

economia



Visão de mercado

João Satt

Estrategista e CEO do G5
joaosatt@gcinco.cc

Confiança é tudo

O limite da promessa de valor de uma marca está na sua capacidade de entrega. Se prometer pouco, não atrai, se prometer e não entregar, frustra. Existe, porém, uma terceira situação, mais silenciosa e perigosa, quando a marca sofre um abalo reputacional e passa a viver encapsulada dentro de uma bolha. É o que costumamos chamar de “marca muda”, aquela que fala, investe, comunica, mas não é escutada.

O motivo é simples, falta de confiança.

A clássica provocação americana, “Você compraria um carro usado desse homem?”, eternizada no contexto político de Richard Nixon, tornou-se um atalho mental poderoso para medir credibilidade. Confiança é percebida antes de ser racionalizada. Uma vez abalada, contamina toda a leitura que se faz de uma pessoa, de uma instituição ou de uma marca. A expressão carrega um estereótipo, o vendedor de carros usados como alguém potencialmente pouco confiável, e por isso ganhou força simbólica, deslocando o julgamento do campo técnico para o intuitivo, onde a reputação realmente vive.

No mundo corporativo, como na vida, decisões são tomadas com base na percepção de integridade, não apenas em atributos objetivos. Erros acontecem. Organizações são feitas por pessoas, e pessoas são expostas às suas vulnerabilidades. Brené Brown sintetiza com profundidade: vulnerabilidade não é fraqueza, é a medida mais precisa da coragem. Reconhecer falhas, assumir responsabilidades e reconstruir caminhos não fragiliza uma marca, ao contrário, humaniza, aproxima e abre espaço para reconexão. Saber voltar é uma arte, e poucas marcas dominam essa jornada com consistência.

A grande questão não é apenas comunicar melhor, é reconstruir credibilidade. Programas de relações públicas e imprensa são relevantes, mas insuficientes quando a desconfiança já se instalou. A desinformação é contagiosa, rápida e destrutiva. Combater ruído com mais ruído raramente resolve. Nesse contexto, estratégias de alto impacto ganham protagonismo. Marcas precisam voltar a gerar valor real na vida das pessoas, antes de almejam ser desejadas. Movimentos que defendem causas, bandeiras e interesses coletivos ampliam significado e conexão. Em cenários mais críticos, o suporte de marcas fortes, via cobranding, acelera a reconstrução simbólica e dá densidade ao movimento.

Ao provocar encantamento genuíno, a marca cria novas avenidas de relacionamento. Surge um vínculo mais forte, emocional e duradouro. A organização, até então fragilizada, reposiciona-se no imaginário coletivo e retorna ao *consideration set*, o espaço mental onde as escolhas acontecem. Como lembra Seth Godin, pessoas não compram produtos, compram histórias em que acreditam. Acreditar é um ato de confiança. A comunicação eficaz não começa na mensagem, começa na credibilidade. Confiança é a base invisível da reputação, o cimento que estabiliza e consolida percepções. Sem ela, não há escuta, vínculo ou escolha. Restabelecida, devolve à marca o direito de disputar a liderança na preferência do mercado.

João Satt escreve neste espaço, às quartas-feiras a cada duas semanas

BRB faz acordo para vender R\$ 15 bi em ativos do Master

Operação com Quadra Capital visa fortalecer estrutura de capital

/ CASO MASTER

O Banco de Brasília (BRB) assinou um memorando de entendimento com a gestora Quadra Capital para estruturar um fundo de investimento pelo qual irá vender ativos que adquiriu em operações com o Banco Master. De acordo com fato relevante divulgado pelo banco estatal, o valor de referência da operação, aprovada pelo Conselho de Administração, é de R\$ 15 bilhões - sendo de R\$ 3 bilhões a R\$ 4 bilhões à vista e o restante pago em “cotas subordinadas do fundo de investimento a ser estruturado para a gestão e monetização dos ativos”.

