



Tesla VS Apple: 10 anos de batalha!

Tornou-se público que há 10 anos atrás, Elon Musk tentou vender a Tesla para a Apple, porém o CEO da Apple, sequer quis ouvir a oferta. Os anos passaram e atualmente os caminhos dessas gigantes se chocaram.



SCALE-UPS: AS EMPRESAS CONSOLIDADAS QUE CRESCEM COMO AS STARTUPS.

Você já teve a impressão de que seu negócio jamais alcançará resultados exponenciais como uma startup?

Edição n° 005

Simple Business.

Julho 2022



“O Mercado Livre é a escolha da maioria dos brasileiros e nós seguiremos retribuindo esse voto de confiança, impulsionando o desenvolvimento sustentável da América Latina e criando novas formas de democratizar o comércio e os serviços financeiros”.

-Stello Tolda-

MERCADO LIVRE

O Mercado Livre, empresa líder em tecnologia para o e-commerce e serviços financeiros da América Latina, anunciou que investirá R\$ 17 bilhões no Brasil em 2022, valor 70% maior na comparação com o último ano. O alto investimento faz parte da estratégia de crescimento e consolidação da liderança da companhia, que já anunciou recentemente a inauguração de quatro novos centros de distribuição no estado de São Paulo, aumentando para mais de 2 milhões de pacotes a sua capacidade diária de transação logística

revistasb.com.br

02 **Quero um trabalho para chamar de meu!**

Mauro Wainstock

04 **O maior desafio ainda está por vir?**

Cesar Patiño

06 **10 hábitos saudáveis para profissionais ocupados**

Andryely Pedroso

10 **A reinvenção do voleibol brasileiro**

Manoela Penna

12 **Tesla VS Apple: 10 anos de batalha!**

Henrique Campos

14 **Mercado Livre**

ENTREVISTA

26 **Scale-ups: As empresas consolidadas que crescem como as startups.**

Fernando Seabra

28 **Vai deixar sua aposentadoria na mão do estado?**

Matheus Freitas

31 **Mapear e influenciar nosso cérebro, a arte do impossível**

Hélio Contador

32 **Metaverso, NFT e as novas tecnologias**

Jeannyne Doukan

34 **A moda e a personalidade da mulher**

Marthina Brandt

36 **Da produção à xícara. O Café Brasileiro, um dos melhores do mundo**

Lucas Boaventura

EXPEDIENTE

Editora: Eagle Publicidade,
CNPJ: 21.992.209/0001-59

Responsável Legal: Pedro Mendonça.

Criação e Design: Hugo Crisóstomo.

Jornalista Responsável: Orisvaldo Pires.

Entrevistas: Pedro Mendonça.

Revisão: Deuzenith Ferreira.

Colunistas: Mauro Wainstock, Cesar Patiño, Andryely Pedroso, Manoela Penna, Henrique Campos, Fernando Seabra, Matheus Freitas, Hélio Contador, Jeannyne Doukan, Marthina Brandt e Lucas Boaventura.

A Revista Simple Business é uma revista de empreendedorismo negócios. É proibida a reprodução total ou parcial da mesma, assim como, proibida a venda dos exemplares impressos. Os artigos publicados são de inteira responsabilidade de seus autores. A única pessoa autorizada a falar em nome da Revista Simple Business ou para retirar qualquer tipo de material é seu Responsável Legal, Pedro Mendonça.

Contato: (62) 981252641

Site: www.revistasb.com.br

Email: contato@revistasb.com.br

Instagram: @revistasimplebusiness

“**Não tente ser uma pessoa de sucesso. Em vez disso seja uma pessoa de valor.**”

Albert Einstein

Físico teórico

Simple Business.

Empresarial

Quero um trabalho para chamar de meu!

Mauro Wainstock



O que significa CLT?
Para alguns, Consolidação das Leis do Trabalho.
Para outros, o Começo da Livre Trabalhabilidade.

E para você?

Chegou ao Brasil com toda a força o fenômeno global "The Great Resignation" ou, em português claro, "Eu me demito!"

Em um primeiro momento, parece inconcebível pedir demissão durante uma pandemia ou em uma situação econômica fragilizada.

Então por que isto vem ocorrendo com milhares de profissionais no Brasil e milhões no exterior que, mesmo sem Planos B, C ou D, largam seus cargos?

Com a evolução tecnológica, muitos perceberam que há outros modelos que podem fazer mais sentido.

Talvez almejem mais tempo para lavar louças, para sair com o pet, para almoçar, para levar os filhos na escola, para meditar ou para realizar seus exercícios físicos diários. Sem ter o celular, alarmes ou cronômetros acionados.

O trabalho passou a ser visto como mais uma das inúmeras atividades do nosso dia a dia e não como aquela que desempenhamos quase a metade da nossa vida profissional, considerando o transporte, as mensagens e as tarefas pós-horário corporativo.

A interseção entre o nosso desejo e o mundo real é um desafio a ser superado na direção de uma vida equilibrada pessoal e profissionalmente.

E por isto há tantos questionamentos sobre as regras convencionais.

Então, voltemos à pergunta: o que leva um profissional a largar a momentânea segurança de um emprego formal em troca de um universo conscientemente incerto?

Vou aprofundar ainda mais: pertencer a uma cultura extremamente competitiva; ser pressionado para entregar mais e mais resultados, em um tempo cada vez mais curto e sem limite de horário; lidar com grosserias, assédios e preconceitos de todos os tipos; não ser valorizado devidamente, e muito menos ter senso de pertencimento à empresa, são motivos suficientes para deixar tudo para trás e se aventurar em um mercado desconhecido?

Esgotamento. Esta talvez seja uma das respostas mais adequadas para esta reflexão. O cansaço é a somatória de todos estes fatores acima e envolve

tanto aspectos físicos, como emocionais e relacionais.

Como diz a música "Comida" (1987), dos Titãs:
A gente não quer só comida
A gente quer comida, diversão e arte
A gente não quer só comida
A gente quer saída para qualquer parte
A gente não quer só dinheiro
A gente quer dinheiro e felicidade
A gente quer inteiro e não pela metade

Este profissional tem sede de quê? Ele não quer apenas a flexibilidade, mas também o respeito, o propósito e o reconhecimento.

E, como diz o economista Ricardo Amorim, "trabalho é só o meio. O que importa é o que ele cria. Se ele não criar algo valioso para os outros, adeus trabalho, emprego e salário. O que você está fazendo para criar algo valioso para os outros?"

Portanto, estas demissões não são voluntárias.
São prementes. Por insatisfação, exaustão e pelo trabalho ser mais do mesmo.

Assim, não ter uma proposta de emprego ou um projeto promissor antes de se desligar de uma empresa, certamente não é um ato voluntário nem coerente, mas um gesto movido pelo desânimo e pela falta de perspectivas.

E aí ocorre a "saída para qualquer parte", que a canção dos Titãs enfatiza em seu refrão.

Então... como será este tal futuro, esta tal transformação?

Ocorrerá nas duas pontas: tanto pela legítima pressão dos profissionais exercida por este movimento, como no entendimento das organizações de que esta situação exige minuciosas reflexões.

De que modelos estamos falando?

É aí que entra a Trabalhabilidade.

De um lado está o profissional, que precisa trocar a desmotivação momentânea pela reinvenção individual. Estar "sozinho" no mercado exige uma qualificação ainda mais completa e um olhar profundo sobre seus potenciais e diferenciais.

Do ponto de vista da empresa, ela quer resultado. Neste sentido, não é a rigidez do formato tradicional que importa, mas a efetividade da entrega recebida.

E, se juntarmos os objetivos, as empresas podem transformar os colaboradores em empreendedores, eles mesmos responsáveis por tudo aquilo que estão ansiando.

No Japão, a Dentsu iniciou um programa que fornece uma renda mensal garantida durante alguns anos para ajudar funcionários que se aposentam a tornar-se donos do próprio negócio (são os "Eupreendedores"). Esta iniciativa pode ser estendida para um grupo mais amplo, disposto a entrar em um modelo ganha-ganha.

O ex-colaborador inicia seu projeto com o primeiro cliente (a empresa original) e pode oferecer seus serviços por um pacote de horas por mês ou por projetos específicos. Por outro lado, o investidor (a empresa original), que já conhece a capacidade do colaborador e quer apostar na ideia, pode solucionar questões pontuais e ser remunerado através de equity, por exemplo.

O prestador de serviço diversifica a sua gama de clientes. E expande suas possibilidades de crescimento e remuneração.

A empresa seleciona os melhores profissionais para cada demanda que surgir. E foca nas soluções.
A sociedade ganha ao aplicar uma educação profissionalizante. A formação ocorre em consonância com a geração das oportunidades.

Esta não é mais uma tendência, mas uma constatação.

Não é mais um modismo ou processo inovador, é uma realidade.

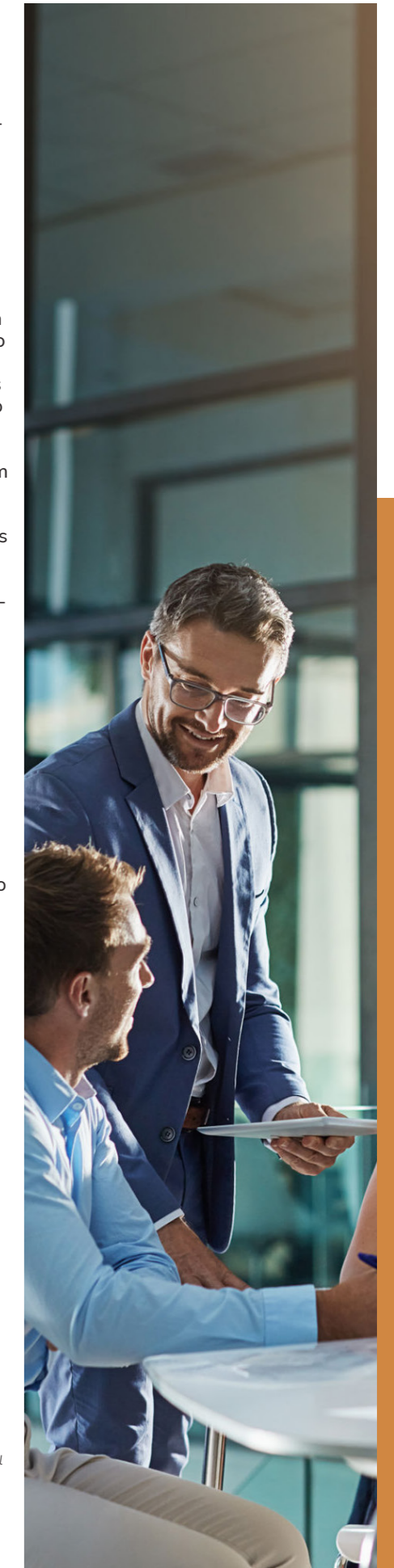
A Trabalhabilidade já está cedendo lugar à Empreendabilidade.

A CLT está virando Carreira Livre e Transformadora

Você realmente está preparado? Bora fazer acontecer!



Mauro Wainstock possui 30 anos de experiência em Comunicação. Foi nomeado LinkedIn TOP VOICE & CREATOR, é mentor de executivos e sócio-fundador do HUB 40+, consultoria empresarial focada no público acima dos 40 anos. Texto publicado originalmente na revista EXAME



Inovação

O maior desafio ainda está por vir?

Cesar Patiño

Quem já assistiu Game of Thrones deve se lembrar da frase "Winter is coming".

A aceleradora **Y Combinator**, uma das referências do Vale do Silício, em carta enviada aos fundadores das startups no seu portfólio, deu a dica: prepare-se para o pior, pois o mercado será cruel. Mas, o que isso significa?

Depois de um excelente crescimento nos últimos anos e recorde de investimentos em 2021 movimentando US\$ 643 bilhões, um salto de 92% sobre os US\$ 335 bilhões de 2020, desde Abril temos acompanhado um movimento crescente de demissões em massa nas Startups, o que tem deixado muita gente preocupada com o estouro da bolha Tech.

A lista de demissões no Brasil é longa e os cortes de pessoal são expressivos. Segundos alguns artigos publicados (O Globo, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo, Valor) entre as startups e estimativas de corte podemos

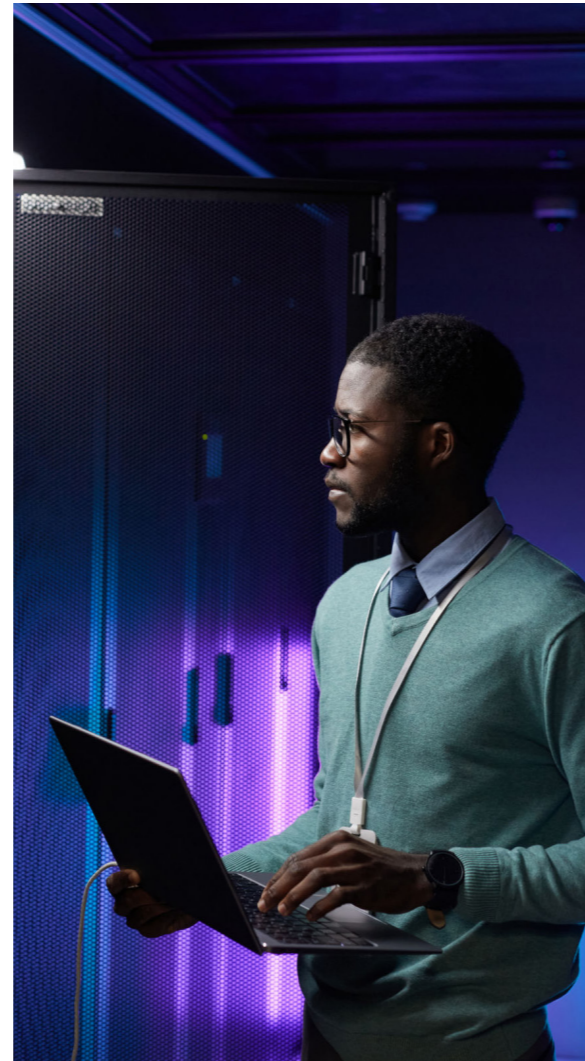
Creditas	11 pessoas
Empiricus	70 pessoas
Facily	200 pessoas
Favo	170 pessoas (encerrou a operação brasileira)
Grupo 2TM (Mercado Bitcoin)	90 pessoas
Kavak	150 pessoas
Loft	159 pessoas
Olist	150 pessoas
Pay Pal	60 pessoas
QuintoAndar	160 pessoas
Sami	75 pessoas
VTEX	193 pessoas

mencionar :

Mas este movimento de cortes em startups extrapola o Brasil e, segundo a Crunchbase foram encontradas 43 reportagens sobre demissões, apenas em Maio, nos Estados Unidos e acrescentou "Os próximos trimestres devem ser instáveis para quem está na indústria de tecnologia". Em um cenário global, foram mais de **15 mil trabalhadores de tecnologia a perder o emprego só no mês de maio**, de acordo com o Layoffs.fyi, um agregador de demissões atualizado em tempo real.

