulados no período, espalhados ao redor de todas as regiões do Brasil.

Embora tenha avançado nos últimos anos, o Brasil continua atrasado no uso da geração própria de energia solar. Dos mais de 88 milhões de consumidores de energia elétrica do país, apenas 0,8% já faz uso do sol para produzir eletricidade, limpa, renovável e competitiva.

A aprovação pelo Congresso do marco legal para a geração própria de energia renovável, proposto pelo Projeto de Lei nº 5.829/2019, fortalecerá a diversificação da matriz elétrica brasileira

e a segurança de suprimento elétrico, em tempos de crise hídrica e aumentos na conta de luz.

De autoria do deputado federal Silas Câmara e relatoria do deputado federal Lafayette de Andrada, garantirá em lei o direito do consumidor de gerar e utilizar a própria eletricidade, a partir de fontes limpas e renováveis. O texto foi aprovado na Câmara em agosto e seguiu para apreciação no plenário do Senado. A expectativa do setor é de que seja votado e sancionado ainda em 2021.

A tecnologia solar fotovoltaica está presente em mais de 5.369 municípios e em todos os estados brasileiros, sendo que os estados líderes em potência instalada são, respectivamente: Minas Gerais (1.304 MW), São Paulo (888 MW), Rio Grande do Sul (849 MW), Mato Grosso (534 MW) e Paraná (383 MW).

“A energia solar terá função cada vez mais estratégica para o atingimento das metas de desenvolvimento econômico e ambiental do país, sobretudo neste momento, para ajudar na recuperação da economia após a pandemia, já que se trata da fonte renovável que mais gera empregos no mundo”, aponta o CEO da Absolar, Rodrigo Sauer. - Fonte e mais informações: (www.absolar.org.br).

# Popularização do e-commerce estimula empresas a repensar estratégias

Segundo o estudo Webshoppers, o e-commerce brasileiro registrou o maior crescimento em 20 anos no primeiro semestre de 2020, com uma alta de 47%

É fato que muito desse resultado se deve às restrições da pandemia, mas os especialistas alertam que trata-se de um fenômeno irreversível, ao qual as empresas e vendedores autônomos devem se adaptar o mais rápido possível.

Leonardo Carvalho, coordenador do MBA em Gestão de Negócios no Centro Universitário Newton Paiva, acredita que o crescimento significativo do e-commerce pode ser explicado pela disposição do consumidor em mudar seus hábitos de compra. “Muitas pessoas tinham receio em adquirir produtos online por insegurança ou desconhecimento acerca das plataformas. No entanto, quando se viram impossibilitados de comprar presencialmente, se viram obrigados a recorrer a essa modalidade e acabaram conquistados pelo conforto que ela oferece”, analisa o especialista.

E que a competitividade no varejo tem sido ampliada graças à percepção das grandes empresas que atuam no setor de que a adaptação é uma necessida-



O crescimento do e-commerce pode ser explicado pela disposição do consumidor em mudar seus hábitos de compra.

de. Um exemplo que ilustra o esforço das organizações para conquistar os clientes nessa nova modalidade é o da Lojas Americanas, cujos investimentos no e-commerce tem permitido a realização de entregas em menos de 24 horas, dependendo da localidade. Segundo Leonardo, existem empresas que estão até deixando de lado as lojas físicas por considerarem o comércio virtual mais vantajoso. “Dependendo do modelo de negócio e do público a ser atingido, o e-commerce pode ser até mais rentável do que o tradicional. No entanto, é importante buscar

um equilíbrio entre os dois modelos e se nortear sempre pela tendência de comportamento do consumidor”.

Outra consequência do crescimento do e-commerce é o fomento para o empreendedorismo digital. “É um ambiente democrático que oferece às pessoas que não têm capital para investir em um negócio tradicional a oportunidade de utilizar plataformas já existentes para estabelecer contato com clientes e realizar as vendas”, afirma o professor, ao destacar a criação dos marketplaces como facilitadores desse processo.

