

# Governo visa arrecadar neste mês mais de R\$ 206 bi com leilões

O Ministério de Minas e Energia (MME) está realizando, até o próximo dia 21, uma série de leilões de petróleo e gás, geração e transmissão de energia elétrica, com a expectativa de arrecadar mais de R\$ 206,9 bilhões em investimentos privados com as concessões

Serão três leilões de energia elétrica e um de petróleo, que devem gerar 160 mil empregos diretos e indiretos ao longo dos anos de contratos.

Os leilões de Energia Existente A-1 e A-2 ocorrem hoje, por meio da plataforma virtual da Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE). Para o Leilão "A-1", estão sendo negociados contratos de Comercialização de Energia no Ambiente Regulado na modalidade por quantidade. Para o Leilão "A-2", contratos na modalidade por disponibilidade para energia proveniente de usinas termelétricas a biomassa, a carvão mineral nacional, a gás de processo e a gás natural.

Os preços iniciais, definidos pelo MME, serão de R\$ 240 por megawatt-hora (R\$/MWh) para o Leilão A-1, do qual participarão apenas usinas ofertantes do Produto Quantidade; e de R\$ 200/MWh para os produtos Quantidade e Disponibilidade participantes do Leilão A-2. "Todo o país



O leilão dos campos de Sépia e Atapu, na Baía de Santos, ocorre no próximo dia 17, com bônus de assinatura de R\$ 11,1 bilhões.

ganha, com a diminuição de custos da energia e a geração de emprego e renda para milhares de brasileiros", afirmou o ministro de Minas e Energia, Bento Albuquerque.

O leilão dos campos de Sépia e Atapu, localizados na Baía de Santos, no pré-sal, ocorrerá no próximo dia 17, e terá bônus de assinatura de R\$ 11,1 bilhões, dos quais R\$ 7,7 bilhões serão repassados aos

estados e municípios. A expectativa do ministério é que seja o segundo maior da história e que a produção de petróleo e gás aumente 12%. Na mesma data deve ocorrer o Leilão de Transmissão nº 2/2021, que prevê a construção e a manutenção de 902 km em linhas de transmissão e de 750 megavolt-ampères (MVA) em capacidade de transformação de subestações (ABR).

## Experiência do Cliente: o sucesso dos eventos

Samuel Ferreira (\*)

Apesar de ter sido um dos segmentos mais afetados nos últimos meses, o mercado de eventos tem muito a nos ensinar sobre experiência do cliente

De acordo com a Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape), a paralisação por conta da pandemia atingiu 97% do setor, em 2020, e cerca de 350 mil eventos foram cancelados. Em 2021, o cenário foi ainda pior, já que mais de 530 mil eventos não aconteceram. Entretanto, com a volta, muitos deles passaram a ver o cliente de outra forma.

Muitos empresários já estão com agendas lotadas para 2022 e, por isso, planejam um crescimento de até 20%, isso quando falamos apenas no ramo corporativo e o mercado de eventos é muito mais abrangente. Mas, esse patamar só será alcançado para aqueles que souberem desenhar toda a jornada do cliente de forma detalhada e, a partir disso, proporcionar para eles a melhor experiência.

Isso porque o comportamento de consumo da população mudou significativamente desde o início da pandemia, impactando especialmente nesta área. De 2020 para cá, o processo se tornou cada vez mais híbrido exigindo que, para reter e fidelizar clientes, as empresas ofereçam uma boa experiência de consumo tanto no online como no offline. Isso significa que a tecnologia será o grande norte para este momento.

De acordo com a pesquisa Consumer Commitment Index (CCI), realizada pela Offina Sophia Retail, 86%

dos compradores pagam pela experiência que consideram melhor. No setor de eventos, a experiência já começa, por exemplo, na compra da entrada ou do ingresso. Pensando na facilidade, o público sempre vai preferir aquela festa, congresso, palestra ou torneio que a compra será feita de forma rápida e prática como ocorre em totens ou aplicativos.

