



7 • Correio Braziliense — Brasília, domingo, 6 de outubro de 2024

Bolsas	Pontuação B3	Dólar	Salário mínimo	Euro	CDI	CDB	Inflação
Na sexta-feira	Ibovespa nos últimos dias	Na sexta-feira	Últimos	Comercial, venda na sexta-feira	Ao ano	Prefixado 30 dias (ao ano)	IPCA do IBGE (em %)
0,09% São Paulo	131.816	30/setembro 5,447	R\$ 1.412	R\$ 5,988	10,65%	10,68%	Abril/2024 0,38
0,81% Nova York	131.791	1/outubro 5,464					Mai/2024 0,46
	1/10 2/10 3/10 4/10	2/outubro 5,444					Junho/2024 0,21
		3/outubro 5,473					Julho/2024 0,38
							Agosto/2024 -0,02

## NEGÓCIOS

# Mais inteligentes, mais conectados

Supermercados inovam com tecnologias como carrinhos inteligentes e pagamentos automatizados para otimizar a experiência do cliente e aumentar a eficiência. Inteligência artificial e programas de fidelização são apostas para o futuro do setor

» RAPHAEL PATI

**C**ampinas (SP) — Presente no dia a dia dos consumidores brasileiros, os supermercados buscam alternativas para se reinventar e incorporar tecnologias e funcionalidades para otimizar a experiência do cliente, além de aumentar os lucros e priorizar a sustentabilidade. Experiências baseadas em inteligência artificial lançadas no exterior, ou até mesmo em território nacional, passam a fazer parte da rotina do varejo alimentar, que testa novas maneiras para fidelizar o cliente na era do e-commerce.

Baseado nas dificuldades causadas pelo tempo de espera em filas de supermercado, uma empresa voltada para soluções de segurança no varejo lançou, há dois anos, um sistema que permite que o cliente pague pelos produtos sem entrar em filas, por meio de uma máquina instalada no próprio carrinho, com cartões de crédito ou débito convencionais.

Projetada com cinco câmeras com inteligência artificial, a solução foi desenvolvida para atender a critérios de segurança, para evitar possíveis fraudes e roubos ao longo do processo. “É uma nova experiência de compra para o cliente, onde aquela mãe que não tem tempo de ficar com os filhos consegue fazer uma compra mais rápida, sem ter que passar pelo

caixa”, afirma o CEO da Nextop, Juliano Camargo.

O carrinho inteligente é uma das inovações divulgadas na Abras 24' Food Retail Future, um evento promovido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras), que reuniu mais de 1 mil representantes do setor de varejo alimentar e outros convidados em 16 e 17 de setembro, em Campinas (SP). O encontro, que chegou a 58ª edição, teve como tema *Melhorando a vida do consumidor*.

Outro desafio inevitável para os supermercados, diante das novas tendências relacionadas ao aumento das compras online, é a perda de clientes para o ambiente digital. Diante disso, programas de fidelização podem ser uma boa opção para manter o número de consumidores frequentes. Pensando nisso, o empresário Rodrigo Dória criou em 2016 uma startup que oferece um programa de pontos com sorteios semanais que busca solucionar três problemas: necessidade de receita, falta de troco nas caixas e ineficiências operacionais no varejo alimentar.

Presente em mais de 5 mil lojas e com 25 mil pontos de venda (PDV) habilitados, a Supertroco já tem mais de 7 milhões de clientes únicos em todo o Brasil. Para o CEO da empresa, Rodrigo Dória, a falta de moeda no mercado é um problema de longa data para o varejo, que atravessa

Raphael Pati/CB/D.A Press



Equipe da Supertroco: empresa conta com 25 mil pontos de venda (PDV) habilitados

um momento de transformação, com o crescimento de ferramentas do marketing e e-commerce, do digital, o que gera, naturalmente, um desafio de posicionamento para o varejo.

“E a gente vê, em todos os eventos que a gente participa, que existe muita experiência no varejo,

então, um grande diferencial do físico versus o digital é que, no físico, você tem uma experiência mais completa”, complementa.

