

Mercado reduz projeção de inflação e prevê crescimento da economia

O mercado financeiro reduziu a previsão de inflação para este ano

Segundo o boletim Focus, divulgado ontem (6) pelo Banco Central (BC), o Índice de Preço ao Consumidor Amplo (IPCA) deve ficar em 3,72%, um pouco menos do que a projeção da semana passada, de inflação de 3,73%. O Focus traz as previsões de economistas e analistas de mercado consultados pelo BC.

Para 2024, os analistas também projetaram crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em relação ao anunciado na semana passada, quando a estimativa era de que a alta ficasse em 2,02%. Agora o mercado projeta um crescimento maior, de 2,05%. Para 2025, a projeção é de que o PIB cresça 2%. Índice que se repete em 2026 e 2027.



O Focus traz as previsões de economistas e analistas de mercado consultados pelo BC.

A estimativa da inflação para 2024 está dentro do intervalo de meta de inflação que deve ser perseguida pelo BC. Definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta é de 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja,

o limite inferior é 1,5% e o superior 4,5%. Para 2025, a previsão é de que a inflação fique em 3,64% e, em 2026, feche em 3,5%, a mesma para 2027.

Em relação aos juros básicos da economia, o mercado projetou uma taxa Selic de

9,63%. Os analistas acreditam que a referência para os juros no país deve diminuir o ritmo de queda, já que há quatro semanas a previsão era de que a taxa fechasse o ano em 9%.

Nas duas últimas reuniões, o corte na Selic foi 0.5 ponto percentual. Mas o Copom indicou que poderá não repetir o mesmo ritmo de corte na próxima reunião agendada para hoje (7) e amanhã (8).

Para o mercado financeiro, a Selic deve encerrar 2025, em 9%. A estimativa para 2026 é de que a taxa básica caia fique em 8,75% ao ano. Segundo o Focus, em 2024, o dólar deve fechar o ano em R\$ 5,00. Para 2025, a projeção é de aumento do dólar, que deve ficar em R\$ 5,05 (ABR).

Marketing é aliado essencial na hora de turbinar vendas

Haroldo Matsumoto (*)

É possível que ao ouvir falar em marketing como aliado na hora de aumentar as vendas, você pense, imediatamente, na realização de ações promocionais

ação criteriosa, desenvolver ações especiais, personalizar a comunicação, selecionar as ferramentas adequadas para transmitir as mensagens, monitorar resultados, etc.

No entanto, há um ponto chave em todo esse processo: o treinamento da equipe de vendas.

Adiantando, porém, que não é apenas a esse tipo de estratégia que o marketing se resume. Na realidade, o marketing reúne um conjunto de táticas, cujo objetivo é auxiliar no crescimento das empresas.

Os vendedores são, sem sombra de dúvida, parte fundamental de todo esse planejamento. Para capacitá-los, torna-se necessário que o time de marketing crie um plano de ação para vendas. Um caminho interessante é usar o modelo de funil de vendas, que ajuda a estruturar táticas e identifica o que fazer em cada etapa desse processo usando como base a jornada do cliente. Sabendo o que o consumidor pensa e deseja, fica viável atraí-lo e fidelizá-lo.

É por meio dessa área das companhias que se torna possível descobrir quem é o seu cliente, conhecer melhor o público-alvo, além de estabelecer quais as estratégias mais eficazes para firmar uma relação com essas pessoas, chamar sua atenção e, principalmente, fidelizá-las. É por isso, que o departamento de marketing é considerado um dos principais setores de uma empresa.

O treinamento da equipe precisa ser bem direcionado para o desenvolvimento de competências, como negociação, persuasão, conhecimento do produto e compreensão do mercado. Junto desse treinamento é imprescindível personalizar a comunicação e torná-la mais humanizada. Isso significa colocar o cliente no centro do processo, priorizando suas necessidades. Em paralelo é necessário observar o relacionamento com os clientes.

Sua atuação precisa ser personalizada e humanizada. Isso significa que não há uma receita pronta. Ao contrário, é imprescindível que seja feita uma análise profunda da empresa como um todo a fim de ter um diagnóstico preciso em relação aos pontos de melhorias e de quais soluções serão as mais eficazes para auxiliar nessas diversas necessidades. Quando o marketing precisa atuar para ampliar as vendas de um determinado negócio, o processo não é muito diferente.

Empresas que oferecem boas experiências aos consumidores, geralmente conseguem ampliar a fidelização do público. Além disso, clientes satisfeitos provavelmente farão novas compras e se tornarão promotores da marca e esse é, indiscutivelmente, o melhor resultado que se pode obter.

Para começar, a equipe de marketing - seja ela própria ou terceirizada - precisa se aprofundar nos conceitos daquela companhia e no mercado de atuação, conhecer o público a ser atingido, entender quais os melhores caminhos para estabelecer um diálogo com esses consumidores, criar um plano de

(*) - Especialista em marketing e gestão, é sócio-diretor da Prospéra Educação Corporativa - consultoria multidisciplinar de gestão de negócios (www.prospéra.com.br).

