

O percentual dos que compram online vai cair

Mas como assim? A pandemia não fez muitas pessoas comprarem online? Sim, é verdade

Shirlei Miranda Camargo (*)

Porém, este aumento abrupto de demanda para muitas empresas que não estavam preparadas, evidenciou alguns “pontos negativos” elencados pelos críticos das vendas online. Por exemplo, o tempo de espera para ter os produtos nas mãos estão maiores e muitas vezes com atrasos; os valores do frete fazem muitos clientes desistirem das compras.

Além disso, o fato dos produtos não conseguirem ser vistos, experimentados, são impeditivos para algumas pessoas comprarem no e-commerce, principalmente em certas categorias, como roupas e sapatos. Indicando essa tendência, uma pesquisa realizada pela Social Miner e Opinion Box, em agosto, com mais de dois mil brasileiros, trouxe evidências de uma provável queda no número de pessoas que compram exclusivamente online. 16% dos respondentes afirmaram que, em 2019, compraram exclusivamente por e-commerce.

Mas este percentual cai para 14% quando perguntam para estas mesmas pessoas se, em 2021, pretendem continuar comprando exclusivamente online. Por outro lado, 55% afirmaram terem comprado exclusivamente em lojas físicas em 2019.



O fato dos produtos não conseguirem ser vistos, experimentados, são impeditivos para algumas pessoas comprarem no e-commerce.

Mas este percentual cai para 35% quando é perguntado aos consumidores sobre suas intenções de repetir este comportamento em 2021.

Logicamente você está se perguntado: bem, se tanto o percentual de pessoas que afirmam comprar exclusivamente online, como daquelas que afirmam que compram exclusivamente em lojas físicas cairá, para onde irão estes consumidores? A resposta: irão migrar para o omnichannel! “Omni o quê?” Já explicamos: omnivem do Latim e significa “tudo” e channel vem do inglês e quer dizer “canal”.

Resumindo: todos os canais, ou seja, quando uma empresa atua em vários canais onde por “canal” se

entende a forma pela qual um produto chega até seu consumidor. Uma empresa que atua no omnichannel então vende por vários canais: online, loja física, telefone, televisão etc... Um detalhe importante: não confunda omnichannel com multi-canais - a diferença é que, no omnichannel, além da existência de outros canais, eles são integrados entre si.

Por exemplo, a pessoa compra online e retira ou troca na loja. Ou vê na loja e compra online. Muitas empresas se dizem omnichannel, mas não são! Sabe aquela empresa que apresenta a opção para retirar o produto que você está procurando na própria loja, mas ele nunca está disponível no estoque?

É multicanal, mas não omnichannel!

Na mesma pesquisa, o percentual de pessoas que diz mesclar compras online com off-line aumenta de 29% em 2019 para incríveis 49% quando projetam suas intenções para 2021.

Ou seja, o omnichannel é uma tendência certa! E porque o omnichannel vai crescer tanto? Justamente porque é um formato de negócio que ajuda a amenizar os pontos negativos das compras exclusivamente online elencados no início deste artigo. No omnichannel, o frete fica grátis e o prazo de entrega é reduzido quando o consumidor retira o produto na loja. E, para aqueles que valorizam a experiência sensorial de pegar os produtos, outra vantagem, pois eles podem ir até a loja antes para olhar, e só depois comprar online e receber na comodidade de sua casa.

E a outra boa notícia! É um segmento que ainda pode crescer muito, pois 48% dos respondentes desta pesquisa afirmaram ter consumido apenas em lojas físicas, ou seja, podem ser conquistados ainda pelo omnichannel. Ou seja, o omnichannel é o “canal” ou melhor, “os canais”!

(*) - É tutora do Curso de Gestão Comercial do Centro Universitário Internacional Uninter.

Cantos de sereia da renda variável

Eduarda Fabris (*)

Os juros sempre foram altos no Brasil. Mas, a partir do plano real, em 2004, eles serviram para conter a inflação e atrair capital externo, necessários para a criação da moeda forte

Em vários momentos, o país teve das maiores taxas do mundo. Daí surge o hábito, ainda arraigado em muitos investidores de aplicar em renda fixa – bastante rentável quando a Selic está elevada – e com baixíssimo risco, por estar vinculada, principalmente, a títulos públicos.

