

Energia solar gerou mais de 400 empregos por dia em 2021

O Brasil criou 153 mil empregos no setor de energia solar em 2021, o que correspondeu a uma média de 419 admissões por dia, segundo cálculos realizados pelo Canal Solar com base em levantamento da ABSOLAR (Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica).

Trata-se de um aumento de 77,9% em relação aos empregos acumulados no país em 2020, quando 86 mil contratações foram contabilizadas, uma média de 238 por dia.

Desde 2012, a fonte solar já foi responsável por gerar de mais de 390 mil postos de trabalho em todas as regiões do país. De acordo com Gustavo Tegon, cofundador da Esfera Solar, distribuidora brasileira de kits fotovoltaicos, o aumento no número de empregos está diretamente ligado ao crescimento natural da fonte, que tem ganhado espaço na matriz energética e obrigado empresas a aumentar o quadro de funcionários para dar conta das demandas operacionais.

“Estamos triplicando o quadro de funcionários



O investimento em energia solar é uma das alternativas mais viáveis para ajudar na recuperação da economia.

desde a nossa fundação e a tendência é que até o final do ano o tamanho da empresa seja duplicado. Também desenvolvemos o departamento de engenharia para melhor atender aos nossos clientes. As contratações foram importantes para acelerar vendas e outras

áreas, como suporte técnico, finanças e marketing”, disse o executivo.

Rodrigo Sauaia, CEO da ABSOLAR, disse que em um país com alto déficit de empregos, como é o caso do Brasil, o investimento em energia solar é uma das alternativas mais viáveis

para ajudar na recuperação da economia. “Além de proporcionar energia elétrica limpa e competitiva, é uma fonte que ajuda a atrair investimentos e gerar empregos de qualidade para a população junto aos municípios”.

Além dos empregos gerados no país, o levantamento da ABSOLAR mostra que o setor solar atraiu mais de R\$ 21,8 bilhões em investimentos no ano passado, incluindo as grandes usinas e os sistemas de geração em telhados, fachadas e pequenos terrenos. O resultado representa um crescimento de 49% em relação aos investimentos acumulados até o final de 2020. Ao todo, o setor já movimentou mais de R\$ 66,3 bilhões em negócios desde 2012 - Fonte: (www.canalsolar.com.br).

Índice da Construção Civil registrou alta

O Sistema Nacional de Pesquisa de Custos e Índices da Construção Civil (Sinapi) registrou uma alta de 18,65% em 2021. O resultado foi divulgado ontem (11) pelo IBGE. Em comparação a 2020, o índice subiu 8,49 pontos. É a maior taxa anual desde 2013. Em dezembro, o Sinapi foi de 0,52%, a menor taxa mensal de 2021. Na regionalização dos índices, o Norte do país registrou as maiores altas: 0,81%. Seguido de Nordeste (0,66%), Sudeste (0,32%), Sul (0,53%) e Centro-Oeste (0,61%).

Em dezembro, o custo nacional da construção por metro quadrado ficou em R\$ 1.514,52, sendo R\$ 910,06 relativos aos materiais e R\$ 604,46 à mão de obra. Em novembro, o custo havia sido de R\$ 1.506,76. A variação da mão de obra permaneceu praticamente estável em relação ao mês anterior, de 0,15% em dezembro, contra 0,18% em novembro. A parcela dos materiais foi de 0,76%, registrando uma queda de 0,90 pontos em relação a novembro (Abr).

Inflação no Brasil em 2021 é a maior em seis anos

A inflação medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) fechou 2021 em 10,06%, maior alta em seis anos, de acordo com dados divulgados ontem (11) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O Brasil não tinha uma inflação anual tão alta desde 2015, com 10,67%.

A meta do Banco Central para 2021 era de 3,75%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima (5,25%) ou para baixo (2,25%). Já o mercado esperava inflação de 9,99%, ainda na casa de um dígito, segundo o último Boletim Focus divulgado pelo BC. A alta do IPCA em dezembro foi de 0,73%, leve recuo em relação ao índice de 0,95% registrado em novembro.



Mesmo com BC independente, o presidente da instituição, Roberto Campos Neto, fracassou em controlar inflação em 2021.

