

Mercado financeiro eleva projeção do PIB para 2,25%

A previsão do mercado financeiro para o crescimento da economia brasileira este ano subiu de 2,16% para 2,25%

A estimativa foi publicada no boletim Focus de ontem (8), pesquisa divulgada semanalmente pelo Banco Central (BC) com a expectativa de instituições financeiras para os principais indicadores econômicos. Para 2026, a projeção para o Produto Interno Bruto (PIB) passou de 1,78% para 1,8%. Para 2027 e 2028, o mercado financeiro estima expansão do PIB em 1,84% e 2%, respectivamente.



A pesquisa é divulgada semanalmente pelo Banco Central com a expectativa de instituições financeiras para os principais indicadores econômicos.

Puxada pelas expansões dos serviços e da indústria, no segundo trimestre deste ano a economia brasileira cresceu 0,4%, segundo o IBGE. Em 2024, o PIB fechou com alta de 3,4%. O resultado representa o quarto ano seguido de crescimento,

sendo a maior expansão desde 2021, quando o PIB alcançou 4,8%. A previsão de cotação do dólar está em R\$ 5,40 para o fim deste ano. No fim de 2026, estima-se que a moeda norte-americana fique em R\$ 5,50.

Nesta edição do boletim Focus, a estimativa das instituições financeiras para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) - considerado a inflação oficial do país - passou de 4,43% para 4,4% este ano.

Para 2026, a projeção da inflação variou de 4,17% para 4,16%. Pela quarta semana seguida, a previsão foi reduzida, após a divulgação do resultado da inflação de outubro, a menor para o mês em quase 30 anos.

A redução na conta de luz puxou a inflação oficial para baixo e fez o IPCA fechar outubro em 0,09%, o menor para o mês desde 1998, segundo o IBGE. Em setembro, o índice havia marcado 0,48%. Em outubro de 2024, a variação foi de 0,56%. Com esse resultado, a inflação acumulada em 12 meses é 4,68%, a primeira vez, em oito meses, que o patamar fica abaixo da casa de 5%. No entanto, ainda acima do teto da meta do CMN (ABr).

Brumadinho ainda vive adoecimento e insegurança

Daqui a pouco menos de dois meses, o rompimento da barragem de rejeitos Mina Córrego do Feijão, em Brumadinho, Minas Gerais, vai completar sete anos. Na tragédia 272 pessoas morreram, outras ficaram desaparecidas e rios e comunidades sofreram impactos causados por um desastre socioambiental sem precedentes. A Vale era a responsável pela barragem.

52% dos adultos passaram por tratamento psicológico ou psiquiátrico desde a tragédia.

O cenário também envolve piora de doenças crônicas e aumento da demanda por acompanhamento especializado. Ao mesmo tempo, 76% dos domicílios enfrentam dificuldades para acessar consultas, exames e tratamentos, em meio a uma rede pública pressionada pelo volume de atendimentos e pelas mudanças na mobilidade local.

Um estudo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), feito por pesquisadores do Projeto Brumadinho, indica que 70% dos domicílios do município relataram algum tipo de adoecimento físico ou mental, o que indica que os impactos sobre a saúde continuam estruturais e persistentes até hoje. Sintomas como estresse, insônia, ansiedade, hipertensão e episódios depressivos continuam recorrentes, enquanto

O estudo aponta a permanência de metais pesados - manganês, arsênio, chumbo, mercúrio e cádmio - em diferentes matrizes ambientais. A água permanece como principal vetor de risco: 85% dos domicílios relatam impactos no uso dos copos d'água, enquanto 75% afirmam que o fornecimento e a qualidade estão comprometidos (ABr).

Racismo religioso: 76% dos terreiros sofreram violências

Em Aracaju, há quase dois meses, a comunidade do terreiro de candomblé Ilé Aê Iyá Qún precisou se reunir às pressas para socorrer a casa religiosa. O templo foi invadido, depredado e teve objetos, como geladeira, fogão e máquina de costura, furtados, além de itens sagrados destruídos e profanados. Há menos tempo, em novembro, um singelo desenho infantil representando a orixá Iansã levou policiais armados a intimidar a direção de uma escola pública, na cidade de São Paulo, depois que o pai de uma aluna ficou incomodado com a atividade.

