

economia

Visão
de mercado

João Satt

Estrategista e CEO do G5
joaosatt@gcinco.cc

Conhecimento e essência

Conhecimento é acumulação do saber. Quanto mais aprendemos, maior se torna nosso repertório, nossa capacidade de interpretar a realidade e, principalmente, a assertividade das nossas escolhas.

Philip Kotler, aos 94 anos, continua sendo uma das vozes mais lúcidas sobre o que o marketing deveria ser, especialmente em um tempo em que a obsessão por performance, conversão e resultados imediatos parece ter reduzido a essência humana a métricas, dados e algoritmos.

Recentemente, Kotler resgatou o sentido do porquê empresas existem: para atender necessidades, criar valor e melhorar a vida das pessoas. Ao revisitar alguns dos erros recorrentes das organizações, ele reforça que tentar vender para todos pode significar não ser verdadeiramente relevante para ninguém.

A empresa que acredita servir para qualquer pessoa corre o risco de perder a capacidade de compreender profundamente quem realmente importa.

Bom marketing exige escolhas, conhecimento das necessidades específicas e capacidade de entregar uma proposta de valor superior, porque é dessa combinação que nascem clientes fiéis, relações duradouras e vendas recorrentes capazes de sustentar um negócio de forma lucrativa.

Kotler, porém, vai além e propõe uma pergunta que deveria frequentar muito mais as reuniões dos conselhos de administração: como nossa empresa pode ajudar as pessoas a viverem melhor?

Crescimento, faturamento e participação de mercado são fundamentais, mas insuficientes para medir a verdadeira relevância de uma organização.

Bem-estar, felicidade e impacto positivo não aparecem no PIB, embora representem dimensões cada vez mais importantes para a permanência e a relevância das empresas ao longo do tempo. Nesse contexto o propósito deixa de ser discurso institucional e passa a ser prática.

É preciso demonstrar o compromisso nas decisões, na cultura, nas relações e na maneira como os negócios são conduzidos. A diferença de propósitos genuínos está na convergência entre aquilo que uma organização diz e aquilo que efetivamente faz.

Marcas fortes são construídas pelo significado que conquistam na vida das pessoas. Na visão de Kotler, o capitalismo do bem é aquele capaz de gerar prosperidade sem comprometer pessoas, comunidades e planeta. Essa evolução aparece sintetizada em seis novos Ps: Propósito, Pessoas, Parceiros, Paz, Planeta e Prosperidade, conceitos que nos convidam a refletir sobre o que fazemos de diferente, como tratamos pessoas e parceiros, quais impactos provocamos e de que maneira compartilhamos o valor que ajudamos a produzir.

Ao citar que marca é confiança acumulada ao longo do tempo, Kotler nos convida a recuperar a essência e a compreender por que fazemos o que fazemos. Afinal, marketing não é apenas sobre aquilo que uma empresa vende, mas sobre o valor que entrega, a confiança que constrói e o significado que passa a ocupar na vida das pessoas.

A empresa que acredita servir para qualquer pessoa corre o risco de perder a capacidade de compreender profundamente quem realmente importa

Brasileiros depositaram R\$ 221 bi em bets em 2025

Dados da Fazenda foram obtidos por meio de Lei de Acesso à Informação

/ APOSTAS ESPORTIVAS

As bets autorizadas a atuar em nível federal receberam R\$ 220,6 bilhões em depósitos durante o ano de 2025, mostram dados do Ministério da Fazenda obtidos via Lei de Acesso à Informação.

Desse total, R\$ 36,9 bilhões representaram o saldo negativo para os apostadores e se converteram em receitas para as casas de apostas. O restante, R\$ 183,7 bilhões, foi destinado ao pagamento de prêmios e oferta de bônus sacáveis -valores promocionais que o jogador pode retirar a qualquer momento, e a bet pode deduzir de suas receitas para fins contábeis.

