



A Fake News do Agronegócio

O que é verdade e o que é Fake News no agronegócio? Nesse artigo, buscaremos esclarecer através de dados concretos os fatos e mitos nesse processo.



LeaderX Entrevista Kwami

O CEO da Tereos Amido e Adoçantes, Kwami Alfama, é um dos líderes do agronegócio no Brasil e tem forte atuação em prol da diversidade no mercado agro.

Edição n° 006

Simple Business.

Setembro 2022



“Quero ter exposições da minha arte em museus de todos os países do mundo.”

ROMERO BRITTO

As marcas BRITTO e Romero Britto Fine Art movimentam anualmente US\$ 250 milhões em obras de arte, produtos de marca própria e produtos licenciados – que estão à venda em mais de 30 mil pontos em 120 países. O objetivo é chegar ao faturamento anual de US\$ 1 bilhão nos próximos anos.

revistasb.com.br



Recife, Pernambuco, Brazil.

02 **Você vive ou existe no mundo corporativo?**

Mauro Wainstock

04 **São os Dados, o novo petróleo?**

Cesar Patiño

06 **Vive cansado(a)? Não cometa estes 5 erros**

Andryely Pedroso

08 **Futebol e tecnologia, uma parceria que está só começando**

Manoela Penna

10 **Arte e Tecnologia: das cavernas ao metaverso**

Henrique Campos

12 **Romero Britto**

18 **Bala de prata na hora de investir**

Matheus Freitas

20 **A receita (nada secreta) para potencializar a experiência dos restaurantes no mercado de delivery**

Arnaldo Bertolaccini

22 **Kwami**

28 **Será que sou mesmo um impostor? Como meu cérebro reage à esta ideia?**

Hélio Contador

29 **Miss Universo: Impacto econômico, financeiro e social**

Marthina Brandt

32 **A Fake News do Agronegócio**

Lucas Boaventura

34 **A queda de investimentos em Startups: Momento para desistir de investir?**

Fernando Seabra

“Seguir bons princípios é uma forma eficiente de lidar com a realidade.”

Ray Dalio

Gerente de Fundos de Hedge

Simple Business.

EXPEDIENTE

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

Responsável Legal: Pedro Mendonça.

Criação e Design: Hugo Crisóstomo.

Jornalista Responsável: Orivaldo Pires.

Entrevistas: Pedro Mendonça.

Revisão: Deuzenith Ferreira.

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

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](https://www.instagram.com/revistasimplebusiness)

Empresarial

Você vive ou existe no mundo corporativo?

Mauro Wainstock

Na sua empresa, você vive ou apenas "existe"?

Início este artigo parafraseando uma frase de Oscar Wilde: "Viver é a coisa mais rara do mundo. A maioria das pessoas apenas existe".

Na sua empresa, você vive ou existe?

Sim, você está entregando resultado!

Isto é o básico.

Fazer a obrigação basta para você?

Ser mediano é suficiente para você?

Você quer apenas existir ou ir além?

Ir além é viver!

É se preocupar também com os outros.

É ter a convicção de que, independente do seu cargo ou segmento, você convive com pessoas e não apenas com profissionais.

Neste pandêmico mundo corporativo, infectado pela "Síndrome de Burnout", onde enfrentamos incógnitas reais e debatemos o bem-estar dos nossos avatares; em que hologramas nos multiplicam, mas não nos substituem; em que robôs estão sendo ensinados para ocupar o nosso lugar, mas não nos sensibilizam; em que as pessoas físicas, virtuais e jurídicas se confundem na identidade, os desafios diários intensificam as complexidades emocionais.

Quantas pessoas você "positivou" hoje no seu trabalho?

Isto também é entrega. De empatia e de respeito.

Temos ânsia em treinarmos o nosso pitch, mas não nos preocupamos em aprimorarmos a nossa "escutatória".

Queremos sempre ter voz, mas ignoramos a importância de um ouvido atento para termos vez.

Um simples abraço, forte e sincero; literal, verbal ou online, é um gesto sempre bem-vindo.

E isto nada tem a ver com liderança ou hierarquia, mas com humanização.

Como você está agindo?

Todos somos capazes de motivar o outro. De provocar um sorriso.

Lembro uma declaração de Wolfgang Amadeus Mozart: **"Não consigo escrever poesia: não sou poeta. Não consigo dispor as palavras com tal arte que elas reflitam as sombras e a luz, não sou pintor... Mas consigo fazer tudo isso com a música..."**

Cada um de nós possui habilidades peculiares, histórias próprias, vivências ímpares e formas diferentes de transmitir os aprendizados que absorvemos e as experiências que acumulamos.

Para a gente, pode ser óbvio.

Para os outros, é inspiração – e às vezes solução.

Que tal impactar a realidade que acontece ao vivo, controlada sobretudo pela mente e pelo coração?

O que acha de ser lembrado não apenas pelo talento, mas também pelas amizades enraizadas, pelas conversas inesquecíveis, pelas situações divertidas, pelas transformações humanas que ajudou a desenvolver?

O que acha de ser reconhecido não pela elegante roupa com que a sua "projeção idealizada" participou de uma reunião, mas pela contribuição concreta que o "você real" proporcionou?

Você não precisa mudar o mundo.

Basta viver intensamente neste mundo.



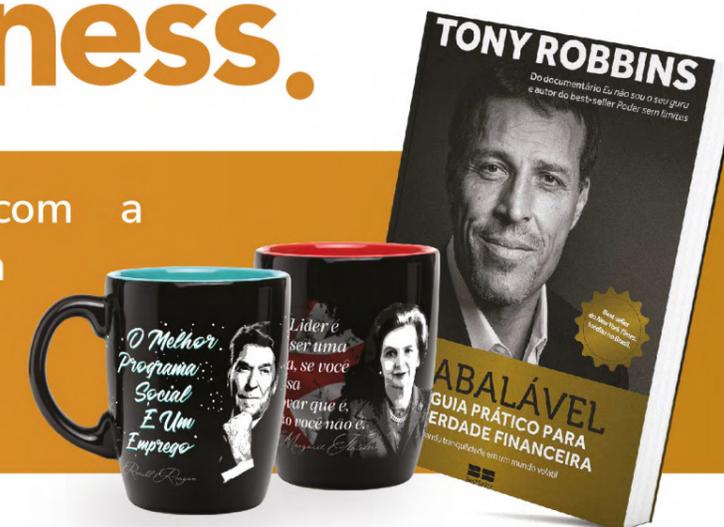
Mauro Wainstock possui 30 anos de experiência em Comunicação. Foi nomeado LinkedIn TOP VOICE & CREATOR, é mentor de executivos e sócio-fundador do HUB 40+, consultoria empresarial focada no público acima dos 40 anos. Texto publicado originalmente na revista EXAME

Simple Business.

STORE

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

EM BREVE



Inovação

São os Dados, o novo petróleo?

Cesar Patiño



Nos últimos anos é quase impossível passar por publicações de negócios ou tecnologia sem encontrar os termos Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial, sejam eles associados a suas aplicações, desafios ou mesmo à privacidade das pessoas.

Em 2006, o matemático britânico Clive Humby cunhou a expressão "Dados são o novo petróleo" (Data is the new oil). Mas, apenas em 2017, quando a revista americana The Economist publicou o artigo "The world's most valuable resource is no longer oil, but data" a expressão ganhou destaque no mundo corporativo, juntamente a outros termos como Monetização de Dados e Ciência de Dados.

Refletindo historicamente, é claro que sem os dados e algoritmos baseados em modelos matemáticos, a humanidade não teria chegado no estágio atual, seria impossível usar o celular ou o computador, acessar os diversos sites na internet, buscar tratamentos na medicina ou combater o aquecimento global.

Apesar de tudo parecer muito recente, a coleta de dados e a matemática foram uma evolução que tem acompanhado a história humana.

Segundo o historiador Yuval Harari, por volta de 70 mil anos atrás, quando a espécie humana ainda se encontrava na sua forma mais primitiva de existência, tivemos a Revolução Cognitiva trazendo ao Homo-Sapiens a capacidade de criar uma linguagem ficcional e transmitir informações, além de consumir, armazenar e assimilar grande quantidade de conteúdo.

As pinturas rupestres nas cavernas podem então ser consideradas as primeiras formas de armazenamento de dados da história.

Depois disso, tivemos os egípcios, onde o papiro mais antigo que se tem notícia data de 2.200 a.C. e a palavra papiro (em latim papyrus) deu origem a palavra papel, algo que até hoje usamos para registros de fatos e dados.

Ainda na história antiga não podemos deixar de mencionar os gregos com destaque para Pitágoras de Samos (570 – a.c. 495 a.c.) conhecido como o pai da música e da matemática. Na música, dividindo uma "corda" pela metade, ele descobriu que as notas musicais são frações das notas anteriores. Na matemática ele criou o famoso Teorema de Pitágoras que até hoje é ensinado nas aulas de matemática nas escolas. Junto a seus colegas apaixonados

por matemática e pela estética das proporções, criaram o movimento chamado Pitagorismo e descobriram a constante algébrica representada pela letra grega Phi (homenagem ao arquiteto e matemático Phidias) e a Proporção Aurea que até hoje direciona os médicos em cirurgias plásticas buscando uma melhor harmonização facial.

A história dos matemáticos gregos é tão fascinante que, em 1959, a Disney criou o desenho animado "Donald no País da Matemática" para incentivar crianças a se interessarem pela matemática e eles foram incluídos na jornada do Pato Donald.

A paixão do ser humano por registrar, catalogar e armazenar fatos também é antiga e, estima-se que a biblioteca mais antiga do mundo seja a Biblioteca de Alexandria, ou Biblioteca Real de Alexandria, no Egito. Criada no século III a.C, durante o reinado de Ptolomeu II do Egito, seu acervo chegava a setecentos mil volumes, entre os quais quarenta a sessenta mil manuscritos em rolos de papiro. A biblioteca resistiu até a Idade Média quando perdeu parte do seu acervo num incêndio.

Construída em 1800, atualmente, a maior biblioteca é a Biblioteca do Congresso americano em Washington. Ela é a maior do mundo em tamanho (espaço físico) e em quantidade de obras no acervo: são incríveis 155 milhões de exemplares em mais de 400 diferentes idiomas.

No Brasil, a maior biblioteca pública iniciou sua história em 1808 com a vinda da Família Real Portuguesa, dando origem à admirável Biblioteca Nacional, com sede no Rio de Janeiro, e seu acervo é composto por incríveis 9 milhões de obras.

Continuando a evolução no armazenamento de dados e o uso de algoritmos, chegamos ao primeiro computador da história: o ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Computer).

O projeto ENIAC teve início em 1943 durante a II Guerra Mundial e foi concebido para computar trajetórias táticas e balística que exigissem conhecimento substancial em matemática. Ele finalmente entrou em funcionamento em Fevereiro de 1946. Tinha 160 kW de potência e utilizava 17.468 válvulas termiônicas consumindo grande quantidade de energia.

Os computadores evoluíram para o campo das aplicações comerciais e, nas décadas de 1960/70 entraram na vida corporativa e na sociedade em geral.

Nas décadas seguintes, ganharam importância em todos os segmentos, especialmente o setor financeiro que lidava com grandes volumes de transações e cálculos, mas ainda tinham limitações sem suas capacidades de armazenamento e processamento, e o custo era bastante elevado.

A grande evolução que nos trouxe ao estágio atual aconteceu apenas em 2006.

Apesar do conceito de Cloud Computing ter sido esboçado no meio acadêmico em 1957 por John McCarthy e em 1997 pelo professor Ramnath Chellappa, apenas em 2006 o conceito foi materializado e chegou ao mercado corporativo.

Cloud Computing (Computação em Nuvem) permite às empresas acesso a grandes infraestruturas de Data Center, com capacidade de armazenamento de dados e processamento virtualmente ilimitados e com baixo custo, num modelo de negócios de pagamento por consumo. A redução de custos democratizou o acesso a grandes infraestruturas de computadores.

Coincidência ou não, no mesmo ano que alcançamos uma nova forma de armazenar e processar dados com baixo custo, também temos Clive Humby decretando:

"Dados são o novo petróleo".

Comparando os impactos econômico e social entre petróleo e dados, realmente a analogia faz sentido.

Mas não para por aí, pois, atualmente, os dados são o "combustível" da nova economia e possuem enorme valor e novos modelos de negócios tem sido criados baseados em dados.

Empresas como Google ou Facebook são os exemplos clássicos, mas até o Waze também está nessa categoria de negócio.

Outro ponto em comum é que, assim como o petróleo, se os dados não forem refinados, são efetivamente inúteis.

O problema é que, atualmente, dois terços dos dados do mundo não são usados. Chamamos isso de "lixo digital" que fica armazenado nos Data Center.