Quisa constatou que 80% deles sofreram racismo religioso. Os relatos mais comuns incluem agressão verbal, xingamentos, ataques diretos e abordagem policial discriminatória. Essas situações ocorreram pelo menos uma vez em dois anos. Do total das casas religiosas, a pesquisa mostra que 76% foram alvo de diversas formas de violência, sendo que 74% foram ameaçadas, depredadas ou destruídas por racismo religioso.

Situações como essas podem ser descritas como casos de racismo religioso. O conceito é recente e busca evidenciar o racismo como componente da violência contra religiões afro e que vai além da intolerância religiosa. Para obter dados atualizados sobre a prática no país, foi realizada a pesquisa Respeite o meu terreiro, em 2025.

Essa violência também ocorre no ambiente digital. As lideranças religiosas informaram que 52% dos terreiros sofreram assédio ou racismo religioso na internet. A maioria das casas tem perfis nas redes sociais mais populares, como Facebook e Instagram, para divulgar suas atividades do dia a dia. Apesar da gravidade e recorrência dos ataques, somente uma parcela pequena conseguiu buscar apoio policial. Menos de três em dez registrou um boletim de ocorrência em delegacia (ABr).

A partir das respostas de religiosos de 511 terreiros, a pes-

Fim de ano no varejo: quais canais digitais investir para aumentar as vendas?

Luiz Correia (*)

O clima de final de ano - com suas luzes, presentes e ceias - também carrega uma forte tradição de consumo. Para os varejistas, a época é um verdadeiro banquete de oportunidades para alavancarem suas vendas e, ainda, atrair a atenção e fidelização de consumidores mesmo após as festividades.

Conquistar esses resultados, contudo, não depende apenas de ter um bom produto ou serviço, mas sim de todas as estratégias de comunicação construídas ao longo do ano, de forma que entendam quais canais digitais investir nesse período para que convertam mais leads em vendas e experiências de sucesso.

Segundo a pesquisa de "Intenção de Compras para o Natal 2025", realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), a estimativa é de que esse setor movimente cerca de R\$ 84,9 bilhões na economia, com 76% dos consumidores que planejam dar algum presente neste Natal.

O cenário é extremamente favorável para a colheita de grandes resultados pelos varejistas, desde que já tenham investido em campanhas e estratégias de construção de marca nos 11 meses anteriores. Afinal, a concorrência do mercado atual é cada vez maior, o que torna a atração de clientes uma verdadeira batalha dentre tantos anúncios e ofertas que cada um recebe constantemente.

Empresas que reforçam esse relacionamento com seu público-alvo a todo o momento chegam nessa época do ano com poucos ajustes a serem feitos, adequando sua comunicação ao que o consumidor busca de suas marcas favoritas nesse período. Em contrapartida, quem não fez essa lição de casa ao longo do ano tem que correr atrás para que consigam ganhar visibilidade.

Quando o varejista colhe dados de seus consumidores em todos os meses de operação, compreendendo, com clareza, suas demandas, necessidades e preferências de compra, conseguem ter maior êxito ao calibrar suas ofertas nessa época, desenvolvendo ações bem mais assertivas que atinjam, em cheio, essas expectativas. Do contrário, acabam aplicando promoções em praticamente todos os

seus itens, sem entender se fazem sentido para seu público-alvo.

Ao invés de reforçarem ofertas gerais em tudo que vendem, focar tempo e energia em poucos produtos pode trazer muito mais retorno, mesmo que acabem não atingindo grandes resultados lucrativos. Isso porque, mesmo que um cliente acabe não tendo interesse em um item específico, pode passar a se atentar mais às comunicações enviadas pela marca, por já ter tido uma experiência confiante e confortável aos seus desejos.

