

Resumo de notícias econômicas

31 de Agosto de 2021 (terça-feira)

Ano 3 n. 164

Núcleo de Inteligência da Sedet



CEARÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO E TRABALHO

PRINCIPAIS NOTÍCIAS DE POLÍTICA ECONÔMICA: 31 DE AGOSTO DE 2021

Brasileiro troca de área para ter emprego

Em setores onde há escassez de mão de obra, falta de qualificação não é obstáculo

O Estado de S. Paulo

Mesmo sem qualificação adequada, trabalhadores são forçados a mudar de ramo em busca de ocupação. Setores que perderam o brilho por causa da pandemia, como comércio e serviços, são trocados pela construção, comércio online e o agronegócio.

A troca foi detectada por empregadores quando recebem os currículos dos candidatos. Diante da escassez de mão de obra qualificada, investir na formação tem sido uma das saídas para preencher as vagas. “Aumentou a migração de trabalhadores de outras áreas para construção”, afirma Gilvan Delgado, dono da empreiteira Atacama. Com déficit de mão de obra, ele contratou Marcos Paulo Viana, de 33 anos, que desde os 16 trabalhava na microempresa de panificação do pai. Inclusive, carregava no currículo só cursos desse setor. O negócio de pão de forma integral, vendido a pequenos comércios e diretamente a consumidores, não foi para a frente quando veio a pandemia. A microempresa fechou e Viana encontrou na construção civil uma oportunidade. No início, trabalhava como ajudante em diversas funções para aprender. Hoje, coordena os serviços operacionais. Na construção, Viana ganha o dobro do que tirava na panificação e planeja fazer um curso técnico na área ou até uma faculdade de Engenharia.

Após quatro anos como motorista de ônibus em Piraju, interior de São Paulo, Antônio Márcio Sanches, de 41 anos, fez uma manobra radical: trocou o transporte coletivo pelo trator. Com a pandemia, as viagens de ônibus diminuíram, e ele teve o contrato suspenso. Passou a receber o auxílio do governo, e a renda caiu. “Com a pandemia, ficou enrolado e sai por conta.”

Sanches conhecia o produtor rural e zootecnista Miguel Abdalla e aceitou o desafio de mudar de ramo. Pouco mais de um mês, começou a pilotar trator e

colheitadeira. Decidiu ir para o agronegócio em busca de um ganho maior e conseguiu. “Tiro cerca de 50% a mais do que ganhava como motorista.” Além da receita maior como autônomo, ele diz que o ambiente de trabalho no campo é mais sossegado. cursando o ensino fundamental, Sanches quer fazer um curso técnico para pilotar máquina agrícola, assim como fez para dirigir ônibus.

Negociação sobre dívidas passa por acordo com Estados

Folha de São Paulo

Costurada nos últimos dias por integrantes dos três Poderes, a solução alternativa de criar um limite para o pagamento dos precatórios (dívidas judiciais) a partir de 2022 deve envolver a negociação de um acordo direto com os Estados para o pagamento de R\$ 15,6 bilhões devidos pela União. A intenção é evitar a formação de uma “bola de neve” para o futuro com o adiamento de parte de uma fatura de R\$ 89,1 bilhões e, ao mesmo tempo, contribuir para uma saída do impasse sem necessidade de mexer na Constituição.

O acerto com os governos estaduais ajudaria a tirar esses precatórios da fila de pagamentos sujeitos ao novo limite de pagamento. Na prática, um volume menor de dívidas seria rolado para anos seguintes. A despesa com o acordo, no entanto, continuaria sujeita ao teto de gastos – regra que limita o avanço dos gastos à inflação.

A criação de um subteto para precatórios está sendo discutida entre integrantes dos três Poderes e seria formalizada em resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ). Essa via foi pensada após a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) apresentada pela equipe do ministro da Economia, Paulo Guedes, para parcelar essas dívidas em dez anos, receber uma enxurrada de críticas e ampliar os temores do mercado em relação ao equilíbrio das finanças públicas.

Além do parcelamento, a PEC cria um fundo para antecipar a quitação das prestações usando receitas extras, sem que esse gasto fique dentro do teto de gastos.

Guedes tem sido aconselhado a retirar a PEC e investir apenas na solução que está sendo costurada com o Judiciário, o Legislativo e o Tribunal de Contas da União (TCU).

Os governos da Bahia, do Ceará, de Pernambuco e do Amazonas têm, juntos, R\$ 15,6 bilhões a receber em 2022, após ganhar uma ação no STF que questionava valores do Fundef, o fundo para o desenvolvimento do ensino fundamental e valorização do magistério que vigorou até 2006. Daquele valor, cerca de R\$ 7 bilhões podem ser abatidos por meio de um “encontro de contas”, isto é, compensação com dívidas que esses Estados têm com a União.

De frango a doces, desabastecimento afeta Reino Unido

Reuters

Por todo o Reino Unido, um problema que vinha ocorrendo lentamente desencadeou uma crise na cadeia de abastecimento nas últimas semanas, com restaurantes, supermercados e empresas do setor de alimentação avisando seus clientes de que produtos populares ficarão temporariamente indisponíveis por causa da escassez de caminhoneiros.

Os milkshakes do McDonald's, o frango da rede Nando's, os doces Haribo e o leite estão entre os produtos que ficaram escassos no país no verão. Mas o problema vai além dos alimentos: toda a indústria vem se queixando de problemas de entrega. E as organizações vêm alertando que as dificuldades na logística podem prejudicar a chegada de brinquedos e produtos para o Natal que são cruciais para os almoços e jantares de família no final do ano.

