

Vendas online e delivery marcam nova realidade das empresas

Os aplicativos e as redes sociais passaram a ter um papel crucial nos últimos três meses

No total, 83% das empresas consultadas afirmam que estão utilizando essas ferramentas para incremento nas vendas. É o que demonstra pesquisa da Boa Vista realizada em junho e que ouviu, em todo o Brasil, 1.260 empresários dos setores indústria, comércio e serviços.

Desde o advento da crise, 45% das empresas procuraram se adaptar à nova realidade e 69% afirmam que as ações tomadas serão permanentes no futuro. Entre as iniciativas implantadas diante do atual cenário incluem-se as vendas online e o deli-



Maioria das empresas utilizam o delivery para incremento nas vendas.

very. No setor da indústria, bem como em empresas de médio e grande porte, destaca-se o home office como ação de "adaptação e sobrevivência", e consequente redução de custos.

Outro dado importante é que 47% dos empresários procuraram por novas tecnologias que trouxessem mais clientes, mas ao mesmo tempo 62% continuam em busca de soluções para reduzir a

inadimplência. Já no que se refere a oportunidades geradas durante a crise, apenas 16% das empresas afirmam ter obtido alguma vantagem para os negócios.

O levantamento feito pela Boa Vista também constatou que para 88% dos empresários do País só deverão retornar ao ritmo normal no longo prazo, ou seja, os resultados deverão começar a aparecer ao final de 2021. E 68% das empresas ainda requerem apoio para conseguir sobreviver e 85% anseiam por conseguir crédito com menos burocracia. (Fonte e mais informações: boavistaspc.com).

Sem festas juninas e flexibilização, caem as vendas nos supermercados

O cancelamento das tradicionais festas juninas e julinas, somado à reabertura do comércio de rua, bares, restaurantes e shoppings, causaram uma desaceleração no valor de vendas registrado em junho pela Associação Paulista de Supermercados. O faturamento real dos supermercados, no conceito de mesmas lojas – que considera as unidades em operação no tempo mínimo de 12 meses – registrou queda de 0,4% no estado na comparação com o mesmo junho de 2019.

A Grande São Paulo foi a região que mais sentiu a queda de vendas com -3,9% em comparação ao ano anterior. O cenário, porém, é diferente no interior do Estado, onde os índices se mantiveram em 2,2%. No acumulado de 2020, o setor varejista alimentar registrou a primeira queda desde fevereiro, caindo de 7,4% em maio para 5,7% em junho. "O setor já esperava uma retração nas vendas devido ao aumento do desemprego, o que obriga os consumidores a serem mais seletivos em suas compras", explica o presidente da APAS, Ronaldo dos Santos (AI/APas).

Consumo aparente de bens industriais cresceu 5,2% em junho

O Indicador Mensal de Consumo Aparente de Bens Industriais, medido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), cresceu 5,2% em junho, em comparação ao mês anterior, na série com ajuste sazonal. O indicador mede a parcela da produção industrial doméstica destinada ao mercado interno, acrescida das importações. Com a alta de 2,2% observada em maio, em relação a abril, o segundo trimestre de 2020 registrou queda de 19,6% na margem. O estudo foi divulgado ontem.

Enquanto a produção interna destinada ao mercado nacional (bens nacionais) aumentou 16,2%, as importações de bens industriais caíram 22,5%. Em relação a junho do ano passado, a demanda interna por bens industriais mostrou retração de 12,4%. Com isso, o segundo trimestre do ano apresentou queda de 19,7% na comparação interanual, não na margem, em relação ao verificado no mesmo período do ano passado. No ano de 2020, até junho, a queda acumulada atingiu 9,8%.

Na análise de 12 meses encerrados em junho, a



O destaque positivo ficou com o segmento veículos.

demanda foi reduzida em 4,2%, enquanto a produção industrial, medida pelo IBGE, acumulou baixa de 5,6%. O estudo também revelou que, em relação às grandes categorias econômicas, o bom desempenho de junho na comparação dessazonalizada foi bastante disseminado. Excetuando o segmento bens de capital, que recuou 13,9%, todos os demais apresentaram variação positiva. Destaque para a demanda por bens de consumo duráveis, que subiu 72,1% na margem.

O Ipea apurou ainda que, com relação às classes de produção, o bom desempenho registrado pelas grandes categorias econômicas se refletiu no resultado da

demanda interna por bens da indústria de transformação, que aumentou 2,8% em junho sobre maio. O forte crescimento das importações de petróleo e gás natural no período levaram a indústria extrativa mineral a uma expansão de 59,7% na margem.

O estudo do Ipea constatou que 15 dos 22 segmentos pesquisados reduziram o índice de difusão, que mede o percentual dos segmentos da indústria de transformação, com aumento em comparação ao período anterior, após ajuste sazonal, de 77% em maio para 68% em junho. O destaque positivo ficou com o segmento veículos, cuja alta na margem atingiu 72,4% (ABR).

O home office é o futuro da contabilidade?

