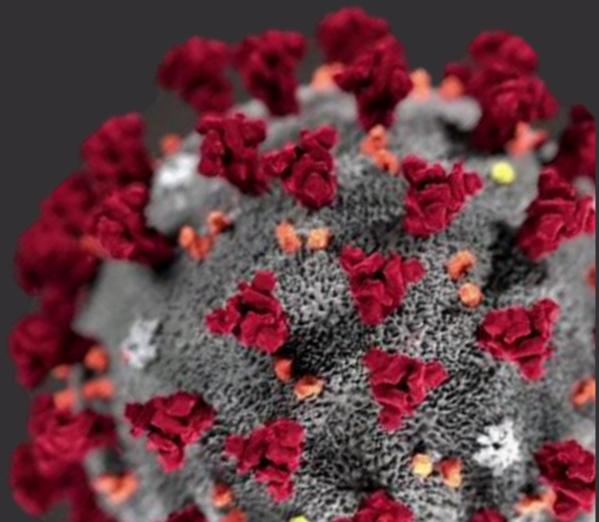


Painel de Monitoramento

Impactos da Covid-19 no mercado de trabalho de Minas Gerais



O Painel de Monitoramento do Mercado de Trabalho é uma produção da Secretaria de Desenvolvimento Social (Sedese), por meio da Subsecretaria de Trabalho e Emprego (Subte), que tem por objetivo acompanhar e atualizar as principais repercussões da pandemia de Covid-19 sobre o mercado de trabalho no estado de Minas Gerais. Nesta edição você confere:

- Requisições de Seguro Desemprego;
- Estatísticas do SINE em Minas Gerais;
- Índice de Confiança do Empresário Industrial;
- Resultados PNAD Contínua;
- Feirão de Empregos Online;
- Mercado de Materiais de Construção;
- Perspectivas para a Black Friday.