Da mesma forma, acontece durante o consumo de alimentos e bebidas. As pessoas não estão dispostas a esperar em filas ou espaço com aglomeração. Mesmo com a imunização, a segurança não deixou de ser prioridade para o público - e nem deve deixar de ser. E, hoje, existem vários meios de tornar esse consumo mais ágil, como com a adesão de pulseiras cashless, cartões, terminais de autoatendimento e muito mais.

Acredito que o fenômeno é natural uma vez que, nos últimos meses, o consumo de produtos e serviços ocorreu, em sua maioria, no conforto de nossas casas e, principalmente, por meio de plataformas digitais que tem como essência a praticidade, a rapidez e a simplicidade.

Portanto, é indispensável que os negócios invistam, no mínimo, em boas estratégias de vendas e consumo que comecem desde a jornada de compra dos seus clientes até em uma experiência multissensorial que agregue valor aos consumidores. Só assim o evento irá criar experiências memoráveis para os seus participantes.

(\*) - É CEO da MEEP, empresa de tecnologia especializada na oferta de soluções para o mercado de entretenimento, empresário e investidor de diversas empresas no Brasil e nos EUA.

## Produção industrial caiu 0,6%, revelou pesquisa do IBGE

A produção industrial nacional recuou 0,6% na passagem de setembro para outubro. É a quinta queda consecutiva do indicador, que acumula perda de 3,7% no período. Os dados da pesquisa foram divulgados na sexta-feira (3), no Rio de Janeiro, pelo IBGE. Na comparação com outubro de 2020, a queda chegou a 7,8%. Apesar disso, a indústria acumula altas na produção de 5,7% no ano e no período de 12 meses.

A retração de setembro para outubro foi provocada por perdas na produção em 19 das 26 atividades pesquisadas pelo IBGE. Os principais recuos foram observados nos ramos de indústrias extrativas (-8,6%) e produtos alimentícios (-4,2%). Também tiveram perdas relevantes os setores de



Na comparação com outubro de 2020, queda foi de 7,8%.

máquinas e equipamentos (-4,9%), de máquinas, aparelhos e materiais elétricos (-5,6%), de produtos têxteis (-7,7%), de metalurgia (-1,9%) e de manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos (-21,6%).

Por outro lado, sete atividades tiveram alta na produção em outubro, na comparação com o mês anterior, com destaques para coque,

produtos derivados do petróleo e biocombustíveis (3,7%), outros produtos químicos (2,1%) e produtos de borracha e de material plástico (1,8%). Entre as quatro grandes categorias econômicas, a principal queda veio dos bens de consumo duráveis, que caíram 1,9% de setembro para outubro e acumulam dez meses de perdas.

Os outros resultados ne-

gativos vieram de bens de consumo semi e não duráveis (-1,2%) e bens intermediários, ou seja, os insumos industrializados usados no setor produtivo (-0,9%). Os bens de capital, isto é, as máquinas e equipamentos usados no setor produtivo formam a única categoria com alta no período (2%).

"Mais do que o resultado do mês em si, chama a atenção a própria sequência de resultados negativos, cinco meses de quedas consecutivas na produção, período em que acumula retração de 3,7%. A cada mês que a produção industrial vai recuando, se afasta mais do período pré-pandemia. Nesse momento, está 4,1% abaixo do patamar de fevereiro de 2020", disse o gerente da pesquisa, André Macedo (ABR).

### A - Acervo da Jucesp

Uma parceria firmada entre a Prodesp - empresa de Tecnologia do Governo de São Paulo - e a Junta Comercial do Estado (Jucesp) vai digitalizar todo o acervo referente à história do empreendedorismo paulista. O processo deve reduzir, em dois anos, o custo de até R\$ 7 milhões aplicados em armazenagem, prolongando a economia de maneira definitiva. A ação faz parte do processo de transformação da Jucesp em uma Junta Digital. Ao todo serão digitalizadas 104 milhões de páginas. O prazo de execução do processo é estimado em dois anos, porém, até o fim de 2021, cerca de 30 milhões de documentos já deverão estar disponíveis virtualmente. "Esta iniciativa faz com que tenhamos mais segurança quanto à guarda dos documentos arquivados na Junta", ressaltou o presidente da Jucesp, Walter Ithoshi.

