



MENTORIA

DO MIL AO  
**MILHÃO 4.0**

TURMA 2

MENTORIA

DO MILÃO  
**MILHÃO 4.0**



## POR QUE ESTRATÉGIA?

A estratégia provém dos gregos. Eles a definiam como: Conjunto de manobras, ou um esquema utilizado para obter vantagens competitivas sobre um inimigo ou em combate (LOPES, 1998, p. 75).

*“Quando tua estratégia é profunda e de grande alcance, o que obtém com tuas avaliações é muito, e assim podes vencer antes mesmo de lutar. Quando o teu senso estratégico é superficial e míope, o que obtém com tuas estimativas é pouco, de modo que perdes antes mesmo de lutar. Muita estratégia sobrepuja-se a pouca estratégia, e por isso os que não têm nenhuma estratégia só podem ser derrotados. Daí dizer-se que os guerreiros vitoriosos vencem primeiro e só depois vão para a guerra, ao passo que guerreiros derrotados antes vão para a guerra e daí tentam vencer.”*

(TZU, Sun, 1998, p. 66).

**OS PRINCÍPIOS DA ESTRATÉGIA DE GUERRA NÃO SERVEM PARA RESOLVER PROBLEMAS, MAS RESOLVÊ-LOS ANTES QUE ELES SE TORNEM IRREPARÁVEIS.**

### Por que planejamento?

É o ato de estabelecer o estado atual, definir objetivo e meta, realizar uma análise da situação atual e seus influenciadores, traçar um plano de ação, fazer verificações e ajustes necessários e continuar o ciclo.

**Stand Up Comedy:** Planejamento é melhor que o improviso.

**O SEGREDO DO PLANEJAMENTO ESTÁ NA AÇÃO: SENSATEZ.**

**O que realmente queremos hoje:** Traçar princípios e conhecimentos aplicáveis que nos ajudem a acumular mais patrimônio através de estratégias e ferramentas práticas.

# INTRODUÇÃO

## RODA DO DINHEIRO

### 2.1 | SITUAÇÃO ATUAL

Para o início desse módulo, você deverá preencher a **RODA DO DINHEIRO**. Trata-se de uma roda de 10 níveis relacionados ao ambiente que você vive e as pessoas que convivem com você nele. Você deverá colocar uma nota de 0 a 10 de acordo com o seu nível de satisfação com relação a esse pilar. Os níveis são:

**1. COMPORTAMENTO** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre seu comportamento frente ao seu dinheiro. Você tem o domínio total sobre seu dinheiro ou deixa que ele o domine? Você sabe exatamente como agir frente a todo dinheiro que você ganha ou é um ignorante nesse aspecto? Como se sente em relação a esse pilar?

**2. PLANEJAMENTO** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre o seu planejamento financeiro. Ele é claro, tangível e com metas e prazos bem estabelecidos? Ou você não tem nenhum planejamento, de verdade, financeiro?

**3. CONHECIMENTO** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre o seu conhecimento em como manejá todo o dinheiro que você recebe e produz. Você tem conhecimento técnico sobre investimentos e de modo geral em como gerar e aumentar a sua riqueza? Ou você não tem o conhecimento que acredita ser fundamental para esse processo?

**4. INVESTIMENTOS** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre os seus investimentos. Você faz investimentos inteligentes ou não tem a menor ideia de como fazê-lo? Você é um bom investidor ou um mal investidor. Elenque com as notas de 0 a 10 o seu nível de satisfação com relação a esse pilar fundamental.

**5. POUPANÇA** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre a quantidade de dinheiro que você poupa e poupou até agora. Como que você entende os seus rendimentos que estão guardados por você, estão bons, ruins, excelentes? Ou você é uma pessoa que não guarda nenhum dinheiro e não conseguiu gerar nenhuma poupança até agora, no presente momento?

**6. CONSUMO** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre a forma e qualidade do seu consumo. Como você utiliza seu dinheiro? Você consome de maneira criteriosa ou sem nenhuma noção coerente? Você é um bom consumidor, inteligente, estratégico e procura as melhores oportunidades, quando de fato é necessário? Ou você é um consumidor compulsivo? Compra todas as vezes que lhe são oferecidos um produto ou serviço? Elenque o seu nível de satisfação em relação a esse aspecto pessoal de consumo do seu dinheiro.

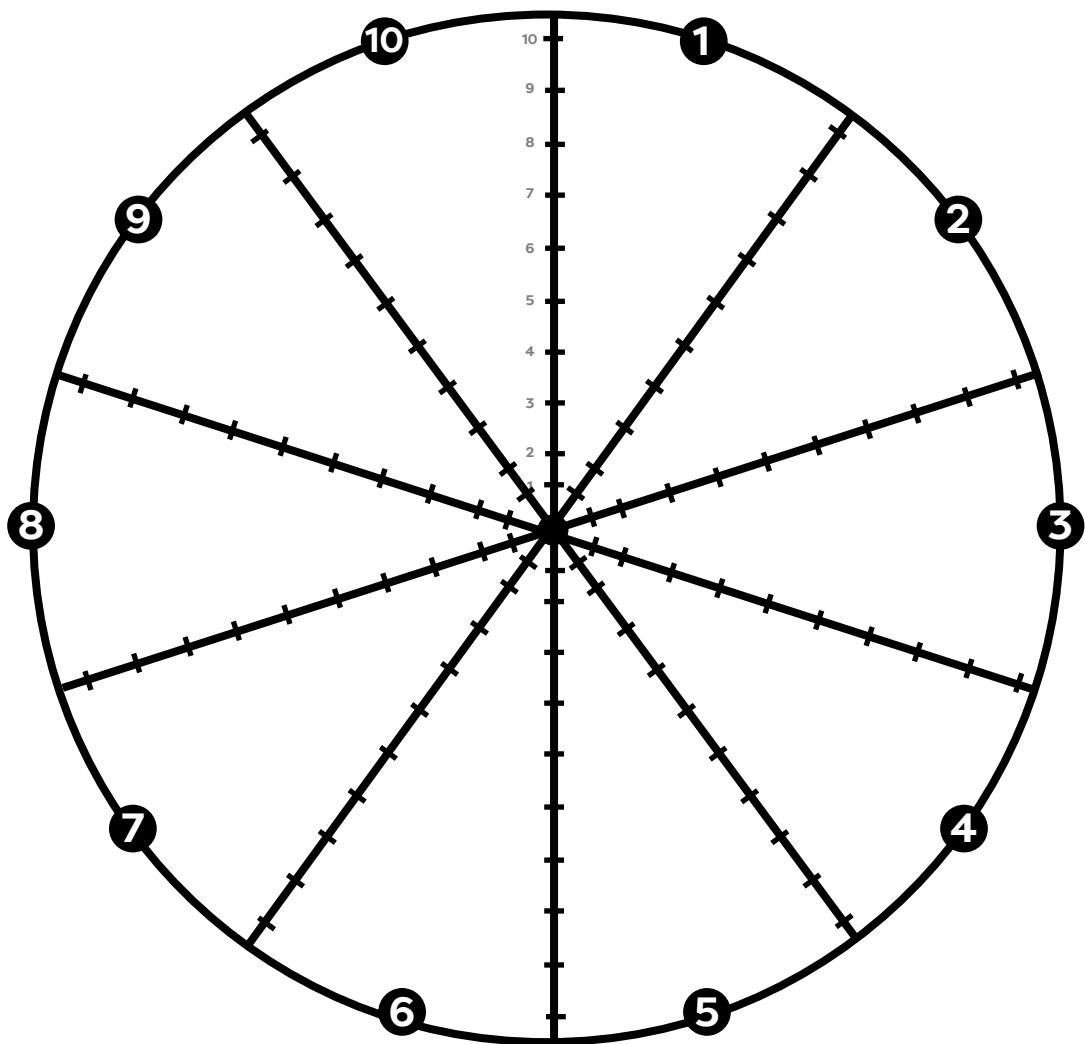
**7. MENTALIDADE** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre como você pensa sobre dinheiro. Você tem uma mentalidade aberta para ficar rico ou é a pessoa que não quer ficar pobre? Você acredita que a riqueza pode ajudar muitas pessoas ou aquelas que são ricas começam a ter problemas por conta do seu dinheiro? Como anda sua satisfação quando o assunto é dinheiro?

**8. PATRIMÔNIO** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre o seu patrimônio constituído. Você está satisfeito com tudo que criou até agora ou seu nível para esse pilar ainda continua baixo?

**9. APOSENTADORIA** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre como você vai se aposentar. Está claro para você quando e como vai ser sua aposentadoria? Isso te agrada em qual nível de 0 a 10?

**10. ESTADO ATUAL** | Dê uma nota de 0 a 10 para seu nível de satisfação sobre seu estado atual financeiro. Você está feliz e satisfeito com os seus rendimentos mensais e anuais? Coloque abaixo de 0 a 10 seu nível de satisfação com relação esse pilar de fundamental importância.

Com o resultado desse exercício, você saberá onde precisa dar um pouco mais de atenção e, consequentemente, se sentir realizado e satisfeito com a situação que se encontra. Essa técnica também ajuda com que você se avalie rapidamente e reflete, logo no início desse módulo, em qual ponto da sua vida você se encontra para essa área, para onde quer ir, quais as suas prioridades e quais são os fatores que podem estar te impedido de realizar seus objetivos com maior desempenho.



| ÁREAS                   | PONTUAÇÃO            |
|-------------------------|----------------------|
| 1   COMPORTAMENTO ..... | <input type="text"/> |
| 2   PLANEJAMENTO .....  | <input type="text"/> |
| 3   CONHECIMENTO .....  | <input type="text"/> |
| 4   INVESTIMENTOS ..... | <input type="text"/> |
| 5   POUPANÇA .....      | <input type="text"/> |

| ÁREAS                   | PONTUAÇÃO            |
|-------------------------|----------------------|
| 6   CONSUMO .....       | <input type="text"/> |
| 7   MENTALIDADE .....   | <input type="text"/> |
| 8   PATRIMÔNIO .....    | <input type="text"/> |
| 9   APOSENTADORIA ..... | <input type="text"/> |
| 10   ESTADO ATUAL ..... | <input type="text"/> |

# DO MIL AO MILHÃO 4.0

## AULA 1

### PARTE 1 - ESTRÉTÉGIA DE PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO



#### OBJETIVOS DA AULA

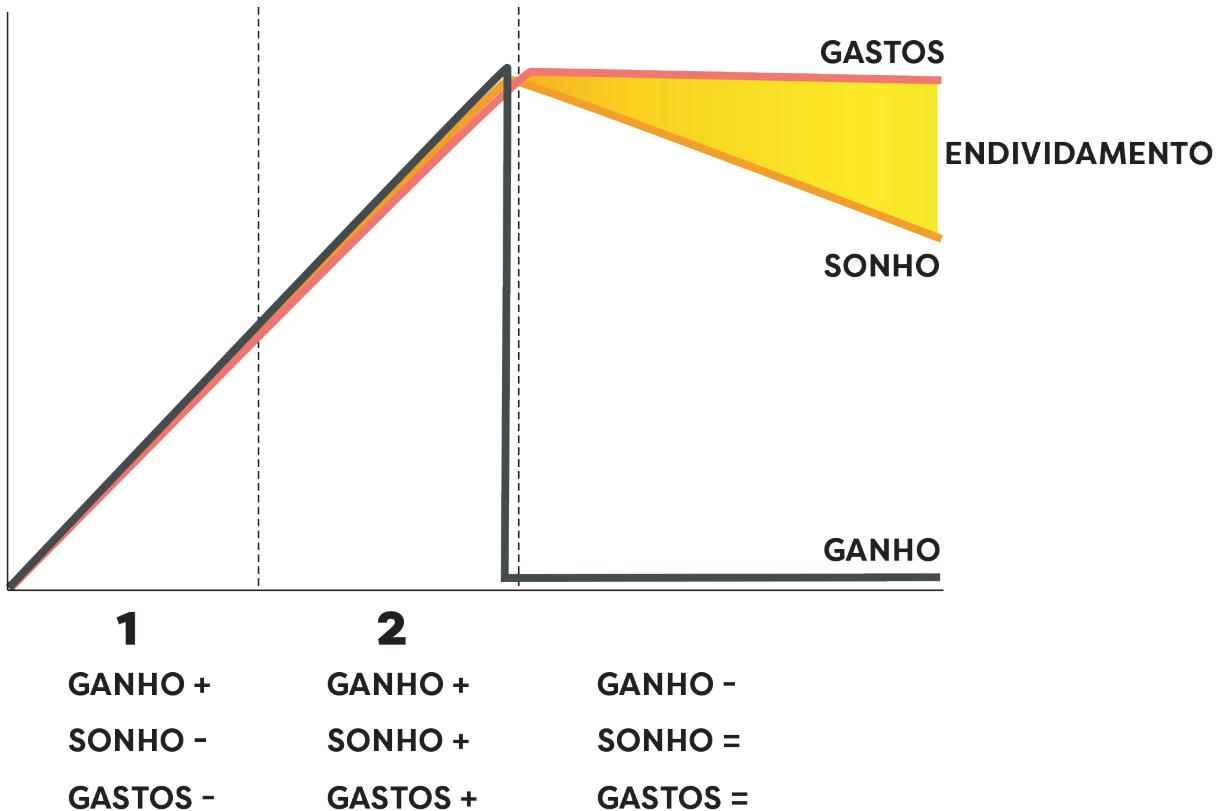
- Identificar a sua fase financeira
- Desligar o piloto-automático
- Ter ferramentas em mãos para melhor controle financeiro
- Saber tomar decisões mais inteligentes com o seu dinheiro
- Aprender a importância de poupar
- Transformar a sua mentalidade como poupador

## AS 4 FASES FINANCEIRAS

### E: ENDIVIDADO

A primeira fase que precisamos passar é a do endividado. O endividado, na maioria das vezes, não tem dignidade. Não por mal, mas porque é realmente uma situação muito difícil não ter dinheiro nem para sair das dívidas.

#### CICLO DO ENDIVIDAMENTO



Na primeira fase do ciclo, você começa a ganhar dinheiro e ainda não tem muitos sonhos nem gastos.

Mas é muito bom se acostumar com coisas boas, não é mesmo? E quando você menos vê, você está na segunda fase gastando na mesma proporção dos seus ganhos.

Acontece que, chega uma hora na vida em que a sua produtividade diminui. É na terceira fase que os seus ganhos diminuem, mas seus sonhos e gastos se mantêm os mesmos.

Essa diferença entre ganhos e gastos no final da terceira fase produz um endividamento inevitável. Esse ciclo está presente em grande parte da população e, consequentemente, 99% das pessoas não conseguem se aposentar com a mesma qualidade de vida.

### Mas fique tranquilo...

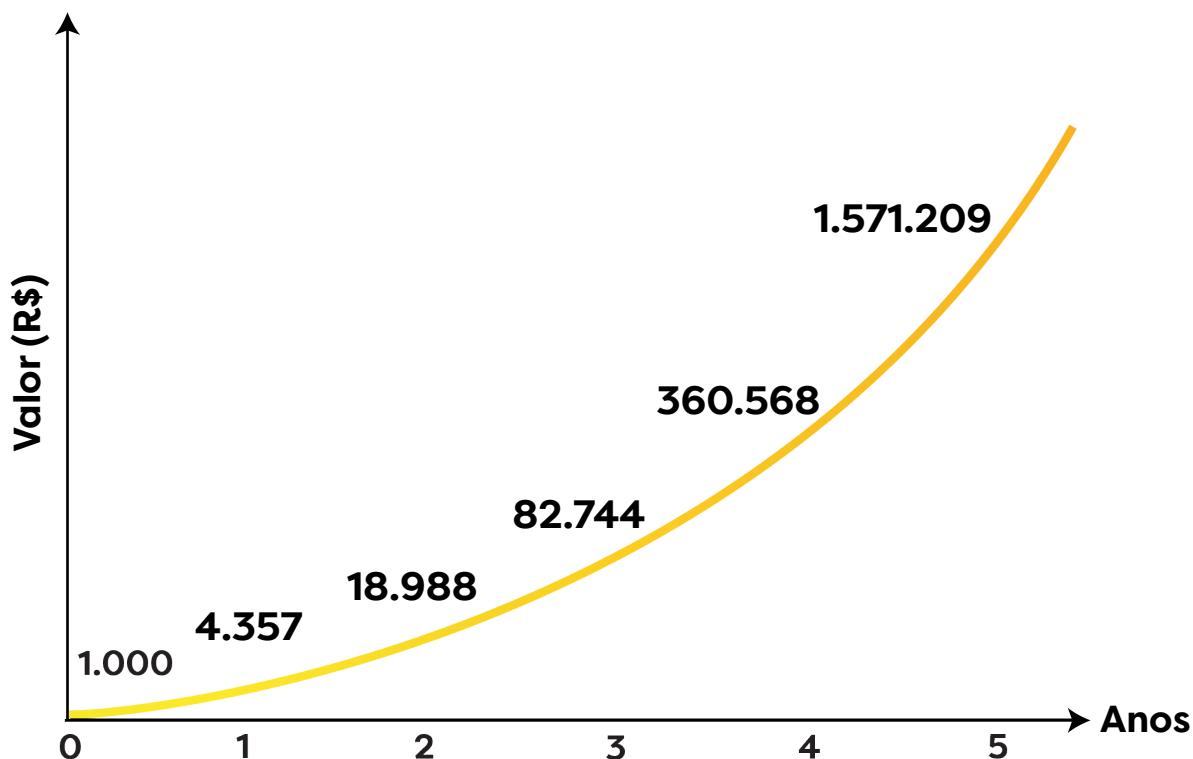
A maioria das pessoas bem sucedidas passam por fases como essa. É possível dar a volta por cima. E para fazer isso, não tem jeito: você vai ter que cortar regalias e pagar o preço pra colher a recompensa.

O principal que você deve entender é que, nesse estágio, o dinheiro trabalha contra você. Por isso, a primeira coisa que você deve fazer é quitar TODAS as suas dívidas.

Aqui você pode seguir por dois caminhos diferentes: o caminho quando você não tem ativos, e o caminho quando você tem ativos. Quando você tem ativos, é preferível que você se desfaça deles para que a sua dívida seja quitada (especialmente, se forem dívidas com juros altos). Quando você não tem ativos, a alternativa é trocar os juros da sua dívida por um mais baixo (trocar o juros do rotativo do cartão, que está em 13,05% ao mês por um juros de crédito consignado, onde eles circulam por volta de 2% ao mês).

## GRÁFICO DA EVOLUÇÃO DE UMA DÍVIDA

Ex: Outubro/2021 = 13,05% ao mês



Em 5 anos, uma dívida de R\$1.000,00 no rotativo do cartão pode virar uma dívida de R\$1.571.209,00.

### Perguntas frequentes:

- Tenho dívidas e agora? Devo quitar?

**R:** Só quite sua dívida se ela for “pagável”. Caso contrário, a renegociação é o melhor caminho.

- Se o juros da minha dívida for menor do que o juros em um investimento, vale a pena investir?

**R:** Não. Isso é se expor ao “Risco da Ruína”.

- É vantajoso fazer uma dívida para pagar outra?

**R:** Se você está com dívidas no rotativo do cartão ou o cheque especial, essa pode ser uma alternativa. Como os juros desses produtos são bastante elevados, contratar um empréstimo mais em conta para quitar um mais caro pode ser uma saída.

## G: GASTÃO

Nessa fase, você não está endividado, mas não sobra nenhum dinheiro. Você praticamente fica estagnado: não consegue ainda realizar os passos para ficar rico.

O grande segredo pra passar dessa fase é composto por duas coisas:

- 1 | Se pagar primeiro. É investir antes de gastar.
- 2 | Investir em você mesmo. Ganhar mais dinheiro, quando você tem pouco, é muito mais efetivo do que procurar por investimentos incrivelmente rentáveis

## TRANSIÇÃO DE GASTÃO PARA O POUPADOR



## P: POUPADOR

Aqui, você tem de trabalhar a sua ansiedade. Quando estamos nesse momento, nós queremos sempre encurtar o caminho até a riqueza, e em várias vezes, tomamos más decisões (caímos, por ex, em pirâmide). E aí, o passo simplificado que você tem que seguir é :

**Poupança - Tesouro Direto - CDB/LCI/LCA - Fundos Imobiliários - Ações - BDRs - Criptomoedas**

Dê um passo de cada vez.

## I: INDEPENDENTE DO TRABALHO

Aqui você se torna um grande herói. Você não precisa mais trabalhar pra pagar suas contas e o empréstimo/financiamento, e já tem uma liberdade pra fazer o que você quiser, seja ter mais economia, seja qualquer outro tipo de metas que você tenha. Você chegou ao estágio final. Nesse estágio, você corre o risco do descontrole.

A solução aqui é você gerenciar a sua carteira de investimentos e os seus gastos na unha, pra nunca correr esse risco do descontrole.

# FERRAMENTAS E TÉCNICAS PARA GERENCIAR SUAS FINANÇAS

## 1- PLANILHA DA RIQUEZA

Objetivo: não voltar a estaca zero

Construa uma planilha do Excel nesse modelo:

| MÊS    | BANCO | CORRETORA | RIQUEZA |
|--------|-------|-----------|---------|
| JAN/21 |       |           |         |
| FEV/21 |       |           |         |
| MAR/21 |       |           |         |
| ABR/21 |       |           |         |
| MAI/21 |       |           |         |
| JUN/21 |       |           |         |
| JUL/21 |       |           |         |

No final dos meses, preencha o saldo final de todas as contas que você tem, dessa forma:

|        | BANCO       | CORRETORA    | RIQUEZA             | O OBJETIVO<br>É QUE ESSE<br>SEJA UM<br>VALOR<br>CRESCENTE |
|--------|-------------|--------------|---------------------|---|
| JAN/21 | R\$1.600,00 | R\$20.500,00 | <b>R\$22.100,00</b> |   |
| FEV/21 | R\$500,00   | R\$40.000,00 | <b>R\$40.500,00</b> |   |
| MAR/21 | R\$475,00   | R\$45.860,00 | <b>R\$46.335,00</b> |   |
| ABR/21 | R\$587,00   | R\$46.800,00 | <b>R\$47.387,00</b> |   |
| MAI/21 | R\$650,00   | R\$47.500,00 | <b>R\$48.150,00</b> |   |
| JUN/21 | R\$700,00   | R\$47.800,00 | <b>R\$48.500,00</b> |   |
| JUL/21 | R\$720,00   | R\$47.950,00 | <b>R\$48.670,00</b> | ↓   |

O seu objetivo dessa planilha é que o seu valor de “riqueza” SEMPRE AUMENTE!

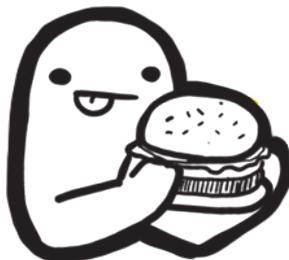
Se você conseguir cumprir esse objetivo, é a garantia de que você vai estar no caminho certo.

## 2- TÉCNICA DO "TEMPO É DINHEIRO"

Objetivo: dar valor aos gastos desnecessários

### FÓRMULA

$$\left( \frac{\text{SEUS GANHOS} - \text{SEUS GASTOS}}{\text{DIAS TRABALHADOS POR MÊS}} \right) \div \text{HORAS TRABALHADAS POR DIA} = \text{GANHO LÍQUIDO POR HORA}$$



Reflexão: um lanche que você come vale a quantidade de horas trabalhadas?

### Alternativas:

- Não gastar
- GANHAR MAIS e tornar sua hora mais valiosa pra justificar o gasto

## 3- TÉCNICA DA TROCA

Objetivo: entender o quanto valioso é o dinheiro quando aplicado na direção correta.

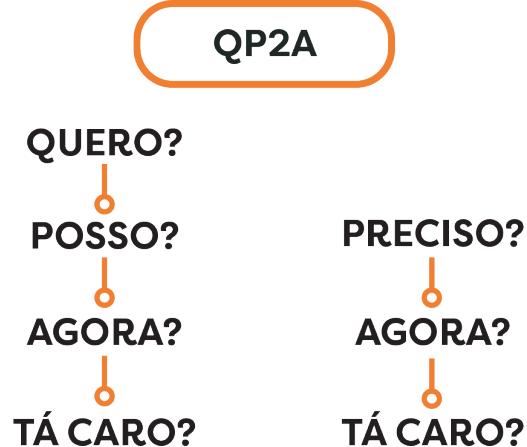


Quando for fazer um gasto se pergunte:

**"O que eu prefiro? Gastar R\$150,00 num jantar ou R\$150,00 em ações de ITSA4?"**

#### 4- QP2A

Objetivo: reduzir gastos por impulso



#### 5- QUADRO DO CORTE

Objetivo: cortar os gastos não-essenciais

Liste seus gastos (qual o gasto, o porquê do gasto, quanto você gasta e se você tem a opção de pagar ou não esse gasto).



## ANAMNESE FINANCEIRA

VOCÊ

SIM | NÃO

- Está livre de dívidas?
- Ganha mais do que gasta?
- Consegue pagar todas as suas contas com, no máximo, 80% do seu salário?
- Tem um fundo de emergência?
- Possui investimentos diversificados?
- Tem investimentos planejados para se aposentar com tranquilidade?
- Quando sobra um pouco de dinheiro inesperado no fim do mês, prefere aplicar pelo menos uma parte dele em vez de gastar tudo?

**DIAGNÓSTICO 1** | Se você respondeu não a pelo menos uma dessas perguntas, você ainda não é 100% saudável financeiramente. Você pode aparentar estar em forma, ter feito alguma reserva e pensar no futuro, mas é possível que esteja sendo instruído por algum profissional (aquele gerente do banco ou um corretor) pouco interessado no seu real objetivo. Talvez esteja recebendo conselhos inadequados de conhecidos que pouco estudaram sobre o tema, ou até mesmo tem escolhido as ferramentas incorretas para alcançar as suas metas.

**TRATAMENTO** | Repense o seu mindset de forma integral, foco em conhecimento e trace uma estratégia clara. Mas fique tranquilo, O Primo Rico vai ajudar você nesta tarefa.

**DIAGNÓSTICO 2** | Se você respondeu sim a todas as perguntas, significa que está no caminho certo para a independência financeira. Entenda que manter esse

padrão de pensamento será essencial para alcançar seu objetivo final.

**TRATAMENTO** | Continue se adaptando aos constantes desafios, construindo uma postura antifrágil (leia mais sobre esse termo a seguir) de investimentos. Se você imagina que daqui para a frente o caminho será linear, sem altos e baixos, está muito enganado. Seu grande desafio será manter sua assertividade em alta ao longo do tempo. É importante ter consciência de que até mesmo quem acumula patrimônio pode ter dificuldade em conquistar a verdadeira liberdade financeira, já que é fácil gastar dinheiro em um ritmo muito mais rápido do que se ganha.

### CRENÇAS DISFUNCIONAIS COM RELAÇÃO AO DINHEIRO

| DINHEIRO   | RIQUEZAS E PESSOAS RICAS                        | CONSEQUÊNCIAS DE RIQUEZA  | IDENTIDADE FINANCEIRA   |
|--|---|---|---|
| Dinheiro não cresce em árvore  | Pessoas ricas são gananciosas                   | Se eu tiver muito dinheiro, as pessoas verão somente meu dinheiro e não meu verdadeiro eu | Eu sou um fracasso financeiro                                       |
| Um bom emprego é o único caminho para a segurança financeira             | Pessoas ricas são arrogantes                    | Seu eu for rico, as pessoas tentarão pegar meu dinheiro                                   | Eu nunca consigo o que preciso                                      |
| Mulheres nunca deveriam ganhar mais do que seus parceiros                | Pessoas ricas são diferentes de pessoas como eu | Não é certo para mim ganhar mais dinheiro que meus pais e meus irmãos                     | Eu nunca consigo o que eu quero                                     |
| Quem quer que tenha dinheiro é mal ou egoísta                            | Não é seguro ter muito dinheiro                 | Se eu for rico, eu não me relacionarei mais com meus amigos                               | Eu não mereço ser rico. Pessoas como eu se esforçam financeiramente |
| Pessoas como eu nunca enriquecem   | Riqueza corrompe                                | Se eu for rico, não poderei ser espiritual  | Eu não sou esperto o suficiente para ganhar muito dinheiro          |
| Para ganhar dinheiro, muito dinheiro, você tem que trabalhar muito duro. | É nobre ser pobre                               |   | Dinheiro escorre pelos meus dedos                                   |
| Dinheiro é a raiz de todo o mal  |   |   | Eu nunca serei rico   |

## CREENÇAS FUNCIONAIS COM RELAÇÃO AO DINHEIRO

| DINHEIRO   | RIQUEZAS E PESSOAS RICAS  | CONSEQUÊNCIAS DE RIQUEZA   | IDENTIDADE FINANCEIRA  |
|--|---|--|--|
| Dinheiro oferece oportunidades de crescimento                      | Pessoas ricas são generosas   | Com um fluxo de caixa saudável, eu ainda posso ser mais criativo e espiritual                                    | Eu sou um sucesso financeiro   |
| Segurança financeira pode ser alcançada de muitas formas           | Pessoas ricas desfrutam da vida                                     | Com dinheiro mais do que o suficiente, eu posso ter mais escolhas  | Estou financeiramente confortável                                    |
| Dinheiro e criatividade nos permitem ajudar os outros              | Riqueza e bondade andam juntas                                      | Com dinheiro mais do que suficiente, eu posso satisfazer mais facilmente minhas necessidades e ajudar aos outros | Eu mereço ser rico   |
| Dinheiro vai para pessoas que respeitam e cuidam dele              | Ter mais do que o suficiente é o melhor padrão para dominar         | Com dinheiro mais do que suficiente, eu posso satisfazer mais facilmente minhas necessidades e ajudar aos outros | Eu tenho tudo o que preciso para construir uma forte base financeira |
| Dinheiro pode nos ajudar a superar circunstâncias difíceis da vida | A riqueza de uma pessoa pode ajudar outros que estão em desvantagem | Com dinheiro mais do que suficiente, eu posso satisfazer mais facilmente minhas necessidades e ajudar aos outros | Eu sou espero o suficiente para ganhar mais dinheiro                 |

## EXERCÍCIOS DE FIXAÇÃO

### CONDICIONAMENTO

Nossas atitudes são baseadas em condicionamentos que são formatados pelo ambiente em que vivemos e, sobretudo, as orientações que recebemos. Desde criança somos orientados ao dinheiro pelos nossos pais ou fomos criados observando como eles se relacionavam com o dinheiro. Esse comportamento gerou em nós um condicionamento, como se fosse uma programação de condutas, sentimentos e pensamentos. Entender os comportamentos dos nossos pais é de fundamental importância nesse processo.

- Como seus pais se comportavam em relação ao dinheiro;
- Se cuidavam bem ou mal das finanças;
- Se o salário deles era suficiente para o mês ou faltava;
- Se havia brigas em casa ou era um ambiente de paz e harmonia;
- Se oscilava momentos de escassez e prosperidade;
- Se o relacionamento com o dinheiro era fluído ou sempre difícil.

Assinale as questões que mais fazem sentido para você e a relação de dinheiro com os membros da sua família - (você, pai, mãe ou pai e mãe substitutos).

| <b>RELAÇÃO DE PADRÕES NEGATIVOS DE PAI E MÃE</b>                | <b>EU</b> | <b>PAI</b> | <b>MÃE</b> | <b>PAI,<br/>MÃE E<br/>SUB.</b> |
|---|-----------|------------|------------|--------------------------------|
| Planeja, mas não realiza  |           |            |            |                                |
| Pessimista em relação ao dinheiro                               |           |            |            |                                |
| Acomodado e inerte  |           |            |            |                                |
| Confuso e desesperado para ter dinheiro ou negócios             |           |            |            |                                |
| Sem compromisso com o dinheiro, trabalho ou negócio             |           |            |            |                                |
| Sem foco em ter ou possuir algo de valor                        |           |            |            |                                |
| Fracassado ou azarento  |           |            |            |                                |
| Impulsivo com negócios ou com o dinheiro                        |           |            |            |                                |
| Irresponsável com relação ao dinheiro                           |           |            |            |                                |
| Oportunista ou sem caráter                                      |           |            |            |                                |
| Gastador compulsivo   |           |            |            |                                |
| Incoerente, as palavras não correspondem aos fatos              |           |            |            |                                |
| Apático, acomodado, sem ousadia financeira e profissional       |           |            |            |                                |
| Sem foco, sem meta, sem objetivos financeiros e profissional    |           |            |            |                                |
| Arruma sempre uma desculpa para o fracasso                      |           |            |            |                                |
| Não termina o que começa  |           |            |            |                                |
| Gosta da vida fácil   |           |            |            |                                |
| Se escora nos outros financeiramente: cônjuge, pais, familiares |           |            |            |                                |
| Tenta tirar proveito de tudo e de todos para se dar bem         |           |            |            |                                |

| <b>RELAÇÃO DE PADRÕES NEGATIVOS DE PAI E MÃE</b>                       | <b>EU</b> | <b>PAI</b> | <b>MÃE</b> | <b>PAI,<br/>MÃE E<br/>SUB.</b> |
|--|-----------|------------|------------|--------------------------------|
| Não leva o trabalho e o dinheiro a sério                               |           |            |            |                                |
| Sem noções básicas de finanças   |           |            |            |                                |
| Não se dá valor e por isso não sabe cobrar pelo que faz                |           |            |            |                                |
| Não faz nada realmente bem feito                                       |           |            |            |                                |
| Perfeccionista que atrapalha e não entrega nos prazos                  |           |            |            |                                |
| Só trabalha e não usufrui  |           |            |            |                                |
| Só pensa em dinheiro   |           |            |            |                                |
| Sucesso, dinheiro e trabalho valem mais que pessoas e filhos           |           |            |            |                                |
| Em vez de amor, só dá dinheiro e presentes                             |           |            |            |                                |
| A vida é difícil e dinheiro não dá em árvore                           |           |            |            |                                |
| Não cuida ne dá valor ao dinheiro ou aos bens                          |           |            |            |                                |
| Odeia dinheiro e os ricos  |           |            |            |                                |
| Apático, desinteressado na vida profissional e nas finanças            |           |            |            |                                |
| Omissos nos gastos e nas finanças                                      |           |            |            |                                |
| Pessimista profissional e financeiro                                   |           |            |            |                                |
| Evita desafios e confrontos financeiros e profissionais                |           |            |            |                                |
| Não saber dizer não  |           |            |            |                                |
| Procura agradar a todos e esquece os próprios objetivos e necessidades |           |            |            |                                |
| Covarde profissional e financeiro                                      |           |            |            |                                |
| Desconfia de tudo e de todos   |           |            |            |                                |
| Medo da crítica e do fracasso  |           |            |            |                                |
| Medo da pobreza  |           |            |            |                                |
| Medo de não sustentar a família e honrar as contas                     |           |            |            |                                |
| Medo de arriscar   |           |            |            |                                |
| Medo do futuro financeiro e profissional                               |           |            |            |                                |
| Medo do sucesso  |           |            |            |                                |
| Não se acha merecedor  |           |            |            |                                |
| Não se acha capaz de ter sucesso                                       |           |            |            |                                |

| <b>RELAÇÃO DE PADRÕES NEGATIVOS DE PAI E MÃE</b>                      | <b>EU</b> | <b>PAI</b> | <b>MÃE</b> | <b>PAI,<br/>MÃE E<br/>SUB.</b> |
|---|-----------|------------|------------|--------------------------------|
| Antecipa o pior cenário e não age                                     |           |            |            |                                |
| Complexado e se acha perseguido e julgado                             |           |            |            |                                |
| Sempre com pressa para trabalhar e sem tempo para as pessoas          |           |            |            |                                |
| Traído pelo sócio e parceiros; passado para trás                      |           |            |            |                                |
| Repleto de negócios fracassados                                       |           |            |            |                                |
| Ganancioso, busca o sucesso a qualquer custo; saúde, família, filho   |           |            |            |                                |
| Charlatão   |           |            |            |                                |
| Extravagante, exibicionista ou megalomaníaco                          |           |            |            |                                |
| Esnobe, vaidoso e elitista  |           |            |            |                                |
| Narcisista e obcecado por si  |           |            |            |                                |
| Arrogante, prepotente e dono da verdade                               |           |            |            |                                |
| Aparenta ter o que não tem e ser o que não é                          |           |            |            |                                |
| Compra amor com o dinheiro  |           |            |            |                                |
| Dá mais valor as coisas materiais do que às pessoas                   |           |            |            |                                |
| Complacente e corre riscos financeiros e profissionais desnecessários |           |            |            |                                |
| Dependente financeiro dos outros                                      |           |            |            |                                |
| Estressado com o dinheiro e com o trabalho                            |           |            |            |                                |
| Odeia o que faz e como se sente em relação a isso                     |           |            |            |                                |
| Mal remunerado ou sub-remunerado                                      |           |            |            |                                |
| Bajulador das pessoas e de sucesso ou aproveitador                    |           |            |            |                                |
| Vive mergulhado em dívidas  |           |            |            |                                |
| Constantemente desempregado ou com o negócio quebrado                 |           |            |            |                                |
| Cobradores na porta   |           |            |            |                                |
| Humilhado pela falta de dinheiro                                      |           |            |            |                                |
| Não posso, não tenho dinheiro para isso                               |           |            |            |                                |

## REFLEXÕES A PARTIR DESSES ACHADOS

- 1 |** Você se sente financeiramente seguro com o seu futuro?
  