Puxado pela alta dos combustíveis (+49,02%), o grupo Transportes liderou a inflação em 2021, com crescimento de 21,03% no ano, seguido por Habitação (13,05%) - graças principalmente aos aumentos de 21,21% e 36,99% nos preços da energia elétrica

e do gás de botijão, respectivamente.

“A gasolina, subitem de maior peso no IPCA, subiu 47,49%, e o etanol, 62,23%. Apenas nos meses de abril e dezembro houve queda nos preços dos combustíveis”, diz o IBGE. As menores altas foram registradas nos grupos de Comunicação (1,38%), Educação (2,81%) e Saúde e Cuidados Pessoais (3,70%).

Entre as capitais, Curitiba registrou a maior inflação em 2021, com 12,73%, seguida por Vitória, com 11,50%, e Rio Branco, com 11,43%. Os menores índices são os de Belém, com 8,10%, Rio de Janeiro, com 8,58%, e Brasília, com 9,34%. São Paulo, cidade mais populosa do país, teve alta de 9,59% no IPCA (ANSA).

Um bom programa de fidelidade ajuda a antecipar demandas

Paulo Curro (*)

Há muito tempo ouvimos diferentes especialistas falando sobre como colocar o cliente no centro da estratégia de marca

Ou sobre a necessidade de conhecer esse cliente e entregar a ele o que precisa e quando precisa. Pois bem, não tenho receio de afirmar que essa estratégia já não é mais suficiente para quem quer, de fato, gerar engajamento e estabelecer um relacionamento forte e duradouro com o seu consumidor. Conhecer o cliente é fator básico para qualquer empresa que almeje o sucesso desse relacionamento.

Isso já tem sido adotado por empresas de diferentes setores de atuação há bastante tempo. Mas, hoje, é preciso mais. Se antecipar ao que as pessoas querem e desejam antes mesmo que elas passem a buscar por isso. Essa é uma estratégia adotada por muitas companhias que estão atrás da tão sonhada satisfação de seus consumidores. E é aí que as iniciativas de fidelização entram nessa história.

De simples ações de recompensas, nascidas anos atrás, os programas de fidelidade passaram a grandes aliados das marcas nesse plano de conquistar seus consumidores e entregar boas experiências, gerando recorrência de compra, aumento de ticket médio, para que as marcas possam vender mais e melhor.

Com a aplicação de tecnologias como big data, data analytics e inteligência artificial, os programas de fidelidade possibilitam às marcas não apenas conhecer seu público, como falamos mais acima. Mas, também, ajudam a antecipar demandas com base no que a pessoa consome, onde ela faz suas compras, para onde viaja e em que

momento de vida e etapa da trajetória de consumo ela está.

O mundo empresarial sempre gerou muitos dados sobre pessoas e mercados. A diferença agora é que a tecnologia possibilita que essas informações sejam mais bem aproveitadas para uma tomada de decisão por parte das marcas. E, conseqüentemente, para a entrega de ofertas personalizadas, melhores experiências, além dessa tão sonhada antecipação de desejos e necessidades dos consumidores.

Funciona assim: se sabemos que um cliente compra determinado produto com uma certa frequência, é possível acompanhar esses intervalos e se antecipar na oferta desse produto, certo? E se acrescentarmos a isso um desconto ou condição especial de compra? Já pensou o quanto esses benefícios podem melhorar a experiência e a satisfação desse cliente e, assim, agregar valor à marca?

Para outro exemplo, mais prático, imagine uma pessoa que está comprando produtos para bricolagem, mas que não faz esse tipo de compra com frequência. Qual a probabilidade de ela estar no meio de uma reforma e também precisar ou desejar itens ligados à decoração? Proporcionar ofertas desse tipo, com esse nível de personalização, pode ser uma ótima ideia, e é essa possibilidade que os programas de fidelização entregam.

As companhias precisam estar atentas. Você já conhece o seu consumidor? Isso é muito bom. Mas o que você tem feito com essa informação? É a resposta a essa pergunta que vai dizer se está ou não no caminho certo para obter sucesso nesse relacionamento.

(*) - É diretor executivo da ABEMF (Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização).



