



Opinião Econômica

Marcos de Vasconcellos

Jornalista, assessor de investimentos e fundador do Monitor do Mercado

banrisul

A Bolsa de Valores encolheu de novo

Ao mesmo tempo em que empresas saem do mercado, as que ficam recompram ações

As opções para apostar nos resultados da Copa do Mundo parecem infinitas. Mas quem quer apostar no crescimento de empresas e da economia brasileira tem cada vez menos alternativas. Ao mesmo tempo que empresas estão saindo do mercado, as que ficaram estão recomprando suas ações. Nos últimos dois anos, companhias anunciaram a recompra de mais de 5 bilhões de ações ordinárias.

Um estudo divulgado na semana passada mostra que, em 2025, 71 empresas anunciaram programas de recompra, ante 105 em 2024 - queda de 32%. Mas os planos ficaram maiores. A quan-

tidade média de ações ordinárias pretendidas subiu de 24,1 milhões para 37,5 milhões. Entre as preferenciais, passou de 6 milhões para 22,7 milhões.

O levantamento feito pela MZ, que vende consultoria para áreas de relacionamento com investidores, mostra que o varejo liderou os anúncios de recompra, com 13 companhias, ou 18,3% do total. Depois vieram os setores imobiliário e de saúde, com sete empresas cada um.

Com a taxa básica de juros (Selic) em 14,25%, projetos de expansão, novas lojas e aquisições precisam oferecer retornos altos para compensar o risco. Comprar

o próprio negócio pode parecer mais seguro, mas também pode mostrar que faltam projetos rentáveis para sustentar o crescimento.

Na recompra, a companhia usa seu caixa para adquirir ações próprias. Se os papéis ficam na tesouraria e seus preços sobem, a empresa ganha com a valorização. Se forem cancelados, o negócio passa a ser dividido entre menos ações, aumentando a participação proporcional de quem permaneceu.

O problema é que a valorização esperada não apareceu. Em 2024, as empresas que anunciaram recompras caíram, em média, 11,2%, ante recuo de 10,4% do

Ibovespa. Entre as que abriram programas em 2025, a queda média foi de 3,9% do fim daquele ano até junho de 2026, enquanto o índice subiu 7,6%.

Isso não prova que a recompra tenha causado o mau desempenho. Muitas empresas anunciam programas justamente porque suas ações estão pressionadas e caindo. O prazo analisado é curto para dizer se foi boa ou má ideia, mas deixa claro que um anúncio de recompra não é um sinal confiável para encontrar uma boa ação.

Há outro problema: anunciar recompras não significa comprar as ações. Um estudo publicado em 2022 pela Fundace (Fundação para Pesquisa e Desenvolvimento da Administração, Contabilidade e Economia) descobriu que as empresas executam menos da metade dos programas anunciados.

Os autores analisaram 381

programas de recompra de 122 empresas brasileiras entre 2008 e 2014. Em média, somente 44,7% da quantidade anunciada foi efetivamente adquirida. Entre as três empresas que mais repetiram programas, a execução média foi de apenas 17,7%.

Claro que um programa de recompra é uma autorização, não uma obrigação. A empresa pode comprar tudo, parte ou nada. Quando o padrão se repete, o anúncio corre o risco de funcionar mais como jogada de marketing do que como decisão de investimento.

Por isso, o investidor precisa acompanhar quanto foi realmente recomprado, a que preço e o que a empresa deixou de financiar ao adquirir seus próprios papéis. O anúncio pode revelar força financeira hoje, mas uma falta de horizonte para sustentar crescimento no futuro.

Dívida pesando ou caixa apertado?

Com o **Desenrola Brasil** no Banrisul, você encontra formas de reorganizar as finanças e seguir em frente, seja pessoa física ou empresa.



banrisul

NOVO **DESENROLA BRASIL**
SAC 0800 646 1515
Ouvidoria 0800 644 2200

MEIs já podem ocupar pontos comerciais vagos no Pop Center

/ COMÉRCIO

Cláudio Isaias
isaiasc@jcrs.com.br

Os Microempreendedores Individuais (MEIs) e microempresas já podem ocupar os espaços disponíveis das lojas do Centro Popular de Compras (Pop Center), no Centro Histórico de Porto Alegre. Nova legislação sancionada ontem pelo prefeito Sebastião Melo (MDB) permite que, nos casos de vacância, as lojas passem a ser ocupadas por outras categorias profissionais.

A sanção da lei consolida uma iniciativa aprovada pela Câmara Municipal com ampla maioria e responde a um cenário em que o Pop Center registra atualmente 251 das 772 lojas desocupadas - índice de vacância de 32,5%.

A ociosidade dos espaços impacta diretamente a movi-

mentação econômica, a segurança e a vitalidade urbana da região.

Segundo Melo, ao permitir a ocupação das unidades vagas por novos empreendedores, a prefeitura cria uma alternativa para dinamizar o negócio, fomentar a geração de emprego e renda. A proposta é contribuir para o processo de recuperação econômica de Porto Alegre, especialmente após os impactos provocados pelas enchentes de 2024.

A CEO do Pop Center, Elaine Deboni, destaca que a sanção representa um avanço importante para a consolidação do Centro como um polo de negócios cada vez mais ativo e diversificado.

“Esta é uma medida que beneficia toda a cidade. Ao ampliar as possibilidades de ocupação das lojas vagas, fortalecemos o ambiente de negócios, aumentamos a circulação

de pessoas e criamos novas oportunidades para quem deseja empreender, sempre preservando a vocação e a prioridade dos comerciantes populares que deram origem ao Pop Center”, destaca.

De acordo com o prefeito Sebastião Melo, a iniciativa é um passo significativo para fortalecer o empreendedorismo, ampliar a geração de empregos e consolidar o POP Center como uma porta de oportunidades para famílias e um polo diversificado de negócios.

“Para o Brasil crescer, é preciso desburocratizar, reduzir os juros e cuidar de quem mais precisa: os MEIs, que representam cerca de 90% dos negócios brasileiros, e merecem atenção especial”, sublinha.

A CEO do Pop Center ressalta que a mudança representa um novo momento para o empreendimento.



Elaine Deboni (c) celebrou a sanção do prefeito Sebastião Melo ao projeto

“Mais do que ocupar lojas, estamos criando oportunidades. Essa mudança permite que mais pessoas transformem seus projetos em negócios, gerem renda e encontrem no Pop Center um caminho para empreender com dignidade”, ressalta.

Para Elaine, a medida, aliás, beneficiará toda a cidade de Porto Alegre.

“Ao ampliar as possibilidades de ocupação das lojas vagas, fortalecemos o ambiente de negócios, aumentamos a circu-

lação de pessoas e criamos novas oportunidades para quem deseja empreender, sempre preservando a vocação e a prioridade dos comerciantes populares que deram origem ao Pop Center”, comenta.

Os interessados em ocupar os espaços comerciais disponíveis no POP Center deverão procurar diretamente a administração do Centro Popular de Compras, localizado na avenida Júlio de Castilhos, nº 235, 3º andar.