Da redução ininterrupta iniciada em novembro de 2016, chegou-se à inédita taxa atual, de 2% ao ano, que retira atrativos da renda fixa. Juros baixos favorecem a economia real, ao estimularem a tomada de crédito, o que eleva o consumo, viabiliza investimentos e gera empregos. Principal termômetro desse segmento, a bolsa sempre reage com valorização a cada corte da Selic.

A taxa atual possibilita que, mesmo em meio à pandemia, a bolsa siga, quando não em alta, ao menos resiliente e atraindo investidores. Esse público que ingressa hoje no mercado é formado principalmente por pessoas físicas, em geral, pequenos investidores. Conforme a B3, no final de agosto, havia 3 milhões de CPFs cadastrados, recorde histórico.

Diferentemente da renda fixa, que oferece alto grau de previsibilidade e segurança, o mercado acionário implica em riscos. Pode proporcionar grandes ganhos, assim como grandes perdas e está sujeito a eventos desde as eleições nos Estados Unidos aos gastos do governo brasileiro e tudo que vem antes e depois.

Espera-se que estes investidores saibam aonde ingressam. Caso contrário, perderão dinheiro, enquanto as empresas que estão na bolsa para se capitalizar, ficarão sem, em breve e de forma duradoura, os aportes deste público. Parece não ser o que acontece. Tradicionalmente, o investimento

em ações era tido como algo de longo prazo.

No entanto, muitos desses novos investidores em bolsa operam na compra e venda diária de ações, o chamado day trade, atividade antes restrita a profissionais com anos de mercado. Não surpreende, então, o estudo dos professores Fernando Chague, Rodrigo De-Los-sa e Bruno Giovannetti (FGV, USP, FGV, respectivamente), segundo o qual 97% dos investidores do mini-ibovespa e mini-dólar que operaram por mais de 300 pregões perderam dinheiro.

Além da Selic em 2%, outro fenômeno, o dos digital influencers – youtubers, principalmente – têm levado iniciantes a um mercado para iniciados. Muitos desses influenciadores que dão dicas sobre no que investir dispõem de milhões de seguidores, mesmo quando não têm preparo para prestar tal orientação. O fator principal demonstrado nestes casos são os “ganhos rápidos”, sem que nunca se demonstre os riscos inerentes às operações.

Ações não são uma opção, mas não podem ser a única. A necessária diversificação é ignorada por boa parte dos novatos. Neste sentido, há ativos que estão expostos a um número menor de variáveis. Um exemplo é o setor imobiliário, que tem sua atividade intrinsecamente vinculada à taxa de juros e que, mesmo na pandemia, registra recuperação.

Se fundos imobiliários registram perdas hoje, há novas opções como o crowdfunding imobiliário, que permite aplicações a partir de R\$ 1 mil em projetos que o investidor escolhe, tendo a remuneração de seus aportes vinculada ao desempenho das vendas dos empreendimentos em que aplicou. Nas operações já concluídas no Brasil, a modalidade proporcionou uma rentabilidade média de 14,5% ao ano.

Além de diversificar seus aportes, o investidor iniciante deve observar de onde partem as orientações antes de segui-las, a fim de, se não eliminar, ao menos reduzir os riscos a que se expõe na busca por rentabilidade.

(*) - É diretora-executiva da Urbe.me.

Bares e restaurantes utilizam novas tecnologias para voltar a crescer

Para se manter em atividade e angariar novos consumidores, um dos setores mais afetados pela pandemia precisou se reinventar. Para isso, foi necessário aliar os pilares de bons produtos e atendimento com as novas tecnologias disponíveis no mercado. Segundo pesquisa realizada em agosto pelo Sebrae, em cooperação com a Abrasel, 63% dos empresários do setor relatam que o maior desafio é ter capital de giro para equilibrar os negócios.

Focando na gestão, muitos têm buscado soluções que integrem toda a gestão para que haja economia e controle total sobre os custos e lucros do estabelecimento.

Rafael Hasson, CEO da ConnectPlug, startup que desenvolve ferramentas de gestão completa para bares e restaurantes, conta que os empresários do ramo de alimentos e bebidas tem demandado cada vez mais essas soluções. Para atender a procura, a empresa oferece parceria com o sistema myTapp, um serviço de automação e controle total sobre consumo de torneiras de chope.