Dia das Mães deve movimentar R\$ 15 bilhões

No próximo Dia das Mães, uma das datas mais importantes para o comércio nacional, 63% dos brasileiros, aproximadamente dois terços, têm a intenção de comprar presentes. O gasto médio é de R\$ 229. Esses dados são resultado de uma pesquisa da Abecs, realizada em parceria com o Instituto Datafolha. A estimativa é que a data deve movimentar aproximadamente R\$ 15 bilhões em compras nos setores de comércio e serviços.

O mesmo resultado, 72%, é registrado tanto entre os homens como entre as mulheres. No recorte que traz dados entre as faixas etárias, a população com a 45 a 59 anos (77%) e 60+ (76%) aparecem com resultados acima da média nacional. Entre os consumidores entrevistados, 47% afirmam ter intenção de utilizar o cartão como meio de pagamento, sendo 27% cartão de crédito e 20% cartão de débito.

Em comparação com 2023, 4 em cada 10 entrevistados, ou 39%, acreditam que os gastos serão maiores em 2024, enquanto 23% acreditam que serão menores e 35% o mesmo valor. Quando perguntados sobre o local de compra de preferência, a maior parte dos entrevistados (72%) pretende comprar em uma loja física, e um quarto (24%) pretende fazer as compras online.

O segundo meio de pagamento mais mencionado é o Pix, com 37%. O dinheiro aparece em terceiro lugar com 31% das respostas, enquanto 1% não ainda não sabem. A pesquisa também perguntou sobre a intenção de parcelamento das compras: 67% das respostas foram afirmativas. Dessas, 43% pretendem parcelar em 2 vezes e 26% em 3 vezes (AI/Abecs).

Contas públicas têm superávit em março

O setor público consolidado fechou o mês de março com um superávit de R\$ 1,2 bilhão, informou ontem (6) o Banco Central (BC). No mesmo mês do ano passado, as contas públicas registraram um déficit de R\$ 14,2 bilhões. Em 12 meses, o setor público consolidado, que engloba governo federal, os estados, municípios e as empresas estatais, acumula déficit de R\$ 252,9 bilhões, o equivalente a 2,29% do PIB e 0,15 ponto percentual (p.p) inferior ao déficit acumulado até fevereiro.

rávit de R\$ 3,4 bilhões. Em março, os juros nominais do setor público não financeiro consolidado, apropriados por competência, somaram R\$ 64,2 bilhões em março, ante os R\$ 65,3 bilhões registrados em março de 2023.

No acumulado em 12 meses, até março, os juros nominais alcançaram R\$ 745,7 bilhões, ficando em 6,76% do PIB, comparativamente a R\$ 693,6 bilhões (6,71% do PIB) nos 12 meses até março de 2023. O resultado nominal do setor público consolidado, que inclui o resultado primário e os juros nominais apropriados, foi deficitário em R\$ 63 bilhões em março. No acumulado em 12 meses, o déficit nominal alcançou R\$ 998,6 bilhões (9,06% do PIB), ante déficit nominal de R\$ 1.015,1 bilhão (9,24% do PIB) em fevereiro (ABR).

Segundo o BC, o Governo Central, que reúne o Tesouro Nacional, a Previdência Social e o Banco Central, registrou um déficit de R\$ 1,9 bilhão e as empresas estatais um déficit de R\$ 343 milhões. Já os governos regionais registraram supe-

A - Processos Seletivos

O mês do trabalhador segue com mais de 1.400 vagas de emprego no Cate - Centro de Apoio ao Trabalho e Empreendedorismo da Prefeitura de São Paulo. Os postos abrangem diversas áreas e regiões da cidade, principalmente nos setores de comércio e serviços. É possível se candidatar até amanhã (8), de forma online pelo Portal (<https://cate.prefeitura.sp.gov.br/>), ou presencialmente em uma das unidades da rede. Essa semana, um grande número dos processos seletivos também estão sendo realizados diretamente nos Cates pela equipe das unidades.

B - Intenções de Negócios

A 29ª edição da Agrishow, que se encerrou na sexta-feira (3), em Ribeirão Preto, alcançou o volume recorde de R\$ 13,608 bilhões em intenções de negócios de máquinas e implementos agrícolas. O crescimento foi de 2,4%, se comparado à edição de 2023, quando foi registrado o número de R\$13,290 bilhões. Quanto aos visitantes, o número permaneceu equivalente ao do ano anterior. Com cerca de 195 mil pessoas, a feira contou com produtores rurais de pequenas, médias e grandes propriedades de todas as regiões do país, bem como do exterior. Ainda que o cenário não fosse o mais favorável para o setor, com o clima, juros altos e falta de recursos controlados, as expectativas da feira foram superadas.

C - Mercado de Automóveis

Os emplacamentos de veículos, no mês de abril, registraram alta de 14,4% sobre março, segundo dados divulgados pela Fenabrave. O crescimento se explica não apenas pelo maior número de dias úteis (22 em abril, contra 20 em março), mas também pelo avanço de 4% na média diária de vendas, registrada na comparação entre o terceiro e o quarto mês do ano. Em relação a abril do ano passado, houve alta de 38,3% e, no acumulado dos quatro meses, o aumento foi de 20%. O momento mais favorável ao crédito e os juros mais contidos continuam tracionando o setor, especialmente, o mercado de automóveis e comerciais leves, segundo Andreta Jr., Presidente da Fenabrave.