Muitas startups tiveram uma valorização exponencial, baseada em sucessivas rodadas de investimentos realizados por fundos de Venture Capital e se tornaram unicórnios - startups avaliadas em pelo menos US\$ 1 bilhão - mesmo com baixa geração de receita.

Para quem acompanha o movimento de Startups já havia percebido que muitas delas tem valor de mercado irreal, como o caso da startup Rivian, uma startup de veículos



elétricos que mesmo sem vendas (previsão de entrega dos primeiros veículos apenas em 2022) realizou o IPO em 2021 e alcançou avaliação US\$98,9 Bilhões, valor muito próximo da Ford (em Janeiro de 2022 alcançou US\$100 BI).

Em Novembro do ano passado, o investidor Michael Burry, que ficou conhecido por prever o estouro da bolha imobiliária dos EUA em 2008 (que foi retratado no livro/filme A Grande Aposto) tuitou - e pouco depois desativou sua como costuma fazer - alertando os investidores que "Mais supervalorização do que na década de 1990" em referência ao período da bolha da internet (também conhecida como pontocom).

Mas 2022 chegou com guerra na Ucrânia, lockdown na China e um momento delicado no cenário macroeconômico, com uma série de incertezas políticas e obstáculos no contexto global. - entre eles, juros altos, inflação elevada, queda de consumo.

A elevação das taxas de juros tem levado os investidores a optar por outros investimentos com menor risco, como renda-fixa, gerando uma escassez de liquidez, ou seja, a

fonte dos investimentos está mais controlada e tem levado as startups a reverem seus planos. "Independentemente da sua capacidade de levantar capital, é sua responsabilidade garantir que sua companhia irá sobreviver se não for possível captar nos próximos 24 meses", alertou a YC.

Isso obriga as startups a voltarem aos fundamentos financeiros: geração de receita, controle de custos e lucratividade.

Algo importante é notar que este ajuste de mercado tem impactado com maior intensidade as startups em estágio avançado (late stage, em geral as que captaram séries C em diante), e menos as startups em estágio inicial (early stage). Isso porque investidores podem esperar até dez anos para que uma startup em estágio inicial tenha seu evento de liquidez e retorne o capital investido.

E junto com este cenário, vem a pergunta:

- Mas isso pode impactar também na inovação do mercado? Afinal, startups são naturalmente um celeiro de inovação e novos modelos de negócios.

O papel da inovação nos negócios

Para começar, precisamos definir o que é inovação, uma das buzzwords mais usadas do mercado.

Se você perguntarmos a 10 pessoas diferentes como elas definiriam inovação, é provável que tenhamos pelo menos 8 definições diferentes.

Então, apenas seguindo a definição de Merriam-Webster. Eles simplesmente se referem à inovação como:

"Inovação é a introdução de algo novo."

Agora que definimos o que significa inovação, podemos dar uma olhada sobre o papel da inovação, tanto para a sociedade em geral, quanto para empresas individuais.

Em primeiro lugar, para a sociedade em geral, a inovação é um fator-chave para o crescimento econômico. De acordo com um artigo da Universidade de Stanford, cerca de 85% de todo o crescimento que ocorreu na economia dos EUA entre 1870 e 1950 pode ser atribuído ao crescimento da produtividade por meio da inovação, e isso não é apenas uma anomalia individual. De acordo com o mesmo artigo, também houve descobertas quase idênticas em outras economias em épocas diferentes.

Assim, para qualquer empresa estabelecida, claramente, seria tolice não perseguir essas oportunidades que respondem por 85% de todo o crescimento econômico.

Outro conceito importante e que muitas vezes se confunde com o próprio propósito das startups é Inovação Disruptiva, pois, em geral, as startups unicórnios criaram soluções que reestruturaram o mercado.

A teoria da Inovação Disruptiva, criada pelo Prof. Clayton Christensen, inicialmente publicada num artigo da HBR chamado Disruptive Technologies: Catching the Wave e que depois se popularizou com o livro O Dilema da Inovação, a teoria diz que:

"Inovação Disruptiva descreve um processo em que uma empresa menor, com menos recursos, é capaz de enfrentar com sucesso companhias dominantes estabelecidas. Entrantes que se mostram disruptivas começam a endereçar com sucesso esses segmentos mal atendidos, e ganham espaço ao oferecer funcionalidade mais adequada - frequentemente a um preço menor. Quando os clientes principais começam a adotar a oferta dos entrantes em volume, a ruptura aconteceu."

Ou seja, olhando para as empresas estabelecidas e startups, percebemos que ainda existem muitas oportunidades para inovação e criação de novos produtos e serviços para a sociedade.

Dentro das próprias empresas também existem oportunidades para melhorias incrementais através de inovação nos processos de negócios, pois sempre existe algum ponto do processo onde as novas tecnologias podem atuar para aumentar a eficiência.

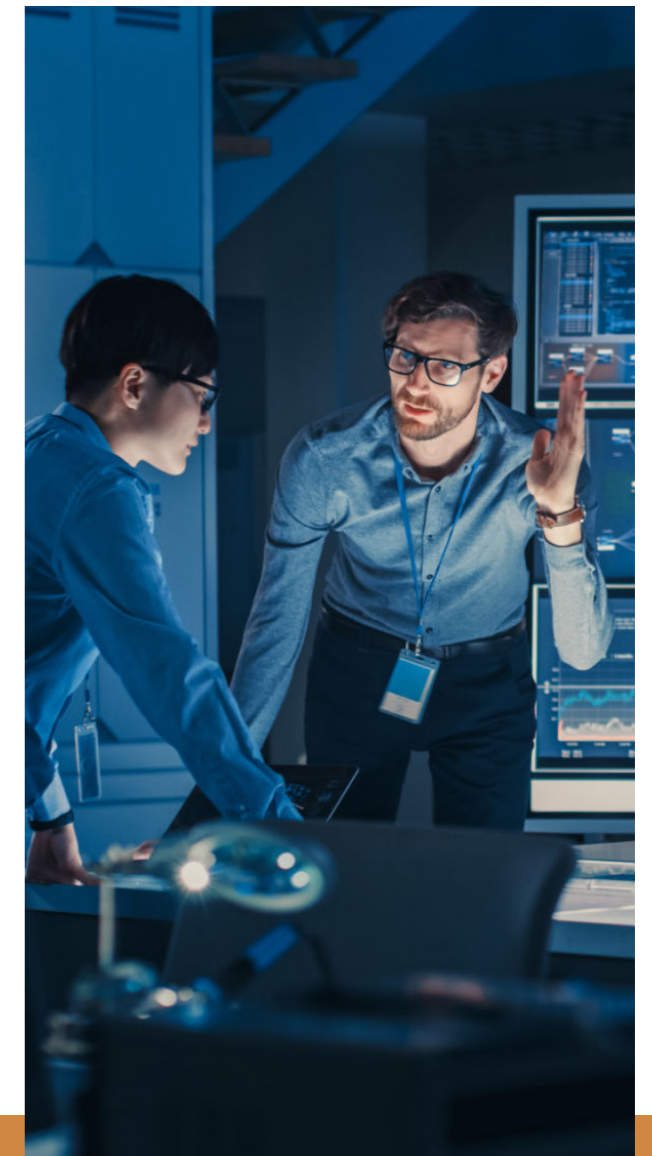
No início de 2009, com o mercado sofrendo os efeitos da crise nos EUA, o Dr. Jim Goodnight, Fundador e CEO do SAS - maior empresa de software de capital fechado e líder no segmento de Analytics - durante uma reunião com funcionários disse: "Nós tomamos a decisão de crescer menos ou não crescer, mas não demitir. Identificamos que as grandes empresas de software estavam demitindo ótimos profissionais e decidimos contratar alguns, pois quando o mercado voltar a crescer nós estaremos preparados e melhor posicionados para competir", demonstrando uma visão estratégica de longo prazo.

E, atualmente, se falta capital financeiro temos disponível no mercado brasileiro o capital intelectual e tudo vai depender da estratégia de inovação de cada empresa.

A bolha não estourou, mas murchou um pouco, porém as oportunidades para inovar continuam existindo.



Cesar Patiño
Profissional com ampla experiência nas áreas de Tecnologia da Informação e Consultoria, atuando no Brasil, EUA, Argentina e Chile. Atualmente é mentor em startups e consultor de empresas no processos de Inovação e Transformação Digital e, nos últimos 20 anos vem trabalhando na definição e implementação de soluções de negócios, especializado nas áreas de Inteligência Artificial, Internet of Things (IoT) e Blockchain. Palestrante para disseminação de novas tecnologias em eventos como: Gartner, IDC (Argentina), Amba (Argentina), e professor convidado em cursos de MBA da FGV, EBDI e Faculdade Anhembi-Morumbi.



10 hábitos saudáveis para profissionais ocupados

Andryely Pedroso

Acordar, tomar café, trabalhar, trabalhar, trabalhar, descansar um pouco e voltar a trabalhar. Esta é a rotina de muitos profissionais em busca do sucesso que a longo prazo pode custar muito caro para a saúde.

Por pouco tempo conseguimos seguir uma rotina exaustiva e de pouco descanso, mas em algum momento o corpo pede ajuda e nós somos os responsáveis por consertar os estragos.

Quem nunca entrou no modo automático e esqueceu de cuidar da saúde? A ansiedade, estresse, autocobrança pessoal e profissional por vezes esgotam nossa mente. Precisamos dar um fôlego para a saúde mental e física antes de chegar na ponta do iceberg, concorda?

Para tornar a rotina mais leve, nesta matéria compartilharei 10 hábitos saudáveis para profissionais muito ocupados. São dicas simples que podem transformar

sua rotina agitada em qualidade de vida.

1. Inicie o dia sem preocupações

Se a sua rotina é muito agitada, a prática de meditação guiada pode parecer loucura. Certamente este hábito seria extraordinário para a saúde mental, mas quero sugerir neste tópico alguns hábitos simples que podem beneficiar muito o seu dia sem tomar muito tempo.

Será que você precisa conferir os e-mails, redes sociais e mensagens logo ao acordar?

Deixe o celular de lado por um tempo. O hábito de se distrair logo ao acordar com possíveis notícias ruins pode prejudicar muito a sua saúde mental. Inicie o dia sem se preocupar com as tarefas que ficaram pendentes. Permita-se agradecer por mais um dia de oportunidades, antes de qualquer sentimento relacionado ao trabalho. Preste atenção na sua respiração, faça um breve alongamento e escute músicas que lhe acalmam.

A respiração adequada pode:

- Relaxar os músculos;
- Aumentar o foco e disposição;
- Reduzir a sensação de dor;
- Melhorar o sono.

2. Beba café, mas com moderação

Que o café nos deixa mais alertas no dia a dia já sabemos, mas será que quanto mais café melhor? A substância responsável por esse efeito é a cafeína, também presente em alguns alimentos e chás. A quantidade de cafeína varia de acordo com o tipo e preparo do café, confira:

Café descafeinado: 2 a 5mg

Café instantâneo: 40 a 108 mg

Café no coador: 64 a 124 mg

Café na máquina: 110 a 150 mg

A cafeína é uma substância absorvida de forma rápida e eficiente, com até 100% de biodisponibilidade no trato gastrointestinal após ingestão oral, e pode alcançar o pico de concentração na corrente sanguínea em aproximadamente 15 minutos após a sua ingestão de acordo com pesquisas do The Journal of Sports Medicine and Physical Fitness.

Esta substância age no sistema nervoso central (SNC) e é capaz de:

- Aumentar o estado de alerta;

- Melhora o desempenho cognitivo e físico;

- Acelera o metabolismo;

- Melhora o humor e influenciando nos fatores motivacionais (em doses controladas, pois o excesso pode agir de modo contrário).

Esses efeitos da cafeína no SNC são explicados pela ação contrária à adenosina, neuromodulador que inibe a liberação de neurotransmissores excitatórios como a dopamina. Mas o que isso significa nutri? Significa que a cafeína impede a ligação da adenosina (responsável por "relaxar o cérebro") em seus receptores, desta forma a cafeína reduz o cansaço mental e sono.

Aqui fica o alerta! É errado pensar que quanto mais cafeína melhor, o excesso pode ser muito prejudicial para quem já tem a rotina muito agitada e precisa lidar com a ansiedade constantemente. Altas dosagens dessa substância podem causar ansiedade, insônia, tremores e desidratação.

O excesso de cafeína vicia o cérebro no efeito da substância e você precisa aumentar a dose com frequência para sentir o mesmo efeito.

A dica da nutri é evitar mais de três xícaras de café ao dia e priorizar o turno da manhã para consumir a bebida. Se você percebe que está exagerando nas xícaras de café, busque fazer pausas do consumo da bebida, substituindo por chás calmantes como camomila, erva doce e melissa ou mesmo o café descafeinado.

3. Ao acordar, olhe para o sol

Um excelente hábito que faz toda a diferença no dia é se expor à luz solar logo ao acordar. Assim que levantar, abra a janela e olhe para o sol. Nosso corpo possui "relógios" em vários órgãos e tecidos, sincronizados pelo "relógio mestre" localizado no cérebro (núcleo supraquiasmático).

As células nervosas do núcleo supraquiasmático do hipotálamo são especializadas para detecção de luz na retina e estimulam a liberação de sinais aos demais relógios do corpo.

O hábito de olhar para o sol pela manhã, assim como reduzir as luzes ao anoitecer, ajudam a sincronizar o que chamamos de ciclo circadiano (equilíbrio entre todos os relógios do corpo).

Resumindo, olhar para o sol de manhã nos ajuda a sinalizar para todo o organismo que é dia e precisamos de foco e disposição para as atividades rotineiras. Isso também ajuda a regular os hormônios noturnos e melhorar a qualidade do sono.