Isso significa que todos os dados têm uma pegada de carbono.

Estima-se que até 2030, os Data Centers serão responsáveis por 8% do consumo de energia do mundo. Atualmente, os dados que não são usados novamente depois de criados são responsáveis por mais emissões de carbono do que o setor aéreo.

Isso significa que assim como o petróleo, os dados também tem um impacto ambiental e essa é uma questão que todas as empresas que produzem e usam dados precisam estar cientes e assumir sua responsabilidade.

O ponto-chave é que o lixo digital não é apenas um problema do setor privado, mas um problema que afeta a todos. As empresas precisam estar cientes que, se estão armazenando dados que não estão usando, estão apenas desperdiçando energia sem produzir valor. Isso é completamente insustentável.

Em Junho de 2020, o governo escocês lançou uma estrutura de orientação e recursos para ajudar as organizações do setor público a adotarem serviços em nuvem. Seguiu-se a publicação de um relatório em Outubro de 2021 que analisa como desbloquear o potencial dos dados do setor público da Escócia.

Ambos indicam o bom progresso que o país está fazendo para se tornar mais sustentável.

As empresas precisam se fazer algumas perguntas simples:

- Quantos dados temos?
- Onde estão armazenados?
- Para que os usamos?

As empresas precisam ter maior visibilidade sobre os dados que possuem para garantir que estejam armazenando e processando dados de maneira sustentável.

Voltando à analogia de "dados são o novo petróleo", não se trata de erradicar dados, mas de obter mais "Quilômetros Rodados por litro de gasolina".

É um desafio que nenhuma empresa pode resolver – mas cada empresa pode fazer sua parte.

*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 Anhembis-Morumbi.*



Vive cansado(a)? Não cometa estes 5 erros

Andryely Pedroso

“Me sinto cansado(a) o dia todo nutri, o que posso fazer?”

Que tal iniciar pensando em quais hábitos você pode evitar? É mais fácil entender primeiro como não errar para então incluir hábitos que aumentam a sua disposição no dia a dia.

Neste artigo compartilho cinco erros que talvez você cometa e lhe prejudicam tanto na vida profissional quanto pessoal.

Uma pesquisa realizada pela International Stress Management Association (ISMA) estimou que 30% dos mais de 100 milhões de trabalhadores brasileiros sofrem com a Síndrome de Burnout, que é caracterizada por três dimensões:

1. Sentimentos de exaustão ou esgotamento de energia;
2. Aumento do distanciamento mental do próprio trabalho, sentimentos de negativismo ou cinismo relacionados ao próprio trabalho;
3. Redução da eficácia profissional.

Você se identifica com alguma delas?

A “gota da água” que torna esta condição tão comum na nossa população é resultado de uma série de excessos, ou seja, a falta do equilíbrio mental, físico e profissional.

1. Dormir pouco e/ou tarde demais

Durante o dia, nosso corpo oscila os níveis de energia, já reparou?

Esta oscilação pode ser explicada pelo ciclo circadiano que ocorre com uma periodicidade próxima a 24 horas e é influenciado principalmente pela luz natural (raios solares) ou a ausência dela.

Alguns hábitos incorretos podem desregular o ciclo circadiano e induzir a alterações nos fenômenos regulados por ele, como:

- Pressão arterial;
- Produção de hormônios para regulação do sono e disposição;
- Liberação de neurotransmissores;
- Capacidade cognitiva;
- Digestão;
- Temperatura corporal;
- Destoxificação de substâncias.



O corpo libera diferentes hormônios na corrente sanguínea ao longo do dia. Pela manhã estamos com altos níveis de cortisol (“hormônio do estresse”), por este motivo muitas pessoas acordam irritadas (se você é uma delas, não sintá-se sozinho(a)).

Os níveis de serotonina (neurotransmissor do bem-estar) aumentam durante o dia, e os de melatonina (hormônio do sono) durante a noite.

Dormir muito tarde (após meia noite), pouco tempo (menos de 6 horas) ou acordar muitas vezes durante a noite (insônia) não prejudicam apenas a sua produtividade mas também alteram a sua fome. Noites mal dormidas reduzem a liberação de leptina (hormônio da saciedade) e cortisol (hormônio do estresse).

A exposição à telas luminosas 2 horas antes do horário de dormir pode suprimir a liberação de melatonina e alterar o ciclo circadiano ideal conforme resultados divulgados pela Elsevier.

2. Não praticar exercícios físicos

Você sabia que o Brasil está na lista dos países mais sedentários do mundo? Será que a recente eleição de País mais ansioso do mundo tem relação? Eu aposto que sim.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que é preciso realizar no mínimo 150 minutos semanais de exercícios físicos. Nosso dia tem 1.440 minutos, será que conseguimos investir 20 a 30 minutos por dia para cuidar da nossa saúde? Pense nisto.

A Revista Brasileira de Medicina do Esporte divulgou as principais condições combatidas pela prática regular de exercícios físicos:

- Ansiedade;
- Depressão;
- Câncer (cólon, mama, próstata e pulmão);
- Doenças ósseas;
- Diabetes tipo II;
- Obesidade;
- Doenças cardiovasculares;
- Hipertensão Arterial.

O hábito de ficar muitas horas do dia sentado na mesma posição pode favorecer o desenvolvimento de doenças osteomusculares, mentais e cardiovasculares associadas à postura e a ergonomia, além do estresse ocupacional.

Alguns profissionais podem ser considerados “mecanizados” porque negligenciam a prática de exercícios físicos e estão mais sujeitos a prolongados períodos de afastamento do trabalho por complicações de saúde.

3. Exagerar no consumo de cafeína

A cafeína, substância presente no café, pode ser uma ótima aliada para reduzir o cansaço e aumentar o estado de alerta, pois é uma substância estimulante do sistema nervoso central. Mas esteja atento(a) ao horário e a quantidade de consumo, porque o excesso pode causar efeitos indesejados (agitação e ansiedade).

A sensibilidade à cafeína é individual, e recomendo não abusar dessa substância, em especial no período noturno. Quando falo de cafeína, não me refiro apenas ao café de cada dia, mas também a outros alimentos e bebidas que contêm como chá verde, refrigerantes e chocolate.

Mas nutri, qual é a recomendação ideal?

A resposta é: depende. Cada pessoa responde de forma diferente ao consumo de cafeína, por este motivo não existe uma recomendação ideal, mas em geral, 2 a 3 xícaras de café por dia (até 17-18h) não serão prejudiciais ao seu sono.

“Afinal, por que a cafeína pode me deixar mais cansado(a) nutri?”

Porque em excesso ou ingerida em horários errados (noite) você pode ter prejuízos na qualidade do sono. Novamente voltamos a importância do descanso da mente e corpo para de fato não sentir cansaço no dia seguinte.

4. Não controlar a ansiedade

A revista Exame divulgou uma pesquisa realizada pela consultoria Accountemps, que apontou a busca por conciliar demandas pessoais e profissionais como principal razão do estresse no ambiente de trabalho para 41% dos CFOs participantes da pesquisa.

Lembra do cortisol, o “hormônio do estresse”? Se você não busca equilibrar as suas atividades rotineiras e submete o seu corpo a extremos (dormir pouco, trabalhar demais, não ter lazer, etc), este hormônio fica elevado cronicamente, o que favorece a fadiga mental.

Fora do horário de trabalho, busque ferramentas e estratégias que promovam relaxamento. Talvez não seja uma má ideia tirar “mini férias” para reduzir o estresse gerado no trabalho. Aproveite este período do ano para cuidar do seu ativo mais valioso: a saúde.

5. Ser resistente a mudanças

“Não é difícil ter uma vida saudável, basta seguir as orientações nutricionais, praticar exercícios físicos, equilibrar as emoções, ter boas relações, etc”.

Não é difícil para quem? Ser saudável é um grande desafio, até para os profissionais da saúde, porque o bem-estar não envolve apenas um corpo saudável. A busca pelo equilíbrio precisa ser um hábito.

A mente despreparada é o gatilho do fracasso.

Nosso cérebro é uma rede complexa de sinapses e moldamos nossa mente conforme nossos desejos, sentimentos e metas. Algumas pessoas mantêm desejos afetivos pela comida, maus vícios alimentares e sedentarismo. Esses hábitos refletem na sua disposição do dia a dia.

Se você decide não sabotar a si mesmo, passa a não tolerar que hábitos inadequados sejam justificados. Antes de qualquer mudança externa, mude o seu mindset. Compreenda que por muitas vezes precisamos deixar de lado o que nos prejudica para então permitir a evolução.



Andryely Pedroso
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.



Futebol e tecnologia, uma parceria que está só começando

Manoela Penna

O futebol sempre evitou interferências tecnológicas e mudanças radicais em suas regras desde que elas foram descritas pela International Board, lá se vão mais de 150 anos (elas são de 1863). Hoje são 17 regras, simples e objetivas, o que faz deste um esporte universal.

Segundo dados da Statista, apenas o futebol europeu foi capaz de movimentar 25 bilhões de euros na temporada 2019-20 – ainda na era Pré-Covid. De acordo com a Deloitte, os 92 clubes da Premier League e da Football League (Inglaterra) são os que mais geram receitas, com quase 8 bilhões de euros, 72% a mais do que os alemães da Bundesliga em dados de 2017-18. Espanha, Itália e França, nesta ordem, completam o “Big Five” do futebol europeu, que carregam a lucratividade e os fãs consigo.

Tradição. Universalidade. Dinheiro. O futebol está longe de deitar-se em berço esplêndido para desfrutar de sua merecida fama global. Por mais contraditório que possa parecer, um esporte centenário pode, sim, se ancorar na modernidade para seguir evoluindo.

Para quem é fã de futebol, pense rápido em inovações recentes que mudaram a experiência de acompanhar a bola rolando. Sim, o VAR, gostando a gente ou não. Ou a tecnologia da linha do gol. Ou aquele aplicativo no telefone, que faz a cerveja chegar gelada no seu assento no estádio. Ou o programa que nos deixa saber instantaneamente quantos quilômetros cada jogador percorreu em campo. E por aí vai...

Segundo o futurista holandês Richard van Hooijdonk, “O futuro do futebol está diretamente ligado às inovações hi-tech. Para que esportes como o futebol mantenham seu apelo para esta e futuras gerações, não há escolha senão integrar a tecnologia”, escreveu ele, listando as principais áreas de impacto tecnológico na modalidade: Tecnologia e formação de jogadores; procura de talentos com inteligência artificial; previsões de lesões algorítmicas; monitorização da saúde dos jogadores; como a tecnologia melhora o jogo; a experiência nos estádios; a experiência dos fãs; o futebol robotizado e a ascensão dos hubs de inovação tecnológica do futebol.

A revolução, de fato, está em curso. Estima-se que haja cerca de 4 mil sport techs no mundo, sendo aproximadamente 400 delas no Brasil. Clubes de futebol em todo o mundo estão próximos aos principais hubs de inovação em seus países. Na Espanha, o Valên-



cia está envolvido como Startup Valencia. Na França, o Paris Saint Germain se apoia na startup FanFest, do hub Le Tremplin, para se conectar e gerar valor para fãs de todo mundo.

Já a superpoderosa UEFA criou o seu próprio hub de inovação – o UEFA Innovation Hub com o propósito de “reimaginar o futebol” (do slogan Reimagine Football, em inglês).

“O mundo vive uma mudança sem precedentes e isto traz grandes oportunidades para o futebol. O UEFA Innovation Hub é um veículo para a UEFA se preparar para o futuro e garantir que nos mantemos um passo à frente das últimas tendências para moldar o futuro do nosso esporte”, justifica a entidade.

Através desse programa, a startup holandesa Waste Transformers propôs transformar resíduos dos estádios em biofertilizantes, composto orgânico e energia para os estádios e centros de treinamento de todas as 55 federações filiadas à UEFA.