Em meio a um mercado cada vez mais dinâmico, os canais digitais se tornaram essenciais nesse sentido, capazes de fortalecer o relacionamento entre as partes e transmitir mensagens com autenticidade e impacto. E, dentre tantas opções disponíveis, o WhatsApp é, de fato, um dos mais famosos e utilizados no Brasil. Em dados da pesquisa Panorama de Marketing, como prova disso, foi identificado que 74% das empresas do varejo utilizam esse canal regularmente para vendas, atendimento comercial e pós-venda.

Ao mesmo tempo, por também ser um dos meios de comunicação pessoal predominante, há muitos que preferem se relacionar com as marcas por outras vias, se sentindo até incomodados quando são contatados neste ambiente. Apostar todas as fichas em um único canal só diminui as chances de grandes retornos, além de aumentar os custos de investimento.

Qual a solução? Diversificar. Investir em diferentes canais de comunicação durante todo o ano para que, quando chegarem nessa época festiva de Natal e Ano Novo, consigam analisar o histórico de comportamento de seus clientes e compreender onde cada um se sente mais confortável em se relacionar com a marca e que tendem a ter um maior engajamento para conversão de vendas.

Não existe um canal perfeito, mas o ideal para cada cliente ou nicho. Quando essas particularidades são entendidas e calibradas nesse momento de final de ano, as chances de criarem boas experiências com os consumidores - mesmo que não compreendam nada de imediato - serão bem maiores, gerando relacionamentos recorrentes a longo prazo que ganhem a atenção e fidelidade com o varejista.

(*) - É Head Comercial da Pontaltech.

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A - Nova Linha

A construção da Linha 6-Laranja, projeto do Governo de SP que ligará a região da Brasilândia, na zona norte, à Estação São Joaquim, no centro da capital, alcançou 75% de execução. O primeiro trecho, entre Brasilândia e Estação Perdizes, será entregue no segundo semestre de 2026. Já o segundo trecho, de Perdizes até São Joaquim, tem conclusão prevista para 2027. Ao todo, a nova linha contará com 15 estações. Entre as frentes mais avançadas, destacam-se as estações Água Branca, Perdizes e Santa Marina, todas acima de 85% de execução.

B - Temporadas da Folia

O Carnaval de rua volta ao centro da pauta econômica do país. Com dois novos editais de fomento lançados pelas prefeituras de São Paulo e Belo Horizonte, além de ações inéditas da iniciativa privada, o setor vive um movimento que sinaliza uma temporada de ainda mais crescimento. Segundo Fabio Frazão, fundador do Blocos de Rua.com, plataforma de conteúdo especializada em Carnaval que reúne mais de 6 milhões de usuários e cobre o Carnaval de 10 cidades o movimento é inédito. O Carnaval é a terceira data que mais movimentou dinheiro no Brasil, atrás apenas do Natal e do Dia das Mães, e ultrapassa a marca de R\$30 bilhões em impacto econômico.

C - Jovens Talentos

Terminou no sábado (6) na Sociedade Hípica Paulista, a etapa brasileira do FEI World Jumping Challenge, válida como seletiva para Olimpíada da Juventude 2026. Na disputa para atletas de 15 a 17 anos e que em 2026 terão no máximo 18 anos, dois jovens talentos fecharam os quatro percursos sem faltas e o critério de desempate, conforme a regra, é o tempo do 2º percurso. Sagrou-se campeã, a amazona paulista Anna Katharina Laureano Brukhnova com Senna KM, ouro no Sul-americano Pré-junior 2025, que fechou os quatro percursos sem faltas, em 102s41. Também sem faltas, o mineiro Bernardo Kraus Guerra garantiu a 2ª colocação, também quatro percursos sem faltas, em 105s94.

D - Caminho da Capacitação

O Fundo Social de São Paulo realizou no sábado (6), na região de São José do Rio Preto, a formatura do 12º ciclo do programa Caminho da Capacitação. A cerimônia marcou a conclusão dos cursos gratuitos de qualificação profissional oferecidos pelo Governo do Estado e certificou 573 alunos de diferentes municípios. Desde o lançamento, em maio deste ano, o programa percorreu 147 municípios e formou 7.654 pessoas, reforçando sua presença no interior paulista e o compromisso do Governo de São Paulo com políticas públicas voltadas à formação profissional e ao desenvolvimento social.