4. Tenha alimentos naturais e de fácil consumo em casa e no escritório

É muito importante evitar os alimentos ultraprocessados pois a maioria deles são altamente calóricos e pouco nutritivos. Busque variar os alimentos naturais que você consome rotineiramente como grãos, raízes, tubérculos, legumes, verduras, frutas, castanhas, leite, ovos e carnes.

Os alimentos in natura e minimamente processados devem ser a base da alimentação para garantir os nutrientes necessários para o bom funcionamento do organismo e controle da fome. A cada refeição temos mais uma oportunidade de nutrir e proteger o corpo. Por isto, tenha frutas, castanhas e outros alimentos naturais para consumir nos lanches intermediários.

5. Beba água regularmente

Após acordar, beba um copo de água (não importa se é fria, quente ou morna), apenas adicione esse hábito na sua manhã para hidratar o organismo.

"Mas quanto de água devo beber por dia nutri?"

A quantidade ideal de ingestão hídrica diária varia de indivíduo para indivíduo, mas em geral, ingerir 35 ml por kg de peso é suficiente. Por exemplo, uma pessoa de 70 Kg deve beber aproximadamente 2,4 L de água (35 ml X 70 Kg).

6. Tenha uma boa noite de sono

O sono é essencial para a restauração dos tecidos, produção de energia, proteção do Sistema Nervoso Central (SNC), consolidação da memória, entre outras funções diretamente relacionadas à nossa disposição no dia a dia.

A restrição de sono aumenta a liberação de cortisol (conhecido como hormônio do estresse) ao longo do dia, o que desequilibra os níveis de serotonina (neurotransmissor do bem estar) e predispõe a comportamentos impulsivos (desejo por comer sem controle, especialmente carboidratos refinados e doces).

A restrição de sono prejudica a nossa capacidade cognitiva, produtividade e desregula nosso ciclo circadiano, desequilibrando todo o organismo.

Busque dormir todos os dias no mesmo horário. Quando mudamos a hora de dormir com frequência, o hormônio do sono (melatonina) provavelmente não será liberado no horário correto e a insônia torna-se um problema.

7. Não negligencie o autocuidado

Se a sua saúde não for prioridade hoje, será uma urgência amanhã, concorda? O trabalho é essencial, mas se não existir equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, os profissionais estarão cada vez mais esgotados e doentes. O reflexo dessa busca desenfreada por produtividade se mostra em pesquisas recentes que revelam que mais de **16,3 milhões de brasileiros sofrem com depressão**.

O autocuidado começa quando buscamos o autoconhecimento. Reconheça quais são as atividades que você mais gosta de fazer no tempo livre e permita-se ter mais tempos livres.

Eu adoro manter a rotina de exercícios físicos porque tornei o treino diário minha dose de



autocuidado. Na academia ou na pista de corrida me sinto livre para desligar do trabalho (apesar de amar a minha profissão) porque entendo que todo excesso é prejudicial.

8. Fique atento aos sinais de problemas

Sentiu algo estranho nos últimos dias? Fique atento(a) a sinais e sintomas como:

- Unhas quebradiças;
- Queda intensa de cabelo;
- Dores musculares;
- Cefaleia (dor de cabeça);
- Dores estomacais e intestinais;
- Reações alérgicas;
- Diarreia ou constipação intestinal;
- Fadiga excessiva;
- Tontura;
- Infecções frequentes;
- Ansiedade incontrolável.

Esses são alguns alertas de problemas de saúde. Se você notar algo que não era normal e passou a lhe incomodar, não demore para buscar o auxílio de um profissional da saúde, não espere ser tarde demais.

9. Movimente-se mais

Busque encaixar no mínimo 20 minutos de exercício físico na sua rotina. Por mais difícil que seja, desafie-se a praticar algum esporte por um mês para sentir o quanto estar em movimento melhora o seu humor e alivia a ansiedade.

Se você trabalha sentado(a) por muito horas, faça pausas para caminhadas de 2 minutos a cada hora. Você pode criar o hábito de levantar a cada 30 minutos para pegar um copo de água por exemplo. O mais importante é não deixar de se movimentar.

10. Busque o equilíbrio em todas as áreas da vida

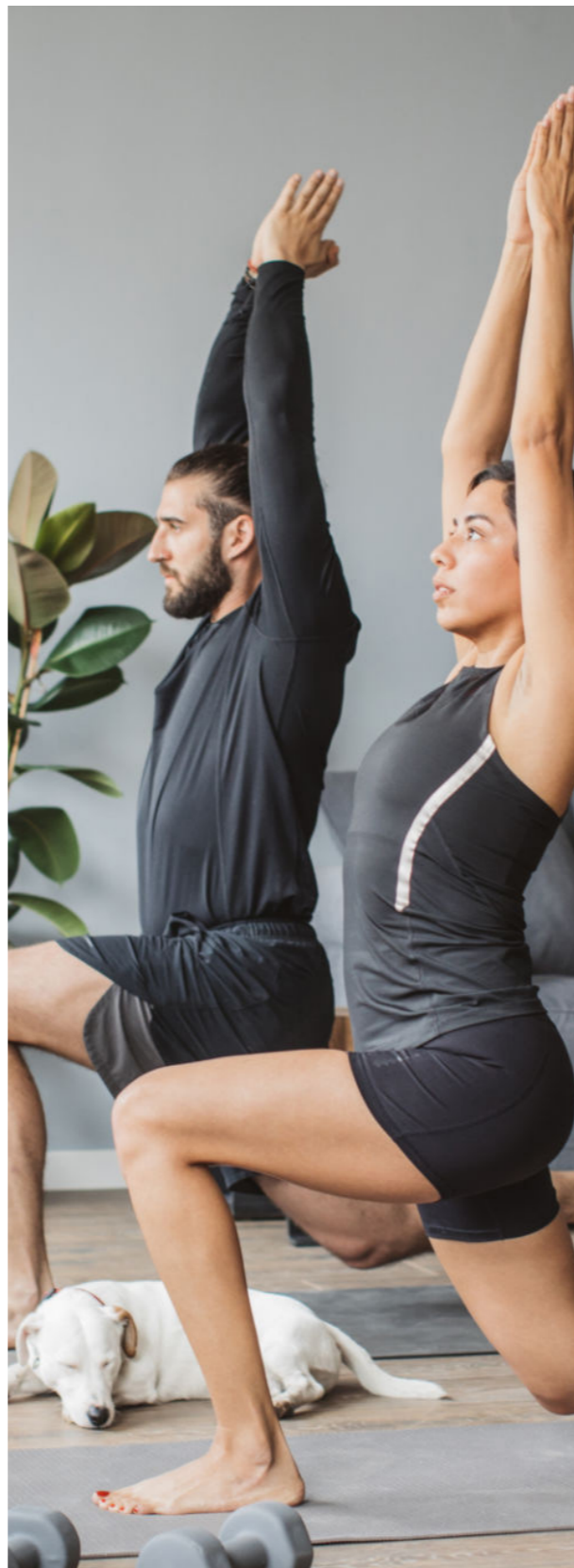
Preste atenção à sua respiração, seu corpo, seus pensamentos. O que está acontecendo neste momento? Permita-se desacelerar um pouco por alguns minutos todos os dias.

Pode parecer contra-intuitivo, mas reservar momentos para fazer o que nos faz relaxar nos torna mais produtivos e capazes de trabalhar melhor por mais tempo.

Por fim, a minha mensagem para você profissional muito ocupado é: reserve tempo para cuidar da sua saúde diariamente, por menor que seja a ação, priorizar a saúde é o seu melhor investimento. Conquiste a sua melhor versão com qualidade de vida.



Andryely Pedrosa
Eleita a 1º nutricionista LinkedIn Top Voices e Creator do Brasil. Mentora de nutricionistas, palestrante e autora do livro 365 ideias para nutricionistas. Apresentadora do quadro "Dicas da nutri" na BAND TV, Consultora Técnica da Athletica Nutrition, Embaixadora da saúde Desinchá e Mestranda em Saúde da Comunicação Humana.



Simple STORE Business.

Para quem é exigente com a qualidade dos produtos e com a sua qualidade de vida.

EM BREVE



Esporte e Negócios

A reinvenção do voleibol brasileiro

Manoela Penna

Muito se fala do case do vôlei brasileiro nos anos 90, fruto da vitoriosa parceria com o Banco do Brasil iniciada em 1991. Mercedamente. É um case e tanto marketing esportivo, um exemplo de reinvenção constante.

Um patrocínio de mais de 30 anos no Brasil é coisa rara. Como em toda relação longa, há ajustes permanentes em busca do equilíbrio, dificuldades a serem superadas e alegrias a serem comemoradas. Foram oito medalhas de ouro olímpicas desde que Banco do Brasil e CBV se encontraram, por exemplo.

“Na época em que o Banco do Brasil chegou ao voleibol nos anos 90, o objetivo era rejuvenescer a marca. Hoje, mais de 30 anos depois, o desafio é o mesmo. Estamos todos em permanente mudança e precisamos entender o momento em que vivemos”, diz Adriana Behar, medalhista olímpica e campeã mundial de vôlei de praia, hoje CEO da Confederação Brasileira de Voleibol.

Uma mulher (ex-atleta) à frente de uma das maiores entidades do esporte nacional. É sobre isso que vamos falar. Sobre a evolução constante da CBV através do marketing esportivo e da gestão.

Quando uma marca de milhões dá espaço à mulher-líder, temos algo mais aí. Adriana Behar está à frente de uma equipe que gere R\$ 108 milhões por ano, sendo 77% desse valor fruto de captação de patrocínio (12% vêm de convênios e 11% da Lei das Loterias, através do Comitê Olímpico do Brasil).

“O esporte por si só não basta. O esporte precisa entrar em temas relevantes para a sociedade. É vital abordar questões transversais como inclusão, sustentabilidade e tantas outras causas”, sentencia Behar, prova viva do olhar o voleibol sobre essa realidade. *“Estamos em um novo momento de nos reinventar e reinventar a relação com nossos parceiros e nosso público. O vôlei de praia quando entrou no programa Olímpico em 1996 era a inovação que o vôlei precisava, por exemplo. Agora buscamos o próximo passo”,* completa.

Behar fala de entregas digitais (e aí entram não só redes sociais, mas também o streaming) e da busca por um público jovem. Não apenas para atender aos novos anseios de seu principal patrocinador, mas sobretudo pensando no futuro de sua modalidade. A CBV tem pesquisas que mostram que



os fãs de vôlei, hoje, estão na casa de 35-40 anos em sua maioria, fruto, ainda, da geração de ouro de Barcelona 1992.

Em busca dessa conexão com faixas etárias mais jovens e de (re)despertar interesse por seu produto, a CBV investe 43% de seu orçamento (quase R\$ 50 milhões) na realização de eventos nacionais e internacionais no Brasil. Trata-se de uma estratégia certa para alavancar o marketing, desbravar novas oportunidades comerciais e liderar conversas através de sua comunicação. Falando, sempre que possível, de causas.

O melhor exemplo para tudo isso foi justamente a Liga das Nações realizada em Brasília no começo de junho desse ano. Do ponto de vista espetáculo, foram oferecidos 50 lugares na beira da quadra *“para levar o torcedor para dentro do jogo”,* segundo explicou Behar. Um aplicativo fazia com que o público pudesse encomendar comidas e bebidas no ginásio e receber em seu assento para que a experiência fosse a melhor possível e ele não perdesse nada do show. Em meio ao calendário de partidas, a seleção masculina se engajou com a Campanha Sinal Vermelho, contra violência doméstica.

“O fã é não só potencial consumidor, mas também a real base de praticantes e futuros atletas. A CBV precisa desenvolver essa base da pirâmide”, diz Behar, amparada pelo plano estratégico da entidade que traz imagem, responsabilidade social e resultado comercial ao lado de resultado esportivo e gestão. A bola está em jogo. E a CBV não quer perder esse set.



Manoela Penna tem mais de 25 anos de atuação em comunicação e marketing esportivo, atuando in loco em cinco edições de Jogos Olímpicos e dois Jogos Paralímpicos. Em 2002, fundou a Media Guide Comunicação (posteriormente In Press Media Guide), especializada em esportes, com dezenas de cases premiados nacional e internacionalmente para clientes como Unilever, Estácio, Nissan, Cuiabá na Copa do Mundo FIFA 2014 e GOL Linhas Aéreas na Copa do Mundo FIFA 2018 – esse último, vencedor de Leões no Festival de Cannes. Foi diretora de Comunicação e Marketing do Comitê Olímpico do Brasil de 2018 a 2021, quando se desligou para passar uma temporada na França.



Tecnologia

Tesla VS Apple: 10 anos de batalha!

Henrique Campos

Tornou-se público que há 10 anos atrás, em 2012, Elon Musk tentou vender a Tesla para a Apple, porém Tim Cook, o CEO da Apple, sequer quis ouvir a oferta de venda na época, que seria de 1/10 do valor atual da Tesla. Os anos passaram e atualmente os caminhos dessas gigantes se chocaram, não só em questão de stock options, mas numa briga direta pelo mercado de smartphones!

A Tesla acaba de anunciar o lançamento do seu primeiro Smartphone, o Model Pi Phone, que chega ao mercado para bater de frente com o Apple iPhone 13 Pro. Estes dois produtos estão à beira do que é melhor em todos os seus recursos. O incrível telefone Tesla Model Pi Mobile é outro dispositivo desenvolvido por Elon Musk para olhar para os próximos fãs da Tesla.

Já a Apple se tornou um brand de alta tecnologia e referência de qualidade, vendeu cerca de 200 milhões de smartphones em todo o mundo em 2021 e projeta um crescimento de quase 20% até o fim de 2022.

Não há como negar que a Apple faz muitas coisas boas com seus iPhones, que são atualizados todos os anos. No entanto, é quase certo receber um novo desafiante. O bilionário mais rico do mundo, que parece ter recursos virtualmente ilimitados para investir em seus produtos inovadores, está entrando nesse mercado para vencer, seu talvez, desafeto.

O Tesla Pi Phone possui tudo o que precisa para ser bem-sucedido com o suporte de Musk, embora ele tenha uma longa história de tornar realidade o que quer que seja. Se as pessoas ainda não estão convencidas, considere que a Tesla atualmente oferece os mais avançados veículos elétricos do mundo.

Milhões de entusiastas certamente preferem usar um telefone projetado por Musk para complementar seus outros itens da Tesla.