Marcio Tamura (*)

Em março deste ano, as empresas brasileiras foram conduzidas a uma mudança brusca e profunda em suas formas de operação

O home office despontou como única possibilidade viável para manter as companhias em pleno funcionamento, em função da quarentena imposta pelo novo Coronavírus. Muitos segmentos não estavam preparados para essa mudança total de formato e outros, pela dinâmica de atuação, não enxergavam o sistema como opção para 100% de sua rotina. Mas, o fato é que todos os setores tiveram que se adaptar e a contabilidade é um deles.

A área contábil tem se digitalizado rapidamente nos últimos anos e a quarentena apenas acelerou alguns processos. Muitas das interações com o Fisco e demais órgãos públicos já vinham sendo realizados, com resultados muito positivos, como ganho de produtividade, otimização de processos e qualidade de vida para os profissionais envolvidos, a partir do momento em que puderam dispor de mais tempo com suas famílias.

Muitas empresas de contabilidade também vinham se reinventando com reuniões virtuais com clientes, troca de informações realizadas de maneira digital e assinaturas eletrônicas. Em grandes cidades, como São Paulo, a jornada parcial em home office já era realidade por conta dos desafios de mobilidade. Porém, muitos procedimentos ainda pediam a participação presencial de seus atores, antes da quarentena, e tiveram que ser adaptados em tempo recorde para atender às exigências do isolamento.

Em relação à dinâmica interna das empresas de contabilidade, uma das pos-

sibilidades foi a migração para sistemas de telefonia PABX digital, com ramais em nuvem, e centrais de atendimento a clientes e colaboradores em plataforma multicanal em nuvem. A gestão das equipes, sempre realizada com base na confiança e na comunicação, dois valores imprescindíveis para plena atuação de qualquer empresa, ganhou novos contornos.

Aos colaboradores foi dada maior autonomia na organização de horários e os grupos de comunicação com mensagens instantâneas, salas virtuais e reuniões diárias de sprint, ganharam mais valor. Na prática, pudemos ver que a contabilidade tem todas as condições para atuar na modalidade home office, porém, ainda há um caminho a percorrer para garantir o funcionamento eficiente de todas as operações e processos contábeis, principalmente no que tange às necessidades externas das empresas.

Um modelo híbrido pode ser a melhor alternativa para o período pós-quarentena. A interação física com as equipes, com prevalência do sistema home office, é um modelo válido, já que e algumas reuniões, treinamentos e encontros de equipe conferem trocas mais eficientes quando realizados no formato presencial.

As unidades físicas das empresas de contabilidade poderão dar lugar a espaços de coworking para encontros presenciais pontuais. Como se sabe, pela experiência atual, a qualidade do trabalho e o resultado final não serão afetados pela modalidade presencial/digital, pelo contrário, terão muito a desenvolver e evoluir.

O grande desafio para todos será encontrar o equilíbrio para organizar as ações nas esferas pessoal e profissional.

(*) - É diretor do Grupo Atai.



NEGÓCIOS

em

lobato@netjen.com.br

PAUTA

A – Streaming da Starzplay

A Starz, uma empresa da Lionsgate, anunciou ontem (11) que o Starzplay, seu serviço internacional de streaming premium, agora está disponível na Claro. O lançamento representa a chegada do Starzplay na maior plataforma de distribuição de conteúdo do país e um indicador de crescimento significativo para o serviço no Brasil desde seu lançamento em 2019. Durante o primeiro mês, quem assinar o serviço pela Claro recebe 50% de desconto no valor mensal de R\$ 14,90, por três meses. Os clientes de TV por assinatura da Claro poderão assinar o serviço da Starzplay pelo decodificador, no canal 250, ou diretamente pelo NOW.

B – Jovens Talentos

A Ecolab, líder mundial em prevenção de infecções, soluções e serviços para água e higiene, está recrutando profissionais de Engenharia Química para o seu programa Jovens Talentos. Formados entre dezembro de 2018 e julho deste ano, os candidatos poderão se inscrever no site (<https://bit.ly/2Dk1q11>). A busca é por profissionais para atuar na área de Planejamento de Produção em suas plantas industriais, localizadas em Barueri, Suzano e Franca. Os jovens contratados terão a oportunidade de ter uma jornada multidisciplinar que envolve, além das áreas de Planejamento e Produção, Logística, Qualidade e Compras.

C – Programas de Estágio

O BTG Pactual abriu inscrições para dois programas de estágio em 2021, que vão oferecer aos estudantes a oportunidade de conhecer o dia a dia e as áreas do maior Banco de investimentos da América Latina. As etapas do processo seletivo serão conduzidas online. Os programas oferecem aos universitários a oportunidade de assumir responsabilidades reais e relevantes em seus estágios e assim aprender com os principais sócios e gestores do BTG Pactual. Para isto, buscamos jovens com alto potencial e muita motivação para crescer e construir algo especial, único. Mais informações e inscrições no link: (<https://jobs.kenoby.com/btgactual/experienceglobal>).