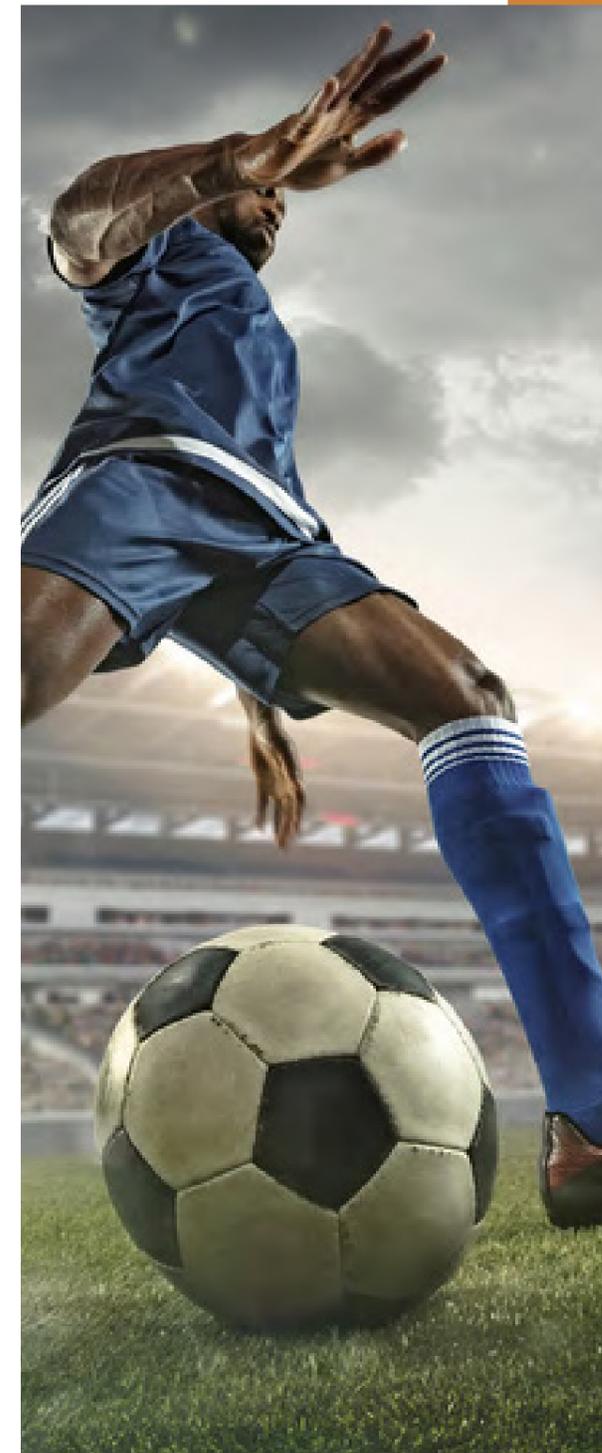
E, claro, no Brasil, o futuro também já começou. Criado em 2020 com participação da Ernst & Young, o Arena Hub fincou pé no Allianz Parque e hoje conta com um ecossistema de mais de 150 entidades e pra lá de 110 startups filiadas. Em parceria com a Ambev, em 2021, o Arena Hub propôs às startups o Desafio Golaço para desenvolver soluções para o mercado de esportes e entretenimentos no intuito de fomentar a criação de produtos ou serviços capazes de transformar a experiência do torcedor que consome futebol.

O São Paulo lançou em junho deste ano o Inova.São, que ocupa 300 metros quadrados do anel inferior do estádio do Morumbi e estima captar R\$ 6 milhões em investimentos em três anos. O Tricolor firmou parceria com Sporthecca e Deboo para o projeto, que é o pontapé inicial dado pela recém-criada Diretoria de Inovação do clube, em julho de 2021.

A bola pode continuar sendo redonda. Mas ela está girando cada vez mais rápido. Rumo ao futuro.



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

Arte e Tecnologia: das cavernas ao metaverso

Henrique Campos

Em praticamente todas as culturas, arte e tecnologia se unem, se misturam e se influenciam. Esta parceria, que sempre existiu, tem se acelerado nos últimos anos e permitido a criação de novas formas de arte, assim como tecnologias mais belas e humanizadas. Artistas visionários entendem cada vez mais de tecnologia e profissionais de tecnologia criativos bebem nas fontes das artes para criarem seus produtos.

O desenvolvimento tecnológico permite que os artistas se utilizem de novas ferramentas para produzir arte de uma forma inovadora. Equipamentos multimídia, códigos de programação e objetos eletrônicos são alguns dos novos “quadros” onde os artistas podem demonstrar suas ideias.

Outra característica desta fusão é a possibilidade da união entre artistas e outros profissionais para a criação de novas ideias e produtos. Atualmente, empresas e estúdios de arte congregam o trabalho em conjunto, de artistas com matemáticos, designers, profissionais de informática, entre outros.

A tecnologia também “bebe” da fonte da arte para se inspirar, se renovar e se embelezar. Entre os muitos exemplos recentes desta parceria podemos citar a preocupação que a empresa de tecnologia Apple tem em criar produtos que além de modernos também sejam bonitos esteticamente, tanto na parte de hardware quanto em seus programas. Para alcançar este objetivo, a empresa inspira-se em várias formas de manifestações artísticas como a pintura, a escultura e o design.

Desde os tempos mais remotos, arte e tecnologia caminham juntas através da história da humanidade. Na medida em que avançavam e se desenvolviam, tanto arte quanto tecnologia se beneficiaram das conquistas alcançadas por ambas.

As mais diversas manifestações artísticas puderam aperfeiçoar suas técnicas ao absorverem novos produtos e ferramentas que determinaram novas maneiras de se criar artisticamente e introduziram novos recursos para a produção de artes. Do homem nas cavernas, que utilizava sangue animal e sementes para produzir a “tinta” de suas pinturas, até as exposições virtuais, cada passo da tecnologia é absorvido pela arte, e vice-versa.

Hoje é possível conhecer obras de arte, artistas e museus sem sair do conforto do próprio lar, algo impensável há algumas décadas atrás. O acesso a arte, com o apoio da tecnologia, tem se tornado mais acessível e inclusivo.

Ao mesmo tempo, procura-se através da arte dotar de expressividade e personalidade produtos, serviços e recursos tecnológicos que até então eram feios, frios e padronizados. Chegamos à era dos recursos customizáveis em que as empresas irão procurar oferecer produtos e serviços que agradem todos os sentidos dos clientes.

Uso da Tecnologia como suporte para arte

A fusão entre arte e tecnologia permite novos e interessantes formatos para a criação e divulgação artísticas. O desenvolvimento tecnológico, em especial os computadores, permitiu o surgimento de criações artísticas que antes não eram possíveis.

Instalações artísticas, que unem imagens e sons, são apenas um exemplo de como a arte pôde libertar-se dos suportes tradicionais (quadros e esculturas) e agora manifestasse de maneiras inovadoras e surpreendentes.

Ao apropriar-se das novas ferramentas tecnológicas, a arte também conseguiu sair dos museus para ganhar as ruas. Aparelhos, cada vez menores e mais baratos, permitem que o artista exponha suas criações em locais abertos e inusitados. Uma fachada de um prédio pode se transformar em uma tela multimídia para a criatividade.

E não é somente no apoio à criação e divulgação da arte que a tecnologia pode ser útil. Alguns teóricos afirmam que em breve, computadores produzirão canções, textos literários, quadros e esculturas tão elogiados quanto as disputadas obras primas atuais.

Inspiração artística para o desenvolvimento tecnológico

Quando um artista como Hans Donner, que mudou a televisão brasileira, produz uma criação, ele talvez não tenha ideia de como sua obra será compreendida e de que forma ela impactará e irá influenciar as pessoas. Porém, desde os tempos mais remotos, a humanidade reflete e muda sua forma de pensar e agir em razão do contato com obras como textos, canções, poemas, filmes, peças teatrais, entre outros.

Empresas de diferentes setores, em especial da área tecnológica, tem encontrado nas artes a influência que necessitavam para tornar seus produtos e serviços mais bonitos, funcionais e aceitos por seus consumidores.

O resultado da somatória entre arte e tecnologia pode ser percebido no nome de novos produtos, no design e nas cores escolhidas e, na funcionalidade de produtos e serviços que buscam criar uma personalidade própria diferenciando-se da concorrência ao assumir a influência recebida das artes.

Produtos físicos, serviços e bens intangíveis, como softwares e aplicativos aperfeiçoam sua estética, linguagem e formatos de interação, inspirando-se em formas de arte que vão da pintura à música, passando por manifestações como a fotografia, a escultura e as artes plásticas.

Ganhos da união entre arte e tecnologia

Os frutos da parceria entre arte e tecnologia são inúmeros e aumentam a cada dia. Além dos benefícios imediatos para ambas as partes, acredita-se também que ainda estamos no início da colheita resultante das influências desta parceria nos costumes, na cultura e no modo de viver da sociedade.

Inovação e criatividade são as consequências mais importantes, e imediatas, para a indústria tecnológica ao inspirar-se nas artes. Novos produtos e serviços, mais bonitos, elegantes e inovadores são os resultados desta influência mútua.

As empresas também ganham em beleza e funcionalidade ao apostar na parceria com a arte. Ao recorrerem à conceitos estéticos de manifestações artísticas, as organizações passam a pensar de uma maneira diferente, privilegiando aspectos como design, linguagem e abordagem. Recursos fundamentais para se diferenciar da concorrência.

Interatividade é outra conquista, onde cada vez mais manifestações artísticas, se utilizam para aproximar o público e utilizar suas emoções e pensamentos. Com o uso da tecnologia a arte deixa de ser apenas observável para se tornar “manipulável”, ou seja, o público passa a participar, opinar e interagir com a obra e as ideias do artista.

A tendência é que esta união se torne, cada vez mais, uma verdadeira fusão na qual os limites entre arte e tecnologia ficarão menos claros. Manifestações artísticas que hoje ainda não conseguimos imaginar, e produtos que se parecerão com verdadeiras obras de arte, são algumas das consequências desta união inovadora e criativa.



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.

ROMERO BRITTO

Romero Britto é um dos artistas mais famosos e importantes do mundo. Brasileiro, nascido em Pernambuco, mas foi nos EUA onde construiu sua carreira. Seu trabalho já foi exposto nas galerias e museus mais prestigiados, em mais de 120 países. Possui milhares de produtos licenciados e parcerias com grandes marcas mundiais como, Disney, Apple e Coca Cola. À Simple Business, Romero Britto traz detalhes de sua história, arte, lado empreendedor e muito mais.



Entrevista

Romero Britto Conta detalhes de sua trajetória.

De onde veio a paixão pela arte?

Desde criança eu já gostava de arte. Acredito ser um dom do qual me sinto muito abençoado em ter. Nunca frequentei escola de arte alguma na vida. Vendi meu primeiro quadro aos 14 anos para uma vizinha por cerca de 10 cruzeiros, uma colagem em forma de flores de selos postais (tentei primeiramente vender para minha professora, mas ela não quis). Lembro também que um de meus irmãos vendia enciclopédias e eu adorava ler as mesmas sobre arte.

Como foi o início da sua carreira?

Difícil como todo início de carreira. Na realidade parecia impossível, não tinha suporte algum, mas nunca deixei de arriscar ou de acreditar em mim mesmo. Meu sonho inicial era de ser embaixador e de poder conhecer o mundo. Poucos sabem, mas estive no exército militar e apesar de toda pobreza e dificuldade financeira consegui bolsa de estudos para universidade de direito da qual acabei não concluindo para seguir minha verdadeira paixão, arte. A primeira vez que pintei com pincéis retratei cajus e peixes, já adolescente.

O desenvolvimento da sua carreira se dá fora do Brasil. Isso foi um desafio ou uma oportunidade? E por que?

Desafio e oportunidade. O que consegui fazer foi basicamente um milagre que foi fruto de muito trabalho, sacrifício, perseverança e coragem. No início em Miami cheguei a vender quadros pintados a dedo em jornal por \$50 dólares nas ruas. O maior mercado de arte é nos Estados Unidos e provavelmente se tivesse continuado no Brasil não teria tido o sucesso global que tenho hoje. Nosso país precisa incentivar mais a arte visual e também abrir as portas para arte vindo do exterior.

De onde se inspira para produzir suas obras?

Na vida cotidiana. Em tudo o que gosto, que acho bonito e que é bom. Quero que as pessoas ao contemplarem meu trabalho tenham um sentimento de felicidade e alegria em seus corações. Arte não deveria ser triste ser triste para ser levada a sério.

Qual foi o momento "virada de chave"?

Dois momentos, minha mudança para Miami e a campanha global que fiz para a Absolut Vodka em 1989 ao lado de artistas como Andy Warhol, Keith Haring, Jean-Michel Basquiat e Robert Indiana. Essa trouxe muita visibilidade para o meu trabalho, estilo e minha filosofia sobre arte.

Das inúmeras parcerias com diversas marcas famosas, qual foi a mais marcante e por que?

Já fiz mais de 1000 colaborações e sou considerado o artista mais licenciado da história. Uma das colaborações mais marcantes foi e é com a Disney. Já somos parceiros há mais de 25 anos e amo a história da marca assim como o sentimento de magia e alegria que ela evoca em milhões de pessoas através de seus filmes, desenhos, parques e produtos.



"Quero que as pessoas ao contemplarem meu trabalho tenham um sentimento de felicidade e alegria em seus corações."

Quais as suas obras favoritas e por que? E qual a mais desafiadora?

