

## Ambiente Econômico

### Os números vão trazendo um novo contorno para o Brasil

Mesmo que tardiamente, o Censo 2022 vem trazendo dados que começam a delinear um país razoavelmente diferente daquele que foi desenhado quando do último Censo em 2010. Conseqüentemente, o que se tem pela frente são indicadores que vão impactar fortemente o país seja sob a ótica dos cidadãos, seja pela ótica dos consumidores.

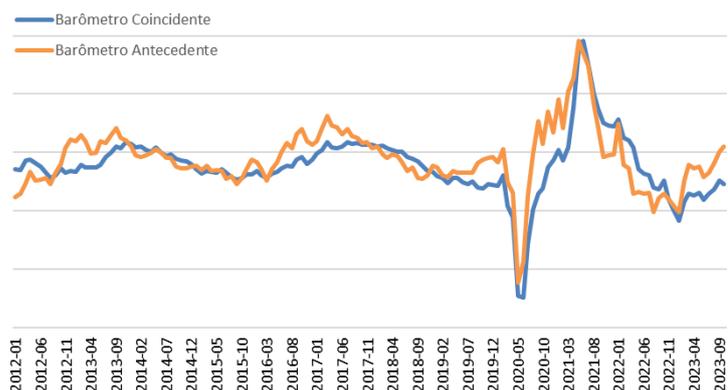
Os dados divulgados pelo IBGE no final de Outubro último, mostram um país cada vez mais velho e cada vez mais feminino, sendo suficiente fazer uma leitura, mesmo que rasa, das alterações que isso pode e trará no perfil dos brasileiros. Alguns pontos relevantes trazidos pelo Censo 2022 são:

- Em 2010, a população de idosos com idade acima de 65 anos era de 7,4% da população total. Em 12 anos este índice saltou para 10,9%. Em 1980 esta participação era de 4,0% e em 2000, 5,9%;
- As regiões Sul e Sudeste dão aquelas onde esta parcela é maior em relação às demais regiões;
- Para cada 100 mulheres, existiam 96,6 homens em 2010 e agora em 2022, esta razão passou para 94,2, apontando para uma feminização da população;
- O país tem 6 milhões a mais de mulheres do que homens e isso se deve à maior mortalidade masculina;
- A idade mediana, que divide a população entre os 50% mais jovens e os 50% mais velhos era em 2010 igual a 29 anos e passou a 35 anos em 2022, evidenciando o envelhecimento;
- Porém existem diferenças fortes quando se observam as unidades da federação no quesito idade mediana. A seguir alguns exemplos: ao RS (38 anos); SC (35); SP(36) e RJ(37) enquanto mais ao Norte tem-se PA(29); MA(30); CE(33); PE(34) e BA(35);
- O índice de envelhecimento é obtido pela razão entre o grupo de idosos com mais de 65 anos em relação à população infantil de 0 a 14 anos. Em 2010 este índice era de 30,7 e agora em 2022 é de 55,2. Vale dizer que hoje existem 55,2 idosos para cada grupo de 100 crianças;

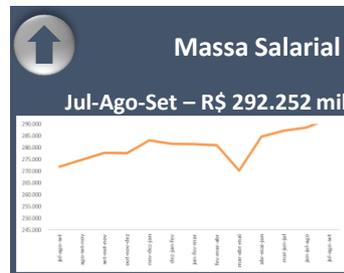
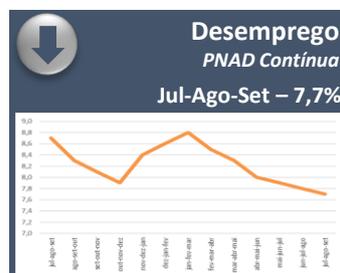
## Vale a pena observar

A Fundação Getúlio Vargas em parceria com o Instituto KOF de Zurique, desenvolvem dois indicadores que avaliam a saúde econômica Global: o **Barômetro Coincidente** e o **Antecedente** da Economia Global. O primeiro caiu 0,2 pontos em Outubro ante Setembro atingindo 89,2 pontos. O segundo, também em Outubro, subiu para 102,0 com acréscimo de 1,5 pontos percentuais. O **Barômetro Coincidente** avalia a situação atual da economia no mundo, enquanto que o **Antecedente**, antecipa entre 3 e 6 meses os ciclos econômicos. O resultado negativo do Barômetro Global Coincidente em outubro decorre sobretudo de um ajuste do nível de atividade nas economias asiáticas. O Barômetro Antecedente atinge o maior nível desde Setembro de 2021.