A escassez de motoristas do setor de carga que persiste há um longo tempo foi exacerbada pelo êxodo pós-Brexit de trabalhadores da União Europeia. Além disso, existem problemas para treinar novos motoristas por causa da pandemia. E há anos o setor de transporte de carga tem tido dificuldade para atrair novos condutores para uma ocupação mal paga e que exige longas e extenuantes horas de trabalho.

“Cerca de 90% de tudo o que consumimos no Reino Unido chega na carroceria de um caminhão”, disse Rod McKenzie, diretor de políticas na Road Haulage Association, que representa o setor de transporte rodoviário, e que calcula que há uma escassez de 100 mil caminhoneiros. “Se não houver motoristas suficientes – e temos notícias de grandes companhias com centenas de caminhões parados –, menos produtos serão entregues”.

No início do verão na Inglaterra, a empresa de doces alemã Haribo disse estar com problemas para enviar seus doces para as lojas britânicas. Arla, uma grande produtora de laticínios, teve de reduzir suas entregas a um quarto do habitual. A popular cadeia de restaurantes Nando's fechou 50 dos seus restaurantes por causa da falta do seu famoso frango peri-peri. Esta semana a loja de cafés Costa, e uma outra cadeia de cafés, foram as últimas a registrar escassez dos seus produtos por causa dos problemas com a rede de fornecimento.

Iceland, uma grande rede de supermercados, também está soando o alarme no caso do Natal, alertando que os varejistas precisam aumentar seus estoques no início de setembro, mas pelo contrário, as prateleiras estão ficando vazias. Richard Walker, diretor da rede, disse que sua empresa está com falta de 100 caminhoneiros para trabalharem em tempo integral. "Isso está impactando toda a cadeia de fornecimento diariamente", disse Walter à BBC. "Tivemos entregas canceladas pela primeira vez desde o início da pandemia".

Os Estados Unidos também lutam com a escassez de caminhoneiros; a crise é similar no tocante aos anos que essa crise vem se formando, com as empresas de transporte não conseguindo atrair novos caminhoneiros. Na Grã-Bretanha, a idade média de um motorista de caminhão é de 50 anos. Há seis anos, o Chartered Institute of Logistics and Transport disse que somente 2% dos caminhoneiros tinham menos de 25 anos e que em 2022 o setor necessitaria de mais 1,2 milhões de empregados. Além disso, depois do referendo do Brexit, em 2016, o valor da libra despencou, tornando menos lucrativo para os europeus do continente, – incluindo os caminhoneiros – trabalhar no Reino Unido, levando alguns a retornarem ao seu país natal. A tendência foi exacerbada pela pandemia, quando muitos preferiram ficar mais perto de suas famílias. E mais obstáculos surgirão à medida que o Reino Unido introduzir inspeções de alimentos e de outros produtos que entram no país vindos da Europa continental.

As empresas têm aumentado os salários e oferecido bonificações para atrair mais motoristas. Tesco, a maior rede de supermercados da Grã-Bretanha, está oferecendo bonificações de mil libras (cerca de US\$ 1.370) para os motoristas que se candidatarem antes do final de setembro, prometendo aumentos de salários durante seis meses.

GIGANTE QUE MUITA GENTE NÃO CONHECE

Investindo na relação com pequenos lojistas, a Beira Rio lucra mais do que Arezzo e Vulcabras

O Estado de S. Paulo

Com a estratégia de investir nos pequenos lojistas, a calçadista gaúcha Beira Rio não tem vendas online, mas lucra mais do que concorrentes como Arezzo e Vulcabras. Se o mercado está levando os grandes varejistas brasileiros a correr atrás da digitalização e a fortalecer o e-commerce, a calçadista gaúcha Beira Rio caminha na contramão. Com oito marcas, entre elas Vizzano e Moleca, a empresa cresce empregando a mesma estratégia que sempre utilizou para vender sapatos: abastecer milhares de sapatarias em todo o Brasil. Sem vendas online – e nem intenção imediata de estabelecer esse canal –, as marcas da companhia estão perto do consumidor de outra forma: nas lojinhas de bairro.

A relação quase simbiótica com os revendedores – são 26 mil no Brasil e no exterior – é apontada por muitos especialistas no setor calçadista como o “pulo do gato” da Beira Rio. É comum que, no interior, as sapatarias vendam quase que exclusivamente os produtos da calçadista gaúcha, pois ela fabrica de sandálias a tênis, de chinelos a sapatos de salto, no adulto e no infantil. Em vez de investir em campanhas de redes de TV com celebridades famosas, ela tenta ajudar os pequenos a vender mais, com materiais de ponto de venda.

No fim das contas, porém, a estratégia da Beira Rio com os lojistas pode se resumir a uma palavra: prazo. Ao dar fôlego a esses negócios, a fabricante consegue se proteger de duas forças no setor: os sapatos chineses, que são muito mais baratos, mas têm de ser pagos à vista, e manter a distância a concorrência local, que não consegue esperar tanto para receber.

O prazo para os lojistas pagarem os pedidos da Beira Rio chegam a 100 dias, segundo o fundador da empresa, Roberto Argenta. Ou seja: para pequenos negócios sem capital de giro, muitas vezes é possível vender os calçados antes que a fatura para pagar a fábrica vença. “Buscamos dar um bom atendimento ao lojista mostrando que ele, ao comprar nosso produto, vai fazer um bom negócio”, resumiu Argenta.