### Avanço

O setor de supermercados no Brasil tem mostrado crescimento

constante nos últimos anos. Em 2022, o faturamento total alcançou R\$ 695,7 bilhões, representando 7,03% do PIB do país naquele ano. Além disso, o setor emprega diretamente e indiretamente cerca de 3,2 milhões de pessoas, com mais de 94.700 lojas em operação no Brasil,

segundo dados da própria Abras.

Para o especialista e head de Varejo da BlueYonder — empresa especializada na transformação digital na cadeia de suprimentos — no Brasil, Marcelo Piccin, os consumidores querem ter uma experiência omnichannel, o que significa, de acordo com o termo em inglês, que esse público demanda uma presença mais estratégica da empresa nos canais de comunicação e venda.

Na era digital, a jornada do cliente se tornou ponto focal das indústrias e varejistas que buscam vantagem competitiva, com a personalização sendo a chave de sucesso, na avaliação de Eduardo Bonelli, diretor geral de Marketing e Vendas para Varejo da Ajinomoto — empresa japonesa que produz alimentos, óleos de cozinha e remédios — no Brasil.

Segundo Bonelli, algumas tendências relacionadas ao uso de IA já começam a ser vistas com mais frequência em supermercados, como os chatbots que trazem recomendações personalizadas, e tecnologias como machine learning, que podem ajudar os varejistas a melhorar a experiência de seus clientes por meio de personalização, eficiência na cadeia de suprimentos e no e-commerce que vem apresentando crescimento acelerado.

\* O jornalista viajou a convite da Abras

## Brasil S/A



por Antonio Machado  
machado@cidadebiz.com.br

## Rating de autoajuda

Como um aceno camarada em meio ao ceticismo do mercado financeiro com a disciplina orçamentária do governo, a agência Moody's elevou a nota de crédito do Brasil, deixando-a na antessala do que houve de 2008 a 2015 — o selo de país “seguro para investimento”.

Foi uma aposta política para prestigiar a parte do governo que se empenha em favor do ordenamento fiscal pelo lado das receitas, já que o controle de despesas está por ora descartado no embate entre a força majoritária da direita e o populismo social da esquerda em retrocesso eleitoral, como se constatará nas eleições municipais.

As notas de crédito da Moody's, como das outras grandes agências globais de rating, a Standard & Poor's e a Fitch, são prestigiadas em certos ambientes políticos e econômicos, mas já não têm a força de antes. Em 2008, todas, juntamente com as empresas de auditoria internacionais, falharam miseravelmente ao não acusar a iminência da debacle financeira provocada pela crise das hipotecas subprime nos EUA. E continuam não vendo o que não atende a conveniência da clientela — do estouro da bolha imobiliária na China às fraudes e inconsistências contábeis de empresas do varejo no Brasil.

Os precedentes de ação política a balizar as notas de rating são antigos. No início de 2008, a S&P também surpreendeu ao elevar o rating do Brasil ao inédito grau de investimento. O que havia na época? Uma forte pressão do PT (e de alguns setores empresariais) para

o presidente Lula substituir Henrique Meirelles na direção do Banco Central por um economista desenvolvimentista. A promoção da nota de crédito manteve Meirelles até o fim do governo.

O tempo passa e Lula se reúne em Nova York, a pedido do ministro Fernando Haddad, na semana da ONU, com dirigentes da Moody's, da S&P e da Fitch. Sabe-se que fizeram cara de paisagem ao apelo de Lula para reconhecerem o ajuste fiscal a cargo de seu ministro.

Mas a Moody's cedeu, dando o crédito de confiança com o argumento de que o crescimento da economia tem sido melhor do que sugerem as expectativas, alinhando-se à alta cúpula do mercado financeiro. As agências sabem o que convém à sua clientela de financistas.

### O crescimento aditivado

A decisão da Moody's, que não deverá ser acatada pelas demais, a se fiar nas manifestações de seus porta-vozes, tem um mérito: ela tem provocado a discussão sobre o que impulsiona o Produto Interno Bruto, PIB, desde o fim da pandemia em percentuais muito acima das projeções dos economistas de bancos e de gestores de ativos.

