

Mercado S/A



AMAURI SEGALLA
amaurisegalla@diariosassociados.com.br

6 Dúvida aflige acionistas, que temem reviravolta no controle da maior empresa de geração de energia elétrica da América Latina 9

Carros híbridos e elétricos avançam no país

Os carros híbridos e elétricos estão prestes a alcançar uma marca simbólica. Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), no primeiro semestre eles responderam por 2,5% das vendas de modelos zero-quilômetro no país. Os automóveis movidos apenas a gasolina encerraram o período com participação de 2,8%. Segundo analistas do mercado, no segundo semestre há boa chance de, pela primeira vez na história, essa proporção ser invertida, com híbridos e elétricos à frente dos automóveis a gasolina.

Há risco de reestatização da Eletrobras?

Bárbara Corral/Esp. CB/D.A Press

Uma eventual vitória do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) na eleição de outubro poderia levar à reestatização da Eletrobras? A dúvida aflige acionistas, que temem uma reviravolta no controle da maior empresa de geração de energia elétrica da América Latina caso o petista ganhe o pleito. A preocupação é legítima. Lula, afinal, está à frente nas pesquisas e seu partido criticou por diversas vezes a privatização da companhia. Mas não será fácil voltar atrás: o processo concluído em junho passado levou à criação de diversos obstáculos para a retomada do controle pela União. O principal deles é a mudança no Estatuto Social da empresa. Se o governo quiser recomprar ações para reestatizar a Eletrobras, será obrigado a pagar o triplo da maior cotação dos papéis nos últimos dois anos — é muito dinheiro, certamente mais do que vale a empresa. Portanto, é difícil levar a reestatização adiante. Mesmo se isso ocorresse, os acionistas seriam premiados com excelente remuneração.



RAPIDINHAS

- » Os remédios feitos a partir da cannabis ganham espaço no Brasil. Segundo projeção feita pela Kaya Mind, agência especializada em dados sobre o setor, o número de pacientes com autorização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para comprar o produto deverá crescer 120% em 2020 em relação a 2021. Cerca de 100 mil brasileiros usam a planta para fins medicinais.
- » A fabricante chinesa de drones Dahua Technology amplia a atuação no Brasil. Os aparelhos da empresa começaram a monitorar o perímetro aéreo e terrestre do Aeroporto Internacional de São Paulo, o maior e mais movimentado do país. Entre outras ações, eles vistoriam as pistas de pouso e decolagem e inibem a invasão de pássaros.
- » O governo brasileiro ressalta a importância do turismo para a economia, mas, na direção contrária, cortou investimentos para estimular o setor. O gasto da União com promoção e marketing do turismo no mercado nacional caiu de R\$ 38 milhões em 2018 para R\$ 1,3 milhão em 2022, conforme dados do Portal da Transparência.
- » Um estudo da FAO, a Agência das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação, constatou que a queda global de preços dos alimentos não chegou ao varejo — ou seja, ao bolso dos consumidores que vão aos supermercados. Em agosto, o Índice de Preços de Alimentos calculado pela organização está 7,9% acima do patamar de um ano atrás.

Fintechs começam a ter os problemas dos grandes bancos

Nos últimos anos, a invasão das fintechs fez supor que os grandes bancos teriam dificuldades pela frente. Agora, o que se vê é algo diferente: elas passaram a ter os mesmos desafios das instituições tradicionais. “Com a alta dos juros no mundo todo, com as dificuldades para levantar recursos no mercado de capitais e a inflação, elas também passaram a ter os nossos problemas”, disse Roberto Setubal, co-presidente do conselho de administração do Itaú, em evento em São Paulo.

Brasil lidera retomada dos cruzeiros marítimos

Os brasileiros estão ansiosos para singrar os mares do mundo. Na Costa Cruzeiros, uma das maiores empresas do setor, as reservas para a próxima temporada de passeios marítimos já superam em 60% os números de 2019, antes da pandemia. De acordo com a empresa, o Brasil é o único país em que os resultados deverão ultrapassar os níveis de três anos atrás. A Associação Brasileira de Navios de Cruzeiros (CLIA Brasil) diz que ao menos 35 navios deverão deixar os portos a partir de outubro.