  
  
- 2 |** O dinheiro que você ganha é suficiente para você, para sua família e para poupar?
  
  
  
- 3 |** O que você precisa fazer de diferente para aumentar sua renda em 50%?
  
  
  
- 4 |** Em relação a seu patrimônio pessoal ou poupança formada, você tem uma meta a ser alcançada até o final desse ano?
  
  
  
- 5 |** Como você estará daqui a um ano se mantiver a renda mensal que tem hoje?
  
  
  
- 6 |** Como é seu comportamento com o seu dinheiro? Você é gastador, poupador ou investidor?
  
  
  
- 7 |** O assunto dinheiro já causou algum problema dentro da sua casa ou nas suas relações pessoais? Como foi? Como se sente?
  
  
  
- 8 |** O que mais precisa de sua atenção nas finanças?

MENTORIA

DO MIL AO  
**MILHÃO 4.0**

# GASTAR BEM



# EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

## 3.1 | ORÇAMENTO

**1** | Liste as últimas cinco vezes que gastou mais do que queria e se arrependeu

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_

**2** | Quanto dinheiro você gastou a mais do que deveria no último mês?

---

**3** | Se você continuar gastando mais do que deve, pense em três coisas que podem acontecer com as pessoas que você mais ama:

---

---

---

**4** | Quais são as três coisas que você poderia fazer agora para gastar menos e melhor, que dependem exclusivamente de você?

---

---

## 3.2 | IMÓVEL

Estamos falando sobre uma decisão que tem altíssimo impacto financeiro na sua vida e ela é uma decisão que tem que ser tomada de forma racional. Existe uma cultura aqui no Brasil de que comprar imóvel é bom, de que comprar imóvel é seguro, de que comprar imóvel sempre rende.

Mas, não é bem assim. Existem ocasiões que isso realmente faz sentido, mas existem muitas outras ocasiões em que isso não faz sentido.

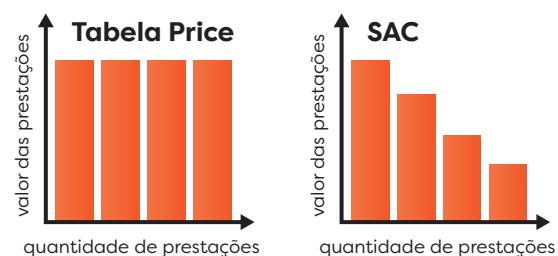
## OCASIÕES QUE PODEM FAZER SENTIDO PARA COMPRA DE UM IMÓVEL

- Se você tiver um dinheiro pra comprar um imóvel à vista, talvez valha a pena você de fato ir tomar essa decisão.
- Quando você tem um sonho muito grande ou um motivo emocional muito importante pra você (isso não significa que valerá a pena financeiramente, mas não é algo que deve ser ignorado).
- Quando você consegue algum benefício externo à compra (por exemplo, comprar um imóvel muito próximo ao trabalho pode te dar uma economia de tempo que faz sentido pagar).

## DIFERENÇA DA TABELA SAC E DA TABELA PRICE

A tabela Price tem prestações constantes. Enquanto que tabela SAC não tem uma prestação constante. A prestação vai diminuindo, só que a amortização é constante.

Pensa assim, a tabela Price é aquela que o preço que você paga todo mês é o mesmo. A tabela SAC é aquela que o preço começa muito mais alto e conforme você vai pagando as prestações vão diminuindo.



### No que devemos tomar cuidado na compra de um imóvel financiado:

**CET** | Custo Efetivo Total. Quando você vai no banco fazer uma simulação de financiamento, o banco vai te passar um monte de taxa e vai te passar o custo efetivo total, que geralmente é o agrupamento ali das principais taxas que eles te cobram no financiamento.

**PRAZO** | O prazo que vai durar até o vencimento do financiamento.

**REAJUSTE DO VALOR DO IMÓVEL** | O quanto se espera, aproximadamente, que o imóvel pode valorizar ao longo do tempo.

**REAJUSTE DO ALUGUEL** | É um fator importante, principalmente quando você tem que decidir entre alugar ou comprar financiado.

## 3.3 | CARTÃO DE CRÉDITO

**Present Bias:** viés do presente. Presente em termos de tempo. O tempo presente, o tempo futuro. Por quê? Porque nós, seres humanos, somos imediatistas. A gente tem sempre duas opções. A gente pode comprar alguma coisa hoje ou a gente pode

comprar alguma coisa no futuro e geralmente uma coisa melhor.

Então a gente tem sempre essas duas decisões. Comprar algo agora ou comprar algo melhor no futuro? Porque existe o quanto o nosso dinheiro vai render até lá. A gente tem sempre essas duas decisões. Mas na nossa mente a gente sempre escolhe o agora. Porque escolher o agora supre uma necessidade. Sempre supre alguma necessidade.

Por conta desse viés, muitas pessoas acabam usando o cartão de crédito da forma errada e acabam tornando o cartão de crédito um vilão sem necessidade.

A verdade é que o cartão de crédito, nas mãos certas, pode ser um super herói e te ajudar a ter muito mais prosperidade.

## BENEFÍCIOS DO CARTÃO DE CRÉDITO

- Capacidade de postergar o pagamento de compras à vista (o que permite que você utilize esse tempo para investir o valor);
- Benefício de acumulo de milhas e pontos (que podem ser convertidos em benefícios maiores no futuro).

## MALEFÍCIOS DO CARTÃO

- Pode não usufruir de descontos na compra à vista ou por boletos;
- Em mãos descontroladas, pode acabar sendo uma fonte enorme de gastos;
- Anuidade e algumas taxas de uso (que não são necessariamente verdade pra todos os cartões).

### Programas de Fidelidade – Como funciona:

Você tem um gasto que você realiza no cartão de crédito e esse gasto te gera um número de pontos. Esses pontos você transfere para algum programa de fidelidade e nesse programa de fidelidade, você pode trocar por uma série de coisas. Agora, quando você está falando de programa de fidelidade você tem que se preocupar com duas coisas.

1 | O funcionamento do seu programa de milhas, porque alguns programas entregam menos pontos mas entregam muitos pontos em lojas específicas. Se beneficiar disso e promoções pode fazer com que você consiga acumular milhas muito mais rápido. Mas, pra isso ser feito da melhor forma, é importante entender quão fácil é pra se acumular pontos no programa e quanto é necessário você ter pra conseguir trocar os pontos por alguma coisa;

**2** | A relação anuidade x pontos do seu cartão. Muitas vezes, alguns cartões, apesar de cobrarem uma anuidade cara, acabam dando um poder de conversão em pontos muito maior – isso pode ser percebido pelos cartões Black. Nesses casos, a anuidade pode acabar saindo barata quando você olha pra capacidade que você tem de gerar pontos com o cartão. Mas, pra isso dar certo, você deve ter frequência em utilizar o cartão de crédito, se não acaba que não faz muito sentido.

## CHECKLIST PARA ESCOLHER O MELHOR CARTÃO DE CRÉDITO

- 1** | Eu tenho capacidade de ter controle financeiro com o meu cartão de crédito?
- 2** | O cartão de crédito que eu possuo tem alguma taxa de anuidade?
- 3** | Caso tenha taxa de anuidade, essa taxa é compensada pelo acúmulo de milhas?
- 4** | Eu tenho frequência de utilização do cartão que justifica eu utilizá-lo pra acumular milhas?
- 5** | Eu consigo acumular pontos antes que os pontos acabem vencendo?

### 3.4 | DECISÃO DE ALTO IMPACTO

#### Algumas decisões de alto impacto financeiro:

- 1** | Fazer aquela viagem dos sonhos.
- 2** | Comprar um carro novo financiado.
- 3** | Ter filhos sem planejamento familiar adequado.
- 4** | Financiar a maior parte de um imóvel.

## CHECKLIST PARA DECISÕES DE ALTO IMPACTO FINANCEIRO

- De que lado estão os juros, do seu ou do banco?  
Vocês estão antecipando um sonho que pode ser usufruído
- com mais tranquilidade no futuro?
- Com esta decisão, conseguirá manter sua meta de investir,  
pelo menos, 30% da renda todos os meses
- A motivação para esse gasto é realmente importante para  
você ou apenas um ato de consumista?
- Avalie o gasto e espere alguns dias para reavaliá-lo.  
Pondere se necessário utilizar o cheque especial ou pagar
- juros altos. Pode ser que, em pouco tempo, seu impulso tenha  
diminuído, e você nem considere mais o gasto tão importante.  
Acredite: a pressa não é só inimiga da perfeição, mas do seu bolso também.

# INVESTIR MELHOR

RENDIMENTO REAL =



## 4.1 | INFLAÇÃO

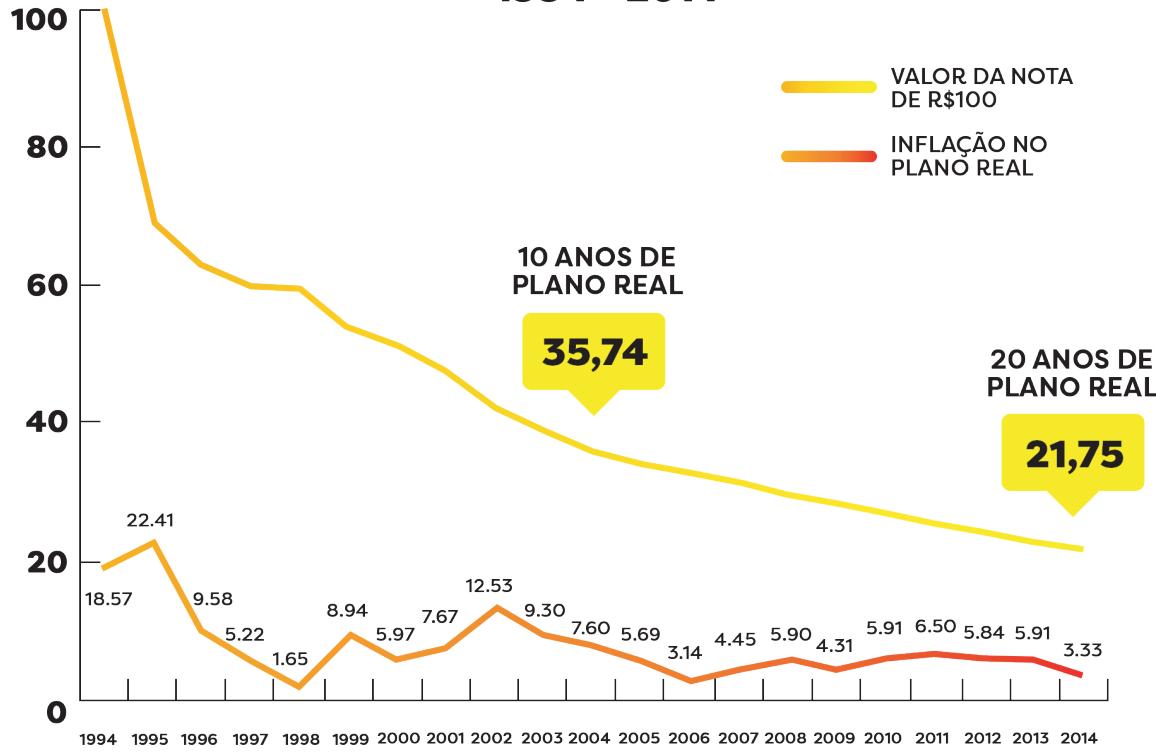
A inflação é um fenômeno que impacta todas as economias do mundo, e é muito nocivo não só a economia, mas principalmente ao nosso bolso.

A inflação basicamente diz respeito a quanto que o nosso dinheiro está perdendo de valor com o tempo. Por isso, ela é um fenômeno monetário e acontece em valores e grandezas diferentes de uma economia para outra.

Mesmo assim, o fenômeno é um só: quanto maior a inflação, maior é a grandeza que o nosso dinheiro perde valor.

### INFLAÇÃO NO PLANO REAL\*

1994 - 2014



\*INFLAÇÃO OFICIAL PELO ÍNDICE NACIONAL DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA)

Se, por exemplo, a inflação é de 10% ao ano e você tem uma nota de R\$100 na carteira, no próximo ano (supondo que você não tenha feito nada com esse dinheiro), esses mesmos R\$100 valerão aproximadamente R\$90, R\$10 a menos do que no ano anterior.

Mas, para ficar claro: você terá a mesma nota de R\$100 na carteira, independente de inflação ou não. O ponto é que esses R\$100 não terão o mesmo poder de compra que tinham 1 ano antes, pois os preços nesse período subiram, na média, em 10% (e isso diz respeito ao efeito da inflação).

A inflação é um conceito importante para investimentos porque, quando investir, a ideia principal é que o nosso dinheiro ganhe valor ao longo do tempo, e cresça mais. Porém, se não computarmos nos nossos ganhos o efeito da inflação, podemos cair

MENTORIA

DO MILÃO  
MILHÃO 4.0

na ilusão de ver o nosso dinheiro crescer, mas não perceber que esse crescimento é comido parcialmente ou totalmente pela inflação. Por isso, é de extrema e fundamental importância que nós sempre olhemos pro retorno dos nossos investimentos também descontando a inflação do período.

Felizmente, não precisamos calcular o valor da inflação: mensalmente o IBGE calcula a inflação e divulga esse valor. É essa divulgação e mensuração que conhecemos por IPCA.

Com base no valor do IPCA, podemos utilizá-lo para fazer o desconto nos nossos investimentos. Se a nossa carteira de investimentos rendeu 10% no mês e o IPCA, no mesmo período, foi de 5%, precisamos fazer o desconto dos 5% no nosso rendimento mensal.

Porém, não podemos fazer uma subtração simples. Pelos investimentos seguirem uma regra de juros compostos, precisamos fazer o seguinte cálculo pra achar o nosso rendimento real (rendimento descontado a inflação):

$$\text{RENDIMENTO REAL} = \frac{1 + \text{taxa de retorno do investimento}}{1 + \text{taxa de inflação}} - 1$$

Fazendo o cálculo anterior para o exemplo dado:

$$\text{Rendimento real} = \frac{(1 + 0,10)}{(1 + 0,05)} - 1 = 0,047619 = 4,76\%$$

Dessa forma, o retorno real da nossa carteira de investimentos no mês foi de 4,76%.

**Para que você fixe o cálculo, faça o cálculo de rendimento real para as seguintes situações:**

**1 |** Carteira com rendimento de 15% no ano, enquanto que o IPCA atingiu 13,2% no mesmo período.

**R: 1,59%**

**2 |** Carteira com rendimento de 20% no ano, enquanto que o IPCA atingiu 7% no mesmo período.

**R: 12,15%**

**3** | Carteira com rendimento de 12% no ano, enquanto que o IPCA atingiu 18% no mesmo período.

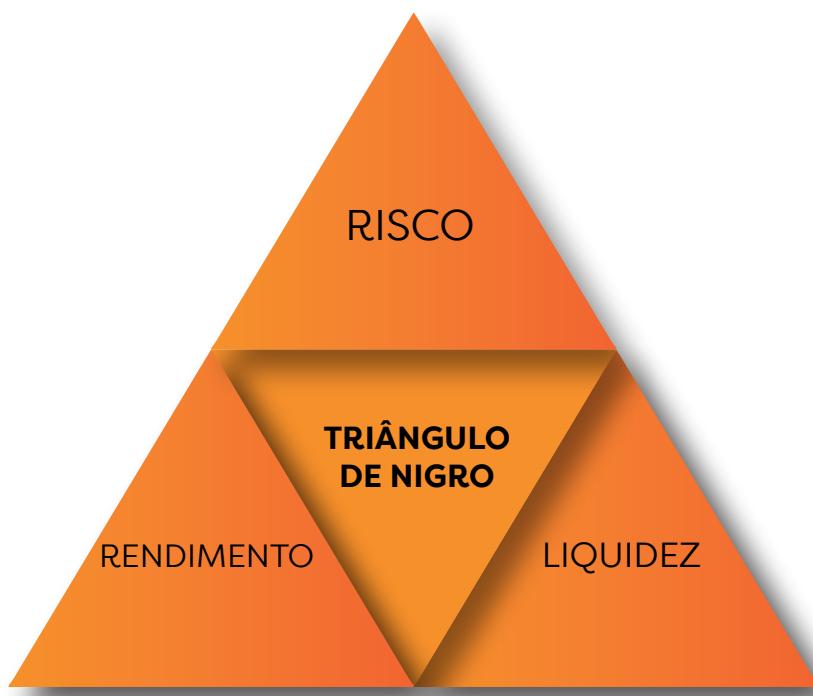
**R: -5,08%**

## 4.2 | PROJEÇÕES

### O TRIÂNGULO DE NIGRO

Existe um comportamento comum a todas as pessoas que pretendem começar a investir: ao decidirem se vale a pena aportar recursos em uma determinada aplicação, olham primeiro para o rendimento. Se ele for satisfatório, passam para a próxima etapa, a de verificar outras condições; caso contrário, a aplicação é desconsiderada..

Esse comportamento é errado por diversos motivos, mas existe uma falha principal nele, a de execução. Isso porque, para descobrirmos se o rendimento de uma aplicação é satisfatório ou não, temos que recorrer a uma projeção. Só que poucos sabem fazer projeções realistas. A maioria das planilhas e cálculos acaba sendo muito mal utilizada, e oportunidades que às vezes não são ruins são abandonadas por simples erros de conta. Há uma maneira de comparar diferentes aplicações no mercado financeiro, que carinhosamente apelidei de “Triângulo de Nigro”. Não inventei a teoria, mas é a fórmula que encontrei para simplificar a avaliação de aplicações no mercado financeiro. O Triângulo de Nigro considera que todo investimento deve ser observado em três pontas: a do risco, a da liquidez e a do rendimento.



As três pontas apresentam uma relação muito íntima. Se uma aplicação é arriscada para o investidor, esse risco que será tomado deve ser convertido em um “prêmio” nas demais pontas do triângulo. É preciso ganhar algo com o que está na ponta oposta do que se escolhe. É o que vemos, por exemplo, no mercado de ações. Quando o investidor decide entrar na Bolsa de Valores, o risco da operação é muito maior, por ter de lidar com as oscilações de preços e o desempenho das empresas de capital aberto. Todavia, esse risco maior é compensado por maiores possibilidades de ganhos.

Agora podemos pensar em outro exemplo, focando a liquidez: os CDBs. Encontramos no mercado CDBs de uma mesma instituição, mas com diferentes prazos.

Por serem da mesma instituição, o risco de crédito é sempre o mesmo, mas a mudança de liquidez também interfere no rendimento da aplicação, como podemos ver a seguir:

Imagine que você tenha dinheiro aplicado no banco e pode resgatá-lo a qualquer momento. Seu ganho – hipotético – é de 10% ao ano. Se seu gerente propuser travar essa aplicação por dez anos, o que você vai fazer? Resgatar ou continuar com a aplicação? Depende. Se ele te oferecer uma taxa maior para compensar esse benefício de resgate imediato que você não terá mais, você pode cogitar deixar seu dinheiro aí. Por isso, a ideia do Triângulo de Nigro é simples: na hora de analisar suas aplicações, faça uma comparação entre as aplicações disponíveis e veja qual faz mais sentido, de acordo com o prêmio que elas oferecem. Se, no exemplo anterior, os dois CDBs tivessem a mesma rentabilidade, a melhor opção, claramente, seria o CDB com maior liquidez, ou seja, com a menor data de vencimento. Isso porque você teria acesso mais rápido ao seu investimento sem nenhuma contraparte comparado ao CDB de maior data de vencimento. Para efeitos de comparação, sempre avalie algum título público também, preferencialmente o Tesouro Selic, já que ele é o mais seguro do Brasil teoricamente. Se entre o Tesouro Selic e um CDB não houver um prêmio que justifique o seu risco maior na operação, você deve optar pelo de menor risco, o Tesouro Selic.

#### 4.3 | RESERVA DE EMERGÊNCIA E RESERVA DE OPORTUNIDADE

##### O que um fundo de emergência pode cobrir:

- Gasto com remédios e tratamentos para problema grave de saúde. Nem sempre tudo é coberto pelo plano de saúde;
- Pagamento de danos ou sinistro de automóvel em caso de acidente;
- Período de desemprego ou redução drástica de renda;
- Pedido de ajuda familiar inesperado;
- Taxas e impostos a serem pagos no início do ano;

## TESOURO SELIC

### Tesouro Selic 2027

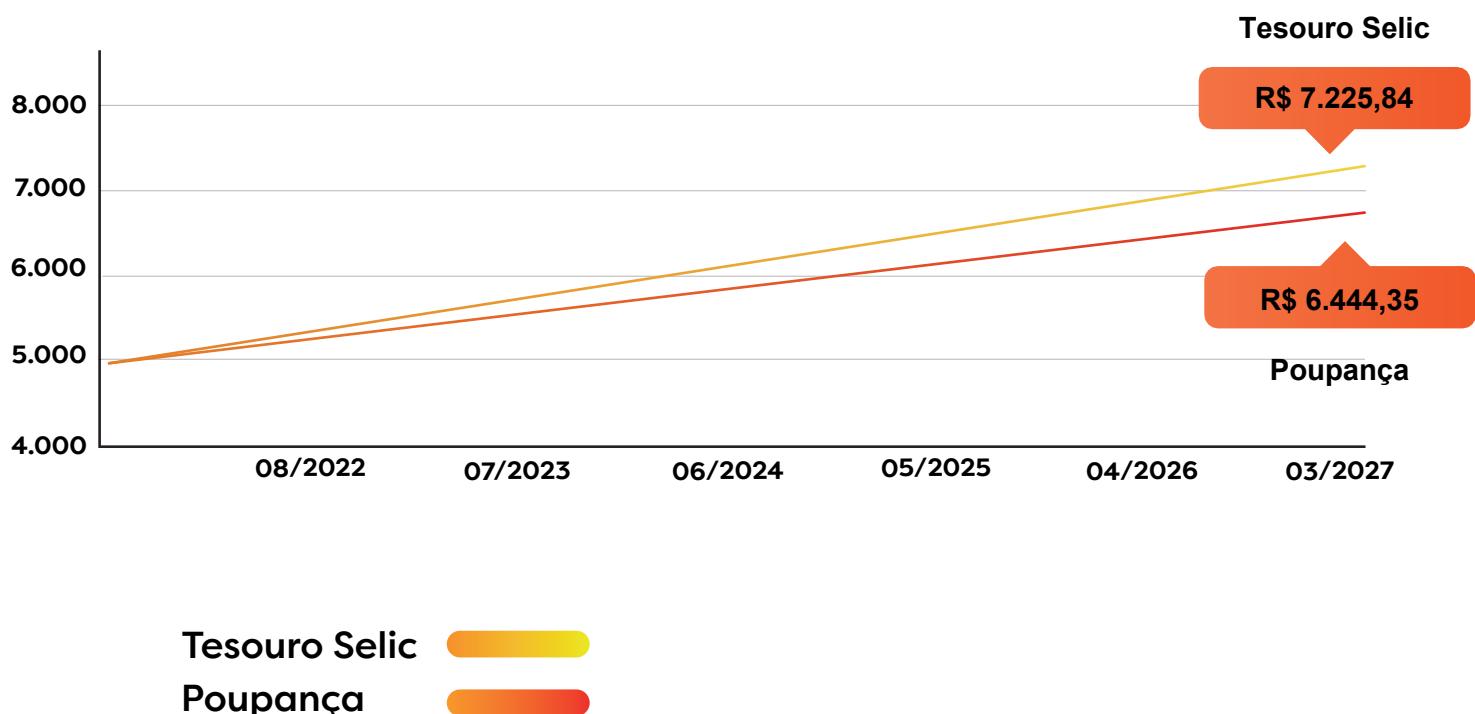
Esse título vence em 01/03/2027. É indicado para aqueles que querem realizar investimentos de curto prazo com rentabilidade diária vinculada à taxa de juros da economia (taxa Selic). Significa que, se a taxa Selic aumentar, a sua rentabilidade aumenta. Se a taxa Selic diminuir, sua rentabilidade diminui. Como não paga juros semestrais, é mais interessante para quem pode deixar o dinheiro render até o vencimento do investimento.

VENCIMENTO: 01/03/2027

INVESTIMENTO MÍNIMO: R\$ 111,97

pode variar dependendo da marcação a mercado

### RENTABILIDADE BRUTA: SIMULAÇÃO



Tesouro Selic  
Poupança

MENTORIA

## CONTAS DIGITAIS

É uma conta bancária menos burocrática e mais simples de usar que as contas convencionais de bancos. Ela permite que todas as operações sejam feitas online, você pode ter tarifa zero de manutenção de conta e também para TEDs. O ponto, é que uma das grandes vantagens que algumas contas digitais possuem é a conta corrente remunerada, que rende **100% CDI** pelo saldo depositado nela, ou seja, são aplicados em títulos públicos federais que têm rentabilidade muito próxima à taxa básica de juros (a Selic). Possui muita facilidade na hora de resgatar (já que o resgate cai direto na conta corrente), rentabilidade ligeiramente maior e resgate em **D+0** (Dias Úteis).

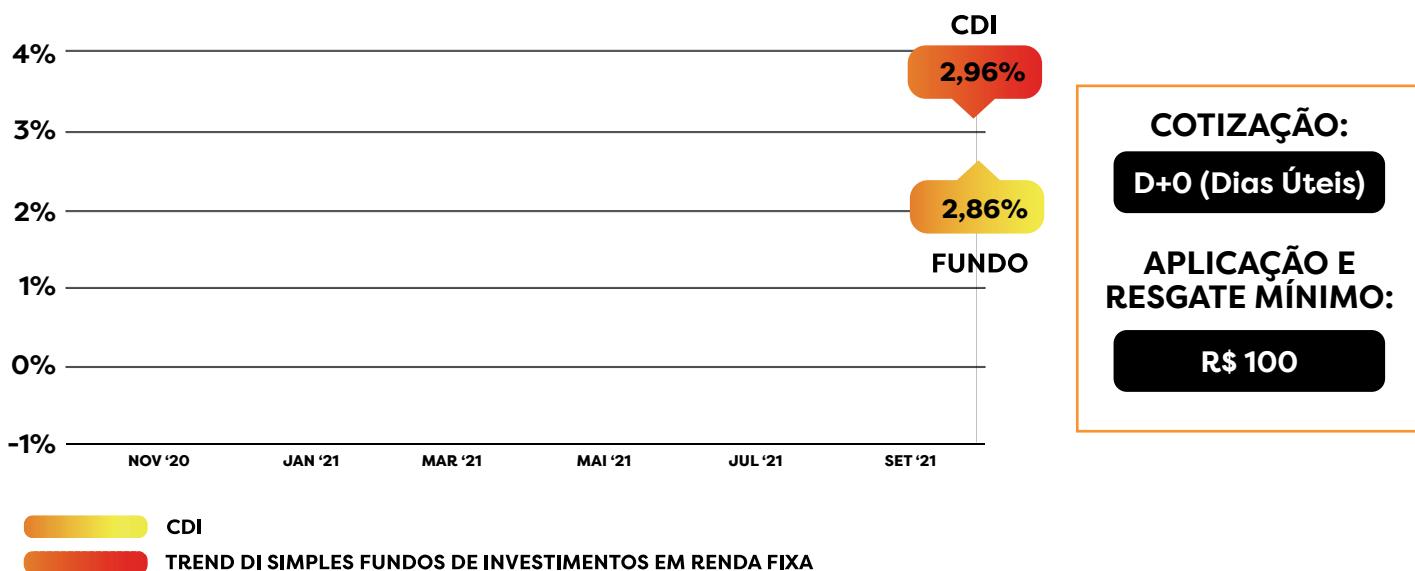
Exemplo: Nubank.

## FUNDOS CONSERVADORES

### TREND DI SIMPLES

O fundo tem como objetivo proporcionar aos Cotistas uma rentabilidade que acompanhe a variação da taxa de juros no mercado interbancário (mensurada pela variação do Depósito Interbancário) com alto grau de correlação, utilizando-se dos instrumentos disponíveis tanto no mercado à vista quanto no mercado de derivativos, de acordo com as restrições previstas na legislação vigente.

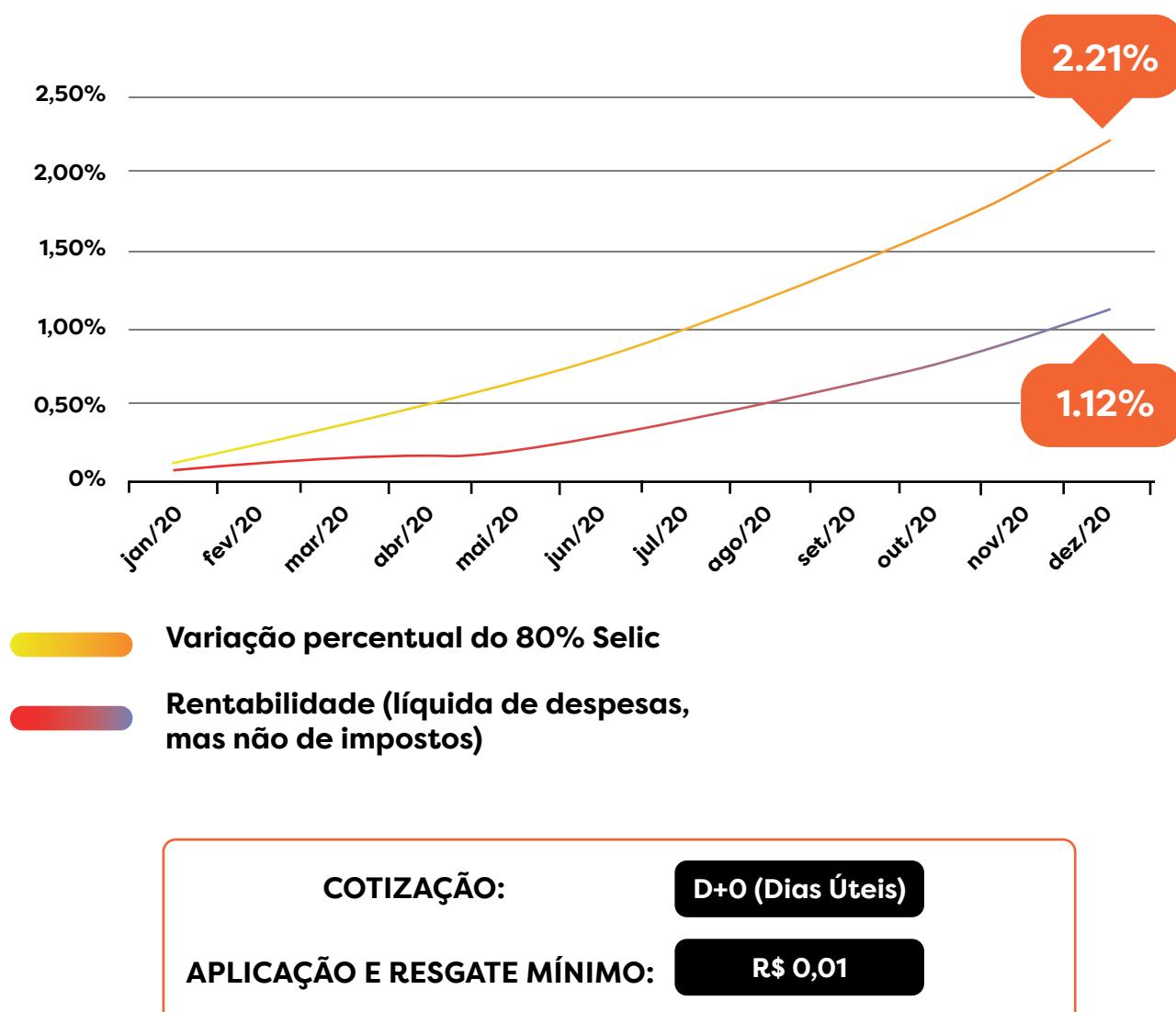
### FUNDO VS CDI (DESDE O INÍCIO)



## BANCOS TRADICIONAIS

### BB RENDA FIXA SIMPLES

Os bancos tradicionais permitem fazer investimentos através dos seus fundos de investimentos que podem render cerca de 80% da Selic. Ao olhar qualquer tipo de Fundo, é importante lembrar de sempre observar a Taxa de Administração. Neste exemplo a taxa é de 1,25% do patrimônio líquido.



## RESERVA DE VALOR: preservar valor ao longo do tempo

### História do dinheiro

- Dólar: única moeda dos EUA desde 1776.
- Real: é a décima moeda Brasileira, existe desde 1994.
- Bolívar venezuelano: é a moeda que possui -82% de poder de compra.

### CUIDADO COM A DESVALORIZAÇÃO DA MOEDA!

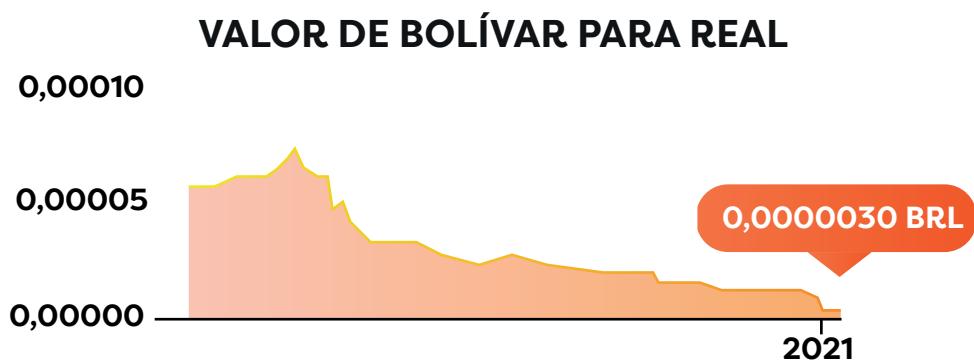
Pense que você ganha bem, constrói sua reserva de emergência, se aprofunda nos investimentos, escolhe bons ativos, e no final da sua vida, quando você está prestes a se aposentar, você descobre que está pobre!