A - Vacina contra Ômicron

O CEO da Pfizer, Albert Bourla, anunciou que a vacina contra a variante Ômicron estará pronta em março e que a empresa já começou a produzir as doses. O executivo disse que o imunizante também servirá para outras variantes em circulação, embora ainda não esteja claro se a Ômicron, que carrega dezenas de mutações na proteína spike do Sars-CoV-2, vai exigir uma fórmula específica. Países como Brasil, Estados Unidos e os membros da União Europeia já usam o imunizante da Pfizer, desenvolvido em parceria com o laboratório alemão Biontech, para o reforço da vacinação, independentemente de qual tenha sido a fórmula utilizada no primeiro ciclo (Ansa).

B - Congresso de Odontologia

A empresa mineira Radio Memory é presença confirmada na 39ª edição do Congresso Internacional de Odontologia, que acontece entre os próximos dias 26 e 29, no Complexo de Eventos Anhembi. A empresa levará aos congressistas todas as novidades sobre os sistemas iDoc, Studio 3, Inteligência Artificial, distribuição e visualização 3D. Imagens tomográficas em 3D exigem alta capacidade de armazenamento dos arquivos. Mas com o iDoc e o Studio 3, o profissional de radiologia e a clínica odontológica têm nesses sistemas - que podem ser usados em qualquer dispositivo conectado à internet ou não - a transmissão e o armazenamento destes arquivos dispensando download e instalação. Inscrições: (https://materiais.radiomemory.com.br/39ciosp).

C - Grandes Ídolos

Bicampeão olímpico no salto triplo (Helsinque-1952 e Melbourne-1956), Adhemar Ferreira da Silva é o primeiro homenageado da classe 2022 da coleção 'Grandes Ídolos do Esporte', iniciativa da Memorabilia do Esporte em parceria com a Casa da Moeda do Brasil. Três vezes medalhista de ouro nos Jogos Pan-Americanos (1951-1955-1959) e cinco vezes recordista mundial na prova, o paulista, que completaria 95 anos em setembro, será lembrado em séries limitadas e exclusivas de medalhas lançadas nesta segunda-feira, dia 10, com peças em prata, bronze dourado, bronze e cuproníquel, o primeiro ídolo do esporte nacional homenageado em 2022 (e o décimo da coleção). As medalhas já estão à venda pelos sites: (www.clubedamedalha.com.br) e (www.memorabiliadoesporte.com.br).

D - Emprego na Irlanda

A Seda College, escola de idiomas fundada pelo brasileiro Tiago Mascarenhas, em Dublin, acaba de lançar a plataforma Seda Jobs Club. Em

uma parceria inédita com empresas do país, estão sendo disponibilizadas 1 mil vagas de emprego aos estudantes. O projeto consiste na conexão entre quem busca um emprego e quem tem uma vaga para preencher. Os brasileiros que forem para a Irlanda encontrarão o suporte necessário para alavancar suas carreiras. As vagas disponíveis abrangem as mais diferentes áreas, como hotelaria, serviço, restaurantes, entre outras. Algumas demandam certa experiência e um nível mais elevado de inglês. O melhor de tudo é que os brasileiros não precisam de visto prévio para entrar na Irlanda. Mais informações: (https://sedajobsclub.com/).

E - Transporte de Gás

A TBG e a Delta Geração assinaram contratos de capacidade de transporte de gás natural de curto prazo na modalidade Diário. É a primeira vez que este tipo de serviço é prestado no mercado nacional. Também é o primeiro contrato de curto prazo da transportadora com um agente, além da Petrobras. A TBG é a única empresa do setor no Brasil que oferece serviço de transporte nas modalidades trimestral, mensal e diário. O serviço apoia o abastecimento da usina de William Arjona, em Campo Grande (MS), primeira termelétrica do país a usar gás natural do gasoduto Bolívia-Brasil. Com um sistema que permite acionamento pontual, a usina pode demandar até 1,3 milhão de metros cúbicos por dia. Outras informações: (https://www.tbg.com.br/).