A Apple parece ter estado em concorrência com o Tesla que mostra a comparação do Tesla Model Pi Phone com o Apple iPhone 13 Pro.

Por um longo período de tempo, o fabricante do iPhone esteve ligado a relatos de que está trabalhando em um carro elétrico. Esse carro ainda não veio, mas a conversa não parou. Relembrando que Musk tentou vender a Tesla para a Apple durante um período em que a montadora já estava com sérios problemas, o que ele chamou de "inferno do desenvolvimento" apesar do fato de Musk nunca ter conhecido o CEO da Apple, Tim Cook, a Tesla prosperou desde então.

Então, o que comparar entre o telefone Tesla Model Pi e o Apple iPhone 13 Pro? Que métodos são usados para produzir os smartphones?

A Apple é conhecida por não fabricar seus telefones; em vez disso, a corporação projeta e desenvolve smartphones nos Estados Unidos antes de contratar a fabricação real. Lentes de câmera, CPUs, monitores e outros equipamentos são fabricados por parceiros em todo o mundo. O principal concorrente da Apple, a Samsung, produziu baterias para a empresa. A Bosch Sensortec na Alemanha fabrica o acelerômetro, enquanto a STMicroelectronics na Suíça fabrica o giroscópio. A Foxconn e a Pegatron, ambas sediadas em Taiwan, mas com fábricas em diversos locais, são duas empresas que montam os telefones da Apple.

A Tesla estabeleceu suas próprias fábricas de montagem, focando em manter seu legado de construir seus próprios produtos. Estabelecer uma fábrica para fabricar produtos, por outro lado, não é o mesmo que fábricas de veículos elétricos. A corporação contudo, adotou uma abordagem conservadora e terceirizou as primeiras unidades construídas do Model Pi.

Tesla Model Pi vs Apple iPhone 13 Pro

Features	Tesla Model Pi Phone	Apple iPhone 13 Pro
Screen Size	5.8 inches	6.1 inches
Screen Resolution	1920 x 1440 pixels	2532 x 1170 pixels
Pixel Density	400 PPI	460 PPI
Display Type	LTPS QHD+	Super Retina XDR OLED
Rear Camera Resolution	16 MP	12 MP + 12 MP + 12 MP
Front camera Resolution	13 MP	12 MP
Camera Features	Autofocus, Flash, Geo-Tagging, Touch Focus, Panorama, Digital Zoom, Face Detection	Digital Zoom, Auto Flash, Face detection, Touch to focus
Internal Storage	128 GB	128 GB
Operating System	Android Oreo 8.0	iOS v15
SIM Card Slots	Dual SIM	Dual SIM, GSM+GSM
SIM Card Type	SIM 1: Nano-SIM, SIM2: Nano-SIM	SIM1: Nano, SIM2: eSIM
Bluetooth	Yes, v4.2	Yes, v5.0

De fato, neste momento, sabe-se que o Pi Phone poderá fisicamente ir mais longe do que o iPhone, porque será usado no espaço, em viagens turísticas e científicas. O Model Pi Phone possui um microprocessador forte principalmente pela função de mineração de criptomoedas, mas também porque conta com a Oron Technologies da Neuralink de Musk, que tenta ler impulsos da mente humana transplantando chips para dentro, não por intenções nefastas, mas essa tecnologia auxilia no tratamento de várias condições médicas e pode ajudar pessoas com deficiências de fala a colocar seus pensamentos em voz.

Conectividade por satélite

Apple iPhone 13 Pro

O iPhone 13 deveria incluir conexão via satélite, mas isso não aconteceu.

Tesla Model Pi

O Pi Phone, por outro lado, poderá de fato usar o serviço da Starlink para se conectar à Internet em alta velocidade. Você definitivamente já ouviu falar do Starlink, um dos mais novos empreendimentos de Musk, que está ganhando força muito rapidamente.

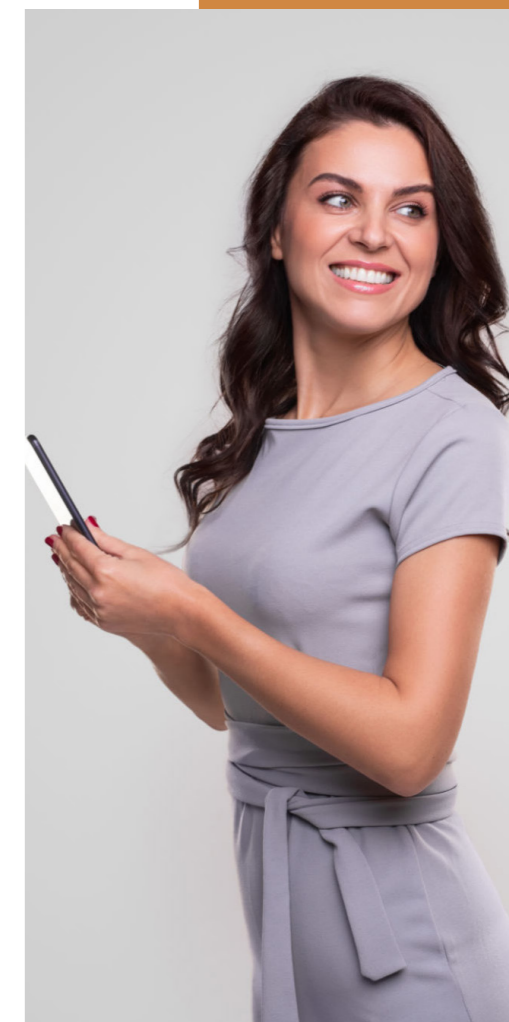
Integração com outros produtos Tesla

Apple iPhone 13 pro

Muitos proprietários de carros da Tesla estão usando o aplicativo Tesla em seus iPhones para controlar seus automóveis remotamente. No entanto, como a Tesla não possui o sistema operacional do telefone, o aplicativo permaneceu como um aplicativo de terceiros, limitando algumas funções.

Tesla Model Pi

O Tesla Model Pi Phone, por outro lado, será mais integrado aos veículos Tesla e outros itens como Painéis solares, baterias domésticas, soluções de energia, Robôs assistentes e demais produtos.



Disponibilidade

Apple iPhone 13 Pro


O iPhone da Apple já existe há muito tempo, e a Apple continua lançando novos modelos ano após ano.

Tesla Model Pi

O Tesla Model Pi Phone ainda está a caminho, testes finais de suas baterias solares ainda estão sendo concluídos. Mas a previsão é que o smartphone chegue as lojas no segundo semestre de 2022.



Henrique Campos, PhD em Ciência da Computação pela Unicamp com 20 anos de experiência corporativa em Tecnologia e Segurança da Informação vivenciados em grandes empresas. Atualmente é Conselheiro e Advisor para tecnologias emergentes e futuras, inovação e cyber security para startups e empresas do mercado de tecnologia.



mercado
livre

MERCADO LIVRE

Volume de vendas do Mercado Livre atinge US\$ 7,7 bilhões, alta de 31,6% ano contra ano em moeda constante.

Mercado Pago processou US\$ 25,3 bilhões em pagamentos, alta de 81,2% em moeda constante.

Receita líquida da companhia foi de US\$ 2,2 bilhões, crescimento de 67,4% em moeda constante.

A receita operacional foi de US\$ 139 milhões, com margem de 6,2%.

Com 6,7 milhões de novos usuários, a base de usuários ativos atingiu 80,8 milhões ao final do trimestre, alta de 15,7%.

Entrevista

Mercado Livre registra receita líquida recorde de US\$ 2,2 bilhões no primeiro trimestre

O Mercado Livre (Nasdaq: MELI) — empresa líder em tecnologia para e-commerce e serviços financeiros da América Latina — atingiu um novo recorde de receita total no primeiro trimestre de 2022, superando a performance do quarto trimestre do ano passado. A receita líquida alcançou US\$ 2,2 bilhões no primeiro trimestre de 2022, crescimento de 63,1%, em dólar, e de 67,4% em moeda constante, na comparação com o mesmo período de 2021. O Brasil representa 55% da receita líquida total do Mercado Livre, tendo alcançado US\$ 1,2 bilhão e crescimento de 54,8% em reais.

A receita líquida do negócio de commerce aumentou 40,2% em dólares na comparação anual, para US\$ 1,3 bilhão, impulsionada pelos cerca de 40 milhões de compradores únicos no trimestre. Os consumidores se mantêm ativos, gerando crescimento na quantidade de itens por comprador em relação ao ano passado, mesmo com os efeitos da pandemia. Já a receita líquida de fintech cresceu 107,9% em dólares, chegando a US\$ 971,1 milhões, ano contra ano. No primeiro trimestre, o Mercado Pago registrou quase 36 milhões de usuários ativos, alta de 31,1%, com crescimento em todos os mercados da região, sobretudo nos serviços de pagamento via carteira digital e usuários de crédito.

“Atingimos um novo recorde em termos de receita total, reflexo da melhora na rentabilidade em ambos os negócios de commerce e fintech. Nossas margens brutas melhoraram com a melhor alavancagem operacional sobre nossa base de custos. Em linha com nosso objetivo de crescer de maneira rentável, mantivemos

as margens consolidadas de lucro operacional em níveis semelhantes aos do ano passado. O desempenho do resultado final foi igualmente forte, entregando lucro líquido recorde para um primeiro trimestre”, afirma André Chaves, vice-presidente sênior de Estratégia e Desenvolvimento Corporativo do Mercado Livre. “O crescimento do marketplace se manteve consistente, sobretudo devido ao comportamento e crescimento da base de compradores. A variedade do sortimento e a qualidade da base de vendedores nos coloca em uma posição única para impulsionar o crescimento contínuo e rentável. O Mercado Pago também teve um desempenho muito animador, com a carteira de crédito apresentando crescimento lucrativo consistente, assim como com crescimento no volume de pagamentos da conta digital e aquisição. Tivemos um início de ano muito forte, estabelecendo uma base sólida para os próximos meses que serão desafiadores”, completa.

A Simple Business, o Mercado Livre, nos deu informações a respeito de e-commerce, ecossistema da empresa, resultados financeiros, inovação, investimentos, futuro e a parceria fundamental de logística com a Gol Linhas Áreas.

Commerce

O volume de vendas (GMV) do marketplace atingiu US\$ 7,7 bilhões no primeiro trimestre, crescimento de 26,5%, em dólar, e de 31,6% em moeda constante. Ao todo, foram vendidos 266,7 milhões de itens, o que representa um crescimento de 20,1%. O volume total de anúncios registrados na plataforma chegou a 329 milhões. O Brasil se destaca na região com crescimento de 23,2% no GMV, em moeda

constante, atingindo US\$ 3,4 bilhões, e 137 milhões de itens vendidos no período — sendo 6,6 itens por comprador, o nível mais alto da média histórica para o primeiro trimestre.

Com o Mercado Envios, 254,3 milhões de itens foram enviados na região, aumento de 22,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Foram significativos os avanços na execução e velocidade do Mercado Envios, cuja penetração atingiu 98,4% de toda operação, acima dos 96,6% registrados no mesmo trimestre de 2021. Desse total, mais de 90,5% corresponde à rede gerenciada do Mercado Livre — sendo 40% dos envios via modelo fulfillment. Do volume geral de mercadorias, cerca de 80% foi entregue em até 48 horas e cerca de 54% no mesmo dia ou no dia seguinte à compra.

Os serviços do ecossistema de commerce seguem em expansão, sobretudo Mercado Ads, que tem sido um destaque consistente em termos de crescimento e margem. A receita do negócio de publicidade digital quase dobrou no primeiro trimestre, ano contra ano, tendo investido consistentemente em tecnologia para ampliar a presença de anúncios no ecossistema.

Fintech

A carteira de crédito atingiu mais de US\$ 2,4 bilhões — era US\$ 1,7 bilhão ao final de 2021 —, apresentando crescimento lucrativo consistente, alinhado com nossas expectativas. No período, o Mercado Crédito concedeu mais de US\$ 1,7 bilhão em créditos, quase o triplo do valor registrado no primeiro trimestre de 2021.

Já o volume total de pagamentos (TPV) via Mercado Pago atingiu US\$ 25,3 bilhões pela primeira vez, crescimento de 72,0%, em dólar, e de 81,2% em moeda constante. Já o volume total de transações (TPN) no período cresceu 73,2%, ano contra ano, superando cerca de 1,1 bilhão no primeiro trimestre, o segundo consecutivo.

O volume total de pagamentos via Mercado Pago, fora da plataforma do Mercado Livre, também continua crescendo, atingindo US\$ 17,2 bilhões, crescimento de 103,2%, em dólar, e de 138,6% em moeda constante. Os pagamentos fora da plataforma do Mercado Livre estão crescendo muito no Brasil, onde avança também o número de novos vendedores, sobretudo devido às operações com PIX.

O total de pagamentos processados pode ser dividido entre o volume total de cobranças processadas e o volume total de transações de contas digitais. O primeiro inclui cobranças na plataforma do Mercado Livre, cobranças online e cobranças processadas por meio das maquininhas de cartão Point e dispositivos QR, que totalizaram US\$ 17,4 bilhões, crescendo 46,4% em dólar, ano contra ano, e 52,4% em moeda constante. No primeiro trimestre, foram vendidas mais 1,1 milhão de maquininhas, alta de 18,2% ano contra ano, com destaque para Brasil, Argentina e México.

No Brasil, ainda é notável o crescimento da base de vendedores que passaram a adotar dispositivos QR, sobretudo micro e pequenos empreendedores que já utilizavam maquininhas e adotaram também essa modalidade. Com isso, o volume total de pagamentos via código QR quadruplicou no trimestre, ano sobre ano.

O volume de transações por meio da carteira virtual, que inclui ainda transferências entre usuários do Mercado Pago, transações de cartão de crédito, débito e pré-pago, cresceu 178,5% em moeda constante, na comparação anual, totalizando quase US\$ 8 bilhões.

Ao final de março, mais de 22,7 milhões de usuários contavam com fundos investidos no fundo, que reúne os usuários de conta digital com rendimento. O portfólio de produtos de poupança e investimentos mantém seu rápido



crescimento, impulsionado pelo lançamento da carteira de criptomoedas ao final do ano passado. No Brasil, único país onde o serviço opera atualmente, a base de usuários da carteira de criptomoedas segue crescendo.