Nesse momento, você nota que quantidade de dinheiro não tem uma relação direta com o poder de compra. Veja exemplo da Venezuela:

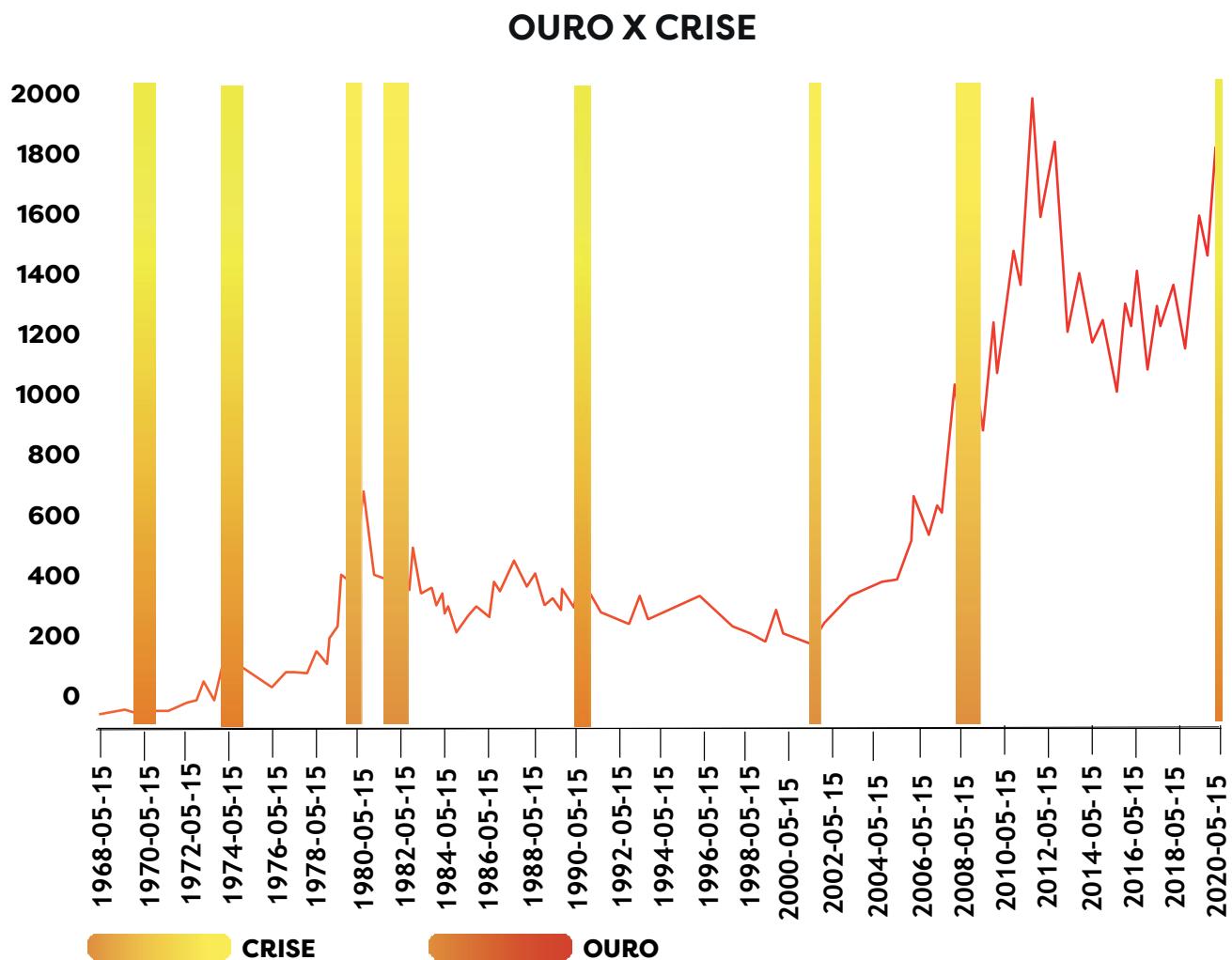
### A QUANTIDADE FÍSICA DE DINHEIRO NECESSÁRIA PARA COMPRAR COISAS DO COTIDIANO



Esse é o poder de desvalorização:



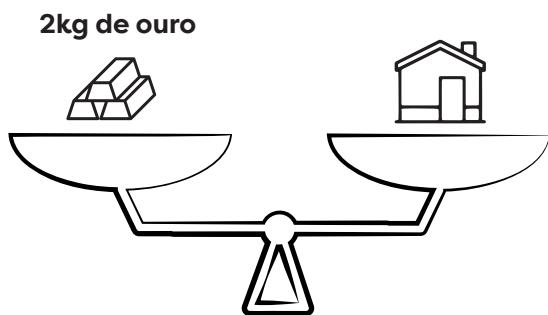
**Ouro:** É uma das mais antigas Reservas de Valores do mundo. Em 1971 o ouro deixou de ser padrão-ouro (um sistema monetário que regeu a economia mundial do século 19 à Primeira Guerra Mundial, isto ajudou a tornar o dólar a moeda de reserva mundial). A cada nova crise, um novo ciclo de alta se inicia, o ouro volta para a moeda variando de maior ou menor intensidade.



**Apenas quatro piscinas olímpicas:** Diz que se juntar todo ouro do mundo, ocuparia apenas quatro piscinas olímpicas. Nos momentos de crise, as pessoas vão para o ouro porque ele:

- É escasso
- Ao contrário do dinheiro em papel ele não é deteriorável
- É aceito globalmente
- Possui longo histórico de aceitação
- Tem valor intrínseco
- Muito valor em pouco espaço físico (conforme a imagem a seguir)

## VALOR DO OURO PARA REAL



**O poder da escassez:** Uma das causas da inflação é a impressão de dinheiro. Diferente do ouro e das criptomoedas (que são escassas), as moedas tradicionais (dólar, real, etc.) podem ser impressas, reduzindo seu poder de compra no longo prazo.



**BITCOIN:** É uma criptomoeda que surgiu em 2009 e tem como as seguintes características:

- É escasso
- Não deteriorável
- É aceito no mercado
- Baixo histórico
- Possui valor intrínseco

### Se você fosse colocar tudo de valor em uma única mala, o que você levaria?

Ao longo da história os judeus foram perseguidos, expulsos de suas terras e tiveram que aprender a viver com pouco, apenas com o que era mais valioso para a própria sobrevivência e enfrentar as adversidades. Carregavam ouro e objetivos de valor como uma moeda de troca e atualmente são conhecidos como as pessoas mais prósperas do mundo.

#### 4.4 | TAXA DE JUROS E POLÍTICA MONETÁRIA

Juros são uma remuneração em forma de percentual paga a quem disponibiliza um empréstimo ou realiza um investimento, por exemplo.

Na prática, eles funcionam como uma compensação pelo tempo em que o dinheiro ficou emprestado ou investido. **Exemplo:** imagine que você pegou emprestado no banco R\$5.000,00. O combinado é que você devolva o valor somado dos juros daqui a 1 ano. Então, na hora de devolvê-lo, você pagará um valor acima do que pegou emprestado.

Digamos que, nesse caso, após os 12 meses combinados você pagou de volta R\$5.800,00. Portanto, o percentual da taxa de juros nesse exemplo foi de 16% ao ano. Percebeu aqui? A taxa de juros está diretamente ligada à diferença entre o valor emprestado e o valor que efetivamente foi pago.

A taxa Selic também é conhecida como a taxa básica de juros do nosso país.

Como é de se imaginar, ela tem uma enorme importância na economia brasileira, porque exerce impacto em outros juros, além de ser um dos principais indicadores utilizados em títulos de renda fixa.

Agora, como que a taxa Selic é definida? Pela Política Monetária do Governo.

A política monetária representa o conjunto de medidas que são tomadas por autoridades (Bancos Centrais e demais instituições subsidiárias) para interferir na circulação da moeda e na relação oferta e demanda do mercado financeiro.

##### São 3 as medidas principais adotadas na política monetária:

- Recolhimento de Compulsório;
- Taxa de Redesconto;
- Alteração da Taxa Selic.

**Recolhimento de Compulsório:** O recolhimento compulsório se caracteriza como uma taxa percentual cobrada dos bancos em transações relacionadas aos produtos bancários.

O percentual é definido pelo próprio Banco Central, de acordo com a conveniência.

Em suma, o recolhimento compulsório é visto pelo BC como uma forma de restringir a moeda em circulação, retirando-a diretamente de quem a fornece ao mercado: os bancos comerciais. Suprime-se, então, o multiplicador bancário.

Essa medida é usada como ferramenta de controle econômico, de modo que possibilita a influência governamental sobre as dinâmicas de consumo e o desempenho financeiro do país.

A taxa de redesconto é conhecida como a taxa de juros usada pelo Banco Central nos empréstimos feitos aos bancos comerciais.

**Taxa de Redesconto:** Essa linha de crédito é tomada pelos bancos como forma de restabelecer o capital em caixa. Para o Bacen, é uma medida de controle monetário.

Afinal, quanto maiores forem as taxas pagas pelos bancos, maiores são as dificuldades impostas por esses ao emprestar dinheiro para os cidadãos comuns e para as empresas, diminuindo assim a moeda em circulação.

Por outro lado, quanto menores as taxas, mais “barato” o dinheiro se torna para o consumidor, propiciando um aumento do dinheiro disponível na economia.

**Alteração da taxa básica de juros (Selic):** Isso porque sempre que o Banco Central decide ajustá-la, há um grande efeito sobre os investimentos, a atividade bancária e o consumo do cidadão médio - e todos os meios de comunicação noticiam a novidade.

Dentro do Banco Central, há um comitê formado especialmente para a definição da taxa Selic: o COPOM (Comitê de Política Monetária).

Os membros do COPOM se reúnem a cada 45 dias para decidir se a taxa básica de juros sobe ou desce. E o que motiva a escolha? O interesse do Banco Central em refrear ou alavancar a inflação.

Quando a taxa básica é elevada, as taxas cobradas pelos bancos tendem a acompanhar essa mudança (às vezes, nem tão rapidamente).

Dessa forma, o acesso ao crédito se torna mais difícil e, com menos dinheiro disponível para gastar, as famílias acabam por comprar menos.

Segundo a lei da oferta e da demanda, conforme a demanda cai, os preços (e, portanto, a inflação) também caem.

Já quando o contrário acontece e a taxa básica é reduzida, é mais fácil conseguir empréstimos no país, visto que os juros bancários tendem a diminuir também.

Com mais dinheiro à disposição, as famílias gastam mais, assim como as empresas viabilizam um volume maior de investimentos.

## 4.5 | SISTEMA FINANCEIRO

### Como funciona o Sistema Financeiro?

Para explicar isso, precisamos primeiro entender o que são as centrais de custódia!

Essas instituições são responsáveis pelo registro, pela custódia e pela liquidação financeira de títulos e valores mobiliários. Em outras palavras, elas devem:

**Registrar:** garantir que os títulos sejam identificados e relacionados com a

pessoa física ou jurídica que fez o investimento;

**Custodiar:** guardar, armazenar as informações, por muitos anos para que os investidores de longo prazo, por exemplo, tenham a tranquilidade necessária de curtir suas aposentadorias;

**Liquidação financeira:** transformar seu dinheiro em ativos ou seus ativos em dinheiro. No Brasil, há três Centrais de Custódia, cada qual com suas especificidades: a CBLC, a SELIC e a CETIP.

**Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia (CBLC):** tutela as ações e títulos negociados diretamente na Bolsa de Valores e na plataforma do Tesouro Direto;

**Central de Custódia e Liquidação Financeira de Títulos (CETIP):** tutela os títulos privados de renda fixa, como CDBs, LCIs e LCAs.

**Sistema Especial de Liquidação e Custódia (Selic):** tutela todos os títulos públicos federais.

Assim como você tem cadastro em uma ou mais corretoras, você possui um cadastro individual, pelo seu CPF, nas Centrais de Custódia garantidoras dos ativos nos quais você investe. Por isso, são elas as fortalezas que garantem que seus títulos estejam devidamente identificados e protegidos.

Agora, você precisa entender qual o papel da corretora de valores mobiliários: Elas são os Agentes de Custódia. A função principal de uma corretora é fazer a intermediação entre o comprador e uma das Centrais de Custódia. Para isso, a corretora:

- Recebe sua transferência de recursos;
- Disponibiliza opções de investimento;
- Executa sua ordem de aquisição do ativo;
- Liquida a operação;
- Envia para as Centrais de Custódia.

O serviço fornecido pelas corretoras, portanto, é feito no seu nome, como uma representante. Logo, se a corretora falir ou fechar, você precisará apenas escolher outro agente de custódia para continuar investindo. Suas operações estarão seguras pelas Centrais de Custódia.

Claro que você deve ficar atento ao funcionamento da sua corretora. Não esqueça que ela é responsável pela execução da operação. Ou seja: ela deve efetivamente comprar o ativo que você deseja. A falha da corretora pode ocorrer na compra ou no envio da operação para a Central de Custódia. Para se certificar da execução da ordem, você pode solicitar à corretora uma Nota de Corretagem, espécie de recibo de compra ou venda do ativo. Além disso, para saber se foi feito o registro da sua operação, basta acessar o site da central de custódia e emitir um extrato.

## POLÍTICAS ECONÔMICAS

As políticas econômicas são atividades articuladas para compor o momento econômico de cada país. Dessa forma, o Governo - junto ao Banco Central - cria medidas para controlar a produção, distribuição, consumo de bens e serviços de uma economia. O Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial são responsáveis por ações internacionais, causando uma forte interação entre os países e suas economias. Existem inúmeras ações dentro da política econômica que podem ser adotadas pelas autoridades responsáveis. Entretanto, abordaremos a seguir as mais importantes: Política Monetária, Política Fiscal e Política Cambial.

### 1. POLÍTICA FISCAL

A política fiscal é o conjunto de ações que o governo federal, estadual e municipal destina a administrar suas receitas e despesas, de forma geral seus próprios níveis de gastos. Desse modo, monitorando e influenciando a economia de um país. No Brasil, os gatos do governo em um ano fiscal devem seguir a programação do orçamento elaborado no ano fiscal anterior e aprovado pelo Congresso Nacional.

O consumo do governo remete aos gastos que ele tem ao fazer os pagamentos do pessoal civil ou militar, aquisição de materiais, contratação de terceiros, etc. Os investimentos do governo são às despesas com investimento de aumentar a capacidade de produção de bens e serviços de um país, como exemplo as construções de rodovias, ferrovias, hidrelétricas, escolas, postos de saúdes, etc.

Os subsídios e as transferências correspondem aos objetivos do governo para garantir a população consumidora preços mais baixos do que os custos de produção.

### 2. POLÍTICA CAMBIAL

A palavra câmbio nos dicionários comuns significa tudo que envolve tipo de troca. No âmbito econômico, principalmente no contexto de mercado financeiro, normalmente significa a taxa de câmbio entre moeda nacional e uma moeda estrangeira, ou até mesmo o movimento de capitais em um determinado período.

A política cambial atua sobre as variáveis relacionadas ao setor externo da economia, e refere-se ao controle do governo sobre a taxa de câmbio (fixo e flutuante). A taxa câmbio tem como meta o mercado externo, no sentido de manter equilibradas as relações de trocas de um país para o outro.

### **3. POLÍTICA MONETÁRIA**

A política monetária é o meio de estabilizar e equilibrar o sistema financeiro sendo um conjunto de medidas que um governo adere visando controlar a oferta da sua moeda (o dinheiro de uma economia). O governo, praticando esse tipo de política, faz com que a inflação e a taxa de juros de um país aumente ou diminua conforme a política monetária visada pelo governo.

No Brasil, a política monetária é realizada através das diretrizes do CMN (Conselho Monetário Nacional), sendo o órgão máximo de nosso sistema financeiro, baseado sobre essas informações o Banco Central (BACEN) executa as políticas expansionistas ou contracionistas.

#### **3.1 POLÍTICA MONETÁRIA CONTRACIONISTA**

O Banco Central é responsável por aplicar essa ação, o objetivo é fazer com que a quantidade de moeda em circulação seja diminuída, ocasionando assim a manutenção da economia objetivando principalmente a retenção da inflação alta.

#### **3.2 POLÍTICA MONETÁRIA EXPANSIONISTA**

Quando essa ação é aplicada o governo visa aumentar o crescimento econômico através da circulação da moeda. Observe que essas duas políticas são aplicadas de acordo com a situação econômica do país. Em momentos de crises o governo tende a aplicar medidas da política monetária expansionista, que vai reduzir as taxas de juros e compra títulos em Open Market, com o objetivo de aumentar a quantidade de moeda em circulação da economia. Já em momentos que o país está em uma fase ótima, está em crescimento o governo utiliza a política monetária contracionistas, como a elevação da taxa de juros e vendas de títulos Open Market, esse tipo de ação tem como objetivo diminuir a moeda em circulação e a manutenção ou redução das taxas de inflação.

##### **3.2.1 FERRAMENTAS DA POLÍTICA MONETÁRIA**

-Recolhimento Compulsório

É um dos instrumentos da política monetária que obriga o depósito obrigatório dos bancos comerciais junto ao BACEN, essa ação simplesmente aquece a economia. As transferências para os bancos comerciais podem ser voluntárias, mas os depósitos são obrigatórios. Desse modo todos os depósitos feitos à vista pela população aos bancos comerciais vão para o Banco Central, que é responsável pela fixação desta taxa de recolhimento. Essa taxa pode variar ou não, depende se o governo quer estimular a economia ou não.

Quando o Governo precisa aumentar a circulação da moeda, ocorre o inverso, pois é preciso diminuir a taxa compulsório, fazendo assim que os bancos comerciais depositem quantidades menores juntas ao BACEN. Os bancos comerciais ficam com quantidade maior de moedas disponíveis e aumentam sua linha de créditos. Portanto se há mais dinheiro em circulação a economia tende a crescer.

## OPEN MARKET

Open Market significa “mercado aberto”, os bancos comerciais e o banco central atuam nos mercados de títulos, esses títulos quando são de dívida publica são comprados e vendidos. O que acontece é que o banco central fica responsável de promover um leilão, esse leilão é feito junto aos dealers, que são bancos autorizados a operar no mercado primário. Ao comprar esses títulos, essas instituições podem negociá-los no mercado secundário por meio do open market.

Quando existem acomodações na quantidade da oferta da moeda é porque os bancos centrais utilizaram o open market, pegaram os títulos e compraram ou venderam, eles também podem fazer isso. Desse modo ao interceder nos mercados monetários, o banco central pode controlar as taxas de juros de curto prazo, regulando o nível de liquidez da economia e sinalizando a orientação da política monetária.

## REDESCONTO BANCÁRIO

O redesconto bancário é outro instrumento monetário responsável pelo controle de uma economia. O que acontece nessa ação é que o Banco Central oferece empréstimos aos bancos comerciais utilizando taxas maiores que as praticadas normalmente no mercado.

Ocorrem duas situações, quando o Banco Central quer inocular dinheiro no mercado, ele procura baixar a taxa de juros, fazendo com que os bancos comerciais sejam estimulados a pegar empréstimos. Assim, os bancos comerciais têm mais disponibilidades de créditos para oferecer e assim aquece a economia. A segunda situação é quando o Banco Central precisa retirar dinheiro do mercado, ele aumenta a taxa de juros dos empréstimos, desestimulando os bancos comerciais a pegá-los. O que acontece com a economia nessa situação é que esses bancos vão disponibilizar menos créditos, então a economia desacelera.

## 4. INFLAÇÃO

A inflação pode ser conceituada como o aumento contínuo e generalizado dos preços. Ou seja, a inflação é aquela média que se dá ao ser estipulado no crescimento dos preços dos conjuntos de bens e serviço em um terminado período.

Vamos supor que de uma hora pra outra o preço do arroz aumenta, isso não é inflação porque esse aumento tem que ser de forma geral, não basta ser só o preço do arroz ou do feijão, pois essa situação pode ser apenas um problema específico do setor. A partir do momento que tudo fica mais caro, o poder de compra diminui.

#### **Exemplo 1:**

- Maria guardou 100 reais em um ano
- Nesse período a inflação aumentou 40%
- Isso significa que os produtos estão custando 40% a mais
- Logo, o seu dinheiro está valendo 40% a menos
- Um ano depois, Maria continua tendo 100 reais. Porém eles são capazes de comprar apenas o que 60 reais compravam no ano passado.

#### **Exemplo 2:**

- João recebeu uma promoção, o seu salário aumentou 10%
- Mas, ao mesmo tempo, a inflação subiu 10%
- Isso significa que mesmo que João ganhou 10% a mais, as coisas também estão custando 10% a mais do que antes,
- Nesse caso, o poder de compra não muda. João não enriqueceu, nem empobreceu.

Conclusão: você deve levar sempre em consideração a inflação para entender se você de fato está enriquecendo.

### **4.1 CAUSAS DA INFLAÇÃO**

Governo gasta mais do que arrecada:

- 1 - Governo aumenta impostos para cobrir despesas;
- 2 - Custo é repassado aos consumidores;
- 3 - Preços dos serviços e produtos finais sobem;
- 4 - Para pagar contas, governo imprime mais dinheiro;
- 5 - Volume de dinheiro é maior que a oferta de bens e serviços à venda;
- 6 - Com mais dinheiro, os **PREÇOS SOBEM.**

Cartéis, monopólios ou oligopólios

- 1 - Poucas empresas vendem um determinado produto;
- 2 - Essas empresas se juntam e “combinam” preços mais altos ou restringem a produção;
- 3 - PREÇOS SOBEM.**

### Custos de produção:

- 1 - Empresas buscam empréstimos para viabilizar seus projetos;
- 2 - Se as taxas de juros sobem, o custo também sobe;
- 3 - Se o governo eleva a carga tributária, o preço final dos produtos também aumenta;
- 4 - Quando o custo da empresa sobe, ela AUMENTA OS PREÇOS.

Produção baixa:

- 1 - Empresas produzem menos que a demanda;
- 2 - Volume de dinheiro é maior que a oferta de bens e serviços à venda;
- 3 - Consumidor com dinheiro se dispõe a pagar mais pela mesma coisa;

### **4 - PREÇOS SOBEM.**

### Indexação:

- 1 - Aluguel e outros contratos sobem por conta da inflação passada;
- 2 - Preços mais altos entram no cálculo da inflação do próprio período;
- 3 - A inflação de hoje passa a ser o patamar inicial de amanhã.

### Inércia:

- 1 - Empresa ou trabalhador acredita que haverá inflação;
- 2 - Para não perder sua margem de lucro, a empresa aumenta previamente os preços
- 3 - Ao mesmo tempo, para não perder o seu poder de compra, o trabalhador reivindica uma remuneração maior.

### **4 - TODOS OS PREÇOS SOBEM.**

Howard Marks, no seu livro *The Most Important Thing*, descreve que uma das coisas mais importantes é: ter uma noção de onde estamos. Nisso, ele construiu uma tabela semelhante a essa:

|                                  |  |   |
|----------------------------------|--|---|
| <b>Economia</b>                  | <b>Vibrante</b>                          | <b>Lenta</b>                              |
| <b>Cenário atual</b>             | <b>Positivo</b>                          | <b>Negativo</b>                           |
| <b>Credores</b>                  | <b>Ansiosos</b>                          | <b>Reticentes</b>                         |
| <b>Capital</b>                   | <b>Abundante</b>                         | <b>Escasso</b>                            |
| <b>Taxas de juros</b>            | <b>Baixas</b>                            | <b>Altas</b>                              |
| <b>Spreads</b>                   | <b>Apertados</b>                         | <b>Largos</b>                             |
| <b>Investidores</b>              | <b>Otimistas e ansiosos para comprar</b> | <b>Pessimistas e desinteressados</b>      |
| <b>Donos das ações</b>           | <b>Felizes em tê-las</b>                 | <b>Loucos para vender</b>                 |
| <b>Vendedores</b>                | <b>Poucos</b>                            | <b>Muitos</b>                             |
| <b>Mercados</b>                  | <b>Cheios</b>                            | <b>Vazios</b>                             |
| <b>Fundos</b>                    | <b>Difícil acesso</b>                    | <b>Aberto ao público</b>                  |
| <b>Performances recentes</b>     | <b>Boas</b>                              | <b>Ruins</b>                              |
| <b>Preço dos ativos</b>          | <b>Caros</b>                             | <b>Baratos</b>                            |
| <b>Risco</b>                     | <b>Alto</b>                              | <b>Baixo</b>                              |
| <b>Características populares</b> | <b>Agressividade e euforia</b>           | <b>Cautela, disciplina e seletividade</b> |

**Nos investimentos, o ciclo funciona mais ou menos em 6 passos:**

1. As pessoas começam a acreditar que as coisas serão melhores (Smart Money)
2. A maioria dos investidores percebe que a melhora está realmente acontecendo (atenção da mídia/euforia)
3. Todos concluem que as coisas serão SEMPRE melhores (ganância/desilusão)
4. Alguns investidores sensatos reconhecem que, apesar da alta, as coisas não vão ser SEMPRE boas.
5. A maioria dos investidores reconhece que as coisas estão se deteriorando (medo/desistência)
6. Todos estão convencidos de que as coisas só podem piorar (desespero/pânico)

## COMO A ECONOMIA FUNCIONA?

### Etimologia da palavra economia

O elemento “eco” vem do grego oikos e significa “casa, lar, domicílio, meio ambiente”.

Na sua origem, portanto, economia é a arte de bem administrar a casa.

Hoje é a ciência que trata da produção, distribuição e consumo de bens. É a administração do sistema produtivo de um país ou região, ou seja, da “casa” em que vivemos.

### Como que os economistas pensam?

Economistas estudam questões de natureza política, mas tentam abordar essas questões com a objetividade de um cientista.

As crianças pequenas aprendem muito sobre o mundo ao seu redor brincando com brinquedos que correspondem a versões de objetos do mundo real. Elas têm miniaturas de carrinhos, trens e aviões. Esses modelos estão longe de ser realistas, mas quem os monta aprende muito.

Um modelo ilustra a essência do objeto real que procura representar. Da mesma forma que as crianças usam modelos para compreender o mundo, os economistas usam seus modelos para o mesmo objetivo.

Os economistas desenvolvem suas “economias de brinquedo” para ajudar a explicar variáveis econômicas como PIB, inflação e desemprego.

A observação casual é uma fonte de informações sobre o que está acontecendo na economia:

- Quando vai ao mercado, você nota se os preços estão aumentando ou diminuindo.
- Quando está procurando um emprego, você verifica se as empresas estão contratando.
- Quando entra numa loja, você repara no fluxo de pessoas e na escassez dos produtos.

*A economia serve para não cometermos os erros do passado*

### Exemplo histórico (Império Romano):

A Roma estava em crise e o imperador Nero teve uma ideia. Ele reduziu o teor de prata do Denário (a moeda da época) de 98% para 93%, o que permitiu que mais moedas fossem fabricadas com um mesmo volume de prata.

Isso gerou uma relativamente alta inflação de preços e temporariamente abalou a confiança dos cidadãos romanos.

MENTORIA

Após Nero, vários sucessivos imperadores continuamente reduziram o teor de prata do denário:

- Marco Aurélio desvalorizou o denário para um teor de 79% de prata;
- Lúcio Aurélio Cómodo reduziu o teor de prata do denário para apenas 74%;
- Caracala, filho do Imperador Septímio Severo, aprofundou a política de desvalorização da moeda até reduzir o teor de prata do denário para 50%.

Assim...

- Cada vez mais moedas eram fabricadas;
- Cada vez menos escassas elas eram;
- Cada vez a moeda tinha menos valor;
- Cada vez mais caros ficavam os produtos.

Em 301 d.C., enquanto o imperador Diocleciano estava reestruturando o governo, o exército e a economia, ele baixou o famoso Édito Máximo, que impunha um congelamento de preços. Ele estipulou um teto de preços para carnes, cereais, ovos, roupas e outros bens, e instituiu a pena de morte para qualquer um que vendesse seus artigos a um preço maior do que o estabelecido.

***O que parecia ser uma solução, virou um problema ainda maior: a escassez.***

O resultado, como não poderia deixar de ser, foi que as pessoas simplesmente pararam de colocar seus bens à venda no mercado, dado que elas não mais poderiam obter um preço sensato por eles. Comerciantes estocaram seus bens, recusando-se a vendê-los pelo preço imposto pelo governo. Outros estocaram simplesmente para não correr o risco de serem erroneamente acusados de estarem vendendo a preços acima do determinado, ficando assim sujeitos a execuções. Os trabalhadores reagiram ao congelamento de salários desaparecendo do expediente ou simplesmente ficando sentados, sem fazer nada.

Se acontece até mesmo com poderosos impérios, por que não pode acontecer com economias atuais?



Todas essas notícias são recentes e reais. E mesmo que as consequências dessa política econômica tem acontecido há milhares de anos, os governos continuam (e vão continuar) cometendo os mesmos erros.

### **Conclusão: é preciso proteger o seu dinheiro**

Você precisa de uma metodologia de investimentos que seja capaz de surfar nos mares calmos, mas que também sobreviva às tempestades.



Blindar meu patrimônio contra crises e proteger meu portfólio sempre foi um dos grandes pensamentos que carreguei durante essa jornada de investidor. Ao refletir quase que diariamente sobre isso eu consegui desenvolver uma forma de investir meu dinheiro, uma metodologia única que se apresentou muito sólida e funcional no decorrer dos anos, nome dela é ARCA. Esse método permitiu com que eu distribuisse meus investimentos em quatro classes de ativos e me possibilitou agir de maneira mais estratégica. Abaixo segue a forma como penso e ajo com relação a diversificação do meu portfólio, ou seja, minha classe de ativos:

- 1** | Ações no Brasil
- 2** | Caixa no Brasil
- 3** | Fundo imobiliários
- 4** | Investimentos internacionais

**QUADRO 1.** classes de ativos, seu papel estratégico na carteira, os critérios utilizados para a sua escolha e o percentual de distribuição na carteira.

| CLASSES                      | PAPEL NA CARTEIRA                   | CRITÉRIOS DE ESCOLHA   | DISTRIBUIÇÃO |
|------------------------------|-------------------------------------|--|--------------|
| <b>AÇÕES</b>                 | Rentabilidade<br>Perenidade         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucratividade</li> <li>• Endividamento           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preço</li> </ul> </li> <li>• Crescimento</li> <li>• Governança Corporativa</li> </ul> | <b>25%</b>   |
| <b>REAL ESTATE</b>           | Constância de aportes e perenidade  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade da carteira</li> <li>• Concentração           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vacância</li> <li>• Custo</li> </ul> </li> </ul>                               | <b>25%</b>   |
| <b>CAIXA E RENDA FIXA</b>    | Sobrevivência e oportunidade        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liquidez</li> <li>• Rentabilidade           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Custos</li> </ul> </li> </ul>  | <b>25%</b>   |
| <b>ATIVOS INTERNACIONAIS</b> | Rentabilidade e Perenidade em Dólar | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucratividade</li> <li>• Endividamento           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preço</li> </ul> </li> </ul>  | <b>25%</b>   |

Essas são as quatro classes de ativos que escolhi como primordiais para que eu possa buscar meu sucesso financeiro no mundo dos investimentos. Por que eu escolhi essas quatro classes de ativos? Deixe-me aprofundar em cada uma delas...

#### **4.7 | A (AÇÕES E NEGÓCIOS)**

Ao escolher ações, se paramos para analisar os grandes líderes, as pessoas mais ricas do planeta, conseguiremos perceber com certa facilidade que grande parte delas possuem negócios ou são herdeiras de pais que tiveram (ou ainda tem) negócios extremamente bem sucedidos. O que o Jeff Bezos (AMAZON), Mark Zuckerberg (FACEBOOK), Jorge Paulo Lemann (AMBEV e KRAFT HEINZ) têm em comum? A resposta é que todos eles enriqueceram com os negócios. Fica nítido que empreender é uma das melhores estratégias para uma pessoa enriquecer.

Liderar um empreendimento carrega muitas outras responsabilidades e, embora seja possível empreender no Brasil, nem todas as pessoas conseguirão ter sucesso nessa jornada. A ausência de capital, conhecimento e desejo ardente de ter um negócio são um dos inúmeros motivos que fazem muitas empresas morrerem no início de sua vida. Eu posso afirmar com segurança que existe uma maneira mais segura, definitivamente mais simples e com grandes chances de sucesso que é contratar os empresários para trabalhar para você. Isso se dá através da compra de ações em suas respectivas empresas.

Ao comprar ações você coloca à sua disposição um time de executivos que trabalha com empenho e dedicação para você. Por exemplo: ao comprar ações da Ambev, a pessoa vai ter uma equipe de executivos lideradas pelo Jorge Paulo Lemann trabalhando para ela de maneira focada e estratégica. As melhores mentes e mais experientes pessoas estarão num único objetivo, o sucesso empresarial. Assim, investir em ações é uma forma inteligente e simples para qualquer pessoa se expor ao mundo dos negócios.

Eu acredito que não existe nada mais rentável do que negócios. Isso é provavelmente o melhor investimento do mundo, desde que escolha de maneira correta e criteriosa os negócios que você vai entrar e colocar seu dinheiro, energia e intenção. Por isso essas classes de ativos são primordiais para mim. Dificilmente uma renda fixa vai multiplicar meu capital por 10, 20, 30, 40, 50 vezes, por exemplo. No mercado acionário isso pode acontecer, não é delírio e pode ser bem mais que essas dezenas de vezes que mencionei. Por esses motivos, eu tenho uma parcela da minha carteira em negócios no mercado financeiro.

Veja esse exemplo: imagine que um investidor aplicou todo o seu dinheiro numa única empresa e, ao longo do tempo, ela não se provou bem sucedida. O resultado é a perda de todo o seu patrimônio. No outro extremo tem a possibilidade (mesmo que remota) desse mesmo investidor colocar 100% do seu dinheiro e

MENTORIA

acertar precisamente numa grande aposta. Essa pessoa encontrou o novo Google, a nova Amazon, o novo Magazine Luiza. Se essa possibilidade se mostrar real, esse investidor irá nadar de braçadas porque seu patrimônio irá se multiplicar por milhares de vezes. E uma análise matemática e simples a exposição a uma dessas grandes empresas que esse investidor fosse apostar iria fazer com que ele se tornasse um ícone dos investimentos. Mas como nossa mente precisa a todo instante de certeza e um certo nível de previsões, esse exemplo é um dos piores quando o assunto é o lado emocional. Cabe ressaltar que investir não é apenas o lado racional e contas matemáticas, mas a gestão das emoções e expectativas.

Já em um universo de dez ativos, por exemplo, caso um deles ou dois, tiverem essa grande valorização, para o investidor isso será um excelente resultado. Essa é a uma parte primordial na carteira e por isso eu divido 25% do meu patrimônio nas quatro classes. Essa divisão é a maneira mais sensata de eu correr menos riscos, ter mais opções, mobilidade e aproveitar todas as oportunidades que se apresentam nesse mercado.

#### 4.8 | R (REAL ESTATE)

Outra parcela do meu portfólio é a de fundos imobiliários. O motivo é que nas maiores fortunas do mundo, as pessoas, donas delas, investem muito dinheiro em terras. Desde a época dos grandes reis, grandes latifundiários, dos feudos, dos grandes impérios, ter terras é sinônimo de poder, riqueza e fortuna. Até hoje isso existe dentro da nossa cultura, de maneira enraizada. Muitas vezes chega até ser uma dúvida do que é mais popular no Brasil com relação a investimento, se é colocar dinheiro na poupança ou investir em imóveis. Aqui no Brasil ainda existe essa dúvida e é bastante comum uma pessoa comprar terras, imóveis, vários lugares do país e até fora dele quando querem investir seu dinheiro. Portanto, comprar terras, de uma forma geral, é uma atividade que faz parte do comportamento das pessoas em todo o lugar do mundo quando o assunto é investir, proteger e aumentar seu patrimônio.

Além disso, as terras são finitas e em muitos lugares escassa, o que beneficia sua valorização de acordo com a inflação.

Aumentar o patrimônio e investir em terras, de acordo com esse cenário, é uma atividade lucrativa e inteligente para grande parte dos investidores no mundo todo. E por quê? Porque ao adquirir um imóvel, o comprador terá um pouco de burocracia no processo de compra. Ao comprar vários, existirá muito mais burocracia, ainda mais no Brasil, além de dificuldade de diversificar seu patrimônio. Imagine que uma pessoa invista na compra de um imóvel de 500 mil com o objetivo de fazer com que ele dê uma receita recorrente de aluguel. Este mesmo aluguel é de 3 mil reais por mês.

O retorno desse investimento se dará e um pouco mais do que 13 anos, mas existe um detalhe, qualquer mudança estrutural que o dono tiver que fazer no imóvel, como por exemplo um simples conserto de um banheiro ou de uma pia de cozinha não fará esse mesmo imóvel render mais.

Já no caso de fundos imobiliários, isso é possível, porque esse modelo de investimento se refere a um grande conglomerado capaz de comprar prédios inteiros, galpões logístico inteiros, centros comerciais, áreas de shopping center. Ao comprar uma cota desse fundo imobiliário o investidor adquire uma parcela desse investimento e recebe a mesma parcela proporcional ao rendimento que ele gera. Como fundo gera um rendimento mensal, o investimento paga dividendos dessa lucratividade para o investidor todos os meses.

Comprar fundos imobiliários é prioridade para mim e esse é um dos motivos porque eu gosto dessa classe. E tem mais: a simplicidade também torna esse processo rápido, pouco burocrático e com liquidez. Isso significa que é possível comprar e vender essas cotas sem muita dificuldade e com rapidez. Ou seja, não é necessário se preocupar com a burocracia de todo o processo de assinar contrato, transferência de nome, de titularidade e todos os aspectos relacionados aos trâmites da operação.