“O BRB, através da operação, visa a alienação dos referidos ativos com o objetivo de fortalecer sua estrutura de capital e sua liquidez, bem como aprimorar a gestão de seu portfólio, sendo a transação etapa relevante no processo de readequação da Companhia, com expectativa de efeitos positivos sobre a liquidez, a gestão de ativos e a racionalização patrimonial”, diz a companhia. O BRB tem uma carteira de R\$ 21,9 bilhões em ativos que eram do Banco Master. O banco já estava negociando a venda de R\$ 1,9 bilhão e ainda tinha R\$



JOÉDSON ALVES/AGÊNCIA BRASIL/DIVULGAÇÃO/JC

BRB possui carteira de R\$ 21,9 bilhões em ativos que eram do Master

20 bilhões disponíveis. Desses ativos restantes, a Quadra fez uma proposta para comprar a carteira por R\$ 15 bilhões, anunciou no último dia 10 a governadora do Distrito Federal, Celina Leão.

Com a venda dos ativos por meio de um fundo de investimentos, o BRB espera conter a crise de liquidez, mas ainda precisará de um aporte do Distrito Federal. Para isso, o governo distrital quer buscar um empréstimo de R\$ 6,6 bilhões do Fundo Garantidor de Crédito (FGC) e de outros bancos, públicos e privados, para cobrir o rombo deixado pelo Master no pa-

trimônio do banco estatal.

Segundo o presidente do BRB, Nelson Antônio de Souza, o banco e o governo estão avaliando agora quais garantias serão oferecidas, como imóveis públicos e ações em empresas públicas. O BRB enfrentou uma nova crise de liquidez no início do mês. O presidente do banco foi a São Paulo com a governadora e os dois se reuniram com o presidente do Banco Central, Gabriel Galípolo, e outros representantes do sistema financeiro na capital paulista. A proposta apresentada agora já estava na mesa e foi levada a Galípolo.

Fim da escala 6x1 não pode gerar custo, diz Durigan

/ TRABALHO

O ministro da Fazenda, Dario Durigan, defendeu que o fim da escala 6x1 não pode acarretar custos para o Tesouro Nacional. Em entrevista coletiva em Washington, Durigan afirmou que o tema tem de ser debatido entre todos os setores da economia, mas sem gerar pressão nas contas públicas.

“Não pode sobrar uma conta para o Tesouro”, disse o ministro. “Isso aqui tem de ser um reconhecimento de um ganho civilizacional, de um ganho geracional para os trabalhadores. Não é possível que se queira financiar com o recurso público da sociedade como um todo um avanço como esse.”

Durigan afirmou que a discussão sobre o fim da escala 6x1 tem de ser conduzida pelo Congresso. Segundo o ministro, es-

tudos recentes apontam que a mudança na regra trabalhista deve afetar poucos setores que ainda aplicam a escala 6x1. Ele afirmou, no entanto, que é razoável debater uma regra de transição para os segmentos que seriam atingidos.

“Eu sou muito favorável a gente debater, entender com os setores como se adaptar, eventualmente para alguns setores ter uma transição para dar tempo de adaptação”, disse o ministro, acrescentando que o debate sobre o tema é “meritório”.

Líderes de partidos de centro e da base aliada afirmam que, apesar de o governo ter enviado um projeto de lei com urgência constitucional sobre o fim da escala 6x1, a Câmara vai continuar priorizando a proposta de emenda à Constituição (PEC) sobre o tema que tramita na Casa legislativa.

O projeto de lei enviado pelo governo propõe a redução da jornada semanal de 44 horas para 40 horas, sem redução salarial, além de prever jornada de trabalho de oito horas diárias e dois repouso semanais remunerados de 24 horas consecutivas cada.

A medida entraria em vigor após a aprovação da lei. Como foi enviado com urgência constitucional, a Câmara teria até 45 dias para apreciar a proposta, sob risco de travar a pauta. O Senado teria o mesmo prazo.

Já as PECs têm textos diferentes. A do deputado Reginaldo Lopes, de 2019, diz que a duração do trabalho normal não pode ser superior a oito horas diárias e 36 horas semanais, facultada a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho. A proposta entraria em vigor dez após a publicação.