Todas são muito especiais por mais simples ou mais complexas. A mais difícil e complicada foi a criação e instalação da maior escultura que já existiu na história do Hyde Park em Londres, uma pirâmide de muitos metros celebrando o aniversário do Tutankhamun's e da qual demorei quase 1 ano para pintar a mão. Celebidades e dignatários como o Príncipe Charles vieram a inauguração.

Em todos esses anos de carreira, tem alguma história engraçada que marcou e pode nos contar?

Tenho várias histórias como podem imaginar. Estou trabalhando em um livro e em um filme já em pré produção e em breve poderei compartilhar com todos.

Você já foi chamado de novo Picasso. Qual o significado dessa comparação para você? Quais similaridades vocês possuem?

Sinto-me honrado com a comparação e ouço dizerem em geral que é pela genialidade do trabalho cubista, das formas e cores. Também me dizem que é pela alta produção artística (Picasso fez mais de 50,000 obras de arte em vida), pelo sucesso financeiro e pelo reconhecimento e fama global. Picasso foi pessoalmente meu artista favorito e fico feliz em ser comparado a ele apesar de cada um de nós termos desenvolvidos estilos únicos que são reconhecidos facilmente por todos. Picasso assim como eu foi também muito criticado e polêmico, não compreendido por muitos e apesar de amado ou odiado entrou para a história e sua arte sempre evocou algum tipo de sentimento, positivo ou negativo, no espectador. Acredito que o objetivo da arte em geral é a de despertar algum tipo de sentimento, qualquer que seja, nas pessoas.

Várias celebridades, mundialmente famosas, possuem obras suas, em casa. Qual o segredo do sucesso de Romero Britto?

Trabalho duro, consistência, dedicação, perseverança e amar o que faz. Enquanto alguns perdem seu tempo me criticando continuo pintando.

Qual foi o momento mais desafiador em toda sua carreira?

Existiram vários, mas diria que a solidão na ascensão ao sucesso.

Você é um dos brasileiros mais influentes do planeta. Como lidar com tamanha responsabilidade?

Tenho uma grande responsabilidade e sou consciente disso. Me esforço ao máximo para não desapontar meu país, meus amigos, meus fãs e colecionadores. Sempre coloco o que minha arte representa e a sua filosofia primeiro.

Existe algo que tem muita vontade de fazer e ainda não fez?

Sempre vai existir. Preciso de tempo. Quero ter exposições da minha arte em museus de todos os países do mundo. Também quero visitar a grande barreira de corais na Austrália, Amazônia e algum dia a Lua ou Marte. Tenho vontade de criar um centro de entretenimento e museu sobre minha arte ainda vivo onde pessoas possam conhecer meu trabalho, minha história e sentirem inspiradas e com alegria.

Fundi o Happy Art Movement com a missão de inspirar felicidade, diversão, amor e otimismo em todo o mundo através da minha arte alegre, única e de cores vibrantes. Dediquei minha vida e trabalho a explorar a natureza e a essência da felicidade, enquanto muitos grandes artistas usaram suas obras de arte para ilustrar as sombras de nossas almas e do mundo. Quem tem contato com

Fale-nos sobre o "Happy Art Movement".

minhas pinturas ou produtos da marca BRITTO reconhecem imediatamente essa filosofia de vida - a vida feliz. A felicidade é contagiante, e meu objetivo é criar um mundo com mais compaixão, menos conflitos e um maior senso de propósito e significado. Acredito que iniciei

minhas pinturas ou produtos da marca BRITTO reconhecem imediatamente essa filosofia de vida - a vida feliz. A felicidade é contagiante, e meu objetivo é criar um mundo com mais compaixão, menos conflitos e um maior senso de propósito e significado. Acredito que iniciei



o movimento desde que comecei a pintar em Miami, mas a denominação ocorreu apenas depois de uma observação do meu CEO e amigo Dr. Lucas Vidal que refletiu sobre o tema, sobre os efeitos na vida das pessoas e a importância em dividir esse fenômeno com o mundo.

Você tem uma marca global e já colaborou com grandes empresas. Fale-nos sobre o lado empreendedor do Romero Britto.

Não tem como eu falar do meu lado empreendedor e dos negócios do Grupo BRITTO sem falar do meu talentoso CEO, Dr. Lucas Vidal. Hoje em dia meu tempo está focado apenas na parte criativa, em pintar e em promover minha arte e sua filosofia ao redor do mundo. O Dr. Lucas Vidal é o responsável por todos os planos de negócio e tem uma visão muito aguçada. Durante a pandemia ele iniciou um intenso trabalho de rebranding da marca, reposicionamento e reestruturação operacional, incluindo o desenvolvimento de uma moderna plataforma de e-commerce, a criação de uma nova linha de produtos próprios BRITTO, o estabelecimento de novas parcerias internacionais, além do plano de criação de uma nova rede de varejo nossa com lojas próprias e franqueadas. Ainda nesse período inauguramos a nova sede global em Miami, o BRITTO Palace, que possui cerca de 6,000 metros quadrados e onde trabalham 92 pessoas.

Hoje as marcas BRITTO e Romero Britto Fine Art movimentam anualmente US\$ 250 milhões em obras de arte, produtos de marca própria e produtos licenciados – que estão à venda em mais de 30 mil pontos em 120 países. O objetivo é chegar ao faturamento anual de US\$ 1 bilhão nos próximos anos.

Voce é considerado o artista mais licenciado da história. Talvez, por você também ter esse lado empreendedor, esse seja o grande motivo de incomodar tantas pessoas?

Sucesso em geral incomoda. Aqueles que criticam não compreendem minha história, arte e filosofia. Acredito em dividir o meu trabalho com o maior número de pessoas possíveis e não somente em restringir a exibí-lo apenas em alguns museus ao redor do mundo. Museus são muito importantes, mas quero ainda mais. Quero que minha arte, através de uma tela ou de um produto, transmita a bilhões de pessoas uma mensagem de felicidade e inspire alegria, amor e otimismo nas suas vidas. Se passarem a observar vão perceber que os grandes museus (Louvre, National Gallery, TATE, MOMA) que exibem famosos artistas como Renoir, Picasso, van Gogh, Da Vinci, Dalí, Warhol entre outros todos possuem lojas internas vendendo produtos com a arte dos mesmos.

“Hoje as marcas BRITTO e Romero Britto Fine Art movimentam anualmente US\$ 250 milhões em obras de arte, produtos de marca própria e produtos licenciados – que estão à venda em mais de 30 mil pontos em 120 países.”

Você recebe duras críticas por alguns da classe artística. O que acha disso?

Acho que elas possuem todo o direito e liberdade de expressarem sua opinião, mas creio que é por que nunca tiveram a oportunidade de conhecer ou estudar minha história e meu trabalho (que está sempre em evolução) em profundidade. Com certeza qualquer um que visitar meu ateliê em Miami, o maior estúdio de arte da história com 6,000 metros quadrados (60,000 sqft.), sairá de lá com uma opinião diferente sobre mim e minha arte. Apesar de tudo, o mais importante é que o meu trabalho evoca alguma reação no público e que essa é na grande maioria das vezes é positiva. O meu canvas é apenas um veículo para passar a minha mensagem e visão de alegria, positividade, esperança e amor. O que é indiscutível e ninguém irá mudar é a minha história de sucesso como artista nordestino, pobre, brasileiro que atingiu sucesso global como nenhum outro. Pessoas costumam invejar qualquer um com sucesso. Hoje minha arte é estudada em várias escolas no mundo inteiro e já faz parte da história da arte. Além do mais meu trabalho também está presente nas maiores e mais importantes coleções do mundo. Sinto-me realizado como artista.

Como artista, qual a sua visão dos NFTs?

Já fiz alguns projetos com NFTs. Acredito na tecnologia de blockchain e não tenho medo de experimentar nada que é novo.

Milhares de artistas se inspiram em você. Qual o conselho para os que estão começando?

Dedicação, foco e consistência. Encontrem seu estilo próprio e dividam sua arte com o maior número de pessoas possível. Não tenham medo de errar e não desistam nunca de seus sonhos. Também é importante saber lidar com críticas, desafios e se cercar de boas pessoas.

Como quer ser lembrado?

Como o artista da felicidade. Artista batalhador que mudou sua vida e que trouxe alegria para tantas pessoas através de sua filosofia e arte. Uma pessoa boa, honesta, caridosa, leal e

cheia de sonhos e esperança. Alguém que sempre buscou fazer o bem e a dar mais do que receber. Ajudo a mais de 200 instituições de caridade e sou membro do conselho de algumas.

O que significa arte para Romero Britto?

Uma linguagem universal que nós seres humanos usamos para nos expressar e comunicar.





Mercado Financeiro

Bala de prata na hora de investir

Matheus Freitas

Um mito da Grécia antiga fala de um rei chamado Lycaon que sacrificou um bebê e o serviu em um banquete para Zeus, o qual ficou enfurecido e o amaldiçoou, transformando-o em uma criatura metade homem e metade lobo. Séculos depois foi adicionado ao mito o potencial da prata em machucar o então chamado lobisomem, sendo popularmente conhecido assim até os dias atuais.

Atualmente a expressão bala de prata se tornou uma metáfora utilizada para soluções simples e precisas, de problemas e situações complexas. No mundo dos investimentos, tem se tornado cada vez mais comum acreditar na existência de investimentos tipo bala de prata, ou seja, que ao fazer tais aplicações, o investidor pode ficar despreocupado esperando o retorno, podendo inclusive repetí-lo diversas vezes com o mesmo desfecho.

Em 2020 a taxa Selic foi a mais baixa da história, iniciando em 4,50% a.a e fechando a 2,00% a.a. Fato que forçou investidores a abandonarem a poupança e a renda fixa, e migrar o capital para renda variável. Nesse mesmo ano, ações da Magazine Luiza valorizaram 109,78%, da Locaweb subiram 412% e Banco Inter 112,6%. A bala de prata parecia ser constituída por empresas de atendimento online ao cliente. Mas poucos meses depois, o mercado viu essas ações se desvalorizarem mais de 50%. Os investidores que concentraram seus investimentos em poucas empresas com grande potencial de valorização, acreditando ser a bala de prata para multiplicar seu capital, tiveram uma surpresa desagradável.

O IFIX é um indicador que calcula o desempenho médio das cotas de fundos imobiliários negociadas na B3 (bolsa de

valores brasileira). Através dele podemos dizer que os fundos imobiliários valorizaram cerca de 138% desde o início de 2015 até o final de 2019, conquistando o coração de muitos brasileiros. Entretanto nos 2 anos seguintes, o indicador mostra uma desvalorização de 12,2% desses ativos, chegando até 41% de queda no início da pandemia. Fato esse que mostrou o risco da concentração de capital até em investimentos imobiliários.

Será que o capital poderia estar protegido aplicando exclusivamente em renda fixa? Se levarmos em consideração somente o capital principal, é possível dizer que sim, mas se considerarmos a inflação, vai depender de como a carteira de investimentos foi montada. No período entre 2019 e 2021 a inflação brasileira bateu 19,98%, a taxa Selic rendeu 13,65%, enquanto a poupança

somente 9,10%. Isso significa que R\$ 100 mil em 2019 tem o mesmo poder de compra de R\$ 19.980,00 no final de 2021. O poupador com R\$ 100 mil na poupança em 2019 fechou 2021 com R\$ 109.100,00 perdendo R\$ 10.880,00 do seu poder de compra, enquanto quem investiu somente na taxa Selic terminou 2021 com R\$ 113.650,00 perdendo R\$ 6.330,00 do seu poder de compra.

O fato é que uma carteira de investimento saudável não pode conter somente um único ativo, ou apenas produtos da mesma categoria. A carteira de investimento deve ser eficiente, funcional, sendo usada tanto para reserva de emergência, como para proteção da inflação ou da alta do dólar e ainda preparar sua aposentadoria.

No momento de montar seu portfólio de investimentos, procure diversificar o capital para vários possíveis cenários. Tenha sempre uma reserva de emergência, pois imprevistos não são totalmente imprevisíveis, sabemos que vai acontecer, mas não sabemos quando. Do mesmo modo, aplicar uma parte do capital em ativos que protegem da inflação garantirá que o dinheiro não perca valor no longo prazo. E quando o assunto é bolsa de valores, todos queremos comprar ações quando estão baratas, mas nunca sabemos a melhor hora para compra. Sendo assim, não gaste todo seu dinheiro de uma vez, faça compras parceladas, compre ações de setores diferentes e sempre aproveite a oportunidade para comprar ações de boas empresas em momentos difíceis.

A verdadeira bala de prata na hora de investir é o conhecimento do investidor. Resultados moderados, mas constantes vão te levar mais longe do que grandes lucros acompanhados de grandes prejuízos.



