

AMAURI SEGALLA

## MERCADO S/A

amaurisegalla@diariosassociados.com.br

ESTUDOS MOSTRAM QUE OS NÍVEIS DE SATISFAÇÃO AUMENTAM MUITO QUANDO O CLIENTE COMPRA UM DETERMINADO PRODUTO E TEM PARTE DO VALOR — MESMO QUE PEQUENA — DEVOLVIDA

## A febre do cashback

Os consumidores brasileiros estão sendo bombardeados por uma nova estratégia lançada por empresas de diversos setores: o cashback, ou dinheiro de volta. Na XP, o cartão de crédito apresentado ao mercado no início de março devolve 1% de tudo o que é gasto, e o valor pode ser convertido em investimentos dentro da plataforma da corretora. Na empresa de recompensas Lívolo, os pontos acumulados são trocados agora por dinheiro vivo. Plataformas especializadas em cashback, como Méliuz e Ame Digital, tornaram-se populares no país, seduzindo milhões de clientes. O conceito não é novo, mas, só recentemente, o interesse pelo assunto explodiu no Brasil. O cashback explora um mecanismo que costuma ser infalível nas vendas: a recompensa. Estudos mostram que os níveis de satisfação aumentam muito quando o cliente compra um determinado produto e tem parte do valor — mesmo que pequena — devolvida. A onda do cashback veio para ficar.

Lionel Bonaveture/AFP



## Airbnb cria canal para denunciar festas irregulares

O Airbnb criou uma nova ferramenta: o Canal de Apoio ao Vizinho, que tem o objetivo de facilitar a comunicação para quem precisa relatar eventuais problemas durante reservas nas proximidades, como festas irregulares, assaltos e furtos, entre outros. A plataforma funciona 24 horas ininterruptas, sete dias por semana e é acessada pelo site [airbnb.com.br/vizinho](https://airbnb.com.br/vizinho). Segundo o Airbnb, o Brasil é o primeiro país da América Latina a receber a ferramenta, em funcionamento no Reino Unido, Estados Unidos e Canadá.

## Plataforma americana arrecada R\$ 147 milhões para brasileiros

A americana Charidy, especializada em crowdfunding, tem sido importante na captação de recursos para o combate ao coronavírus no Brasil. A plataforma abriu mão das taxas de intermediação em campanhas sem fins lucrativos para ajudar brasileiros em situação de risco. Durante a pandemia, a Charidy arrecadou R\$ 147 milhões em 49,8 mil doações. Entre as empresas que realizaram campanhas para captar recursos estão XP, Vale Refeição e Opy Health.

## Impressoras 3D revolucionam construções de casas

A impressão 3D está chegando a níveis impressionantes. A novidade agora é um bairro inteiro que será erguido com a tecnologia. Ele fica na cidade de Coachella, na Califórnia, uma região desértica conhecida graças a um tradicional festival de música. Os construtores da Mighty Buildings prometem erguer as casas de 106 metros quadrados em 24 horas. Cerca de 80% da construção são automatizados, sem a necessidade de envolver muitos funcionários. As residências custam de US\$ 600 mil a US\$ 1 milhão.

Ina Fassbernder/AFP



R\$ 32,4 bilhões

é quanto a Vale desembolsou em Minerais Gerais em 2020, considerando investimentos e custeios. O montante inclui ações sociais e ambientais

## RAPIDINHAS

» A Nomen International, agência líder no segmento de criação de marcas na Europa, está desembarcando no Brasil. Criadora das marcas Clio, para a Renault, e Brava, para a Fiat, a agência tem escritórios em Paris, Milão, Dusseldorf e Tóquio. "Acreditamos no potencial do mercado brasileiro", diz a diretora de novos negócios Nizia Montecinos.

» O Banco Original registrou um aumento explosivo do uso de alguns tipos de serviços oferecidos por seus seguros durante pandemia. A substituição do notebook, reparos simples na casa e descarte sustentável — todos contemplados no seguro residencial — subiram 235%, 273% e 481%, respectivamente.

» Beneficiada por uma liminar de 2017 que lhe permite não pagar PIS e Cofins sobre a importação de combustíveis, a distribuidora de petróleo Atem's acabou de sofrer uma autuação da Agência Nacional de Transportes Aquaviários. A agência apontou que a empresa construiu um armazém privado sem autorização no Porto de Santarém (Pará).

» A empresa de logística Yellow Log, que faz parte do Grupo ATML, acaba de chegar à região Centro-Oeste. Focada nas entregas de e-commerce, a operação recebeu R\$ 5,7 milhões em investimentos e gerou 160 empregos em Brasília e Goiânia. A estimativa da companhia é chegar a todas as capitais brasileiras até o final de 2021.

AFP Etienne Balmer/AFP



Os mais fracos vão sair do Brasil, o que sempre acontece em grandes crises. Entre os mais fracos, cito a aliança Nissan-Renault"

Carlos Ghosn, ex-todo-poderoso da Renault-Nissan. Atualmente procurado pela Interpol, ele fugiu para o Líbano depois de ser preso pelas autoridades japonesas sob a acusação de sonegação

**CONJUNTURA /** Agenda ESG tornou-se uma preocupação para as instituições financeiras, pois cresce entre os investidores a percepção de que preservação e sustentabilidade trazem alto retorno para as aplicações. Além disso, compromisso torna o mercado nacional atrativo

## Negócio verde na mira dos bancos

» MARINA BARBOSA

Os consumidores brasileiros estão cada vez mais atentos ao impacto socioambiental dos negócios do país. Pesquisa da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) indica que 87% deles consideram que tal compromisso é importante para a imagem e a avaliação de uma empresa. Por isso, os bancos têm reforçado as práticas de sustentabilidade.

