

# Resumo de notícias econômicas

20 de julho de 2021 (terça-feira)

Ano 3 n. 135

Núcleo de Inteligência da Sedet



**CEARÁ**  
GOVERNO DO ESTADO  
SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO E TRABALHO

# **PRINCIPAIS NOTÍCIAS DE POLÍTICA ECONÔMICA: 20 DE JULHO DE 2021**

## **Governo avalia oferta externa para Eletrobrás**

### **Broadcast**

O governo avalia estender a operação de capitalização da Eletrobrás para o mercado internacional, informou o presidente da estatal, Rodrigo Limp. Ele garantiu também que a sede da companhia deve permanecer no Rio de Janeiro, mesmo após sua privatização. De acordo com a assessoria de Limp, ele deixou claro no evento que não existe ainda decisão fechada sobre a oferta externa, possivelmente na Bolsa de Nova York, e frisou que a responsabilidade da modelagem da venda é do BNDES. Ele ressaltou que a empresa está listada nas Bolsas de Nova York e de Madri, além da B3, em São Paulo, o que facilita a operação.

Sobre a permanência da Eletrobrás no Rio de Janeiro, uma cobrança dos empresários presentes, Limp garantiu que a empresa não vai sair do Estado. “Não está nos planos”, disse.

Na época da privatização da Vale, a pressão dos empresários fluminenses garantiu uma cláusula na golden share – ação especial que fica com o governo após a privatização – mantendo a sede da mineradora no Rio, onde permanece até hoje.

## **Petrobrás bate recorde para atender térmicas**

### **Broadcast**

A Petrobrás atingiu em junho recorde histórico na oferta de Gás Natural Liquefeito (GNL) regaseificado no País, com um volume instantâneo de 42 milhões de metros cúbicos por dia (m<sup>3</sup>/dia), informou ontem a estatal. O aumento ocorreu em função do maior despacho de usinas térmicas no País, diante da pior crise hídrica em 91 anos.

“Esse marco viabilizou a oferta total de 109,4 milhões de m<sup>3</sup>/dia de gás natural, um dos maiores volumes dos últimos anos. A oferta total compreende o gás natural

produzido no País, a parcela recebida pelos terminais de regaseificação e o volume importado da Bolívia, disse a Petrobrás em nota.

O volume de GNL regaseificado é equivalente a todo o volume da produção nacional injetado pela Petrobrás na malha integrada atualmente, ou mais do que o dobro do volume de gás importado da Bolívia. O resultado faz parte de um conjunto de iniciativas que a Petrobrás vem adotando para aumentar a oferta de gás natural e garantir o suprimento do mercado nacional neste período de demanda elevada, que teve início no quarto trimestre de 2020, com o incremento das operações das termelétricas determinado pelo ONS.

## **Países decidem elevar a produção de petróleo**

**Reuters**

A Organização dos Países Exportadores de Petróleo e suas nações aliadas (Opep+), grupo que inclui a Rússia e o México, concordaram, ontem, em aumentar no ano que vem os limites de produção de petróleo impostos a cinco países e a elevar sua produção em 2 milhões de barris por dia até o fim deste ano, encerrando uma disputa que agitou o mercado de petróleo nos últimos meses. A partir de agosto, o grupo aumentará sua produção em 400 mil barris por dia a cada mês até dezembro, até chegar ao total de 2 milhões de barris. No ano que vem, a Opep+ concordou em reavaliar o corte de 5,8 milhões de barris de produção até o fim de 2022, que havia sido planejado no ano passado.

O acordo foi alcançado depois de uma divergência desencadeada pelos Emirados Árabes Unidos, que desejavam aumentar a sua própria produção. O tema esteve no centro de um embate numa outra reunião do grupo em julho. Em nota, a Opep+ anunciou que Iraque, Kuwait, Rússia, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos aumentarão os seus limites de produção. “O que nos une é muito além do que se pode imaginar”, disse o ministro da Energia da Arábia Saudita, o príncipe Abdulaziz bin Salman. “Nós divergimos aqui e ali, mas nos unimos.” Abdulaziz se recusou a explicar como os países chegaram ao consenso, após resistência da Arábia Saudita em concordar com a demanda de aumento de produção dos Emirados Árabes Unidos.