Com esse dinheiro mensal advindo dos dividendos dessa classe de investimento é possível rebalancear o portfólio do investidor é uma grande vantagem, a geração de fluxo de caixa mensal. Por isso essa estratégia faz tanto sentido para mim. Essa classe de investimento tende a sempre ser atualizada pela inflação, ou seja, os preços das cotas se atualizam e geralmente acabam tendo um retorno mensal lucrativo. Em muitos cenários econômicos, especialmente quando a taxa está baixa, os fundos imobiliários tornam-se muito atrativos.

#### 4.9 | C (CAIXA E RENDA FIXA)

1 | 25% da minha carteira está alocada em caixa. E ao dizer “em caixa” não quero dizer na conta, mas sim em investimentos pós fixados como tesouro SELIC, fundo DI, fundo IT Investimentos pós fixados, por exemplo, porque o objetivo dessa parcela da minha carteira é ter caixa para oportunidades que sempre aparecem. A maioria dos investidores começam a investir depois que a bolsa subiu muito. Quando a bolsa subiu 50%, 100%, as pessoas se animam e querem entrar. Geralmente essa atitude faz com que as pessoas comprem cada vez mais caro. Quando a bolsa cai, muitas delas não se interessam por esse cenário de oportunidades, aliás, grande parte nem percebe que é. O motivo é a memória curta no mundo dos investimentos.

**2 |** Essa incapacidade de lembrar de eventos do passado faz com que as pessoas que entram agora invistam todo o dinheiro delas num único “pote de ouro” com o objetivo de terem o maior rendimento do mundo. Mas o que acontece na realidade é o contrário e esse já um dos principais motivos que uma parcela do meu patrimônio está em caixa. Dessa forma eu garanto estar preparado e com liquidez quando as oportunidades aparecerem para fazer uma aquisição inteligente. Não se trata de uma questão de possibilidade, mas sim de probabilidade. A história tem mostrado esse padrão ao longo dos anos.

**3 |** Numa crise extrema, o mercado pode cair 50% (na média) e ter ativos no portfólio que podem acabar caindo 90% é um cenário imediato e real o risco da ruína. Agora, se o preço cair 90%, mas o valor da ação se mantiver, e o investidor continuar acreditando nela, o que você vai fazer? Ele precisará ter dinheiro disponível para você aproveitar essa oportunidade. Esse é o motivo do porquê eu deixo uma parte do meu dinheiro em caixa.

**4 |** Outro fator de grande importância: o psicológico. Saber que você tem dinheiro em caixa é um fator importante para manter a sanidade mental. Certas coisas só a prática ensina. Se uma pessoa nunca passou por uma crise, nunca ficou desesperada com uma crise, talvez não saiba e nem sinta o poder desse exemplo. Mas acredite, um investidor que estiver ultrapassando uma crise com dinheiro em caixa manterá sua sanidade e saúde mental. As pessoas que têm todo o seu dinheiro em ações e que ainda não atingiram a maturidade, conhecimento e experiência, terão uma chance alta de se tornarem torcedoras. Ou seja, a única coisa que ela é capaz de fazer em prol do seu patrimônio é torcer para a ação subir porque seu dinheiro está lá.

#### **4.10 | A (ATIVOS INTERNACIONAIS)**

A maioria das maiores empresas do mundo estão na América do Norte e na Ásia. Além disso, são empresas de tecnologia. Se grande parte de nossos gastos são afetados pelo dólar, por que não aplicar nosso dinheiro em investimentos internacionais? Essa é uma questão interessante.

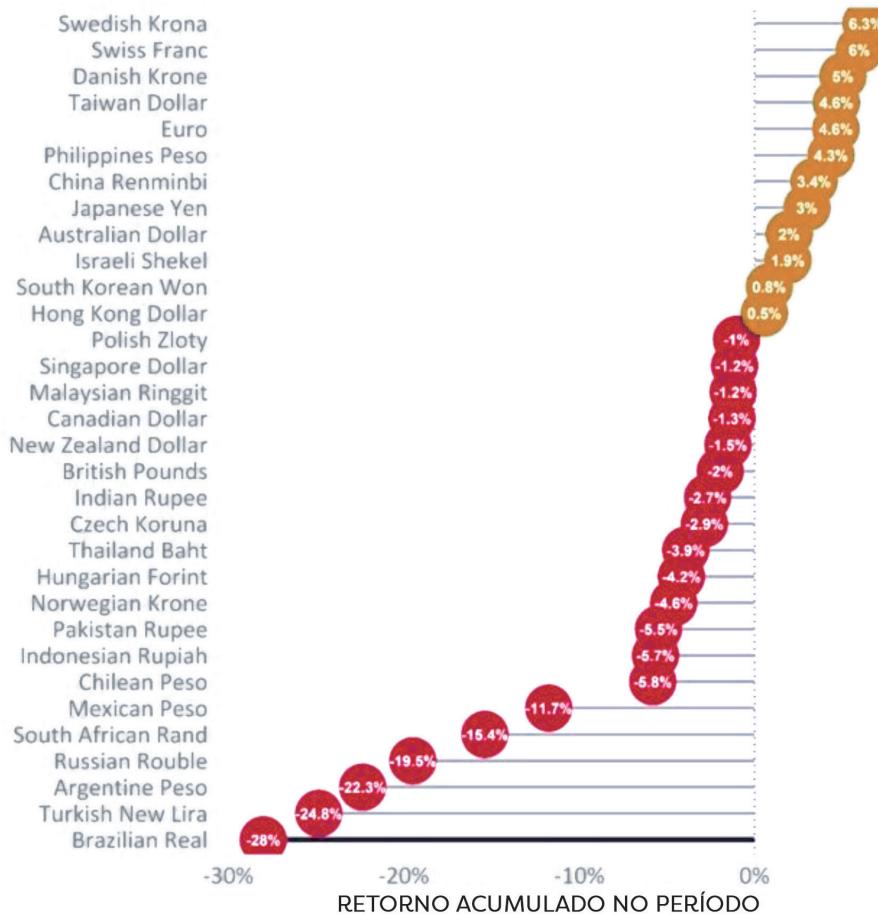
Primeiro ponto: é importante estar exposto a uma economia sólida.

Outro fator importante é estar exposto a uma moeda mais sólida.

Esse gráfico mostra que o Real foi a moeda que mais se desvalorizou entre Janeiro e Outubro de 2020.

## VARIAÇÃO CAMBIAL FRENTES AO DÓLAR AMERICANO

PERÍODO ENTRE 31/12/2019 E 13/10/2020



FONTE: FACTSET

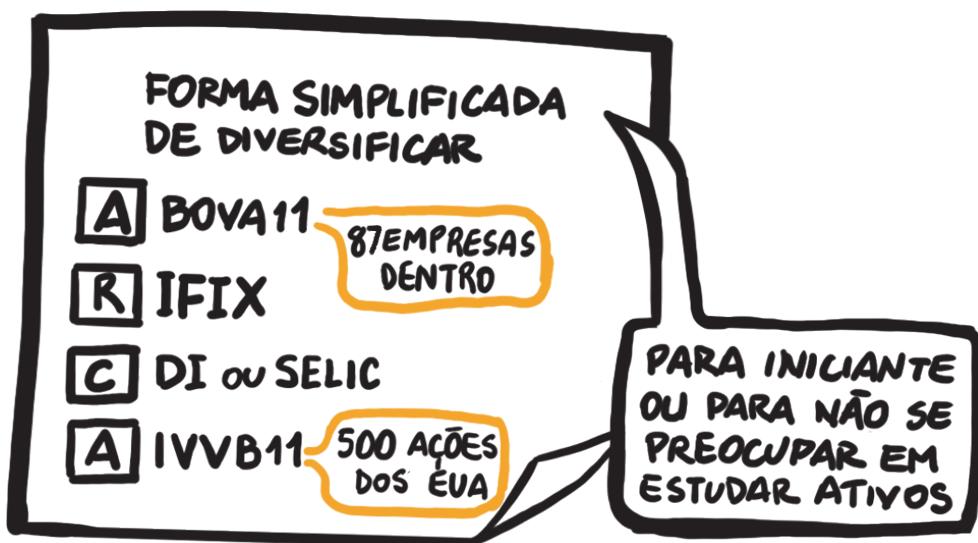
Grande parte dos componentes que as pessoas consomem são dolarizados, como câmeras, computadores, telefones, infraestrutura, logística, internet, software, gasolina, trigo, e muito mais. Isso é mais comum do que a maioria das pessoas pensam, e o pior: das poucas pessoas que investem, menos ainda diversifica o seu patrimônio em outras moedas.

O motivo de eu gostar particularmente desse modelo de investimento se justifica diretamente na diferença favorável da moeda, em outras palavras, o dólar é mais valioso que o real.

Por fim, numa análise rápida é possível perceber que grande parte dos componentes que as pessoas consomem são dolarizados, como câmeras, computadores, telefones, infraestrutura, logística, internet, software, e muito mais. Isso é mais comum do que a maioria das pessoas pensam. Se grande parte de nossos gastos são afetados pelo dólar, por que não aplicar nosso dinheiro em investimentos internacionais? Essa é uma questão interessante.

Eu escolho majoritariamente ações internacionais dos EUA, por ser o coração do mundo com relação a investimentos. Por isso, me expor a investimentos internacionais faz tanto sentido para mim

## MONTANDO SUA PRIMEIRA ARCA



### Vantagens de um ETF em relação a um fundo de investimentos:

#### 1. Baixos custos

Diferente de um fundo de investimento, onde o gestor precisa tomar decisões diretas sobre os ativos que irão compor o portfólio do fundo, no caso de ETFs, por ser uma gestão passiva, as taxas administrativas são muito menores.

## 2. Simplicidade pro investidor

É a forma mais simples de investir. Não quer dizer que você deveria investir sem conhecimento, mas que você não precisaria se preocupar com a gestão do fundo e nem como vão ser escolhidos os melhores ativos dentro dessa classe. Logo, pra quem tem foco no longo prazo, se expor a esses índices já te colocaria na frente da maioria dos investidores. Por outro lado, pra quem é mais experiente, essa pode ser uma desvantagem. Escolher os melhores ativos tem o potencial de aprimorar seus resultados.

Outra desvantagem é a necessidade de pagar DARF na venda dos títulos (não há aquela isenção de vendas até 20 mil reais). Também temos como desvantagem o fato de que investindo em ETFs no Brasil não recebemos dividendos, os dividendos são automaticamente reinvestidos no próprio ETF permitindo assim a compra de mais ativos e geração de valor ao longo do tempo. Por outro lado, os ETFs americanos pagam sim dividendos, ou seja, se você investir diretamente através de uma corretora americana os proventos pagos pelas empresas serão recebidos de modo proporcional para cada acionista.

## LINHAS DE PENSAMENTO

Existem outras linhas de pensamentos que sugerem que o investidor, ou seja, você e eu, não precisa ter dinheiro em caixa e vale a pena ter todos o seu dinheiro investido em ações. Eu não escolho essa metodologia de investimento por dois motivos:

**1** | A parcela de pessoas que acerta ações nesse modelo ao longo do tempo é muito pequena. Dessa forma eu não consigo enxergar um modelo matemático seguro para o meu patrimônio.

**2** | O mundo do investimento é muito mais do que aportar e receber dividendo. Não é um modelo cartesiano, a complexidade está na mesa e tudo isso por conta de um aspecto muito importante: as emoções dos investidores. Somos seres humanos que tem emoções, e elas são testadas e afloradas em momentos distintos, tanto no medo de perder ou na ganância de ganhar. Assim, esse modelo permite uma estruturação mais inteligente e, sobretudo, controle emocional em cenários extremos. Existe um benefício psicológico grande que é a saúde emocional do investidor.

Portanto, sempre esteja exposto ao mercado financeiro, sempre tenha algum dinheiro aplicado em investimentos. Não tente apenas acertar o timing ideal porque é possível que isso não ocorra, mas ao estar exposto ao mercado você sempre terá uma vantagem em absorver as oportunidades, além disso você estará focando em observar e analisar os lucros das empresas e não somente nas variações de preços.

## PERGUNTAS E RESPOSTAS SOBRE PRINCÍPIOS DE ALOCAÇÃO DE ATIVOS

**Pergunta:** Qual o objetivo de 25% da carteira estar alocada em ETFs (fundos que replicam índices)?

**Resposta:** Rentabilidade e perenidade.

**Pergunta:** Quais elementos eu devo buscar numa ação e em um negócio?

**Resposta:** Lucratividade, nível de endividamento coerente, preço atrativo em relação ao valor, potencial de crescimento ou esteja crescendo e governança corporativa. Esses são os elementos que eu observo e sugiro você fazer o mesmo para investir numa ação em negócios no Brasil. Nos EUA é exatamente a mesma coisa, mas além disso eu analiso um Head cambial, ou uma diversificação global do meu portfólio.

**Pergunta:** Quais elementos eu devo buscar em investimentos em fundos imobiliários?

**Resposta:** Constância de aportes, rendimentos mensais do que eu posso apontar e perenidade. Qualidade da carteira de imóveis, concentração de inquilinos, vacância, ou seja, não quero fundo imobiliários com níveis agressivo e preocupantes de vacância, observo custos e as taxas de administração e o dividendo do fundo. Eu sempre comparo com tesouros IPCAs.

## REBALANCEAMENTO - Uma análise fundamental para tomada de decisão

Eu fiz um estudo de 2009 a 2019 a partir das perguntas que acabei de responder acima. Comecei com a premissa básica de que o mercado é imprevisível. Até podemos sentir alguns indícios, mas não apostaria todas minhas fichas numa única coisa. Se fosse possível prever crises, seria possível ficar bilionário em alguma delas.

Isso realmente já aconteceu com algumas poucas pessoas, mas não foi por fator de previsibilidade. A chance de prever uma crise, com mercado em alta é muito pequeno. Por isso esse estudo de rebalanceamento, faz tanto sentido para mim. O que é rebalanceamento? Imagine o mercado subindo, e quando isso acontece as ações começam a se valorizar muito. Dessa forma então o que antes representava 25% da sua carteira, hoje representa 60% dela. Você tem uma grande concentração em ação e uma pequena concentração em outros ativos. Com o rebalanceamento é possível realocar, por meio da venda de ações, nas outras classes de ativos. Ou realocar com aportes mensais. Mas como o mercado é cíclico, sobe e desce constantemente, rebalancear tende, no longo prazo, a fazer com que o investidor aproveite algumas euforias no mercado, porque como eu já disse ele é altamente emocional.

Em uma crise, o mercado despenca mesmo porque as pessoas entram em pânico e não pensam de maneira racional em muitos casos, resultado: querem se desfazer dos seus investimentos com medo enorme de perder tudo que tem. Quando o mercado sobe muito as ações começam a ser negociadas a múltiplos abusivos. Por isso, o rebalanceamento faz você ter metodologia mais fria e lógica, aumentar o controle, vender e comprar ações com mais acurácia e estar sempre exposto as oportunidades. Esse estudo de 10 anos teve como objetivo central a análise da seguinte pergunta: O que teria acontecido se a metodologia do rebalanceamento fosse aplicada, exatamente a minha própria metodologia que eu aplico hoje.

Em 2009, o IBOVESPA, que representa a classe das ações da minha carteira, rendeu 82,65%. O S&P que representa os investimentos nos EUA em ações, rendeu 23,45% e o CDI que representa o caixa aqui no Brasil rendeu 9,86%. Imagina que você tivesse uma carteira com um pouco de cada um, ela teria retornado pra você 63,37% de rendimento. Foi o melhor rendimento do ano? A resposta é não, mas também não foi o pior. Em 2010 aconteceu algo semelhante, mas o S&P foi o melhor rendimento do ano.

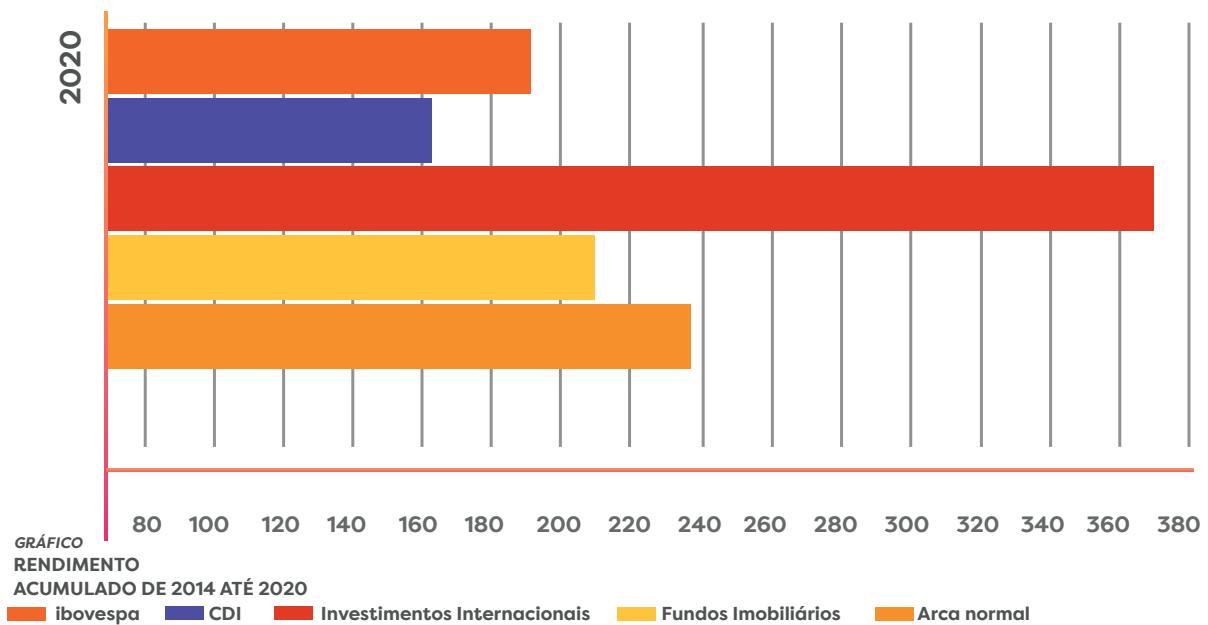
Com a carteira balanceada teria dado 11,58% em 2011, o IBOVESPA caiu 18,10%, o S&P 0,01%, FII foi o melhor investimento do ano com 12,79%. Não existiu o índice de fundo imobiliários em 2009 e 2010, por isso ele não apareceu antes nesse estudo. E como é possível observar em 2012, 2013, 2014 e assim por dia, a carteira não foi a melhor ou a pior carteira do ano. Mas algo muito importante é possível de ver com facilitada, ao analisar ao longo dos 10 anos, ele se consagrou no melhor retorno acumulado, como você pode ver no quadro abaixo.

| 2009            | 2010            | 2011            | 2012            | 2013            | 2014            | 2015            | 2016           | 2017           | 2018           | 2019            |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| IBOV<br>82,65%  | S&P<br>12,79%   | FII<br>12,79%   | FII<br>34,99%   | S&P<br>29,60%   | S&P<br>11,38%   | CDI<br>13,26%   | IBOV<br>38,93% | IBOV<br>26,85% | IBOV<br>15,03% | S&P<br>17,33%   |
| PRIMO<br>36,37% | PRIMO<br>11,58% | CDI<br>11,59%   | PRIMO<br>18,57% | CDI<br>8,06%    | CDI<br>10,82%   | FII<br>5,4%     | FII<br>32,32%  | FII<br>19,42%  | CDI<br>6,4%    | IBOV<br>14,87%  |
| S&P<br>82,65%   | CDI<br>9,76%    | S&P<br>-0,01%   | S&P<br>13,40%   | PRIMO<br>-0,86% | PRIMO<br>-0,08% | S&P<br>-0,71%   | PRIMO<br>25,3% | PRIMO<br>25%   | PRIMO<br>5,79% | PRIMO<br>11,67% |
| CDI<br>9,86%    | IBOV<br>1,04%   | PRIMO<br>-1,33% | CDI<br>8,40%    | FII<br>-11,28%  | FII<br>-2,77%   | PRIMO<br>-3,54% | CDI<br>13,99%  | S&P<br>19,41%  | FII<br>5,62%   | FII<br>5,62%    |
|                 |                 | IBOV<br>-18,10% | IBOV<br>7,39%   | IBOV<br>-15,49% | IBOV<br>-2,91%  | IBOV<br>-13,31% | S&P<br>9,54%   | CDI<br>9,97%   | S&P<br>-6,25%  | CDI<br>3,06%    |

A matemática é contundente, os números não mentem e o grande segredo do mercado financeiro é você sobreviver a ele. Warren Buffet tem uma fórmula muito sabia, criou um livro de regras e elas são muito inteligentes. A primeira é: nunca perca dinheiro, por mais paradoxal que isso possa parecer e a segunda é: nunca se esqueça da primeira regra. E por que elas são importantes? Porque não perder dinheiro é um erro e recuperar esse dinheiro não é como a maioria das pessoas pensam. Veja, se você tem 100 mil reais e perde 50% na bolsa, no final das contas restará 50 mil reais. Para esse 50 mil se tornar 100 mil novamente ele precisará render 100%. Matematicamente falando quanto mais você perde, mais precisa ganhar para recuperar.

Quando a carteira não é balanceada, muitas pessoas na crise são extintas do mercado, outras perdem 50% do capital. Contudo, os investidores que se utilizam dessa metodologia de rebalanceamento perdem muito. Isso gera um melhor benefício, mesmo na perda e sobretudo ao longo dos anos. Pode ser que não seja a melhor carteira no longo prazo, mas com certeza estará entre as melhores porque você vai se proteger e estará mais seguro diante a grandes crises.

Analisei também alguns indicadores nesse estudo. Por exemplo, em 2019, o IBOVESPA estava 14,87% de alta. Só que a minha carteira de ação estava com muito mais que isso, mais de 60% de retorno no ano. Essa é uma análise de média de retorno dos indicadores, dos índices, mas dentro deles é possível escolher ativos que vão, performar nos próprios índices. Se dentro do Ibovespa você pode encontrar ativos que tenham um desempenho acima do Índice Bovespa, logo, dentro dos Fundos Imobiliários você pode ser capaz de encontrar ativos que tenham um desempenho acima da média dentro do Índice de Fundos Imobiliários (o IFIX). Assim a estratégia do rebalanceamento é você distribuir 25% em cada uma dessas classes de ativos. Estude sempre para você aumentar as chances de sucesso e ter retornos maiores do que os próprios índices. Um ponto é possível concluir: ao utilizar essa metodologia e ao fazer boas escolhas você terá, em médias, melhores retornos como pode ser observado no quadro abaixo.



Ao rebalancear o patrimônio o investidor pagará alguns impostos. Ao pagar fundo imobiliário vai pagar também imposto sobre o lucro, ganho de capital. Em ações a mesma coisa, e assim por diante. Esse imposto te onera no longo prazo, por isso que o ideal é que você utilize os dividendos, os rendimentos de fundo imobiliários e o seu salário ou rendimento mensal, o que puder, pra você investir nos ativos que tem menor participação na carteira para realocar dessa forma. Se não conseguir nesse modelo, talvez faça sentido vender um pouco dos seus ativos e pagar imposto, porque eles estão pesados na carteira.

Ao agir dessa maneira, com constância, com estudo, discernimento, coerência, com experiência que vem com o tempo, tenho convicção que você vai ter uma carteira de investimentos saudável no longo prazo. É assim que eu invisto meu dinheiro. Essa é a minha metodologia. Importante lembrar que investir não se trata apenas de enriquecer, mas sim de ter e fazer todas as coisas que são importantes para você, sua família e pessoas que você ama.

## MOMENTO CORRETO DE REBALANCEAR

**DESvio PADRÃO MUITO FORTE**



**QUANDO 25% DE REPENTE VIRA 10%.**

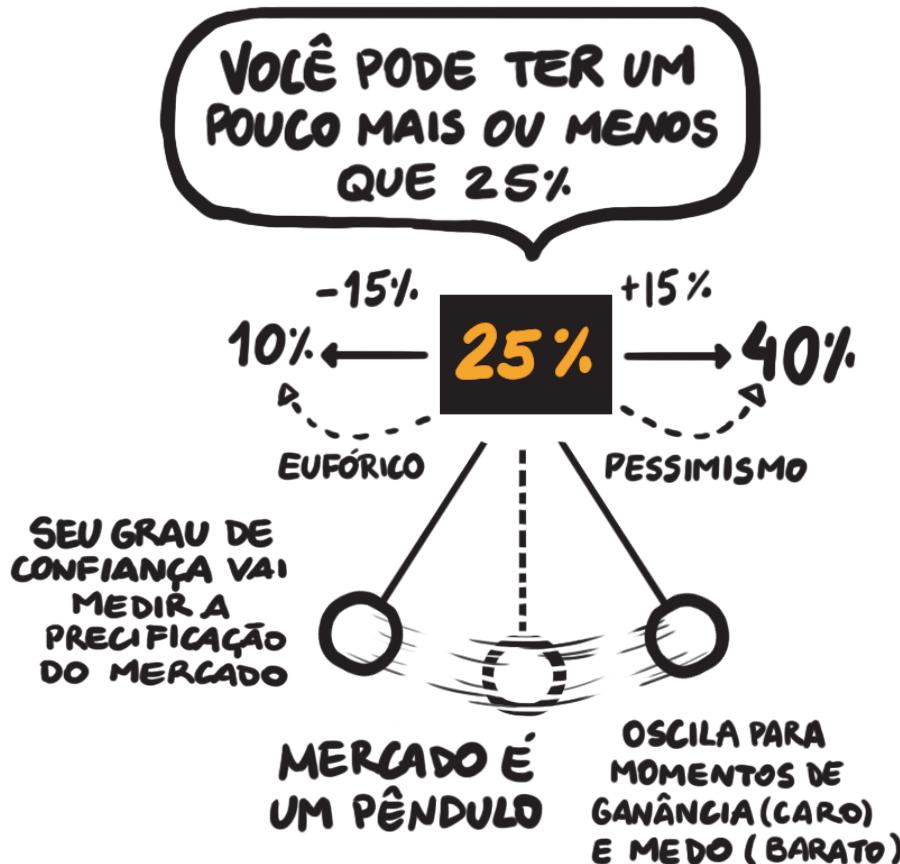


## FORMAS DE REBALANCEAR:

- 1 DIVIDENDOS
- 2 PROVENTOS
- 3 VENDAS SEM IMPOSTOS
- 4 APORTEs

PODE OPERAR R\$ 20K POR MÊS

MENTORIA



#### 4.11 | MINDSET DE INVESTIMENTOS/VIESES

Os oito aprendizados que tive no mundo dos negócios e que mudaram a minha forma de pensar e agir, são:

- 1 | Você vai querer o caminho mais fácil;
- 2 | A oportunidade pode vir disfarçada;
- 3 | Trabalhe para aprender
- 4 | Crie escala na sua atividade profissional;
- 5 | Tenha processos de trabalho;
- 6 | Leia livros;
- 7 | Acredite nas pessoas;
- 8 | Tenha uma mente mestra e um ambiente de crescimento.

#### VIESES QUE VOCÊ DEVE TOMAR CUIDADO:

##### Framing

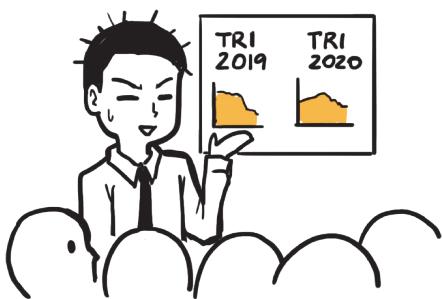
O viés do framing diz respeito a como as informações são apresentadas pra gente. **Exemplo:** “Este investimento tem 10% de dar certo” é diferente de “Este investimento tem 90% de chance de dar errado”

As duas frases dizem a mesma coisa, mas a forma como é apresentada a primeira faz com que o investimento soe melhor do que a segunda.

Onde isso acontece muito? Investimentos. Nos relatórios das empresas, PRINCIPALMENTE nos releases de resultados.

MENTORIA

## Coisas comuns de ver:



Empresa que teve o pior trimestre do ano, mas que usa uma comparação com o trimestre do ano passado pra parecer que foi “menos feio”. A informação do tri é a mesma, mas a forma como é apresentada faz parecer que foi menos pior.

Empresa teve um lucro mais ou menos no trimestre, mas a receita aumentou bastante, então o release de resultados dá foco na receita. (ps: isso é legal de ver em empresas que soltam prévias de resultado. Quando você olha a prévia de resultado e sente falta de algum dado, geralmente lucro, é porque teve alguma coisa aí).

Esse viés é também muito importante pra analisar os micos. Tem mico que valoriza bastante, mas num risco tão grande ou até maior que a valorização. Ex: Mendes Junior, MEND6. A ação chegou a estar R\$4,40 no dia 27 de agosto de 2019 e foi R\$30,80 em 30 de agosto de 2019. Valorização bonita, mas a empresa foi pega na Lava Jato que literalmente (e assumido pela empresa) só não vai falir se as ações jurídicas em que ela está envolvida se concluírem em favor dela. **No caso, duas formas de apresentar:**

| 1 |

“MEND6 é uma empresa que já valorizou 7x o seu preço uma vez, apesar da instabilidade”

| 2 |

“MEND6 é uma empresa que pode quebrar a qualquer momento, mas que já valorizou 7x o seu preço uma vez”

Então, resumo da história: fique atento à maneira como as pessoas abordam assuntos com você.

## SUNK COST

Quando insistimos em determinado comportamento ou decisão por já haver comprometido algo, sejam recursos, tempo ou atenção. Em situações onde prejuízos são suportáveis, podemos evitar realizar pequenos prejuízos, por julgar que o custo empregado de tempo, atenção e dinheiro, tenha sido alto demais para desistir de forma precoce do ativo.

**Exemplo:** acontece bastante com emprendedorismo. Você toma tanto tempo tentando criar algo “revolucionário”, mas que não dá certo (ou gera pouco retorno), que demora muito tempo pra largar mão da ideia.



MENTORIA

Pode acontecer também ao desistir de uma ideia de investimento em alguma ação depois de ter desprendido muito tempo olhando o ativo (naqueles casos que você estuda, estuda e estuda e não consegue ainda concluir se a empresa é bom ou mau negócio, mas decide investir logo porque desprendeu muito tempo tentando saber).



### ENDOWMENT EFFECT

Esse viés ocorre quando supervvalorizamos algo que possuímos, independentemente de seu valor. Viés muito comum quando as pessoas passam a ter visões mais positivas sobre a empresa após ter comprado.



Inclusive, na bolsa de valores há uma forma muito comum de ver esse efeito: algumas pessoas pagam x preço por uma ação, e quando a ação sobe, elas não vendem porque dizem que ainda tem “potencial”, mas ao mesmo tempo elas não compram mais. Ou seja: o investidor diz que tem potencial de subir mais, mas mesmo acreditando nesse potencial, ele não compra mais.

### ANCORAGEM

Exposição prévia a uma informação que nos leva a considerá-la fortemente na tomada de decisão, independente de sua relevância para o que é decidido ou estimado. Por isso, um preço de uma compra pode virar uma âncora. Pode-se jogar o preço acima do valor que ele realmente vale e as pessoas fazerem uma negociação com base na informação.



**Exemplo:** quando o investidor se apoia no preço de uma cota de um fundo de investimentos e fica em uma indecisão de manter a aplicação ou de desfazer dela. O efeito dessa indecisão pode ser a manutenção de uma posição perdedora, esperando que ela se recupere até o preço inicial de compra, mesmo que as perspectivas futuras não indiquem tal possibilidade.

## PROVA SOCIAL

O que os outros pensam gera influência também na forma como você aprova algo (ou desaprova). É um viés que está intimamente ligado ao efeito manada, quando várias pessoas embarcam num movimento irracional, mas você acaba acompanhando porque foi justamente a maioria que fez isso.

### O que a maioria das pessoas falam sobre Magalu?



*“Ah, a empresa já subiu demais, não tem como.”*



*“Ah, quando a Amazon entrar no Brasil, a Magalu já era.”*

De fato, em setores que há muita concorrência, empresas que não inovarem e crescerem cada vez mais podem ficar para trás. Porém, é importante você construir suas próprias opiniões e não se deixar levar pela influência dos outros. Busque sempre informações concretas sobre a empresa, seu setor e seus concorrentes, avaliando se vale a pena ou não adotar tal estratégia de investimentos.

## VIÉS DE CONFIRMAÇÃO

A tendência que temos de buscar apenas informações que comprovem nosso ponto de vista prévio e já estabelecido. Pergunte a um investidor por que ele considera o ativo A um bom investimento. Como resposta, ele lhe dirá apenas informações que comprovem que esse ativo é um bom investimento.



## FALÁCIA DE MONTE CARLO

Esse viés se origina de uma falha em compreender a interdependência dos acontecimentos e a probabilidade de eles acontecerem novamente.



**Exemplo clássico:** quando jogamos uma moeda para o alto, a chance de dar cara é de 50% e de dar coroa também é 50%. Não é porque joguei três vezes a moeda e nas três vezes deu cara que a chance de dar uma coroa na quarta vez é maior. As probabilidades são independentes, mas a sensação que fica é que a coroa terá que sair logo. Isso acontece principalmente com as famosas ações que “já caíram demais”.

## HOUSE MONEY

O efeito house money afirma que o grau de aversão a perdas do investidor depende de seus ganhos e perdas anteriores. Conforme este viés cognitivo, uma perda que vem após um ganho anterior é menos dolorosa do que o oposto, pois ela é amenizada por tal ganho precedente. Ao contrário, uma perda que vem após uma perda anterior é mais dolorosa. Este comportamento reflete em uma menor aversão ao risco após um ganho e uma maior aversão ao risco após uma perda. Se relaciona principalmente com o que dizemos sobre “nunca perder dinheiro”, até porque o fato de ganhar antes de perder não significa que estamos indo bem na bolsa.

**Exemplo:** Investidor tem R\$100. Ganha 50%, depois perde 50%.

Olhando o exemplo, parece que fica no 0 a 0 e a ganha anterior ameniza a dor. Mas quando vemos nos números:

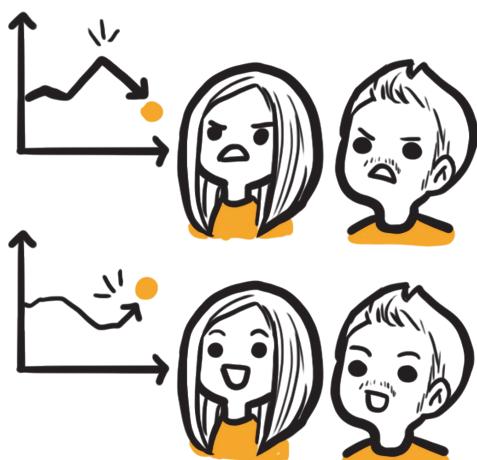
**R\$100 > 50% de lucro > R\$150 > 50% de perda > R\$75**



## EXCESSO DE CONFIANÇA

O efeito de excesso de confiança é observado quando a confiança subjetiva das pessoas em sua própria habilidade é maior do que seu desempenho objetivo (real). Pode acontecer quando investidores julgam entender determinadas informações muito além do que a própria informação tem limite de explicar. Em resumo, pessoas tendem a superestimar sua capacidade de avaliar eventos.

**Exemplo:** Segundo algumas pesquisas, 84% dos franceses do sexo masculino dizem ser bons amantes acima da média. Sem o efeito do excesso de autoconfiança, deveriam ser exatamente 50% – faz sentido, afinal, “média” significa que 50% está acima e 50% abaixo dela.



## PICO-FIM

O final da sua experiência dita como você vai lembrar dela daqui para frente, sendo ela algo bom ou ruim. É baseada em dois pontos específicos de experiência: o pico emocional e o fim. Se ao final de uma experiência algo bom acontece, há tendência de avaliá-la melhor. Assim também ao contrário: se for ruim, tendemos a avaliar negativamente, independente de todo processo anterior.

**Exemplo:** quando uma ação está crescendo bem, as pessoas avaliam que a ação é boa ou irá crescer mais, e no contrário quando está caindo, tendem a achar que a ação está ruim e vai piorar mais.

MENTORIA

## HISTÓRIA DAS TERRAS NO MUNDO

Na antiguidade, quando o homem deixou de ser nômade, as terras passaram a ter valor aos olhos dos homens.

A Inglaterra estava em expansão, conquistando cada vez mais territórios. Após conquistar a região da Normandia, o Rei da Inglaterra passou a cobrar impostos sobre os nobres da Normandia com a justificativa de que não iria continuar invadindo e expandindo o seu território.

Após vários reinados, os ingleses voltaram a expandir o seu território (o que deixou os nobres da Normandia revoltados).