### B - Mercado Halal

A ministra da Agricultura, Tereza Cristina, abre o Global Halal Brazil Business Forum, nesta segunda-feira (6), a partir das 9:00, no Hotel Renaissance, na capital paulista. Realizado pela Câmara de Comércio Árabe-Brasileira e pela certificadora Fambras-Halal, o evento destaca oportunidades no mercado halal, de produtos e serviços para o consumidor muçulmano, que movimentava US\$ 4,88 trilhões por ano e deve crescer 18% até 2024. A programação prevê ainda a participação do secretário-geral da Liga Árabe, Ahmed Aboul Geith; do presidente da Apex-Brasil, Augusto Pestana; do presidente da Câmara Árabe, Osmar Chohfi; do presidente da FAMBRAS Halal, Mohamed Zoghbi; e do secretário-geral da Câmara Árabe, Tamer Mansour. Mais informações: (https://www.ccab.org.br/).

### C - Consumo de Aço

O Instituto Aço Brasil projeta crescimento de 24,3% no consumo aparente em 2021, totalizando 26,7 milhões de toneladas. Este crescimento deve-se à retomada do mercado interno após a crise de demanda provocada pela pandemia no ano passado. A expectativa é de que a produção de aço bruto cresça 14,7% neste ano (36,0 milhões de toneladas) e as vendas internas aumentem 17,0% (22,8 milhões de toneladas) em relação a 2020. Diante desses resultados, o Aço Brasil ressalta que o mercado interno encontra-se plenamente abastecido e que os preços das commodities vem se estabilizando e até mesmo decrescendo para alguns insumos. Com relação a 2022, o Instituto prevê que a produção brasileira de aço bruto terá crescimento de 2,2%, com 36,8 milhões de toneladas (www.acobrasil.org.br).

### D - Mercado do Biodiesel

A Bolsa Brasileira de Mercadorias e a Datagro Consultoria acabam de anunciar a criação de uma joint venture para implantação de uma moderna plataforma de comercialização de biodiesel e outros produtos, como DDG (grãos secos de destilaria), DDGs (solúveis), bagaço de cana, etanol e ativos ambientais. "Nosso objetivo, como uma Bolsa de Mercadorias, é proporcionar um ambiente de segurança e de transparência na formação de preços desses produtos que especialmente, no caso do biodiesel, será muito importante pois é um mercado que passa a ser livre daqui para frente", destacou Cesar Henrique Bernardes Costa, diretor-geral da Bolsa Brasileira de Mercadorias, entidade com tradição em plataformas eletrônicas para comercialização de diferentes tipos de produtos de origem agrícola. Para saber mais, acesse: (www.bbmdatagro.com.br).

### E - Profissionais de TI

Há 23 anos no Brasil, a Huawei já capacitou mais de 30 mil profissionais no país, nos últimos 5 anos, e gera milhares de empregos diretos e indiretos na área de tecnologia da informação e comunicação (TIC). Como parte da estratégia de contribuir para a transformação digital do país, a empresa sedia o 'Huawei ICT Job Fair'. Essa é a segunda edição da feira online e gratuita, que no ano passado ofertou mais de 150 vagas para estudantes e profissionais do setor de TIC. Durante a feira, as empresas irão divulgar as vagas e explicar como funcionam seus processos seletivos para emprego e estágio, perfis buscados e como concorrer a essas oportunidades. O evento será realizado entre os próximos dias 6 e 8, das 15h às 17h, com transmissão pelo canal da Huawei Brasil no YouTube: (https://www.youtube.com/watch?v=desktop&v=eBzw1\_Bk1PU).