Sob os novos limites, os Emirados Árabes Unidos seriam capazes de produzir até 3,5 milhões de barris de petróleo bruto por dia a partir de maio de 2022. Isso está abaixo dos 3,8 milhões de barris por dia que buscava. O limite da Arábia Saudita de 11 milhões de barris por dia aumentaria para 11,5 milhões, assim como o da Rússia. Iraque e Kuwait tiveram aumentos menores. Em sua declaração, a Opep+ reconheceu que os preços do petróleo continuam a melhorar. “A recuperação econômica continua na maior parte do mundo com a ajuda de programas de vacinação”, disse o grupo.

Em 2020, os preços do petróleo despencaram em meio à pandemia de covid-19, com a queda na demanda por combustível em todo o mundo. O consumo desde então se recuperou, com a vacinação. Em 2020, a Opep+ concordou em cortar um recorde de 10 milhões de barris de petróleo por dia para aumentar os preços. Desde então, o grupo adicionou gradualmente cerca de 4,2 milhões de barris. O príncipe Abdulaziz, ao elogiar o acordo, fez uma avaliação animadora do futuro da associação de países exportadores de petróleo, apesar da recente turbulência. Ele sugeriu que o grupo ampliado, com a participação de outros países, pode durar além do término dos cortes no próximo ano. “A Opep+ veio para ficar”, afirmou o príncipe.

## **Duratex vira Dexco e anuncia investimentos de R\$ 2,5 bilhões**

### **Broadcast**

A fabricante de materiais de construção Duratex, dona de marcas como Deca, Hydra, Portinari e Durafloor, anunciou um plano de investimentos de R\$ 2,5 bilhões para o período de 2021 a 2025, para expandir sua capacidade de produção de painéis de madeira, revestimentos cerâmicos, louças e metais sanitários. A empresa também mudou de nome e agora passa a se chamar Dexco. A maior parte dos recursos será aplicada na divisão Deca (louças e metais), que receberá R\$ 1,1 bilhão. Na sequência, vêm as divisões de cerâmicos, com R\$ 620 milhões, e madeira, com R\$ 500 milhões. Outros R\$ 100 milhões serão gastos com a aquisição de participação minoritária na varejista de materiais ABC da Construção. O plano prevê também R\$ 100 milhões para formação de um fundo voltado à aquisição de startups.

“Estamos nos preparando para um novo ciclo de investimentos. O objetivo é crescer sempre”, afirmou o presidente da Duratex, Antonio Joaquim de Oliveira. “Todas

as nossas fábricas, em todas as divisões, estão operando 'full'. Esse é o sinal mais evidente de que precisamos aumentar a capacidade.”

O executivo disse ainda que está otimista com os setores de construção civil, arquitetura e decoração nos próximos dois a três anos pelo menos. “Existe um conjunto de fatores favoráveis a esses negócios.” A maioria dos investimentos será destinada à ampliação da capacidade por meio de modernização das fábricas e superação de gargalos. O plano inclui a construção de uma única planta nova para produção de cerâmicos, em Botucatu (SP).

A nova unidade vai custar R\$ 600 milhões e representará um incremento de capacidade de 35%, o equivalente a 42 milhões de metros quadrados em pisos e azulejos. A cidade foi escolhida pela proximidade de São Paulo, além de acesso fácil a matérias-primas e fontes de gás natural. O segmento de cerâmicos também receberá R\$ 20 milhões para modernização das outras quatro fábricas localizadas em Santa Catarina.

A divisão Deca vai ampliar sua capacidade de produção de metais em 35% até 2024, com investimento de cerca de R\$ 600 milhões, enquanto a linha de louças subirá em 30% no período, mediante aporte de aproximadamente R\$ 550 milhões. Os recursos serão destinados para a compra de equipamento, automação de processos e ampliação de galpões das fábricas de São Paulo e Jundiaí. Em madeira, serão aplicados R\$ 90 milhões para ampliar em 10% a capacidade de produção de painéis até 2023; e R\$ 180 milhões em três novas linhas para aumentar em 45% a fabricação de produtos revestidos.

## **Supermercados vão para ‘vale-tudo’ para animar vendas**

### **Broadcast**

Depois do boom de vendas registrado pelos supermercados no ano passado, hoje o setor enfrenta um ambiente de negócios diferente. Inflação e desemprego em alta, redução do auxílio emergencial e reabertura gradual de outros negócios, como restaurantes, provocaram forte queda nas vendas. Para tentar virar o jogo vale tudo. Dos tradicionais descontos na loja física, vantagens nas compras por aplicativos, marcas mais baratas até a tentativa de transformar o supermercado num ponto turístico.

