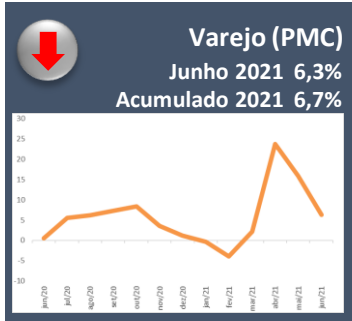
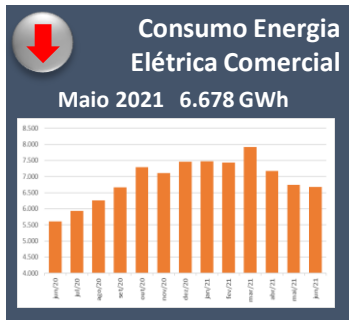
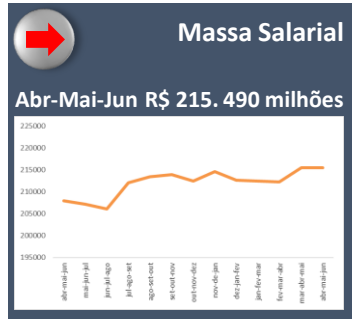
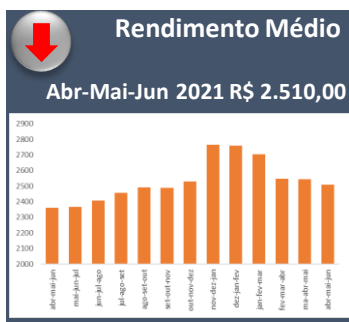
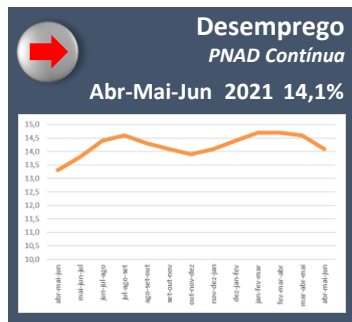
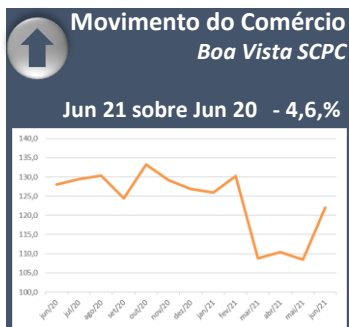
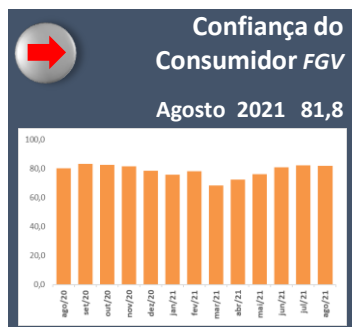


Dashboard



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 recuou 10,1 pontos em Julho ante Junho atingindo 118,1 pontos. O segundo caiu para 112,7 pontos, significando uma queda de 11,3 pontos no mesmo período. Estes números refletem ainda preocupações com variantes do vírus apesar de algum relaxamento na circulação. O **Barômetro Coincidente** avalia a situação atual da economia no mundo, enquanto que o **Antecedente**, antecipa entre 3 e 6 meses os ciclos econômicos.

Ambiente Econômico

A sensibilidade da economia brasileira

Se existe algo extremamente sensível em nosso país, como já sabemos, é a Economia. Há cerca de 40 dias o mundo corporativo brasileiro começava a se animar com a possibilidade de movimentação positiva do mercado de forma geral. Bastaram alguns poucos dias somados à inépcia de alguns mandatários do alto poder federal para que esta situação se alterasse significativamente. As projeções para o final deste ano se mantiveram inalteradas ou pioraram, mas aquelas voltadas ao ano de 2022 pioraram bastante. Hoje o mercado fala em crescimento da ordem de 2,0% para o PIB nacional no ano que vem. Por outro lado o PIB de 2021 deverá crescer, salvo maiores impactos ainda não mensuráveis devidos à variante delta, na casa de 5%. Com a queda de 4,8% em 2020 estaremos segundo a boa matemática, não crescendo quase 10%, mas sim empatando e retornando aos patamares de 2019 quando então havíamos crescido pífios 1,4% em relação ao 2018.