F - Setor Marítimo

O segmento de ship chandler é o responsável pelo abastecimento das tripulações em alto mar, e a busca pela inovação na área é o que motivou a criação da NavSupply, a primeira empresa do mundo a lançar um aplicativo para que clientes façam pedidos de produtos essenciais e de segunda necessidade. As mercadorias disponíveis vão desde alimentos até ferramentas para reparo das embarcações e equipamentos de EPI para trabalhadores. Fundada em 2015, é capitaneada por Eduardo Bediaga, CEO que possui mais de uma década de experiência no setor marítimo. Atualmente, a empresa se faz presente em 18 pontos de entrega no Brasil em 15 estados e espera fechar o ano de 2021 com um faturamento de R\$ 18 milhões. A expectativa para o ano que vem é dobrar esse valor. Para mais informações, acesse (https://navsupply.com.br/pt-br).

G - Recordes de Vendas

A Nissan Frontier segue demonstrando a consistência de sua trajetória no Brasil e superou mais uma vez sua performance de vendas, obtendo novos recordes em dezembro e no fechamento do ano. A picape obteve novo recorde de unidades comercializadas em um mês na atual geração

- lançada em 2017 - com as 1.402 unidades vendidas em dezembro. O melhor resultado anterior tinha sido obtido em novembro, com 1.351 unidades. E 2021 também marcou o melhor ano completo da 12ª geração do modelo da marca japonesa: 11.821 unidades vendidas no país, superando em 46% o melhor resultado anual até então, de 2019. A picape apresentou forte crescimento anual nas vendas em estados como: Mato Grosso, com 81% de evolução; Tocantins, com 89%; dobrando os totais em Goiás, com 98%, e Minas Gerais, com 100% de crescimento de 2020 para 2021.

H - Cerveja Artesanal

O Grupo Halo traz para a capital paulista a franquia Heilige Pocket, que abre as portas para o público nesta sexta-feira (14), na Rua Cônego Eugênio Leite, 449, Pinheiros. Há mais de 10 anos no mercado e presente no varejo em 18 estados, a marca de cerveja artesanal gaúcha já foi eleita a melhor cervejaria da América do Sul pela Southbeer Cup, em 2015, e a segunda melhor cervejaria do Brasil pelo Festival da Cerveja de Blumenau, em 2016. O Heilige Pocket Pinheiros chega com uma nova forma de consumir cerveja, em que o cliente tem total controle da experiência no sistema de autoatendimento: basta baixar o aplicativo Heilige Pocket, liberar a torneira escolhida através de um QR Code e servir a quantidade que desejar.

I - Melhor Marketplace

O Iguatemi 365, e-commerce premium da Iguatemi, destacou-se como melhor marketplace de shopping centers no país, segundo relatório do JP Morgan 'A Christmas Tale: Testing Companies Marketplaces - Quem oferece a melhor experiência?'. Durante o último Natal, a equipe do banco de investimento norte-americano realizou compras em plataformas de venda online para testar e analisar a experiência do consumidor comparando o custo do frete, o tempo de entrega e a qualidade geral do serviço. Na análise final, que contou com diversos players do setor, o Iguatemi 365 figurou como o melhor do mercado, sendo apontado como diferenciais sua plataforma, layout de fácil acesso e mix de produtos. Além disso, o prazo de entrega e qualidade da embalagem também foram destacados como positivos (www.iguatemi365.com).

J - Encontro da Inovação

O Rio Innovation Week, que começa amanhã quinta-feira (13) e vai até domingo (16), no Jockey Club, é um evento para todos os players - empreendedores, investidores, jovens e profissionais do futuro, executivos e representantes do governo. A estrutura contará com mais de 40 mil m², 19 palcos, com cerca de 615 palestrantes, 1265 startups participantes e 210 expositores, além de treinamentos que irão mobilizar empreendedores, investidores, executivos, educadores e estudantes e representantes do governo. O Sebrae levará mais de 500 startups para participar do encontro e expor seus produtos. Também terá 44 atrações e 110 palestrantes no palco Sebrae Like a Boss voltadas para projetos inovadores, com assuntos voltados para sustentabilidade, negócios de impacto social, turismo, economia e inovação. Saiba mais em: (https://rioinnovationweek.com.br/sebrae-like-a-boss/).