Wilton Junior/Estádo Conteúdo



3,2 BILHÕES de pessoas jogam videogame no mundo, segundo estudo da Newzoo, empresa especializada em dados sobre o mercado de jogos. O número corresponde a 40% da população mundial

O mercado não é uma invenção do capitalismo. É uma invenção da civilização”
Mikhail Gorbachev (1931-2022), o último líder da União Soviética

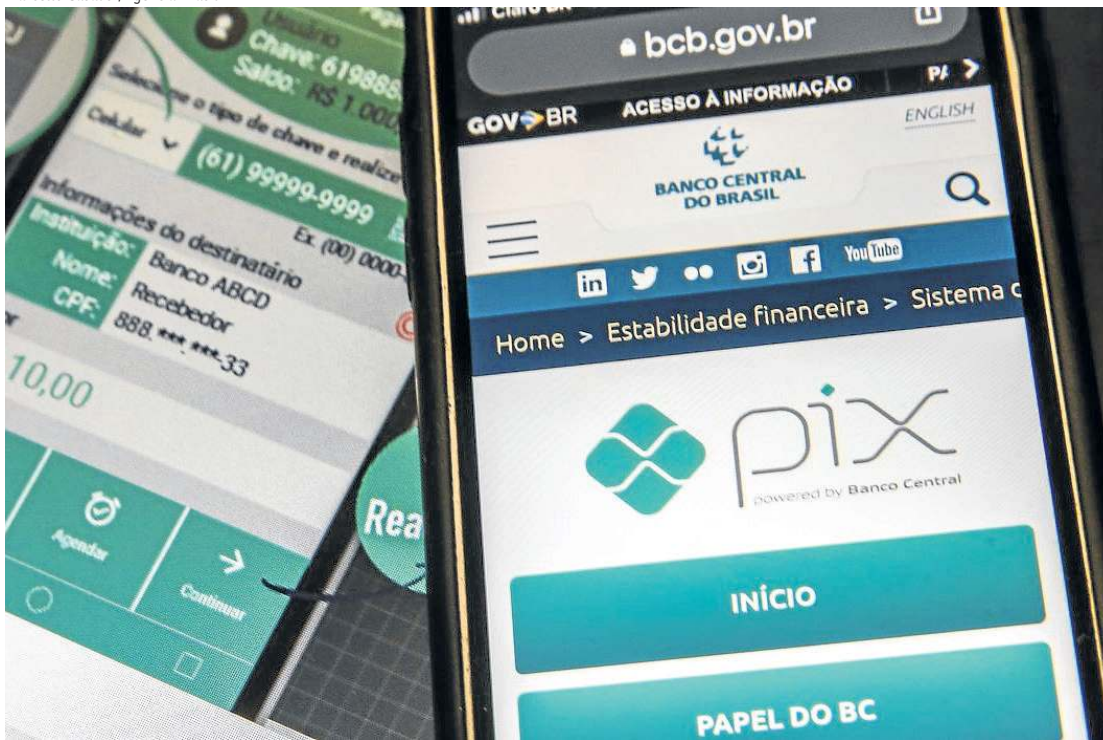
CONJUNTURA

Sistema de pagamento instantâneo do Banco Central deve forçar empresas à modernização para continuar relevantes para os clientes, agregando mais serviços aos comerciantes. Líderes do setor, contudo, ainda não sofrem com mudança

Pix ameaça maquininhas

Não é raro uma indústria virar do avesso por uma inovação tecnológica. No setor das maquininhas de pagamento, a reviravolta chegou de uma vez só com o Pix, sistema de pagamento instantâneo do Banco Central. A visão de especialistas é de que o Pix deve eliminar a necessidade do “intermediário” entre quem paga e quem recebe. E isso coloca em xeque o próprio futuro do setor de meios de pagamento. As empresas, portanto, terão de agregar mais serviços aos comerciantes — como softwares de administração de contas e estoques — para continuar relevantes para os clientes. “As empresas ganharão pelo serviço prestado, e não mais por transação”, afirma Edson Santos, um dos maiores conhecedores do setor de meios de pagamento no Brasil. Segundo ele, companhias como a Stone, que em 2020 comprou a empresa de tecnologia Linx, já de olho nessa mudança, estão melhor posicionadas para a nova fase. Resistir a essa mudança, segundo ele, pode significar o fim da linha para esses negócios. Conforme pesquisa recente do Instituto Propague, a Cielo segue líder de mercado, seguida de perto pela Rede, do Itaú Unibanco. Depois vêm a Getnet (do Santander), Stone, Vero e PagSeguro. Apesar de a chegada do Pix ter chacoalhado o setor, os líderes do mercado não têm demonstrado grandes mudanças. Uma das razões, segundo Santos, é porque o Pix ainda enfrenta alguns desafios no varejo, e a maquininha segue importante para o estabelecimento receber os pagamentos pelo cartão. “O Pix ainda não pegou o suficiente (no varejo). E todo mundo espera que o outro

