



AMAURI SEGALLA

MERCADO S/A

amaurisegalla@diariosassociados.com.br

SEGUNDO ANALISTAS, OS RESULTADOS FORAM BONS, MAS VIERAM ABAIXO DOS CONCORRENTES DIRETOS

Lucro da Via Varejo dobra, mas ações despencam

O mundo dos investimentos tem algumas peculiaridades. Às vezes, o que parece ser excelente para alguns é, na verdade, péssimo para outros. A Via, nova denominação da Via Varejo, dona de marcas como Casas Bahia e Pontofrio (que virou apenas Ponto na repaginação da empresa), aumentou seu lucro líquido em 103% no segundo trimestre em comparação com o mesmo período de 2020, alcançando R\$ 132 milhões no período. Parece ótimo, certo? Não para o mercado financeiro. Ontem, as ações da companhia fecharam o dia com queda de 7%, levando pânico para novatos na Bolsa. O que explica o movimento? Segundo analistas, os resultados foram bons, mas vieram abaixo dos concorrentes diretos da Via, o que pode comprometer o desempenho da empresa no longo prazo. As margens operacionais também não corresponderam à expectativa. Seja como for, a decepção do mercado foi suficiente para fazer as ações da empresa desabarem.

Reprodução



RAPIDINHAS

Na impressionante velocidade de transformação da indústria alimentícia, as carnes à base de plantas não são mais novidade. Há outra invenção agora: hambúrgueres feitos de fungos. A tendência ganhou força com a americana Prime Roots, que lançou no mercado hambúrgueres e tiras de bacon criados a partir do fungo koji, usando na produção de saqué.

A preocupação com o meio ambiente está em alta. Na Bradesco Seguros, os programas Descarte Ecológico e Auto Reciclagem têm quebrado recordes. Funciona assim: a empresa busca na casa do cliente utensílios descartados, como geladeiras ou móveis. Em 2020, foram cerca de 14 toneladas. Em 2021, serão 17.

O cineasta espanhol Pedro Almodóvar venceu o Instagram. Nos últimos dias, a rede social removeu o pôster de seu filme mais recente, *Madres Paralelas*, que exibe o mamilo de uma mulher lactante, por contrariar regras que não permitem nudez. Após protestos, o Instagram voltou atrás e reconheceu o "contexto artístico" da imagem.

A rede de academias SmartFit comemorou o prejuízo de R\$ 161,2 milhões no segundo trimestre. Como assim? A explicação é óbvia: o rombo diminuiu 36% em relação ao mesmo período do ano passado. Entre abril e junho de 2020, apenas 28% de suas unidades estavam abertas. O índice chegou a 84% em igual intervalo de 2021.

CNI quer impulsionar inovação nas empresas

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) definiu como uma de suas prioridades estimular a inovação no Brasil. Uma iniciativa interessante foi a assinatura de uma parceria com a empresa israelense Sosa, que mantém uma das maiores plataformas de inovação aberta do mundo — ela reúne em seu portfólio 15 mil startups. A ideia é que as indústrias brasileiras tenham acesso a tecnologias de ponta e possam acessar projetos internacionais. O Brasil investe apenas 1% do PIB em inovação.

Turismo reage e acelera recuperação

Muitos analistas disseram que o turismo brasileiro só retomaria os índices pré-pandemia em 2023. A julgar pelo ritmo da recuperação, será muito antes disso, provavelmente no início de 2022. Em junho, segundo dados do IBGE, o setor cresceu 12% em relação a maio. Se a base comparativa for um ano atrás, a alta quase chegou a 100%. O bom desempenho foi liderado por Minas Gerais (avanço de 20% na passagem mensal) e Rio de Janeiro (12%). Espera-se resultado ainda melhor nas viagens de fim de ano.

No mundo das TVs, sul-coreanos mandam

A saída das fabricantes Sony e Panasonic do mercado de aparelhos de TV no Brasil é péssima para o país, mas não se deve apenas à conjuntura econômica. Na verdade, os japoneses perderam a supremacia na produção de televisores, fenômeno observado em diversas partes do mundo. Eles foram superados pelos sul-coreanos, que têm a Samsung como líder global, com 39% de participação de mercado. A cada três aparelhos vendidos atualmente no mundo, um é de marca Samsung ou LG, outra sul-coreana.

Reprodução



Arquivo Pessoal



O Brasil preza muito pelo regime democrático. Lutou-se muito por ele. A democracia de verdade é o único sistema que vale a pena viver."

José Roberto Mendonça de Barros, economista, sócio da MB Associados e ex-secretário de Política Econômica

R\$ 2,5 bilhões

foi o lucro líquido da Eletrobras no segundo trimestre, valor 439% superior ao obtido no mesmo período do ano passado.

INOVAÇÃO FINANCEIRA / Comerciantes deverão ser remunerados para oferecer aos clientes, nas lojas, as novas modalidades do sistema de transferência instantânea de recursos. Medida, segundo o presidente do Banco Central, deve ser adotada em breve

Saque e troco por meio do Pix

» FERNANDA FERNANDES

Lojas e estabelecimentos comerciais poderão, em um futuro breve, se tornar "agências bancárias" para permitir saques e dar troco em dinheiro aos clientes por meio do Pix. O presidente do Banco Central (BC), Roberto Campos Neto, afirmou ontem que os lojistas serão remunerados para oferecer as novas modalidades de transação.