De janeiro a maio, o tombo nas vendas foi 10,25% nos supermercados do Estado de São Paulo, em relação a igual período de 2020, aponta a Associação Paulista de Supermercados (Apas). No resultado são consideradas as mesmas lojas e descontadas a inflação e influências sazonais. O retrato mais fiel desse tombo aparece na boca do caixa. “Tem crescido o abandono de carrinhos nos supermercados na hora de pagar”, afirma o economista da Apas, Rodrigo Mariano. Isso mostra que a intenção de compra não cabe mais no orçamento das famílias.

Em 12 meses até junho, a inflação oficial do País, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), acumula alta de 8,35%. Pressionada pelos alimentos, a inflação dos produtos vendidos em supermercados é quase o dobro (15%).

“Estamos preocupados com a queda nas vendas”, diz Hélio Freddi, diretor do Hirota Supermercados com 16 lojas na capital. Entre as alternativas para estancar a queda de 7% nas vendas que a rede enfrenta em relação a 2020, o executivo recorreu a algo inusitado. Decidiu transformar uma das lojas num ponto turístico para ampliar o número de clientes.

A rede investiu R\$ 1,5 milhão na reforma da loja do bairro da Vila Madalena, próxima ao Beco do Batman. Contratou o prestigiado grafiteiro Eduardo Kobra para pintar um painel de 40 metros na fachada. “Transformamos a loja da Vila Madalena num ícone para atrair clientes.”

A rede passou a incluir nas prateleiras marcas mais populares, com preços até 20% menores em relação às líderes. “As marcas populares já respondem por 10% da oferta.” Também intensificou o cadastramento dos clientes no clube de vantagens, ofertando descontos.

O Grupo Carrefour, líder em vendas do setor, relançou o seu aplicativo no fim do ano passado – e conseguiu manter as vendas estáveis. “Antigamente o aplicativo era uma plataforma de descontos. O que fazemos hoje é juntar descontos com recompensas, que é uma maneira de reter os clientes”, diz o diretor de marketing, Daniel Milagres. Outra iniciativa da varejista é a sinalização dos produtos mais baratos por categoria dentro da loja. A marca própria da rede tem sido o grande destaque. “A sua participação no mix teve uma ampliação significativa”.

“O supermercado foi um dos varejos mais aquinhoados pela pandemia, e nenhum empresário sério do setor teria a ilusão de que as vendas continuariam no mesmo patamar após a reabertura da economia”, afirma o sócio da consultoria Mixxer, Eugênio Foganholo.

Segundo ele, para reduzir a queda nas vendas, as lojas devem adequar a oferta ao bolso do consumidor, hoje mais pobre por causa da alta da inflação. Mas lembra que novas oportunidades estão se abrindo para os supermercados, como a venda de pratos prontos. “A competição daqui para frente vai ser boa e quem ganha é o consumidor.”

## **Produção do campo supera R\$ 1 trilhão**

### **Broadcast**

O valor bruto da produção agropecuária deverá superar R\$ 1 trilhão pela primeira vez neste ano. O faturamento das lavouras deverá alcançar R\$ 753,2 bilhões e o da pecuária, R\$ 346,2 bilhões. O resultado de R\$ 1,099 trilhão será 10,5% maior em valores reais do que o valor da produção de 2020, de acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Nas suas avaliações, o Mapa utiliza como deflator o Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPDI) da Fundação Getúlio Vargas, em cuja composição os preços no atacado têm peso expressivo. Por isso, esse índice tem registrado variação bem maior do que a do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) do IBGE.

Entre 2005 e 2014, o valor da produção das lavouras mostrou forte e contínuo aumento, em razão da alta dos preços internacionais. O aumento no período foi de mais de 170%. Entre 2014 e 2019, houve certa estabilidade, até com pequena redução do valor nesses cinco anos. A recuperação, a partir do ano passado, com nova alta das commodities no mercado mundial, é expressiva. O valor estimado da produção neste ano deverá ser quase 40% maior, em valores reais, do que o de 2019.

