

CNI: 82% das grandes empresas pretendem investir neste ano

Pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que 82% das grandes empresas pretendem investir em 2021

A expectativa para 35% desses investimentos é em melhorias do processo produtivo e 33% para o aumento da capacidade de produção, com a aquisição de novas máquinas e tecnologias. “Essa alta sinalização sugere a expectativa de consolidação da forte recuperação da atividade industrial após o período mais crítico da pandemia”, diz a pesquisa.

Em outros 15%, o principal objetivo é manter a capacidade produtiva e, em 11% deles, introduzir novos produtos. Em 66% dos casos, há a expectativa de aquisição de máquinas. O percentual do investimento voltado principalmente para o mercado doméstico aumentou de 36% para 39%, mas, segue abaixo da média histórica, de 42%. Entre as empresas que não pretendem investir, 35% afirmaram que não há necessidade, 33% optaram por não fazer os investimentos e



Nos últimos seis anos, cerca de 70% dos recursos empregados nos investimentos são recursos próprios das empresas.

33% não conseguem investir.

O documento Investimentos na Indústria 2020-2021 mostra também que o ano passado começou e terminou fora da curva. Em 2020, 84% das empresas pretendiam investir, em um percentual acima dos anos anteriores. No entanto, apenas 69% conseguiram de fato investir devido à pandemia, um dos menores registros na história da pesquisa, supe-

rando apenas o percentual de 2016, que foi de 67%. A redução dos investimentos no ano passado ocorreu em grande parte pelo alto custo dos insumos e pela reavaliação do mercado doméstico como destino dos produtos.

Mais de três quartos (76%) das grandes empresas que investiram em 2020 adquiriram máquinas ou equipamentos; desses, 23% compraram máquinas usadas.

Pouco mais de dois terços, 68%, realizaram manutenção ou atualização de máquinas em 2020. Já 33% investiram em pesquisa e desenvolvimento, 30% na capacitação de pessoal e 24% na melhoria da gestão do negócio. Os percentuais são próximos aos observados em 2019.

Nos últimos seis anos, cerca de 70% dos recursos empregados nos investimentos são recursos próprios das empresas. Em 2020, o percentual ficou em 72%, idêntico ao de 2019. Em 2020, a participação de bancos comerciais privados ficou em 13%, um ponto percentual abaixo do registrado em 2019. A participação de bancos oficiais de desenvolvimento foi de apenas 7%. Outras fontes de financiamento, como bancos comerciais públicos, financiamento externo e construção de parcerias ou joint ventures somam 8% (ABR).

Cashback é ferramenta eficaz para fidelização de clientes

Felipe Rodrigues (*)

Fidelizar clientes é tão importante quanto conquistar novos clientes

A fidelização é fundamental para qualquer empresa que deseja se tornar referência e continuar sólida por muito tempo no mercado. A base dessa estratégia é a confiança entre cliente e empresa, criada por meio de um atendimento diferenciado, além de produtos e serviços de excelência e atrativos para que a relação se perpetue.

Fidelizar um cliente, significa que ele voltará a comprar outras vezes sem que seja necessário todo o processo de convencimento empregado em uma primeira experiência. Além disso, o cliente fidelizado passa a indicar o local para amigos e familiares, costuma ampliar o ticket médio de suas compras e, normalmente, está mais aberto a emitir opiniões sinceras a respeito do produto, da empresa, do atendimento e outros aspectos.

Um estudo realizado pela KPMG Internacional revelou que 84% das pessoas ouvidas pela pesquisa afirmaram que o fator que as mantém leais a uma marca é a qualidade do produto. Para 76% do público, o valor do produto é determinante para a fidelidade.

Tomando esses dados por base, uma ferramenta que pode se tornar extremamente interessante no processo de conquista da fidelidade dos consumidores é o cashback.

O sistema que devolve parte do dinheiro das compras de volta ao consumidor é muito popular nos Estados Unidos desde a década de 1990 e vem ganhando força no varejo brasileiro. A fidelização é comum quando se utiliza o cashback, seja nas lojas online ou no varejo físico,

porque o consumidor se sente motivado a voltar naquela determinada loja para usar os valores recuperados.