A Inglaterra tinha grande interesse em manter a fidelidade e a arrecadação de tributos da nobreza na região da Normandia. Entretanto, a apropriação de terras por parte do rei continuava e desagradava essa mesma nobreza, que se rebelava e reivindicava o direito de uso e de propriedade.

A Magna Carta (1215) foi o primeiro ato normativo que colocou a propriedade privada no domínio do direito ao limitar o poder do Rei para a aquisição de novas terras.

Válida para a relação entre o rei da Inglaterra e a nobreza da Normandia, a Magna Carta tinha o objetivo de regular a relação entre esses dois poderes.

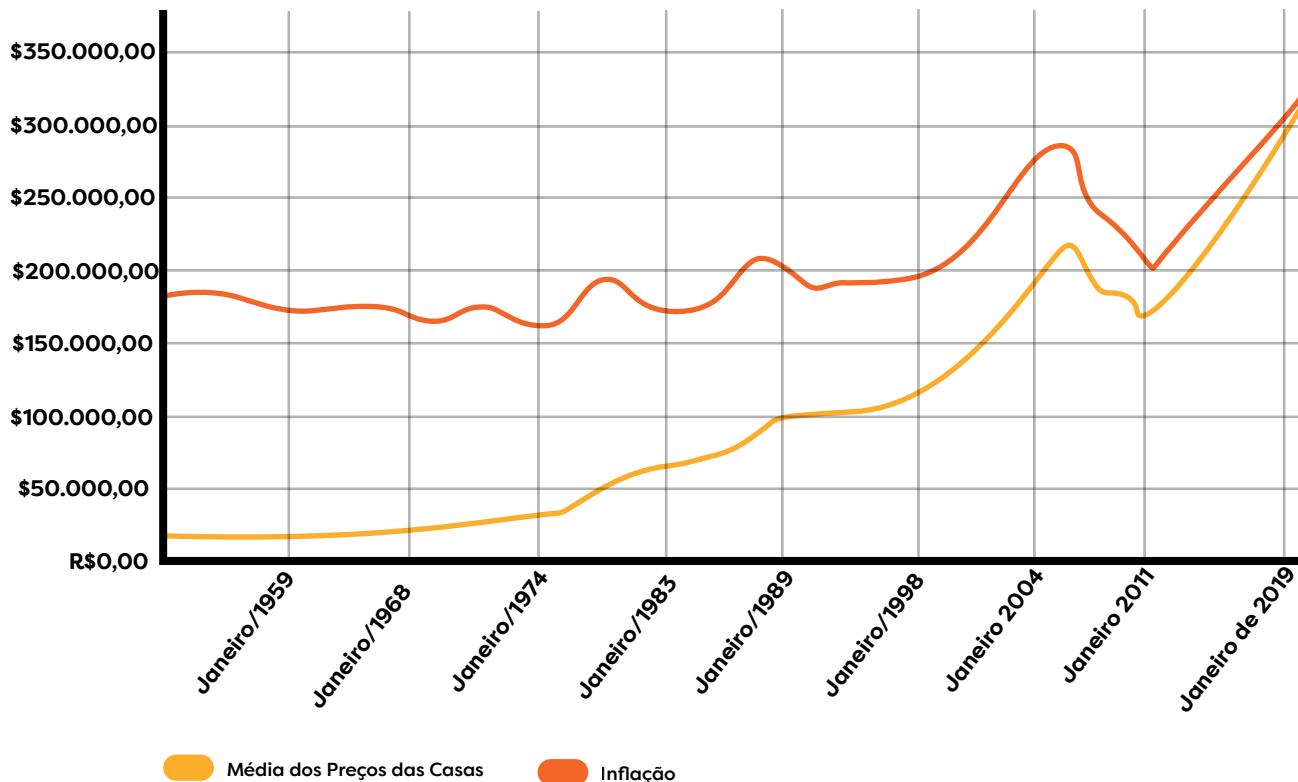
O Rei John Lackland (traduzindo: João Sem Terra) foi forçado pelos barões a assinar a Magna Carta, tornando-se a primeira do Estado de Direito, no qual o próprio Estado perdia o direito de invadir a propriedade alheia.

Outro processo histórico importante para a configuração da propriedade foi a revolução industrial, que conferiu à terra não apenas o seu poder de uso, mas de compra e venda. A partir dessa época, a terra adquire valor de mercado, tornando-se um capital importante para os novos meios de produção industrial.

Conforme a sociedade foi evoluindo e a população crescendo, as terras continuaram sendo valorizadas. Hoje, são considerados ativos escassos que se provaram ao longo do tempo.

## PREÇO MÉDIO DE CASAS NOS ESTADOS UNIDOS

NOMINAL VS. REAL (1951-MAIO DE 2021)



Mas não só a sociedade e as tecnologias evoluíram. As formas de investir também.

Os REITs dos EUA foram estabelecidos pelo Congresso em 1960 para dar a todos os investidores, especialmente os pequenos investidores, acesso a bens imóveis geradores de renda. Desde então, a abordagem REIT dos EUA floresceu e serviu de modelo para cerca de 40 países ao redor do mundo.

Na época, era considerado um investimento alternativo. E isso que aconteceu ao longo do tempo:

Jul 19, 2017, 02:01pm EDT

## Data Proves REITs Are Better Than Buying Real Estate

Marc Prosser Former Contributor 

Investing

Real Estate

**Os dados comprovam que REITs são melhores que comprar imóveis.**

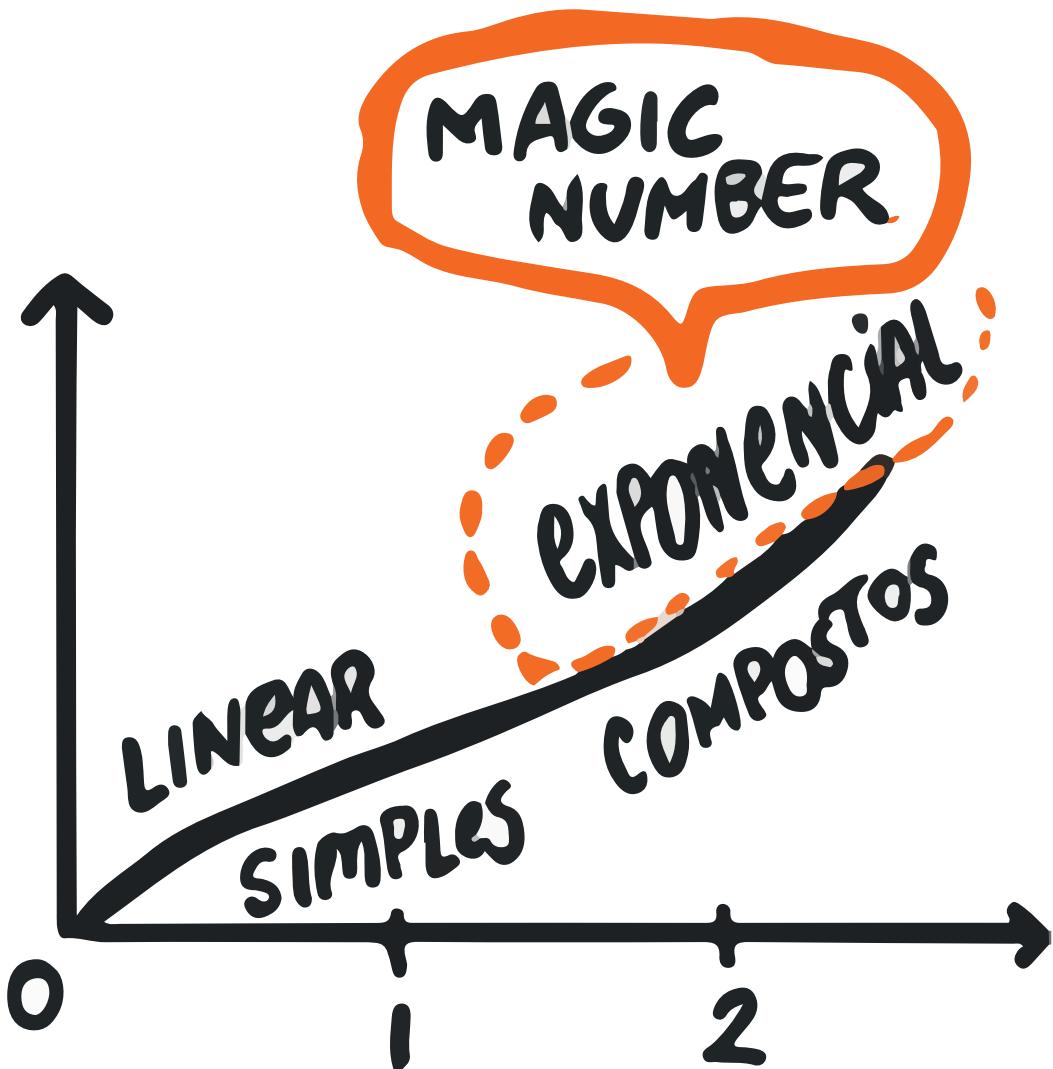
Os REITs tiveram um longo histórico de desempenho superior ao dos investimentos imobiliários diretos e espera-se que a tendência continue.

E nos últimos 5 anos, os REITs tiveram um retorno médio anual em torno de 9%, enquanto o retorno médio anualizado do investimento imobiliário direto foi igual a 8%.

### Olhando para o longo prazo, de 1977 a 2010:

- Os REITs retornaram mais de 12% a.a.;
- O S&P 500 retornou 10% a.a.;
- Os fundos imobiliários privados retornaram de 6% a 8% a.a. durante o mesmo período.

# MAGIC NUMBER



Quantidade de cotas que **rendem o suficiente** para comprar mais cotas.

**MAGIC NUMBER =**  
**Preço da Cota / Dividendos**

## REAL ESTATE: Fundos Imobiliários

É uma das formas mais acessível de investir em imóveis, pois evita burocracias e não precisa se preocupar com inquilino, por exemplo.

### O que o Real Estate pode oferecer a você:

- Comprar uma cota te torna dono de parte do imóvel;
- Se o imóvel receber aluguel, você recebe o percentual referente a sua cota investida.

### Os tipos de fundos imobiliários que é possível de serem investidos no mercado:

#### Fundos de renda

Shopping, lajes corporativas, galpões de logística, imóveis residenciais, hospitais.

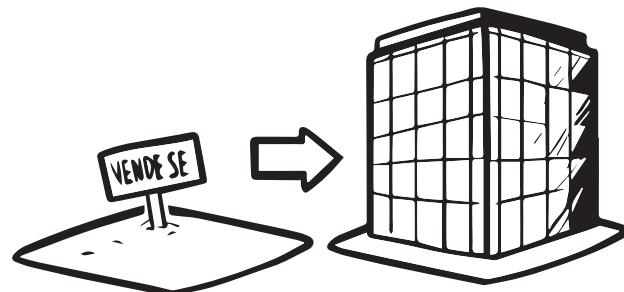


#### Fundos de compra e venda

Têm o objetivo de comprar um imóvel que está com o preço baixo, mas com sinais de valorização no futuro, para vender por um preço maior (possui riscos que devem ser levado em consideração).

#### Fundos de desenvolvimento

Também têm o objetivo semelhante ao Fundos de Compra e Venda, que consiste em comprar terrenos para construir e vendê-los ou alugá-los no futuro. Os riscos nesse tipo de fundo imobiliário é acontecer qualquer problema ou gerenciamento da construção.



#### Fundo de recebíveis imobiliários

É conhecido também como Fundo de Papel, possui características de renda fixa, sendo uma boa opção para perfis conservadores a moderado.

## Fundos de Fundos

É indicado para quem está começando ou não quer assumir nenhuma responsabilidade para escolher ativos, pois neste tipo de fundo um gestor compra diversos fundos e monta a carteira.



## Fundos de tijolo

É o tipo de imóvel já pronto e é um dos mais procurados. Tem como objetivo adquirir as propriedades para alugar para a valorização no longo prazo. É um setor bastante diversificado.

# CICLOS DE MERCADO IMOBILIÁRIO

## FASE 1 | EXPANSÃO

- Sentimento de animação
- Vacâncias nas mínimas
- Escassez de áreas
- Demanda alta
- Muitas construções
- Preços no máximo
- Muitas entregas para daqui 2-5 anos

**Problema:** Os imóveis demoram anos para serem construídos. Logo, quando atingimos o pico da expansão já é tarde demais, são várias as construtoras que estão levantando os prédios quando percebem que a linha da oferta e da demanda já foi cruzada.

## FASE 2 | SOBREOFERTA

- Demanda já sendo atendida, mas a oferta continua aumentando
- Sentimento de medo
- Preços estáveis e começando a serem reduzidos

### FASE 3 | RECESSÃO

- Demanda baixa
- Entregas ainda acontecendo
- Vacância aumentando
- O acesso ao crédito começa a reduzir
- Allowances, descontos e carências

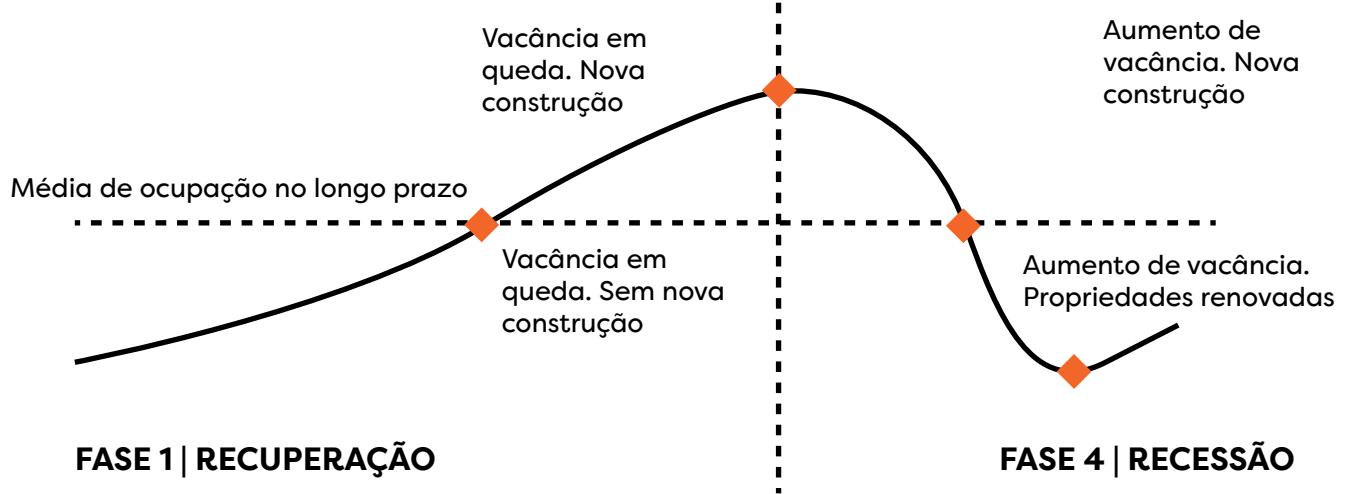
Algumas vezes, para conseguir atrair um novo inquilino para um espaço vago, o dono do imóvel precisa conceder alguns benefícios. Esses benefícios são chamados de “**allowances**”. Os tipos mais comuns são carências, onde o inquilino fica um determinado período inicial sem pagar aluguel.

### FASE 4 | RECUPERAÇÃO

- Sentimento de alívio
- Vacância no auge
- Não há mais entregas
- Absorção das áreas existentes
- Oferta e demanda vão se equilibrando
- Preços sobem aos poucos

### FASE 2 | EXPANSÃO

### FASE 3 | SUPER OFERTA



## COMO ESCOLHER UM FII?

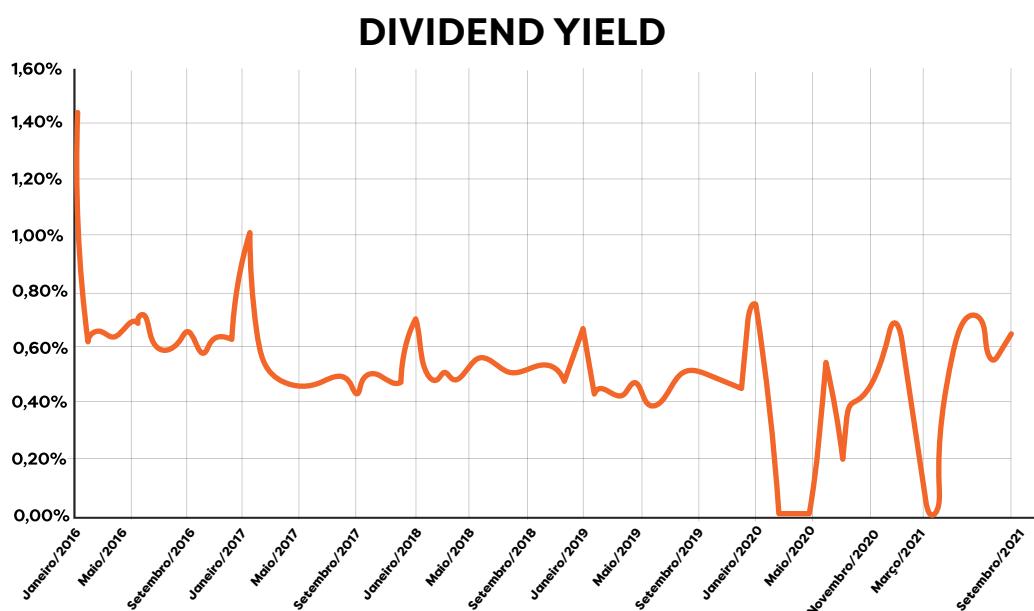
É importante observar os indicadores para uma boa escolha de um FII. No site fundsexplorer.com.br você pode buscar pelos fundos imobiliários e analisar os dados. Para uma boa escolha do FII e construir sua Arca, observe os seguintes itens:

**DIVIDEND YIELD** – O Dividend Yield é a relação percentual entre o que você investe e o que você recebe de investimento.

Se a cota de um determinado fundo está custando R\$ 100,00 e o fundo te pagou R\$1,00 nesse mês, significa que o fundo tem um DY (Dividend Yield) de 1% ao mês.

É importante analisar o histórico de dividendos do fundo, assim, você entende a estabilidade desses proventos e elimina a possibilidade de comprar um fundo que paga dividendos de forma não recorrente.

Olha só o Dividend Yield desse fundo:



Esse FII teve um rendimento razoavelmente estável até o começo do ano de 2020. Porém, durante a crise, seu rendimento caiu drasticamente.

Isso aconteceu pois o fundo imobiliário em questão era um fundo de Shoppings, e durante a pandemia, sua vacância aumentou e o fundo não conseguiu distribuir normalmente os proventos.

**P/VP (valor de mercado/valor patrimonial)** – O preço sobre valor patrimonial é um indicador de preço dos fundos imobiliários.

O “P” é o preço da cota de hoje, e o “VP” é o valor patrimonial por cota. Esse indicador representa o quanto mais caro ou mais barato esse FII está sendo negociado na bolsa.

Quando o P/VP está abaixo de 1, significa que a empresa vale em bolsa menos do que o seu patrimônio líquido. A depender do contexto, isso pode ser uma oportunidade para o investidor, mas lembre-se que você NUNCA deve olhar para apenas um indicador isoladamente. Um fundo pode estar com um P/VP abaixo de 1 por algum problema estrutural ou até mesmo uma crise mais séria com a gestora.

Para fundos de tijolo, o P/VP não contribui para critério de escolha, pois o valor patrimonial é feito uma vez por ano, e o valor dos imóveis oscila diariamente

**CONCENTRAÇÃO** – A concentração é um indicador que nos mostra o quanto concentrado é o patrimônio desse fundo.

O ideal é que você busque fundos mais diversificados, assim, menores serão os riscos de inadimplência por parte dos inquilinos e de possíveis problemas regionais que podem atrapalhar a atratividade do fundo.

Além disso, fundos com apenas 1 imóvel estão mais suscetíveis à problemas estruturais. Imagina um fundo que tenha apenas 1 imóvel e ocorre um acidente na região que o destrói. Se esse fundo estivesse diversificado em 10 imóveis diferentes, o risco pro cotista seria infinitamente menor.



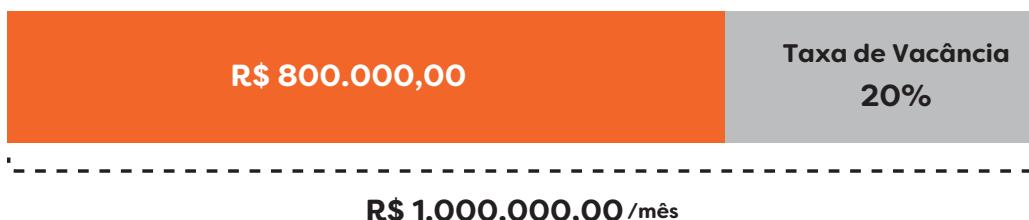
**TAXA DE VACÂNCIA** – Nesse caso, a vacância pode ser dividida entre vacância física e vacância financeira.

A vacância física mede o quanto do potencial total de aluguel dos imóveis de um fundo estão deixando de ser alugados.

Se o fundo tem 1000 m<sup>2</sup> e tem um espaço vacante de 100 m<sup>2</sup>, significa que a sua vacância é de 10%.

Já a vacância financeira mede o fluxo de caixa esperado do portfólio e o quanto ele gera de caixa atualmente.

Se o fundo tem capacidade de gerar R\$ 1.000.000,00 por mês de renda, mas gera R\$ 800.000,00, a taxa de vacância financeira é de 20%.



No geral, imóveis com boa localização e boa gestão, não tem uma taxa de vacância alta, justamente porque a demanda por esses imóveis é grande.

A taxa de vacância é um dos principais indicadores pra analisar fundos imobiliários, e quanto menor a vacância, mais inquilinos estão pagando o aluguel e maior será o rendimento pros cotistas. Além disso, é importante se atentar ao histórico de vacância do fundo, e não somente a vacância atual.

**TAXA DE ADMINISTRAÇÃO** – A taxa de administração é um percentual anual que é cobrado para gerir o dinheiro investido. As taxas variam de fundo pra fundo, por isso, é preciso ter atenção à taxa do FII que você vai investir para saber se o investimento de fato compensa ou não.

No curto prazo, uma taxa de administração de 1% e 1,5% parece não fazer muita diferença, mas, no longo prazo, esse 0,5% de diferença entre as taxas pode fazer sim uma baita diferença.

No geral quanto menor for a taxa, melhor pro cotista.

**LOCALIZAÇÃO** – Imóveis bem localizados tendem a ter uma alta demanda e baixas taxas de vacância.

Pra isso, é importante entender se o seu imóvel está em uma boa localização para o seu segmento de atuação.

Um FII de Shopping, por exemplo, estaria em uma boa localização caso seu imóvel esteja perto de áreas urbanas e de alta renda, nesse caso, haveria uma demanda pelos serviços que o imóvel oferece.



**LIQUIDEZ** – O indicador de liquidez é basicamente a facilidade que você tem de vender suas cotas no mercado.

Quanto mais gente estiver negociando esse fundo imobiliário, maior será a liquidez do ativo na bolsa.

Se você busca mais facilidade na hora de vender as suas cotas, busque comprar FIIs que tenham uma maior liquidez.

## Fazendo um screening de Fundo Imobiliário na prática

1. Entre no site: <https://fundamentus.com.br>
2. No canto superior direito, entre na busca por FII

FUNDAMENTUS  
INVISTA CONSCIENTE

PÁGINA INICIAL INVESTIMENTO CONSCIENTE MAIS OPÇÕES ENTRE EM CONTATO FUNDAMENTUS MOBILE

Procurar por ação/empresa/fii EXIBIR Busca por empresa / fii

Fundamentus é um sistema on-line que disponibiliza informações financeiras e fundamentalistas das empresas com ações listadas na Bovespa. Possuímos um completo banco de dados apresentado de forma acessível para auxiliar o investidor a encontrar as melhores opções de investimento.



3. Você pode fazer um primeiro filtro para excluir algumas empresas.  
Caso contrário, você pode simplesmente selecionar a opção “buscar”

FUNDAMENTUS  
INVISTA CONSCIENTE

PÁGINA INICIAL INVESTIMENTO CONSCIENTE MAIS OPÇÕES ENTRE EM CONTATO FUNDAMENTUS MOBILE DETALHES GRÁFICOS DADOS HISTÓRICOS HISTÓRICO DE COTAÇÕES

Procurar por ação/empresa/fii EXIBIR Busca por empresa / fii

**Busca avançada por FII**

|  |                                     |                          |
|--|-------------------------------------|--------------------------|
| FFO Yield (Fund's From Operation Yield)        | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Dividend Yield (Dividendo sobre preço da cota) | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| P/VP (Preço sobre Valor Patrimonial)           | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Valor de Mercado                               | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Qtd imóveis (Quantidade de Imóveis)            | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Preço/m² (Preço do metro quadrado)             | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Aluguel/m² (Aluguel por metro quadrado)        | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Cap rate                                       | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Vacância/Vacância média                        | min <input type="text"/>            | max <input type="text"/> |
| Segmento de atuação                            | <input type="text"/>                |                          |
| Negociado nos últimos 2 meses                  | <input checked="" type="checkbox"/> |                          |

**Ao informar os parâmetros para pesquisa**

- Preencha apenas os campos que serão usados na pesquisa
- Use . (ponto) como separador decimal
- Utilize o formato decimal para representar porcentagens. Ex: Para 15% digite 0.15

BUSCAR

**4. Você vai se deparar com a relação de todos os FII's listados na bolsa e poderá filtrá-los como quiser.**

The screenshot shows the Fundamentus website interface. At the top, there is a search bar with placeholder text "Procurar por ação/empresa/fii" and a green button labeled "EXIBIR". Below the search bar is a green button labeled "Busca por empresa / fii". The main navigation menu includes links for "PÁGINA INICIAL", "INVESTIMENTO CONSCIENTE", "MAIS OPÇÕES", "ENTRE EM CONTATO", "FUNDAMENTUS MOBILE", "DETALHES", "GRÁFICOS", "DADOS HISTÓRICOS", and "HISTÓRICO DE COTAÇÃO". The page title "Resultado da busca" is displayed above a table of search results.

#### Resultado da busca

Filtrar por Endereço

| Papel   | Segmento            | Cotação  | FFO Yield | Dividend Yield | P/VP | Valor de Mercado | Liquidez  | Qtd de Imóveis | Preço do m2 | Aluguel por m2 | Cap Rate | Vacância Média |
|---------|---------------------|----------|-----------|----------------|------|------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|----------|----------------|
| ABCP11  | Shoppings           | 68,26    | 4,97%     | 6,32%          | 0,77 | 833.034.000      | 102.164   | 1              | 11.693,60   | 733,23         | 6,27%    | 11,90%         |
| AFCR11  | Híbrido             | 104,99   | 10,75%    | 12,13%         | 1,03 | 144.603.000      | 275.637   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |
| AFHI11  | Títulos e Val. Mob. | 93,10    | 1,78%     | 4,15%          | 0,96 | 166.432.000      | 941.978   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |
| AFOF11  | Títulos e Val. Mob. | 81,99    | 2,88%     | 5,72%          | 0,84 | 56.670.800       | 132.439   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |
| AIEC11  | Lajes Corporativas  | 77,37    | 6,43%     | 9,64%          | 0,77 | 373.309.000      | 420.144   | 2              | 16.070,10   | 851,10         | 5,30%    | 0,00%          |
| ALMI11  | Lajes Corporativas  | 1.000,09 | 0,11%     | 0,00%          | 0,49 | 111.187.000      | 37.098    | 1              | 6.453,02    | 396,55         | 6,15%    | 98,53%         |
| ALZR11  | Híbrido             | 115,60   | 3,84%     | 5,59%          | 1,06 | 684.584.000      | 1.025.650 | 13             | 6.303,58    | 276,36         | 4,38%    | 0,00%          |
| ANCR11B | Shoppings           | 3.366,00 | 4,28%     | 1,10%          | 1,00 | 1.518.450.000    | 77        | 3              | 14.586,30   | 1.138,67       | 7,81%    | 0,00%          |
| ARCT11  | Híbrido             | 100,00   | 3,01%     | 12,64%         | 0,97 | 159.757.000      | 331.417   | 6              | 372,86      | 20,85          | 5,59%    | 0,00%          |

**5. Pra facilitar o screening, selecione todos esses dados e copie para um arquivo no Excel.**

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the copied data from the Fundamentus search results. The data is pasted into a new sheet with columns A through N. The columns correspond to the same metrics as the Fundamentus table: Papel, Segmento, Cotação, FFO Yield, Dividend Yield, P/VP, Valor de Mercado, Liquidez, Qtd de imóveis, Preço do m2, Aluguel por m2, Cap Rate, and Vacância Média. The data includes 19 rows of information for various FII's.

|    | A       | B                   | C        | D         | E              | F    | G                | H         | I              | J           | K              | L        | M              | N |
|----|---------|---------------------|----------|-----------|----------------|------|------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|----------|----------------|---|
| 1  | Papel   | Segmento            | Cotação  | FFO Yield | Dividend Yield | P/VP | Valor de Mercado | Liquidez  | Qtd de imóveis | Preço do m2 | Aluguel por m2 | Cap Rate | Vacância Média |   |
| 2  | ABCP11  | Shoppings           | 68,26    | 4,97%     | 6,32%          | 0,77 | 833.034.000      | 102.164   | 1              | 11.693,60   | 733,23         | 6,27%    | 11,90%         |   |
| 3  | AFCR11  | Híbrido             | 104,99   | 10,75%    | 12,13%         | 1,03 | 144.603.000      | 275.637   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 4  | AFHI11  | Títulos e Val. Mob. | 93,1     | 1,78%     | 4,15%          | 0,96 | 166.432.000      | 941.978   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 5  | AFOF11  | Títulos e Val. Mob. | 81,99    | 2,88%     | 5,72%          | 0,84 | 56.670.800       | 132.439   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 6  | AIEC11  | Lajes Corporativas  | 77,37    | 6,43%     | 9,64%          | 0,77 | 373.309.000      | 420.144   | 2              | 16.070,10   | 851,10         | 5,30%    | 0,00%          |   |
| 7  | ALMI11  | Lajes Corporativas  | 1.000,09 | 0,11%     | 0,00%          | 0,49 | 111.187.000      | 37.098    | 1              | 6.453,02    | 396,55         | 6,15%    | 98,53%         |   |
| 8  | ALZR11  | Híbrido             | 115,6    | 3,84%     | 5,59%          | 1,06 | 684.584.000      | 1.025.650 | 13             | 6.303,58    | 276,36         | 4,38%    | 0,00%          |   |
| 9  | ANCR11B | Shoppings           | 3.366,00 | 4,28%     | 1,10%          | 1    | 1.518.450.000    | 77        | 3              | 14.586,30   | 1.138,67       | 7,81%    | 0,00%          |   |
| 10 | ARCT11  | Híbrido             | 100      | 3,01%     | 12,64%         | 0,97 | 159.757.000      | 331.417   | 6              | 372,86      | 20,85          | 5,59%    | 0,00%          |   |
| 11 | ARRI11  | Títulos e Val. Mob. | 96,99    | 4,21%     | 12,69%         | 1,01 | 101.677.000      | 144.164   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 12 | ATSA11  | Shoppings           | 101,99   | -1,18%    | 0,00%          | 1,04 | 178.599.000      | 7.490     | 1              | 5.403,92    | -31,01         | -0,57%   | 21,33%         |   |
| 13 | BAR11   | Títulos e Val. Mob. | 104      | 8,31%     | 14,57%         | 1,02 | 481.956.000      | 1.573.230 | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 14 | BBFI11B | Lajes Corporativas  | 2.291,00 | 13,15%    | 13,34%         | 0,9  | 297.830.000      | 407.510   | 2              | 3.250,36    | 484,17         | 14,90%   | 0,00%          |   |
| 15 | BBFO11  | Títulos e Val. Mob. | 72,03    | 4,09%     | 6,47%          | 0,81 | 288.401.000      | 78.540    | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 16 | BBPO11  | Lajes Corporativas  | 93,48    | 9,45%     | 13,21%         | 0,98 | 1.488.170.000    | 2.874.940 | 63             | 3.748,34    | 440,79         | 11,76%   | 0,00%          |   |
| 17 | BBRC11  | Outros              | 100,01   | 12,03%    | 10,69%         | 0,88 | 159.016.000      | 130.529   | 20             | 9.874,37    | 1.350,67       | 13,68%   | 0,00%          |   |
| 18 | BCFF11  | Títulos e Val. Mob. | 72,4     | 3,76%     | 8,42%          | 0,91 | 1.823.490.000    | 3.394.130 | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |
| 19 | BCIA11  | Títulos e Val. Mob. | 86       | 6,25%     | 8,87%          | 0,81 | 319.837.000      | 426.951   | 0              | 0,00        | 0,00           | 0,00%    | 0,00%          |   |

## 6. Selecione os dados e crie uma tabela com eles:

M260 0%

|    | A       | B                   | C        | D         | E              | F    | G                | H         | I              | J           | K              | L        | M              |
|----|---------|---------------------|----------|-----------|----------------|------|------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|----------|----------------|
| 1  | Papel   | Segmento            | Cotação  | FFO Yield | Dividend Yield | P/VP | Valor de Mercado | Liquidez  | Qtd de imóveis | Preço do m2 | Aluguel por m2 | Cap Rate | Vacância Média |
| 2  | ABCP11  | Shoppings           | 68,26    | 4,97%     | 6,32%          | 0,77 | 833.034.000      | 102.164   | 1              | 11.693,60   | 733,23         | 6,27%    | 11,90%         |
| 3  | AFCR11  | Híbrido             | 104,99   | 10,75%    | 12,13%         | 1,03 | 144.603.000      | 275.637   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 4  | AFHI11  | Títulos e Val. Mob. | 93,1     | 1,78%     | 4,15%          | 0,96 | 166.432.000      | 941.978   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 5  | AFOF11  | Títulos e Val. Mob. | 81,99    | 2,88%     | 5,72%          | 0,84 | 56.670.800       | 132.439   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 6  | AIEC11  | Lajes Corporativas  | 77,37    | 6,43%     | 9,64%          | 0,77 | 373.309.000      | 420.144   | 2              | 16.070,10   | 851,1          | 5,30%    | 0,00%          |
| 7  | ALMI11  | Lajes Corporativas  | 1.000,09 | 0,11%     | 0,00%          | 0,49 | 111.187.000      | 37.098    | 1              | 6.453,02    | 396,55         | 6,15%    | 98,53%         |
| 8  | ALZR11  | Híbrido             | 115,6    | 3,84%     | 5,59%          | 1,06 | 684.584.000      | 1.025.650 | 13             | 6.303,58    | 276,36         | 4,38%    | 0,00%          |
| 9  | ANCR11B | Shoppings           | 3.366,00 | 4,28%     | 1,10%          | 1    | 1.518.450.000    | 77        | 3              | 14.586,30   | 1.138,67       | 7,81%    | 0,00%          |
| 10 | ARCT11  | Híbrido             | 100      | 3,01%     | 12,64%         | 0,97 | 159.757.000      | 331.417   | 6              | 372,86      | 20,85          | 5,59%    | 0,00%          |
| 11 | ARRI11  | Títulos e Val. Mob. | 96,99    | 4,21%     | 12,69%         | 1,01 | 101.677.000      | 144.164   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 12 | ATSA11  | Shoppings           | 101,99   | -1,18%    | 0,00%          | 1,04 | 178.599.000      | 7.490     | 1              | 5.403,92    | -31,01         | -0,57%   | 21,33%         |
| 13 | BARI11  | Títulos e Val. Mob. | 104      | 8,31%     | 14,57%         | 1,02 | 481.956.000      | 1.573.230 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 14 | BBFI11B | Lajes Corporativas  | 2.291,00 | 13,15%    | 13,34%         | 0,9  | 297.830.000      | 407.510   | 2              | 3.250,36    | 484,17         | 14,90%   | 0,00%          |
| 15 | BBFO11  | Títulos e Val. Mob. | 72,03    | 4,09%     | 6,47%          | 0,81 | 288.401.000      | 78.540    | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 16 | BBPO11  | Lajes Corporativas  | 93,48    | 9,45%     | 13,21%         | 0,98 | 1.488.170.000    | 2.874.940 | 63             | 3.748,34    | 440,79         | 11,76%   | 0,00%          |
| 17 | BBRC11  | Outros              | 100,01   | 12,03%    | 10,69%         | 0,88 | 159.016.000      | 130.529   | 20             | 9.874,37    | 1.350,67       | 13,68%   | 0,00%          |
| 18 | BCFF11  | Títulos e Val. Mob. | 72,4     | 3,76%     | 8,42%          | 0,91 | 1.823.490.000    | 3.394.130 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 19 | BCIA11  | Títulos e Val. Mob. | 86       | 6,25%     | 8,87%          | 0,81 | 319.837.000      | 426.951   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |

## 7. Agora você pode fazer um filtro baseado nas colunas que deseja.

Para esse exemplo, utilizaremos essas 4 colunas:

N3

|    | A       | B                   | C        | D         | E              | F    | G                | H         | I              | J           | K              | L        | M              |
|----|---------|---------------------|----------|-----------|----------------|------|------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|----------|----------------|
| 1  | Papel   | Segmento            | Cotação  | FFO Yield | Dividend Yield | P/VP | Valor de Mercado | Liquidez  | Qtd de imóveis | Preço do m2 | Aluguel por m2 | Cap Rate | Vacância Média |
| 2  | ABCP11  | Shoppings           | 68,26    | 4,97%     | 6,32%          | 0,77 | 833.034.000      | 102.164   | 1              | 11.693,60   | 733,23         | 6,27%    | 11,90%         |
| 3  | AFCR11  | Híbrido             | 104,99   | 10,75%    | 12,13%         | 1,03 | 144.603.000      | 275.637   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 4  | AFHI11  | Títulos e Val. Mob. | 93,1     | 1,78%     | 4,15%          | 0,96 | 166.432.000      | 941.978   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 5  | AFOF11  | Títulos e Val. Mob. | 81,99    | 2,88%     | 5,72%          | 0,84 | 56.670.800       | 132.439   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 6  | AIEC11  | Lajes Corporativas  | 77,37    | 6,43%     | 9,64%          | 0,77 | 373.309.000      | 420.144   | 2              | 16.070,10   | 851,1          | 5,30%    | 0,00%          |
| 7  | ALMI11  | Lajes Corporativas  | 1.000,09 | 0,11%     | 0,00%          | 0,49 | 111.187.000      | 37.098    | 1              | 6.453,02    | 396,55         | 6,15%    | 98,53%         |
| 8  | ALZR11  | Híbrido             | 115,6    | 3,84%     | 5,59%          | 1,06 | 684.584.000      | 1.025.650 | 13             | 6.303,58    | 276,36         | 4,38%    | 0,00%          |
| 9  | ANCR11B | Shoppings           | 3.366,00 | 4,28%     | 1,10%          | 1    | 1.518.450.000    | 77        | 3              | 14.586,30   | 1.138,67       | 7,81%    | 0,00%          |
| 10 | ARCT11  | Híbrido             | 100      | 3,01%     | 12,64%         | 0,97 | 159.757.000      | 331.417   | 6              | 372,86      | 20,85          | 5,59%    | 0,00%          |
| 11 | ARRI11  | Títulos e Val. Mob. | 96,99    | 4,21%     | 12,69%         | 1,01 | 101.677.000      | 144.164   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 12 | ATSA11  | Shoppings           | 101,99   | -1,18%    | 0,00%          | 1,04 | 178.599.000      | 7.490     | 1              | 5.403,92    | -31,01         | -0,57%   | 21,33%         |
| 13 | BARI11  | Títulos e Val. Mob. | 104      | 8,31%     | 14,57%         | 1,02 | 481.956.000      | 1.573.230 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 14 | BBFI11B | Lajes Corporativas  | 2.291,00 | 13,15%    | 13,34%         | 0,9  | 297.830.000      | 407.510   | 2              | 3.250,36    | 484,17         | 14,90%   | 0,00%          |
| 15 | BBFO11  | Títulos e Val. Mob. | 72,03    | 4,09%     | 6,47%          | 0,81 | 288.401.000      | 78.540    | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 16 | BBPO11  | Lajes Corporativas  | 93,48    | 9,45%     | 13,21%         | 0,98 | 1.488.170.000    | 2.874.940 | 63             | 3.748,34    | 440,79         | 11,76%   | 0,00%          |
| 17 | BBRC11  | Outros              | 100,01   | 12,03%    | 10,69%         | 0,88 | 159.016.000      | 130.529   | 20             | 9.874,37    | 1.350,67       | 13,68%   | 0,00%          |
| 18 | BCFF11  | Títulos e Val. Mob. | 72,4     | 3,76%     | 8,42%          | 0,91 | 1.823.490.000    | 3.394.130 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 19 | BCIA11  | Títulos e Val. Mob. | 86       | 6,25%     | 8,87%          | 0,81 | 319.837.000      | 426.951   | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |

**8. Pra decidir o filtro que você vai aplicar em cada coluna, você pode selecionar para que a coluna seja classificada em ordem crescente ou decrescente**

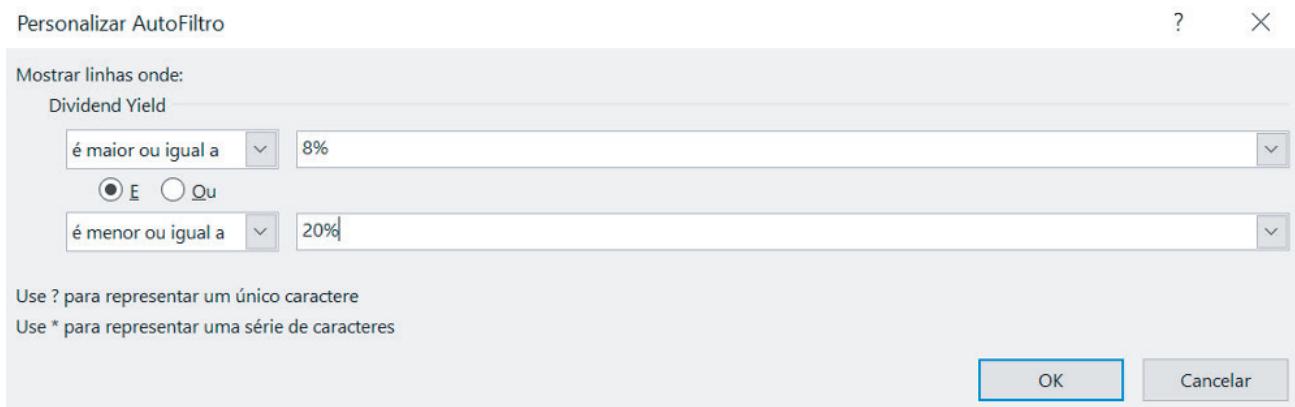
| Nº | Papel   | Segmento          | F         | G             | H         | I  | J         | K        | L      | M      |
|----|---------|-------------------|-----------|---------------|-----------|----|-----------|----------|--------|--------|
| 1  | ABCP11  | Shoppings         | 1% P/V/P  | 833.034.000   | 102.164   | 1  | 11.693,60 | 733,23   | 6,27%  | 11,90% |
| 2  | AFCR11  | Híbrido           | 2% 1,03   | 144.603.000   | 275.637   | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 3  | AFHI11  | Títulos e Val. N. | 3% 0,96   | 166.432.000   | 941.978   | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 4  | AFOF11  | Títulos e Val. N. | 4% 0,84   | 56.670.800    | 132.439   | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 5  | AIEC11  | Lajes Corporat    | 5% 0,77   | 373.309.000   | 420.144   | 2  | 16.070,10 | 851,1    | 5,30%  | 0,00%  |
| 6  | ALMI11  | Lajes Corporat    | 6% 0,49   | 111.187.000   | 37.098    | 1  | 6.453,02  | 396,55   | 6,15%  | 98,53% |
| 7  | ALZR11  | Híbrido           | 7% 1,06   | 684.584.000   | 1.025.650 | 13 | 6.303,58  | 276,36   | 4,38%  | 0,00%  |
| 8  | ANCR11B | Shoppings         | 8% 1      | 1.518.450.000 | 77        | 3  | 14.586,30 | 1.138,67 | 7,81%  | 0,00%  |
| 9  | ARCT11  | Híbrido           | 9% 0,97   | 159.757.000   | 331.417   | 6  | 372,86    | 20,85    | 5,59%  | 0,00%  |
| 10 | ARRI11  | Títulos e Val. N. | 10% 1,01  | 101.677.000   | 144.164   | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 11 | ATSA11  | Shoppings         | 11% 1,04  | 178.599.000   | 7.490     | 1  | 5.403,92  | -31,01   | -0,57% | 21,33% |
| 12 | BARI11  | Títulos e Val. N. | 12% 1,02  | 481.956.000   | 1.573.230 | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 13 | BBFI11B | Lajes Corporat    | 13% 0,9   | 297.830.000   | 407.510   | 2  | 3.250,36  | 484,17   | 14,90% | 0,00%  |
| 14 | BBFO11  | Títulos e Val. N. | 14% 0,81  | 288.401.000   | 78.540    | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 15 | BBPO11  | Lajes Corporat    | 15% 0,98  | 1.488.170.000 | 2.874.940 | 63 | 3.748,34  | 440,79   | 11,76% | 0,00%  |
| 16 | BBRC11  | Outros            | 16% 0,88  | 159.016.000   | 130.529   | 20 | 9.874,37  | 1.350,67 | 13,68% | 0,00%  |
| 17 | BCFF11  | Títulos e Val. N. | 17% 0,91% | 1.823.490.000 | 3.394.130 | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 18 | BCIA11  | Títulos e Val. N. | 18% 0,98% | 319.837.000   | 426.951   | 0  | 0         | 0        | 0,00%  | 0,00%  |
| 19 |         |                   | 19% 1,00% |               |           |    |           |          |        |        |

**9. Quando decidir qual filtro usar, basta selecionar a coluna, selecionar a opção “Filtros de Número” e selecionar a opção correspondente**

| Nº | Papel   | Segmento          | F         | G          | H       | I        | J        | K        | L       | M     |
|----|---------|-------------------|-----------|------------|---------|----------|----------|----------|---------|-------|
| 1  | DAMC11  | Residencial       | 1% 1,49   | 2.029.400  | 17.907  | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 2  | NPAR11  | Outros            | 2% 0,82   | 1.742.430  | 6.370   | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 3  | REIT11  | Títulos e Val. N. | 3% 0,81   | 21.164.300 | 354     | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 4  | SPTW11  | Lajes Corporat    | 4% 0,80   | 22.021.600 | 300.113 | 1        | 4.091,60 | 1.062,98 | 25,98%  | 0,00% |
| 5  | KNRE11  | Residencial       | 5% 0,75%  | 800        | 18.196  | 1        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 6  | RNDP11  | Títulos e Val. N. | 6% 0,700  | 405.634    | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 7  | TOUR11  | Residencial       | 7% 0,600  | 26.855     | 3       | 2.345,18 | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 8  | PLR11   | Títulos e Val. N. | 8% 0,500  | 7.573      | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 9  | LATR11B | Residencial       | 9% 0,500  | 16         | 1       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 10 | ERCR11  | Híbrido           | 10% 0,400 | 1.013.800  | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 11 | XPCM11  | Lajes Corporat    | 11% 0,300 | 260.289    | 1       | 2.637,88 | 989,8    | 37,52%   | 100,00% |       |
| 12 | CTXL11  | Logística         | 12% 0,200 | 6.145      | 3       | 1.101,60 | 138,18   | 12,54%   | 65,15%  |       |
| 13 | CXCE11B | Lajes Corporat    | 13% 0,100 | 177.073    | 1       | 4.722,06 | 1.034,64 | 21,91%   | 0,00%   |       |
| 14 | KINP11  | Residencial       | 14% 0,000 | 4.898      | 1       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 15 | URPR11  | Outros            | 15% 0,000 | 2.836.580  | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 16 | HCTR11  | Títulos e Val. N. | 16% 0,000 | 11.598.400 | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 17 | HABT11  | Títulos e Val. N. | 17% 0,000 | 4.458.960  | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |
| 18 | MFA11   | Híbrido           | 18% 0,000 | 60.179     | 0       | 0        | 0        | 0        | 0,00%   | 0,00% |

## Filtros Utilizados

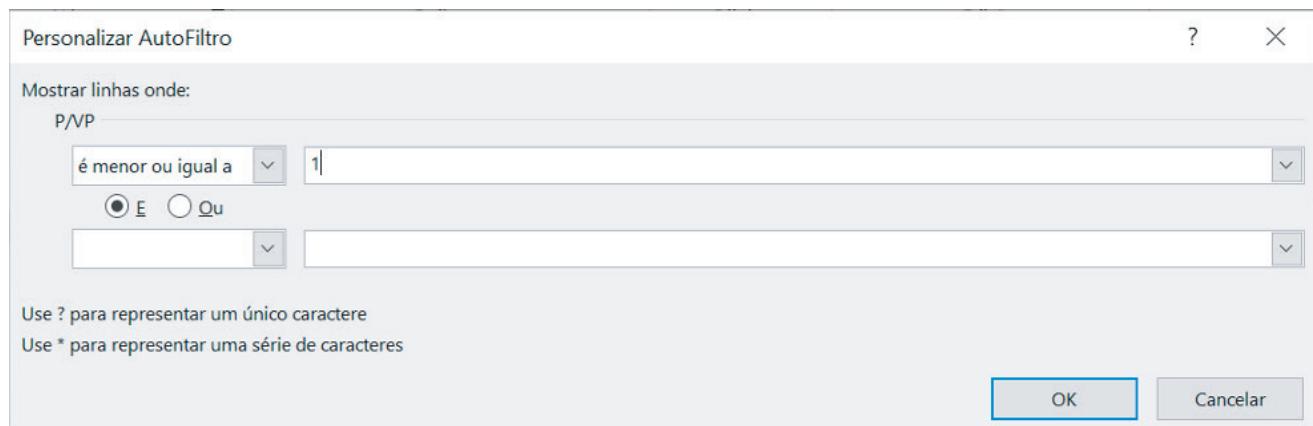
### 1 | DY: Entre 8% e 20%



**Justificativa:** Por meio da arbitragem e utilizando a taxa Selic, ou seja, um retorno de um investimento livre de risco, pode-se definir um yield justificável para a escolha desses ativos.

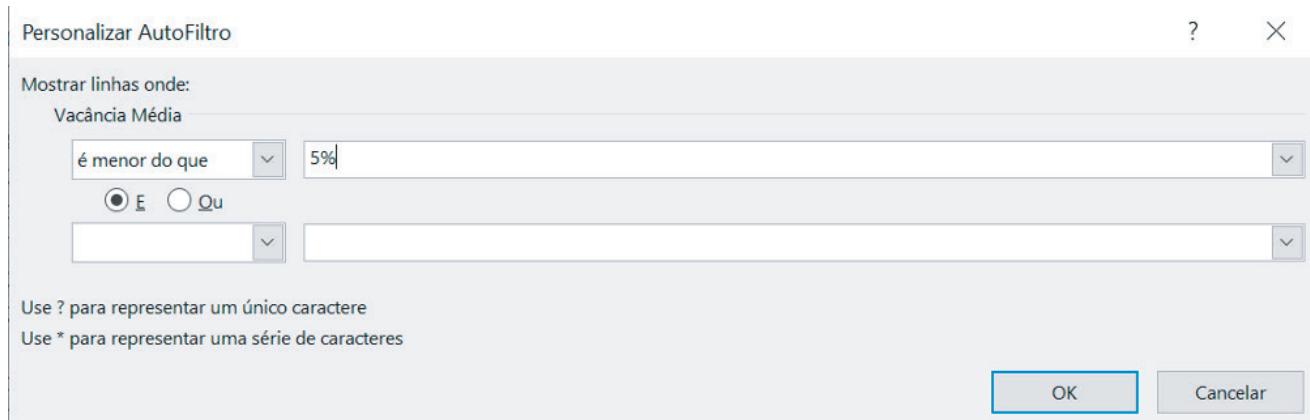
Por outro lado, filtramos os dividendos excessivamente altos. Eles podem apresentar um risco desconhecido para o investidor. Portanto, sempre suspeite de DYs muito altos.

### 2 | P/VP: Menor ou igual a 1



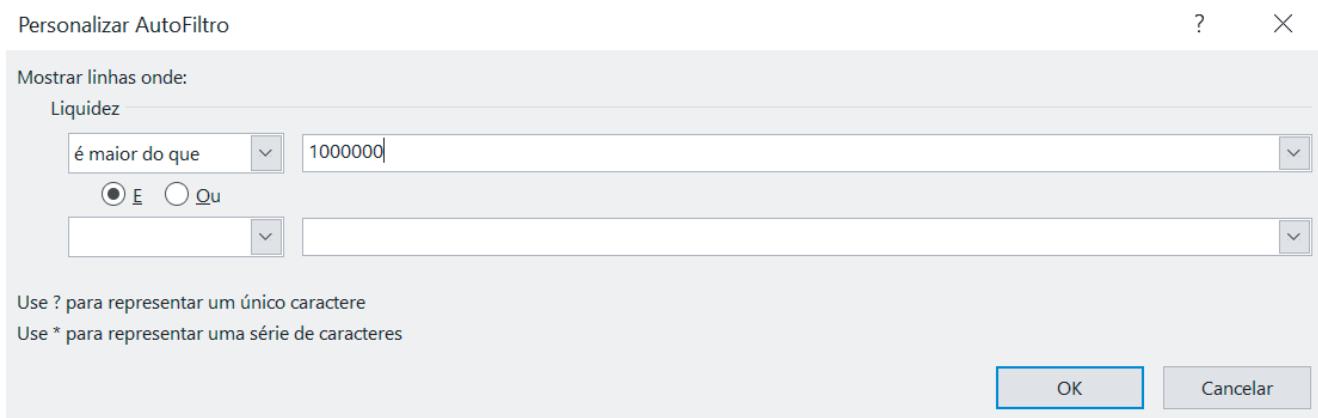
**Justificativa:** A relação P/VP indica quais FIIs estão sendo negociados acima ou abaixo do seu valor patrimonial. Um P/VP menor do que 1 significa que o preço de mercado do Fundo está abaixo do Valor Patrimonial do mesmo.

### 3 | Vacância Média: Menor do que 5%



**Justificativa:** A vacância mede a taxa de desocupação de um imóvel. Quanto menor a vacância melhor. Nesse caso, selecionamos um limite de 5%.

### 2 | LIQUIDEZ: Maior do que 1.000.000



**Justificativa:** A liquidez nos diz sobre a quantidade de vezes que aquele ativo é negociado. Quanto maior a liquidez melhor. Sinal que você poderá se desfazer dos seus papéis com mais facilidade.

## Após esse screening, sobraram apenas 14 fundos imobiliários:

|    | A      | B                   | C       | D         | E              | F    | G                | H         | I              | J           | K              | L        | M              |
|----|--------|---------------------|---------|-----------|----------------|------|------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|----------|----------------|
| 1  | Papel  | Segmento            | Cotação | FFO Yield | Dividend Yield | P/VP | Valor de Mercado | Liquidz   | Qtd de Imóveis | Preço do m² | Aluguel por m² | Cap Rate | Vacância Média |
| 15 | TGAR11 | Híbrido             | 124,62  | 5,60%     | 11,08%         | 0,96 | 1.409.400.000    | 3.725.990 | 5              | 68,65       | 0,54           | 0,79%    | 0,00%          |
| 16 | BCFF11 | Títulos e Val. Mob. | 72,4    | 3,76%     | 8,42%          | 0,91 | 1.823.490.000    | 3.394.130 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 17 | RZTR11 | Híbrido             | 97,7    | 4,65%     | 8,85%          | 0,98 | 1.079.390.000    | 3.184.110 | 11             | 2,07        | 0,16           | 7,65%    | 0,00%          |
| 18 | RBRF11 | Títulos e Val. Mob. | 77,59   | 5,61%     | 10,09%         | 0,89 | 1.061.490.000    | 2.878.680 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 19 | BBPO11 | Lajes Corporativas  | 93,48   | 9,45%     | 13,21%         | 0,98 | 1.488.170.000    | 2.874.940 | 63             | 3.748,34    | 440,79         | 11,76%   | 0,00%          |
| 20 | RBRR11 | Títulos e Val. Mob. | 97,3    | 3,40%     | 8,27%          | 0,98 | 1.008.250.000    | 2.715.480 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 21 | XPCI11 | Títulos e Val. Mob. | 95,47   | 10,99%    | 10,62%         | 1    | 626.953.000      | 2.595.400 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 22 | HFOF11 | Títulos e Val. Mob. | 82,88   | 7,02%     | 9,27%          | 0,94 | 1.904.170.000    | 2.555.720 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 23 | TRXF11 | Híbrido             | 101,4   | 6,06%     | 8,21%          | 0,98 | 572.050.000      | 1.668.650 | 22             | 1.913,75    | 183,39         | 9,58%    | 0,00%          |
| 24 | MGFF11 | Títulos e Val. Mob. | 67,44   | 4,62%     | 10,01%         | 0,85 | 610.374.000      | 1.504.680 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 25 | GTWR11 | Lajes Corporativas  | 87,59   | 9,03%     | 9,20%          | 0,87 | 1.051.080.000    | 1.396.470 | 3              | 11.663,80   | 1.141,64       | 9,79%    | 0,00%          |
| 26 | TORD11 | Híbrido             | 10,29   | 4,50%     | 12,80%         | 0,78 | 360.678.000      | 1.135.190 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 27 | VCJR11 | Títulos e Val. Mob. | 95,19   | 4,54%     | 10,88%         | 0,98 | 1.104.570.000    | 1.059.740 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |
| 28 | XPSF11 | Títulos e Val. Mob. | 77,99   | 0,32%     | 12,40%         | 0,87 | 337.713.000      | 1.004.510 | 0              | 0           | 0              | 0,00%    | 0,00%          |

Com o seu screening feito, você pode aprofundar sua análise em cada um deles para tomar sua decisão de investimento.

## Informações adicionais



## SUBSCRIÇÃO

DIREITO DE COMPRAR COTAS NOVAS E CONTINUAR COM % DE PARTICIPAÇÃO QUANDO O FII AUMENTA DE CAPITAL

ATENÇÃO:  
NO LONGO PRAZO  
VOCÊ PODE SER  
DILUIDO





MENTORIA

# DO MILÃO MILHÃO 4.0

COM BRUNO PERINI

O número de criptomoedas disponíveis na internet, de acordo com dados de 25 de novembro de 2021, é superior a 14.000 e em constante crescimento. Novas criptomoedas podem ser criadas a qualquer momento.

**Altcoins** são criptomoedas alternativas ao **Bitcoin**. Ou seja, toda moeda digital é uma Altcoin, exceto o próprio Bitcoin.

Existem no mercado diversos tipos de altcoins, sendo alguns baseados em mineração, outros em token de segurança, stablecoin e tokens de utilidade.

Pra simplificar as coisas, vamos nos aprofundar no Bitcoin, a principal criptomoeda (ela têm o maior valor de mercado e liquidez do que as demais).

### Vantagens do Bitcoin em relação ao “dinheiro tradicional”

- Transações rápidas
- Baixas taxas
- Não há necessidade de banco ou intermediários
- Sistema descentralizado
- Funcionamento global

**O Bitcoin, além de um meio de troca, possui características de uma reserva de valor. São elas:**

- Não se deteriora com o tempo
- Escasso
- Aceito globalmente
- Longo histórico de aceitação (dentro do universo das criptomoedas)
- Valor intrínseco
- É um ativo anti-confisco: não é possível transferir quantidades sem as senhas da sua carteira de bitcoins (nem mesmo sob ordem judicial).

## **Algumas outras características:**

- Fracionável até a 8<sup>a</sup> casa decimal (1 Satoshi = 0,00000001 Bitcoin)

3 formas de se expor ao Bitcoin

### **1 Mineração**

A mineração de Bitcoins é nada menos do que a resolução de problemas matemáticos em meio a uma competição com incontáveis outras pessoas que estão tentando chegar à mesma solução. A primeira pessoa a chegar à resolução recebe a recompensa pelo trabalho, que demanda bastante poder de processamento. Quem tem mais poder computacional conta com mais chances de terminar a corrida à frente dos outros.

As respostas obtidas com a mineração (chamadas de hash, ou prova de trabalho) têm como objetivo assegurar a segurança das transações. Elas checam se há moedas suficientes para a transferência e se a parte receptora está apta para recebê-las, com a atribuição de uma característica única a cada movimentação. Tudo isso garante a segurança do processo, impedindo que códigos maliciosos gerem fraudes e desvios.

Assim como acontece com o diamante e outros minerais raros, a escassez, raridade e dificuldade ligada ao processo de obtenção ajudam a explicar por que o Bitcoin é tão valioso. Em 2009, era possível obter uma unidade investindo somente US\$ 1

### **2 Comprando em corretoras de criptos**

A negociação através da corretora funciona de forma semelhante aos investimentos em bolsa de valores.

P.S.: Nunca deixe grandes saldos em corretoras. Nesses casos, tenha uma cold wallet ou uma hot wallet para armazenar seus Bitcoins

### **3 ETFs em bolsa**

MENTORIA

Os dados referentes ao fluxo de caixa estarão na aba “Cash Flow”

## VANTAGEM

- Exposição a criptomoedas de forma prática
- Tributação e negociação é mais simples

## DESVANTAGEM

- Custódia
- Taxas de Administração mais alta
- “Not your keys, not your coins”

## IR EM CRIPTOMOEDAS

- Isento de IOF
- Isento de IR para vendas mensais de até R\$ 35k no mês

- Acima de R\$35k: tributação progressiva no mínimo 15% e máximo 22,5% do lucro
- Pagamento IR até último dia do mês seguinte via DARF código 4600

MENTORIA

# DO MILÃO MILHÃO 4.0

COM GUILHERME CADONHOTTO

## RENDA FIXA

### O que é renda fixa?

O investimento realizado diretamente em Títulos Públicos e Privados de Renda Fixa. Quando você compra um título de Renda Fixa, você está emprestando dinheiro ao emissor do papel, que pode ser um banco, uma empresa ou mesmo o Governo. Em troca, recebe uma remuneração por um determinado prazo, na forma de juros e/ou correção monetária, podendo receber, ainda, parcelas chamadas amortizações.

Em outras palavras, a renda fixa é um EMPRÉSTIMO.

**Pra tomar uma decisão mais assertiva sobre os investimentos em renda fixa, você precisa levar em consideração alguns fatores:**

- Prazo: “Quando vai ser pago esse empréstimo?”
- Juros: “Como será pago esse empréstimo?”
- Emissor: “Quem vai pagar esse empréstimo?”

### Os 3 tipos de emissores:

- Governos: é o mais seguro (ele é o único que pode emitir moeda, aumentar impostos ou pegar empréstimos com o FMI pra quitar sua dívida)
- Bancos: alguns dos empréstimos feitos por eles são assegurados pelo FGC (Fundo Garantidor de Crédito)
- Empresas: não tem nenhum tipo de garantia. Portanto, exija um retorno maior para o devido risco.

## Títulos do Tesouro Direto

### Prefixados

Título do Tesouro Prefixado é um título do Tesouro Direto que já possui rentabilidade definida no momento do investimento. O investidor sabe, na data da compra, exatamente qual será o rendimento no momento do vencimento do título.

Pros gestores profissionais, um Título do Tesouro Prefixado é um valor futuro trazido a valor presente que pode ser comprado com desconto quando o mercado está apostando numa alta excessiva da Taxa Selic.

## Pós-fixados

O Tesouro pós-fixado é um título do que remunera o investidor de acordo com a variação de um indexador, que é a taxa Selic, a taxa básica de juros da economia fixada pelo Banco Central.

É um excelente título para constituir a sua reserva de emergência, pois não sofre com a marcação a mercado.

## Indexados à inflação (IPCA+)

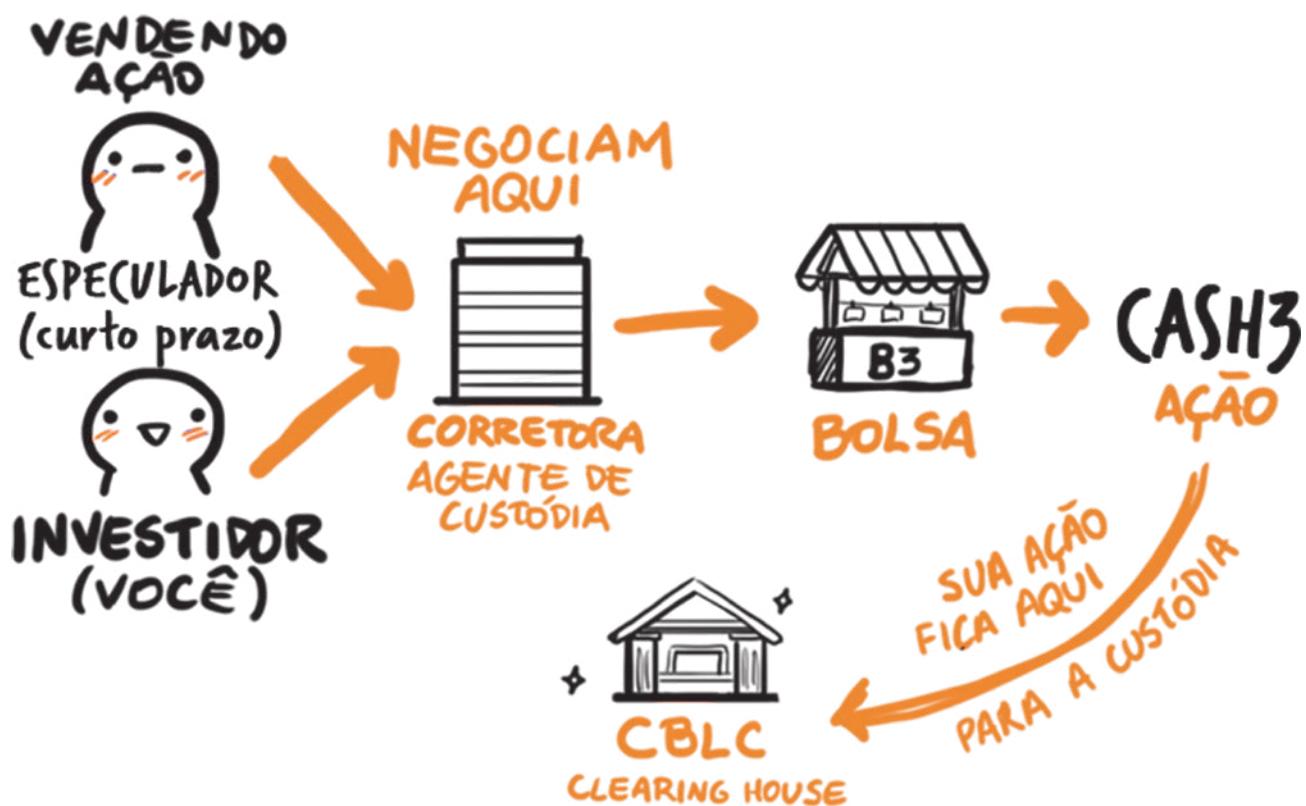
É um título híbrido (tem um componente prefixado e um componente pós-fixado). O momento ideal para comprar um título atrelado à inflação é quando acreditam que o mercado está errado sobre a trajetória da Taxa Selic (quando ela está artificialmente baixa).

Onde distribuir a renda fixa na ARCA?



## FUNDAMENTOS DA BOLSA DE VALORES

### 1 | COMO FUNCIONA A BOLSA?



### 2 | COMO ESCOLHER UMA CORRETORA

- 5 **1 Solidez**
- 2 Custo Baixo**
- 3 Bom UX, PLATAFORMA**  
(PRECISA SE SENTIR CONFORTÁVEL)
- 4 Atendimento**
- 5 Acesso**

## Recapitulando a ARCA

Durante as crises, grandes quedas no mercado são observadas. Mas, diante dessas adversidade, também surgem grandes oportunidades. Preparar sua Caixa e Reserva de emergência é essencial para que você possa aproveitá-las e manter a sanidade e o foco nos momentos de crise, te permitindo controlar a oscilação da sua carteira. Com estes requisitos básicos preparados, você pode olhar para as ações e negócios para montar a sua Arca.



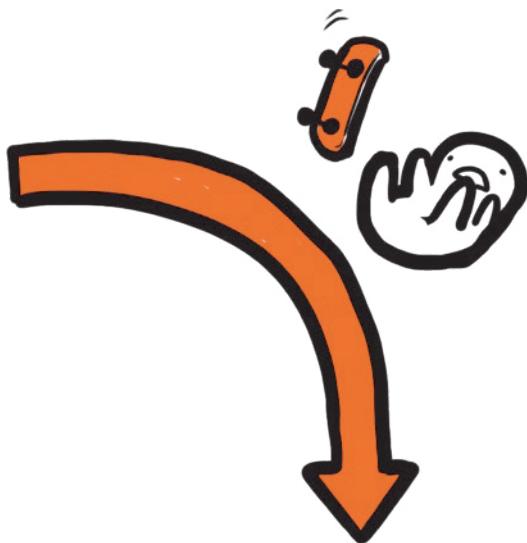
## Se exponha de forma convexa

Isso significa aproveitar oportunidades que te exponham positivamente. Expor-se em promoção ou oportunidades de comprar mais ativos em uma crise com sua reserva de oportunidades por exemplo, estar convexo. Assim como conhecer uma pessoa certa para um network é estar exposto de forma convexa. Até mesmo, se por exemplo, você perder bitcoin mas não te afetar em nada, é convexo pois você investiu o suficiente para não te deixar no risco da ruína.



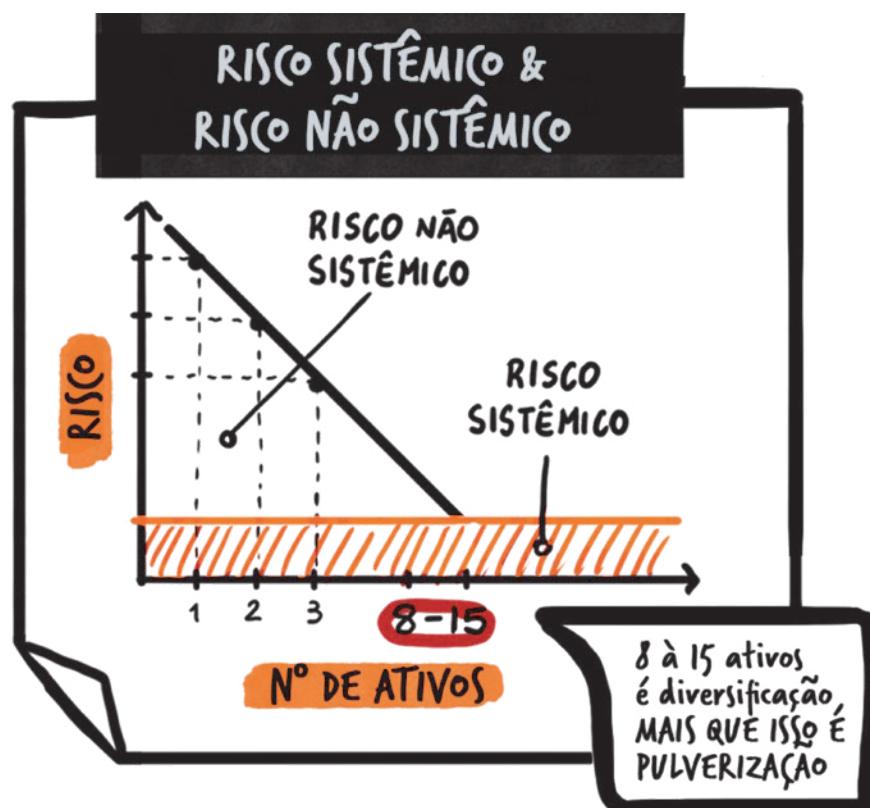
## Não se exponha de forma côncava

Significa um momento de baixa. É a curva que te tira do jogo. Estar exposto de forma côncava é estar motivado gananciosamente e aplicar todo seu dinheiro em uma ação ou ser movido pelo medo, te fazendo tirar todas suas aplicações de um ativo por desespero quando ela está em uma oscilação.



## INVESTIR É ARRISCADO?

### COMO REDUZIR O RISCO DO SEU INVESTIMENTO





## DIVERSIFICAÇÃO

Tenha uma série de investimentos que multipliquem seu capital e, juntos, mantenham-se convexos e diminuem os riscos incluindo diversificação de setores também

## AÇÕES E NEGÓCIOS

É sempre interessante olhar as ações por setores e negócios que você tem mais familiaridade, pois desta forma você consegue criar seu próprio filtro e investir em empresas que você tem conhecimento. Para escolher bons ativos e que se mostram perenes, é preciso analisar os principais indicadores que determinam suas características como apresenta na tabela abaixo. Você pode pesquisar os indicadores das ações no site [statusinvest.com.br](http://statusinvest.com.br).