A preocupação do mercado financeiro com a política ambiental veio à tona no ano passado, quando um grupo de investidores estrangeiros ameaçou deixar o país devido ao avanço do desmatamento na Amazônia e das parcas iniciativas do governo federal para conter as queimadas. Bradesco, Itaú e Santander, por exemplo, se uniram para lançar o Plano Amazônia, com 10 metas de desenvolvimento sustentável para a floresta.

A ideia dos bancos é levar o compromisso com a ecologia aos clientes, por meio do financiamento de projetos sustentáveis e da emissão ou investimento em títulos verdes. Por isso é que a Febraban fechou parceria com a International Finance Corporation (IFC), do Banco Mundial, para alinhar o setor aos compromissos do Acordo de Paris.

A política de autorregulação da Febraban tem a adesão de 23 bancos. "A autorregulação existe desde 2014, mas ganhou destaque nos últimos anos por conta da agenda ESG (em inglês, *Environmental, Social and Governance* — Ambiental, Social e Governança). Os clientes gostam de saber que o dinheiro está indo para ativos de alto impacto ambiental, sobretudo os mais jovens. O investidor e o consumidor estão exigindo em-

O mercado entende que é preciso cuidar do meio ambiente e que as empresas que não são sustentáveis tendem a acabar uma hora. Por isso, todos sentimos esse caminho de sustentabilidade nas instituições financeiras"

João Pinto Rabelo Junior, vice-presidente de Agronegócios e Governo do Banco do Brasil

presas mais engajadas e percebem que as empresas mais comprometidas com a agenda ESG são mais lucrativas", explicou o diretor de Sustentabilidade, Cidadania Financeira, Relações com o Consumidor e Autorregulação da Febraban, Amaury Oliva.

Ao disseminar essa preocupação com a clientela, será possível manter os ativos das empresas brasileiras atrativas aos investidores estrangeiros, que, no ano passado, demonstraram preocupação com a política ambiental do país. "O mercado entende que é preciso cuidar do meio ambiente e que as empresas que não são sustentáveis tendem a acabar uma hora. Por isso, todos sentimos esse caminho de sustentabilidade nas instituições financeiras", afirmou o vice-presidente de Agronegócios e Governo do Banco do Brasil, João Pinto Rabelo Junior.

Luiz Michelini/Divulgação



Segundo Oliva, os clientes percebem que empresas comprometidas com a agenda ESG são mais lucrativas

## » BC empenhado nas boas práticas

O Banco Central também está atento à preocupação dos investidores estrangeiros e dos consumidores brasileiros com a política ambiental. Por isso, vem trabalhando para implementar, ainda neste ano, a Agenda BC#, que foi lançada no ano passado para estabelecer metas e ações de responsabilidade socioambiental para o setor financeiro nacional. "Iniciativas relacionadas com o conceito de finanças sustentáveis têm ocupado posição cada vez mais proeminente na agenda de bancos centrais e de reguladores financeiros, que vêm adotando medidas com o objetivo de reduzir a exposição dos agentes de mercado a riscos socioambientais e climáticos", justificou a autoridade monetária, na primeira entrega da sua agenda de sustentabilidade: o lançamento de uma consulta pública sobre critérios de análise que devem ser adotados nas operações de crédito rural do Brasil.

## Quem for "limpo" terá crédito

Um dos objetivos dos bancos é ampliar a concessão dos créditos que visam o financiamento de projetos sustentáveis, que, em 2019, respondiam por 22% do mercado brasileiro. O Itaú, por exemplo, quer liberar aproximadamente R\$ 100 bilhões para financiamentos de impacto positivo, até 2025. A Caixa avalia os riscos ambientais dos projetos dos clientes e pode negar o empréstimo caso a atividade do solicitante gere impacto negativo no meio ambiente, na saúde e na segurança dos trabalhadores. E o Banco

do Brasil (BB) quer financiar até R\$ 125 bilhões em projetos de agricultura sustentável, R\$ 15 bilhões como fomento às energias renováveis e R\$ 20 bilhões em ações de desenvolvimento sustentável dos estados e municípios até 2025.

O BB também se comprometeu a apoiar a emissão de até R\$ 30 bilhões de títulos verdes por empresas brasileiras, e aplicar pelo menos R\$ 20 bilhões em fundos verdes nos próximos cinco anos. A ideia é levar empresas de outros setores, e também

os investidores do país, ao mundo dos títulos ESG, que têm atraído cada vez mais investidores no mundo. O banco ainda se prepara para emitir os próprios papéis para o setor, como fez o Bradesco — que, no ano passado, captou R\$ 1,2 bilhão por meio de um título verde que financia projetos de transição para uma economia menos intensiva em carbono.

O Santander, neste ano, assumiu o compromisso de neutralizar suas emissões de carbono até 2050, e ajudar seus clientes a fazer essa transição para uma econo-

mia zero carbono. Superintendente executiva de Sustentabilidade do banco espanhol, Karine Bueno explicou que sustentabilidade e geração de negócios são temas indissociáveis hoje em dia. "É preciso reconhecer que os temas sociais e ambientais fazem parte dos negócios. E há provas concretas disso", afirmou. Karine disse que o Santander dobrou o seu portfólio de negócios verdes no último ano, passando de R\$ 14 bilhões em 2019 para R\$ 27 bilhões em 2020 — cifra que o banco ainda quer ampliar neste ano. (MB)