Por outro lado, o PIB Global subirá 5,6% em 2021, na América Latina 5,2%, sendo que os Estados Unidos devem crescer 6,8%, a China 8,5%, a zona do Euro 4,2%, a Argentina 6,4% e o México 5%, segundo o Banco Mundial. Continuamos com índices preocupantes de crescimento, além daqueles que impactam diretamente o consumo. A inflação subindo de forma desenfreada, assim como o desemprego que atinge especialmente aqueles com formação deficiente ou nula e o rendimento médio, cuja variação não supera nem a metade da inflação acumulada são fatores decisivos que já começam a preocupar o desempenho do comércio no próximo ano.

As disparidades se ampliam. Se por um lado o mercado imobiliário continua plantando dezenas e dezenas de prédios nas grandes cidades, o número de pessoas vivendo em situação de rua é visível. Segundo pesquisa da Prefeitura do Rio de Janeiro, 31% da atual população de rua estão nesta situação há menos de um ano.

Segundo estudo do IBRE /FGV, a pobreza piora em 24 dos 26 Estados brasileiros. Em São Paulo, a população pobre, que segundo os critérios do Banco Mundial é aquela que vive com menos de R\$ 400,00 mensais per capita, aumentou de 13,8% para 19,7%, ou seja, uma alta de 42% neste segmento. No Amapá a população pobre chega a 55,9% do total.

Poderíamos elencar uma série de outros indicadores que apontam para uma certa deterioração econômica do país porém, o que é importante destacar neste momento é o reforço de algo que os empresários brasileiros já conhecem de longa data, ou seja, a sensibilidade econômica brasileira aos embates políticos e institucionais. É uma história que se repete ao longo do tempo.

Por outro lado é possível verificar uma certa pujança nos negócios quando verificamos empresas, especialmente as varejistas, se dando muito bem no seu processo de transformação digital, quando Fusões & Aquisições crescem vigorosamente ou quando o próprio governo anuncia arrecadações recordes de impostos.

De tudo isso fica o alerta de que o empresário não pode se deixar contaminar por certa euforia em segmentos específicos da economia, mas deve sim estar sempre atento aos movimentos de diminuição da capacidade de compra que é o que deveremos enfrentar, especialmente em 2022.

Em tempos de vacinação é preciso que a carteira de saúde das empresas esteja em dia com este tipo de imunizante. Mais uma vez a inventividade e a resiliência do brasileiro estarão em teste.

Destaques do Mês*

Previsão Itaú (12/08/2021)

Em 2021, o Mundo deve ter o PIB crescendo em 6,2% enquanto o Brasil deve crescer 5,7% (era 5,8% em Julho). Taxa SELIC chegando a 7,5% a.a. (era 6,5% em Julho) e o Dólar a R\$ 5,17 no final de 2021 (era R\$ 5,12 em Julho). PIB para 2022 de apenas 1,5%.

Banco Central – Boletim Focus (23/08/2021)

Para o ano de 2021, as previsões para o Brasil mostram-se relativamente otimistas com previsão de crescimento do PIB em 5,27%, taxa Selic a 7,5% em 12/2021 e taxa de câmbio em R\$ 5,10 para US\$1. Precisão do PIB para 2022 de 2,0%.

Previsão Bradesco (30/07/2021)

O PIB Brasileiro deve subir 5,2% em 2021, com a indústria puxando esta subida com 5,0%. A previsão de crescimento do varejo é de 5,40%. Para 2022, a previsão de crescimento do PIB é de 2,20%. Todos indicadores inalterados em relação a Julho.