No período, foram distribuídas mais de 522 mil apólices de seguros, volume 6,0% maior do que aquele registrado no primeiro trimestre do ano passado, impulsionado pela maior penetração dos produtos na Argentina, Brasil e México. No Brasil, a distribuição de seguros para cartão e para pagamentos via PIX reforçam a oferta de seguros do Mercado Pago.

Desempenho financeiro

O lucro bruto do Mercado Livre foi de cerca de US\$ 1,1 bilhão, aumento de 81,5% em dólares na comparação com o mesmo período do ano anterior. As margens brutas melhoraram ano a ano, com melhor alavancagem operacional sobre a base de custos. A receita operacional foi de US\$ 139 milhões, crescimento de 53,5% em dólares, e o lucro líquido bateu os US\$ 65 milhões.

A base geral de usuários únicos ativos do ecossistema atingiu 80,7 milhões ao final do trimestre, alta de 15,7% em comparação com o mesmo período de 2021 — sendo 6,7 milhões de novos usuários incorporados somente no primeiro trimestre deste ano.

Em linha com a estratégia e investimentos previstos para a América Latina, o Mercado Livre anunciou que mais de 14 mil novos colaboradores diretos serão incorporados à operação, em todo ecossistema de commerce e fintech. Com isso, o total de colaboradores vai saltar dos atuais 29 mil colaboradores — ao final de dezembro de 2021 — para mais de 44 mil até o final de 2022.

Dados Gerais Mercado Livre – último trimestre 2021:

“O ano passado nos trouxe desafios, mas muitas oportunidades também. A partir da dedicação das equipes e foco nos nossos objetivos estratégicos, superamos as principais restrições impostas pela pandemia e as mudanças do cenário macroeconômico, em um ambiente altamente competitivo. Além de celebrar um ano de resultados recordes, com crescimento forte, melhores margens e resultado operacional, o investimento em tecnologia nos permitiu manter um ecossistema confiável e ágil, conectando mais pessoas e impactando positivamente nossos mais de 76 milhões de usuários. A transformação gerada pela nossa fintech, cuja base de usuários e serviços cresceu ainda mais, nos permite criar valor e acelerar a inclusão financeira em um momento tão importante. O Mercado Livre é a escolha da maioria dos brasileiros e nós seguiremos retribuindo esse voto de confiança, impulsionando o de-

envolvimento sustentável da América Latina e criando novas formas de democratizar o comércio e os serviços financeiros”, afirma Stellego Tolda, co-fundador do Mercado Livre.

Destaques gerais de negócios (Q4/2021):

- A base de usuários únicos ativos durante o trimestre aumentou 11,1% em comparação com o mesmo período de 2020, atingindo 82,2 milhões;

- O volume de vendas (GMV) foi de US\$ 8 bilhões, representando um crescimento ano a ano de 21,2% em dólar e de 32,2% em moeda constante — 75,5% desse valor provém de transações feitas em dispositivos móveis;

- Foram vendidos 287,9 milhões de itens, o que significa um crescimento ano a ano de 25,5% na América Latina;

- O Brasil se destaca na região com crescimento de 22,7% em GMV e 149 milhões de itens vendidos no período — destaque para o volume de itens por usuário, o mais alto da média histórica;

- Cerca de 300 milhões de anúncios foram registrados em nossa plataforma;

Com Mercado Envios, 275,9 milhões de itens foram enviados, aumento de 29,0% em relação

ao mesmo período do ano anterior;

- Os avanços na execução e velocidade da rede gerenciada do Mercado Livre foram significativos em toda América Latina — envios via rede gerenciada atingiram 89,5% da operação, acima dos 76,5% registrados no mesmo trimestre de 2020, sendo mais de 40% via fulfillment. Quase 80% do volume geral de mercadorias foi entregue em até 48 horas e cerca de 60% no mesmo dia ou no dia seguinte à compra. Considerando a operação fulfillment, o prazo de envio médio foi de menos de 24 horas — no Brasil, no quarto trimestre, aumentou consideravelmente o volume de mercadorias na modalidade fulfillment, incluindo a operação de itens de grande porte, como linha branca, eletrônicos e eletrodomésticos, o que reforça o investimento nas operações de armazenamento.

Destaques do trimestre para o Mercado Pago:

- O volume total de pagamentos (TPV) via Mercado Pago atingiu US\$ 24,2 bilhões, crescimento de 52,1%, em dólar, e de 72,8% em moeda constante — o volume total de transações (TPN) no período cresceu 56,1%, ano contra ano, atingindo 1.028,9 milhões no segundo trimestre;

- O volume total de pagamentos via Mercado Pago fora da plataforma do Mercado Livre, continua crescendo, atingindo US\$ 16,1 bilhões, crescimento de 75,1% em dólar e de 96,5% em moeda constante. Já o número de transações de pagamento atingiu 849,9 milhões, crescimento de 69,4% na mesma comparação anual;

- Os pagamentos fora da plataforma do Mercado Livre estão crescendo muito no Brasil, onde cresce também o número de novos vendedores sobretudo devido às operações com PIX;

- O volume total de pagamentos processados pode ser dividido entre o volume total de cobranças processadas e o volume total de transações de contas digitais. O primeiro inclui cobranças na plataforma do Mercado Livre, cobranças online e cobranças processadas por meio das maquininhas de cartão Point e dispositivos QR, que totalizaram US\$ 17,2 bilhões, crescendo 51,1%, ano contra ano, em moeda constante;



- Em 2021, foram vendidas mais 4,7 milhões de maquininhas, com destaque para Brasil e Argentina, além de avanços significativos no México e lançamento deste produto no Chile. No Brasil, é notável o crescimento da base de vendedores que passaram a adotar dispositivos QR, nos últimos trimestres, sobretudo micro e pequenos empreendedores que já utilizavam maquininhas e adotaram também essa modalidade e vice-versa;

- Por sua vez, o volume de transações por meio da carteira virtual, que inclui ainda transferências entre usuários do Mercado Pago, transações de cartão de crédito, débito e pré-pago, cresceu 138,3% em moeda constante na América Latina, na comparação anual, totalizando US\$ 7,1 bilhões;

- A carteira do Mercado Crédito atingiu quase US\$ 1,7 bilhão, superando três vezes o valor registrado no quarto trimestre de 2020;

- 22,3 milhões de usuários da região já têm valores investidos no Mercado Fondo — que reúne os usuários de conta digital com rendimento — totalizando mais de US\$ 1,2 bilhão investidos;

- Ao longo de 2021, foram distribuídas mais de um milhão de apólices de seguros. No Brasil, a distribuição de seguros para cartão e para pagamentos via PIX, lançados recentemente, reforçou a oferta de seguros do Mercado Pago, o que estimula que novos serviços sejam constantemente adicionados e integrados à conta digital, reforçando sua proposta de concentrar todos os serviços financeiros dos usuários;

- O portfólio de produtos de poupança e investimentos disponíveis aos usuários cresceu rapidamente por meio do lançamento da carteira de criptomoedas no Brasil ao final do segundo semestre.

Resultados financeiros do trimestre:

- A receita líquida do quarto trimestre foi de US\$ 2,1 bilhões, aumento ano a ano de 60,5%, em dólar, e de 73,9% em moeda constante;

- A operação no Brasil representa 53% da receita líquida total da companhia, tendo alcançado US\$ 1,13 bilhão, crescimento



de 56%, em dólar, e de 62,4% em real, ano contra ano;

- A receita líquida do negócio de e-commerce aumentou 55,6% em dólar, na comparação anual, atingindo US\$ 1,3 bilhão. Enquanto a receita líquida da sua fintech cresceu 70,1% em dólar, ano contra ano, chegando a US\$ 773,0 milhões;

- O lucro bruto foi de US\$ 853,2 milhões, aumento de 40,0% contra 36,8% no mesmo trimestre do ano anterior;

- A receita operacional foi de US\$ 23,3 milhões, em comparação com a perda de US\$ 25,1 milhões durante o mesmo período do ano anterior — como percentual da receita, o resultado operacional foi 1,1%;

- O prejuízo líquido, antes de impostos, foi de US\$ 33,9 milhões no trimestre, em comparação com a perda de US\$ 44,0 milhões durante o mesmo período de 2020;

- O prejuízo líquido do trimestre totalizou US\$ 46,1 milhões, resultando em uma perda de US\$ 0,92 por ação.

A companhia publica ainda seu Relatório de Sustentabilidade anual, pela primeira vez de maneira integrada, concentrando sua agenda financeira e não financeira na América Latina e permitindo, assim, maior compreensão da capacidade do Mercado Livre de gerar valor e impacto econômico e socioambiental ao longo do tempo.

Informações adicionais:

Ano de fundação: 1999, na Argentina
18 países (Brasil, Argentina, México, República Dominicana, Honduras, Nicarágua, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Costa Rica, Colômbia, Equador, Peru,

Bolívia, Paraguai, Chile, Uruguai)

Número de funcionários: Cerca de 29 mil colaboradores na América Latina, sendo mais de 12 mil colaboradores no Brasil

Investimento de R\$ 17 bilhões no Brasil em 2022 - fevereiro/2022

O Mercado Livre, empresa líder em tecnologia para o e-commerce e serviços financeiros da América Latina, anunciou que investirá R\$ 17 bilhões no Brasil em 2022, valor 70% maior na comparação com o último ano. O alto investimento faz parte da estratégia de crescimento e consolidação da liderança da companhia, que já anunciou recentemente a inauguração de quatro novos centros de distribuição no estado de São Paulo, aumentando para mais de 2 milhões de pacotes a sua capacidade diária de transação logística. Parte significativa desse investimento também será destinada ao avanço da oferta do Mercado Pago, com novos serviços, produtos e experiências integrados à conta digital, reforçando o seu objetivo de concentrar a gestão financeira dos usuários em um mesmo lugar.

“A aceleração nos investimentos é reflexo do nosso crescimento sustentável e constante no país, em conexão com o nosso compromisso de democratizar o comércio e os serviços financeiros para pessoas e empresas por meio da internet”, destaca Fernando Yunes, vice-presidente sênior do Mercado Livre no Brasil. No ano passado, a empresa conquistou resultados recordes, com forte crescimento, melhores margens e resultado operacional. Ao final do ano, o Mercado Livre contabilizava mais de 76 milhões de usuários, sendo mais de 9 milhões

Resumo do resultado anual de 2021

(em milhões)	2021	2020
Usuários ativos únicos	139,5	132,5
Volume total de dinheiro transacionado (GMV em US\$)	28.350,9	20.926,8
Itens vendidos	1.014,3	719,3
Itens enviados	962,3	649,2
Volume total de pagamentos processados (TPV em US\$)	77.371,1	49.756,8

As cifras foram calculadas usando valores arredondados. Os cálculos de crescimento com base nesta tabela podem não representar o total exato devido aos arredondamentos.



de vendedores únicos e grandes marcas, responsáveis pelas mais de 32 vendas por segundo na plataforma.

A expansão do quadro de colaboradores, que deve se manter neste ano, representou parte importante dos investimentos, com destaque para os profissionais de logística, tecnologia e serviços financeiros. O Mercado Pago, por sua vez, atingiu 34,5 milhões de usuários ativos, encerrando o ano de 2021 com a entrega de mais de 1/3 do faturamento de todo o grupo no Brasil. “Nossa rápida transformação nos permite acelerar a inclusão financeira dos brasileiros em um momento muito importante. Seguiremos investindo em tecnologia para proporcionar acesso simples e seguro aos serviços financeiros”, ressalta Tulio Oliveira, vice-presidente do Mercado Pago no Brasil. Em ambos os negócios é alto o investimento em tecnologia voltada a soluções, experiência dos usuários e segurança.

E-commerce

Com os quatro novos centros de distribuição, o Mercado Livre passará a contar, até o final do ano, com uma estrutura logística de: 12 centros de distri-

buição fulfillment, 1 receiving center, 17 cross dockings, mais de 100 services centers e 3 mil agências Mercado Livre. Esses ativos aumentam a infraestrutura logística para 1.029 km em operações de fulfillment, onde a empresa é responsável por todo o processo logístico, desde o estoque de produtos até a entrega ao consumidor final. A companhia tem uma frota própria de veículos composta por 51 carros elétricos, 3 mil caminhões, 1.100 vans, 3 aviões e 26 carretas movidas a gás e mais de 13 mil veículos atuando na última milha.

Atualmente, na modalidade em que é responsável por todo o processo logístico, o Mercado Livre realiza envios de produtos no mesmo dia para 50 cidades, cujos CEPs cobrem 20% das vendas, e em até 1 dia para 2,1 mil cidades, alcançando 75% das entregas, e em até 2 dias para 4,7 mil cidades do Brasil, cobrindo 90% das entregas.

Fintech

O Mercado Pago se destaca pela expansão das operações com criptomoedas a partir da sua conta digital. Em pouco mais de dois meses oferecendo a possibilidade de compra,

venda e reserva desses ativos, o Mercado Pago alcançou a marca de 1 milhão de usuários do serviço no país, o que reafirma o potencial de crescimento. A expansão de serviços e produtos, assim como o investimento em iniciativas de inclusão e educação financeira, são objetivos para 2022.

Grande incentivador do Pix, o Mercado Pago registrou crescimento de mais de 700% em transações com o meio de pagamento, no acumulado de 2021. Diante da grande adesão dos brasileiros ao serviço, a empresa também está investindo em atrelar inovações à modalidade, como fez recentemente ao lançar o parcelamento com QR Pix por meio de crédito pessoal, antecipando aos usuários a experiência de fases futuras dessa agenda. Além disso, a fintech foi a primeira instituição a oferecer depósitos com o iniciador de pagamento, melhorando a experiência do usuário e abrindo portas para ampliar o uso do Pix no e-commerce. O avanço da agenda de Open Finance, que é fundamental para a estratégia da companhia, traz a oportunidade para a empresa continuar inovando e oferecendo soluções financeiras simples

e acessíveis.

Expansão logística - abril 2022:

Mercado Livre e GOL anunciam acordo de longo prazo em um novo modelo de negócio

De um lado, o Mercado Livre - líder em tecnologia para e-commerce e serviços financeiros na América Latina - dá mais um passo em sua estratégia para democratizar o comércio e o dinheiro e, do outro, a GOL Linhas Aéreas, a maior Companhia aérea do país, estreia na operação de aviões cargueiros por meio de sua unidade de logística, a GOLLOG. Juntas, as empresas anunciam um acordo de grande relevância para o mercado de logística e de aviação no Brasil, com a operação dedicada de aviões para transporte exclusivo de cargas.