Leonardo destaca ainda que a pandemia impulsionou algumas tendências que estavam incipientes, como a venda de conhecimento. Se encaixam nessa categoria os gurus de finanças e até mesmo os cursos sobre como vender mais utilizando as redes sociais. Além disso, têm surgido novas tendências, como a da compra de calçados e vestuário online, com as pessoas fazendo menos questão de tocar e experimentar as peças antes de adquiri-las.

Para quem deseja empreender ou se adaptar a essa nova realidade, Leonardo dá duas dicas principais: conhecer o público e diversificar os canais. “É preciso ser omnichannel, ou seja, estar presente nas diversas plataformas em que o consumidor utiliza, porque a experiência do usuário é um fator decisivo na hora da tomada de decisão. Para isso, é fundamental fazer um diagnóstico do negócio e compreender as preferências do público de interesse”, finaliza o professor. - Fonte e outras informações: (www.newtonpaiva.br).

## A nova onda de gestão de dados sustentáveis no ESG

Rafael Latagahn (\*)

A agenda ESG (Ambiental, Social e Governança Corporativa, em português) tem gerado uma mudança de pensamento nas áreas estratégicas de companhias de diversos setores, incluindo as empresas de tecnologia. Se antes o Big Data era uma tendência para o impulso à transformação digital, hoje, o Small Data ganha seu protagonismo como a chave para ligar a gestão de dados às questões de Governança Corporativa e Ambiental.

Vimos as empresas de TI mostrarem ao mercado a riqueza por trás dos dados, que passaram a ser considerados o novo petróleo na economia. Mas, mesmo nessa área digital, eles têm características poluentes. Por exemplo, para uma empresa conseguir ser ESG, ela precisa de informações que irão ajudá-la a entender seus desafios para se tornar mais sustentável.

Assim, é necessário conhecer todo seu processo, do início ao fim, e isso só é possível com a coleta de dados. À medida que essas informações são reunidas, será necessário o uso de mais energia e máquinas para processá-las e armazená-las, desencadeando, de certa forma, um impacto ambiental. A saída para reduzir este efeito é aplicar a gestão desses dados, ou seja, por onde e quem acessa, qual funcionalidade, como governar, qual a validade, entre outras particularidades que desencadeiam na Governança Corporativa - o G do ESG.

Essa medida promoverá o entendimento sobre quais informações fazem sentido para o negócio e devem ser armazenados. Consequentemente, esse volume será reduzido. Então, pensando na questão ambiental, quando as empresas valorizam o Small Data, elas estão trabalhando seus dados de forma sustentável. Uma empresa de saneamento, por exemplo, que deseja entender qual o seu impacto no meio ambiente, obrigatoriamente vai precisar analisar os dados vindos dos seus sistemas de distribuição e coleta para entender os pontos nos quais existe a perda de água, um impacto ambiental ainda mais abrangente.

Envolvendo inúmeras fases, que vão da captação, passando pela adução de água, tratamento, coleta, reserva e até a distribuição. Ou seja, muitos dados



As empresas que conseguem governar seus dados estarão no caminho da conformidade em relação às exigências da LGPD.

são gerados, mas, com o objetivo de que sejam armazenadas somente as informações necessárias para o seu core business, é preciso adotar uma camada de governança no processo.

Nesse sentido, a jornada ESG envolverá não apenas o impacto ambiental (E) do seu principal negócio - saneamento, que certamente é maior, como também reduzirá o efeito negativo do ponto de vista do uso excessivo de energia para processamento dos dados por meio da adoção da governança (G). Além disso, as empresas que conseguem governar seus dados, respeitando a privacidade e a propriedade, estarão no caminho da conformidade em relação às exigências da LGPD.

No mundo dos negócios, se tornar uma empresa atrativa tanto na captura de investimentos, como na busca por créditos mais acessíveis, pode ser o primeiro empenho das organizações nessa jornada ESG. Mas é inquestionável o valor dessa mudança de pensamento para que os resultados sejam sentidos no âmbito socioambiental. Afinal, a organização que ainda não tem essa motivação já é considerada ultrapassada.

(\*) - É diretor da área de Digital Business da Engineering, companhia global de Tecnologia da Informação e consultoria especializada em Transformação Digital (www.engdb.com.br).



netjen@netjen.com.br



Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3106-4171