Marcello Casal Jr./Agência Brasil



Pix parcelado pode substituir o cartão de crédito; opção cresce em aceitação, especialmente no e-commerce

faça antes”, diz Santos. Uma das poucas mudanças, até agora, é a oferta da funcionalidade do Pix na maquininha, permitindo que o lojista gere um QR-Code para a transferência. “Essa é uma tentativa de se manter a maquininha viva”, comenta o especialista. Outras empresas começam a oferecer o Pix parcelado (uma forma de dar crédito ao cliente), que poderá vir a substituir o cartão de crédito — essa opção já cresce em aceitação, especialmente no e-commerce. Hoje, essa modalidade já alcançou o volume do boleto, forma de pagamento que era uma “dor de cabeça” para os varejistas on-line, uma vez que a desistência entre

efetuar a compra e o efetivo pagamento era alta. Especialista no mercado financeiro, Boanerges Freire destaca que o Pix mudou as peças do jogo do setor, mas que as credenciadoras resistem em mudar e inovar. “Claro que elas vão ter perda de receita ao sair do cartão para o Pix, mas é melhor ter essa perda e manter o cliente”, diz o especialista, lembrando que há anos tem alertado seus clientes dessa necessidade de diversificação de serviços. “A empresa passará a ter mais conhecimento sobre o varejista, sendo o meio de pagamento dele, e poderá, com isso, retê-lo por meio de outros serviços e rentabilizar o negócio”, comenta.

Ter um produto ou serviço de que as pessoas necessitam e divulgar-lo nas redes sociais pode não ser suficiente para converter vendas. Um plano estratégico se faz necessário e, por mais que as empresas saibam disso, poucas colocam em prática. Tanto que 60% das companhias brasileiras não atingiram as metas de vendas em 2021. É o que aponta a primeira edição da pesquisa Panorama de Vendas, feita pela RD Station com o apoio de TOTVS, Rock Content e The News. Mesmo que o ano passado ainda tenha sido desafiador para as companhias devido às implicações da pandemia, o número é um alerta. O levantamento coletou 1.656 respostas de empresas em diferentes segmentos, portes variados e de todas as regiões do país entre os dias 4 e 20 de abril deste ano. “O grande ponto é que o fato de não bater as metas é decorrente de um mau planejamento”, afirma o diretor da RD Station e de expansão internacional, Luis Lourenço. “Se a empresa tem um bom planejamento, mesmo em cenário desafiador, ela tem metas que considere o contexto, cenário, histórico e capacidade de entrega.” Lourenço destaca que os profissionais de vendas têm deixado de lado esses aspectos, afinal, 54% das empresas ainda não usam ferramentas para gerenciar o relacionamento com o cliente. Como não existe uma base para acompanhar as movimentações, fica difícil pensar em novas estratégias, o que pode influenciar nos

60% das empresas não batem meta de vendas

resultados dos anos seguintes. Apesar disso, os empreendedores estão otimistas: 67% projetam um crescimento de 10% a 50% em 2022, o que pode ser explicado pela recuperação econômica. No entanto, embora 94% dos profissionais da área de vendas concordem que os resultados dependem de um processo bem estruturado, apenas 31% das companhias dizem ter um plano previsível, escalável e sustentável. “Tem uma questão da natureza humana de esforço e recompensa, que muitas vezes não é imediata, vem no longo prazo”, diz o especialista em marketing digital e cofundador da RD Station, André Siqueira. “Mesmo com otimismo, tem de ajustar processos, planejamento, entender de fato por que é 10% ou 50%, quais são os fundamentos que vão levar a isso e o que vou fazer na prática para chegar nesse número”, orienta Lourenço.

Jornada do consumidor

A Brasas English Course implementou, em maio deste ano, uma ferramenta de gestão de relacionamento com o cliente em que consegue acompanhar toda a jornada do consumidor e o desempenho do time comercial. Antes, com dados em planilhas, não tinha como acompanhar detalhes que hoje impactam o negócio. Só em agosto deste ano, a empresa superou o número de alunos e matrículas de 2019, melhor ano até então.