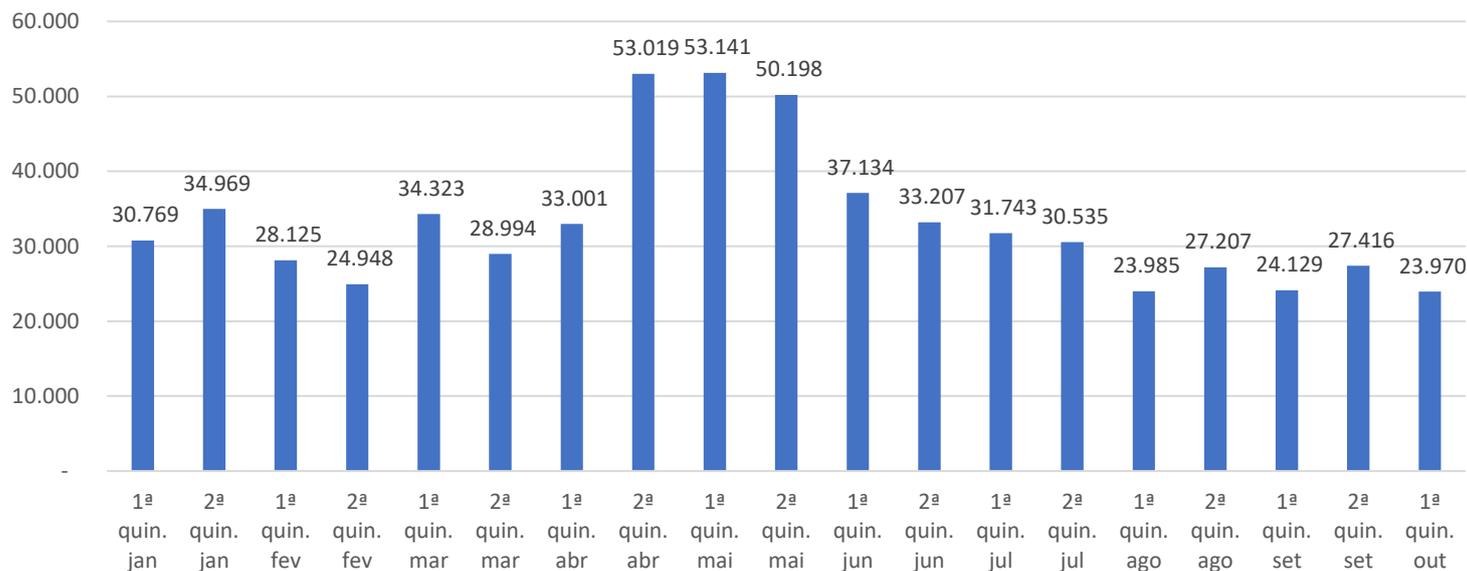
SEGURO DESEMPREGO

Minas Gerais registra 23.970 requisições do benefício na primeira quinzena de outubro

Com o cenário de instabilidade econômica e fechamento de postos de trabalho no estado de Minas Gerais, a evolução do número de solicitações do Seguro Desemprego se torna um importante indicador para dimensionar os impactos da Covid-19 sobre o mercado de trabalho formal. Segundo dados do Ministério da Economia, o número de requisições do Seguro Desemprego em Minas, na primeira quinzena de outubro, foi de 23.970 benefícios, uma queda de 12,5% em relação à quinzena anterior. Os dados referentes a essa quinzena podem ser vistos com otimismo, inclusive, na comparação com o mesmo período de 2019, quando essa inflexão foi ainda maior (22%).

Se analisado com base em uma desagregação econômica, é notório que o segmento de Serviços foi o maior demandante do benefício, correspondendo a 36,2% do total de Seguros Desemprego requeridos. Na sequência aparecem o Comércio e a Indústria, com participação de 26% e 15,6%, respectivamente. No caso dos dois líderes desse ranking, a maior proporção de demissões pode ser resultado de um contexto de insegurança no qual, apesar da maior flexibilização para retomada das atividades, empregadores não têm percebido um aumento significativo de faturamento. Dessa forma, em um cenário no qual consumidores optam por conter gastos, empresas ligadas ao ramo de serviços e comércio têm encontrado mais dificuldades para manter a folha de pagamento.

Requisições Seguro Desemprego - Minas Gerais



Fonte: Ministério da Economia ([Coordenação-Geral de Gestão de Benefícios](#))

Partindo para uma análise social por trás do Seguro Desemprego, é possível identificar que 60,4% dos requerentes são homens, o que pode estar correlacionado ao fato de o maior quantitativo de demissões se dar em segmentos da economia com mão-de-obra majoritariamente masculina. Além disso, no que tange à faixa etária, a maior proporção de demandantes do benefício possui idade entre 30 e 39 anos, seguido do grupo de 40 a 49 anos.

Em se tratando de níveis de escolaridade, 55,6% dos trabalhadores demitidos declararam possuir até o ensino médio completo, ao passo que profissionais com ensino superior completo e incompleto representam os menores percentuais de requerentes do Seguro Desemprego. Essa prevalência de profissionais mais capacitados em seus postos de trabalho é resultado de uma dinâmica que já vinha se desenhando desde o início da pandemia, mas que ganhou força com a chegada do Coronavírus ao Brasil. Isso porque, com a interrupção das atividades presenciais de muitas empresas, o trabalho operacional deu lugar à necessidade por profissionais qualificados, aptos a desenvolver soluções de logística e gestão nessa nova realidade.