Na pandemia, a Beira Rio quase não parou: as oito fábricas em solo gaúcho, que reúnem um total de 7 mil funcionários, continuaram a produzir, com os devidos cuidados para evitar a proliferação da covid-19, o que resultou em um estoque confortável. Assim, diz Argenta, é possível atender aos lojistas com rapidez caso ele sinta falta de algum produto – fontes de mercado estimam que o estoque da empresa seja de cerca de 20 milhões de pares para pronta entrega. Essa capacidade de fornecimento, que evita que as sapatarias corram para outros fornecedores, se solidificou nos últimos anos, segundo Luciano Pires Cerveira, consultor especializado no setor calçadista.

Antes associada a calçados femininos, a empresa ampliou o leque de produtos, passando a produzir também tênis, sapatos masculinos e modelos anatômicos – dominando, assim, quase todos os nichos do segmento. “A Beira Rio não trabalha com franquias, mas é possível se abrir uma loja apenas com produtos dela”, diz Cerveira. O especialista destaca que, além disso, a empresa funciona sempre com os custos em mente. “Eles conseguem oferecer tênis no varejo a R\$ 49,90, com boa relação custo-benefício para o consumidor de baixa renda. Assim, fidelizam qualquer portinha do interior.”

Com essa estratégia, a empresa surgiu em 1975, no que Argenta descreve como um “barracão na beira do rio” (daí o nome do negócio), consegue bater a lucratividade de negócios muito mais conhecidos e celebrados – tanto no meio empresarial quanto no mercado financeiro. No ano passado, a Beira Rio, que é uma sociedade anônima, teve lucro de R\$ 377 milhões a partir de um faturamento de pouco mais de R\$ 2 bilhões, em plena pandemia. Os ganhos da empresa ficam bem à frente dos exibidos pela Arezzo (R\$ 87 milhões) e pela Vulcabrás (R\$ 31 milhões) no período. E não ficam muito atrás dos registrados pela Grendene (R\$ 405 milhões). O segredo para o resultado, segundo Argenta, é o reinvestimento no negócio de cerca de 70% de todo o lucro que ele gera. Assim, a companhia amplia as linhas de produção para atender a um público mais amplo e consegue financiar os clientes sem ter de lançar mão de financiamentos externos. O empresário disse ter sido abordado por fundos de private equity (que compram participações em empresas), mas as conversas nunca evoluíram. Uma abertura de capital também não está no horizonte – ao garantir que seu “ecossistema” funcionasse sem intervenções, a Beira Rio conseguiu crescer mantendo-se fora do radar.

No entanto, os concorrentes estão de olho no segredo da empresa para produzir tanto e com custo tão baixo. Tanto é assim que o empresário Alexandre Grendene, controlador da gigante calçadista de mesmo nome, é sócio da Beira Rio, com cerca de 12% do capital. Embora seja minoritário, Grendene entrou em conflito com Argenta – dono de mais da metade da companhia – em um episódio que levou nome da Beira Rio à mídia no passado recente.

Os empresários chegaram a um acordo na disputa, que envolveu a doação por Argenta de uma parte da companhia para a Fundação Antonio Meneghetti, que homenageia o pai da chamada ontopsicologia, linha de estudos a qual o fundador da Beira Rio é um entusiasta. Uma fonte do setor definiu a dedicação do empresário à ontopsicologia como “uma religião”. Argenta definiu a ontopsicologia como a “lei da ciência da vida, das leis naturais e eternas do universo”. O empresário conta que a maioria do corpo executivo da Beira Rio passa por um curso de MBA na Faculdade Antonio Meneghetti, na qual ele é investidor. Nos últimos anos, o projeto cresceu e passou a oferecer novos cursos, motivando Argenta a empreender além dos calçados.

Para dar força aos cursos de agronomia e gastronomia da Antonio Meneghetti, ele está tirando do papel dois novos projetos: uma fábrica de azeite de oliva, que hoje opera em fase experimental, e um resort que abrirá para convidados neste fim de semana. Parte da motivação por trás desses negócios é oferecer oportunidades de treinamento prático aos estudantes.

Desde que começou a marca Recanto Maestro, Argenta conta que começou a tomar uma colher de azeite todas as manhãs – um hábito que, garante, fez sua saúde melhorar. Mas, para além do seu próprio projeto, o empresário se entusiasma com o potencial das oliveiras para a economia gaúcha, em especial para a região central do Estado, ainda dependente da cultura do fumo. A compra garantida do fruto pelas fábricas de azeite que começam a surgir na região, diz Argenta, pode ser uma alternativa de desenvolvimento para o Rio Grande do Sul.

Essa preocupação com a economia como um todo é um reflexo da ligação do empresário com a política. Argenta já foi prefeito de Igrejinha – cidade de 37 mil habitantes que fica a cerca de 80 km Porto Alegre, onde fica a sede da Beira Rio – e já

foi deputado federal pelo Estado, entre 1999 e 2003. Desde então, pendurou as chuteiras na política.

Embalagens compostáveis ganham espaço

O Estado de S. Paulo

O Brasil foi responsável por quase metade do crescimento do delivery na América Latina em 2020, segundo um levantamento da Statista, empresa especializada em dados de mercado e consumo. Do total de pedidos, 48,77% foram feitos em solo brasileiro, seguido pelo México, com 27,07%. A previsão é que, até o final de 2021, os aplicativos de entrega movimentem globalmente US\$ 6,3 trilhões.