E - Veículos e Acessórios

O Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios do Rio de Janeiro (Sindirepa RJ) homenageou lideranças do setor automotivo, autoridades públicas e empresários para celebrar as marcas e profissionais que mais se destacaram em 2025. Durante a cerimônia na Casa Firjan, em 5/12, foi lançado o "Selo Amigo do Consumidor", iniciativa desenvolvida pelo Sindirepa em parceria com a Secretaria estadual de Defesa do Consumidor do Rio de Janeiro (Sedecon-RJ). Por meio de um QR Code, o selo permitirá ao consumidor verificar, em tempo real, a autenticidade e a regularidade das empresas habilitadas do setor.

F - Férias de Verão

O Museu do Porto de Santos inicia nesta segunda-feira, dia 08 de dezembro, sua programação especial visando atender os visitantes das férias de verão. Serão exposições, apresentações culturais e passeios pelo estuário de Santos, além do acervo fixo à disposição do público. A programação "De férias no Porto de Santos" reúne arte, história e experiências culturais para toda a família, visando aproximar a comunidade do Museu. Todas as atividades são gratuitas e convidam o público a conhecer o universo portuário de maneira criativa e acolhedora. Abre de segunda a sábado, das 8h às 17h e entrada é grátis. Para grupos, é necessário agendar pelo e-mail (museudoporto@portodesantos.gov.br).

G - Jovens Aprendizizes

A VAMOS, empresa do Grupo SIMPAR e líder em locação de veículos pesados e na venda de caminhões seminovos, está com vagas abertas para jovens aprendizizes nas áreas de mecânica e administração. As oportunidades fazem parte da segunda edição do Programa de Jovens Aprendizizes, que neste ano oferece 25 vagas em todo o Brasil. O programa é direcionado a jovens entre 18 e 24 anos, que estejam cursando ou já tenham concluído o ensino médio, e interessados em iniciar carreira nas áreas Mecânica ou Administrativa. Inscrições: (https://vamos.gupy.io/).

H - Programa de Estágio

H.B. Fuller é uma das principais fornecedoras globais de adesivos e selantes, além de outros produtos. A companhia está com as inscrições abertas para o seu Programa de Estágio H.B. Fuller 2026, com oportunidades nos municípios de Guarulhos/SP, na fábrica e CTA, e em Curitiba/PR, também na fábrica. Os cursos elegíveis incluem: Administração, Análise de Dados/Sistemas, Engenharias, Marketing, Publicidade e Propaganda, Química e Química Industrial, com previsão de formação em janeiro de 2028. Inscrições: (https://www.ciadeestagios.com.br/vagas/hb-fuller/).

I - Leilão de Imóveis

A Zuk preparou a oportunidade perfeita para quem sonha com a casa própria ou fazer um ótimo investimento antes de 2025 acabar. A companhia, que é referência no Brasil em leilões de imóveis, em parceria com o Santander, realiza no dia 15 de dezembro um leilão com mais de 330 lotes entre imóveis comerciais e residenciais, em diferentes estados brasileiros. Os descontos podem chegar a até 85% off, e o pagamento pode ser feito à vista ou financiado em até 420 parcelas. As vendas ocorrem de forma online, por meio da plataforma (https://www.portalzuk.com.br/leilao-de-imoveis/v/banco-santander/34130).

J - Novos Delegados

O Governo de São Paulo convocou mais 500 aprovados no concurso para delegado de Polícia Civil, do edital de 2023. A nomeação deles foi publicada no Diário Oficial do Estado (DOE) na edição desta sexta-feira (5). A previsão é que, nos próximos dias, a turma tome posse do cargo e inicie, a partir de janeiro, o curso de formação na Academia de Polícia (Acadepol), com duração de seis meses. Depois desses processos, eles estarão aptos para iniciar os trabalhos nas delegacias de todo o estado.