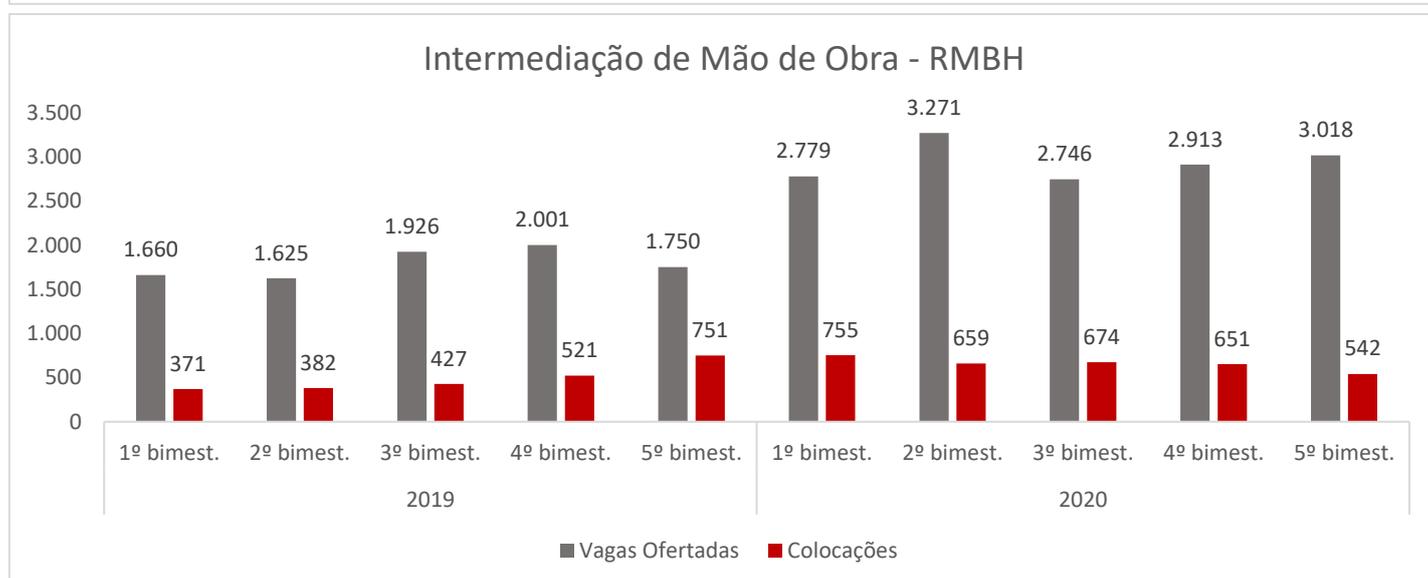
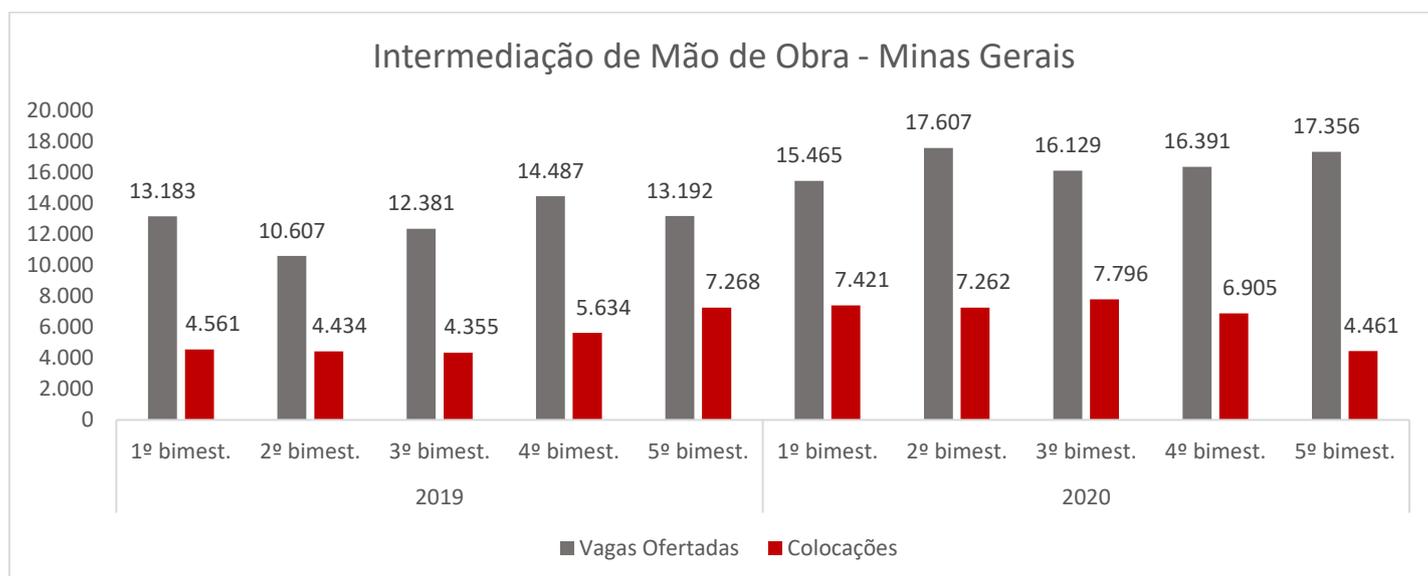
Em todo o Brasil, foram registradas 214.167 requisições durante a primeira quinzena de outubro - queda de 13,4% em relação à quinzena imediatamente anterior. Minas Gerais é a segunda unidade da federação com maior representatividade nesse número, ficando atrás apenas do estado de São Paulo, que demandou quase 64 mil benefícios no início de outubro. Em setembro, os gastos com o Seguro Desemprego custaram mais de R\$ 3,36 bilhões aos cofres públicos da União e, em todo o ano de 2020, esses valores ultrapassam a cifra dos R\$ 27,5 bilhões, visto que o valor médio pago a cada requerente é de R\$ 1.317,90.