O negócio contempla seis aeronaves da GOL modelo Boeing 737-800 e faz parte do pacote de investimentos de R\$ 17 bilhões que o Mercado Livre anunciou para este ano no Brasil. Com a força operacional da Companhia aérea, a empresa espera reduzir em até 80% o tempo de entrega para rotas mais longas, como as regiões Norte e Nordeste, e em até 50% em rotas médias, como Centro-Oeste.

Três aeronaves da GOL entram em operação no segundo semestre deste ano. Outras três serão integradas à frota até o terceiro trimestre de 2023. O acordo considera também a opção de adicionar outras seis aeronaves de carga até 2025. “A expansão da frota aérea é vital para seguirmos com a missão do Mercado Livre de democratização do comércio eletrônico e torna-se ainda mais latente em um país de dimensões continentais como o Brasil. Com este reforço teremos voos diretos saindo de São Paulo e, considerando cargas armazenadas em Fulfillment, vamos reduzir o tempo de entrega para as Regiões Norte e Nordeste em até 80%, alterando o prazo de entrega de Manaus, por exemplo, de 9 dias para apenas 1 dia. Em capitais do Nordeste, o prazo atual



de 4 dias também cairá para apenas 1. Já os consumidores de Goiânia e Cuiabá, por exemplo, passarão a receber seus pacotes Full no dia seguinte”, afirma Fernando Yunes, vice-presidente Sênior e líder do Mercado Livre no Brasil. “Estamos muito otimistas em relação ao nosso acordo com a GOL, o enxergamos como peça fundamental no fortalecimento de nossa trilha de crescimento no e-commerce e estratégia de expansão regional”, completa.

Os aviões destinados à operação fazem parte da frota atual da GOL e passarão por um processo de conversão para cargueiros, sendo designados como 737-800 BCF (Boeing Converted Freighter), equipamentos inovadores em termos de carga e eficiência, com capacidade de 24 toneladas. Finalizados, terão a cor e a logomarca do Mercado Livre. A GOL Aerotech, unidade de negócios da Companhia especializada em manutenção, reparos e revisões de aeronaves e componentes, a maior da América Latina, está em processo

de certificação para executar integralmente as conversões das próximas aeronaves em seu centro de manutenção em Confins – MG.

“Este modelo de negócio anuncia uma nova fase para a GOL e para a GOLLOG. A expansão do escopo de serviços da nossa unidade de logística com operações de aviões cargueiros para o líder do mercado de e-commerce na América Latina traz, de forma estruturada e sustentável, eficiência de escala e segurança econômica para as duas empresas, além do crescimento do mercado esperado para os próximos anos”, diz Paulo Kakinoff, CEO da GOL Linhas Aéreas.

A GOL está se estruturando para atender as necessidades do crescente mercado brasileiro de e-commerce, que responde atualmente por mais de R\$180 bilhões em receitas anuais, com um gasto anual de mais de R\$12 bilhões em serviços logísticos. Com as operações exclusivas para o Mercado Livre, a GOL espera gerar diretamente

100 novas vagas de trabalho e aproximadamente 90 posições indiretas. “Estimamos que a GOLLOG registre um aumento de aproximadamente 80% na capacidade ofertada em toneladas e aumente a gama de serviços oferecidos com uma receita incremental de R\$100 milhões em 2022 e de mais de R\$1 bilhão nos próximos 5 anos”, complementa Julio Perotti, diretor executivo da GOLLOG.

A Companhia aérea mantém seu plano de frota de encerrar o ano com 136 aeronaves, das quais 44 do modelo Boeing 737-MAX 8 e 92 em Boeing 737-NG. A destinação das 6 aeronaves exclusivas para operação de cargas inaugura um novo capítulo de eficiência na redução dos custos unitários da GOL, uma vez que, combinada com a aceleração na transformação da frota para 737 MAX, permitirá maior diluição dos custos fixos, redução da ociosidade existente e incremento de novas oportunidades de geração receitas auxiliares.



Operação:

- 12 CDs Full (alguns ainda em fase de obras)
- 1 Receiving Center
- 17 Cross Dockings
- 96 Service Centers - serão 116 até o final de 2022
- 91 Services Centers dedicados a ME Extra - serão 116 até o final de 2022
- 3 mil Agências Mercado Livre

Frota:

3 aviões no Brasil operando atualmente. Com as 6 anunciadas neste novo contrato, serão 9 aeronaves até o final de 2023. O contrato prevê ainda a possibilidade de mais 6 aviões até 2025.

- 3.000 caminhões (45 são movidas à gás)
- 1.100 vans próprias
- 271 carros elétricos
- 13.000 veículos atuando em última milha

Velocidade de Envios:

Envios Rápidos para todo o Brasil (na modalidade Fulfillment):

No mesmo dia: 50 principais cidades, cujos CEPs cobrem 20% das vendas

Até 1 dia: 2,1 mil cidades, alcançando 75% das entregas

Até 2 dias: 4,7 mil cidades do Brasil, cobrindo 90% das entregas

Live commerce

Mercado Livre Live - plataforma de live commerce do Mercado Livre

Desde 2021, o Mercado Livre vem investindo em uma experiência de compra única, divertida, interativa e muito mais social. O Mercado Livre Live é a plataforma de live commerce que oferece um novo canal de vendas e branding, com transmissões ao vivo e integradas ao marketplace da companhia. Com programas ao vivo e diários dentro do aplicativo do Mercado Livre, a plataforma é uma ferramenta de negócios para sellers e influenciadores.

Scale-ups: As empresas consolidadas que crescem como as startups. **Startup**

Fernando Seabra

Você já teve a impressão de que seu negócio jamais alcançará resultados exponenciais como uma startup? Fique tranquilo! É comum a curiosidade de empresários convencionais, se assim podemos nomeá-los, acerca da possibilidade de que seus negócios possam um dia se tonam uma startup ou crescer da mesma maneira.

E para compreender tal contexto, antes devemos saber que uma startup é formada por um grupo de pessoas que se juntam em prol da resolução de uma dor, lucrando com a solução, tendo como base um negócio repetível e escalável com bases tecnológicas, valendo ressaltar que possuem uma grande taxa de mortalidade por operar em constante risco, durando em média 5 anos.

E é por operar em constante risco, que ela pode alcançar níveis exponenciais altíssimos em um curto espaço de tempo e cair em desuso na mesma velocidade, em alguns casos até sendo extinta do mercado.

Em contraponto, citamos a scale-up, sendo que tal conceito, surgiu após revisões na literatura acadêmica na área, sendo um termo recente, que se remete a empresas que mantem o crescimento em seu faturamento de no mínimo 20 % ao ano, mantendo tal crescimento por um longo período e sendo escalável.

E se a pergunta é: minha empresa pode se tornar uma scale-up?

A resposta é "Sim"!

Uma scale-up pode alcançar altos níveis, mas levará mais tempo para que isso ocorra em relação a uma startup, sendo que aproximadamente 90 % dessas empresas atuam no mercado a mais de 5 anos, tendo em média 14 anos de trabalho contínuo devido ao modelo de negócios que ela possui, com base em conhecimento e experiência, podendo ou não possuir bases tecnológicas.

Como em toda organização, existem vantagens e desvantagens. O fato de ela ser dinâmica é um ponto relevante para que ela se torne firme no mercado, mesmo com incertezas e mudanças contínuas, pois ela possui produtividade efetiva, desenvolve economicamente sua região, supera crises por se adaptar facilmente, crescendo lentamente, mas de maneira contínua. Devemos considerar o fato de que pelo seu modelo de crescimento, é necessário que se tenha atenção constante com a imagem da marca e se preciso, realizar o reposicionamento constante, sendo gerida com bases sólidas e foco constante na aquisição de conhecimentos.



Outra dúvida constante é se uma empresa tradicional pode se tornar uma scale-up, e sim, uma empresa considerada normal pode se tornar uma scale-up buscando por conteúdo que é tido como base no desenvolvimento de tal conceito, onde a validação deve ser constante e as estratégias devem ser pensadas de acordo com o mercado.

De acordo com dados de 2020, no Brasil, existem mais de 20 mil scale-ups e de acordo com o site da Endeavor: são 0,5% do total de empresas do país responsáveis por quase 70% dos novos empregos gerados, contratando em média 31,3 funcionários por ano, sendo a média das empresas normais de 0,34%, sendo que tais empresas, não são apenas empresas gigantescas e sim, pequenas e médias empresas, em torno de 92% delas, considerando as particularidades que devem ser consideradas para que se encaixe no perfil.

É extremamente relevante compreender que uma scale-up, tem como segredo do sucesso o conteúdo como base e o foco constante nas relações humanas, detalhes que somados a experiência, podem promover crescimentos exponenciais.

Espero que você aplique tais conhecimentos em seus negócios!



Fernando Seabra é Advisor no Batalha das Startups, Mentor do Planeta Startup, Diretor da Fiesp, Diretor de Inovação da ACSF - Associação Comercial de São Paulo, Avaliador Shark Tank Brasil, Cofounder no Angel Investor Club, Influenciador da SAP Brasil, Embaixador da Fluência na Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia, Professor em diversos MBA's na área de Inovação e Empreendedorismo, e Criador da Metodologia Pitch Canvas.





Mercado Financeiro

Vai deixar sua aposentadoria na mão do estado?

Matheus Freitas

Por que pagar plano de saúde se existem hospitais com atendimento gratuito? Para que gastar dinheiro com escolas particulares sabendo que existem escolas públicas? Creio ser simples a resposta: o estado não tem a capacidade de entregar um bom serviço, por isso pessoas pagam por eles. Já quando o assunto é aposentadoria não é diferente. É quase unânime o desejo de planejar um futuro onde se possa viver sem depender do próprio trabalho, com rendimentos mensais de seus investimentos. Para que isso ocorra existem duas variáveis importantes a se considerar, TEMPO e JUROS.

Não é novidade o debate sobre a importância do planejamento da aposentadoria, visto que o envelhecimento da população e a redução da natalidade é um problema em vários países. No Brasil, essa preocupação acontece devido o modelo previdenciário do país ser do tipo solidário, ou seja, a classe trabalhadora financia a classe aposentada, e no futuro uma nova geração trabalhará para financiar a sua aposentadoria.

Um estudo elaborado pela Secre-

taria de Previdência do Ministério da Fazenda aponta que o Brasil está passando por um processo de envelhecimento acelerado da população. Na Europa, foram necessários 50 anos para população com idade acima de 60 anos crescer de 11% para 20% da população. Já no Brasil, este processo está estimado para que ocorra em 20 anos, entre os anos 2015 e 2035. Tudo aponta para um cenário nebuloso, onde parece loucura confiar ao estado a responsabilidade de prover a quem não mais pode ou quer trabalhar durante sua velhice.

Diante do exposto, existem soluções onde o indivíduo garante viver sua terceira idade sem preocupar com aposentadoria do estado, podendo viver no padrão de vida desejado vivendo apenas de renda. Para que isso ocorra é essencial um bom planejamento de investimentos guiado por três perguntas: Qual renda busco? Quais os riscos aceitos? Quanto tempo preciso para aposentar?

JUROS X TEMPO

Dizem que a água é a maior força da natureza, podendo destruir

construções, bairros e até mesmo cidades. No mercado financeiro a maior força existente são os juros atrelado ao tempo. Pode parecer pouco, mas guardar R\$ 600,00 por mês com uma taxa de juros de 0,80% a.m (ao mês) durante 30 anos, lhe rende um pouco mais de R\$ 1 milhão em juros, conquistando uma renda de R\$ 10.000,00 aproximadamente. No entanto economizar R\$ 600,00 mensais para acumular R\$ 7.525,00 com juros de R\$ 60,00/mês pode não ser nada atraente. A visão de curto prazo é como neblina, deixa o que está próximo claro e palpável enquanto o que está longe não é nítido.

Outro exemplo de como os juros somado ao tempo pode garantir um futuro no mínimo confortável para os perseverantes: poupar R\$ 1.000,00 por mês a uma taxa de 0,8% a.m no prazo de 30 anos, gera uma renda mensal de R\$ 16.600,00 aproximadamente. Mas nessas mesmas condições no prazo de 10 anos, o rendimento mensal é drasticamente menor, sendo de somente R\$ 1.600,00 aproximadamente.

Lembra quando falei que o estado nem sempre entrega o melhor serviço? Então, se tratando de aposentadoria parece ser uma verdade. No ano vigente o trabalhador que contribui com o teto do INSS (R\$ 1.417,44) por 40 anos tem o direito de se aposentar com uma renda de R\$ 7.087,22. Usando a mesma taxa de juros dos exemplos anteriores com aportes mensais de R\$ 1.417,44, no prazo de 40 anos essa mesma pessoa teria uma renda mensal próxima de R\$ 63.509,00 e um patrimônio de mais R\$ 7 milhões. Claro que existe outras variáveis não levadas em consideração nesta estimativa, como o aumento do salário mínimo que acaba acarretando no aumento da renda do aposentado pelo INSS. Além disso, os valores aportados mensalmente devem ser corrigidos pela inflação e outras variáveis. Diante disso, conseguimos observar que confiar nosso futuro ao estado não é a melhor opção.

Escolha do Investimento

Pessoas escolhem seus carros pelo conforto, outros pela potência, tamanho do porta-malas ou até mesmo pelo custo benefício devida condição financeira limitada. Sendo assim, para cada indivíduo existe um carro ideal para o seu momento. Nos investimentos não é diferente, existem dezenas de opções para vários perfis de investidores e situações financeiras. Falarei algumas características técnicas dos produtos financeiros mais procurados pelos brasileiros, sem o intuito de recomendação.

Existem 3 tipos de investidores: conservadores, moderados e agressivos. Não existe investimento certo ou errado, mas existe sim o investimento errado para o perfil errado. Se um conservador investe na bolsa de valores, é gerado um tremendo desconforto emocional durante todo o tempo investido. Já se um agressivo investe somente em renda fixa, é quase que uma tortura ver o dinheiro rendendo tão pouco.

Conservador

Para os conservadores, a segurança do investimento sempre está em primeiro lugar, pois sua tolerância ao risco é muito baixa. Geralmente gostam de investimentos em renda fixa ou fundos de investimentos de renda fixa. Esses investimentos são aqueles nos quais podemos estimar quase de maneira exata o rendimento e com baixo risco. Exemplos: LCI, LCA, CDB e Debêntures.

