

## Mercado S/A



AMAURI SEGALLA  
amaurisegalla@diariosassociados.com.br

“No mercado brasileiro, praticamente todas as grandes companhias possuem programas de trabalho a distância”

## Chefes resistem, mas home office veio para ficar

Apesar da pressão de muitas empresas para que seus funcionários voltem definitivamente aos escritórios, a realidade é que o home office venceu. No mercado brasileiro, praticamente todas as grandes companhias possuem programas de trabalho a distância e as áreas de recursos humanos passaram a oferecer como atrativo vagas que destacam a possibilidade da jornada híbrida — alguns dias de labuta em casa e outros na firma. O movimento é global. De acordo com levantamento realizado pela consultoria Adecco em 25 países, incluindo o Brasil, 61% dos entrevistados fizeram mudanças no ambiente doméstico para tornar o trabalho remoto mais eficaz. Alguns chefes ainda resistem à tendência, que ganhou impulso durante a pandemia, mas o curso da história costuma ser irrefreável. Nos dias de hoje, os profissionais buscam autonomia e flexibilidade de horários, benefícios que o home office é capaz de proporcionar.

## Com Messi como embaixador, corretora Bitget ganha mercado

Nem todas as corretoras de criptomoedas passam por dificuldades. Fundada em 2018 e atualmente registrada nas Ilhas Seychelles, a Bitget superou a marca de US\$ 10 bilhões em volume médio diário de transações. Um ano atrás, o número estava na casa dos US\$ 2 bilhões. A empresa encerrará 2022 com cerca de mil funcionários, inclusive no Brasil. No meio do ano, eram 450. Ela deu sorte na Copa do Mundo. Recentemente, contratou o craque argentino Lionel Messi como embaixador da marca.

Jewel SAMAD/AFP



# R\$ 3,8 BILHÕES

é quanto os setores de cruzeiros vai injetar na economia brasileira na temporada 2022/2023, segundo dados da associação Clia Brasil

## Bilheteria de novo Avatar decepciona

Principal aposta da Disney para aliviar a crise que enfrenta, o filme *Avatar: O Caminho da Água* não parece ter fôlego para repetir o sucesso da versão anterior, lançada em 2009 e que arrecadou US\$ 2,9 bilhões, a maior bilheteria de todos os tempos. Em seu primeiro fim semana, o novo *Avatar* faturou US\$ 53 milhões nos Estados Unidos — foi apenas o sexto melhor filme a estreiar no ano. Com dificuldades também no streaming, a Disney viu seu valor de mercado cair pela metade desde março de 2021.

20th Century Studios/Divulgação. Cultura.



## Musk proíbe usuários de postar links do Facebook e outras redes

Como havia prometido após concluir a compra do Twitter, em outubro passado, o bilionário americano Elon Musk está provocando grandes mudanças na empresa. Desta vez, anunciou a proibição de postagens com links que promovam outras plataformas. A lista de vetos inclui Facebook, Instagram, Mastodon e Truth Social, entre inúmeras outras mídias sociais. Há alguns dias, Musk havia anunciado que aumentará de 280 para 4 mil o limite de caracteres por publicação feita no Twitter.

Rosana Hessel/CB



**Você vai gastando, gastando, gastando e um belo dia isso dá errado. O orçamento não é elástico, há limites”**

**Maílson da Nóbrega**, economista e ex-ministro da Fazenda no governo Sarney, sobre a PEC da Transição e o furo do teto de gastos

## RAPIDINHAS

» O Carrefour Brasil decidiu acelerar a conversão das lojas do Grupo Big, comprado em março de 2021 por R\$ 7,5 bilhões. Em um único dia, na quinta-feira, 15, foram abertas 12 unidades — quatro em Santa Catarina, duas em São Paulo, duas no Rio de Janeiro, duas no Ceará, uma em Alagoas e uma em Brasília.

» A Oncoclínicas e a Porto Serviços fecharam um acordo para a criação de uma empresa de serviços médicos oncológicos. Segundo comunicado, a nova companhia terá participação de 60% da Oncoclínicas e 40% da Porto. Os valores investidos não foram divulgados e a transação precisa ser aprovada pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

» O comércio eletrônico brasileiro deverá faturar R\$ 169,5 bilhões em 2022, superando o recorde de R\$ 150,8 bilhões registrado no ano passado. O número de consumidores também crescerá, passando de 78,9 milhões, em 2021, para 83,7 milhões em 2022, conforme dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abccom).

» As vendas de tablets caíram 33% no terceiro trimestre de 2022 em relação ao mesmo período do ano passado, segundo informação da IDC Brasil. Dois fatores pesaram no resultado: a alta de preços e as baixas encomendas de instituições da área de educação. Para 2023, o cenário tende a se manter difícil, com possibilidade de novas quedas.