Na comparação com 2020, o aumento do faturamento das lavouras deverá ser de 13,8% e o do faturamento da pecuária, de 3,8%. Os maiores destaques serão para o arroz (aumento de 3,8%), cana-de-açúcar (2,3%), milho (15,7%), soja (30,2%) e trigo (34,6%). Esses produtos respondem por 55,4% do valor bruto da produção total. O trigo, em particular, vem mostrando resultados notáveis. Neste ano, a safra deverá alcançar o

recorde de 8,48 milhões de toneladas (o anterior, de 6,73 milhões de toneladas, é da safra 2015/2016).

Na pecuária, os melhores resultados são registrados pela carne bovina (alta de 7,5% no valor da produção) e carne de frango (6,1%). Outros componentes do valor da pecuária, como suínos e leite, estão com resultados mais fracos. As exportações continuam apresentando bons números. Nos seis primeiros meses, as vendas externas do agronegócio somaram US\$ 61,49 bilhões, com aumento de 20,8% em relação ao total do primeiro semestre do ano passado. No período, o agronegócio respondeu por 45,3% do total exportado pelo País.

## **Após cortes, BB estuda criar nova vice-presidência**

### **Broadcast**

O Banco do Brasil avança em estudos para criar uma vice-presidência. O plano é parte das mudanças anunciadas e que diminuem em três o número total de diretorias. Por outro lado, a atual gestão, sob o comando de Fausto Ribeiro, caminha para retomar a estrutura prévia à chegada dos liberais, que assumiram com o discurso de redução da máquina pública. O BB tem oito vice-presidências. Uma delas foi recriada pela atual gestão. Com mais uma, o número total de vice-presidências subirá a nove. A estrutura é maior do que a de grandes rivais privados, mas ainda mais enxuta que a da Caixa Econômica Federal - com 12 vice-presidências. A ideia em estudo, de acordo com uma fonte, é criar uma vice-presidência com foco em negócios.

A estrutura existia até o governo do ex-presidente Michel Temer. Com a chegada dos liberais na administração atual, a área foi eliminada e integrada à vice-presidência de tecnologia sob a justificativa de maior eficiência. O movimento ocorreu na gestão do economista Rubem Novaes e foi mantido por seu sucessor, André Brandão. A leitura da atual administração, porém, é a de que o movimento não surtiu efeito. Ao contrário. Com a eliminação da vice-presidência voltada a negócios, perdeu-se o foco em uma área considerada "crítica" para o desenho de processos com o cliente no centro. A gestão de Ribeiro estuda voltar ao que era antes. A condição, contudo, é um corte de custos prévio para evitar aumento de despesas. Mudanças já começam a aparecer. Há duas semanas, o BB anunciou a integração de unidades e diretorias e, respectivamente, corte de

despesas. Na prática, a alta cúpula cresce. Mas a estrutura abaixo não acompanha o movimento. Procurado, o BB não comentou.

## **Shopping virtual no Setor Imobiliário**

### **Broadcast**

Depois de a MRV&Co ocupar diferentes setores imobiliários (construtora MRV, empresa de loteamentos Urba e locadoras de apartamentos Luggo e AHS), o próximo passo será o shopping virtual - o Mundo da Casa. O negócio surgiu em 2018 e já alcançou receita anualizada da ordem de R\$ 100 milhões. É pouco perto do faturamento total de R\$ 6,6 bilhões em 2020, mas, na visão da diretoria, dá para render muito mais. A ideia é surfar a onda de digitalização das atividades, vista em áreas sem muita tradição no universo online, como educação e saúde.

A MRV&CO deve anunciar nas próximas semanas uma iniciativa para reforçar o portfólio do Mundo da Casa e a sua divulgação. O marketplace tem o propósito de reunir num só lugar diferentes produtos e serviços para os consumidores que compraram ou alugaram um imóvel do grupo e terão relação com a empresa por muitos anos.

Segundo copresidente da MRV&CO, Eduardo Fischer, o objetivo é estreitar o relacionamento com os cerca de 500 mil clientes. Além disso, está consolidando o patamar de produção de 50 mil moradias por ano - cada unidade recebe, em média, três pessoas. Portanto, são perto de 150 mil novos clientes na mira do marketplace.

Outras empresas tradicionais estão seguindo os mesmos rumos, inspiradas em unicórnios como o QuintoAndar, que cresceram no mercado imobiliário digital. A Gafisa, por exemplo, também decidiu criar seu próprio marketplace, chamado Viver Bem.