Cientes de que somente 4% das quase 80 toneladas de resíduos produzidas por ano no Brasil são recicladas, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe), restaurantes buscam soluções que minimizem o impacto ambiental das embalagens do delivery – entre elas, as biodegradáveis e compostáveis, que podem ser compostadas domesticamente ou descartadas como lixo orgânico.

Um deles é o Portinhola, da chef Ana Soares. Criado em 2020 como braço de delivery do grupo Mesa III, o restaurante já nasceu pautado na preocupação com o ambiente e entrega seus pratos em embalagens feitas com bagaço de cana. “Por ser um produto de consumo imediato (a comida), a embalagem do delivery possibilita trabalhar com materiais menos duráveis”, afirma a chef. “A embalagem compostável também é menos agressiva, tanto no processo de obtenção da matéria-prima quanto na volta dela ao meio ambiente.”

O Ototo, delivery de bentôs (uma marmita típica do Japão) do grupo Tan Tan, também optou pelos biodegradáveis. Segundo Thiago Bañares, somente as tampas são feitas de PET reciclável. “Fizemos essa escolha para diminuir a produção de resíduos não recicláveis pelo restaurante, reduzindo o consumo de plástico ou alumínio”, diz o chef. “Além das embalagens, promovemos a reciclagem do nosso lixo e tentamos substituir plástico por outros materiais compostáveis, como papel, nos canudos e porta-hashis, por exemplo.”

Com um menu de receitas autorais e rotativas feitas 80% a partir de vegetais e ingredientes garimpados de produtores locais e orgânicos, o 31 Restaurante se dedica desde a inauguração a ser ambientalmente responsável. Além de adotar o “locavorismo” (a prática de comprar alimentos apenas de produtores ou comércios locais) e evitar ao máximo o desperdício de alimentos, eles também usa embalagens compostáveis, apesar de o custo ser mais elevado.

Com uma maior reabertura na pandemia, a casa recentemente interrompeu o delivery, mas usa a alternativa para marmitas ou quando os clientes querem levar a comida para casa, por exemplo. “Diante de tudo que acreditamos, não fazia sentido trabalhar com algum outro tipo de embalagem que não fosse compostável ou biodegradável”, diz o chef Raphael Vieira.

Para atender à demanda, algumas empresas já se dedicam exclusivamente à distribuição desse tipo de embalagem. Um exemplo é a Qualifest, que há 8 anos comercializa embalagens feitas com diversos tipos de materiais, como bagaço de cana, madeira e CPLA – todos isentos de plásticos derivados de petróleo e biodegradáveis.

“A celulose do bagaço de cana é obtida a partir do rejeito da indústria sucroalcooleira”, explica a engenheira química Fernanda Dantas, gerente de negócios da empresa. “Enquanto os demais descartáveis têm limitação com o uso em freezer, forno e micro-ondas, a celulose do bagaço tem performance excelente, aumenta a praticidade e o aproveitamento do material.” Já o CPLA, utilizado para talheres, é um polímero sintetizado a partir de fontes renováveis (amidos do arroz, milho, mandioca ou beterraba), sem qualquer mistura com plásticos convencionais. “No descarte, além de bio, é também compostável industrialmente”, diz Fernanda. Entre os fornecedores da Qualifest, estão fabricantes localizadas na Alemanha, Itália e também em países da Ásia – todos com certificados de biodegradabilidade e de segurança para uso alimentício.

No caso da Soubio, que trabalha com embalagens de bagaço de cana, madeira, amido de milho e papel kraft, uma maior preocupação dos consumidores com o ambiente foi o propulsor do negócio, segundo a diretora Fabiana Arruda. “A gente já vê esse interesse da população em querer uma mudança significativa no uso da embalagem”, diz. “A embalagem de bagaço de cana, por exemplo, é 100%

biodegradável e compostável”, sublinha a executiva, que visitou fábricas dos fornecedores na Ásia em 2019.

A FNS, que tem uma linha de embalagens compostáveis de fibra vegetal (milho, bambu ou bagaço de cana), apostou em marcas de tecnologia americana que mantêm suas fábricas na China para importar os materiais. “Hoje, trabalhamos somente com papel de reflorestamento com selo FSC ou recursos renováveis como bambu”, afirma o gerente comercial, Marcelo Maluf Haddad. “Entendemos que a preocupação com o ambiente se concentra nas duas pontas – origem da matéria-prima e destino do lixo. Como se recicla muito pouco no Brasil, sabemos bem onde vai parar todo esse lixo.”.

Venda de imóveis cresce 60,7% no 2º trimestre

Broadcast

O mercado imobiliário nacional teve aumento das vendas e dos lançamentos no segundo trimestre, com mais uma redução dos estoques. Isso é o que mostra pesquisa divulgada na semana passada pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC).

As vendas de casas e apartamentos novos chegaram a 65.975 unidades no segundo trimestre de 2021. O montante foi 60,7% maior na comparação com o mesmo intervalo de 2020 e 7,2% superior ao registrado no primeiro trimestre deste ano. No acumulado dos últimos 12 meses, as vendas totalizaram 261.401 unidades.

Os lançamentos de imóveis residenciais alcançaram 60.322 unidades no segundo trimestre. O montante foi 114,6% maior quando comparado ao mesmo intervalo de 2020. No acumulado dos últimos 12 meses, as vendas totalizaram 237.157 unidades, alta de 23% em relação aos 12 meses anteriores. Com mais vendas do que lançamentos, o estoque de imóveis (na planta, em obras e recém-construídos) encolheu 7,1% na comparação anual, chegando a 180.007 unidades. Considerando a velocidade atual de vendas, esse estoque é suficiente para abastecer o mercado por 8,3 meses. Um ano antes, estava em 12 meses.