Esse estímulo acaba construindo um ciclo de compras, uma vez que o consumidor enxerga os benefícios de maneira rápida e prática e, consequentemente, volta a comprar utilizando os valores que recebeu.

Uma pesquisa realizada pela Ebit Nielsen em parceria com a Elo aponta que as vendas online cresceram 47% apenas no primeiro semestre de 2020, na comparação com o mesmo período do ano passado, totalizando R\$ 38,8 bilhões. Nesse mesmo intervalo de tempo, estima-se que os cupons de descontos e o cashback movimentaram mais de R\$ 1,5 bilhão.

Apesar de ainda representar uma fatia pequena no varejo online, o cashback já começa a se apresentar como uma ferramenta com potencial. Também chamado de “compra inteligente”, o cashback traz uma vantagem interessante se comparado, por exemplo, aos programas de milhagem, em que o consumidor precisa acumular uma quantidade de pontos razoável para conseguir trocá-los por produtos e serviços relevantes em estabelecimentos pré-determinados.

Ocorre que ao aderir ao cashback, o consumidor tem a liberdade de utilizar os valores em novas compras de forma quase imediata. É por isso que penso no cashback como um caminho sem volta. As chances de frustração do consumidor são minimizadas, uma vez que o uso do bônus acontece da maneira que o próprio consumidor escolher.

Com esse mecanismo, a fidelização é conquistada em poucos cliques!

(*) - É especialista em e-commerce, fundador e CEO do Meu Dim Dim, plataforma de cashback 100% brasileira (www.meudimdim.com.br).

Posto deverá informar a composição do preço de combustível

O presidente Jair Bolsonaro assinou decreto que obriga os postos revendedores a informar aos consumidores os preços reais e promocionais dos combustíveis. A medida foi publicada ontem (23) no Diário Oficial da União e entra em vigor em 30 dias. “Os consumidores têm o direito de receber informações corretas, claras, precisas, ostensivas e legíveis sobre os preços dos combustíveis automotivos no território nacional”, diz o decreto.

As informações sobre as estimativas de tributos devem estar em painel afixado em local visível e deverá conter o valor médio regional no produtor ou no importador; o preço de referência para o ICM; o valor do ICMS; o valor das contribuições para o PIS/Pasep e da Cofins; e o valor da Cide. Atualmente, a Cide está zerada para o óleo diesel. No caso do PIS/Pasep-Cofins, o governo federal anunciou que também pretende cortar temporariamente esses impostos sobre o gás de cozinha e o óleo diesel.

A Secretaria-Geral da Presidência explicou que a medida dará ao consumidor a “noção sobre o real motivo na variação de preços” dos combustíveis. “Como a oscilação está atrelada aos preços das commodities [produtos primários] no mercado internacional, e suas cotações variam diariamente, o consumidor muitas vezes não compreende o motivo da variação no preço final”, diz a nota. O decreto também obriga os postos a informarem os



A medida objetiva dar ao consumidor a “noção sobre o real motivo na variação de preços” dos combustíveis.

descontos vinculados ao uso de aplicativos de fidelização.

Nesse caso, deverá ser divulgado o preço real, de forma destacada; o preço promocional, vinculado ao uso do aplicativo; e o valor do desconto, que poderá ser pelo valor real ou percentual. No caso de aplicativos que fazem a devolução de dinheiro ao consumidor, o valor e a forma da devolução deverão ser informados de forma correta, clara, precisa, ostensiva e legível aos consumidores. A edição do decreto foi proposta pelos ministérios da Justiça e Segurança Pública e de Minas e Energia e a Advocacia-Geral da União (ABR).