## **Empresas buscam certificação para ações de sustentabilidade**

### **Broadcast**

Em meio ao debate sobre o ESG – sigla em inglês para ações ambientais, sociais e de governança de empresas –, nem sempre é fácil diferenciar o que é só discurso e o que virou prática. Por causa disso, cada vez mais empresas estão buscando certificações externas sobre sua atuação em sustentabilidade. Uma das certificações disponíveis é a do selo do Sistema B, organização que atesta se empresas de mercado, que visam ao lucro, têm também reais preocupações socioambientais. “Ter um olhar externo que

homologa faz muita diferença”, afirma Francine Lemos, diretora executiva do Sistema B no Brasil.

A organização, que está perto de completar uma década no País, já certificou 216 companhias, sendo 51 apenas no período de pandemia – momento em que a procura pelo certificado saltou 34%. Entre grandes empresas com o “selo B”, há nomes como Natura, a locadora de carros Movida e, mais recentemente, a Danone. Segundo Francine, o caminho rumo à certificação é diferente para cada negócio. O processo de grandes indústrias, por exemplo, tende a ser mais longo e complexo. Para a especialista em sustentabilidade Sonia Consiglio Favaretto, a maior procura por certificação está relacionada à visibilidade do tema ESG. “A pandemia nos fez perceber que essas questões impactam os negócios”, diz.

Seguindo uma decisão global, a subsidiária brasileira da Danone é uma das mais recentes detentoras da certificação de “empresa B”. O aval veio em março, após uma jornada de quase três anos, diz a diretora da empresa, Cibele Zanotta. A executiva conta que a empresa foi avaliada de ponta a ponta. Tudo foi conferido: contratos com fornecedores, rastreabilidade da cadeia, engajamento de funcionários e até mesmo as práticas de desligamento de pessoal, entre outros aspectos. “Não é uma simples auditoria”, diz.

Em um momento em que o mercado financeiro viu a demanda por produtos ligados à sustentabilidade dar um salto, a Fama Investimentos, gestora pioneira no Brasil na adoção da pauta ESG, bateu o martelo de que havia chegado o momento de obter o selo B, diz o sóciofundador, Fábio Alperowich. O objetivo era se diferenciar daqueles que usam o ESG apenas no discurso. O executivo disse que o processo levou só seis meses. Entre as mudanças exigidas, esteve a alteração do estatuto da gestora, que passou a incluir o propósito socioambiental requerido pela certificadora. Para Alperowich, a rapidez na obtenção veio para reforçar que a gestora já trabalhava de acordo com as melhores práticas.

A fabricante de produtos de limpeza A Positiv.a, que nasceu com a proposta de sustentabilidade, há cinco anos, tinha o objetivo de obter o selo B desde a origem, diz a presidente Marcela Zambardino – a certificação saiu em 2017. A empresa, que cresceu muito desde então, passou recentemente por um processo de recertificação. Segundo

Marcela, a Positiv.a aproveitou para profissionalizar mais seus processos. Com isso, a empresa está acompanhando de forma automatizada os impactos de sua atividade. “Para cada produto vendido, a compensação de carbono, geração de renda, embalagem plástica não gerada, bucha que não é levada para o aterro. Mapeamos esses indicadores.”

Startup de impacto social especialista em pesquisa e desenvolvimento de blockchain, a Blockforce, que obteve seu selo no ano passado, sentiu o impacto positivo em seus negócios ao se tornar uma corporação B, conta o cofundador e presidente da Blockforce, André Salem.

A principal dificuldade ao longo da jornada para obtenção do selo foi reunir a documentação dos impactos da empresa – que nasceu remota, ou seja, mesmo antes da pandemia seus funcionários trabalham de casa. Essa questão foi repassada ao Sistema B – ponto ainda mais relevante durante a pandemia.

## **Painéis solares conquistam público**

### **Broadcast**

O acupunturista Julyo Ganiko decidiu montar a sua casa do zero em Guarulhos. Uma de suas preocupações era com a questão da eletricidade: ele queria que tudo na sua casa fosse movido por energia elétrica, até mesmo o fogão. Decidiu instalar painéis solares na residência de 220 metros quadrados de área construída, que ficou pronta em 2019, onde mora com a mulher e os dois filhos. O investimento foi de R\$ 25 mil. “Hoje, pago R\$ 70 na minha conta de luz todos os meses. Conversando com pessoas que moram próximas e que têm hábitos de consumo parecidos, elas gastam mais de R\$ 300”, afirma Ganiko.