ESTATÍSTICAS DO SINE

Postos de atendimento retomam serviços presenciais

As unidades do SINE em Minas Gerais registraram 798.133 atendimentos entre janeiro e outubro de 2020 (até o dia 31/10), nos diferentes serviços ofertados pela rede, como habilitação do Seguro Desemprego e Intermediação de Mão de Obra, que contempla encaminhamento para vagas de emprego, captação de vagas e colocação de trabalhadores no mercado de trabalho.

A interrupção dos atendimentos presenciais nas unidades do SINE a partir do dia 23 de março implicou na diminuição dos resultados e suscitou a demanda, por parte do trabalhador, para que os serviços fossem retomados. Por isso, diante das medidas de flexibilização do isolamento social que entraram em vigor a partir do mês de julho, algumas unidades retomaram o acolhimento presencial mediante agendamento prévio, o que justifica o aumento no número de vagas ofertadas e colocações. Os gráficos abaixo detalham essa realidade no estado de Minas Gerais e na Região Metropolitana de Belo Horizonte:



Fonte: Ministério da Economia – Base de Gestão IMO/SD

ICEI: OTIMISMO CONTINUA ELEVADO

Em outubro, todos os 30 setores considerados na pesquisa estavam confiantes

Segundo o Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI), mensurado pela Confederação Nacional das Indústrias (CNI), a confiança dos empresários se estabilizou após uma sequência de crescimento iniciada em junho. O ICEI de outubro ficou em 61,8 pontos, apenas 0,2 ponto acima do patamar registrado no mês de setembro (61,6 pontos), nível similar ao registrado em fevereiro - ou seja, antes dos impactos da pandemia na indústria. Na comparação com outubro do ano passado (59,3), o ICEI deste ano foi superior em 2,5 pontos, indicando que o cenário de otimismo está elevado. Vale lembrar que o indicador varia de 0 a 100 pontos, e que qualquer valor acima dos 50 pontos já indica confiança do empresariado do setor industrial. Além disso, quanto mais próximo dos 100 pontos, maior e mais disseminada é a confiança.

Desagregando o resultado do ICEI para os 30 setores considerados na pesquisa, nota-se que todos estão confiantes. O setor menos confiante, porém, é o de Biocombustíveis, com ICEI de 54 pontos. Já o setor mais confiante é o de Produtos de Borracha, com ICEI igual a 64,8. Na comparação com o mês setembro, o ICEI de outubro aumentou para 13 setores industriais e recuou para 16 deles. As maiores altas na passagem de setembro para outubro foram

registradas na Indústria Extrativa (+3,8 pontos), e nos setores de Produtos de Metal (+3,4 pontos) e Impressão e Reprodução de Gravações (+3,0 pontos). As maiores quedas foram registradas nos setores de Equipamentos de Informática, Produtos Eletrônicos e Outros (-6,3 pontos), Biocombustíveis (-4,6 pontos) e Produtos de Material Plástico (-3,9 pontos).

