

Vendas de máquinas e equipamentos caíram 2,2% em outubro

As vendas da indústria de máquinas e equipamentos totalizaram, em outubro, R\$ 18,4 bilhões, uma queda de 2,2% em relação ao mesmo mês do ano passado

Em comparação a setembro, também houve declínio de 6,4%. No acumulado do ano, no entanto, até outubro, as vendas somaram R\$ 182,1 bilhões, 25,4% superior ao mesmo período de 2020. Os dados, divulgados hoje (24), são da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq).

As vendas para o mercado doméstico somaram R\$ 13,9 bilhões, uma diminuição de 3,3% em relação ao mesmo mês do ano passado. “Pela primeira vez, após 15 meses consecutivos de crescimento, observou-se queda na comparação interanual [das



O mercado doméstico encolheu 3,3% no período.

vendas gerais (-2,2%) em razão, exclusivamente, da relativa piora no mercado doméstico, que encolheu

equipamentos, montante 31,6% superior ao registrado no mesmo mês de 2020. Em relação a setembro, as exportações foram 10,5% menores. No acumulado do ano, até outubro, as vendas ao exterior somaram R\$ 7,4 bilhões, 31,1% acima do registrado no mesmo período do ano passado.

A Abimaq destacou os setores que mais estão acumulando crescimento nas vendas em 2021: máquinas para logística e construção civil (56,9%); máquinas para agricultura (37%); máquinas para a indústria de transformação (37,6%); e componentes (26,7%) (ABR).

Inflação da construção fica em 0,71%

O Índice Nacional de Custo da Construção – M (INCC-M), medido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), registrou inflação de 0,71% em novembro deste ano, abaixo da taxa de 0,80%, do mês anterior. Com o resultado, o INCC-M acumula taxas de 13,68% no ano e de 14,69% em 12 meses.

O recuo de outubro para novembro foi puxado pelos materiais e equipamentos. Este segmento registrou uma inflação de 1,23% em novembro deste ano ante uma taxa de 1,68% em outubro. Os serviços e a mão de obra, por outro lado, tiveram alta na taxa de inflação. A taxa dos serviços subiu de 0,36% em outubro para 0,49% novembro. Já a variação de preços da mão de obra subiu de 0,10% para 0,28% (ABR).

Expectativa de vida passa para 76,8 anos sem considerar Covid-19

O aumento da expectativa de vida ao nascer no país em 2020 era de 76,8 anos, uma alta de 2 meses e 26 dias em relação ao ano anterior (76,6 anos). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no entanto, a idade foi estimada caso o país não tivesse passado pela pandemia da Covid-19. Portanto, não considera a crise de mortalidade provocada pela doença naquele ano.

Se não considerarmos os efeitos da Covid-19, a expectativa de vida para os homens era de 73,3 anos em 2020. Já para as mulheres, a esperança de vida era de 80,3 anos, no ano. O IBGE explicou que uma análise do aumento de óbitos acarretado pela pandemia para o Brasil e cada unidade da federação foi feita na publicação das Estatísticas do Registro Civil, na semana passada.

A expectativa de vida é



A informação é resultado de estudo divulgado pelo IBGE.

parte da pesquisa chamada Tábua de Mortalidade, que são calculadas a partir de projeções populacionais, baseadas nos dados dos censos demográficos. “Após a divulgação dos resultados de cada Censo Demográfico, o IBGE elabora novas tábuas de mortalidade projetadas. As últimas tábuas foram construídas e projetadas a partir dos dados de 2010, ano de rea-

lização da última operação censitária no Brasil.

Da mesma forma, um novo conjunto de tábuas de mortalidade será elaborado após a publicação dos resultados do Censo 2022, quando o IBGE terá uma estimativa mais precisa da população exposta ao risco de falecer e dos óbitos observados na última década”, informa nota do IBGE (ABR).

Em cinco anos, quem não se digitalizar, vai deixar de existir

Antonio Wroblewski (*)

Foi-se o tempo em que as empresas podiam simplesmente se manter fora do universo digital

Em “O futuro é mais rápido do que você pensa”, Peter Diamandis e Steven Kotler abordam a importância da convergência tecnológica e como ela está transformando a economia, as empresas e consequentemente as nossas vidas. Segundo as previsões dos autores, nos próximos dez anos, nós vamos presenciar mais inovações do que as que pudemos ver no último século, graças à crescente interligação entre tecnologia e serviços.

A pandemia acelerou o processo de digitalização e, para se ter ideia, no Brasil, as vendas online passaram a representar 21,2% do faturamento do comércio varejista em 2021, ante os 9,2% de antes da crise sanitária, segundo dados da Sondagem do Comércio, feita pela FGV. Diamandis e Kotler acreditam que, em cinco anos, a empresa que não partir para o universo digital tende a deixar de existir. Em outras palavras, é possível afirmar que, em pouco tempo, a digitalização será uma questão de sobrevivência.