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



A receita (nada secreta) para potencializar a experiência dos restaurantes no mercado de delivery

Arnaldo Bertolaccini

O crescimento do delivery durante a pandemia é um movimento sem volta. Com a entrada de novos restaurantes na plataforma – estima-se que no último ano aumentou em 27% a presença de pequenos e médios cadastrados no iFood – potencializar a experiência dos nossos parceiros, que já era importante, se tornou prioridade.

Este cenário, não só impactou no crescimento de restaurantes utilizando o delivery como um braço de negócios, mas também resultou em novos hábitos de consumo de comida e bebidas dos brasileiros. Para os restaurantes, esses hábitos deixaram claro que é preciso explorar novos caminhos além do atendimento presencial.

Com o avanço digital, muitos empreendedores precisaram readaptar suas formas de lucrar. O iFood entende que nem todos estavam preparados para essa quantidade de mudanças em um período tão curto. Assim, o processo de digitalização de restaurantes impulsionou também as dúvidas sobre como aproveitar a integração das novas tecnologias com o empreendedorismo.

Desta forma, surge a dúvida: será que a tecnologia nos restaurantes é para todos? Quando falamos de inovação, é importante saber que não se trata apenas de grandes negócios, mas também para pequenas e médias empresas que buscam atualizar recursos e fluxos. Chegar lá, no entanto, exige dos empreendedores a busca por soluções digitais que conectem os negócios aos consumidores em uma nova realidade de mercado. O fato é que tecnologia não precisa ser sinônimo de altos investimentos iniciais, principalmente para quem está começando.

A digitalização dos restaurantes também é sinônimo de geração de empregos. Uma pesquisa da Fipe (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas), encomendada pelo iFood, indica que restaurantes cadastrados no iFood criaram, em média, 10.472 empregos por mês entre 2015 e 2019, enquanto os que não operam na plataforma tiveram uma perda líquida de 5.676 postos. Além disso, o salário médio dos funcionários dos restaurantes aumentou depois que eles aderiram ao iFood: foi de R\$ 1.331 para R\$ 1.457 mensais.

Neste contexto, fica o desafio para a maior foodtech da América Latina: como potencializar a experiência dos mais de 270 mil restaurantes, neste ano?

O iFood entende que se trata de um processo de construção que já começou, mas que ainda tem espaço para ser aprimorado.

A receita, nada secreta, que estamos seguindo para aperfeiçoar o negócio está baseada em três grandes frentes de atuação. A primeira consiste em oferecer ferramentas e funcionalidades efetivas para que os restaurantes possam operar com qualidade no delivery. Já a segunda frente, buscamos empoderá-los para que eles possam criar suas campanhas e condições próprias para vender; E a terceira frente está baseada em criar mais conexão e diálogo para levar o nosso relacionamento com os restaurantes a um patamar ainda não visto.

Essas frentes representam um direcionamento de onde queremos chegar, pois entendemos que o “hoje” já não está mais no modelo ideal.

No pilar de oferecer ferramentas e funcionalidades efetivas, estamos implantando projetos que realmente supram necessidades dos empreendedores parceiros. Um exemplo disso é o Vantagens do Chef, um programa que oferece parcerias de descontos em recursos de água, energia, coleta de resíduos, marketing digital entre vários outros serviços e produtos. Ao todo, já são mais de 35 mil restaurantes que já utilizam o programa, somando juntos 5 milhões de reais no último trimestre.

No que tange a promover o empoderamento dos restaurantes, o pilar consiste em priorizar o empreendedor a frente de suas campanhas. Isso inclui mostrar como o empreendedor pode usar a internet como vitrine para os negócios, investindo em campanhas para ele ter também maior autonomia para fazer a sua própria divulgação. Para aumentar a visibilidade e vendas dos estabelecimentos parceiros, o iFood disponibiliza o Cardápio Digital, uma solução que permite ao restaurante digitalizar e divulgar seu cardápio, com link próprio, a ser divulgado em aplicativos de mensagens ou perfis nas redes sociais. A funcionalidade surge também em resposta às necessidades do empreendedor neste momento de digitalização da sociedade.

O último ingrediente da receita, e um dos mais importantes, consiste em estabelecer conexões e diálogos com os restaurantes. Queremos atuar como uma plataforma que – não só conecta consumidores e restaurantes – mas também estabelece momentos de escuta, troca e construção colaborativa. Na prática, estamos abrindo as portas por meio de processos de diálogo, feedbacks e oportunidades em que damos mais voz aos restaurantes e seus representantes – como as associações – para criarmos soluções que de fato resolvam suas dores e anseios.

Em uma plataforma com 270 mil parceiros, dos mais variados perfis como o iFood, essa escuta é uma tarefa complexa. Para avançar no diálogo considerando a diversidade de restaurantes que hoje são nossos parceiros, estamos construindo grupos, que já inclui um conselho formado por estabelecimentos engajados e que querem contribuir para que a plataforma seja ainda melhor.

Acreditamos que não há uma solução única para todos. E para isso, não basta ir com o bolo pronto, queremos construir essa receita juntos.



Arnaldo Bertolaccini,
Diretor de Experiência dos
Restaurantes do iFood



KWAMI ALFAMA

O LeaderX foi criado para oferecer a grandes lideranças experiências marcantes que lhes proporcionem aprendizados, reflexões, trocas de ideias, oportunidades de negócios e acessos diferenciados da rede mais qualificada de Executivos e Empreendedores do Brasil. Somos precursores na Economia Colaborativa e em um novo conceito de desenvolvimento de negócios. Conheça e faça parte do nosso ecossistema em www.leaderx.com.br.

Kwami Alfama Correia está na Tereos Amidos & Adoçantes desde 2017. Ingressou como head de operações e, desde janeiro de 2019, ocupa o cargo de CEO da unidade. Ingressou no LeaderX em 2021 e hoje atua como embaixador.

Interview by

LEADERX
exponential leadership



O CEO da Tereos Amido e Adoçantes, Kwami Alfama, é um dos líderes do agronegócio no Brasil e tem forte atuação em prol da diversidade no mercado agro. À Simple Business, conta sua história, fala sobre empreendedorismo, mercado e muito mais.

Fale-nos um pouco da sua história e de como veio parar no Brasil.

Nasci em Cabo Verde, um arquipélago na costa ocidental da África de colonização portuguesa, e morei em meu país de origem até os 15 anos, quando, em conjunto com meus pais, decidimos ser a melhor opção de uma melhor educação estudar em Portugal, na cidade de Coimbra.

Portugal foi uma grande escola de vida, pois me ensinou, para além da diversidade cultural, a me virar sozinho e a cuidar de aspectos que, até então, eu não tinha precisado gerenciar sem apoio, como pagar aluguel, cuidar da alimentação, ter uma conta bancária. Eu precisei aprender a organizar a casa, para que eu pudesse entender, mesmo que minimamente, como ser visionário e construir impulsos para o futuro.

Após quase quatro anos em Portugal, decidi embarcar para o Brasil e realizar um sonho de criança que era ser engenheiro mecânico. Por meio de um convênio entre países de língua oficial portuguesa, iniciei o meu curso em Engenharia Mecânica na Escola Federal de Engenharia de Itajubá, hoje Universidade Federal de Itajubá, uma pequena cidade no Sul de Minas Gerais. Assim, aos 19 anos, comecei minha jornada no país.

Quais dificuldades enfrentou ao chegar no país?

Inicialmente as primeiras dificuldades foram a adaptação a um novo país, especialmente em relação à língua. Apesar de falarmos português em Cabo Verde, Portugal e Brasil, na prática são línguas com algumas diferenças e sofri um pouco para entender meus colegas e professores e para me fazer entender.

Logo em seguida passei a questionar e a sentir uma inquietação ao me deparar com a falta de diversidade no ambiente acadêmico brasileiro. Em meu país de origem os negros ocupavam todos os espaços e, aqui, praticamente não havia outros negros na universidade, por exemplo.

Esse incômodo, no entanto, trouxe algo positivo. Foi a partir dele que comecei a questionar e a me empenhar para aumentar o acesso e a presença de pessoas negras em espaços até então pouco ocupados.

Quais eram os seus sonhos e objetivos ao chegar em terras brasileiras?

Em primeiro lugar, continuar meus estudos e me formar na universidade. Acredito que a educação é fundamental para nosso desenvolvimento em diversas esferas: como pessoa, como cidadão, como um ser crítico e pensante e que tem o poder de mudar o status quo.

Além disso, também vim em busca de novas experiências e formações. Sempre digo que estudar, trabalhar, ou apenas passar algum tempo de sua vida em algum país estrangeiro pode trazer muitas vantagens que, inclusive, vão além do “upgrade” no currículo. Entendo que para

ter sucesso na carreira, as movimentações precisam começar em nós mesmos, é necessário ser líder da própria trajetória para depois inspirar os demais.

Em algum momento pensou em desistir?

Nunca! É claro que lutar por uma causa, por vezes, pode ser cansativo. Mas acredito que ações transformadoras podem modificar o mundo. É com esse pensamento que visualizo as ações afirmativas nas empresas, são elas que podem transformar o cenário que vivemos e proporcionar maior inclusão.

Entretanto, os desafios ainda são grandes. Tenho muito orgulho da minha história, trajetória e de onde cheguei, mas não quero continuar sendo o único ou um dos poucos que conseguem chegar nas altas posições de liderança. Tampouco podemos esperar mais 20, 30 anos para que tenhamos representatividade na alta liderança das empresas. Por isso, desistir não é uma opção.

Por fim, também acredito que a dedicação proporciona ótimos resultados. Precisamos de dedicação e foco para conseguirmos alcançar o que tanto almejamos e contribuir com mudanças significativas.

Você possui vasta experiência no setor alimentício, trabalhando em várias empresas antes de se tornar o CEO da Tereos Amido & Adoçantes no Brasil. Quais suas principais características enquanto gestor e que o fizeram crescer tanto?

Acredito que estamos sempre

“Esse incômodo, no entanto, trouxe algo positivo. Foi a partir dele que comecei a questionar e a me empenhar para aumentar o acesso e a presença de pessoas negras em espaços até então pouco ocupados.”



em constante desenvolvimento e evolução e tento seguir esse caminho.

Eu já fui, por exemplo, um líder que não dava espaço para a equipe. Hoje, dou e percebo que nunca fui tão feliz, porque aprendi que não podemos controlar as pessoas. A missão da liderança é guiar e ajudar as pessoas a equilibrar a vida pessoal e profissional. O modelo de líder “chefe” apenas contribui para que a equipe trabalhe sob o medo e não consiga mostrar a sua criatividade e inovação.

Também tenho que, para ser um líder eficaz, é preciso criar espaços de segurança e de diversidade para que as pessoas possam empreender, inovar e ser plenas no ambiente de trabalho. Isto quer dizer, dar espaço para que elas consigam mostrar o seu potencial e consigam ser elas mesmas.

Outro princípio que adoto é o de liderar pelo exemplo. Uma das frases muito usadas no mundo corporativo é o Walk the Talk, algo como “o que você diz, você tem que fazer”, em tradução livre. É preciso alinhar discursos e práticas para promover mudanças e inspirar as próximas lideranças.

Diversos CEOs de grandes empresas têm pedido demissão, alegando que estão sofrendo fortes pressões pelo cargo que exercem. Qual a sua visão sobre como as empresas devem tratar o tema saúde mental? Como conciliar trabalho e vida particular em um mundo cada vez mais tecnológico?

As relações de trabalho mudaram muito nas últimas décadas e as vidas profissional e pessoal passaram a se misturar cada vez mais. Por mais que, em alguns momentos, isso seja inevitável, é preciso que as pessoas saibam fazer essa separação e, mais do que isso, que as empresas percebam que esses limites precisam ser respeitados.

Com a tecnologia – e aqui temos smartphones, aplicativos de mensagens de texto, internet – as pessoas passaram a ficar 24h por dia conectadas. Porém conexão não deveria significar disposição. Há até uma frase do momento que diz que “não é porque estou online que estou disponível” que é uma grande verdade.

Essa pressão por resultados, por entregas e, agora, por disponibilidade tem gerado, de fato, transtornos em muitos profissionais. E é fundamental que o tema da saúde mental seja discutido, seja colocado em pauta e seja quebrado o tabu em torno dele. Sempre digo que não se muda o jogo sem discussão, sem gerar desconforto. Por isso esse tema precisa ser trazido à tona e empresas e líderes precisam olhar para ele com atenção.

Qual o maior desafio que todo CEO enfrenta diariamente?

Independentemente do acrônimo, VUCA (do inglês, iniciais para Volatilidade, Incerteza, Complexidade e

Ambiguidade), BANI (Frágil, Ansioso, Não linear e Incompreensível), a verdade é que vivemos em um mundo cada vez mais complexo, em que as relações de trabalho mudaram e em que as pessoas passaram a fazer valer mais seus direitos. Os temas relacionados a pauta ESG, entre eles a sustentabilidade ambiental, diversidade e inclusão passaram a se tornar pauta obrigatória e não há mais espaço para sexismo, racismo, capacitismo e outros preconceitos.