LCI's e LCA's significam Letra de Crédito Imobiliário e Letra de Crédito do Agronegócio, ao





investir nesses produtos o investidor empresta dinheiro a instituição financeira para financiar o setor imobiliário e do agronegócio. São isentos de imposto de renda.

Ao investir em CDB (Certificado de Depósito Bancário) o investidor empresta dinheiro a instituição financeira. O valor investido é usado pela instituição para objetivos distintos, podendo financiar projetos ou até mesmo pagar dívidas. Existe pagamento de imposto de renda.

Quem investe em Debêntures empresta dinheiro para empresas de capital aberto. Ao investir nesse título a empresa passa a ter uma dívida com o investidor, combinando uma taxa de juros e prazo para o pagamento da dívida. Geralmente empresas emitem debêntures para financiar projetos de expansão, como novos galpões, novas fabricas e expansão de linhas ferroviárias.

Moderado

Enquanto investidores conversadores fogem do risco e os agressivos correm para ele, os investidores com perfil moderado possuem uma dosagem confortável para investimentos em renda variável sem abandonar a segurança. Muitas vezes montam suas carteiras de modo que os investimentos em renda fixa possam cobrir na totalidade ou de forma parcial os possíveis prejuízos da renda variável.

Além de LCA's e CDB's, também investem em fundos de investimentos multimercado. Essa classe de fundos tem autonomia para investir tanto em renda fixa como renda variável, ficando a critério do próprio fundo o grau de risco aceitável.

Escolhem empresas na bolsa de valores que pagam bons dividendos ou que estão desvalorizadas, porém com perspectivas de alta. Os investidores moderados sempre limitam uma porcentagem de sua carteira para renda variável de forma a não aumentar o risco do portfólio.

Agressivo

Os investidores que mais buscam retorno no mercado financeiro são os agressivos. As vezes são mal interpretados, com uma visão distorcida de que não tem medo do risco. Muito pelo contrário, um bom investidor com esse perfil reconhece os riscos de seus investimentos e fazem um controle rigoroso de risco retorno. Pode fazer parte de seu portfólio de investimento produtos de renda fixa, mas geralmente são usados como reserva de emergência ou reserva de caixa para novas oportunidades.

Existem investidores agressivos que fazem day trade, compra e venda de ações dentro de um único dia. Outros operam swing trade, que é a compra ou venda de ações com operações que tem duração de alguns dias ou semanas. Também fazem parte os indivíduos que especulam no mercado de commodities agrícolas, buscando ganhar na volatilidade dos ativos. Já outros investidores se sentem confortáveis comprando ações de empresas esperando ter lucro com dividendos e valorização das ações no longo prazo.

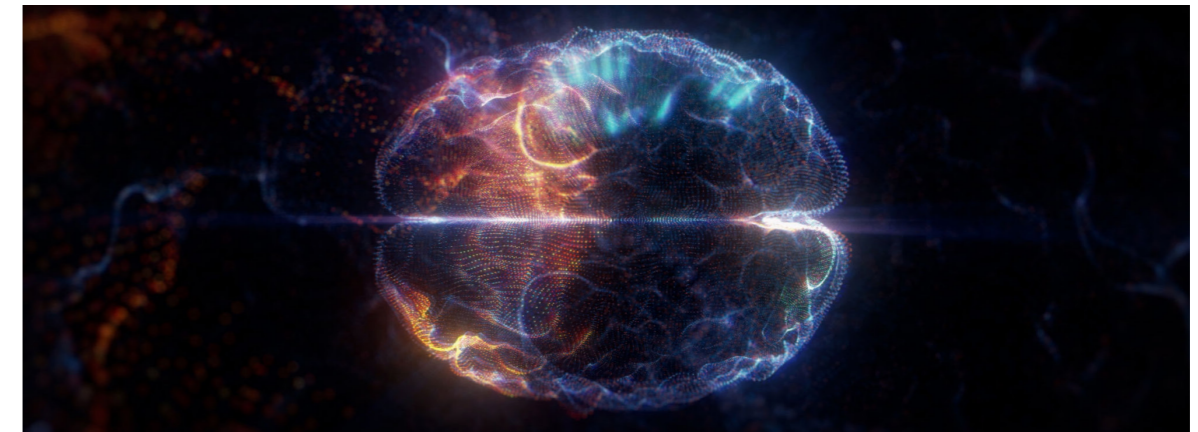
Enfim, no momento de montar seu portfólio de investimento para aposentadoria é importante conhecer seu apetite ao risco, rentabilidade dos produtos e valor médio aportado mensalmente sempre reajustando de acordo com a inflação. Se tratando de aposentadoria, o importante é a rentabilidade de longo prazo. Não se apague a resultados bons ou ruins de curto prazo, mas sim em ter consistência. Conheça cada produto para que não haja surpresas desagradáveis e sempre que possível, procure auxílio de um profissional. Mais importante que ganhar dinheiro no mercado financeiro é saber proteger a carteira para evitar prejuízos.



Matheus Freitas
Formado em Economia
Assessor de Investimentos
Sócio do escritório Kaza Capital

Mapear e influenciar nosso cérebro, a arte do impossível

Hélio Contador



Os egípcios, na antiguidade, acreditavam que o coração era o órgão fundamental do funcionamento humano, a sede do conhecimento e do saber e que o cérebro não tinha nenhuma função específica, sendo, por isso, descartado nos processos de mumificação. Tendo o cérebro uma constituição gôsmica e feia, não poderia sediar nossos desejos, paixões e emoções, deixando para um coração pulsante esta tarefa tão importante.

As pesquisas científicas modernas mostram que ainda hoje, nós humanos, somos seres muito mais emocionais do que racionais, e que nas horas difíceis e ameaçadoras, nossos instintos ainda falam mais alto. Porém, se entende que o cérebro desempenha um papel essencial na forma como as pessoas transitam pelo mundo, gerando pensamentos e comportamentos. Apesar de ser um dos órgãos mais vitais da vida, representa apenas cerca de 2% do peso total do corpo humano. Como algo tão pequeno pode realizar tarefas tão complexas? E o que esta informação tem a ver com o mundo dos negócios?

A resposta é simples: entender o comportamento humano tem fundamental importância na hora de determinar como o ser humano toma suas decisões de compra e investimento, direcionando assim as atividades de desenvolvimento e inovação, marketing, vendas, processos produtivos e pós-venda de qualquer empresa, em qualquer ramo de negócio, desde que o consumidor final seja um humanoide.

Através de técnicas avançadas de imagem 3D e usando algoritmos de Inteligência Artificial é possível mapear de uma forma mais precisa e microscópica o estabelecimento das sinapses que são criadas entre os neurônios nas diversas atividades funcionais do cérebro, ou seja, possibilita os pesquisadores entrarem mais a fundo para entender o comportamento humano, que ainda é um terreno pouco conhecido no meio científico.

Em seu livro "As Armas da Persuasão", o professor Robert Cialdini nos traz os seguintes conceitos: como a evolução tecnológica é cada vez maior e superior à capacidade de processamento cognitivo humano, vamos precisar recorrer a certos "atalhos confiáveis" que nos ajudem a tomar decisões, principalmente num mundo mais volátil e complexo.

Somos forçados, cada vez mais, a tomar decisões mais rápidas e, como não existe tempo para uma análise mais profunda das questões, acabamos confiando em certos atalhos ou gatilhos mentais nos quais tendemos a acreditar ou concordar. As seis principais armas de persuasão citadas pelo autor são:

1. Reciprocidade (é dando que se recebe)
2. Compromisso e coerência (desejo de ser e parecer coerente com nossas ações)
3. Aprovação social (valorizamos demais a opinião dos outros)
4. Afeição (preferimos concordar com pessoas que conhecemos e gostamos)
5. Autoridade (deferência direcionada a títulos, roupas e automóveis)
6. Escassez (não é para todo mundo)

Numa publicação mais recente, Robert Cialdini incluiu um sétimo gatilho, relacionado à família.

Existem outros fatores que podem exercer essa função de persuasão no nosso cérebro, tais como o poder, o prazer, a segurança e vários outros, que também podem ser acionados com eficiência.

Na verdade, quando tentamos resolver uma equação tão complexa, que reúne as variáveis instintivas, emocionais e racionais, a chance de acerto é limitada e sempre poderá trazer surpresas inesperadas. Acredito, porém, que nisto esteja a beleza da vida humana: não se pode prever tudo que vai acontecer!



Hélio Contador
Formado em Governança Corporativa pelo IBGC e participante dos grupos de trabalho em governança nas áreas da Saúde e Terceiro Setor do IBGC.
Palestrante, professor de pós-graduação da FGV IDE, colunista da Revista VERO e estudioso em assuntos de Comportamento Humano e Liderança com ênfase em Neurociências, Neurolinguística, Inteligência Emocional, Coaching e Mentoria. Larga vivência em posições executivas, presidência e CEO nas empresas Siemens S/A, Siemens Automotive, Ford Componentes Automotivos, Visteon América do Sul e GRAACC – Hospital de Câncer Infantil além de membro do board na AMCHAM e Sindipeças. Experiência em viagens internacionais e vivência nos países Alemanha e EUA com fluência em inglês.

Metaverso, NFT e as novas tecnologias

Jeanny Doukan

Estamos nos adaptando ao novo normal, a pandemia acelerou o processo digital e nessa retomada, temos o cenário mais estruturado tecnologicamente para suprir necessidades atuais. Novas oportunidades surgem para aqueles que investem em inovações, e não podemos deixar de falar sobre o crescimento de empresas investindo no metaverso, e como têm dado retornos significativos.

Muito se ouve do metaverso, mas há pouca compreensão do assunto. Estamos trabalhando e vivendo nele desde o início da era digital. Era um tema já propagado na década de 80 e o termo surgiu em junho de 1992, através do livro Snow Crash, da literatura cyberpunk.

O metaverso traz a experiência de imersão em uma realidade paralela, possuindo estrutura no mundo real para isso, e dessa junção já temos um bom número de campanhas, influencers, artes, games e grande movimentação financeira envolvida.

Vamos falar um pouco no que se tem investido quando falamos de metaverso e oportunidades interessantes para aplicar no seu negócio.

Já faz um tempo que as marcas estão virando seus olhos para a nova geração, que não tem medo de arriscar e investir em tecnologias, inovações e produtos que transmitam algum valor em que acreditam. É crucial se atualizar à respeito de novos modelos de negócios, ficar para trás não é uma opção - com tanta informação disponível e acessível - continuar com o mesmo de sempre pode ser mal visto ou mesmo ignorado. As marcas estão se desafiando e inovando junto com o metaverso, games, NFT, influenciadores, e tem dado muito certo.

A famosa Lacoste, empresa de vestuário de luxo, por exemplo, se aventurou em trazer um novo olhar para a marca com uma coleção em parceria com o famoso jogo Minecraft. Foi criado um mapa no jogo desenvolvido exclusivamente para

a Lacoste, a Croco Island. Nessa incrível collab temos o produto físico (coleção encontrada nas lojas, estampa do famoso crocodilo agora pixelado como no jogo) e o virtual (jogadores se encontram na ilha de Croco Island, uniforme da marca disponível para os personagens) tudo com objetivo de construir ponte entre os dois universos e claro, chamar atenção dos jovens para uma marca que antes não se importavam tanto.

Tivemos muitas ações também com marcas brasileiras buscando interagir com seu público através do metaverso: a Brahma, uma das pioneiras no Brasil, lançou no final de 2020 uma nova versão do seu produto através de um servidor do famoso jogo GTA: a Cidade Alta - com participação de influencers que compartilharam a experiência, Brahma conseguiu uma audiência superior a 1,3 milhão de usuários únicos. Imagine lançar seu produto dentro de um servidor de "joguinho" e criar um "awareness" desse tamanho?

O iFood também quis participar do metaverso e entregou uma experiência incrível dentro do servidor Cidade Alta: os jogadores puderam ter seu personagem como entregador de iFood no jogo, cada entrega era uma missão e isso gerava não só dinheiro virtual para usar dentro do jogo, mas também cupons de desconto para usar aqui na vida real.

Assim também como Boticário e Submarino, outras grandes marcas já utilizaram o metaverso para vender e criar awareness de seus produtos, utilizando não somente esse universo digital mas também investindo em influenciadores, que promovem ainda mais awareness na campanha.

Não podemos falar de metaverso sem comentar sobre os famosos NFTs para completar o tema.

Reconhecido fortemente desde o ano passado, os NFTs tem se tornado sinô-



nimo de investimento com potencial valorização a longo prazo, isso devido também a perspectiva e atual ascensão do metaverso.

NFTs podem ser tanto itens de jogos como de coleções artísticas - são itens digitais únicos onde usuários podem comprar, vender e até negociar o que adquiriram. Podemos dizer que é uma espécie de 'certificado' que representa objetos de valor elevado - pode ser desde uma obra de arte de um artista renomado, até GIFs ou personagens únicos de jogos.

Temos algumas marcas criando avatares em 3D, por exemplo - a coleção da Bored Ape Yacht Club (BAYC) é uma das coleções de NFTs mais valiosas do mundo e já movimentou cerca de R\$ 5 bilhões. Ela é uma das favoritas de celebridades como Neymar Jr., Paris Hilton, Madonna entre outros nomes com grande poder aquisitivo. Também de exemplo, podemos mencionar a coleção Cachorro Caramelo NFT, vejam só - essa brincadeira de termos o cachorro caramelo no Brasil se popularizou tanto que virou algo comercial - um meme que virou referência nacional, se tornou um item de coleção com NFTs únicos e ainda por cima contribuindo com causas sociais: parte de toda venda da coleção é doada para as instituições que ajudam animais abandonados, tudo mostrado com transparência pelo site.

Caso você queira começar a investir em criar NFTs, ou mesmo comprar, vale estudar um pouco mais do assunto para entender a melhor maneira de investir: seja comprando um NFT e revendendo ou criando NFTs e vendendo - além do dinheiro com a venda deles, você ainda ganha uma porcentagem sempre que a obra for vendida para outra pessoa.

Algo que pode não ser entendido no começo é como ter certeza que está adquirindo um item único? Um meio de assegurar que os NFTs não sejam replicáveis ou copiados é o Blockchain, um registro que pode ser acessado, mas não corrompido. Por isso, quem adquirir uma NFT consegue comprovar sua titularidade e originalidade, sem chance de corrompimento ou ver cópias por aí.