Isso acontece porque, cada vez mais, as decisões precisam ser tomadas com base no maior número de dados possível e não dá para fazer isso sem se digitalizar. A experiência de compra e principalmente a segurança e a comodidade de consumir produtos ou contratar serviços sem sair de casa vêm determinando como as coisas devem funcionar

daqui para a frente. Além de conforto e segurança, a transformação digital promove redução de custos e facilita o controle da gestão.

É impossível melhorar os processos atuando com base em planilhas de Excel. O fato é que a transformação digital é um caminho sem volta. Considerando que a tecnologia está cada vez mais presente no nosso dia a dia, transporte, varejo, educação, saúde, alimentação, setor imobiliário e entretenimento, por exemplo, são algumas das áreas que já estão se adaptando e devem continuar evoluindo nos próximos anos.

A grande vantagem da digitalização é a eliminação de intermediários e isso significa benefícios para o consumidor, que passa a ter total controle sobre suas decisões de compra. Já para as empresas, entregar rapidamente e com qualidade é indispensável na conquista de novos clientes.

Encontrar e implementar soluções inteligentes com o objetivo de melhorar a experiência do consumidor final, portanto, são o caminho para as empresas que querem continuar no mercado. Quem não se adaptar a isso, vai ficar para trás. O futuro chegou mais rapidamente graças à Covid-19 e não há como retroceder.

A mudança é progressiva e, por aqui, ainda temos um longo caminho a percorrer. No entanto, quem quer se consolidar precisa começar a planejar desde já para que, em alguns anos, o digital seja uma realidade sólida.

(*) - Engenheiro com MBA na New York University, é presidente do Conselho de Administração da Pathfind; na BBM Logística e sócio da Awro Logística e Participações.



lobato@netjen.com.br

A – 450 mil Unidades

O Polo Automotivo da Stellantis em Goiana, no estado de Pernambuco, atingiu a marca de 450 mil unidades produzidas do Jeep Renegade. Líder de vendas em seu segmento, o Renegade é o Jeep mais vendido de 2021 no Brasil, com mais de 67 mil unidades emplacadas até o momento. Ele ainda ocupa a quarta posição entre os veículos mais vendidos no país. Além do seu sucesso em território nacional, o carro é exportado para outras 12 nações da América Latina, como Argentina, Uruguai e Chile. Inaugurado em 2015, o Polo Automotivo da Stellantis foi responsável por estreitar a plataforma de conectividade Adventure Intelligence, que proporciona várias funcionalidades de assistência, conveniência, entretenimento e segurança aos consumidores (ANSA).

B – Negócios Internacionais

A B3, bolsa do Brasil, escolheu Singapura, na Ásia, para sediar um novo escritório comercial. Com o objetivo de atender clientes da Ásia e Oceania, o local foi escolhido por ser um importante centro financeiro asiático, além de ser geograficamente bem localizado, permitindo fácil acesso a países com potenciais clientes como Índia e Austrália. Sérgio Gullo é o executivo à frente do escritório, com o cargo de diretor de desenvolvimento de Negócios Internacionais para Ásia e Oceania na B3. Antes de assumir o cargo em Singapura, o executivo liderou a operação da B3 em Londres por cerca de 10 anos, de onde cobria Europa e Ásia. A B3 já conta com outros três escritórios internacionais: em Chicago, nos Estados Unidos; em Londres, na Inglaterra; e em Xangai, na China.

C – Crédito Imobiliário

A Creditú, fintech especializada em oferecer crédito imobiliário com operações no Chile, Peru e México, anuncia sua chegada ao Brasil. Criada em 2017, a Creditú já emitiu R\$1,5 bilhão nos primeiros 3 anos de operação em financiamentos imobiliários para 3.000 residências familiares, tendo alcançado 1% do mercado chileno com crescimento mensal de 20%. A fintech acredita que o país possui um potencial ainda maior de desenvolvimento, devido à baixa penetração do portfólio de empréstimos imobiliários sobre o PIB. Em 2020, o total de empréstimos imobiliários representava cerca 10% do PIB nacional, indicando que o mercado ainda é nascente em comparação a países mais desenvolvidos como Chile (26%), Estados Unidos (60%) e Holanda (90%). Saiba mais em: (www.creditu.com.br).

D – Reunião Bilateral

O presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, e do Paraguai, Mario Abdo Benítez (Marito), vão se reunir nos próximos dias para autorizar as obras da

nova ponte internacional entre os dois países, conectando o município paraguaio de Carmelo Peralta a Porto Murtinho, no Mato Grosso do Sul. As obras terão recursos da Itaipu Binacional. A ligação já está 73% concluída e deve ser inaugurada em meados do ano que vem. Essa nova ponte sobre o Rio Paraguai, faz parte de um projeto maior, que é a Rota Bioceânica, permitindo que produtos brasileiros e paraguaios sejam embarcados em portos chilenos do Oceano Pacífico, reduzindo o tempo de viagem das exportações para países do Oriente, como China, Japão e Coreia do Sul.