Assim, hoje o CEO não é só um líder do seu negócio. Ele é um líder para as pessoas e seu papel, além de ajudar na melhor trajetória de condução do negócio, é inspirar e mostrar um caminho de boas práticas, de acolhimento, de cobrança na hora devida, mas de celebração quando merecido.

É um desafio de saber equilibrar diferentes mundos dentro do microcosmo da empresa, sempre pensando no melhor para seus colaboradores.

Como você acredita que serão as relações de trabalho nas empresas, com a chegada e estabelecimento do 5G, desde carga horária até o home office?

Como já dito anteriormente, está muito claro que as relações de trabalho mudaram. Já

havia um movimento mais forte, especialmente entre gerações mais jovens, de busca de um trabalho com mais propósito, que oferecesse qualidade de vida, e a pandemia veio potencializar esse sentimento de que o equilíbrio é essencial.

As empresas vão precisar se adaptar a essa nova realidade. O home office tornou-se comum para muitos trabalhadores, quando a função assim permite, e acredito que será muito difícil uma volta exatamente igual aos padrões anteriores. Os tempos são outros.

Na Tereos Amido & Adoçantes, por exemplo, adotamos um modelo híbrido e flexível para as pessoas de áreas administrativas, alternando dias presenciais e dias trabalhando de casa. Também oferecemos uma ajuda de custo mensal para despesas extras, como internet. Porém, mais do que a presença em escritórios, o importante é garantir que tenhamos rituais que propiciem a aproximação das equipes, a co-criação e a vivência da cultura.

Acredito, assim, que adaptação e equilíbrio vão dar a tônica

para o mundo do trabalho daqui em diante. As empresas e os funcionários vão precisar se adaptar e se adequar a novos modelos que vêm surgindo, acelerados pelo avanço das tecnologias. E o equilíbrio entre vida privada e profissional vai ser cada vez mais importante nessa relação.

Quais os maiores desafios que já enfrentou e qual foi o momento “divisor de águas” na carreira?

Por mais que eu queira falar sobre os vários desafios que eu tive e que no final do dia todos nós temos na carreira, acredito que o meu maior foi e é a paternidade. Sou pai de 4 filhos, de gerações diferentes. As mais velhas têm 24 e 20 anos e os mais novos têm 10 e 8 anos de idade, sendo que os 3 primeiros são do meu primeiro relacionamento. O desafio de estar presente mesmo estando longe, o desafio de transmitir valores e da educação à distância. Enfim, considero este, de longe, meu maior desafio como pai, pessoa e que tem impacto enorme na vida profissional e carreira se não bem conduzido.

Conte-nos sobre a sua inicia-

“O CEO não é só um líder do seu negócio. Ele é um líder para as pessoas e seu papel, além de ajudar na melhor trajetória de condução do negócio, é inspirar e mostrar um caminho de boas práticas, de acolhimento, de cobrança na hora devida, mas de celebração quando merecido.”



tiva de inserção de gestores negros na direção e nos conselhos administrativos das empresas.

Sempre fui um dos poucos ou o único negro nos espaços que frequentei. Comecei a refletir mais sobre isso e passei a fazer um trabalho de pesquisa para conhecer outros executivos negros. Então, no ano passado, idealizei e cofundi o Instituto Pactuá justamente para conectar profissionais negros de diversos segmentos.

O Pactuá é uma iniciativa voltada para estimular a inclusão de pessoas negras na alta liderança das empresas. A ideia surgiu a partir de uma retrospectiva da minha própria vida, quando percebi uma falta de diversidade tanto no ambiente universitário e, principalmente, nas posições de liderança nas empresas nacionais e multinacionais por onde passei. O objetivo é acelerar a inclusão de talentos negros, potencializando a ascensão nas empresas.

Nosso objetivo é conectar profissionais negros de diversos segmentos e inserir essas lideranças na direção e no conselho administrativo das empresas brasileiras. A iniciativa se dá por meio da realização de mentorias profissionais negros e negras que já atingiram uma certa senioridade nas organizações, da criação de trilhas de desenvolvimento e na elaboração de uma rede de indicações para recrutamento voltados para cargos de liderança.

Hoje, temos experts em quase todas as áreas da administração, combinando conhecimento e lugar de fala, prontos para discutir estratégia, tecnologia, finanças, e, claro, diversidade.

Ao todo, o grupo atua em cinco pilares estratégicos: ampliar o conhecimento que o grupo tem sobre ancestralidade; retribuir à sociedade o espaço que conquistaram e abrir portas para as próximas potências; educar e informar os outros, construindo ativamente uma sociedade mais justa; aumentar a escala trazendo diversidade para todos os elos da cadeia de valor; advogar em prol de profissionais negros, removendo barreiras para o seu crescimento e desenvolvimento.

Na sua opinião, como o Brasil pode resolver o problema da desigualdade?

Não há uma resposta fácil e simples para essa questão, tanto que a desigualdade faz parte da história do Brasil há muitos séculos. Porém trazer esse tipo de discussão à tona, reconhecer o problema, falar sobre ele e começar a gerar uma conscientização são primeiros passos que não podem ser deixados de lado.

Sabemos que esse é um problema urgente, mas infelizmente a solução nem sempre segue na mesma velocidade. Por isso, em se tratando da questão da presença de pessoas negras no mercado de trabalho, por exemplo, eu decidi aproveitar minha ocupação como CEO para esti-

Nosso objetivo é conectar profissionais negros de diversos segmentos e inserir essas lideranças na direção e no conselho administrativo das empresas brasileiras.”

mular mudanças e dar visibilidade a profissionais negros em suas infinitas competências, nas mais diversas áreas e cargos.

É imprescindível que as pessoas que tenham qualquer tipo de poder em mãos para mudar esse quadro se empenhem e se coloquem em ação.

Voltando à questão da diversidade, é muito comum vermos instituições falando que não encontram essas pessoas para a contratação – sejam pessoas negras ou de qualquer outro grupo minoritário. Isso não faz muito sentido, pois essas pessoas existem e estão disponíveis no mercado de trabalho. Talvez o que aconteça é que elas podem não ter acesso ao mesmo networking e visibilidade que várias pessoas brancas com as mesmas formações e experiências, por exemplo. Por isso dar visibilidade, dar voz, abrir portas e remover barreiras para o crescimento e desenvolvimento são de importância ímpar para começarmos a pensar em diminuir a desigualdade.

Sua história é muito inspiradora, qual o maior conselho para a construção de uma carreira de sucesso?

Em primeiro lugar, aconselho a todos que tenham vivências extraordinárias, fora do comum. Conhecer outros países e/ou outras culturas deixou de ser, há muito tempo, um diferencial e tornou-se premissa básica para quem almeja mudanças disruptivas. Pensando nisso, compartilhar essas vivências e ouvir a de outras pessoas pode ser imensamente enriquecedor.

Esse ponto tem ligação direta com outro conselho que considero importante: conheça pessoas, faça networking. Isso porque nosso desenvolvimento profissional não depende apenas da nossa formação, das nossas competências ou do nosso comprometimento, mas dos laços que criamos ao longo da nossa carreira. O networking é uma rede que você cria e que alimenta durante sua trajetória.

Por fim, seja comprometido com os seus valores, tenha objetivos bem definidos, procure por relações que possam enriquecer seu desenvolvimento com ideias disruptivas, conhecimentos diversos e esteja disposto a escutar, criando assim relações fortes e genuínas.

Será que sou mesmo um impostor? Como meu cérebro reage à esta ideia?

Hélio Contador



Quem já teve a sensação de não estar qualificado para um novo cargo recém promovido, para um novo projeto ou para um novo desafio? Excetuando-se aqueles que são indicados por apadrinhamento político ou mesmo por sucessão familiar (que não estão sujeitos necessariamente à meritocracia), quando questionamos nossas habilidades frente a uma promoção ou ao sucesso de um projeto, é porque não confiamos o suficiente em nós mesmos e subestimamos nossas competências. Tendemos a achar que nosso sucesso é motivado pela sorte ou pelo acaso, ou seja, devido à fatores externos e não por mérito próprio.

Como seres sociais, temos enraizados em nós a necessidade de pertencimento, de sermos aceitos e aprovados por determinados grupos sociais. Ao subestimarmos nossas competências, nosso cérebro ativa o modo de "medo de uma não aceitação social", ou seja, uma decepção que as outras pessoas terão ao descobrir que não somos tão competentes como nos mostramos.

Em um novo estudo sobre personalidade e diferenças individuais, psicólogos da Martin Luther University Halle-Wittenberg (MLU) mostram pela primeira vez que, mesmo em condições reais, o fenômeno aparece independentemente da idade, sexo ou inteligência.

"Uma quantidade saudável de reflexão e dúvida pode proteger uma pessoa de agir precipitadamente", explica Kay Brauer, do Instituto de Psicologia do MLU. No entanto, há pessoas que são permanentemente atormentadas por uma enorme quantidade de dúvidas, apesar de terem um bom desempenho, tais como obter boas notas ou receber feedback positivo no trabalho.

"Eles pensam que todos os seus sucessos não são um produto de sua habilidade ou trabalho duro, em vez disso, atribuem seus próprios sucessos a circunstâncias externas, por exemplo, à sorte e ao acaso, ou acreditam que seu desempenho é massivamente superestimado pelos outros. As falhas, por outro lado, são sempre internalizadas, como resultado de suas próprias deficiências. O fenômeno impostor não é definido como uma doença mental, no entanto, as pessoas que sofrem dela mostram maior suscetibilidade à depressão", diz Brauer, que espera que o novo estudo abra caminho para possíveis intervenções.

O fenômeno conhecido como síndrome do impostor foi descrito pela primeira vez em 1978 pelas psicólogas americanas Pauline Clance e Suzanne Imes. Elas observaram que havia um número particularmente alto

de mulheres bem-sucedidas que não se achavam muito inteligentes. Trata-se de um fenômeno pelo qual pessoas capacitadas e competentes sofrem de uma inferioridade ilusória, subestimando as próprias habilidades, chegando a acreditar que outros indivíduos (até menos competentes) são tão ou mais capazes do que elas. O interessante é que esta síndrome pode ser encarada como o oposto do chamado "Efeito Dunning-Kruger", em que as pessoas se sobrevalorizam e não enxergam suas próprias incompetências.

As pessoas que sofrem deste tipo de síndrome, de forma permanente ou temporária, parecem incapazes de internalizar suas realizações na vida. Não importando o nível de sucesso alcançado em sua área de estudo ou de trabalho, ou quaisquer que sejam as provas externas de suas competências, essas pessoas permanecem convencidas de que não merecem o sucesso alcançado e que de fato são meras fraudes. Consideram que as provas de sucesso são desnecessárias, e são resultado de muita sorte ou de se ter estado no lugar certo na hora certa, ou ainda com a crença que a sua inteligência e habilidades foram superestimadas.

Uma boa alternativa para quem passa por situações como esta que acabamos de descrever é fazer uma retrospectiva de sua vida pessoal e profissional, desde a juventude até os dias atuais, como se fosse escrever o livro da sua vida. Esse exercício vai ressaltar as muitas realizações que foram feitas ao longo da vida e que tendemos a esquecer ou não valorizar; você vai se surpreender! Uma outra possibilidade é buscar uma ajuda terapêutica ou coaching profissional. Melhorar o autoconhecimento, reconhecer seus pontos fortes, aprender a aceitar elogios e elevar sua autoestima são fatores importantes para passar a acreditar mais nas suas habilidades e competências e assim ganhar mais confiança em si próprio.



*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 Components 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.*



Miss Universo: Impacto econômico, financeiro e social

Marthina Brandt

O concurso Miss Universo (MU) é um dos eventos mais vistos no mundo, com uma audiência internacional estimada em um bilhão de telespectadores em mais de 180 países.

O MU foi criado na Califórnia, em 1952, pela empresa de vestuário Pacific Mills e tornou-se por meio dos anos um evento da Kayser-Roth Corporation e da Gulf and Western Industries, até ser comprado em 1996 pelo empresário e na época futuro presidente dos Estados Unidos, Donald Trump.

