

Com a alta dos juros, é hora de partir para a renda fixa?

Ana Carolina Zogno (*)

Com a alta dos juros, será que é hora de partir para a renda fixa?

A taxa de juros no Brasil, que estava em queda desde 2016 e chegou a bater uma mínima histórica de 2% no ano passado, voltou a subir desde março de 2021. Em junho, a taxa Selic alcançou 4,25% e as projeções de analistas de mercado colocam a possibilidade desse índice subir ainda mais, possivelmente alcançando ao menos 6,5% ainda neste ano.

Alterações macro sempre influenciam as decisões de investimentos de grandes e pequenos investidores, justamente porque mudam diretamente a rentabilidade dos ativos para a renda fixa. Com alta de juros, há um aumento dos investimentos remunerados ao CDI, mas não apenas. O rendimento da poupança também acaba melhorando nesse cenário. Mas será que é tão simples assim? Subiu juro, hora de partir para a renda fixa?

Como tudo no mercado financeiro, não existe resposta mágica ou simples na hora de montar uma carteira de investimentos. Mesmo com os juros subindo, a taxa Selic ainda está longe do patamar duplo dígito que não vemos no Brasil desde 2017. Além disso, a previsão para a inflação é alta pelo menos até o fim do ano. Em relatório, a XP Investimentos disse esperar IPCA de 6,2% em 2021.

A alta da inflação vem por conta de pressões de custos sobre bens industriais e também por conta da crise hídrica no país, com anúncio do aumento da bandeira tarifária feito pela Aneel, que vai ter impacto no custo da energia elétrica. Assim, é preciso avaliar qual será o rendimento real da renda fixa quando a alta dos juros é comparada à alta da inflação.

Esses tipos de cálculos exigem cuidado e atenção, tanto do assessor financeiro quanto do investidor pessoa física. Para além das planilhas de Excel, hoje em dia é possível encontrar uma

série de ferramentas que tornam esse cálculo mais simples e personalizado. Em nossas soluções, investidores e profissionais conseguem encontrar cálculos precisos sobre a rentabilidade dos títulos de renda fixa do mercado.

Mais do que mudar a alocação, o investidor precisa ter uma carteira diversificada. Assim, ativos de renda fixa têm o seu papel em uma carteira até mesmo dos investidores mais arrojados ou agressivos.

No cenário de alta de juros, conforme é esperado para os próximos meses, a tendência é que ativos pós-fixados, ou seja, aqueles atrelados à variação de um dia das taxas de juro básicas, tendem a se beneficiar. Ao mesmo tempo, uma carteira diversificada também se beneficia da existência de ativos que serão corrigidos por um índice inflacionário, por exemplo o IPCA.

Por conta da perspectiva de aumento da inflação, manter uma parte da carteira dedicada a ativos que sejam corrigidos pela inflação deve proteger o investidor dos efeitos da alta nos preços do consumidor nos próximos meses e os títulos de Renda Fixa com remuneração indexada ao IPCA (conhecidos como IPCA+) acabam se tornando também boas alternativas.

Já ativos pré-fixados, que não estão atrelados a nenhum indexador, acabam sendo mais atraentes quando há uma expectativa de baixa de juros. Apesar de não ser o caso, eles podem ser interessantes para investidores que buscam maior previsibilidade e, inclusive, podem ter rentabilidade maior do que pós-fixados, a depender dos juros e do prazo de vencimento.

Desse modo, vale a pena para o investidor conferir as possibilidades, avaliar as perspectivas de juros e inflação para os próximos anos e fazer seus investimentos tendo em mente uma carteira diversificada, mas coerente com o perfil de cada investidor.

(*) É CCSO (Chief Customer Success Officer) da Smartbrain (www.smartbrain.com.br).

Pesquisa aponta intenções de compras para o Dia dos Pais

Uma pesquisa realizada pela Shopee, plataforma de comércio eletrônico que conecta vendedores, marcas e consumidores, reuniu mais de 3.800 brasileiros de todas as regiões do país, para entender o comportamento de compra dos consumidores para o Dia dos Pais, comemorado no próximo dia 8 de agosto.

O levantamento revelou que os brasileiros pretendem gastar em média R\$245 com o presente dos pais, um valor de intenção de consumo superior ao apontado no estudo feito para o Dia dos Namorados que foi de R\$240 e para o Dia das Mães de R\$210. A maior parte do grupo entrevistado nesta pesquisa (60%) faz compras online há mais de um ano, e mulher (67%) e com faixa etária entre 31 e 45 anos. Outro dado é que 70,5% dos participantes costumam usar o e-commerce para comprar presentes em datas comemorativas.