Barômetros Globais - Últimos 10 anos  
KOF Institute / FGV IBRE



## Dashboard



## Destaques do Mês\*

### Projeção Itaú (25/10/2023)

Em 2023, o Brasil deve crescer 2,9% (mesmo valor de Setembro). Taxa SELIC chegando a 11,50% a.a. (mesmo valor anterior) e o Dólar a R\$ 5,00 no final de 2023. PIB para 2024 ainda muito pequeno e igual a 1,8%. Praticamente todos os indicadores iguais aos de Setembro.

### Banco Central – Boletim Focus (27/10/2023)

Para o ano de 2023, as previsões para o Brasil mostram-se semelhantes às do mês anterior para a previsão de crescimento do PIB em 2,89 %, taxa Selic a 11,75% e taxa de câmbio em R\$ 5,00 para US\$1. Previsão do PIB para 2024 de 1,50%.

### Projeção Bradesco (11/10/2023)

O PIB Brasileiro deve subir 2,7% em 2023, com a agropecuária puxando esta subida com 14,1%. A previsão de crescimento do varejo é de 3,0% (Era 0,9% em Setembro). Para 2024, a previsão de crescimento do PIB é de 2,0%. Previsões semelhantes ao mês anterior, salvo o melhor desempenho do varejo neste ano.

## O consumidor brasileiro em 2024

A Ipsos apresentou a 10ª edição do seu relatório Flair Brasil resumindo tendências para o consumidor brasileiro em 2024, com base em uma série de dados coletados e analisados e que buscam dar uma visão da sociedade de vários países e dentre eles, o Brasil. Os pontos principais para o próximo ano, são:

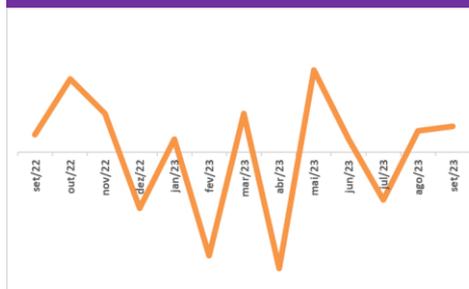
- A alta da inflação nos últimos anos e que agora, começa a dar uma trégua, levou o consumidor a substituir marcas por outras similares e mais baratas;
- Cresce a avaliação positiva dos consumidores de marcas que se mostram socialmente responsáveis. Sem conexão com seu público tendem a ficar para trás. Quase não existe mais espaço para a neutralidade. Seja como for, mesmo em um cenário de político fragmentado é preciso se posicionar;
- As redes sociais e a disseminação de fake News deve ser uma preocupação das marcas. Por outro lado o uso de algoritmos pode ser pensado para o lado de boas ideias e conscientização para temas importantes;
- Este é um momento de reinvenção, em que a habilidade para repensar e remodelar as estratégias pode ser a diferença entre o sucesso e o declínio de uma marca;
- Os influenciadores tornam-se fortes aliados na construção e manutenção de marcas. Uma pergunta que fica: as IAs serão uma outra ferramenta para identificar o influenciador com melhor *fit* para a marca?
- O uso da IA deve se balizar através da comunicação empática com o micro contexto do consumidor realizada por uma equipe competente de marketing, mas também um time de privacidade que entenda do seu negócio e seja envolvido desde cedo nas novas ideias;
- A agenda ESG ainda precisa ser entendida pelas empresas, uma vez que se apresenta de forma inconstante e diferentes graus de maturidade dentre as corporações.

## Indústria



### Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física - IBGE

Em Setembro de 2023, a Indústria subiu 0,6% em comparação com Setembro de 2022. O acumulado de 2023 é de -0,2% até Setembro.



As influências positivas mais importantes foram assinaladas por indústrias extrativas com 5,6%, produtos químicos com 1,5% e derivados de petróleo com 0,5%.

## Serviços



### Pesquisa Mensal de Serviços - IBGE

O indicador de serviços cresceu 0,9% em Agosto de 2023 frente a Agosto de 2022. A taxa anualizada passou para 4,1% em Agosto de 2023. É a 30ª taxa positiva seguida.



Os piores desempenhos foram: transportes com -2,1% e correios com -5,5%