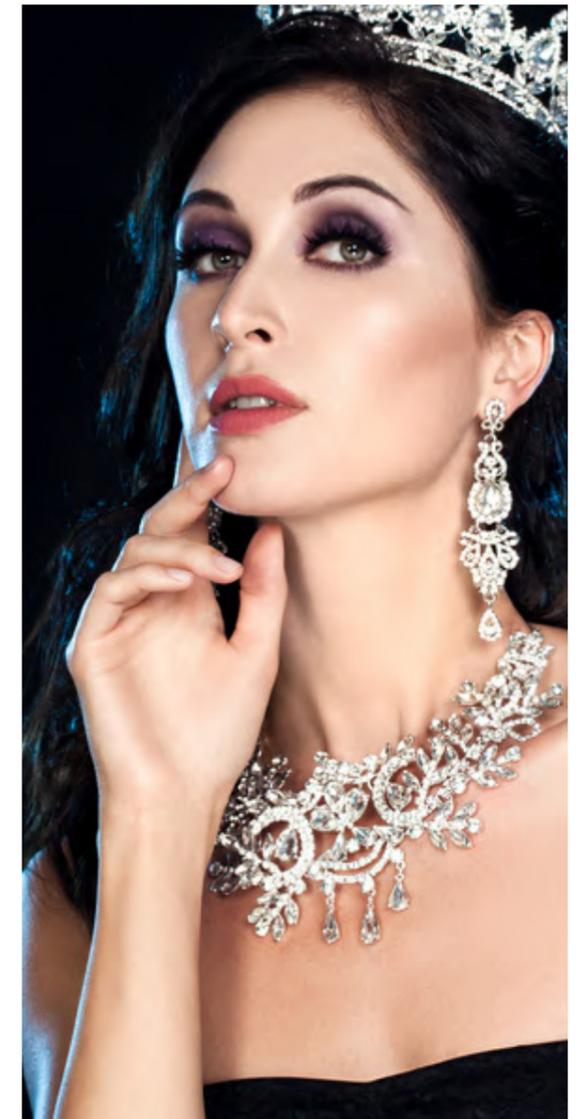
Em 1998, o Miss Universo alterou sua razão social de Miss Universe Inc. para Miss Universe Organization e sua sede foi transferida de Long Beach para New York, também nos Estados Unidos. Nesta ocasião, Donald Trump contratou uma nova equipe de profissionais de suas empresas para dirigir e organizar o concurso, incluindo a CEO Molly Miles e a presidente Maureen Reidy.

A organização passou a usar o lema "Redefinido para o presente" para a realização de seus concursos. Na mesma época criou sua nova logomarca: "The woman with the stars" ("A mulher com as estrelas"), representando a beleza e a responsabilidade das mulheres em todo o Universo.

No final de 2015, Trump vendeu a organização e os direitos sobre os concursos de beleza que ele administrava para a empresa WME-IMG, do empresário William Morris Endeavor.

Muitas pessoas associam o evento e a empresa Miss Universo como algo "fútil" e "banal", criticando ao fato de criar-se uma competição entre mulheres, baseadas em beleza, o que hoje em dia não se resume, pois, o concurso vai muito além, impactando e transformando a vida das pessoas.

Com esta síntese que acabei de fazer, acredito que fica nítido o tamanho da empresa e as transformações causadas pela mesma. A nível econômico, o Miss Universo pode ser comparado a marcas e eventos, tais como os Jogos Olímpicos, Fifa World Cup e Fórmula 1.



Agora que vocês já sabem um pouco da história, convido a entender como funciona o modelo de negócios do MU e como ele influencia na moda e no comportamento social e cultural.

O Miss Universo é uma licença que se renova anualmente. Ou seja, é um modelo de franquia (franchise). Havendo interesse por parte de algum empresário ou empresa nacional, o mesmo deverá pagar uma quantidade em dinheiro, o que varia proporcionalmente ao tamanho e capacidade financeira deste país. E ao firmar este contrato, o empresário ou a empresa detém de modo automático os direitos de enviar uma representante ao Miss Universe, bem como de utilizar da marca em sua nação, de modo exclusivo.

Em cada país há a autonomia em se organizar o seu certame, podendo ser um concurso local, que vai de eventos austeros e simples, tais como audições e castings, ou até shows extremamente produzidos com transmissões de TV e/ou em grandes auditórios e estádios, tais como ocorre em países como Tailândia, Filipinas e França, por exemplo. Fica bem evidente o quanto esses eventos impactam de forma global, movimentando diversas economias, gerando renda e empregos de forma direta e indireta.

Conforme disse, o MU é capaz de gerar rendas, oportunidades e visibilidades para muitas candidatas, que se projetam por meio dos concursos que acontecem desde níveis municipais, como estaduais e Nacional, citando grandes nomes consagrados como Vera Fisher, Renata Fan, Grazi Massafera. São mulheres que passaram pelo Miss Brasil e que tiveram as suas vidas impactadas após participarem e vencerem o nacional ou os estaduais.

Eu mesma, se hoje tenho uma empresa onde gero renda, impacto na economia, além de gerar empregos diretos e indiretos, é justamente porque tive a minha vida potencializada a partir da participação no Miss Universo Brasil (MUB) e MU de 2015.

Além das transformações profissionais e de geração de emprego e renda, tem também o impacto cultural.

A maioria das organizações, sejam a nível municipal, estadual ou nacional fazem trabalhos sociais e proporcionam formação continuada para as candidatas. Cita-se a oratória, etiqueta, passarela, como se vestir, entre tantas outras. É um meio que possibilita um vasto network e "network" significa "oportunidades".

Por fim, o Miss Universo e o Miss Universo Brasil se preocupam em dar voz para as mulheres, demonstrando que a mesma pode ser o que ela quiser. Temos inúmeras participantes que trabalham e atuam nos mais diversos ramos da sociedade, modificando constantemente a vida das pessoas, seja por meio de trabalhos sociais, como também, por meio de projetos, ações empreendedoras, criando sua autonomia e gerando rendas para outras pessoas, também.

A responsabilidade social é uma grande marca do Miss Universo, gerando todas as formas positivas de transformações e impactos nos mais diversos segmentos sociais.

Convido a você saber mais sobre o Miss Universo Brasil a partir das nossas redes sociais – Instagram:

@missuniverso.brasil



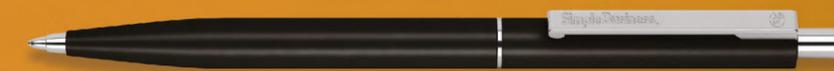
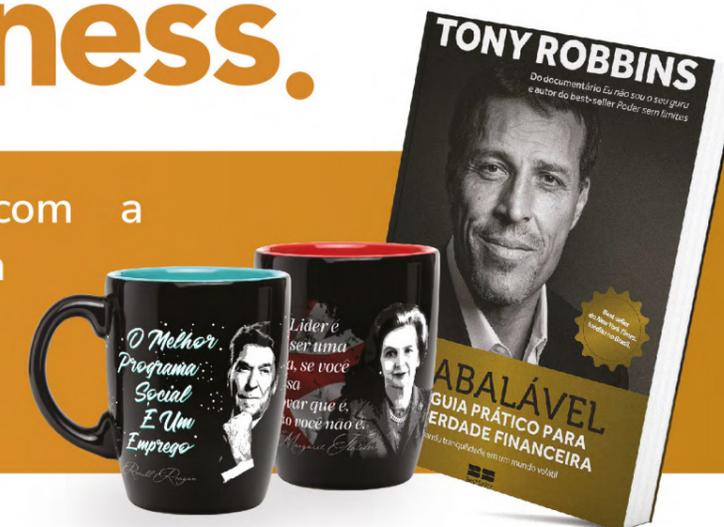
Marthina Brandt é empresária e influenciadora. Trabalhou como modelo dos 13 aos 28 anos com as principais marcas nacionais e internacionais. Em 2015 foi eleita Miss Brasil.



Simple STORE Business.

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

EM BREVE





A Fake News do Agronegócio

Lucas Boaventura

Produtos que podem te levar a morte, trabalho em regime de escravidão, desmatamento acelerado da Amazônia, queimadas, invasão de terras indígenas... Ideias equivocadas e verdadeiros mitos jogados de forma aleatória por falsos entendedores, remetem todo esse processo ao Agronegócio. As famosas Fake News, o termo americano usado na tradução literal para falsas notícias, atingem de forma contundente o carro chefe do superávit brasileiro nos últimos anos.

Agora, o que é verdade e o que é Fake News no agronegócio? Nesse artigo, buscaremos esclarecer através de dados concretos os fatos e mitos nesse processo.

Primeiro, é importante relatar que existe uma distância muito grande entre a indústria e o consumidor, e é justamente nessa lacuna que se abre o espaço para as Fake News.

Muito se fala dos "Agrotóxicos", na verdade as palavras corretas seriam defensivos agrícolas ou pesticidas, produtos com ativos específicos para ajudar no manejo de pragas e doenças, presentes nas mais diversas culturas plantadas hoje no Brasil. Hoje, a própria lei define esse tipo de produto como agrotóxico, mas, sendo assim, o que compramos nas farmácias para nos ajudar no controle de algumas

doenças presentes em humanos ou animais, seriam "zootóxicos"?

A revolução verde e a nova revolução agrícola, permitem que frequentes estudos desmascarem as mentiras contadas sobre esses produtos. Quando utilizados de forma correta, seus ativos logo se degradam e são eliminados pela planta. É evidente, que o título de maior consumidor de defensivo agrícola no mundo, às vezes impacta os leigos, porém, o cálculo é diferente quando se trata em volume utilizado por áreas tratadas. Como assim? Japão e Holanda são líderes mundiais quando se fala em volume de produtos aplicados por ha (unidade equivalente a 10.000 m²), colocando o Brasil na 6ª posição, segundo dados da Wageningen University; US – EPA. Somos mais eficientes na utilização consciente dessa importante ferramenta para o agronegócio. Vital, no livro "Agradeça aos Agrotóxicos por Estar Vivo", faz uma comparação entre o mercado de orgânico e o convencional, relatando que não poderia existir qualquer tipo de briga entre esses mercados, pois são complementares, e que melhor ainda, perante a ciência, se bem trabalhados, são alimentos iguais, ou seja, um não é mais nutritivo que o outro.

Outro assunto bastante controverso, e

que diariamente ocupam não somente as mídias nacionais, como também as internacionais, são os desmatamentos em terras brasileiras, principalmente quando se coloca em ênfase a nossa Amazônia. Então, nada melhor do que números para o leitor se informar.

Segundo dados do IBGE, o Brasil tem 8.516.000 Km², o que equivale a 851 milhões de hectares. A realidade do uso de solo no país, é apresentada em diversas fontes de pesquisa na internet, vamos utilizar aqui dados da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Desse total de hectares citados acima, 66,3% são de áreas destinadas à vegetação Protegida e Preservada (são áreas indígenas, unidades de conservação e preservação integrada, como parques nacionais, áreas nativas, unidades de preservação). Os próximos 30,2% dessa área, são destinadas ao uso Agropecuário, cujo qual, 8% são de pastagens nativas, 13,2% de pastagens plantadas, 7,8% são lavouras e 1,2% de florestas plantadas. Fechando o nosso cálculo, 3,5% do nosso território está ocupado com infraestrutura (cidades e outros).

Para efeito comparativo, 74,3% do solo Norte Americano é ocupado com uso agropecuário, e somente 19,9% são áreas destinadas à conservação

e preservação. Vale ressaltar, que temos um dos Códigos Florestais mais rígidos do mundo, por ser completo e complexo, dificilmente outros países suportariam tal legislação, principalmente países europeus, grandes críticos do Brasil quando se trata de assuntos ambientais. O Código Florestal garante sustentabilidade da produção agropecuária brasileira e certamente serve de lição para outros países.

A pecuária é vista como "um agente criminoso", em razão da emissão de gás metano, e vem se especializando cada vez mais, comprovando aos ambientalistas de escritório, que tecnologias implantadas em sistemas de Integração Lavoura, Pecuária e Silvicultura, visam o consórcio entre plantas e animais do mesmo local, onde, essas plantas sequestram o carbono referente ao metano emitido pelo gado, zerando o gás e até tornando-o positivo. Qual outro país do mundo tem esse tipo de ação?

Florestas plantadas de forma comercial, áreas de preservação permanentes presentes em propriedades rurais consideradas excedentes, podem ser negociadas no mercado de crédito carbono. Uma forma compensativa para os países/empresas emissoras de grande quantidade de gases de efeito estufa, regularizarem o compromisso para redução de poluentes do ar.

Sim, há de se considerar que temos muito a evoluir, mas não podemos negar, que somos referência mundial no quesito: produção de alimento de forma sustentável. Temos mais de 10 milhões de hectares, a serem explorados de forma totalmente legal no bioma cerrado. Somos o único país da Agenda 2030, que irá cumprir os prazos até 2027, como zerar desmatamento ilegal e atender a demanda de produção de alimentos de forma sustentável.

Até 2050, 1/3 da população mundial será alimentada por produtos oriundos do nosso agronegócio, a evolução tecnológica e a preservação ambiental caminham juntas para esse objetivo. Precisamos fazer com que as verdadeiras informações cheguem a todo elo da sociedade, desmas-

carando com números e dados das famosas Fake News, principalmente vindas de pessoas e setores, que não têm o mínimo conhecimento dessa área que é responsável por 27,4% do PIB Nacional.

