



AMAURI SEGALLA

## MERCADO S/A

amaurisegalla@diariosassociados.com.br

6 O MERCADO ESTIMA QUE AO MENOS 28 MIL AUTOMÓVEIS ELETRIFICADOS SEJAM VENDIDOS ATÉ O FIM DE 2021, O QUE REPRESENTARÁ UM AUMENTO DE 42% EM RELAÇÃO A 2020

## Vendas de carros elétricos quebram recorde no Brasil

Enquanto a indústria automotiva sofre para recuperar as perdas geradas pela crise do novo coronavírus, o segmento de carros elétricos comemora o melhor ano da história no país. O mercado estima que ao menos 28 mil automóveis eletrificados sejam vendidos até o fim de 2021, o que representará um aumento de 42% em relação a 2020. Junho tem motivo adicional para celebrar: os 3.507 veículos emplacados significam o melhor mês para o setor desde 2012. Mesmo assim, os preços continuam a ser um entrave para que as vendas cresçam mais. Atualmente, o modelo mais barato, o JACe-JS1, custa R\$ 155 mil, ou três vezes o valor cobrado por um carro popular convencional. A tendência é de que os preços caiam à medida que o mercado se desenvolva. Junte-se a isso a crescente preocupação com o meio ambiente, especialmente entre os jovens, e o que se observa é um imenso potencial econômico. O futuro, tudo indica, será elétrico.

## Comércio eletrônico atrai 20 milhões de novos consumidores

A pandemia provocou uma revolução no comércio eletrônico brasileiro. De acordo com levantamento realizado pela ABComm, associação que representa o setor, somente no ano passado 20,2 milhões de novos consumidores foram às compras pela internet. Para efeito de comparação, o número equivale às populações somadas de Portugal e Grécia. As vendas on-line movimentaram no ano passado recordistas R\$ 126,3 bilhões, e a expectativa para 2021 é de crescimento acima de 30%. E isso mesmo com a crise econômica.

## Brasileira Espaçolaser amplia investimentos na América Latina

A empresa brasileira Espaçolaser precisou de menos de duas décadas para se tornar a maior franquia de depilação do mundo. Fundada em 2004, possui 640 unidades no Brasil, das quais 70 foram abertas em 2021 (lojas próprias e franqueadas). Depois de desbravar o mercado brasileiro, a companhia agora está de olho no cenário internacional. Recentemente, inaugurou duas unidades em Bogotá, na Colômbia, que se juntam às lojas no Chile (são 11 em operação) e na Argentina (nove).

## Asics lança uniformes de material reciclado

A fabricante japonesa de materiais esportivos Asics inovou na Olimpíada. Pela primeira vez na história, os uniformes de uma das delegações — a do Japão — são feitos de material reciclado. A iniciativa levou quatro anos para ser desenvolvida. Segundo a Asics, foram distribuídos pontos de coletas de roupas doadas pela população. A partir daí, a empresa selecionou os materiais e os transformou em novos uniformes. Eles, porém, não estão à venda para o público em geral.

O que alivia o pescoço do Ministério da Economia é esse boom de commodities e o fato de que nunca na história da humanidade houve tanta liquidez. Há uma quantidade exorbitante, eu diria imoral, de capital barato"

Vandick Silveira, economista e presidente da Trevisan Escola de Negócios

Breno Fortes/CB/D.A Press - 15/10/09



53,5%

foi quanto caíram as receitas das empresas aéreas brasileiras no primeiro trimestre de 2021 em comparação com o mesmo período do ano passado, segundo dados da Anac

## RAPIDINHAS

» Duas semanas depois de lançada, a campanha Mesa Brasil Urgente, que arrecada recursos para a compra de alimentos, recebeu quase R\$ 800 mil em doações. O valor será destinado para a aquisição de 7,8 mil cestas básicas, que serão distribuídas em 15 estados. Um dos principais doadores foi o fundo internacional The Global Food Banking Network (GFN).

» Proteger o planeta traz benefícios econômicos. Uma pesquisa publicada no periódico científico *One Earth* revelou que cumprir as promessas para o enfrentamento das mudanças climáticas (manter o aquecimento global inferior aos 2°C em comparação com níveis pré-industriais) levará à criação de oito milhões de empregos no setor de energia.

Reprodução



» As empresas de tecnologia brasileira estão invadindo a B3, a Bolsa de Valores de São Paulo. Atualmente, 16 companhias do ramo negociam ações no mercado nacional. Em 2019, eram quatro. Outras cinco estão na fila para abrir o capital. Antes, elas preferiam ir aos Estados Unidos. Agora, escolhem o Brasil.