### F - Tecnologia Solar

A Absolar reúne, nos próximos dias 8 e 9, em São Paulo, no Centro de Convenções Rebouças, empresários, consultores, especialistas e agentes públicos ligados ao setor elétrico para debater os avanços da energia solar no Brasil e o papel das tecnologias fotovoltaicas na transição energética e na recuperação econômica no pós-pandemia. O evento contará com mais de 40 palestrantes especialistas em temas como políticas públicas para o setor elétrico, novas soluções com a tecnologia fotovoltaica, suprimento de equipamentos, armazenamento energético, modelos de financiamento de projetos e empreendedorismo no setor solar, entre outros. É gratuito para os associados da entidade e estará aberto ao público em geral com uma taxa de participação de R\$ 250. Inscrições e mais informações podem ser obtidas no link: (https://encontronacionalabsolar.org.br/).

### G - Estratégia Corporativa

Nesta terça-feira (7), às 18h, Rogério Bragherolli participará de uma roda de conversa com grandes nomes em estratégias corporativas, como Domenico De Masi, professor e sociólogo italiano internacionalmente conhecido por assuntos relacionados ao trabalho, escritor do best-seller "O ócio Criativo", e Izabella Camargo, jornalista e escritora do best-seller "Dá um tempo". O evento é gratuito, promovido pela Câmara Ítalo-Brasileira, com o tema: "Planejando 2022: Inovação e Transformação no Mundo do Trabalho". A tônica é discutir estratégias que possam transformar o custo do 'capital humano' em valor agregado para as organizações. Inscrições e outras informações: (https://camara-de-comercio.italcam.com.br/webinar-2).

### H - Indústria do Mobiliário

A Associação Brasileira das Indústrias de Móveis de Alta Decoração (Abimad) anuncia o lançamento da Abimad'23, considerada a principal feira de móveis e acessórios de alta decoração da América Latina e a única do setor focada em negócios. O evento acontece entre os dias 1 e 4 de fevereiro, no São Paulo Expo, e marca o início do calendário brasileiro de feiras do segmento, reunindo os maiores nomes da indústria do mobiliário, acessórios e artigos de decoração para apresentar as novidades e as principais tendências para um público seleto de lojistas e compradores do Brasil e do exterior. Serão mais de 120 expositores, distribuídos em uma área de 50 mil m², com a expectativa de receber mais de 20 mil visitantes. Saiba mais em: (www.abimad.com.br).

### I - Segura e Confiável

O Grupo BBM, um dos maiores operadores logísticos do modal rodoviário do Mercosul, recebeu a certificação de Operador Econômico Autorizado (OEA), que é concedida pela Receita Federal a importadores, exportadores e demais agentes da cadeia, afirmando o status de empresa segura e confiável em suas operações. Para as autoridades aduaneiras, as empresas com essa certificação atendem previamente aos padrões de segurança estabelecidos dentro dos programas de cada país. Com o título, as operações de transporte da empresa passam a contar com as vantagens do programa como a diminuição no tempo das documentações e maior autonomia e agilidade para o desembaraço aduaneiro. Outras informações, acesse: (www.bbmlogistica.com.br).

### J - De 20 para 60 Dias

A Merck Brasil, líder em ciência e tecnologia em saúde, acaba de dar mais um passo que reforça o pilar estratégico de diversidade e inclusão da empresa, lançando a ampliação da licença-paternidade de 20 para 60 dias para pais ou segundo cuidador a partir de janeiro. Com isso, casais homoafetivos e pais de adoção também garantem seu direito de participar dos dois primeiros meses da criança com a família. A iniciativa de ampliar ainda mais o período de licença para os homens surgiu por meio do grupo de trabalho de Diversidade & Inclusão: Rainbow Network e WIL - Women in Leadership.