## CONJUNTURA

# Ceia de Natal 13% mais cara

Segundo pesquisa da XP Investimentos, que comparou preços de 2022 e 2021, nem a tradicional rabanada escapou da carestia

» MARCOS BRAZ\*

O Natal deste ano, para quem conseguir bancar uma ceia para os familiares, vai custar mais do que o do ano passado. Os preços dos produtos da tradicional refeição natalina estão 13% mais altos, de acordo com levantamento da XP. A empresa de gestão de investimentos mostrou que os presentes também estão pesando mais no bolso. O preço das roupas aumentou quase 21%, calçados e acessórios subiram 16,6%, enquanto roupas infantis tiveram elevação de 13,6%.

A presença de alguns itens comuns nas mesas da noite do dia 24 também pode ficar comprometida pela carestia. Bacalhau e frango tiveram altas de 7,9% e 5,1%, respectivamente. O azeite subiu 6,7%. E uma das tradicionais estrelas da noite de Natal — a rabanada — deve surpreender muitos consumidores com a disparada do custo dos ingredientes: o preço do grupo leite e derivados cresceu 26% (o leite in natura ainda mais, quase 40%); o pão francês, 18%; ovos, quase 20%. O açúcar foi o único com deflação, de 1,1%.

O encarecimento da comemoração natalina havia sido detectado também pela Associação Brasileira de Supermercados (Abrás). Em uma cesta composta por 10 produtos, entre eles frangos, azeite, caixa de bombom, espumante, lombo, panetone, pernil, peru, sardinha e tender, o aumento chegou a 10%. O valor médio para adquirir esses itens foi calculado em R\$ 294,75 no início

de dezembro, ante R\$ 268,45 no mesmo período de 2021.

Para quem planeja presentear com eletrônicos, a boa notícia é que os preços de videogames e computadores caíram 8,5% e 2,6%, respectivamente. O aparelho telefônico ficou 1,9% mais barato. Para os menos ligados no mundo digital, o valor de bicicletas subiu 7,5% e o de brinquedos, 15,5%.

A chef Ana Cláudia Morale, 37 anos, que faz ceias de Natal por encomenda, disse que teve de passar os aumentos para os clientes. Apesar da compreensão da maioria, alguns não conseguiram bancar a encomenda este ano. “O cliente entende, mas nem sempre consegue fazer o pedido. Alguns preferem voltar para a cozinha ou fazer algo mais simples”, contou.

Ana Cláudia tem usado a criatividade para manter atrativo o preço das encomendas. “O cliente guia a gente. Se ele gosta de bacalhau, sabe que não tem como fazer o mesmo preço do ano passado. Então, a gente baixa a margem de lucro, compra no fornecedor no atacado, tudo para diminuir o valor”, explicou. Para quem vai preparar os pratos da refeição por conta própria, a chef recomenda a substituição de produtos para driblar os preços altos, sem abrir mão da magia da noite de Natal. “É possível substituir o cheddar por frango com caldas e frutas. Trocar o lombo de bacalhau por lascas de bacalhau”, indicou. Além disso, ela também sugere investir em vegetais bem temperados como antepastos e acompanhamentos.

\*Estagiário sob a supervisão de Odaíl Figueiredo

Arquivo pessoal



**O cliente entende que os preços aumentaram, mas nem sempre consegue fazer o pedido. Alguns preferem voltar para a cozinha ou fazer algo mais simples**

**Ana Cláudia Morale**, chef de cozinha

## Varejo enfrentará desafio em 2023

» FERNANDA STRICKLAND

A perspectiva do setor de varejo no Brasil em 2023 é de deterioração, de acordo com relatório da Fitch Ratings, publicado ontem. O baixo crescimento econômico esperado para o próximo ano, combinado à manutenção de altos patamares de juros, elevado endividamento das famílias e incertezas quanto à sustentabilidade dos baixos índices de inflação registrados nos últimos meses deverão limitar a

demanda do setor e pressionar a geração de caixa das empresas.

Segundo a Fitch, a desaceleração no crescimento do PIB deve limitar a dinâmica de consumo no varejo no próximo ano. A agência espera crescimento de apenas 0,7% em 2023. Além dos juros elevados e do endividamento das famílias, “a melhora dos níveis de emprego e a gradual recuperação da renda média apresentada nos últimos dois trimestres têm se mostrado insuficientes para fomentar

o consumo”, explicou a pesquisa.

Segundo o diretor da Fitch, Renato Donatti, os setores discrecionários, de maior valor e dependentes de crédito, como eletroeletrônicos, bens de consumo duráveis e vestuário, são os mais vulneráveis à severa restrição de renda. “As varejistas brasileiras enfrentarão um ambiente de negócios adverso em 2023. A capacidade de ajustar investimentos e custos será chave para a preservação dos perfis de crédito das empresas”, disse.

As políticas macroeconômicas do novo governo, especialmente no que se refere à melhora sustentável da economia e à recuperação do poder de compra da população, devem ser observadas, segundo Donatti, pois indicarão o direcionamento do setor no próximo ano. Varejistas que operam serviços de financiamento ao consumidor continuam registrando piora nas taxas de inadimplência, o que reduziria sua flexibilidade para aumentar a oferta de crédito e fomentar as vendas no próximo ano.