+ Setores mais confiantes		
	Produtos de borracha	64,8
	Metalurgia	64,5
	Produtos de minerais não metálicos	64,1
	Produtos de metal (exceto máquinas e equipamentos)	64,0
	Produtos têxteis	63,8
- Setores menos confiantes		
	Biocombustíveis	54,0
	Obras de infraestrutura	54,3
	Equipamentos de informática, produtos eletrônicos e outros	56,7
	Couros e artefatos de couro	57,4
	Produtos de limpeza, perfumaria e higiene pessoal (HPPC)	57,4

Fonte: Confederação Nacional das Indústrias - Índice de Confiança do Empresário Industrial

TAXA DE DESOCUPAÇÃO CHEGA A 14,4%

PNAD Contínua evidencia que setor de Alojamento e Alimentação foi o que mais fechou postos de trabalho

No trimestre móvel encerrado em agosto (jun-jul-ago), a taxa de desocupação no país chegou à 14,4%, aumento de 1,6 ponto percentual (p.p) frente ao trimestre encerrado em maio (mar-abr-mai). É a taxa mais elevada já registrada na série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), desde seu início em 2012. O número de desocupados no país cresceu 8,5% frente ao trimestre móvel anterior e chegou a 13,8 milhões, foram aproximadamente 1,1 milhão de pessoas a mais a procura de um emprego.

Taxa de desocupação por trimestre móvel

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
nov-dez-jan		7,2	6,4	6,8	9,5	12,6	12,2	12,0	11,2
dez-jan-fev		7,7	6,7	7,4	10,2	13,2	12,6	12,4	11,6
jan-fev-mar	7,9	8,0	7,2	7,9	10,9	13,7	13,1	12,7	12,2
fev-mar-abr	7,7	7,8	7,1	8,0	11,2	13,6	12,9	12,5	12,6
mar-abr-mai	7,6	7,6	7,0	8,1	11,2	13,3	12,7	12,3	12,9
abr-mai-jun	7,5	7,4	6,8	8,3	11,3	13,0	12,4	12,0	13,3
mai-jun-jul	7,4	7,3	6,9	8,5	11,6	12,8	12,3	11,8	13,8
jun-jul-ago	7,3	7,1	6,9	8,7	11,8	12,6	12,1	11,8	14,4
jul-ago-set	7,1	6,9	6,8	8,9	11,8	12,4	11,9	11,8	
ago-set-out	6,9	6,7	6,6	8,9	11,8	12,2	11,7	11,6	
set-out-nov	6,8	6,5	6,5	9,0	11,8	12,0	11,6	11,2	
out-nov-dez	6,9	6,2	6,5	8,9	12,0	11,8	11,6	11,0	

Fonte: IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua)

Apesar disso, o aumento da taxa de desocupação já era esperado, considerando o aumento da flexibilização das medidas de distanciamento social realizado no período, como explicou Adriana Beringuy, analista da pesquisa. “Esse aumento da taxa está relacionado ao crescimento do número de pessoas que estavam procurando trabalho. No meio do ano, havia um isolamento maior, com maiores restrições no comércio, e muitas pessoas tinham parado de procurar trabalho por causa desse contexto. Agora, a gente percebe um maior movimento no mercado de trabalho em relação ao trimestre móvel encerrado em maio”, detalha.

A população ocupada ficou estimada em 81,7 milhões de pessoas, apresentando queda de 5% frente ao trimestre móvel anterior. Aproximadamente 4,3 milhões de pessoas perderam o emprego entre junho e agosto no país. O nível de ocupação, percentual de ocupados em relação à população de 14 anos ou mais, sofreu queda de 2,7 p.p em relação ao trimestre anterior (49,5%) e chegou a 46,8%, sendo este o resultado mais baixo da série.