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>ALL ROUNDER</b>            | <b>P/L:</b> Quanto menor, melhor<br><b>PEG RATIO:</b> Quanto menor, melhor      |
| <b>RENTABILIDADE</b>          | <b>ROE:</b> Quanto maior, melhor<br><b>MARGEM LÍQUIDA:</b> Quanto maior, melhor |
| <b>ENDIVIDAMENTO</b>          | <b>DL/EBIT:</b> Quanto menor, melhor.   |
| <b>CRESCIMENTO</b>            | <b>CAGR LUCRO:</b> Quanto maior, melhor   |
| <b>GOVERNANÇA CORPORATIVA</b> | <b>SKIN IN THE GAME</b><br><b>SALDO DOS ACIONISTAS</b>                          |

## INDICADORES



**Lembrando que os indicadores apenas indicam e devem ser usados entre empresas do mesmo setor.**

### 1. ALL-ROUNDERS

#### 1.1. P/L

O preço sobre lucro ou P/L é a relação entre preço e lucro de uma empresa. Esse indicador é muito utilizado por investidores para entender se o preço da ação de uma companhia está atrativo e é capaz de calcular o tempo que o acionista teria o seu valor investido de volta na forma de lucro.

Quanto menor esse indicador, melhor (desde que o valor seja positivo)

PS: Esse indicador despreza o crescimento da empresa, o que ocasiona em distorções em empresas de alto crescimento.

- Duas formas de se calcular o P/L:

- 1) Preço da ação / LPA
- 2) Market Cap / Lucro Líquido

#### 1.2. DIVIDEND YIELD

O DY é um indicador que mostra a relação entre os dividendos distribuídos e o preço atual da ação da empresa.

$DY(\%) = (\text{Dividendos pagos por ação} / \text{Preço da ação}) \times 100$

## **1.2. DIVIDEND YIELD**

O DY é um indicador que mostra a relação entre os dividendos distribuídos e o preço atual da ação da empresa.

$$DY(\%) = (\text{Dividendos pagos por ação} / \text{Preço da ação}) \times 100$$

## **1.3. PEG RATIO**

O PEG Ratio relaciona o P/L de uma empresa com o seu crescimento dos lucros. Sendo assim, reduz as distorções que um P/L baixo teria em empresas de alto crescimento.

Quanto menor o seu valor, melhor.

$$\text{PEG Ratio} = (\text{P/L}) / \text{CAGR Lucro}$$

## **1.4. P/VP**

É um indicador que informa se o preço de uma ação está caro ou barato em relação ao valor do seu patrimônio. O P/VP pode ser obtido através da divisão entre o preço de um ativo negociado em bolsa e o valor patrimonial da companhia. Uma empresa com P/VP abaixo de 1 significa que está sendo negociada por um preço descontado sobre o seu valor. E o inverso também é verdade.

- Duas formas de se calcular o P/VP:

- 1) Preço da ação / Valor Patrimonial por ação
- 2) Market Cap / Valor Patrimonial

## **1.5. EV/EBITDA**

A relação entre o EV e o Ebitda mostra em quanto tempo o lucro operacional da empresa pode pagar o investimento realizado na sua aquisição.

Por outro lado, o Ebitda não é a maneira mais correta para reconhecer a verdadeira geração de caixa da empresa. O motivo é que ele não considera itens importantes como juros e tributos pagos, receitas financeiras, entre outros.

$EV/EBITDA = (\text{Valor de Mercado} + \text{Dívida Líquida}) / (\text{Lucro Antes dos Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações})$

## 1.6. EV/EBIT

O EV/EBIT é um indicador financeiro que compara o Valor da Firma (EV ou Enterprise Value) com o Lucro Antes de Impostos e Taxas, o EBIT.

A principal função do EV/EBIT é ajudar a identificar quanto uma empresa custa em relação ao que ela produz a partir de sua atividade fim.

$EV/EBIT = (\text{Valor de Mercado} + \text{Dívida Líquida}) / (\text{Lucro Antes dos Juros e Impostos})$

## 2. ENDIVIDAMENTO

### 2.1. DL/PL

O índice Dívida Líquida sobre Patrimônio Líquido serve para medir o quanto do patrimônio líquido da empresa equivale a sua dívida líquida. Nesse sentido, se o valor for baixo isso é bom para a empresa. Agora, se esse valor for alto, indicará mais riscos.

Se esse resultado for negativo, quer dizer que a empresa está com caixa líquido positivo

$DL/PL = \text{Dívida Líquida} / \text{Patrimônio Líquido}$

### 2.2. PASSIVO/ATIVO

É um indicador que demonstra o grau de alavancagem financeira de uma empresa, comparando os ativos que ela possui pelo total de dívidas de curto e longo prazo. Por meio desse indicador é possível saber se uma empresa está muito endividada em relação ao patrimônio que possui.

## **2.3. LIQUIDEZ CORRENTE**

É uma forma simplificada de verificar a capacidade da empresa de pagar as suas obrigações de curto prazo.

Esse indicador é calculado pela relação entre os ativos de curto prazo da empresa e as suas obrigações de curto prazo.

Se esse valor for maior do que 1, a empresa tem ativos suficientes pra pagar as obrigações de curto prazo, e se der menor que 1, é porque não tem.

Portanto, quanto maior o número, melhor.

Liquidez corrente = Ativo circulante / Passivo circulante

## **2.4. DL/EBITDA**

A dívida líquida/EBITDA é um indicador financeiro que está ligado ao endividamento da empresa. Além disso, ele também pode indicar o grau de crescimento da empresa através de cálculos de razão entre a dívida líquida e o EBITDA.

DL/EBITDA = Dívida Líquida / Lucro Antes dos Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações

## **3. RENTABILIDADE**

### **3.1. MARGEM BRUTA**

A margem bruta mede a rentabilidade do seu negócio, ou seja, qual a porcentagem de lucro que você ganha com cada venda.

Por exemplo, se você vende seus produtos a R\$40 mas gasta R\$20 para colocá-los nas lojas, você está ganhando apenas R\$20. Nesse exemplo, você tem uma margem de 100%

Margem Bruta (%) = (Lucro Bruto / Receita) x 100

### **3.2. MARGEM EBIT**

A margem EBIT é um indicador de desempenho operacional, usado para verificar o desempenho produtivo de uma empresa ao longo do tempo e para comparar a lucratividade operacional de companhias do mesmo segmento. Ou seja, a margem EBIT é um indicador da margem da empresa antes dos juros e impostos.

$$\text{Margem EBIT (\%)} = (\text{Lucro Antes dos Juros e Impostos} / \text{Receita}) \times 100$$

### **3.3. MARGEM EBITDA**

É um importante indicador para os investidores que desejam analisar a eficiência operacional de uma empresa. Isso porque ela indica a margem de lucro da companhia sem considerar custos como juros, impostos, depreciação e amortização.

$$\text{Margem EBITDA (\%)} = (\text{Lucro Antes dos Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações} / \text{Receita}) \times 100$$

### **3.4. MARGEM LÍQUIDA**

A margem líquida nada mais é do que a porcentagem de lucro líquido que uma determinada empresa possui em relação a sua receita total. Com o resultado dessa pequena divisão, você terá em mãos a margem líquida de uma empresa.

$$\text{Margem Líquida (\%)} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Receita}) \times 100$$

### **3.5. ROE**

O ROE, ou Retorno sob Patrimônio Líquido, é calculado pela relação entre o lucro da empresa e o seu patrimônio líquido. Dessa forma, conseguimos metrificar o quanto do capital do acionista consegue ser revertido na forma de lucro para a empresa.

$$\text{ROE} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Patrimônio Líquido}) \times 100$$

### **3.6. ROIC**

Já o ROIC tem o mesmo intuito: calcular a rentabilidade sob o capital. Mas, no caso do ROIC, além de considerarmos o capital dos sócios, nós também consideramos o capital de terceiros no meio.

A ideia então se torna entender qual a rentabilidade que a empresa consegue com todo o capital disponível que ela tem.

$\text{ROIC} = \text{NOPAT} / \text{Capital investido}$

### 3.7. GIRO DO ATIVO

O giro do ativo é um parâmetro contábil que liga o total das vendas produzidas com o ativo da empresa com a sua receita líquida. Como o nome sugere, é ele quem mostra quantas vezes o ativo da companhia girou no período analisado.

$\text{Giro do ativo} = \text{Receita Líquida Anual} / \text{Ativo Total}$

## 4. CRESCIMENTO

### 4.1. CAGR (Lucro e Receita)

Esses indicadores medem os crescimentos dos resultados de uma empresa. Mais comumente usados para calcular os crescimentos da Receita e dos Lucros dos últimos 5 anos.

Mas antes precisamos entender como calcular o CAGR:

A fórmula é a seguinte:

$$\text{CAGR} = [(VF / VI) ^ {(1/n)}] - 1$$

Onde:

VF = Valor final do que está sendo medido;

VI = Valor inicial do que está sendo medido;

n = número de períodos em anos.

Vamos a um exemplo prático! Lucros de empresas costumam ser voláteis, especialmente de empresas cíclicas. Vamos supor que nos últimos 5 anos uma empresa cresceu os lucros dessa forma:

Ano 1: 50% (VI)

Ano 2: 20%

Ano 3: 30%

Ano 4: 50%

Ano 5: 100% (VF)

Aplicando na fórmula:

$$\text{CAGR} = [(100\% / 50\%) (1/5)] - 1$$

$$\text{CAGR} = 14,87\%$$

Ou seja, olhando para essa empresa num prazo de 5 anos, podemos dizer que ela teve um crescimento anual médio dos seus lucros de 14,87%.

Esse indicador não garante que a empresa vá manter esse crescimento para os próximos anos, mas é uma boa referência de crescimento para o investidor.

## 5. GOVERNANÇA

### 5.2. CVM 358 (SKIN IN THE GAME)

Já imaginou se você pudesse descobrir se os donos das empresas que você investe na bolsa de valores e estão comprando ou vendendo suas ações?

Pois bem, isso é possível com a CVM 358!

Se os donos das empresas estão comprando ações, sinal de que eles estão comprometidos com os resultados da empresa, ou um sinal de que eles acreditam que a empresa está sendo negociada por um preço descontado.

Por outro lado, se eles estiverem vendendo, sinal de que eles não querem assumir um compromisso tão grande com esse resultado, ou eles acreditam que a sua empresa está sendo negociada por um preço muito elevado.

Para descobrir como fazer isso na prática, assista esse vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=xRH0bOk1dM4>

## COMPARATIVOS DO SETOR DE PAPEL E CELULOSE

### INDICADORES

#### ALL ROUNDERS

|           | EMPRESA A | EMPRESA B | EMPRESA C |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| PREÇO     | R\$ 6,02  | R\$ 58,60 | R\$ 24,53 |
| P/L       | 5,41      | 9,25      | 9,19      |
| DY        | 5,21%     | 1,26%     | 2,87%     |
| PEG RATIO | 0,03      | -0,05     | -0,04     |
| P/VP      | 1,61      | 5,26      | 3,92      |
| EV/EBITDA | 3,63      | 5,49      | 7,43      |
| EV/EBIT   | 4,4       | 7,6       | 8,78      |

#### ENDIVIDAMENTO

|               |      |      |      |
|---------------|------|------|------|
| DL/PL         | 0,4  | 3,86 | 2,95 |
| PASSIVO/ATIVO | 0,6  | 0,87 | 0,83 |
| LIQ. CORRENTE | 2,78 | 2,95 | 2,49 |
| DL/EBITDA     | 0,73 | 2,33 | 8,78 |

#### RENTABILIDADE

|               |        |        |        |
|---------------|--------|--------|--------|
| M. BRUTA      | 39,36% | 49,68% | 45,77% |
| M. EBITDA     | 32,90% | 61,43% | 39,50% |
| M. LIQUIDA    | 17,77% | 21,06% | 18,32% |
| ROE           | 29,80% | 56,85% | 42,62% |
| ROIC          | 17,89% | 18,97% | 12,34% |
| GIRO DO ATIVO | 0,68%  | 0,34%  | 0,34%  |

#### CRESCIMENTO

|                       |        |        |        |
|-----------------------|--------|--------|--------|
| CAGR RECEITA (5 ANOS) | 15,63% | 32,90% | 18,37% |
| CAGR LUCRO (5 ANOS)   | -      | 38,51% | 4,00%  |

## COMPARATIVOS DO SETOR DE CARNE E DERIVADOS

### INDICADORES

#### ALL ROUNDERS

|           | EMPRESA A | EMPRESA B | EMPRESA C | EMPRESA D |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| PREÇO     | R\$ 21,73 | R\$ 35,53 | R\$ 10,91 | R\$ 14,97 |
| P/L       | 3,09      | 4,68      | 11,06     | 38,45     |
| D.Y.      | 13,14%    | 8,49%     | 9,89%     | -         |
| PEG Ratio | 0,02      | 0,01      | -0,79     | -0,55     |
| P/VP      | 3,09      | 1,81      | 10,13     | 1,83      |
| EV/EBITDA | 2,43      | 3,97      | 5,33      | 7,25      |
| EV/EBIT   | 2,78      | 5,2       | 6,24      | 11,19     |

#### ENDIVIDAMENTO

|               |      |      |      |      |
|---------------|------|------|------|------|
| DL/PL         | 2,95 | 1,29 | 9,33 | 1,99 |
| PASSIVO/ATIVO | 0,86 | 0,74 | 0,97 | 0,84 |
| LIQ. CORRENTE | 1,54 | 1,53 | 1,9  | 1,24 |
| DL/EBITDA     | 1,19 | 1,65 | 2,56 | 3,78 |

#### RENTABILIDADE

|               |        |        |        |        |
|---------------|--------|--------|--------|--------|
| M. BRUTA      | 18,70% | 17,75% | 17,23% | 21,03% |
| M. EBITDA     | 13,28% | 11,00% | 8,83%  | 9,61%  |
| M. LÍQUIDA    | 6,10%  | 5,47%  | 2,22%  | 0,87%  |
| ROE           | 99,93% | 38,74% | 91,55% | 4,75%  |
| ROIC          | 24,18% | 15,10% | 14,38% | 7,17%  |
| GIRO DO ATIVO | 1,69%  | 1,68%  | 1,34%  | 0,86%  |

#### CRESCIMENTO

|                       |        |        |        |       |
|-----------------------|--------|--------|--------|-------|
| CAGR RECEITA (5 ANOS) | 28,12% | 10,65% | 22,82% | 7,46% |
| CAGR LUCRO (5 ANOS)   | -      | 31,19% | 25,18  | -     |

**Com base em tudo que você aprendeu até agora, qual dessas ações você investiria?**

### RENTABILIDADE DAS AÇÕES



### RENTABILIDADE DAS AÇÕES



## VALUATION

### Primeiro de tudo, o que é Valuation e por que ele é importante?

O Valuation é um processo que faz você estimar o valor de uma empresa de forma sistematizada, usando um modelo quantitativo e com base no dinheiro que esse ativo vai te dar ao longo do tempo.

Vamos supor que você quer comprar uma fazenda para poder tirar seu sustento dela. Qual o primeiro passo que você deveria fazer?

- escolher o lugar do terreno

E os próximos passos?



A lógica para o mercado de ações é a mesma, você precisa aprender a calcular quando que vale a pena comprar (ou não) uma ação.

Mas, mesmo assim, esse processo envolve certa dose de subjetividade no julgamento ao definir premissas e selecionar fontes de dados de diversas variáveis. Por isso, a confiabilidade do resultado depende da percepção do mercado e da lógica embutida nas decisões de quem lidera a empresa.

Saber o valuation de uma empresa é importante para você compreender o valor real dela, explorando os aspectos que a valorizam e os que a fazem valer menos. Assim, você pode mitigar essas deficiências ao longo do tempo.

Outra vantagem é que, sabendo o montante a ser investido e o valor da sua empresa, você consegue negociar a participação societária de quem investirá de forma mais justa.

## POR QUE USAR O FREE CASH FLOW TO THE FIRM?

O **Free Cash Flow to the firm** é uma técnica de valuation que faz a avaliação dos fluxos de caixa projetados nos próximos anos, levando em conta todas as variáveis que afetam um negócio e descontando uma taxa.

Hoje, o fluxo de caixa descontado é a principal metodologia empregada para avaliar empresas e é muito utilizada por bancos de investimento, consultorias e casas de análise.

**E que variáveis são essas usadas no Valuation?** Existem milhares de variáveis, algumas das mais usuais são o preço do dólar, taxa de juros, preço do petróleo e o risco x retorno.

**Como o fluxo de caixa descontado é desenvolvido e qual seu objetivo?** Resumidamente, uma empresa vale o seu fluxo de caixa futuro trazido a valor presente, tudo isso somado ao seu patrimônio líquido (ou seja, aos ativos menos os passivos dessa empresa), tendo como objetivo entender quanto a empresa irá valer no futuro e apurando esse valor no momento atual.

## O QUE É O VALUATION WACC?

**WACC** é a média ponderada do custo das principais fontes de financiamento (o capital próprio e o capital de terceiros). Ele depende de alguns fatores:



## POR QUE USAR O FREE CASH FLOW TO THE FIRM?

Resumidamente nós temos 4 passos:

- O primeiro é a projeção do fluxo de caixa
- Cálculo do valor presente dos fluxos de caixa futuros
- Determinação da taxa de desconto
- Estimativa do valor da empresa

## FLUXO DE CAIXA

Pra começar a falar sobre o fluxo de caixa primeiro precisamos definir alguns itens.

**Demonstrativo de fluxo de caixa:** demonstrativo contábil obrigatório que mostra o que a empresa fez com seu caixa (o quanto de dinheiro entrou e o quanto saiu)

**O demonstrativo de fluxo de caixa é dividido em algumas partes:**

- > **Fluxo de caixa operacional** (demonstra o dinheiro de venda de bens ou serviços menos o necessário para produzir e vender)
- > **Fluxo de caixa de investimentos** (investimentos que a empresa faz, por exemplo: empresa vendeu terreno ou comprou uma máquina)
- > **Fluxo de caixa de financiamento** (formas que a empresa se financia, por exemplo: venda de ações, debêntures, subscrição)
- > **O resultado é a soma dos fluxos**

## UM DOS FLUXOS DE CAIXA MAIS USADOS É O FLUXO DE CAIXA LIVRE, MAS O QUE ELE SERIA?

o FLUXO DE CAIXA LIVRE É CALCULADO PELA FÓRMULA:

$$\text{Fluxo de caixa livre} = \text{fluxo de caixa operacional} - \text{CAPEX}$$

**O CAPEX** é a sigla de capital expenditure que significa o montante de dinheiro despendido na aquisição de bens de capital.

## E POR QUE O FLUXO DE CAIXA LIVRE É IMPORTANTE

O “FCL” é importante porque representa a quantidade de dinheiro excedente que uma empresa gera, ou seja, aquele dinheiro que pode ser usado para recompensar acionistas ou investir em novos negócios.

A análise do fluxo de caixa ajuda a entender:

- Se a empresa é uma forte geradora de caixa
- Se seus negócios exigem muito investimento ou não (CAPEX alto)
- Se a empresa consegue gerar caixa livre depois de pagar tudo que deve

**A taxa de crescimento** que você utiliza influencia todo o processo de valuation:

Uma empresa que cresce 20% ao ano não pode se manter nesse crescimento elevado por muitos anos, a tendência é de que, quanto maior uma empresa fica, mais difícil é para ela continuar crescendo.

Por isso, é importante se atentar a taxa de crescimento que você for utilizar no cálculo.

Projetar um crescimento muito alto e por vários anos é algo irreal.

**Conceito de valor presente:** Você prefere mil reais agora ou mil reais daqui 3 anos?

A melhor resposta é pegar os mil reais hoje, isso se justifica pois o dinheiro tem valor no tempo. Todos os dias o dinheiro perde valor com a **inflação**.

Ou seja, mil reais hoje podem render **juros** ao longo dos próximos 3 anos, retornando um valor ainda maior pra um determinado indivíduo.

Em paralelo ao conceito de valor presente, temos a **taxa de desconto: (WACC ou K)**

Basicamente, uma taxa que você – investidor – deve exigir pra que seu investimento tenha mais valor no longo prazo do que ter o dinheiro em mãos hoje.

**A partir desses conceitos, você está pronto pra entender sobre valuation de forma mais aprofundada.**

## VALOR PRESENTE E VALOR FUTURO

### Por que o dinheiro tem valor no tempo?

Nos Estados Unidos, no final dos anos 1960 e início dos anos 1970, foi criado um teste por Walter Mischel, professor da Universidade de Stanford, que recebeu o nome de “teste do marshmallow”.

O teste era muito simples, mas com certeza passava um grande ensinamento. Ele consistia em colocar crianças de frente para um delicioso marshmallow e, após o pesquisador colocar o marshmallow no prato, sair da sala. As crianças tinham apenas uma informação: se você escolher comer o marshmallow agora, receberá apenas esse que está na sua frente. Mas, se esperar o pesquisador voltar, receberá o dobro de marshmallows.

Acontece que, a maioria das crianças não esperava o pesquisador voltar. Além disso, os pesquisadores acompanharam a vida das poucas que decidiram esperar e, acredite se quiser, elas tinham em média um maior êxito na sua vida pessoal e profissional.

É claro que, por serem crianças, o fator instintivo e emocional é levemente mais forte do que em adultos, mesmo assim, essa história mostra o valor do marshmallow (ou do dinheiro) no tempo.

Se você hoje tivesse duas opções, receber 10 reais agora ou 10 reais daqui a 1 ano, o que você escolheria? A resposta mais provável é receber agora, isso porque 10 reais daqui a 1 ano não terá o mesmo valor do que receber hoje.

Se você já entendeu o conceito da taxa básica de juros, deve saber que um investimento na Selic hoje pode retornar valores acima de 10% ao ano para o valor que você investir – ou seja – os 10 reais daqui a 1 ano seriam, na verdade, 11 reais.

Nesse caso, temos a influência dos juros e do tempo, e assim como nos Marshmallows, vale a pena esperar.

Mas e se fizermos o processo contrário? Como saber quantos reais valem hoje os 10 reais do futuro? É justamente sobre isso que vou explicar aqui.

## **Por que saber trazer o valor futuro para o valor presente é importante?**

Vamos imaginar que você tem um projeto para reformar sua casa e que vai demorar 10 anos para ser concluído, como que você saberia exatamente o orçamento que esse projeto vai demandar se o dinheiro perde valor com o tempo?

Simples, a ideia é justamente trazer o valor futuro para o valor presente.

Se esse projeto de reforma hoje custa 30 mil reais, daqui a 10 anos esse valor com certeza será outro, ou seja, o valor que você tem hoje de 30 mil reais talvez nem seja o suficiente para concluir o projeto.

Vamos imaginar outro exemplo. Existem muitas pessoas que tem como meta atingir o primeiro milhão de reais investidos, e isso é ótimo, só existe um problema: as pessoas se esquecem que dinheiro tem valor no tempo.

Ter investido 1 milhão de reais hoje é diferente de ter 1 milhão de reais daqui a 15 anos, assim como é diferente uma pessoa em 1994 ter 1 milhão de reais.

O real perde poder de compra com o tempo, por isso, devemos trazer o valor futuro para o valor presente e descobrir o quanto você precisaria ter investido daqui há 15 anos para realmente ter esse 1 milhão de hoje.

## **E como fazer na prática?**

Antes de calcularmos na prática, precisamos entender alguns conceitos:

**Fluxo de caixa:** É a representação das entradas e saídas de valores ao longo do tempo.

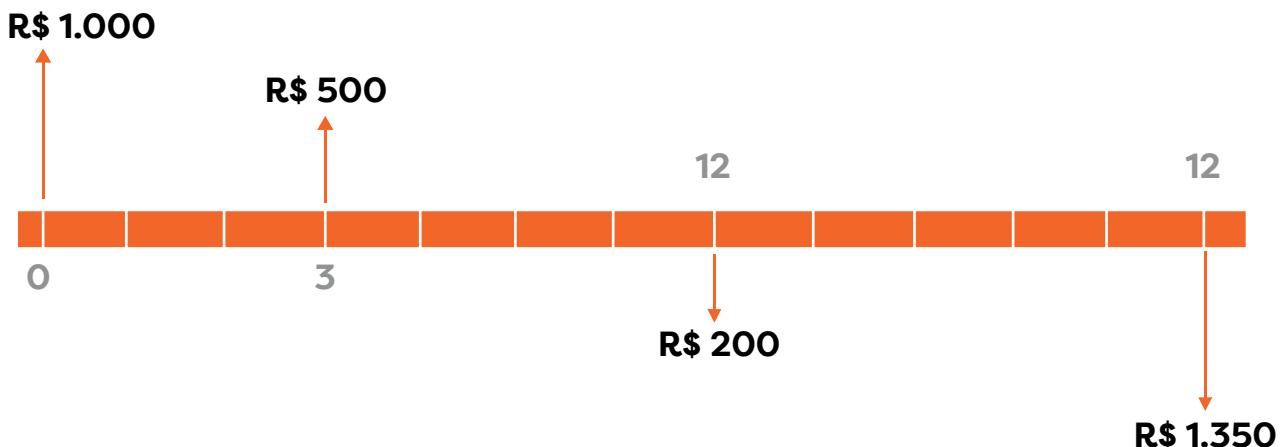
**Juros:** Taxa que determina o valor do dinheiro no tempo.

**Valor presente:** Quanto o dinheiro vale hoje.

**Valor futuro:** Quanto o dinheiro valerá no futuro.

Para ilustrar o fluxo de caixa nós precisamos imaginar uma reta que representa quanto de tempo esse fluxo tem, ela pode ser diária, semanal, mensal, trimestral, enfim, de várias unidades de medida temporais diferentes.

As setas para baixo representam as saídas de dinheiro (sempre um valor negativo) e as setas pra cima as entradas de dinheiro no fluxo (sempre um valor positivo).



Nesse caso, o tempo do fluxo de caixa são 12 meses, ou seja, 1 ano. E nos momentos 0 e 3 houve uma entrada no fluxo de 1000 reais e 500 reais respectivamente, seguidos de duas saídas nos momentos 7 e 12 de 200 reais e 1350 reais

Agora vamos pro primeiro exemplo na prática de como trazer esse valor futuro para o valor presente.

**Nesse primeiro exemplo** não vou utilizar o fluxo de caixa, já que não temos entradas e saídas do fluxo, apenas queremos trazer um valor final ao valor presente.

Usando a fórmula:  **$VF = VP (1+i)^n$**

- > Se você quer ter 10 mil reais como valor final (VF)
- > A taxa de juros é de 5% ao ano (i)
- > O período de análise é de 6 anos (n)
- > Quantos reais você precisaria ter como valor presente? (VP)

## USANDO A FÓRMULA VEREMOS QUE:

$$10.000 = VP \cdot (1+0,05)^6$$

$$10.000 = VP \cdot 1,3401$$

$$VP = 7462,15$$

Ou seja, o valor futuro de 10 mil reais, utilizando 5% de taxa de juros anual e 6 anos de análise, teria um valor presente de 7462,15 reais.

Agora vamos para outro exemplo, mas usando o conceito de entradas e saídas no fluxo de caixa.

### Imagine um fluxo de caixa:

- Que você quer saber quanto é o seu valor presente (VP)
- A taxa de juros é de 10% ao ano (i)
- O período de análise é de 30 anos
- Teve uma saída no momento 0, de 500 reais
- Uma entrada no momento 2, de 100 reais
- Uma entrada no momento 30 de 1500 reais

Para calcular o valor presente vamos usar a fórmula:  $M = C(1+i)^n$

**M** = Montante em determinado período

**C** = Valor presente que você quer descobrir

**I** = taxa de juros

**N** = unidade de tempo

### No momento 2 teremos:

$$100 = C \cdot (1 + 0,1)^2$$

$$C = 82,64$$

### E no momento 30 teremos:

$$1500 = C \cdot (1 + 0,1)^{30}$$

$$C = 85,96$$

**Conclusão:**  $82,64 + 85,96 - 500 =$  prejuízo de 331,4 reais.

Trazendo a valor presente percebemos que os juros afetam o valor do dinheiro no tempo, nesse caso, 85,96 reais daqui a 30 anos serão 1500 reais, e 85,96 reais daqui a 2 anos serão 100 reais.

Uma pessoa sem esse conhecimento faria essa conta somando 1500 reais + 100 reais – 500 reais = lucro de 1100 reais, porém essa conta está errada!

Então, pra que você entenda o valor do dinheiro no tempo, é extremamente importante que você entenda bem esse conceito.

**Isso vai te ajudar a calcular o valor das empresas e saber quanto que vale pagar por elas não apenas no futuro, mas também no PRESENTE!**

## NFTS E METAVERSO

A ostentação faz parte da vida de muitas pessoas, principalmente dos super-ricos, que exibem suas mansões, carros de luxo, coleções, roupas caras, entre outros.

Muitas vezes, essa ostentação acontece para se integrar a um grupo ou para simplesmente se associar a um clube. O networking com jogadores de golfe, por exemplo, pode alavancar o crescimento da sua empresa. Agora imagina quanto pode valer o acesso a um clube onde podemos ter contato com diversos famosos? Para muita gente, isso pode não ter preço.

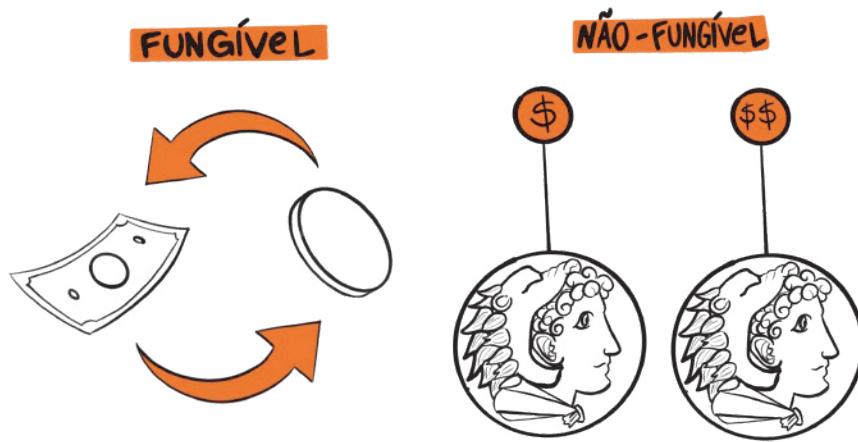
Nos dias de hoje, esse contato certamente está bem restrito, nos levando para um mundo cada vez mais virtual, mas todo esse processo foi gradativo, começando na época da televisão, depois veio o computador, e, agora, o celular.

A pandemia nos obrigou o fazer isolamento social e, consequentemente, aumentou o contato apenas pela internet. Com isso, um bem digital hoje em dia é mais visualizado do que um bem físico e, portanto, toda essa ostentação está indo para o digital.

Mas os NFTs não são só isso. Os jogos também estão ganhando força nesse setor, mas, no futuro próximo, muitas outras funcionalidades podem se propagar, desde benefícios exclusivos, como acesso a restaurantes, até participação de lucros nas DAOs (**sigla em inglês de Organizações Autônomas Descentralizadas**).

# O que é um NFT?

NFT é a sigla para non-fungible token, ou token não fungível, na tradução livre. Ok, acho que, mesmo com o nome em português, isso continua não fazendo sentido. Então, vamos começar a detalhar as coisas para explicar melhor: o que é essa tal de “fungibilidade”, por exemplo?



As cédulas de dinheiro são ativos fungíveis, pois podem ser trocadas de igual para igual. Agora, pense em duas moedas raras, aquelas que são artigos de colecionadores. Provavelmente não serão passíveis de troca entre si por mais semelhante que elas sejam, já que seu valor depende de diversos fatores, como sua conservação, número de série, ano de fabricação, entre outros.

Essa incompatibilidade na troca significa que o ativo não é fungível. Em outras palavras, estamos falando de algo insubstituível. Por mais parecido que dois itens possam ser, os ativos não fungíveis não podem ser trocados de forma equivalente.

Assim, os NFTs são ativos digitais que podem representar bens reais, como obras de arte, crachás, fotos, mas também podem ser puramente digitais, tal qual itens de jogos, músicas exclusivas, um vídeo curto, figuras colecionáveis ou simplesmente uma imagem informativa como uma carteirinha de vacinação. Não existem dois NFTs iguais, são ativos únicos, verificáveis e armazenados com total segurança no blockchain. Da mesma forma, não podem ser editados ou duplicados.

### **Mas o que você realmente possui quando compra um NFT?**

Ao contrário do que muitos pensam, você não tem os direitos autorais ou a propriedade legal sobre o ativo, do mesmo jeito que você não pode reproduzir livremente o conteúdo de um livro só porque você o comprou. Apenas alguns projetos realmente liberam a arte para ser usada pelos proprietários como bem entenderem, mas geralmente não é assim.

Outro ponto é que, por mais que o ativo seja representado por uma simples imagem ou música, o NFT não é a mídia em si. Do mesmo jeito que na sua carteira você não guarda os BTCs, e sim as chaves de acesso a eles, o que você realmente compra em um NFT são as chaves de acesso àquela determinada imagem, que são únicas e a que só você tem acesso.

Inclusive, ser única é uma das suas principais vantagens. Frequentemente o mercado de cripto foca em uma estratégia de ativos digitais escassos. E, por existirem poucas unidades, possui um valor, que é garantido pela sua autenticidade e rastreabilidade, pois todos esses dados ficam registrados no blockchain.

Por outro lado, alguns projetos liberam a propriedade da arte digital e até mesmo permitem participar da comunidade, dando sua opinião sobre como o tesouro será investido, votar nas estratégias de marketing, participar de eventos tanto digitais quanto presenciais, entre outros.

## NFTs BÁSICOS

Os CryptoPunks foram a primeira geração de NFTs da rede da Ethereum e, consequentemente, a primeira leva de NFTs super caros do mercado.

Depois de exercer longa dominância do mercado, os CryptoPunks encontraram um concorrente à altura, os Bored Apes Yacht Club (BAYC). Começaram a ser vendidos por apenas 0,08 ETH (em torno de R\$ 1.100 na época), mas chegaram a ser negociados em valores superiores ao dos CryptoPunks, atingindo milhões de reais.

Diversos famosos do esporte compraram seus Apes para usar como foto do perfil nas suas redes sociais, como Mark Cuban, dono do time de basquete Dallas Mavericks, o ex-astro da NBA Shaquille O'Neal e, novamente, Serena Williams. Em Jan/22, até Neymar Jr. entrou na onda e comprou o BAYC #6633 a seguir.



Outro ponto é que, por mais que o ativo seja representado por uma simples imagem ou música, o NFT não é a mídia em si. Do mesmo jeito que na sua carteira você não guarda os BTCs, e sim as chaves de acesso a eles, o que você realmente compra em um NFT são as chaves de acesso àquela determinada imagem, que são únicas e a que só você tem acesso.

## NFT DE JOGOS

De forma geral, os NFTs que são meramente imagens não possuem uma aplicação real. Já os NFTs de jogos, sim, são ativos utilizados para algum fim.

O mercado de jogos play-to-earn certamente é hoje a principal aplicação dos NFTs. Mas, do mesmo jeito que houve casos de sucesso como o Axie infinity, Blankos e agora o Thetan Arena, também há registros de casos de fracasso como Plant vs Undead, CryptoBlades e SquidGame.

Nos jogos, geralmente não existe um time anônimo, então, se tiver, desconfie. Isso porque, nos NFTs que são meramente imagens, “qualquer um” pode criar; já nos jogos o processo é mais demorado e precisa de um time mais experiente. Nesse caso, a estratégia é mostrar a credibilidade dos fundadores para atrair investidores institucionais, parceiros estratégicos e, claro, jogadores.

Também é importante analisar cuidadosamente o modelo econômico do projeto para saber o quanto sustentável ele é. Geralmente existem dois tokens, um que é negociado no jogo em si e outro que representa o projeto.

Uma dica é: se o jogo tiver um design extremamente simples e estiver pagando muito bem, desconfie, ele deve durar pouco tempo, pois deve realmente se aproximar de um esquema de pirâmide.

Portanto, quanto mais complexo o modelo econômico, melhor design, maior o tempo de desenvolvimento antes do lançamento, maior o investimento inicial do jogador e realmente depender da habilidade do jogador, mais confiável ele será.