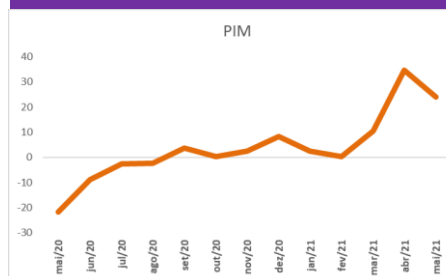
* As 3 projeções indicam resultados do PIB para 2021 iguais ou piores do que em Julho

Indústria*



Pesquisa Industrial Mensal – Produção Física - IBGE

Em Maio 2021, a Indústria cresceu 24,0% em comparação com Maio de 2020. O crescimento acumulado em 2021 é de +13,1%.



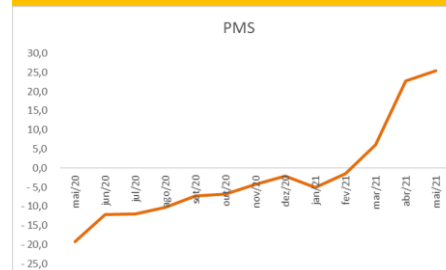
As influências positivas mais fortes foram produtos derivados de petróleo com +3,0 % e alimentos com +2,9%.

Serviços*



Pesquisa Mensal de Serviços - IBGE

O indicador de serviços subiu 25,4% em Maio de 2021 frente a Maio de 2020. A taxa acumulada em 2021 indica crescimento de 7,3%.



Maiores crescimentos verificados em serviços prestados às famílias com 17,9% e transporte com 3,7%.

* IBGE atrasou a divulgação dos indicadores de Junho de 2021

A movimentação das compras de alimentos do brasileiro

A uruguaia Scanntech, através de sua filial brasileira realizou o estudo Radar Sacntech, com base em análise de 21.000 pontos de venda em todo o país, sobre as compras de alimentos pelos brasileiros e podemos listar na sequência, os principais pontos, comparando os períodos de janeiro a julho de 2020 e 2021:

- Considerando o canal supermercado + atacarejo, houve uma variação positiva de 6,5% em valor e um decréscimo de 7,1% no total de unidades compradas, o que pode sinalizar o significativo aumento da inflação, especialmente a inflação de alimentos;
- O aumento de vendas em supermercados em todas as regiões situa-se na faixa de 7,0%. Apenas no Estado de São Paulo este crescimento foi de apenas 3,5%;
- Por outro lado, o crescimento médio do formato Atacarejo na região sudeste é de 5,3% enquanto no Estado de São Paulo é de 12,1% reforçando a adesão dos paulistas ao formato;
- Em julho de 2021, o ticket médio subiu 4,9% em relação ao mesmo mês do ano passado. O número de transações no período, por sua vez, subiu 2,6%;
- Em termos de unidades compradas em supermercados, houve redução na maioria das categorias, mas crescimento em produtos para Pet e tabaco;
- Dentre as categorias que cresceram no período 77% do crescimento estão ligados a Mercearia Básica e Perecíveis, enquanto que dentre as categorias que encolheram, as maiores perdas vêm de Perfumaria e Bazar. Isto pode sinalizar o distanciamento de categorias mais supérfluas;
- No formato Atacarejo o crescimento junto às categorias que cresceram também vem de Mercearia Básica e Perecíveis e as maiores retrações em Perfumaria;
- As categorias que mais cresceram são: Óleo, Energéticos e Arroz. As que mais decresceram são Álcool Gel, Shampoo e Eletrodomésticos;
- Outras categorias com destaque em crescimento também são: Alcoólicos (Gin e Whisky), Dia-a-dia (Leite Vegetal e Café em cápsulas), Praticidade (Empanados Steak e Lanches Prontos), Saudáveis (Suplementos Energéticos e Cereais Saudáveis) e Pet (Alimentos para Gatos e Acessórios).