O presidente da CBIC, José Carlos Martins, alertou para a descalibragem entre oferta e demanda no mercado imobiliário, que pode resultar em uma explosão no preço dos imóveis ao longo dos próximos meses.

O turismo está em seu melhor momento desde o início da pandemia

O Estado de S. Paulo

A agência de turismo CVC atua naquele que foi o setor mais atingido pela pandemia. Afinal, com o avanço da covid-19, a última coisa em que as pessoas pensavam era em viajar. Porém, segundo Leonel Andrade, presidente da companhia, isso está mudando e ele prevê que o atual semestre mostrará uma grande recuperação dos negócios.

Mas, até agora, os resultados da CVC ainda frustram os investidores. No último trimestre, a empresa teve um prejuízo de R\$ 175,5 milhões, um número 30% menor do que o do mesmo período do ano passado, mas que o mercado ainda achou muito elevado. Nos últimos dois meses, as ações da empresa perderam quase 25%.

“Não foi um bom balanço, mas não muda a nossa visão de longo prazo e nem a direção que estamos tomando”, diz Andrade. Confira, a seguir, os principais trechos da entrevista.

• Como o sr. avalia os resultados do segundo trimestre?

Não foi um bom balanço, mas não muda a nossa visão de longo prazo e nem a direção que estamos tomando. A segunda onda foi muito dura e afetou as viagens em abril e maio. E, mesmo as vendas que foram feitas, não foram exercidas, e isso resultou em uma compressão da receita. Também teve o caso dos reembolsos, que aumentaram no período.

• É possível ver um cenário melhor?

As vendas para o segundo semestre estão muito fortes e já tem muita gente viajando. Os aeroportos estão cheios. É o melhor momento do turismo desde o início da pandemia.

• Mas a CVC estará saudável para atender a essa demanda?

Tivemos uma notícia muito boa em relação à nossa redução de dívidas. Entramos na pandemia com dívida de R\$ 2,2 bilhões e reduzimos para R\$ 700 milhões, e ainda temos entrando no caixa mais de R\$ 400 milhões do último follow-on. Esse valor vai prioritariamente para reduzir ainda mais a nossa dívida e para investimentos..

- **Que tipo de investimento a empresa pretende fazer?**

Em tecnologia e gestão de clientes. Hoje, estamos investindo muito dinheiro em análise de dados. Temos 22 milhões de clientes atualmente e temos a capacidade de dobrar esse número. Também estamos investindo em um software de influência: do mesmo jeito que a Netflix sabe o que você quer assistir sem você saber, queremos saber para onde a pessoa quer viajar antes dela mesmo. É um trabalho contínuo. Estamos falando de investimentos de R\$ 170 milhões.

Demanda por biológicos impulsiona Novozymes

Broadcast

A dinamarquesa Novozymes, líder global em soluções biológicas, prevê que a divisão agrícola feche 2021 com faturamento 86% maior no Brasil. O mercado como um todo deve crescer 29%. No primeiro semestre, a receita com vendas de inoculantes e biodefensivos da Novozymes subiu 64%. “A expectativa considera os pedidos já contratados para aplicação na safra 21/22 que serão entregues e faturados no segundo semestre”, explica Maximiliano D’alessio, diretor de operações na América Latina. Em 2020, a receita global foi de cerca de US\$ 450 milhões – 30% no Brasil. Este ano, a meta é chegar aos 50%. O preço remunerador da soja, que perfaz 80% a 85% das vendas, é o principal fator de impulso, além da maior demanda por insumos sustentáveis. Com o avanço, a empresa espera alcançar no fim do ano participação de mercado de 12%, ante os atuais 10%.

O melhor desempenho da Novozymes no País também deve vir de uma atuação mais forte no Centro-oeste, com maior presença nas revendas de insumos agrícolas. Na região, estima que detém 12% de mercado e prevê encerrar a safra com 13%. Hoje, a empresa trabalha com 800 redes de distribuidores e projeta alcançar 1 mil até o fim do ano. A mais recente parceria foi fechada com a Fiagril, que atua em Mato Grosso, Tocantins e Amapá.

D’alessio conta que o aporte da Novozymes na safra 2021/22 foi para a criação de uma tecnologia que torna os seus biológicos compatíveis com o uso de químicos. A companhia investe 10% de sua receita anual em pesquisa e desenvolvimento no País. Um quarto das vendas deve vir de quatro novos produtos inseridos no portfólio este

ano. Para as próximas safras, o foco está também em parcerias com fabricantes de insumos químicos para comercialização de sua biotecnologia. Há negociações em andamento com FMC, Syngenta e UPL, revela o executivo.

Também no segmento de defensivos biológicos, a Agbitech, presente há cinco anos no Brasil, está colocando suas fichas no comércio online para impulsionar os negócios. A empresa de origem australiana que hoje tem sede nos Estados Unidos acaba de entrar no marketplace Agrofy, um dos maiores do setor no País, e espera transacionar US\$ 1,6 bilhão por este canal em cinco anos.