E – Conteúdos Online

Alinhada ao conceito de inclusão produtiva com ênfase no fomento na geração de trabalho e renda via empreendedorismo, a Artemisia anuncia a segunda edição do programa JA_É: Jornada de Apoio a Empreendedores. A iniciativa gratuita conta com conteúdos online, enviados por WhatsApp, voltados a capacitar empreendedores de diversos segmentos e setores, no processo de digitalização dos negócios e no aumento da sua produtividade. As inscrições estão abertas. A novidade da atual edição do programa é que não haverá processo seletivo, ou seja, todos os inscritos poderão participar de uma jornada de conhecimento online e gratuita com duração de seis semanas. Inscrições: (https://impactosocial.artemisia.org.br/jornada-empreendedora).

F – Meeting de Cibersegurança

A Ostron, primeiro centro de excelência em Confidential Computing da Intel na América Latina, apresenta a edição do 1º Meeting Cybersecurity Ostron em parceria com Intel. Com a proposta de ser um debate com troca de experiências e um game entre os profissionais da área, o evento mostra a relação da proteção de dados da sua empresa e a vantagem competitiva que ela pode apresentar, assim como os passos para sair à frente e afastar os riscos de ataques cibernéticos. O evento será realizado no próximo dia 30 (terça-feira), às 10h, e tem vagas limitadas para os profissionais de cibersegurança. As inscrições gratuitas são feitas pelo link: (https://intel.ostron.com.br/#Temas).

G – Capital dos Túneis

A capital paulista recebe, de 1 e 4 de dezembro, o 5º Congresso Brasileiro de Túneis, no Centro de Convenções Frei Caneca. O evento reúne empresas, acadêmicos e profissionais consagrados no trabalho de projetar e construir obras subterrâneas para cidades, rodovias e ferrovias, contribuindo assim para abreviar distâncias e deixar a

superfície para o desfrute das pessoas. O Congresso vai discutir as inovações em obras subterrâneas de modo a abrir caminho para um futuro melhor. A opção por um evento híbrido, presencial e virtual, permite a presença física dos congressistas nas palestras e na área reservada para os estandes das empresas patrocinadoras. Isso será possível graças à redução acentuada dos casos da Covid-19 em todos o país e também graças ao rigoroso cumprimento das medidas sanitárias recomendadas pelas autoridades. Inscrições: (https://5cbr.tuneis.com.br/).

H – Movimentação no Porto

As operações de contêineres, soja em grãos e fertilizantes foram os destaques na pauta de mercadorias movimentadas no Porto de Santos em outubro. Somando 412,6 mil TEU (unidade equivalente a um contêiner de 20 pés), a carga conteinerizada cresceu 7,5% no mês, elevando o acumulado do ano para 4,0 milhões de TEU, mantendo um crescimento de dois dígitos (18,3%) e caracterizando-se como as melhores marcas para os dois períodos. Os embarques de soja em grãos surpreenderam e apresentaram um volume considerável para a ocasião ao atingir 218,2 mil toneladas, visto que os embarques neste mês já estariam encerrados em outubro como em 2020. As descargas de fertilizantes continuam aquecidas, somando 724,9 mil toneladas no mês, ampliando o acumulado no ano para 6,5 milhões de toneladas. Outras informações: (www.portodesantos.com.br).

I – Crédito Tributário

Fiscalização e controle do crédito tributário constituiu o ponto central dos debates entre pagadores de impostos e as autoridades fiscais do país. De acordo com o relatório Justiça em Números do CNJ, processos tributários e dentro deles os que tratam do direito de apuração e uso de crédito pelas empresas constituem a maior parte das disputas. Para avaliar qual é o momento e as tendências para os próximos anos, a APET – Associação Paulista de Estudos Tributários definiu esse tema como eixo dos debates da edição de número 19 de seu Simpósio de Direito Tributário, que acontece dias 2 (quinta) e 3 (sexta) nas formas presencial e por transmissão pela Internet. Para participar, acesse (http://www.apet.org.br/simpósio-de-direito-tributario-2021/).

J – Criadores de Conteúdo

A One Big Media é uma mediatech especializada em desenvolver e impulsionar criadores de conteúdo (creators). Com modelo de negócio inovador, a startup realiza um diagnóstico completo dos conceitos e ideias dos canais, bem como a performance, e junto com um time de especialistas se dedica a ajudá-los a evoluir em métricas, metadados e na profissionalização e co-criação dos conteúdos. Ao firmar parceria com os creators, a empresa calcula o valuation do canal, paga uma quantia inicial e passa a ser detentora (sócia) de um percentual deste ativo digital. Ao mesmo tempo em que atua na otimização dos canais, a One Big Media oportuniza espaços para campanhas e projetos especiais, sob medida, de branded content. Saiba mais em: (https://www.youtube.com/c/onebigmedia).