D - Indústria da Construção

Palco de discussões de grandes questões jurídicas que impactam a indústria da construção e o mercado imobiliário, o Seminário Jurídico CBIC chega à sua 9ª edição, com o tema: "Desafios para a Redução da Litigiosidade no Setor da Construção e do Mercado Imobiliário". Acontece nos dias 13 e 14 de junho, no Wish Hotel da Bahia, em Salvador, contando com a presença de nomes importantes no mundo jurídico, como membros do Poder Judiciário, do Ministério Público, além de especialistas e advogados conceituados em temas de relevância para a indústria da construção, mercado imobiliário e infraestrutura. Saiba mais: (<https://cbic.org.br/seminariouridico/>).

E - Busca por Startups

A Ocyan, do setor de óleo, gás e energia, acaba de lançar o novo ciclo do programa Ocyan Waves Challenge. Criado em parceria com a Innoscience, consultoria de inovação corporativa, o programa objetiva resolver desafios internos da empresa a partir da conexão com startups. A iniciativa retorna no formato de batch em busca de startups que tenham soluções que ajudem a melhorar a experiência dos integrantes da empresa. Os desafios abrangem diversas áreas, como experiência do integrante e digitalização. As startups interessadas têm até o próximo dia 17 para acessar as informações do programa e cadastrar suas propostas pelo site (www.ocyanwaves.com).

F - Setor Aeroespacial

A MundoGEO realiza entre os próximos dias 21 e 23, no Expo Center Norte, em São Paulo, um dos maiores eventos do mundo no setor aeroespacial, reunindo no mesmo espaço as feiras DroneShow Robotics, SpaceBR Show, MundoGEO Connect e Expo eVTOL, que se concentram nos mercados de drones, espacial, captura da realidade e eVTOLs, os veículos elétricos de decolagem e pouso vertical, conhecidos também como "carros voadores". Já estão confirmadas mais de 200 marcas na feira, como: DJI, Topcon, Maxar, Head, Airbus, Capella Space, Nikon, Leica, Pentax, Trimble, Esri, Xrobots, Thales, Visiona, Quasar Space, ICEYE, Vertical Connect, Gohobby/EHang, Moya Aero, entre outras. Mais informações: (www.expoevtol.com).

G - Audiência de Finfluencers

O público que segue os influenciadores de finanças e investimentos, os chamados finfluencers, nas redes sociais chegou a 208 milhões de seguidores no segundo semestre de 2023 - um crescimento 18,1% na comparação com a primeira metade do ano. É o que mostra a sexta edição do FInfluence - quem fala de investimentos nas redes sociais, estudo feito pela ANBIMA (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), em parceria com o IBPAD (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados). Em relação à primeira edição do estudo, que analisou o período entre setembro de 2020 e fevereiro de 2021, o salto é de 181%.

H - Saúde como Prioridade

Na agenda de prioridades do governo, a saúde deveria ocupar o primeiro lugar. Esse é um dos principais resultados da última pesquisa Radar Febraban, realizada entre os dias 17 e 22 de abril, com 2 mil pessoas nas cinco regiões do país pelo Ipespe. Para 30% dos entrevistados a saúde é a escolhida, ao serem indagados sobre quais áreas o Governo Federal deveria dar mais atenção nos próximos meses. Em fevereiro, esse percentual era de 24%. Emprego e renda foram citados por 29% deles, seguidos de inflação e custo de vida (11%) e educação (10%), todos acima de outras opções constantes da pesquisa, como segurança e combate à pobreza.

I - Programa de Estágio

A Eneva, principal operadora privada de gás natural onshore no Brasil e uma empresa integrada de energia, está oferecendo 11 vagas de estágio para trabalhar em São Paulo (4), Rio de Janeiro (5) e Roraima (2). Essas oportunidades proporcionam aos estudantes aprendizado prático, vivência e desenvolvimento profissional, sendo uma porta de entrada para uma carreira promissora. O processo seletivo é composto por cinco etapas: inscrições, testes, dinâmica de grupo, entrevistas individuais e admissão. Estudantes de Administração, Economia, Ciências Contábeis, Ciência da Computação, Ciência de Dados, Direito, Psicologia e Engenharia são elegíveis para participar. Para se candidatar, basta acessar a página (<https://eneva.compleo.com.br/>).

J - Aços Especiais

A Gerdau informou o início de análise de viabilidade para um investimento para a construção de uma unidade greenfield para produção de aços especiais com capacidade de 600 mil toneladas/ano no México. O plano de expansão reflete as perspectivas positivas para a indústria automotiva local e o movimento de nearshoring nos Estados Unidos, que têm impactado o desempenho da economia mexicana. A Gerdau ainda avalia o local da construção da nova unidade na região central do México, onde já possui operações para produção de aços longos. Atualmente, a Empresa já opera 2 unidades industriais e 2 plantas downstream de aços especiais nos Estados Unidos.