Com forte atuação em biolagartidas para controle da lagarta-do-cartucho, que ataca lavouras de milho, e liderança no segmento para as culturas de milho e soja, a Agbitech prevê a partir de 2022 ampliar sua base de clientes em 20%, diz Murilo Moreira, diretor de marketing. Em três safras, a empresa contabiliza 3,5 milhões de hectares tratados no Brasil com seus produtos não químicos.

De imediato, o executivo celebra o crescimento de 113% do mercado de biolagartidas para milho na safra 2020/21, com US\$ 2,9 milhões movimentados, enquanto o de inseticidas como um todo para lagartas do milho encolheu 20%, para US\$ 127,5 milhões. A área de milho tratada com biolagartidas aumentou 495%, para 415,5 mil hectares, segundo dados levantados pela Spark Inteligência Estratégica, que apontaram a participação de 31% da Agbitech no segmento.

Mercado de trocas no Agronegócio

Broadcast

A trading Timbro vai aceitar pagamento de aeronaves por meio de barter, ou seja, com a entrega de produtos agrícolas em troca do bem. A empresa, que também exporta commodities, viu aumentar em 40% a procura por aeronaves no primeiro semestre, da qual 80% de clientes do agronegócio. Philippe Figueiredo, diretor de Aviação conta que há expectativa de fechar 2021 com mais de 30 aeronaves importadas, das quais 75% para o agro e 10% por barter.

A boa performance do agro tem sustentado a demanda por helicópteros, aeronaves executivas, como jatos, e aeronaves agrícolas, diz Figueiredo. O agronegócio deve impulsionar os resultados de Aviação da Timbro, que espera maior participação do

setor na importação de aeronaves (75% contra 60% em 2020). O peso da atividade no faturamento da trading, deve aumentar de 5% em 2020 para 8% em 2021 e 12% em 2022.

Expansão da agrofintech

Nos seus 12 primeiros meses de operação, a partir do início em julho de 2020, a agrofintech Creditares aprovou R\$ 50 milhões para produtores rurais. A meta para 2022 é alcançar R\$ 380 milhões e, em 2023, R\$ 1 bilhão. Sonhar alto é perfeitamente possível, segundo o CEO da companhia, José Corral, lembrando que esse valor corresponde a 5% do mercado em Mato Grosso, nicho para a Creditares.

» Oportunidades. A Creditares usa o open banking, que permite que instituições financeiras compartilhem dados e histórico do cliente se ele autorizar. "Queremos que o produtor possa escolher (a melhor oportunidade)", diz Corral. A empresa, selecionada para participar do programa Lift, do Banco Central, que fomenta inovações para o sistema financeiro nacional, está em rodada de captação para lançar uma nova plataforma até o fim do ano.

QR codes vieram para ficar; dúvida é a privacidade

Disseminação dos códigos de barra permitiu que as empresas integrassem mais ferramentas para rastreamento de seus clientes

Reuters

Os QR codes – essencialmente um tipo de código de barras que permite que as transações sejam realizadas sem toque – se popularizaram por uma necessidade na pandemia e devem se tornar um acessório técnico permanente. Os restaurantes adotaram em massa, varejistas os adicionaram aos caixas e comerciantes os espalharam por todas as embalagens de varejo, outdoors e anúncios de TV.

Cada mesa do Teeth, um bar em São Francisco (EUA), tem um cartão estampado com o código, um quadrado preto e branco pixelado. Os clientes simplesmente o escaneiam com a câmera do telefone para abrir um site com o menu online. Em seguida, podem inserir suas informações de cartão de crédito para pagar, tudo sem tocar em nenhum cardápio de papel, nem interagir com um atendente.

Apesar da facilidade, a disseminação dos códigos permitiu que as empresas integrassem mais ferramentas para rastreamento, segmentação e análise, levantando bandeiras vermelhas para especialistas em privacidade, isso ocorre porque os QR codes podem armazenar informações digitais, tais como que frequência ocorre determinada digitalização. Eles podem abrir um aplicativo ou site que rastreia as informações pessoais das pessoas.

Como resultado, os QR codes permitiram que alguns restaurantes construíssem um banco de dados de históricos de pedidos e informações de contato de seus clientes. Nas redes de varejo, as pessoas em breve poderão receber ofertas personalizadas e outros incentivos dentro dos sistemas de pagamento com QR code.

“As pessoas não entendem que, quando você usa um QR code, ele insere todo um aparato de rastreamento online entre você e sua refeição”, disse Jay Stanley, analista de política sênior da American Civil Liberties Union. “De repente, a sua atividade offline de sentar-se para uma refeição virou parte do império da publicidade online.”

Os QR codes podem ser uma novidade para muitos consumidores, mas são populares internacionalmente há anos. Inventados em 1994 para agilizar a fabricação de automóveis em uma empresa japonesa, os QR codes se tornaram amplamente utilizados na China nos últimos anos, após serem integrados aos aplicativos de pagamento digital Alipay e Wechat Pay.

Metade de todos os operadores de restaurantes com serviço completo nos Estados Unidos já elaboraram cardápios com QR codes desde o início da pandemia, de acordo com a Associação Nacional de Restaurantes. Em maio de 2020, o Paypal introduziu os pagamentos com QR code e, desde então, os adicionou à CVS, Nike, Foot Locker e cerca de 1 milhão de pequenas empresas. Em setembro, a Square, outra empresa de pagamentos digitais, lançou um sistema de pedidos por QR code para restaurantes e varejistas.

Os restaurantes que usam cardápios com QR codes podem economizar de 30% a 50% nos custos de mão de obra, reduzindo ou eliminando a necessidade de atendentes para receber pedidos e pagamentos, disse Tom Sharon, cofundador da Cheqout.