Em regra, eles analisam os agregados das contas nacionais em suas projeções, ignorando a granularidade de seus componentes. Uns preferem assim por desinteressar sobre o que move a economia em detalhes ou por desconhecimento de suas sutilezas. Outros o fazem por

cálculo político. Cavoucar as entranhas do PIB tem o risco de antagonizá-los com as crenças da economia movida por impulsos de demanda, marca do lulismo, não pela expansão da oferta, prioridade do desenvolvimento mais retórico que real nos programas oficiais.

A discussão também é enviesada pela ótica do que os críticos dos governos petistas chamam de “gastança” fiscal, o que pouco ajuda para a compreensão tanto da estagnação do investimento em aumento da base produtiva da economia quanto para os juros altos do BC.

Fato é que a meta de resultado primário da execução do Orçamento — que exclui o ônus da dívida pública — perdeu sua serventia, pois se permite a maquiagens contábeis, como excluir certos tipos de gastos da Lei Orçamentária (LOA), ainda que com a anuência do Congresso. A leitura da evolução da dívida bruta é mais crível.

E o que acontece com sua trajetória? No monitoramento regular do economista Fernando Montero, ela desembestou. Hoje, a dívida bruta medida em agosto equivale a 78,55% do PIB, somando a sua 14ª alta mensal consecutiva. Isso é o que descabela o BC.

### R\$ 1,18 tri em 20 meses

Fosse a política econômica centrada na modernização produtiva com

## PROMOÇÃO DA NOTA DE CRÉDITO DO PAÍS PELA MOODY'S É MAIS AVISO QUE ATESTADO DE CONFIANÇA

inovação tecnológica, acompanhada do mesmo viés na governança do setor público, e não sealaria de risco fiscal. Nem estaria o BC promovendo o enésimo ciclo de oneração da Selic desde 1994.

Com tal concepção, a reforma tributária do consumo teria meta de redução da carga tributária, hoje de 34% do PIB, e os programas de desoneração dos custos de produção e de gestão seriam prioridades.

A distorção se deu com a ascensão das políticas compensatórias de renda ao nível de política de crescimento econômico sob a crença de que a demanda puxa a oferta e não uma combinação equilibrada de ambos os fatores da dinâmica social e produtiva. Até 2016 se puxou essa dinâmica pelo gasto público.

Depois, pela contenção do gasto com destinação social. Ambos se esgarçaram pelos seus excessos.

A análise de Fernando Montero elucida o cenário. Nos 20 meses da atual administração, a dívida pública bruta avançou 6,9 pontos de porcentagem do PIB até agosto. Nos quatro anos anteriores, com pandemia e créditos extraordinários inéditos, a dívida cedeu 3,6 pontos percentuais. A diferença de 10,5 pontos (6,9+3,6) na conta da dívida bruta equivale a R\$ 1,18 trilhão em dinheiro de hoje. “Suficiente para pagar muitos pecados passados”, avalia Montero.

Os erros de projeção do crescimento

do PIB se devem à omissão do peso das transferências de renda extraídas do Orçamento federal e da emissão de dívida do Tesouro. Esse é um crescimento estável?

### Oportunidade da coisa certa

A fraqueza na condução da economia reside na baixa capacidade de compreensão sobre o que a influencia e o que formular para que seu crescimento seja sustentado sem ter que pôr os juros do BC na roda — exceto se for para baixá-los de modo perene e equilibrado.

Lucidez é entender que se a massa de rendimentos, ocupando metade do PIB, cresceu o triplo do produto em 20 meses sem a economia e a inflação fervente, isso indica que a política monetária tem sido contracionista. Talvez não precise apertá-la muito mais.

Fato a destacar, como diz Montero, é que “crescimento e juros têm sido capazes de absorver o tsunami de rendas com proporcionalmente poucos cristais quebrados”. A Moody's, segundo ele, não premiou o governo por aumentar o gasto primário em R\$ 360 bilhões (a preços de agosto) no último biênio, mas, indiretamente, a capacidade de a economia tê-lo absorvido, o que indica melhora estrutural.

Daqui por diante, a tendência é que a economia reflua com os juros mais altos e alguma contenção do gasto. Se governantes e políticos não desperdiçarem essa outra oportunidade de fazer a coisa certa, a economia pode engrenar. Não é subindo ainda mais os impostos, é ajustando o gasto. Populismo não combina com prosperidade.