É a primeira vez que a Fazenda divulga essa informação, disponibilizada ainda em caráter preliminar. “Os dados podem sofrer alterações até a conclusão dos procedimentos de conferência e consolidação”, diz a secretária de Prêmios e Apostas (vinculada à Fazenda), Daniele Correa Cardoso, na resposta enviada à reportagem.

A receita das casas de apostas representou 16,7% dos depósitos. O valor ficou acima da retenção máxima imposta por lei de 15% e da taxa de 7% anunciada pelo setor, o que reforça a tendência de ganho das bets sobre os jogadores no longo prazo.

Como o dinheiro do apostador é limitado, a retenção



DIVULGAÇÃO/JC

Segundo o levantamento, mês com maior volume de depósitos foi outubro

anunciada pelas bets funciona como uma taxa implícita maior do que o valor capturado por cada rodada.

Segundo as regras do setor, 88% do faturamento ficou com as bets e 12% com a União e outras entidades beneficiadas pela regulamentação, como grupos beneficentes que recebem repasses - essa fatia será de 13% neste ano e subirá a 15% em 2028.

Depois, incidem os impostos federais, estaduais e municipais sobre as empresas. Balanços vistos pela reportagem, como o da Blaze, indicam uma margem de lucro por volta de 30%, uma parcela comparável à de um banco de investimentos, como o BTG Pactual. A maior parte do orçamento das empresas vai para publicidade, e, como as equipes são pequenas, o custo com funcioná-

rios é baixo.

De acordo com o levantamento, o mês com maior volume de depósitos foi outubro, quando o Campeonato Brasileiro se encaminhava para a fase final, e avançavam as fases eliminatórias das copas continentais, Sul-Americana e Libertadores.

Em média, 9,25 milhões de pessoas apostaram a cada mês, com pico de 10,82 milhões de apostadores também em outubro. Ao longo de todo o ano, 25 milhões de brasileiros registraram apostas. Os números oficiais da Fazenda, que monitora os depósitos nas contas das casas de apostas por meio do Sistema de Gestão de Apostas (Sigap), ficaram R\$ 130 bilhões abaixo da estimativa do Comitê Nacional de Secretários de Fazenda (Comsefaz), divulgada no último mês de julho.

Casas de apostas receberam R\$ 350,97 bi via Pix

Segundo o Comsefaz, as casas de apostas receberam R\$ 350,97 bilhões em transferências via Pix. Considerando os pagamentos aos apostadores, o saldo negativo para as famílias foi de R\$ 62,5 bilhões.

Para chegar ao resultado, os pesquisadores estimaram qual seria o volume esperado de transferências de pessoas físicas para empresas do setor de artes, cultura, esporte e recreação caso não tivesse ocorrido a mudança provocada pela regulamentação. Depois compararam essa projeção com os valores efetivamente registrados. A diferença entre os dois cenários foi interpretada como o naco dire-

cionado às bets. Como se trata de uma simulação estatística, os autores ressaltam que o resultado não representa uma relação de causa e efeito comprovada. O estudo sugere que as apostas se tornaram o principal gasto com entretenimento dos brasileiros.

Na época da divulgação do estudo, a Associação Nacional de Jogos e Loterias (ANJL), uma das entidades que representam os sites de apostas, disse que a análise do Comsefaz desconsiderou os milhares de sites ilegais que estiveram online no país (a Fazenda derubou mais de 25 mil endereços em 2025) e as mudanças macroeconômicas que contribuíram para

a maior adesão ao Pix como meio de pagamento. “As transações que constam do estudo se referem a transferências líquidas de pessoas físicas para pessoas jurídicas de quatro segmentos: artes, cultura, esportes e recreação, nos quais se insere uma enorme variedade de prestadores de serviços de entretenimento, não apenas as bets”, diz a entidade em nota.

Os depósitos para bets registrados na Fazenda representam 63% do excedente de transações via Pix para o setor de entretenimento. Sobram 37% desse montante, incompatíveis com o crescimento orgânico das atividades culturais e de esportes.