No fim de junho, foi anunciado o reajuste de 52% para a taxa extra embutida nas contas de luz, a bandeira vermelha 2. Por causa disso, os brasileiros deverão pagar, em média, 8,12% mais, segundo os cálculos do economista André Braz, coordenador dos Índices de Preços do Ibre/FGV. Esses aumentos, que devem continuar sendo constantes com a crise hídrica, estão ajudando a acelerar a adoção da energia solar por residências, baseada principalmente na geração distribuída. Ela consiste na instalação de placas solares em telhados das casas, indústrias e até mesmo em pequenos e médios estabelecimentos. Para 2021, a Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica

(Absolar) estima que a geração distribuída deve saltar de 4,4 gigawatts para 8,3 gigawatts. Os investimentos nessa área, tanto de consumidores, quanto de fabricantes, devem chegar a R\$ 17,2 bilhões.

“Antes, falávamos que era uma energia do futuro, mas já se tornou uma energia do presente, mesmo estando instalada ainda em 0,7% do total de casas”, afirma Bárbara Rubim, da Absolar. Segundo projeções realizadas pela Bloomberg New Energy Finance, cerca de 21,5% de toda a matriz energética brasileira será de responsabilidade da geração distribuída em 2050.

De olho nesse potencial, a empresa paulistana Sunenergia foi criada em 2016. Ainda que boa parte do faturamento seja originado de pequenos e médios estabelecimentos comerciais, como concessionárias de veículos, o negócio residencial tem crescido ano a ano. Foi a Sunergia, por exemplo, que instalou as placas solares na casa de Ganiko. A companhia cresceu 51% em 2020 e pretende triplicar de tamanho neste ano. Segundo Eduardo Sibulka, diretor da empresa, a instalação já faz sentido para quem paga contas a partir de R\$ 250 mensais. Obviamente, quanto mais cara a conta, mais rápido será o retorno do investimento. “É um sistema que se paga rapidamente, e o aumento exacerbado das contas de energia está trazendo um movimento de procura muito grande”, afirma Sibulka. Segundo o executivo, o processo de instalação também está sendo bem rápido: do primeiro contato até a última fase da instalação, são 70 dias.

De acordo com um levantamento realizado pela empresa de soluções em energia Comerc em capitais de todo o País, o tempo médio de retorno do investimento de empresas e de consumidores residenciais na geração distribuída varia entre quase 4 anos, em Cuiabá (MT), e 6 anos e meio, em Curitiba (PR). Em São Paulo, que possui maior quantidade de consumidores, a conta costuma fechar em 5 anos e 10 meses. A Comerc leva em conta tanto o potencial de geração energética (que é a incidência solar na região), quanto o preço médio cobrado pelas distribuidoras em cada localidade.

De acordo com o marketplace de energia solar 77Sol, a demanda está crescendo de maneira muito acelerada. A empresa conecta 3 mil parceiros (entre empresas e instaladores) a clientes. Vendo o aumento da procura, a startup está preparando um curso para formar mais instaladores – mesmo sem esse curso, a plataforma tem visto o número de profissionais crescer de 300 a 400 por mês.

## **Bancos ampliam linha de crédito para energia solar**

### **Broadcast**

O empresário Roberto La Sardo, dono de uma loja de materiais de construção em Bragança Paulista (SP), foi convencido pelo filho de que instalar painéis solares poderia gerar uma grande economia. Em 2020 foi atrás de um financiamento de R\$ 18 mil em uma instituição financeira para colocar os equipamentos em sua casa. A economia logo apareceu: em vez de pagar em média R\$ 520 em suas contas de energia, passou a pagar R\$ 70. “Hoje, a economia que eu tenho na conta de energia já paga as parcelas do financiamento”, afirma La Sardo.