Os resultados revelam ainda um comportamento de consumo onde quem compra online há mais tempo tende a gastar mais: R\$263 será o ticket médio de gasto para quem compra na internet há mais de um ano; R\$226 para compradores de 6 meses; e R\$204 para quem está há menos de 6 meses comprando no uni-

verso digital. Para o Dia dos Pais, a pesquisa revelou que 70,5% dos participantes confessaram estar indecisos sobre o que presentear e 53,7% planejam comprar algo com duas semanas ou mais de antecedência. No estudo, 60,5% dos entrevistados afirmaram considerar importante o preço acessível e a boa relação de custo-benefício na hora de buscar opções de presente, seguidos de 15% que preferem escolher algo que a pessoa deseja ganhar. O estudo também apontou os quatro principais fatores que fazem os consumidores irem às compras online, onde 66% responderam que são motivados por cupons de frete grátis; 57,1% afirmaram que são os preços baixos, 56,6% as promoções, e 54% a variedade de produtos disponíveis.

Quando questionados sobre os produtos que estão na intenção de compra para o Dia dos Pais, os entrevistados revelaram uma lista de itens preferidos: calçados (sapatos, tênis) com 16% das intenções de compra, seguidos de acessórios (relógio, carteira, óculos, boné), joias, esportes, câmeras e acessórios, eletrodomésticos, saúde e beleza, acessórios para veículo, informática, comida e bebida. - Fonte e outras informações: (www.shopee.com.br).

Cinco gatilhos para vender mais nas redes sociais

Muitas das decisões que tomamos no dia a dia não são previamente pensadas, executamos ações cotidianas no piloto automático

Esse efeito é ocasionado por nosso subconsciente de forma involuntária, na qual não precisamos pensar muito para fazer. É para quebrar esses padrões de pensamentos que existem os gatilhos mentais. Ou seja, frases e palavras que ativam este lado "impulsivo" e utilizam os agentes internos do cérebro causando uma reação e nos tirando da zona de conforto.

Essa técnica é bastante utilizada nas estratégias de marketing digital como forma de persuasão e para gerar resultados. Cerca de 74% dos brasileiros utilizam as redes sociais para comprar, o que eleva ainda mais a eficácia dos gatilhos mentais. Marília Dovigues, head de marketing da Etus, empresa de gestão de redes sociais e unidade de negócio do Grupo Locaweb, separou abaixo alguns gatilhos e dicas para ajudar o PME. Confira.

• Prova Social - Sabe aquela pessoa que ainda não consome o seu produto? Essa técnica pode ser utilizada com ela, trazendo opiniões de quem já adquiriu e está usando o serviço. Isso é feito por meio de depoimentos, vídeos, prints, menções, etc. Um outro sentimento que pode ser provocado pela prova social é o de pertencimento, ou seja,



Executamos ações cotidianas no piloto automático, ocasionado por nosso subconsciente de forma involuntária.

deixar a pessoa de fora para que ela fique com vontade de ser de um determinado grupo que já usa ou tem esse item. O ser humano tem necessidade de fazer parte, por isso, essa estratégia tem muita eficácia.

• Escassez - "Compre agora ou fique sem", "Unidades Limitadas", "Restam poucas vagas", essas frases de efeito são muito utilizadas para indicar escassez de algum produto ou serviço. Para um usuário que ainda não está totalmente convencido em comprar determinado produto, ao ver a possibilidade de ficar sem, o receio pode ter um impacto de ação imediata. Aqui

vale o cuidado para não usar com muita frequência. Se você aplicar por qualquer motivo, pode dar a entender que seu produto não tem tanto valor assim.

• Autoridade - Quando o público enxerga que uma determinada marca ou pessoa é muito influente em um tema, fica mais fácil convencer e reverter a compra. Se tornar relevante dentro do ambiente digital é resultado de um bom conteúdo e trabalho a longo prazo. Vale o investimento e cuidado extra na produção do seu conteúdo.

• Urgência - Bem semelhante à escassez, porém tende a ser mais agressivo. Um bom exemplo

desta prática são os sites antigos de compra coletiva na qual as promoções eram limitadas por pessoas e horas. O gatilho da urgência tem como principal objetivo impulsionar a compra imediata, na qual o consumidor resolve adquirir algo, assim que ele olha a oferta. A ideia é decidir sem pensar, um ato que vem a partir do sentimento de pressa para adquirir algo. Para aplicar a técnica, basta usar frases como: "últimas horas", "é agora ou nunca mais", "você precisa decidir agora".

• Dor - Por fim, o gatilho que parte da ideia de que todo ser humano deseja evitar a "dor", ou seja, um desconforto mental ou uma situação que precisa ser resolvida. A narrativa (ou storytelling) deve abordar uma determinada situação do seu público, trazendo dicas para solucioná-la, ofertando o seu serviço ou produto. Isso gera uma identificação e, após ler o conteúdo, o consumidor se sentirá seguro e confiante de que aquilo resolverá o seu problema. Para que esse insight funcione, é fundamental conhecer a sua persona. Fonte e outras informações: (https://etus.com.br/).