Com a tecnologia integrada, os empreendedores possuem controle de estoque e financeiro, contas a pagar e receber, vendas e relatórios personalizados. Tudo isso faz com que o desperdício de insumos seja reduzido em até 20% e aumenta a eficiência no atendimento ao cliente, o que, consequentemente, melhora o faturamento. “O myTapp automatiza o controle das torneiras de chope do bar, enquanto o autoatendimento da ConnectPlug traz agilidade e autonomia na hora do cliente fazer o pedido.

Além disso, tudo pode ser incorporado ao sistema de gestão ERP, fazendo com que o empresário tenha total controle da gestão”, explica Hasson. As soluções melhoram a experiência do usuário, que pode utilizar um único cartão-



O sistema de gestão faz com que o empresário tenha total controle da gestão.

comanda para o autosserviço de chope e, também, para o cardápio digital na mesa. Com isso, o cliente pode ver seu extrato parcial de consumo, solicitar o fechamento da comanda no momento que desejar e realizar o pagamento de forma mais rápida e sem enfrentar filas.

“O sistema de autosserviço de chope funciona com o próprio cliente se servindo. Ele é cobrado pelos milímetros que consumir, o que possibilita que ele prove um pouco de cada chope, 25 ou 40 milímetros, por exemplo. Depois, ele pode consumir os que mais gostou. Reduzimos o contato humano, algo importante durante a pandemia, e empoderamos o cliente para provar o que ele quiser”, explica Mateus Bodanese, co-founder e CEO da myTapp.

China é destino dos negócios de importação e exportação de Santa Catarina

O comércio bilateral entre Brasil e China ultrapassou os US\$ 100 bilhões em 2020. A China é hoje uma das principais fontes de lucro estrangeiro do Brasil, com investimento total de quase US\$ 80 bilhões. O mercado chinês também é o primeiro maior destino das exportações catarinenses. Só a Tek Trade, empresa especializada em comércio exterior com sede em Balneário Camboriú, possui a maior porcentagem de importação e exportação com o país asiático, atualmente em 80% do total de negócios.

“Até pouco tempo os Estados Unidos ocupavam o primeiro lugar em comércio com o Brasil, mas a China

ultrapassou e é hoje o país que mais possui negócios com o Brasil e, com certeza, temos muito a crescer nesse mercado”, informa Rogério Marin, diretor da Tek Trade. Atualmente a empresa mantém um grande volume nas exportações para a China, principalmente de commodities, em maior volume a soja, seguido pelo milho, madeira e, mais recentemente o óleo de amendoim.

“Apesar de estarmos passando por uma série de restrições geradas pela Covid-19, que mudou a posição política e a imagem da China no mercado mundial, isso não muda o fato de que o Brasil produz muita proteína animal e vegetal e o maior



O mercado chinês também é o primeiro maior destino das exportações catarinenses.

consumidor de proteína no mundo é a China, com uma população de 1,3 bilhão de pessoas”, complementa Marin.

Além do Brasil, EUA e Rússia são os maiores produtores de proteína vegetal e animal do mundo, principalmente a soja

e o milho usados para a alimentação de bovinos e suínos, o que gera um superávit expressivo possibilitando a venda para o país asiático em grande escala. “Por isso, não é interessante para o Brasil uma briga comercial com a China, pois nossa balança comercial é muito positiva, são eles nossos maiores compradores de soja, milho e minerais”.

Os painéis solares, que vem despertando o interesse e se desenvolvendo cada vez mais no Brasil, são importados da China, que detém 99% do mercado mundial de módulos fotovoltaicos. Atualmente, o governo brasileiro zerou o

imposto de importação para equipamentos solares, o que deve impulsionar ainda mais o mercado de energia solar no país.

“A redução do custo deve estimular a criação de novos projetos tanto residenciais quanto empresariais. Mesmo quem não é do ramo percebe, analisando os números, que vale a pena investir em um sistema como esse. Devemos ter um incremento de 7% do volume de placas importadas no segundo semestre deste ano, se comparado com o mesmo período de 2019”, afirma Sandro Marin, também diretor da Tek Trade.

Fonte e mais informações: (www.tektrade.com.br).