Considerando os dez grupamentos de atividade analisados pela PNAD Contínua, a população ocupada sofreu queda em oito: Alojamento e alimentação (-15,1%, ou menos 661 mil pessoas), Outros serviços (-11,6%, ou menos 510 mil pessoas), Transporte, armazenagem e correio (-11,1%, ou menos 507 mil pessoas), Serviços domésticos (-9,4%, ou menos 477 mil pessoas), Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas (-4,7%, ou menos 754 mil pessoas), Administração pública, defesa, seguridade social, educação, saúde humana e serviços

sociais (-4,4%, ou menos 740 mil pessoas), Indústria (-3,9%, ou menos 427 mil pessoas) e Informação, Comunicação e Atividades Financeiras, Imobiliárias, Profissionais e Administrativas (-3,3%, ou menos 337 mil pessoas). Apenas o grupamento Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura apresentou crescimento (+2,9%, ou mais 228 mil pessoas), enquanto a Construção se manteve estável.

“UM MILHÃO DE OPORTUNIDADES”

Iniciativa é uma associação entre empresas, sociedade civil e organizações internacionais

Empresas, sociedade civil, Organização Internacional do Trabalho (OIT) e Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) lançaram, no dia 28 de outubro, a iniciativa denominada “1 Milhão de Oportunidades”, que tem como meta gerar um milhão de oportunidades por meio da educação, estimulando a criação de empregos para jovens brasileiros com idade entre 14 e 24 anos, em especial aqueles em situação de vulnerabilidade, nos próximos dois anos. A iniciativa é parte do programa global Generation Unlimited (ou Geração Que Move, no Brasil).

O projeto se desenvolve a partir de quatro pilares: Acesso à educação de qualidade; Inclusão digital e conectividade; Fomento ao empreendedorismo e protagonismo de adolescentes e jovens; e Acesso ao mundo do trabalho em oportunidades de estágio, aprendiz e emprego formal.

Para auxiliar adolescentes e jovens, a UNICEF lançou a plataforma virtual “Um Milhão de Oportunidades” (1mio.com.br), que funciona como um banco de vagas de empregos e informações acessíveis e de qualidade sobre oportunidades e formação para o mundo do trabalho. Além disso, haverá o monitoramento constante sobre o preenchimento efetivo de cada oportunidade de emprego cadastrada pelas empresas parceiras na plataforma.

Estar preparado para os impactos da tecnologia no mercado de trabalho será um grande desafio para jovens dessa geração, especialmente para aqueles que estão em situação de vulnerabilidade e não têm formação profissional. O avanço da tecnologia poderá aprofundar ainda mais as desigualdades existentes no Brasil. "Um dos efeitos da crise é que o futuro do trabalho está chegando com uma rapidez maior do que antecipado. Isso oferece riscos e oportunidades para a inserção no mercado de trabalho formal de jovens que estão se formando e começando a trajetória profissional, em especial para aqueles em situação de vulnerabilidade. Como a procura das empresas por novas competências e qualificações vai crescer, é preciso preparar a juventude para esse cenário com ações inovadoras", disse Martin Hahn, diretor do Escritório da OIT no Brasil.

Mais informações em: unicef.org

CONSTRUÇÃO CIVIL

Alta demanda e falta de produtos fazem preços de materiais de construção dispararem

Com a chegada da pandemia de Covid-19, o segmento da Construção Civil tem enfrentado um obstáculo a mais durante reformas e construções: a frustração de não encontrar material no mercado ou lidar com aumentos expressivos de preço. Segundo especialistas, o desabastecimento foi causado pela interrupção da produção da indústria durante a vigência das medidas de isolamento social. Depois deste período, a retomada das obras fez a demanda disparar, de forma que não havia estoque disponível para suprir esse mercado consumidor. Entre os principais produtos em falta ou com preço bem mais alto estão material elétrico, cimento, aço e PVC.

As lojas de materiais de construção venderam mais de maio a julho deste ano do que no mesmo período de 2019. De acordo com levantamento da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e da Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamaco), realizado com 600 lojistas do setor em todo o Brasil, 42% dos comerciantes consultados registraram crescimento nas vendas nestes três meses. Além disso, dados do Índice Nacional de Custo de Construção (INCC), produzidos pela FGV, registraram alta de 4,45%, em 12 meses, e alguns produtos, como condutores elétricos, já subiram mais de 27%.