Aline Dias, do Movimento Brasil+Agro, explica que um dos objetivos do movimento, é demonstrar a todos a importância do agronegócio: "Ele é a interação de diversos setores da economia brasileira, que podem estar ligados diretamente ou indiretamente às nossas vidas." Aline enfatiza também, que uma das propostas do movimento, é levar as informações verdadeiras sobre o Agronegócio, tendo como uma das ações, as visitas em escolas, públicas ou privadas, mostrando às novas gerações, a relevância desse setor que é atacado de forma constante por pessoas que não conhecem da área.

"Competimos com influencers de redes sociais e artistas que contam muitas mentiras à essa nova geração" afirma Pollyane Nunes, uma das criadoras do Movimento.

Como o velho ditado cita: "Contra fatos não há argumentos", então, os números estão aí para quem quiser interpretá-los. Talvez, o fato de o Brasil estar se tornando e, logo dominar todo o processo de produção de alimentos global (o famoso celeiro do mundo), faz com que chamemos atenção para nós, de forma positiva ou negativa. Mas, sempre estaremos em evidência, e com certeza, com dados concretos dentro da máxima veracidade, comprovando primeiro à nossa população, e depois ao mundo, que somos capazes de produzir com sustentabilidade, preservando e educando as futuras gerações, sobre a importância do Agronegócio para o futuro da humanidade.



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.



Startups

A queda de investimentos em Startups: Momento para desistir de investir?

Fernando Seabra

Quando retornamos ao ano de 2020, podemos lembrar que o primeiro trimestre de 2020 foi o mais impactado pela pandemia, porém de acordo com pesquisas, no final de março os financiamentos voltaram a retomar o ritmo, até com mais velocidade do que antes e assim, as startups finalizaram 2020 muito mais fortes do que começaram o ano, tendo o financiamento de empreendimentos globais um aumento de 4 % ano após ano para US \$ 300 bilhões, crescimento que se deu quando diversos setores afetados pela pandemia, migraram para os serviços online.

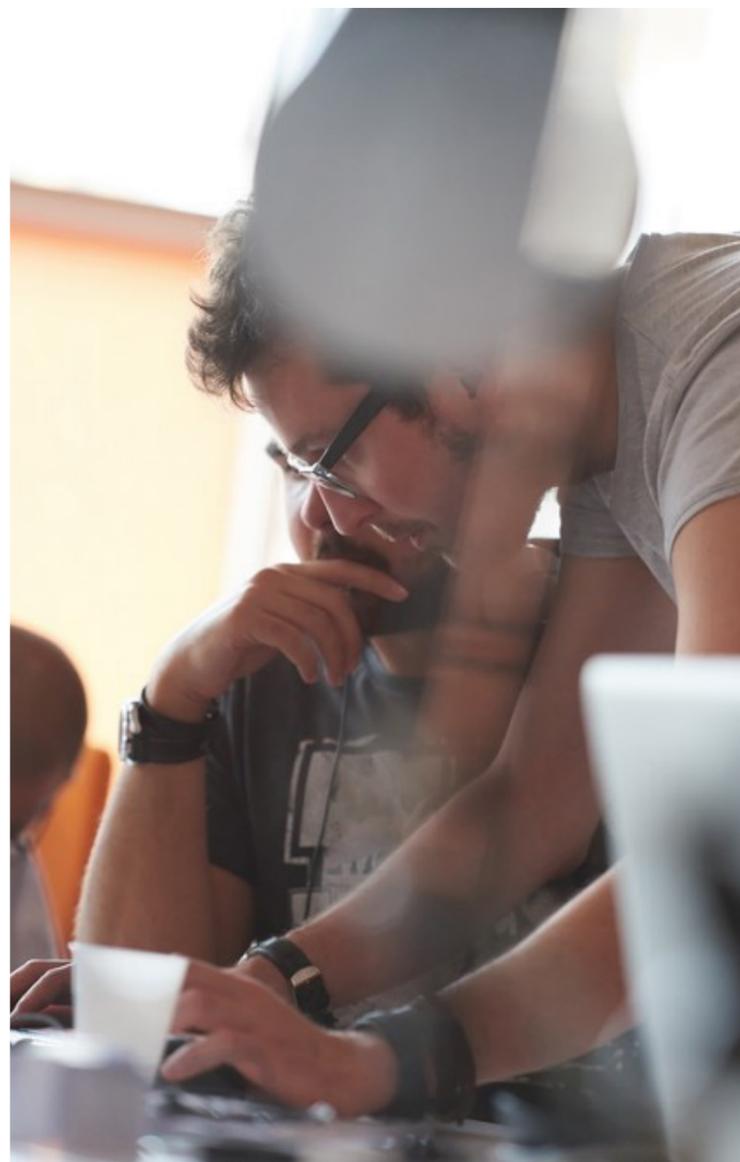
Com a migração para os serviços online houve um aumento no uso das tecnologias, ocasionando o boom das empresas de infraestrutura de tecnologia em serviços em nuvem, dando espaço ao mercado de IPO e M&A, na busca das empresas por consolidação, o que podemos elucidar com o crescimento significativo da Amazon.

Segundo estudos da Distrito:

Os investimentos em startups brasileiras acumularam, até novembro, o valor de US\$ 2,87 bilhões segundo o levantamento "Inside Venture Capital Brasil", realizado pela empresa de inovação aberta Distrito. Os investimentos de venture capital – modalidade focada em negócios com alto potencial de crescimento – foram distribuídos em 426 aportes em empresas brasileiras. Mesmo em um cenário de pessimismo imposto pela pandemia da Covid-19, este ano foi tão vantajoso para startups quanto 2019, quando o acumulado de investimentos chegou a US\$ 2,94 bilhões.

O ano de 2020 foi consagrado como o ano das startups, o que seria recebido de modo ameno, caso não vivêssemos uma pandemia global.

Segundo matéria veiculada na Valor Econômico: Venture Capital investe recorde de R\$ 33,5 bi no país – sendo o valor três vezes maior que o valor aportado no mesmo período do ano passado segundo a Abvcap e a KMPG, considerando também que houve um recorde no número de



startups que receberam aporte neste ano, 226, sendo 147 EM 2021.

Outro ponto é que, no terceiro trimestre: os investimentos em venture capital somaram R\$ 11,1 bilhões, avanço de 109% sobre período de 2020. De julho a setembro, foram 85 empresas investidas.

Este ano trazia um otimismo incalculável, como na matéria da CNN: Investimentos em Startups podem movimentar US\$ 29 bilhões no Brasil em 2022, de janeiro.

Com todo o cenário favorável, a espera para 2022 era extremamente positiva, visando investimentos astronômicos, tanto que vimos as fintechs Neon, Creditas e Dock, liderando as captações, o que não elucidava o que vimos acontecer com startups de grande destaque, como a demissão em massa de colaboradores.

Vários fatores podem ser trazidos enquanto motivos para a queda nos investimentos em startups, considerando que elas tiveram que lidar com desafios como a inflação em alta, os juros subindo e crise na economia, o mercado realmente bambeou.

Segundo o site Exame: No primeiro semestre, as startups brasileiras captaram US\$ 2,92 bilhões em 327 transações, 44% menos do que no mesmo período do ano anterior, de acordo com novo relatório da plataforma de inovação Distrito. Tendo uma queda mais acentuada no segundo trimestre, que refletiu no volume e nas transações.

Trazendo um contraponto dos anos de 2020 e 2021, o mercado mais afetado foi o de tecnologia, sendo que de acordo com a Distrito: os investimentos em startups do país recuaram 44% no semestre, totalizando US\$ 2,9 bilhões (R\$ 15,4 bilhões) e 327 transações.

Seria então o momento de desistir de investir em startups?

De maneira alguma!

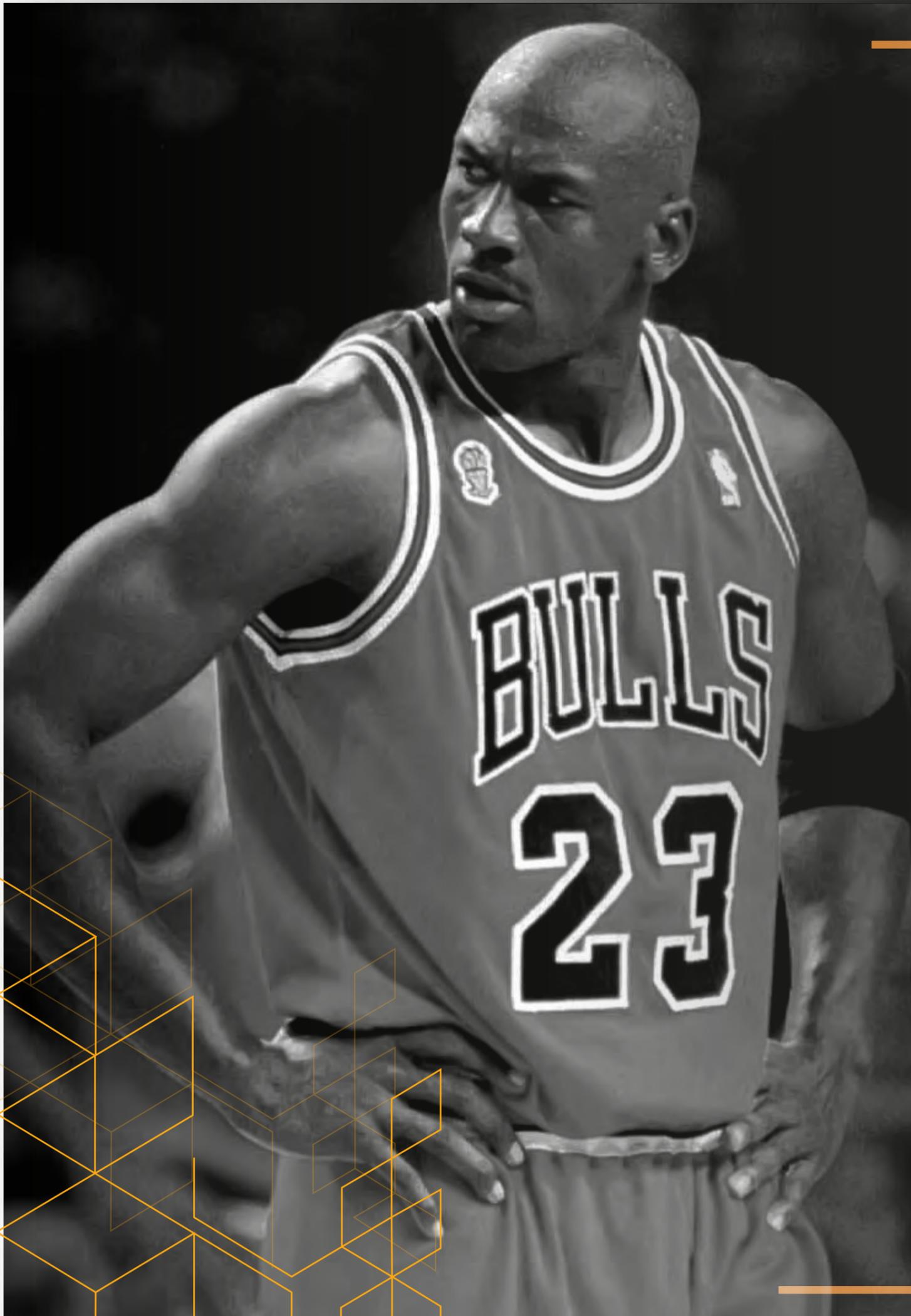
O que ocorre não é uma derrocada em relação ao mercado e tal modelo de empresa, mas sim, um ajuste nas expectativas em um mundo pós-covid com investimentos que busquem modelos mais validados de negócios bem como empreendedores que não precisem queimar caixa a perder de vista.

O segredo é buscar startups que estejam em consonância com sua tese de investimentos e além disso, que o Smart Money seja Smart de verdade, agregando cabelos brancos e network ao dia a dia dos empreendedores.



Fernando Seabra é Advisor no Batalha das Startups, Mentor do Planeta Startup, Diretor da Fiesp, Diretor de Inovação da ACSP - 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.





“
Eu errei mais de
9000 arremessos em
minha carreira.
Perdi quase 300 jogos.
Em 26 oportunidades,
confiaram em mim para
fazer o arremesso da
vitória e eu errei.
Eu falhei muitas e muitas
vezes na minha vida.
E é por isso que
tenho sucesso.”

Michael Jordan

Ex-jogador profissional de basquetebol.

Simple Business.

Recife, Pernambuco, Brazil.

Muito mais que negócios.
Estilo de vida.

revistasb.com.br