NEGÓCIOS em **PAUTA**

lobato@netjen.com.br

A – Artistas em Cena

A classe artística foi uma das mais prejudicadas pela pandemia do Coronavírus. A internet transformou-se em estúdio e palco para milhares de profissionais. Outros produtos audiovisuais foram interrompidos, eventos suspensos e até companhias e empresas do segmento precisaram fechar suas portas. Com o objetivo de criar uma fonte de renda extra para esses profissionais, os empresários Pedro Vizeu e Joe Hirakuri lançaram a plataforma “TamoVip.com”, um modelo em que os artistas gravam vídeo mensagens personalizadas para fãs, contam uma piada, enviam votos, fazem brincadeiras e até cantam trechos de uma música de sua autoria. Tudo isso pode ser personalizado pelo cliente através de um campo disponível no momento da contratação. Mais informações: (https://tamovip.com/).

B – Trabalhar no Exterior

O ICI Group – International Construction Industry Group, promotor de eventos, cursos e treinamentos que visam qualificar os profissionais de língua portuguesa que buscam explorar oportunidades de trabalho e negócios no Indústria da Construção e Mercado Imobiliário nos Estados Unidos e outros países de língua inglesa, realiza entre os dias 4 e 7 de março o 2º workshop online Engenheiros e arquitetos no Exterior, que tem como pilares as três chaves que abrem a porta do mercado internacional: V2E (Visa, English, Expertise ou Visto, Inglês e Habilidades). O curso objetiva orientar os participantes a avaliarem os riscos e como fazer um projeto de sucesso para que a carreira e os negócios deem certo no exterior. Inscrições gratuitas: (https://v2e.eventbrite.com).

C – Estágio na Eurofarma

A Eurofarma anuncia a abertura de 16 vagas de emprego para estudantes em busca de estágio. As oportunidades são para atuar nas cidades de Itapevi e São Paulo, nas áreas de Atendimento ao Cliente, Engenharia, Inovação, Qualidade e Regulatório. As inscrições podem ser feitas em (https://eurofarma.gupy.io/) e todas as etapas (envio de currículos, testes de idiomas, lógica, português, entre outros, além das entrevistas) são virtuais. A plataforma usa inteligência artificial para a análise dos currículos, que identifica qual perfil está mais alinhado com a oportunidade. No site também é possível saber qual a formação necessária e os critérios de contratação. Ao longo do programa, os jovens terão a oportunidade de desenvolver habilidades e conhecimentos práticos, a fim de adquirir uma visão sistêmica de negócio.

D – Curso de Música

A UFSCar publicou o edital (https://bit.ly/36YFjxW) para ingresso no curso presencial de Licenciatura em Música. Serão duas etapas obrigató-

rias: o Enem e prova específica de habilidades em música. As inscrições deverão ser feitas no período de 1º a 12 de março, diretamente no site (www.vunesp.com.br), com pagamento de taxa de inscrição no valor de R\$ 45. Detalhes sobre a inscrição e a documentação necessária podem ser consultados no edital. Mais informações podem ser obtidas pelo e-mail (ingresso@ufscar.br) ou (www.prograd.ufscar.br/fale-conosco) do site da Coordenadoria de Ingresso na Graduação (CIG), da UFSCar.

E – Ready Meals

A Perdigão inova ao realizar o lançamento de pratos prontos que não precisam de refrigeração, disponíveis em quatro sabores: estrogonofe de frango, feijoada, coxa e sobrecoxa com mostarda e peito de frango com mandioca. As ‘refeições prontas’ são feitas com ingredientes de qualidade selecionados para os consumidores que buscam por praticidade - pois o tempo de preparo é de aproximadamente um minuto. Além disso, as novidades têm um prazo de validade de até 270 dias. Os produtos são cozidos e temperados, passam por um processo de envase a vácuo e, após embalados, recebem um cozimento em altas temperaturas por meio da esterilização, sem uso de conservantes. As novidades já estão disponíveis para os clientes Pão de Açúcar e Extra, bem como no e-commerce Mercado em Casa.