“O preço de material de construção tem subido muito. A variação do câmbio ajuda a explicar essa alta porque essa parte de PVC, a indústria química, tintas, tudo isso sofre com a desvalorização cambial e acaba refletindo no varejo, exatamente onde o consumidor tem a maior percepção de aumento. O (preço do) cimento também está subindo”, avalia André Braz, economista da FGV.

Nas lojas de bairro, os comerciantes enfrentam dificuldade para encontrar os produtos e oferecer aos clientes. Assim, diante da escassez de insumos, alguns fornecedores exigem pagamento antecipado. “As fábricas estão com falta de material. Cobre e fio subiram muito e nem todo mundo tem. Quem trabalha com loja sanfonada está suspendendo as vendas por falta de matéria-prima”, relata o dono de um depósito de materiais de construção do Rio de Janeiro.

A percepção do mercado é que, além da retomada de obras de grande porte, o período de recolhimento forçado durante a pandemia levou muitos consumidores a desengavetar projetos de melhoria de suas casas, reformas ou adaptações para o trabalho na própria residência. Este cenário ajuda a explicar a disparada também na demanda pelos produtos, de maneira que tijolos, sacos de cimento e peças de cerâmica estão entre os itens que se tornaram artigos raros nas lojas. Além dos impactos para os consumidores que estão promovendo reformas em casa, a alta de preços e a falta de produtos já estão afetando também as construtoras e as grandes obras em vários estados do país. Diante do cenário de incertezas, as construtoras estão fazendo pedidos antecipadamente para não prejudicar o andamento das obras.

BLACK FRIDAY

Com promoções atraentes e diante da necessidade de isolamento social, Black Friday é cada vez mais digital

A Black Friday inaugura o período de compras de Natal e é uma das principais datas para o comércio no mundo todo. Durante a última sexta-feira de novembro (e os dias que antecedem e precedem a data), consumidores aproveitam as promoções para comprar produtos com grandes descontos, uma alternativa do comércio para renovar os estoques antes da chegada do Natal. Em meio à pandemia, mais precisamente no dia 27 deste mês, após 10 anos desde a primeira Black Friday brasileira, ocorrerão mudanças na estratégia e no planejamento das empresas como reflexo do isolamento social. Segundo dados da Ebit/Nilsen, a Black Friday de 2020 terá um grande aumento do comércio eletrônico, o que reflete uma adaptação dos hábitos do comprador durante a pandemia. A expectativa é de uma alta de 27% nas vendas do e-commerce em comparação com 2019. Outro fator apresentado pela pesquisa é que o aumento da criação de contas digitais para pagamento do auxílio emergencial, que contribuiu para uma “bancarização” da população, influenciando, conseqüentemente, seus hábitos de compra.

Uma pesquisa da startup brasileira Méliuz, realizada em agosto, mostrou que 72% dos usuários do site pretendem comprar na Black Friday. Dentre os entrevistados, 42% afirmaram aproveitar a data para comprar itens de necessidade e 25% pretendem adquirir produtos de desejo. Entre os itens mais almejados estão: eletrodomésticos e eletroportáteis (52,74%), eletrônicos e informática (41,05%), perfumes e cosméticos (32,36%) e smartphones (28,64%). Dentre os consumidores, 58% dizem que comprarão em lojas on-line e 11% afirmam que irão às lojas físicas, enquanto 30,92% dos respondentes da pesquisa declaram que pretendem dividir as compras entre as duas formas de comércio.

A pesquisa revelou, também, o plano de compras dos participantes. Dos mais de 2 mil entrevistados, 57,8% utilizarão outros sites para ter mais informações sobre produtos e lojas; 51,2% irão direto ao site da loja; 32,1% se manterão informados de ofertas por e-mail; e 25,2% devem fazer pesquisa em comércios físicos. Os sites que comparam preços são o plano de 23,3% dos entrevistados. Outros 17,6% ficarão atentos a anúncios na internet; 12,7% contam com indicação de amigos; 8,6% usarão a televisão para se informar das melhores ofertas.