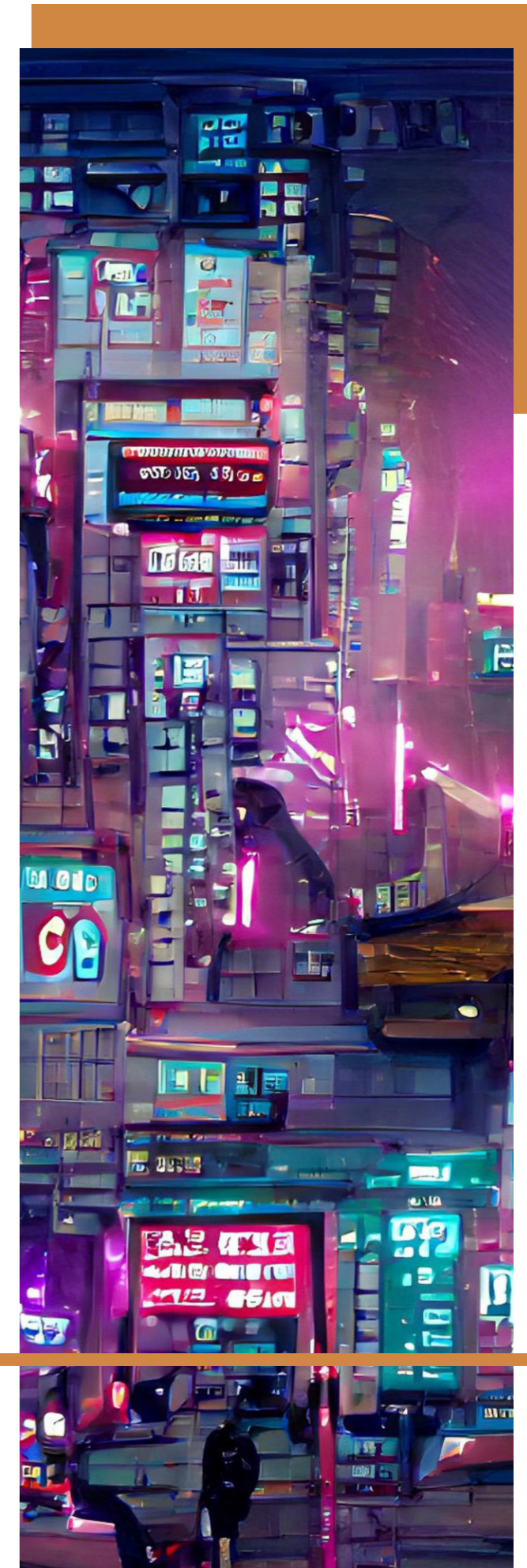
Mesmo com os últimos acontecimentos no mundo dos NFTs - como o roubo de milhões através de um ataque hacker - as vendas dispararam na última semana de Abril/22, mostrando uma tendência ascendente constante. Vale lembrar que este roubo aconteceu pelo Instagram da empresa responsável, e não na plataforma onde os NFTs são vendidos.

Essas transações econômicas que falamos referente a NFTs, vem para possibilitar um registro de bens e um ambiente que permeia tudo isso (metaverso). O blockchain ajuda nesse desenvolvimento, sem ele não seria possível fazer as transações monetárias digitais.

Estamos em um momento tecnológico onde há mais possibilidades do que alguns anos atrás, o momento para explorar o metaverso e seu potencial é agora, mas claro, estudando bem e trabalhando com profissionais que já tem alguma experiência na área.



Jeanny Doukan
Influencer Manager, eSports.
Atua como Influencer manager sendo responsável por todas as iniciativas comerciais e operacionais que envolvam o relacionamento de clientes com influenciadores.
Tem experiência em campanhas com empresas endêmicas (Midnite, Xbox, MiHoYo, CNB, Nomad) e não endêmicas (Mentos, Submarino), sempre envolvendo a gestão de influenciadores ideais para cada projeto e mantendo a comunicação diária com os talentos.





Moda

A moda e a personalidade da mulher

Marthina Brandt

Quando o assunto é moda, sempre falamos em roupas, acessórios, sapatos. Em como nos vestir para estar dentro das referências da temporada. Mas antes de escolhermos qual peça do momento irá nos acompanhar, pecamos em algo muito importante, que parece um mero detalhe, mas não é.

Se eu te falar que a forma como você se veste, se maquia e se comporta, tem um impacto muito grande na leitura que fazem de você, muitas pessoas dirão que isso é óbvio. Mas já pensa nisso toda vez que escolhe o look do dia? Se ele é condizente com o que você quer imprimir e com os locais que você frequenta? É verdade que hoje em dia existe uma liberdade muito grande de expressão. Mas a forma como os cuidados que temos conosco impactam muito nas impressões que causamos é muito mais importante.

Antes de nos aprofundarmos na moda de hoje, acho importante falar sobre o surgimento dela. A moda surgiu em meados do século XV no início do renascimento europeu. A palavra moda significa costume e provém do latim modus. A variação da característica das vestimentas surgiu para diferenciar o que antes era igual, usava-se um estilo de roupa desde a infância até a morte. A partir de então, muitas coisas mudaram e por um tempo houveram até leis que restringiam tecidos e cores somente aos nobres. Os burgueses que eram ricos e não nobres iniciaram um grande trabalho aos costureiros. Que a partir de então produziam diferentes estilos, mas sempre imitando os nobres.

Podemos dizer que o acesso as vestimentas ficaram mais fácil depois da revolução industrial no século XVIII. Com o surgimento das máquinas de costura, o custo dos tecidos caiu bastante. Desde então, até pessoas mais pobres puderam comprar mais e melhores vestimentas.

Exigia-se das mulheres, roupas mais alinhadas, tanto que daí surgiu a alta costura. Frederick Worth, foi o artesão responsável por abrir o primeiro ateliê de alta-costura em Paris, em 1858. Conhecido como o "pai da alta-costura", teve seu nome eternizado na moda. O estilista inglês é lembrado por ter substituído a crinolina pela anquinha,



um tipo de armação utilizada para dar volume aos quadris e traseiro da mulher.

É claro que cada século e década tem muitas particularidades sobre moda e poderíamos falar muito sobre cada uma delas. Mas quero me aprofundar em um estilo específico, a alfaiataria. Para quem me conhece e me segue há algum tempo, sabe o quanto esse estilo está presente na minha vida e na personalidade. No período da Primeira Guerra Mundial, as mulheres que assumiram as profissões exercidas pelos homens, adotaram a calça de alfaiataria para facilitar sua movimentação, já que os homens estavam no campo de batalha. A vida da mulher nunca mais foi a mesma. Com a guerra as mulheres foram vistas além dos seus lares e ganharam espaço no mercado. As atividades que antes eram somente masculinas, agora eram divididas com elas. De início uma necessidade, depois, tornou-se um espaço.

Nos anos 20 com influência de Chanel, a vestimenta ficou ainda mais comum. Esse estilo ficou presente por muitas décadas e assim como tudo, foi substituído por outros estilos. A alfaiataria voltou a aparecer mais nos últimos anos e hoje está com uma importância maior na moda.

Em 2015 venci o Miss Brasil. Participava de diversos eventos e os vestidos longos sempre eram esperados. Achava lindo, mas muito pomposo para ser usado sempre.

A partir dessa ideia é que resolvi modernizar esse posto, usando mais alfaiataria e ternos. Inclusive, quando passei o título para Raissa Santana em 2016, usei um terno branco. Simbolizando uma modernidade e a minha essência.

Até hoje, falam muito sobre a minha escolha e o quanto ela quebrou paradigmas. Como falei no início do texto, as nossas escolhas tem um impacto direto na marca que deixamos registrada. Fico feliz, que anos depois, essa tendência estar muito forte. Representando a feminilidade e o espaço das mulheres.



Marthina Brandt é empresária e influenciadora. Trabalhou como modelo dos 13 aos 28 anos com as principais marcas nacionais e internacionais. Em 2015 foi eleita Miss Brasil.





Agronegócio

Da produção à xícara. O Café Brasileiro, um dos melhores do mundo

Lucas Boaventura

Nada melhor do que uma xícara de café, como dizia o químico Alexander King, "A necessidade básica do coração humano durante uma grande crise é uma boa xícara de café quente". Sim, a segunda bebida mais consumida no mundo tem sua origem no continente Africano, mais alcançou níveis de tecnologia produtiva, ganhando a notoriedade e o coração de várias pessoas do mundo em solos tupiniquins.

A versão mais conhecida e aceita sobre a introdução do café no Brasil é a atribuída a Francisco de Melo Palheta, que em 1727 trouxe mudas e sementes da Guiana Francesa, plantando-as em Belém do Pará. Entretanto, existem informações da existência do café no Maranhão antes dessa data. Somos os maiores produtores e exportadores de café do mundo, somos o segundo maior mercado em consumo de café, atrás apenas dos norte americanos que consomem mais de 25 milhões de sacas por ano. Em consumo per capita os finlandeses assumem a primeira posição, cada pessoa no gelado país consome cerca de 12 kg de

café por ano. Um terço dessa demanda global está sendo produzida nos cafezais presentes nos estados de Minas Gerais (54%), Espírito Santo (19%), São Paulo (9%), Bahia (7,5%), Rondônia (4,3%) e Paraná (2,7%).

Hoje as espécies que mais se destacam no Brasil são Café Arábica (Coffea arábica) que responde por cerca de 60% da produção nacional e o Café Robusta ou Conilon (Coffea canephora), 40% da produção.

O hábito de beber café do brasileiro vem desde o período da colonização. Esse grão já foi motivo de crises políticas, sofreu com a chegada de novas pragas e doenças, foi de supervalorização a níveis de queimarem grandes estoques para manter a valorização do produto no mercado. Mesmo assim nunca saiu da boca, ou em uma expressão mais técnica, do paladar do Brasileiro.

Seja em cápsula ou em pó, o brasileiro e porquê não dizer os bebedores de café do mundo tem se tornado mais exigentes. A bus-

ca por cursos de classificadores e degustadores de café aumentaram mais de 80% nos últimos anos. No Brasil o mercado de café cresceu mais de 64% em cinco anos, com um faturamento estimado em R\$ 27 bilhões, as cafeterias, sejam elas franquias ou individuais, passaram por uma repaginada, oferecendo ao público uma experiência única ao tomar uma xícara da bebida. Hoje o consumidor pode degustar um café da Alta Mogiana, ou do Norte Pioneiro do Paraná. Pode fazer uma comparação entre as bebidas produzidas na Serra da Mantiqueira ou no Cerrado Mineiro. A bebida hoje segue uma classificação que relaciona seu local de origem, observa notas sensoriais que relacionam seu aroma e sabor, sendo classificada como mole (conjunto de aroma e sabores, com notas florais, cítricas, frutadas, caramelizadas ou achocolatadas) ou dura (resulta num café que após a torrefação se apresenta intensa e encorpado, maior complexidade e sofisticação, essas são exigências para Cafés Gourmet em todo o mundo).

O Brasil tem um enorme potencial

para produzir cafés de qualidade, especiais, marcantes e únicos. Mas é preciso explorar nossas peculiaridades. Uma missão facilitada pelas características geoclimáticas que evidenciam a diversidade de um país com dimensões continentais. Em uma embalagem de um café especial hoje, você consegue por um QRCode, na hora que estiver desfrutando da bebida, acessar via satélite o local onde foi produzido esse grão, consegue saber a data que foi colhido, beneficiado e colocado para consumo, existem cafeterias hoje que exploram esse mercado, onde existe uma janela entre a colheita e o consumo em até 24 horas.

O Gerente da Fazenda Bravinhas, produtora de Café no Alto Paranaíba em Minas Gerais João Bosco, relata que "mesmo com as fortes geadas enfrentadas na última safra a perspectiva de colheita é animadora", o preço da saca de 60 Kg hoje é contado a R\$ 1.150,00 de média para a data de redação dessa reportagem, e dependendo da qualidade do café, quando selecionado para participar de concursos específicos como os que acontecem em algumas regiões do Brasil, a saca de 60 kg pode chegar até R\$ 50.000,00.

Segundo o sócio proprietário da Go To Agro, empresa do ramo de consultoria estratégica do agronegócio, Éder Guirau: "O mercado de café no Brasil ganhou muita notoriedade nos últimos anos devido a grande evolução em seu sistema de produção que permitiu além de um aumento de produtividade também a melhora na qualidade de bebida que é o fascinante mercado de cafés especiais. Com isso o café ganha cada vez mais notoriedade, pois enquanto a demanda mundial do café commodities cresce em média 2% ao ano a demanda de mundial de cafés especiais cresce 20% ao ano. Em 2021 vimos a China saltando da 36ª posição para a 24ª posição em compras e a expectativa é que a demanda mundial de café seja

aproximadamente 200 milhões de sacas em 2030 e 300 milhões de sacas em 2050. Frente a esse cenário o grande desafio do Brasil para atender toda a essa demanda é o aumento de produtividade, já que o aumento de área é restrito."

A cultura sofre com uma característica denominada de bienalidade do café, uma oscilação da produção em anos consecutivos, praticamente em um ano a lavoura produz uma elevada carga de grãos enquanto no outro tem-se uma baixa carga de produção. Um entrave para os cafeicultores e um grande desafio para agrônomos pesquisadores em manter uma média produtiva ideal.

O clima também tem sido um grande desafio para os produtores que enfrentam grandes problemas, como a geada, que dependendo de sua agressividade obriga o produtor a entrar com o manejo de esqueletamento (retirada de 90% folhas da planta) e até mesmo uma poda drástica, levando anos para que o produtor volte a colher nessas áreas.

Apesar dos desafios, continuamos sendo os grandes produtores, com qualidade de uma bebida vencedora em vários concursos mundiais. Seja o pequeno produtor da Zona da Mata Mineira, seja os premiados cafés da Chapada Diamantina na Bahia, seja o adocicado café de vó, ou aqueles que preferem uma bebida pura para intensificação do paladar, somos e sempre seremos os maiores e melhores produtores de café do mundo. Mais um motivo para se orgulhar do Agro Brasileiro.



Lucas Boaventura, Engenheiro Agrônomo. Gerente Técnico no Grupo Vital. Especialista em Proteção de Plantas, Direito Ambiental, Solos e Nutrição de Plantas. MBA em Gestão Estratégica do Agronegócio.



Simple Business.

Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brazil

Muito mais que negócios.
Estilo de vida.

revistasb.com.br