F – Histórias das Artes

Profissionais de diversas áreas já passaram pelo curso de pós-graduação em Histórias das Artes da FAAP. Com inscrições abertas para a turma que inicia em março de 2021, a especialização é voltada para professores, artistas visuais, jornalistas, historiadores, arquitetos, designers, entre outros que desejam conhecer o tema para ampliar o repertório ou seguir carreira acadêmica nesse campo de pesquisa. Aborda os diversos períodos da história, estilos, escolas e movimentos – da antiguidade à contemporaneidade da arte. Discute ainda o diálogo das artes visuais com a literatura e com a arquitetura, envolvendo a história social. O aluno também será estimulado a ter uma visão multicultural, a partir de perspectivas da arte africana, oriental e latino-americana. Mais informações no site (www.fAAP.br/pos).

G – Projetos Inovadores

O Banco Central (BC) abriu as inscrições do seu Sandbox Regulatório. É uma iniciativa para empresas e instituições financeiras testarem projetos inovadores na área financeira ou de pagamento com clientes reais, sujeitos a requisitos regulatórios específicos. Serão selecionados dez deles, com duração de um ano, podendo ser prorrogado por igual

período. A análise das propostas deve acontecer até 25 de junho, prazo que pode ser prorrogado dependendo do número de inscritos. A prioridade é para projetos que tratam de temas como mercado de câmbio, finanças sustentáveis, inclusão financeira, fomento ao crédito para microempreendedores e empresas de pequeno porte, aumento da competitividade, Open Banking, Pix e crédito rural. Saiba mais em: (https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/sandbox).

H – Área de Consultoria

Estão abertas as inscrições para o processo seletivo da KPMG de contratação de jovens consultores. Serão oferecidas 45 vagas na cidade de São Paulo e do Rio de Janeiro e o candidato precisa estar formado, com experiência em empresas de consultoria, administração, mercado financeiro e indústrias. Tem foco em profissionais graduados entre 2016 e 2019, que demonstrem um perfil dinâmico, visão analítica, empreendedor, orientado a resultados, com alto nível de comprometimento, vontade de crescer e se desenvolver e que tenha inglês fluente. Os contratados participarão de etapas de desenvolvimento que incluem treinamentos técnicos e de soft skills, mentoria, acompanhamento de sócios, além de um ambiente que proporcionará aprendizados diferenciados e oportunidades de desenvolvimento na carreira. Link para inscrição: (https://jobs.kenoby.com/kpmgassociate).

I – Testes de RT-PCR

O Fleury Medicina e Saúde está realizando testes moleculares do tipo RT-PCR, na modalidade drive-thru, em um local exclusivo dentro do Ginásio do Ibirapuera, na capital paulista. Batizado de Fleury Drive Ginásio Covid, a nova unidade está localizada à rua Manoel da Nóbrega, 1361, portão de acesso E, número 2. Com a abertura desse novo espaço, deixam de funcionar os drives-thru das unidades Brasil II e República do Líbano III. O objetivo é oferecer um local amplo que possa atender confortavelmente à demanda, mantendo a excelência do serviço de diagnóstico da marca. A unidade funciona de segunda a sábado, das 7h às 18h, e aos domingos, das 7h às 12h. Os exames poderão ser agendados na Central de Atendimento ao Cliente no número (11) 3179-0822 ou (https://agendecovid.grupofleury.com.br/).

J – Crescendo com o Empreendedor

A Coca-Cola FEMSA Brasil lança o programa Crescendo Juntos Microempreendedor, com ações e parcerias para oferecer capacitação de boas práticas na manipulação de alimentos, informação de protocolo de segurança, empreendedorismo, além de prêmios, soluções e parcerias para digitalização do negócio e oferta de microcrédito para quem atua no segmento de comida de rua e microestabelecimentos comunitários. Por meio da parceria com o Sebrae/SP e a Aliança Empreendedora, o aplicativo terá conteúdos de gestão e histórias inspiradoras de empreendedorismo, abordando temas como vendas, formalização, protocolos de segurança, digitalização e acesso a crédito, além de um calendário exclusivo de lives, webinars, assessorias e atividades de capacitação. A lista de lojas participantes está em: (www.crescendojuntosme.com.br). Lojas online poderão ser criadas no site (https://sale.wabishop.app/).