D – Ecossistemas de Inovação

A Revista The Funnel Brasil, em parceria com o Sidia Instituto de Ciência e Tecnologia, promove no próximo dia 19 (quarta-feira) um

webinar, desta vez com o tema "Ecossistemas de Inovação", a partir das 19h (horário Brasília). As inscrições, que são gratuitas, podem ser feitas pelo link (<https://bit.ly/2DGieUV>). Empresas, estados e municípios estão cada vez mais atentos ao potencial de inovar através de parcerias e fomento de ecossistemas. Os palestrantes convidados são o arquiteto e urbanista, pesquisador da FAU-USP, doutor Caio Vassão; o fundador e CEO da Boomer, Guilherme Brammer; e a gerente Sênior da Unidade de Negócios do Sidia, Jacqueline Freitas. O webinar terá a moderação do jornalista Guilherme Manechini.

E – Tecnologia e Transportes

Os maiores especialistas da indústria automobilística, de tecnologia, grandes operadores de logística e transportes, e as startups mais disruptivas do setor, estarão reunidos em um só evento on-line e gratuito: o Frotas Conectadas 2020. Realizado pelo TruckPad - plataforma digital de conexão entre caminhoneiros e cargas - trata-se do maior encontro da América Latina que promove a interação dessas áreas, criando novas soluções para ganhos de eficiência e competitividade em Logística de Transporte. O evento ocorre entre os próximos dias 18 e 20, das 13h às 19h30. Inscrições no site: (<https://frotasconectadas.com.br/>), onde é possível também saber sobre programação completa.

F – História de Tradição

A marca de queijos Faixa Azul, reconhecida pelo seu tradicional parmesão, completa 80 anos. Para celebrar o momento e reforçar sua tradição, lança uma campanha que conta a sua história e de seu famoso queijo parmesão, com destaque para a trajetória do imigrante italiano mestre Vito. Começou em 1940, quando Mestre Vito desembarcou no país trazendo de Parma, na Itália, uma receita de família do parmesão. A cidade de São Gonçalo do Sapucaí, em Minas, foi o local escolhido para o início da produção do queijo, que logo conquistou o paladar da região e, depois, do Brasil. Faixa Azul foi a primeira marca de parmesão produzido em escala industrial e até hoje mantém sua receita original e acabamento artesanal.

G – Tecnologia Antiembaçante

O que começou como uma necessidade de uma ótica localizada em Blumenau, Santa Catarina, agora é um sucesso de vendas em todo o

território brasileiro. A flanela com tecnologia antiembaçante Outfog, da LPR Brasil Representação Comercio e Serviços, chegou ao mercado com o desafio de eliminar o embaçamento das lentes de quem utiliza máscara, item de segurança essencial para diminuir o contágio do Coronavírus. Desde que foi lançada em meio à pandemia, já são mais de 200 mil flanelas vendidas e cerca de quatro mil pontos de venda em todo o Brasil. A flanela já está no top 10 da Loja Integrada, plataforma de e-commerce para criação de lojas virtuais voltada para pequenas e médias empresas. Mais informações em: (www.outfog.com.br).

H – Está de Volta

O Brasil já teve uma solução para navegar a primeira grande transformação digital – o Prêmio iBest, que entre 1996 a 2008 foi a bússola para o encontro das melhores iniciativas pioneiras na internet, e considerado então a maior premiação do gênero em todo o mundo. E agora é lançado o Novo Prêmio iBest, que pela primeira vez irá apontar aos brasileiros os dez mais relevantes Bancos Digitais no Brasil, considerando a presença unificada de seus sites, apps e redes sociais (Instagram, Facebook, Youtube e Twitter). No dia 21 de setembro será feita a divulgação dos dez finalistas iBest Top10 em Bancos Digitais. Os vencedores do iBest na categoria serão anunciados em 8 de dezembro.

I – Saneamento no Brasil

A programação do Fórum será formada por três painéis e, em cada um deles, haverá uma apresentação, seguida por uma avaliação de três especialistas do setor. O primeiro tema "Cenários de investimentos públicos e privados no setor" será proferido por Percy Soares Neto, diretor executivo da Abcon. O segundo assunto "Oportunidades em projetos e soluções de engenharia" será ministrado por Hélio Sugimura, gerente de Marketing da Mitsubishi Electric, e o terceiro tema "A realidade do saneamento no Brasil e a sustentabilidade - impactos ambientais, econômicos e sociais" será abordado por Édison Carlos, presidente do Instituto Trata Brasil. Acontece no próximo dia 20, das 15h às 17h30. Inscrições: (www.sobratemaforum.com.br).

J – Audiovisual e Direção

Objetivando capacitar profissionais para atuar como diretores de filmes para os mercados cinematográfico e publicitário, a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) anuncia o curso online Direção de Filmes e Propaganda, que será coordenado e ministrado pelo diretor e professor Roney Giah. O curso conta com um conteúdo voltado a capacitar o aluno a compreender e dominar noções básicas de direção como a escolha e formação de equipe; liderança no set de filmagem; estruturação de um filme a partir da planilha de custos; criação de tratamento; concepção de storyboard; e como construir e apresentar um pitch para clientes ou para um canal. Inscrições e mais informações: (https://www.espm.br/educacao_continuada/direcao-de-filmes-e-propaganda/).