



SINOPSE SINTIUS

Informativo diário do Sindicato dos Urbanitários

23/06/2022



Disponível em nosso site: <https://sintius.org.br>

Campanhas salariais: reajustes perdem da inflação em 45% dos acordos do ano

A inflação elevada continua a atingir as campanhas salariais e os reajustes, conforme novo balanço divulgado pelo Dieese. Agora, de janeiro a maio, a proporção de reajustes menores do que o INPC-IBGE subiu quatro pontos e atingiu 44,7% do total. Outros 32,9% dos acordos equivaleram à variação do INPC, índice usado como referência nas negociações trabalhistas. E apenas 22,4% tiveram ganho real. Assim, a variação média dos reajustes é de -0,78%.

Entre os setores, a indústria está um pouco acima da média e tem 27% de acordos com reajuste superior à variação acumulada do INPC. Os serviços aparecem com 22,1% e o comércio, com 15,8%. A área de serviços tem a maior proporção de aumentos abaixo da inflação: 51,6%.

Apenas as campanhas com data-base em maio mostram resultado ainda pior: 54,5% dos reajustes perdem para a inflação medida pelo INPC. São 32,1% de acordos com índice equivalente e só 13,4% abaixo. O reajuste médio foi de -1,28%, o pior desde agosto de 2021 (-1,48%).

“Os dados mostram ainda que, para completar os reajustes, várias categorias têm buscado aumento de benefícios, como auxílio alimentação, ou o pagamento de abonos. Começam a ser vistas também cláusulas de antecipação dos reajustes, devido à alta inflação”, aponta o Dieese.

Desde setembro, a inflação supera os dois dígitos. No mês passado, por exemplo, o reajuste necessário apenas para recomposição salarial foi de 12,47%. Agora, o INPC em 12 meses está acumulado em 11,90%.

Saiba mais em: CNTI, quarta-feira 23 de junho.

Pandemia eleva em 41% diagnósticos de depressão e piora hábitos saudáveis

Os diagnósticos de depressão na população adulta brasileira cresceram 41% nos dois primeiros anos da pandemia de Covid-19. As mulheres foram as que mais impulsionaram a alta.

Na população deprimida, houve uma piora significativa dos hábitos saudáveis de vida, como queda do consumo de verduras e legumes e da prática de atividade física, além de aumento da taxa de tabagismo.

A conclusão é de análise inédita do Covitel, um inquérito telefônico que retratou o impacto da pandemia de coronavírus nos fatores de risco para as doenças crônicas não transmissíveis. Foram analisados dados de antes da Covid-19 e do primeiro trimestre de 2022, período em que a crise sanitária deu uma pequena trégua.

Realizado pela Vital Strategies, organização global de saúde pública, e pela UFPel (Universidade Federal de Pelotas), o levantamento entrevistou 9.000 brasileiros, distribuídos nas capitais e em cidades do interior das cinco regiões do país.

O aumento da depressão foi registrado em todo mundo e a OMS (Organização Mundial da Saúde) vem alertando os governos no sentido de destinarem mais investimentos na prevenção e na assistência dos casos.

No caso das mulheres, a prevalência do diagnóstico de depressão saiu de 13,5% para 18,8%. Entre os homens, pulou de 5,4% para 7,8%.

Há várias hipóteses para explicar a maior taxa da depressão feminina, de fatores genéticos e hormonais até a dupla jornada de trabalho para conciliar carreira e tarefas domésticas.

Mas, para Luciana Vasconcelos Sardinha, assessora técnica de epidemiologia e saúde pública da Vital Strategies, a principal razão é o fato de as mulheres procurarem mais ajuda médica do que os homens. Logo, são as mais diagnosticadas com a doença.

"Em geral, os homens não buscam ajuda, não investem em prevenção e promoção da saúde. Quando eles chegam ao serviço médico, [o estado de saúde] já tá muito agravado."

Saiba mais em: Folha de São Paulo, quinta-feira 23 de junho.

Inflação da cesta básica sobe quase 27% em 12 meses

Os preços dos alimentos que compõem a cesta básica no Brasil tiveram aumento de 26,75% nos últimos 12 meses até maio e subiram mais do que o dobro da inflação oficial do País, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), de 11,73% no mesmo período. O resultado é um retrato de como a inflação tem elevado o custo de itens essenciais e prejudicado o orçamento das famílias, especialmente as mais pobres.

Os dados fazem parte de estudo liderado pelo economista Jackson Teixeira Bittencourt, coordenador do curso de Ciências Econômicas PUC-PR, que desenvolveu o Índice de Inflação da Cesta Básica.

O indicador mede a evolução dos preços de 13 alimentos essenciais que fazem parte do consumo mensal dos brasileiros: arroz, feijão, farinha, batata inglesa, tomate, açúcar cristal, banana prata, contrafilé, leite longa vida, pão francês, óleo de soja, margarina e café em pó.

Somente no mês de maio, a alta da cesta básica foi de 0,71% sobre abril e também ficou acima do resultado do IPCA para o mês, que teve alta de 0,47%.

"Quando a gente fez um recorte para a cesta básica, percebemos que a inflação é muito maior nesses itens", diz Bittencourt. O economista cita como exemplo o café em pó e o tomate, que são os produtos que tiveram o maior aumento nos últimos 12 meses, com altas de 67,01% e 55,62% cada.

O economista explica que o resultado do índice é diferente do IPCA porque considera uma quantidade bem menor de produtos - apenas os essenciais para o dia a dia da alimentação da população brasileira.

"O IPCA é dividido em nove grupos. O próprio IBGE pega todos os itens que pesquisa - mais de 300 - e separa em grandes lotes. Por exemplo, alimentação e bebidas, transportes, despesas pessoais... Tem nove grandes grupos", ressaltou.

Para chegar aos números, o grupo levou em conta as despesas de consumo das famílias nas áreas urbanas, com renda de 1 a 40 salários mínimos, e analisou as variações mensais e o acumulado de 12 meses dos preços dos produtos.

Além de ser um problema para o orçamento das famílias, a inflação também afeta a economia brasileira porque reduz a renda disponível para o consumo.

Para Bittencourt, o país vive um processo de "empobrecimento".

"O poder de compra está diminuindo e as famílias ficando mais pobres - não só a classe D, mas também a C. Além disso, o desemprego vai continuar alto nesse patamar de 11,5% a 12%", afirmou.

Segundo o professor, diversos fatores levaram ao aumento dos preços, entre eles, a Guerra da Ucrânia, o aumento da gasolina e do diesel, a pandemia de covid-19 e os eventos climáticos extremos, que prejudicaram as safras e as colheitas.

Saiba mais em: A Tribuna, quinta-feira 23 de junho.

Com inflação alta, produto de marca própria cresce em farmácia

O mercado de produtos de marca própria das redes de varejo, que tem tradição nas linhas de alimentos, agora se expande com mais força para os produtos de farmácias.

A venda de fármacos da categoria cresceu 36% nos primeiros cinco meses deste ano, segundo levantamento da Nielsen por meio da Abmapro (Associação Brasileira de Marcas Próprias e Terceirização).

O avanço pode ser atribuído à crise econômica, já que a marca própria, que é mais barata, costuma avançar em momentos de inflação alta.

A presidente da associação, Neide Montessano, diz que as estimativas do setor são de manutenção desse desempenho porque o varejo tem mostrado forte incremento na estratégia de marcas próprias.

Segundo ela, os canais de varejo de alimentos e vestuário também têm elevado a participação da categoria.

Saiba mais em: Folha de São Paulo, quinta-feira 23 de junho.