» A nova febre da criança são os Bubble Fidget Toys, brinquedos que estimulam os sentidos e têm o mesmo efeito antistress gerado pela manipulação do plástico-bolha. No Buscapé, site de pesquisa de preços e comércio virtual, houve um aumento de 215% na busca por itens desse tipo entre os meses de maio e junho.

## COMPORTAMENTO

Nem mesmo a vacinação deve fazer com que a sociedade deixe de lado o que virou costume por conta da pandemia. Comodidade de fazer tudo sem sair de casa, em especial comer e trabalhar, faz com que brasileiros não queiram voltar às práticas do passado

## “Novo normal” veio para ficar

» PEDRO ÍCARO\*

As mudanças na rotina dos brasileiros provocadas pela pandemia da covid-19 devem se manter mesmo após o fim da crise sanitária. Por mais que a vacinação traga segurança à população, trabalhar de casa, estudar a distância e fazer compras de produtos e serviços pela internet serão alguns hábitos que dificilmente deixarão de ser adotados.

Essa constatação está em um estudo realizado pela empresa de consultoria EY-Parthenon, que entrevistou pouco mais de mil consumidores brasileiros entre 18 e mais de 65 anos, de todas as classes sociais, em fevereiro deste ano, para entender como o isolamento social imposto pela pandemia obrigou as pessoas a desenvolver um novo comportamento mais voltado para o lar, suas famílias e o próprio bem-estar.

Os brasileiros entrevistados esperam que as modificações impostas pela pandemia, sobretudo à maneira de trabalhar, se tornem permanentes. Metade dos entrevistados quer um trabalho mais flexível, enquanto 44% querem trabalhar de casa com maior frequência. Para os próximos três a cinco anos, 36% dos trabalhadores brasileiros acreditam que usarão videoconferências em vez de reuniões presenciais. Com relação a treinamentos e aulas, 30% dizem que farão mais pela internet.

Profissional de comunicação em Palmas (TO), Stefani Cavalcante, 22 anos, trabalha de forma remota atualmente e afirma que seu desempenho no esquema home office caiu em comparação com o trabalho presencial. Diante disso, ela espera que, quando acabar a pandemia, a sua empresa

adote uma forma de trabalho mista, revezando entre tarefas a distância e presenciais.

“Sinto necessidade de ter um trabalho presencial, mas acho que conseguimos mesclar, com as reuniões presenciais sendo substituídas por encontros virtuais. Acredito que dá para equilibrar as duas formas e evitar o baixo desempenho dos funcionários”, opinou.

## Comida

Cerca de 69% dos entrevistados responderam, ainda, que estão indo menos vezes a lojas e supermercados. Conseqüentemente, a forma como essas pessoas buscam alimentação mudou: 77% relataram que ou deixaram de cozinhar ou passaram a comprar comida por aplicativos de celular. A estu-

dante Luana Lima, 19, moradora de Sobradinho, afirma que seu consumo em aplicativos de entrega de comida aumentou com a pandemia.

“Antes, eu costumava comer mais na universidade. Ou, então, levava algum lanche pronto de casa. Hoje, como fico o tempo todo em casa, muitas vezes, por praticidade, acabo pedindo pelo celular. Quando a pandemia aca-

bar, espero poder voltar à minha rotina de antes para economizar e comer melhor”, disse.

A mudança acabou beneficiando alguns restaurantes. Foi o caso do estabelecimento gerido por Mauro Souza, 40, em Águas Claras, que atende exclusivamente por delivery. “O movimento no auge da pandemia estava 30% maior do que hoje, mas a demanda não está cain-



44% DOS BRASILEIROS

Esperam trabalhar de casa com mais frequência, mesmo após o fim da pandemia

do, está estabilizada. Mesmo com o fim da pandemia, acredita-se que as pessoas que já pedem comida vão continuar pedindo, devido à comodidade que tem o delivery”, observou.

## Futuro

Segundo o economista-chefe da Valor Investimentos Paulo Duarte, a pandemia acelerou uma alteração no comportamento dos consumidores que já estava em curso com a digitalização. “Quem nunca tinha comprado on-line foi forçado a usar esses meios para conseguir manter o mínimo padrão de consumo, até por uma exigência do momento em que vivemos”, analisou.

O maior desafio, de acordo com ele, está no trabalho, pois empresas e funcionários terão de decidir o que é melhor para ambas as partes. “As pessoas sentirão que o home office traz maior qualidade de vida e não interfere na sua produtividade. As empresas que estão exigindo a volta dos trabalhadores para os escritórios terão de entrar em acordo, pois o modelo híbrido veio para ficar”, comentou.

\*Estagiário sob a supervisão de Augusto Fernandes