"Estamos no processo de pensar como isso vai trafegar e quais são os preços. Muito provavelmente, vamos começar numa situação em que o lojista recebe para fazer esse serviço", disse Campos Neto, durante evento promovido, ontem, pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

Os novos serviços permitirão que qualquer comércio, por menor que seja, ofereça as opções de

saque e troco em espécie, desde que tenha uma caixa registradora. O presidente do BC explica que as funções permitirão tanto o saque "puro", em dinheiro, como o pagamento de produtos com valor a mais, para receber o troco. "Se a pessoa comprou um item por R\$ 10 e precisa de R\$ 10 para ir a outro estabelecimento, ela poderá pagar R\$ 20", exemplificou o presidente do BC.

Segundo Campos Neto, as facilidades não só tornarão os saques mais acessíveis nas capitais e centro metropolitanos, como promoverão a inclusão, uma vez que os serviços de saque também serão disponibilizados em pequenos municípios sem agências bancárias. "Nessas localidades, a pessoa tem que sair, pegar uma van e ir para outra localidade (para sacar dinheiro). A gente entende que o Pix acabou gerando essa inclusão", disse.

Aos comerciantes, o modelo também será interessante, pois diminuirá custos de transporte de numerário, além de gerar mais segurança, por não permanecer com muito dinheiro em caixa, disse o presidente do BC.

Para Éttore Sanchez, economista-chefe da Ativa Investimentos, a inclusão dos serviços de saque e troco em dinheiro pelo Pix é necessária e irá suprir o cenário cada vez mais escasso de agências bancárias. "O número de agências está diminuindo vertiginosamente no mundo. O processo de digitalização tem aumentado muito a produtividade, tanto da mão de obra, mas principalmente do capital em sua alocação", diz.

Para Sanchez, os saques por Pix não serão concorrentes dos bancos, mas ampliarão o acesso da população ao dinheiro físico. "Irá aumentar a velocidade de

circulação da moeda, o que tende a ser benéfico para o PIB brasileiro", reforçou.

Bruno Mansur, especialista em investimentos, explica que, além de aumentar a capilaridade de pontos de saque em território nacional, a iniciativa será muito positiva para startups financeiras digitais. "Irá aumentar a competitividade entre instituições financeiras menores e fintechs que não teriam acesso ao grande público", disse.

Proprietário de uma lanchonete em Vicente Pires, o comerciante Eduardo de Franca, 43 anos, aprovou a novidade.

"A hipótese de saque nos estabelecimentos por meio do Pix possibilita ao estabelecimento potencializar a atividade comercial, pois é grande a probabilidade de uma "transação bancária" se consubstanciar também em uma transação comercial", afirmou.

Raphael Ribeiro/BCB - 26/9/19



Campos Neto: novidade promoverá maior inclusão financeira

CONJUNTURA

Setor de serviços volta ao nível pré-pandemia

» VERA BATISTA

Em junho, o volume de serviços prestados no Brasil avançou 1,7% em relação a maio, acumulando ganho de 4,4% nos últimos três meses. Com esse resultado, o setor se recuperou frente ao período pré-pandemia, ficando 2,4% acima de fevereiro de 2020, e

chegou ao patamar mais elevado desde maio de 2016, de acordo com a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em relação a junho de 2020, o setor registrou a quarta taxa positiva consecutiva ao avançar 21,1%.

Mesmo com a recuperação, os serviços prestados às famílias

ainda operam 22,8% abaixo do período pré-pandemia. "Ainda há algum receio da população em consumir serviços dessa natureza, além das restrições de funcionamento em alguns estabelecimentos", explicou Rodrigo Lobo, analista da pesquisa. Apesar disso, o segmento mostra alguma recuperação, já que, em março de 2020, o tombo em relação a fevereiro havia sido de 32,1%, chegando a 61,8%, em abril. Mas, em junho de 2021, alojamento e alimentação impulsionaram os serviços às famílias, com a terceira alta consecutiva, de 40,3%, de-

pois de ter sofrido impacto negativo, em março (-28,0%), com o isolamento social.

Serviços como manicure, pedicure, cabeleireiro ou barbeiro, entre outros mais dependentes da presença física dos clientes, estão entre os que mais sofreram. E isso se deve, de acordo com o economista Cesar Berço, sócio-consultor da Corretora OpenInvest, à falta de renda, aumento dos índices de desemprego, inflação persistente, demora do governo em retomar o pagamento do auxílio emergencial e à alta do preço dos alimentos, além de

uma pequena interferência negativa da falta de insumos.

"É claro que as pessoas se viram, tentam atender em casa, mas o dinheiro não entrou no bolso dos consumidores ou foi para outras prioridades. E não houve medidas concretas e imediatas para melhorar o consumo. Essa pequena melhora nos serviços é resultado de uma demanda represada", destacou Berço. Para o segundo semestre, a previsão também não é das melhores. "Vamos contar com o impacto da crise hídrica que ainda não está refletida. Os números de junho

acabaram por quebrar a expectativa para julho", disse.

O presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto, em evento da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), também citou a PMS e a corrosão do poder de compra. "Nós discutimos muito sobre quais medidas poderiam ser feitas pelo setor de serviços de alimentação e bebidas. As vendas com cartão de crédito em restaurantes aumentaram e olhando a parte de serviços que saiu hoje (ontem), a gente vê uma recuperação nessa área", disse. (Colaboração Fernanda Fernandes)