Essas habilidades digitais aprimoradas preocupam especialistas em privacidade. A Mr. Yum, por exemplo, usa cookies do menu digital para rastrear o histórico de

compras de determinado cliente e dá aos restaurantes acesso a essas informações, vinculadas ao número de telefone e cartões de crédito do cliente.

Para Lucy Bernholz, diretora do Laboratório da Sociedade Civil Digital da Universidade de Stanford, os QR codes “são um primeiro passo importante para fazer com que sua experiência no espaço físico fora de sua casa possa ser rastreada pelo Google em sua tela”.

Como o fim do Juros sobre o Capital Próprio (JCP) pode mexer com as empresas

Estudo mostra efeito nas companhias de maior participação na B3; proposta faz parte de reforma tributária

E-investidor

Além dos dividendos distribuídos pelas empresas, os Juros sobre o Capital Próprio (JCP) são outro tipo de provento que remunera os acionistas. O texto da reforma tributária que tramita na Câmara propõe o fim desse tipo de rendimento. Economistas, governo, investidores e empresas discutem a proposta. Em levantamento para o E-investidor, o escritório Junqueira Advogados analisou o impacto da reforma para dez empresas que representam mais de 50% de participação no Ibovespa. Os cálculos foram feitos utilizando as demonstrações financeiras de 2020. Segundo o estudo, a proposta do governo deve desestimular o investimento estrangeiro e aumentar a tributação das médias e grandes empresas. Em relação às companhias menores, a previsão de volta de imposto sobre dividendos afeta diretamente os sócios das empresas.

Sobre o impacto para investidores estrangeiros, a alíquota de 34% de Imposto de Renda corporativo é maior do que a média mundial. “Quando acumular com a tributação dos dividendos, ainda que haja uma redução parcial, teremos um aumento real do custo Brasil”, diz Diego Enrico Peñas, advogado tributarista do Junqueira Le Advogados.

“Isso pode fazer com que os investidores antecipem o pagamento dos dividendos para antes da vigência da nova lei e já aproveitem para deixar o dinheiro no exterior.”

Se em 2020 a alíquota do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social Sobre Lucro Líquido (CSLL) dessas empresas fosse 10% menor – como propõe o governo hoje –, as companhias desembolsariam R\$ 6 bilhões de tributos. Contudo, ainda considerando o balanço total de 2020, se elas não pudessem efetuar a dedução do JCP aos acionistas, o valor pago seria de R\$ 7,7 bilhões. O escritório de advocacia ressalta que esses cálculos não levam em conta a taxa adicional de 20% sobre os dividendos que os acionistas pagariam sobre as distribuições. Na prática, as empresas pagariam R\$ 1,7 bilhão a mais em impostos. Peñas ressalta que este valor é bem menor do que os R\$ 4 bilhões de imposto que seriam pagos a mais caso fosse mantida a redução de apenas 5% do IRPJ. Se consideradas as dez empresas com maior participação no principal índice da Bolsa, elas pagariam, juntas, 2,74% a mais em impostos.

“Vemos que a reforma tem sido adaptada para tentar equilibrar melhor a balança, mesmo que o aumento global ainda seja substancial. Mas é importante notar que algumas empresas, em nível individual, serão bem mais impactadas que as demais, em especial Itaú Unibanco e Ambev, que são responsáveis pela maior fatia dos valores pagos via JCP”, afirma.

Na avaliação de Peñas, as companhias mais afetadas são aquelas com maior patrimônio. Ou seja, empresas que fabricam mercadorias têm um grau elevado de custos, aumentando os gastos. “Uma das posições do governo para justificar a exclusão do JCP é que ele não atinge sua utilidade, e o endividamento das empresas continua alto. Isso é verdade de certa forma. Entretanto, o alto endividamento das empresas é um problema global”, destaca Peñas. Para Ricardo Teixeira, coordenador do MBA em Gestão Financeira da FGV, o maior beneficiado é o governo. “A sociedade em geral pode ter vantagem, desde que se transforme em investimentos públicos de interesse da população”, aponta. Por outro lado, segundo Teixeira, empresas e investidores devem ser prejudicados, por perderem a oportunidade de usar um artifício permitido pela legislação de atração de investimento e remuneração.

Assessoria de Comunicação – Sedet
Fone: (85) 3444.2900
www.sedet.ce.gov.br

INDICADORES ECONÔMICOS E SOCIAIS

Atualizado no dia 26.08.2021

TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL DO PIB (JAN-DEZ)				
	2018	2019	2020*	2021**
Ceará	1,45	2,67	-3,56	5,77
Brasil	1,78	1,41	-4,06	4,85

VALOR CORRENTE DO PRODUTO INTERNO BRUTO ANUAL (PIB) (R\$ MILHÕES) (JAN-DEZ)				
	2018	2019	2020*	2021**
Ceará	155.903,82	166.959,80	168.285,73	188.355,17
Brasil	7.004.141,00	7.407.023,57	7.447.858,25	8.263.567,80

PARTICIPAÇÕES PIB ANUAL (%) (JAN-DEZ)				
	2018	2019	2020*	2021**
PIB_CE/PIB_BR	2,23	2,25	2,26	2,28
Participações População (%)	4,35	4,35	4,34	4,33

Fonte: IBGE e IPECE. Atualizado em 17/06/2021.