Pix: o queridinho dos jovens brasileiros

Desde o seu lançamento, em novembro de 2020, o Pix bate recordes atrás de recordes. O Banco Central divulgou recentemente que a quantidade de transações com o sistema já superou a quantidade de TEDs, DOCs, cheques e boletos somados em número de operações, sistemas que já fazem parte da rotina do brasileiro há anos.

Analisando o cenário, os jovens brasileiros são os grandes responsáveis por esse sucesso. Segundo pesquisa da Febraban, quatro em cada dez operações (38%) são realizadas pela ferramenta por brasileiros com até 29 anos. Na sequência, estão as pessoas entre 30 e 39 anos (32%), 40 e 49 anos (18%) e 40 e 49 anos (8%). Os idosos correspondem por 4% das transações, percentual maior apenas do que o dos com menos de 19 anos (3%).

A Matera, empresa de tecnologia voltada ao mercado financeiro, fintechs e gestão de riscos, é uma das instituições que participou da criação do meio de pagamento e, ao todo, mais de 175 milhões de Pix já foram processados por meio da solução da empresa. Para o CEO, Carlos Netto, os números da pesquisa representam a aderência dos jovens a tecnologias que os atendam de forma rápida e prática.

"Muitos jovens, já acostumados a utilizar o meio digital para pagar as suas contas, veem no Pix mais facilidade, e o principal, rapidez nos processos. Uma das facilidades muito utilizadas, por exemplo, são os pagamentos fora do horário bancário", conclui. Uma das novidades expostas nos últimos dias pelo BC foi a versão offline do Pix, com lançamento previsto para o último trimestre do ano. O objetivo é que as transações possam ser feitas mesmo em locais que estejam sem conexão com a internet. Mais informações: (www.matera.com).

Dicas para empresas que desejam abrir capital neste ano

A expectativa para 2021 é que cerca de cem empresas brasileiras realizem IPO até o fim do ano, um recorde. Só no primeiro semestre, foram 28 ofertas públicas de ações no país, o mesmo que em 2020 inteiro. Atualmente, há mais de 30 empresas ainda aguardando na fila da B3, a bolsa de valores brasileira. E a visão dos especialistas é positiva para os próximos meses. Com a grande quantidade de empresas aproveitando esse caminho para captar recursos, ter um negócio robusto e em ascensão não é suficiente.

Para um IPO de sucesso é preciso que a gestão financeira esteja em dia e funcionando de forma excepcional. "É importante que as empresas transformem seus números em resultados positivos para o mercado, para as pessoas e para toda a economia", diz Goldwasser Neto, cofundador do Accontyfy, plataforma SaaS de gestão de performance corporativa. "Por isso, é importante investir em uma ferramenta que analise e apresente os resultados para os investidores da maneira mais transparente possível."

Para se preparar para um evento como esse, o executivo lista alguns pontos de atenção para as empresas que querem abrir capital:

• Consistência e confiabilidade dos números - Primeiro, é importante se assegurar de que as informações corretas estão sendo apresentadas. Uma forma de fazer isso com segurança e confiabilidade é investir em uma ferramenta de gestão e controle de dados. Isso ajuda a eliminar planilhas e inserções manuais. Consolidar os números dentro de uma



Para um IPO de sucesso é preciso que a gestão financeira esteja em dia e funcionando de forma excepcional.

plataforma de gestão, assegura a padronização e comparabilidade das divulgações financeiras, possibilitando consistência, o que é primordial para o processo de referência cruzada.

• Estruturas gerenciais - Ao entrar na fila da B3, é importante ter uma análise minuciosa da saúde da empresa. A área financeira deve analisar os planos de contas e organizar suas estruturas gerenciais de acordo com o modelo de negócio, tornando viável a estruturação das Demonstrações Financeiras em conformidade com normas e requerimentos.

• Demonstrações financeiras - Esses documentos precisam sempre estar em dia, atualizados e com os números corretos, oferecendo transparência e mantendo a governança da empresa. Uma plataforma de gestão corporativa permite a visualização e edição das principais demonstrações como balanço patrimonial, DRE, DMPL e outras.

• Consolidação - A consolidação é fundamental para grupos que buscam injeção de capital - como

no caso do IPO - e para a manutenção da Governança Corporativa. Na prática, ela também facilita a visualização da saúde financeira das empresas, tanto agrupadas quanto analisadas isoladamente. O uso de uma plataforma de gestão de performance permite que a consolidação seja feita com mais rapidez, com rastreabilidade dos números e permitindo uma visão mais clara das informações.

• Modelagem financeira e reportes - Por fim, não basta acompanhar a situação financeira da empresa, um papel relevante do gestor é prever diferentes conjunturas para se planejar e conseguir reagir rapidamente às novidades. Isso é possível com a modelagem financeira. Já os reportes e painéis de análises de dados dão suporte à área de relacionamento com investidores, dando visibilidade do desempenho e das decisões tomadas pela empresa. - Fonte e mais informações: (https://www.accountfy.com/).