Assim como o empresário, diversas pessoas estão buscando em bancos financiamentos para instalar painéis solares. Apenas em 2020, o volume de crédito para a geração distribuída alcançou R\$ 4,1 bilhões, crescimento de 28% em relação ao ano anterior, segundo a consultoria Cella Clean Energy Latin America. Essa conta deve aumentar ainda mais em meio à crise hídrica, segundo Cássio Schmitt, diretor de produtos de crédito do Santander. Por mês, o banco tem visto a sua carteira de crédito subir mais de R\$ 100 milhões. O total financiado até agora pela instituição é de R\$ 1,5 bilhão, e Schmitt enxerga que chegará aos R\$ 2 bilhões em questão de meses. “A inadimplência é baixa, pois os clientes usam parte da economia que têm com a energia solar para pagar as parcelas”, afirma.

O BV, por sua vez, decidiu criar um braço independente para tocar a alta da demanda. Chamado de Meu Financiamento Solar, a plataforma nasceu em 2017 e, no ano passado, começou a fazer também as contratações de maneira digital. O tíquete médio do financiamento é de R\$ 31 mil, para as pessoas físicas, e de R\$ 85 mil, para empresas. Já a proporção de contratantes, segundo Carolina Reis, diretora da plataforma, é de 70%, para pessoas físicas, e 30%, para as jurídicas. No primeiro trimestre de 2021, a carteira do BV cresceu 263%, a R\$ 1,2 bilhão. “A barreira de entrada está muito pequena e está chamando a atenção dos consumidores e empresas”, diz.

***Assessoria de Comunicação – Sedet***

***Fone: (85) 3444.2900***

***www.sedet.ce.gov.br***

## INDICADORES ECONÔMICOS E SOCIAIS

TAXA DE CRESCIMENTO DO PIB				
	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 (PIB) (R\$ MILHÕES)				
	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 (%)				
	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.

Notas: (\*) Valores estimados, sujeitos a revisão; (\*\*) Valores projetados, sujeitos a revisão; Atualizado em 17/06/2021.

CONTAS EXTERNAS (US\$ MILHÕES)				
	2018	2019	2020	2021 (Até junho)
Exportações	2.342,08	2.275,19	1.853,42	1.071,64
Importações	2.534,05	2.357,54	2.413,55	1.540,16
Saldo Comercial	-191,97	-82,35	-560,13	-468,52

Fonte: MDIC

ESTOQUE DO VOLUME DE CRÉDITO				
	2018	2019	2020	2021 (Até maio)
Brasil ( R\$ Tri)	-	3,48	4,02	4,18
Ceará (R\$ Bi)	71,32	76,77	87,14	89,31

Fonte: Banco Central

PRINCIPAIS ÍNDICES				
	2018	2019	2020	2021 (Até maio)
IPCA -BRASIL	3,75	4,31	4,52	3,77
IPCA -FORTALEZA	2,9	5,01	5,74	5,11
INPC	-	4,48	5,45	3,95
IGP-M	7,54	7,3	23,14	15,08

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 (mil)	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
Desocupada (mil)	412	423	549	549
	3.224 (44%)	3.225 (44%)	3.812 (50%)	3.992 (52%)
Fora da Força de trabalho (mil)				
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.

ADMISSÕES E DESLIGAMENTOS - CEARÁ		
Indicadores	2020	2021 (Até maio)
Contratações	372.083	182.814
Demissões	358.013	158.869
Saldo de Empregos Gerados	14.070	23.945

Fonte: Novo Caged.

ESTOQUE DE EMPREGO FORMAIS					
REGIÃO/ANO	2015	2016	2017	2018	2019
Ceará	1.542.759	1.443.365	1.464.948	1.471.704	1.509.818
Nordeste	8.899.279	8.436.203	8.543.651	8.647.237	8.683.272
Brasil	48.060.807	46.060.198	46.281.590	46.631.115	47.554.211

Fonte: RAIS/ME

ABERTURA/FECHAMENTO DE EMPRESAS NO CEARÁ				
ESPECIFICAÇÕES	Total do ano			2021
	2018	2019	2020	Até junho
Abertura	69.981	84.948	89.084	55.775
Fechamento	71.796	31501	27.463	17.844
Total	-1.815	53.447	61.621	37.931

Fonte: JUCEC.

PECEM - TOTAL DE MOVIMENTAÇÃO DE CARGA (TONELADAS) - 2018 A 2021					
PERÍODO	Total do ano			2021	
	2018	2019	2020	Junho	Até junho
	17.214.859	18.096.308	15.930.483	1.578.983	10.038.098

Fonte: CIIP.