Notas: (*) Valores estimados, sujeitos a revisão; (**) Valores projetados, sujeitos a revisão;

CONTAS EXTERNAS DO CEARÁ (US\$ MILHÕES) (JAN-JUL)				
	2018	2019	2020	2021
Exportações	1.025,65	1.130,41	951,02	1.406,49
Importações	1.305,02	1.097,79	1.206,18	1.742,31
Saldo Comercial	-279,37	32,62	-255,16	-335,82

Fonte: MDIC.

ESTOQUE DO VOLUME DE CRÉDITO				
	2018	2019	2020	2021 (Até junho)
Brasil (R\$ Tri)	-	3,48	4,02	4,21
Ceará (R\$ Bi)	71,32	76,77	87,14	91,18

Fonte: Banco Central.

PRINCIPAIS ÍNDICES				
ATIVIDADE (Acumulado até junho) (base: igual mês ano anterior) (%) – CEARÁ				
	2018	2019	2020	2021
Produção Física Industrial	0,0	2,1	-22,0	26,8
Pesquisa Mensal de Serviços	-9,2	-2,3	-13,4	5,8
Vendas Mensais do Varejo Comum	3,5	-1,1	-16,3	4,9
Vendas Mensais do Varejo Ampliado	4,2	2,9	-15,8	18,3
INFLAÇÃO (Acumulado até julho)				
	2018	2019	2020	2021
IPCA - BRASIL	2,83	2,54	0,90	5,81
IPCA - FORTALEZA	1,79	3,50	1,84	7,21
INPC - BRASIL	2,83	2,55	0,80	5,01
INPC - FORTALEZA	1,96	3,31	1,73	6,20
IGP-M	5,94	4,79	6,71	15,98

Fonte: IBGE e FGV.

MERCADO DE TRABALHO - CEARÁ				
INDICADOR	2018	2019	2020	2021.1
Desocupação (%)	10,1	10,1	14,4	15,1
Nível de ocupação (%)	50,3	50,8	42,8	40,4
População em idade de trabalhar	7.312 (100%)	7.410 (100%)	7.620 (100%)	7.623 (100%)
Força de trabalho (mil)	4.088 (56%)	4.185 (56%)	3.808 (50%)	3.631 (48%)
Ocupada (mil)	3.676	3.762	3.259	3.082
Formal (mil)	1.630	1.702	1.534	1.422
Informal (mil)	2.046	2.060	1.725	1.660
Desocupada (mil)	412	423	549	549
Fora da Força de trabalho (mil)	3.224 (44%)	3.225 (44%)	3.812 (50%)	3.992 (52%)
Desalentados (mil)	328	358	466	466

Rendimento médio real habitual de todos os trabalhos das pessoas ocupadas (R\$)				
	2018	2019	2020	2021
	1.525	1.685	1.656	1.766

Fonte: IBGE (PNAD Contínua).

ESTOQUE DE EMPREGO FORMAIS							
REGIÃO/ANO	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	2021* (Até julho)
Ceará	1.542.759	1.443.365	1.464.948	1.471.704	1.509.818	1.523.809	1.569.938
Nordeste	8.899.279	8.436.203	8.543.651	8.647.237	8.683.272	8.704.355	8.930.303
Brasil	48.060.807	46.060.198	46.281.590	46.631.115	47.554.211	47.630.932	49.479.236

Fonte: RAIS/ME e NOVO CAGED.

* O estoque de empregos 2020: Estoque de empregos em 2019 + o saldo das contratações de 2020.

** O estoque de empregos 2021: Estoque de empregos em 2019 + o saldo das contratações de 2020 e 2021.

Saldo de Empregos Gerados - Acumulado - 2020 - CEARÁ						
	2020			2021		
	Admissões	Desligamentos	Saldo	Admissões	Desligamentos	Saldo
JAN	36.806	34.391	2.415	41.170	33.710	7.460
JAN-FEV	74.862	65.408	9.454	85.446	66.708	18.738
JAN-MAR	108.795	106.877	1.918	120.804	104.395	16.409
JAN-ABR	121.809	155.609	-33.800	151.363	131.936	19.427
JAN-MAI	136.612	181.915	-45.303	183.072	159.599	23.473
JAN-JUN	156.057	204.187	-48.130	221.170	188.461	32.709
JAN-JUL	184.009	226.332	-42.323	264.242	218.113	46.129
JAN-AGO	218.898	249.959	-31.061			
JAN-SET	256.917	275.933	-19.016			
JAN-OUT	300.873	304.085	-3.212			
JAN-NOV	341.536	329.998	11.538			
JAN-DEZ	372.208	358.217	13.991			

Fonte: NOVO CAGED.

ABERTURA/FECHAMENTO DE EMPRESAS NO CEARÁ (ACUMULADO DE JAN – JUL)				
ESPECIFICAÇÕES	2018	2019	2020	2021
Abertura	41.167	49.078	47.641	66.099
Fechamento	60.103	18.328	15.794	21.012
Total	-18.936	30.750	31.847	45.087

Fonte: JUCEC.

PECEM - TOTAL DE MOVIMENTAÇÃO DE CARGA (TONELADAS) (ACUMULADO DE JAN-JUL)				
PERÍODO	2018	2019	2020	2021
	9.996.015	8.914.954	9.215.552	11.659.544

Fonte: CIPP

CONSUMO (MWM) DE ENERGIA (ACUMULADO DE JAN-MAR)			
	2019	2020	2021
Ceará	2.931.400	2.789.513	3.001.983

Fonte: ENEL Ceará/Departamento de Faturamento.