## METAVERSO

O metaverso pode ser visto como o próximo passo da nossa evolução natural de processar e fazer as coisas. Você com certeza percebeu que nesses últimos 20 anos as coisas mudaram drasticamente, com a popularização dos smart phones e dos serviços digitais principalmente. O ponto é, passamos muito mais tempo agora na internet e no celular do que a alguns anos atrás. E da mesma forma que o nosso tempo conectado a essas tecnologias tende a aumentar, os aparelhos usados por nós tendem a serem aprimorados (cada vez mais rápido) também, criando experiências digitais cada vez mais completas e imersivas. A coexistência do nosso mundo físico juntamente as centenas de experiências digitais é conhecida como metaverso.



Fonte: Sandbox.game

Portanto, você poderá se divertir passeando livremente por esse mundo, visitar seus pontos turísticos, ganhar cripto jogando com seus amigos ou interagir com suas marcas favoritas.

Caso prefira, você também pode “ter seu próprio negócio”, atraindo pessoas para seu espaço – um minigame, espaço temático, eventos virtuais, entre outros. Aqui terá que soltar a imaginação.

Diferentemente do que temos hoje, com Facebook ou Instagram, em que somos praticamente obrigados a ver somente o que essas redes sociais julgam ser mais interessante para a gente, em um metaverso podemos escolher livremente onde frequentar.

## Principais características do Metaverso

O Sandbox é um ambiente com diversas possibilidades de aplicações. Podemos dividi-lo entre as principais categorias, como games, marketplace de NFT, terras e rede social – tudo ao mesmo tempo.

Enquanto seu amigo ou sua amiga está jogando, você pode passar do lado dele(a) simplesmente andando pelo mapa.

## Ecossistema do Metaverso

O Sandbox é uma plataforma completa, que busca a imersão em um metaverso para diversas funcionalidades. Além de poder ganhar dinheiro simplesmente jogando – ou criando seus jogos –, você também terá a possibilidade de criar e vender seus NFTs no marketplace. No início, o próprio Sandbox comprava simples NTFs por US\$ \$60.

Inclusive pode haver diversas formas de monetização, além do ganho em cripto por tarefas básicas no jogo. Você também pode ganhar prêmios em NFT, que podem ser vendidos.

É justamente essa possibilidade de permitir ganhar dinheiro com o jogo. Mesmo que não seja tão desenvolvido, os jogos “play to earn” vão conquistar grande parte do mercado.

Além desses modelos citados, muitas maneiras ainda podem ser inventadas. No jogo Star Atlas, por exemplo, nos clãs maiores, cada pessoa que jogar terá uma função, como financeira, negociadora, pirata, treinadora, entre outros. Todos serão remunerados por suas funções e, portanto, será realmente um trabalho de gestão do clã.

## Funcionalidades variadas das NFTs

Certamente os NFTs são mais do que simples ostentação. Quanto custa fazer parte desse seletí grupo de artistas? Quanto custaria participar de um evento no qual só quem tem um BAYC pode participar? O NFT pode te dar acesso a uma grande gama de famosos, fazer um networking de outro nível e abrir portas para alavancar seu negócio.

Em outro caso mais simples, quem sabe poder ir de graça a todos os próximos shows do seu artista favorito ou até acessar os bastidores? Também podemos aplicar em programas de fidelidade de um restaurante ou hotel.

Veja que nem tudo é relacionado ao mercado de arte. Basicamente, a ideia do NFT é ser aplicado a algo único, exclusivo, como por exemplo uma carteira de vacinação, o documento do carro, o crachá da empresa, carteirinha do clube e, no futuro, quem sabe, até um documento de identidade e passaporte.

Atualmente também é muito utilizado como estratégia de marketing, pois o NFT pode ser criado com baixo custo e distribuído de forma bem rápida para os clientes. O marqueteiro mundialmente famoso Gary Vee adotou essa estratégia para divulgar o restaurante Flyfish Club, em Nova York (EUA), o primeiro do mundo que poderá ser frequentado apenas por quem possuir um NFT emitido por eles.

No dia 7 de janeiro de 2021, foram vendidos 1.500 NFTs por cerca de US\$ 8 mil cada, e o restaurante só deve começar a funcionar ano que vem. Esse é o preço para poder participar dessa experiência gastronômica única, mas claro que o NFT não te isenta de pagar a conta.

Outra aplicação é o caso da revista Time, que disponibiliza o conteúdo do site para quem possuir o NFT, dará prioridade para os próximos lançamentos e até criará eventos exclusivos para seus “assinantes”.

Além de esses ativos serem únicos, eles conseguem ter toda a segurança e credibilidade, pois podem ser verificados diretamente no blockchain.

### **Alguns fatores para analisar projetos de NFTs:**

- Em qual rede o NFT foi criado? Na Ethereum? Cardano? Polygon? De forma geral, quanto maior o valor da rede, mais seguro o projeto.
- Quem o criou? Além de mostrar a credibilidade, também temos uma noção do quão rápido o projeto pode evoluir e seu potencial de fazer novas parcerias. Hoje em dia muitos times adotam a estratégia de anonimato e, portanto, deve-se tomar muito mais cuidado. Nesses casos, vale analisar com atenção quem aderiu ao projeto ou seus parceiros de divulgação.
- Análise da comunidade. O Twitter é a maior referência do mercado, em que, além de procurar novos projetos, é possível estimar o interesse do público pelo número de seguidores, quem está retwittando o projeto, quem está utilizando como foto do perfil e a interação nos comentários para que ninguém se deixe levar apenas por número de seguidores falsos. Essa adesão do mercado certamente é um fator decisivo na escolha, pois indica o interesse do público pelo ativo.
- Número de ativos da coleção. A estratégia de um número máximo de ativos é o padrão do mercado, que geralmente fica por volta das 10 mil unidades. Quanto menos unidades, maior sua escassez e, consequentemente, maior potencial de valorização.

- Raridade. Cada projeto define uma estratégia para diferenciar seus ativos. Quanto mais rara a característica de um ativo, seja a cor, item ou raça, mais valioso ele é, mesmo sendo da mesma coleção. Para facilitar a análise da raridade, utilize o site *rarity.tools*. Basta escolher o projeto de interesse e depois ordenar por raridade.
- Volume negociado. A movimentação do ativo demonstra o interesse do mercado e também ajuda na hora de comprar ou vender o ativo, pois nesse mercado há pouca liquidez, o que é indispensável caso você queira apenas especular no preço.
- Objetivo do projeto. Caso você não esteja preocupado ou preocupada com o preço do ativo no curto prazo e não liga tanto para sua estética, pode analisar sua causa, assim como nos projetos que apoiam as instituições de caridade, ou quem sabe participar de uma DAO.
- Outras características que também devem ser analisadas é se o road-map do projeto está compatível com seu interesse, se a distribuição não está concentrada nas mãos de poucos e o número de série do ativo, pois, quanto menor, tende a ser mais valioso.

Como é possível ver, esse é um mercado muito complexo, cheio de detalhes e é necessário muito estudo de cada projeto antes de investir nele. Além desses riscos, há de se citar o risco de código, que ocorreu recentemente até mesmo no Sandbox, que precisou trocar de smart contract. Portanto, se até projetos maiores e já consolidados estão sujeitos a erros, imaginem os projetos menores em etapa inicial.

## Os golpes mais freqüentes

Com o crescimento do mercado e agora que ele tem chamado mais atenção do que nunca, os golpes estão cada vez mais frequentes e mais bem elaborados.

O mais comum, provavelmente, é o phishing, que basicamente direciona a vítima para um site malicioso que solicita as palavras de segurança da sua carteira ou pede para você simplesmente conectar sua carteira no site. Essa abordagem pode ocorrer tradicionalmente por e-mail, por Telegram ou Discord. Portanto, nunca forneça suas palavras-chave e só entre em sites confiáveis e que sejam divulgados por perfis oficiais nas redes sociais ou em sites conhecidos como o CoinMarketcap ou o Dappradar.

Também podem ocorrer vendas de mentira, em que você simplesmente paga e não recebe o ativo. Muitas dessas vendas são propagadas por perfis falsos de famosos nas redes sociais, portanto, sempre que não for divulgado por um perfil verificado, ignore.

Um caso mais bem elaborado são os NFTs que supervalorizam artificialmente, pois sofrem a variação de preço provocado por um grupo de pessoas que se juntam para aumentar o preço do ativo em um curto espaço de tempo. Esse movimento de alta atrai investidores desavisados que acabam comprando enquanto os golpistas aproveitam para se desfazer de suas posições. Portanto, quanto mais bem distribuídos os ativos entre os investidores, mais seguro ele é, pois diminui o risco de poucos investidores estarem manipulando o preço do ativo.

Já os NFTs falsificados são criados por contas não verificadas. Logo que você busca o NFT desejado, sempre verifique o selo azul de conta verificada. O selo também aparece no anúncio do NFT.



fonte: Opensea

Caso o projeto seja extremamente novo ou pequeno, provavelmente não terá essa verificação. Nesses casos, procure o perfil oficial no Twitter ou o site oficial para ser direcionado à coleção correta do projeto.

Outro risco é você participar de uma venda inicial malsucedida de algum projeto. Nesse caso, talvez os criadores até podem ter boas intenções, mas a frustração de poucas vendas pode fazê-los abandonarem o projeto e o valor do ativo ir praticamente a zero.

# FUNDOS DE INVESTIMENTO

## Princípios para uma carteira de fundos saudável

### 1. Ter uma reserva de emergência e respeitar os prazos

- **Reserva de Emergência:** Dinheiro que pode ser usado a qualquer momento (pelo menos 6 meses do seu custo mensal);
- **Fundos de crédito privado pós-fixado:** Não investir o dinheiro que pode ser necessário em menos de 6 meses;
- **Fundos multimercados:** Não investir o dinheiro que pode ser necessário em menos de 3 anos;
- **Fundos de ações:** Não investir o dinheiro que pode ser necessário em menos de 5 anos;
- **Fundos de proteção:** Investir sempre que estiver investindo em Fundos multimercados e Fundos de ações.

### 2. Pagar barato nos fundos passivos, buscar qualidade nos fundos ativos

#### - Escolha por preço:

- Fundo para reserva de emergência;
- Proteções: fundos de ouro e dólar.

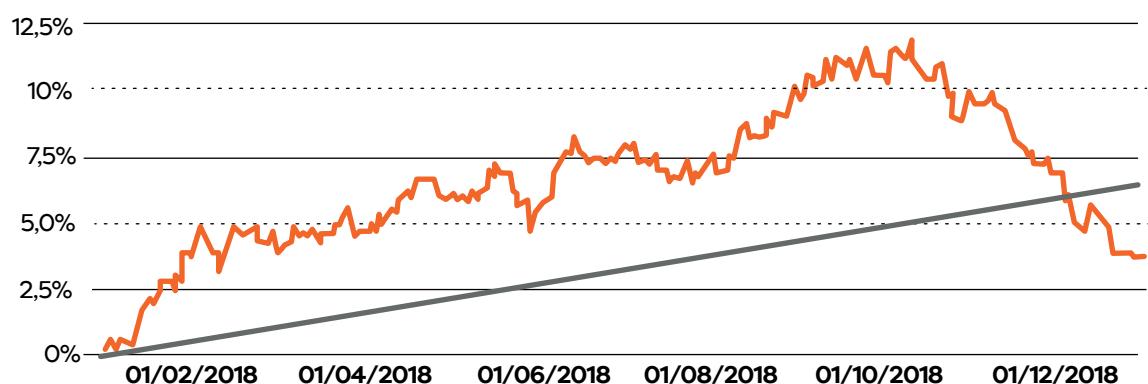
#### - Escolha por qualidade:

- Fundos de crédito: de preferência com taxa menor do que 1% a.a.;
- Fundos multimercado: Padrão 2% a.a. + 20% de performance;
- Fundos de ações: Padrão 2% a.a. + 20% de performance.

### 3. Olhar retorno, sim! Mas em janelas móveis longas

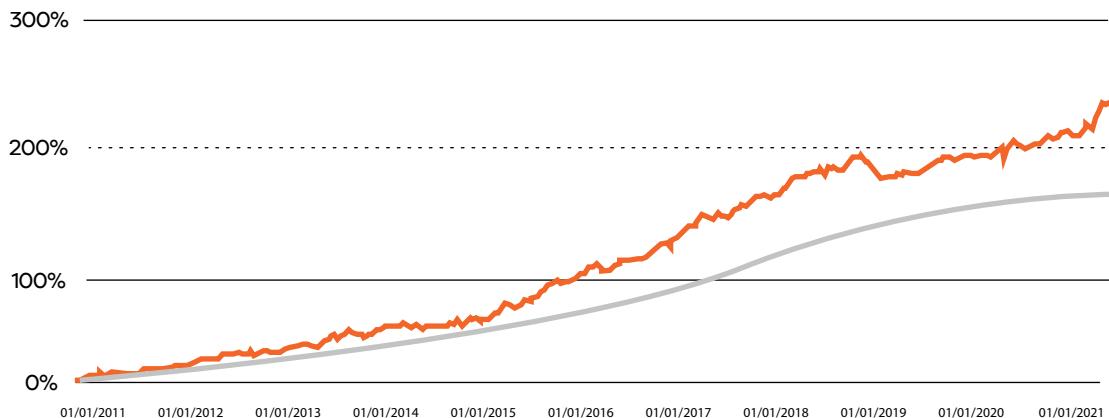
Você compraria esse fundo?

Retorno acumulado  
1/1/2018 até 31/12/2018 (diária)



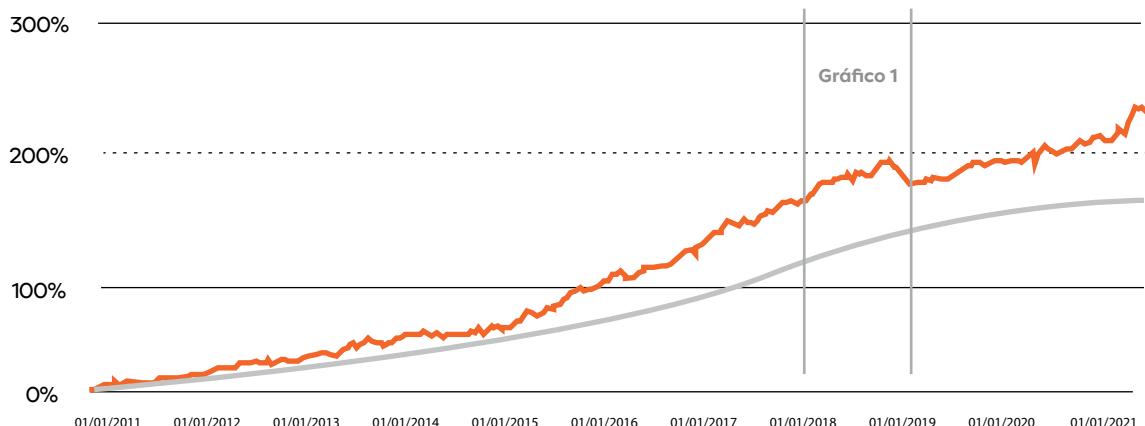
**E nesse fundo você investiria?**

**Retorno acumulado**  
2/12/2010 até 14/04/2021 (diária)



**Saiba que esses gráficos são do mesmo fundo!**

**Retorno acumulado**  
2/12/2010 até 14/04/2021 (diária)



Melhor ainda do que retorno consolidado é olhar janelas móveis – de três anos no caso de um multimercados.

#### 4. Considerar critérios qualitativos

- Qualidade da equipe;
- Filosofia de investimento;
- Diferenciação;
- Diversidade de estratégias;
- Postura em relação ao investidor pessoa física;
- Aprendizado com erros passados;
- Forma de lidar com o risco;
- Comunicação;
- Intuição

## 5. Amar a carência

### - Aprovar carência curta:

- Fundo para reserva de emergência;
- Proteções: fundos de ouro e dólar;

### - Reprovuar carência curta:

- Fundos de crédito: de preferência mais de 45 dias;
- Fundos multimercado: 30 dias ou mais
- Fundos de ações: 30 dias ou mais (nos que investem de forma relevante em small caps, mais)

## 6. Buscar estratégias menos correlacionadas entre si

- A correlação diz muito sobre o passado, mas pouco sobre o futuro. Por isso, busque identificar para onde os gestores estão indo e quais são suas maiores expertises.

## 7. Evitar concentração e diluição excessiva

- Não há fórmula mágica, mas siga algumas regras de bolso:
- Evite superar 10% do patrimônio em um único fundo.
- Busque ter ao menos três fundos nas fatias frágeis: crédito privado, multimercados e fundos de ações.
- Ultrapasse seis fundos em uma determinada fatia apenas em caso de oportunidade de entrada em gestores excepcionais e/ou com estratégias diferenciadas.

*P.S.: Quando começamos a investir, normal que as regras de bolso 1 e 2 sejam desrespeitadas. A carteira tende a ficar mais volátil e, por isso, lembre-se de respeitar a reserva de emergência.*

## 8. Abraçar os desprezados

- Na dúvida, incline-se contra o vento. Lembre-se: os mercados são cílicos e gestores com diferentes expertises são melhores em diferentes etapas do ciclo.

## 9. Buscar fundos que têm defesas, mas não delegar a proteção

- Se você não se preocupa com o seu dinheiro, não espere que um gestor faça isso por você. Proteja seu próprio patrimônio.

## **10. Ter disciplina: reequilibrar a carteira o mais rápido possível**

- Voltar aos percentuais originais;
- Quando entrar dinheiro novo;
- O quanto antes quando houver uma forte alta ou uma forte queda no mercado;
- No mínimo a cada 6 meses.

**“NÃO SE DESPERE E SAIA VENDENDO TUDO NO ESTRESSE NEM SE DESLUMBRE E SAIA COMPRANDO TUDO NO MOMENTO DA ALTA.”**

## PREVIDÊNCIA PRIVADA

O melhor investimento que você pode fazer é numa previdência privada e eu vou te provar o porquê disso.

Quando você investe em qualquer coisa, você paga imposto. Você paga imposto sobre o lucro de ações, FIIs, títulos de renda fixa. Se você investe em fundos de investimento, você paga o come-cotas.

E o problema que esse é um dinheiro que não volta pra você. Os impostos têm um efeito destrutivo no seu patrimônio pensando numa janela de longo prazo.



A previdência privada é uma aposentadoria que não está ligada ao sistema do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). São formas de poupar para complementar a aposentadoria oficial ou para atingir objetivos de longo prazo.

Antes de tomar decisões na hora de investir, temos que sempre olhar para 8 pontos em uma Previdência Privada:

## **1) Tábuas atuariais**

Temos vamos morrer. Existe uma tábuas atuariais em cada previdência que tenta estimar a sua expectativa de vida.

Antigamente, as melhores tábuas atuariais eram as "AT-2000 E AT-83", pois elas não eram reajustadas conforme a expectativa da população aumentava.

No momento que essas previdências começaram a ter prejuízo, foi a primeira vez que os bancos ligaram em massa para seus clientes oferecendo uma "previdência melhor"

Hoje, a principal tábuas atuariais é a BR-EMS. Se possível, tente encontrar uma tábuas atuariais diferente.

## **2) Taxa de administração**

Valor cobrado sobre o total aportado (semelhante a um fundo de investimento).

## **3) Taxa de performance**

Valor cobrado sobre o desempenho acima de um índice (semelhante a um fundo de investimento)

## **4) Taxa de carregamento**

Valor cobrado sobre o aporte (Abusivo! Não aceite esse tipo de taxa numa previdência)

Exemplo: Se você aplicar R\$500,00 por mês em uma previdência, com a taxa a 5%, a cada aplicação que fizer, eles vão pegar 5% de cada aplicação, ou seja, 25 reais por mês fica para o banco.

## 5 - Tabela Progressiva vs. Tabela Regressiva

**Tabela Progressiva:** Quanto maior o valor investido, mais imposto você paga

Até 1.637,11 - **0%**

De 1.637,12 até 2.453,50 - **7,5%**

De 2.453,50 até 3.271,38 - **15%**

De 3.271,39 até 4.087,65 - **22,5%**

Acima de 4.087,65 - **27,5%**

**Tabela Regressiva:** Quanto mais tempo você investe, menos imposto você paga

Até 2 anos - **35%**

Entre 2 e 4 anos - **30%**

Entre 4 e 6 anos - **25%**

Entre 6 e 8 anos - **20%**

Entre 8 e 10 anos - **15%**

Acima de 10 anos - **10%**

Opte pelas tabelas regressivas. Afinal de contas, você quer investir pro longo prazo.

## 6) VGBL vs. PGBL

### VGBL: Vida Gerador de Benefícios Livres

IR incide sobre o lucro

### PGBL: Plano Gerador de Benefícios Livres

IR incide sobre o valor total (e não apenas sobre o lucro).

Então, você deve concluir que o VGBL é mais vantajoso, certo? **Errado!**

A grande vantagem do PGBL (e é o que faz esse ser o melhor investimento para o próximo ano) é o fato de você poder abater até 12% da sua base de cálculo na hora de declarar seu imposto de renda.

Por isso que você precisa fazer esse investimento até o último dia desse ano: para que você possa já aproveitar esse benefício

**Exemplo:** Aplicou: 100 mil - Resgatou: 110 mil reais

- Paga o imposto apenas sobre o lucro: 10 mil reais.

No PGBL, você paga imposto sobre o TOTAL da sua aplicação, caso resgate;

**Exemplo:** Aplicou: 100 mil - Resgatou: 110 mil reais

- Pagará imposto apenas sobre o lucro total do dinheiro: 110 mil reais

Esse benefício fiscal permite deduzir até 12% da sua base de cálculo do imposto de renda.

**Exemplo:** Se for declarar um Imposto de renda de 100 mil reais, podendo investir até 12% desse 100 mil (12 mil reais) em PGBL, pagará menos IR.

Supondo que nesse caso pagaria 27,5% de imposto sobre o 100mil reais, sendo deduzido 12 mil reais como investimento, você estará agora pagando um imposto sobre (100 mil - 12 mil) 88 mil reais.

Então, além de economizar no imposto, esse dinheiro renderá por você.

Você pode aplicar por ano, até 12% da sua base do cálculo, com aplicações mensais, mas sem ultrapassar o 12% ao ano, para não queimar dinheiro.

As últimas duas coisas para se observar numa previdência:

## 7) Taxa de excedente

Quando você converte seu patrimônio em renda, seu dinheiro agora é do banco, mas ele te paga um salário. Ele te repassa tudo um percentual do que EXCEDER o que te paga.

Essa taxa varia de 0 a 100%. Geralmente os bancos vendem previdência em que sua taxa de excedente é de 0%.

**Exemplo:** Se investir 1 milhão de reais, o banco te pagaria R\$ 5.000 de salário. Nesse contexto, se o banco investir 1% ao mês, o banco terá 10 mil reais de rendimento, e nos pagaria R\$ 5.000 reais.

Se fosse uma taxa de Excedente de 50%, você receberia R\$ 2.500 a mais, ou seja, receberia R\$ 7.500 de salário

## 8) Juros na conversão

Quando você converter sua previdência em renda (se fizer), você vai ter uma taxa de juros **A MAIS!**

**Exemplo:** Quando a taxa está a 0%, nada mudaria, e é a taxa que os bancos geralmente estabelecem. Se a taxa de juros na conversão for 3%, convertendo R\$1 milhão em renda, daria **R\$5.000** de salário + **R\$30.000** ao ano.

Se você olhar pra todas essa coisas e escolher a melhor previdência, você vai ter nas mãos o melhor investimento para o longo prazo. Muito menos pela questão da rentabilidade, mas principalmente pela quantidade de dinheiro que você deixa de perder com os impostos que são cobrados ao longo da sua vida.

| APOSENTADORIA                       |  | RENDIMENTO VITALÍCIA                             | RENDIMENTO PERIÓDICA                            |
|-------------------------------------|--|--|---|
| COMO FUNCIONA                       |  | paga todo mês, reajustado ao menos pela inflação | pode resgatar a cada 60 dias                    |
| MORRER EM 1 ANO DEPOIS DA CONVERSÃO |  | Dinheiro fica para seguradora                    | dinheiro vai para herdeiros                     |
| VIVER 150 ANOS...                   |  | seguradora paga até fim da vida todo mês         | se não estiver organizado, pode faltar dinheiro |

# INVESTIMENTOS INTERNACIONAIS

É impossível compreender a importância dos investimentos internacionais sem antes entender os princípios da diversificação.

## O que é a diversificação?

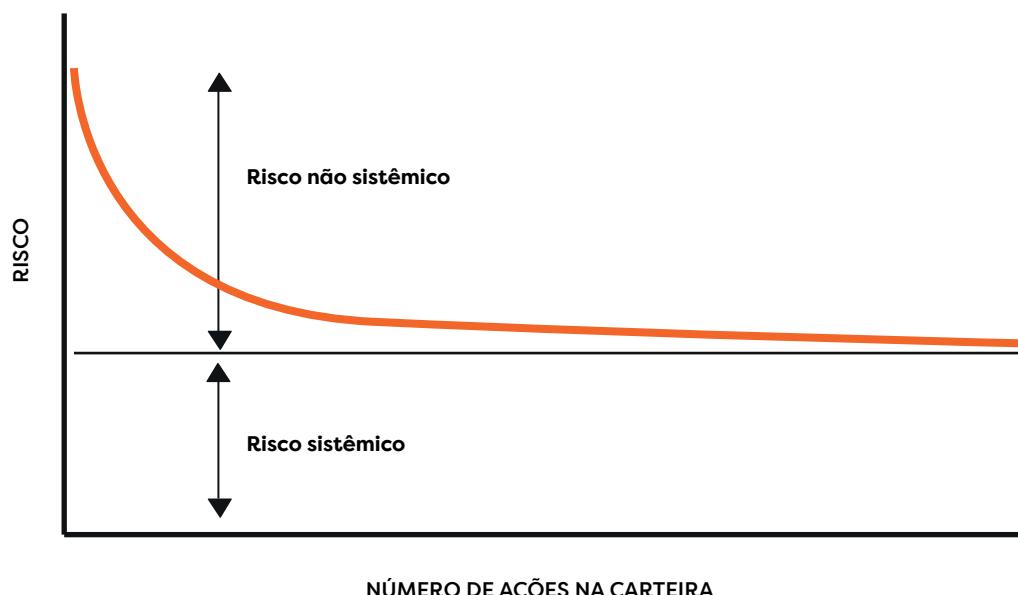
### A DIVERSIFICAÇÃO É UM EXERCÍCIO DE AUTOPERDÃO E HUMILDADE

Autoperdão para nos darmos o direito de errar sem sermos muito prejudicados. E humildade para admitirmos que até as nossas maiores convicções podem estar erradas.

### OS BENEFÍCIOS DA DIVERSIFICAÇÃO

A diversificação te protege dos 2 tipos de risco: o risco sistêmico e o risco não sistêmico.

O risco não sistêmico é aquele que afeta um setor ou empresa em específico. Por outro lado, o risco sistêmico é também chamado risco de mercado, já que pode afetar o sistema econômico como um todo.



MENTORIA

Quanto mais ativos na sua carteira, mais protegido você está, certo? ERRADO!

***“Ampla diversificação só é necessária quando os investidores não sabem o que estão fazendo.”***

**WARREN BUFFETT**



Qual a diferença entre ter 100 ou 1000 ações na sua carteira? NENHUMA!

Não confunda DIVERSIFICAÇÃO com PULVERIZAÇÃO!

Pra identificar a diversificação ideal, você precisa compreender as 3 camadas de risco:

### 1ª CAMADA: ENTRE ATIVOS

Ao invés de apostar todas as fichas numa única ação, considere se expor a ativos diferentes.

Observação: Nem sempre um número maior de ações é sinônimo de diversificação. Observe esse exemplo do preço das ações de ITUB4 e BBDC4.

Historicamente, elas apresentaram comportamentos semelhantes. Portanto, ter mais ativos na carteira nem sempre é sinônimo de diversificação.



**Fonte: Status Invest**

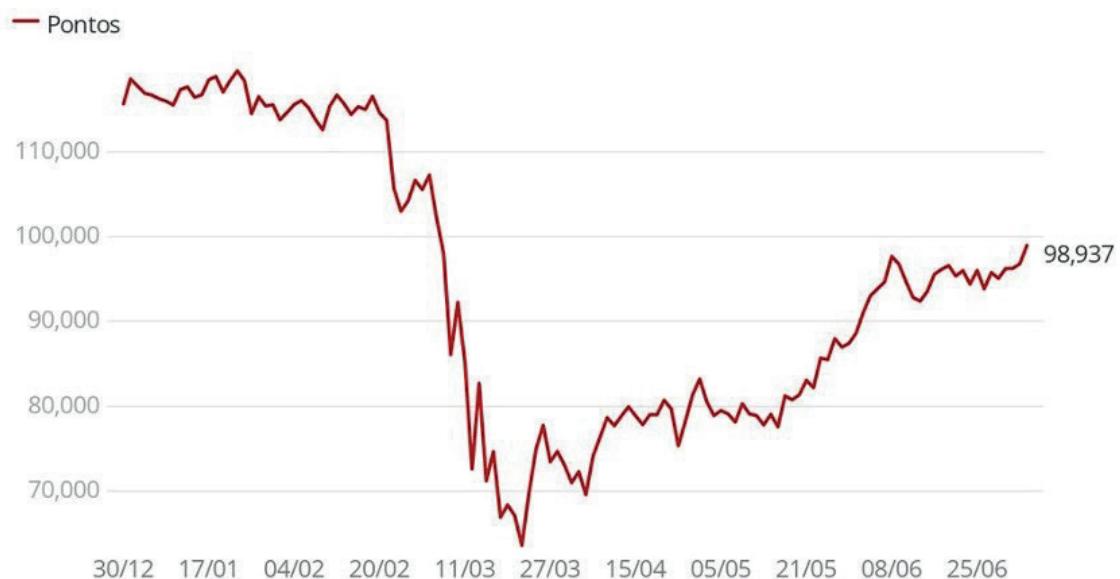
**Solução:** Investir em diferentes setores e buscar proteção com a segunda camada de risco.

## 2ª CAMADA: ENTRE CLASSES DE ATIVOS

Observe a trágica variação do Ibovespa em 2020 durante uma das maiores crises da década:

### VARIAÇÃO DO IBOVESPA EM 2020

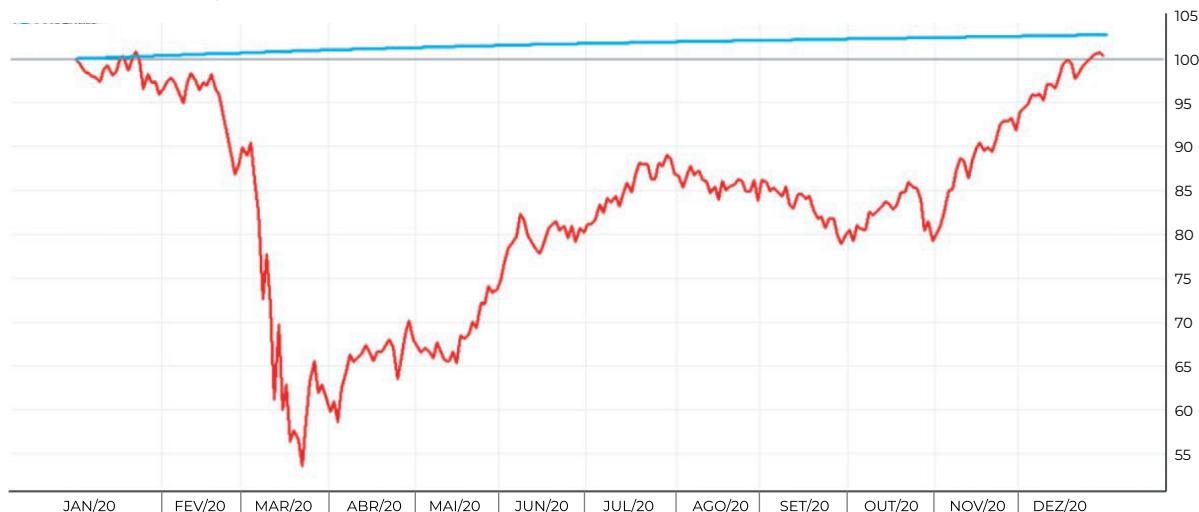
*Pontuação de fechamento*



**Fonte:** B3

Por mais que todas as ações possam sofrer nas grandes crises, sempre há uma forma de se proteger. Até mesmo em uma das piores crises da década, a Renda Fixa se manteve estável:

CDI Acumulado    Ibovespa



Portanto, diversificar entre classes de ativos te protege dos mais variados cenários. E é aí que entra a **METODOLOGIA DA A.R.C.A.**

*Recapitulando...*

## METODOLOGIA DA A.R.C.A.

- AÇÕES E NEGÓCIOS
- REAL ESTATE
- CAIXA
- ATIVOS INTERNACIONAIS

**Agora imagine o seguinte cenário:**



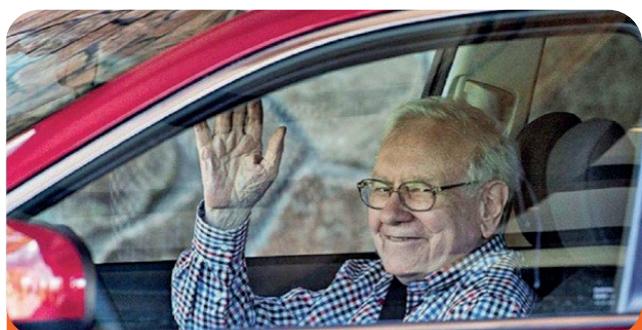
Esse é o Rolls-Royce Ghost, um carro avaliado em mais de \$300K.



Warren Buffett tem um patrimônio avaliado em \$100B. Ele poderia comprar mais de 333 mil carros como esse.



Mas e se Warren Buffett fosse venezuelano e tivesse 100B apenas na sua moeda local?



Ele teria que um patrimônio de \$225K e teria que se contentar com um carro mais barato.

MENTORIA

DO MIL AO  
**MILHÃO** 4.0

## Por isso, a 3<sup>a</sup> camada de risco diz respeito à **DIVERSIFICAÇÃO ENTRE PAÍSES** **VANTAGENS DA DIVERSIFICAÇÃO INTERNACIONAL**

### 1) Independência da sua moeda local

Como nesse exemplo do Warren Buffett venezuelano, você não quer ter o azar de estar num país onde sua moeda desvaloriza num ritmo tão acelerado. Detalhe importante... esse problema está longe de ser exclusivo da Venezuela:

**Real é a moeda com o pior desempenho no mundo em 2020;**

*Fonte: G1*

### 2) Bolsas mais maduras

As bolsas internacionais, (em especial, a Americana) são mais maduras. São duas bolsas de valores (a NASDAQ e a NYSE) que, juntas, possuem mais de 5 mil empresas negociadas.

#### NASDAQ

A NASDAQ (acrônimo de National Association of Securities Dealers Automated Quotations) é um mercado de ações automatizado norte-americano onde estão listadas mais de 3.000 ações de diferentes empresas, em sua maioria de pequena e média capitalização. É o segundo maior mercado de ações em capitalização de mercado do mundo, depois da Bolsa de Nova York. A NASDAQ caracteriza-se por reunir empresas de alta tecnologia em eletrônica, informática, telecomunicações, biotecnologia, e outras áreas similares e afins.

#### NYSE

Criada em 1792, e com mais de 2.900 ações de diferentes empresas, a New York Stock Exchange é a bolsa de valores nova-iorquina localizada no distrito de Manhattan, na Wall Street, no centro financeiro da cidade.

Esse mercado mais estruturado que gera mais segurança pro investidor.

### 3) Mais investidores

Em 2013, a seguinte notícia foi publicada:

## Tem mais brasileiros na cadeia do que na bolsa; por que tanta aversão ao mercado acionário?

No Brasil, 0,3% das pessoas estão na cadeia, enquanto 0,29% investem na bolsa. Já nos Estados Unidos, 65% investem em ações e 0,73% estão presas

*Fonte: Infomoney*

Hoje o número aumentou, são mais de 5 milhões de investidores na bolsa. Um crescimento gigantesco nos últimos anos, mas ainda muito distante da popularidade do mercado americano, lá são mais de 200 milhões de investidores. Por consequência disso, a bolsa americana é um ambiente com maior liquidez.

### 4) A verdadeira diversificação

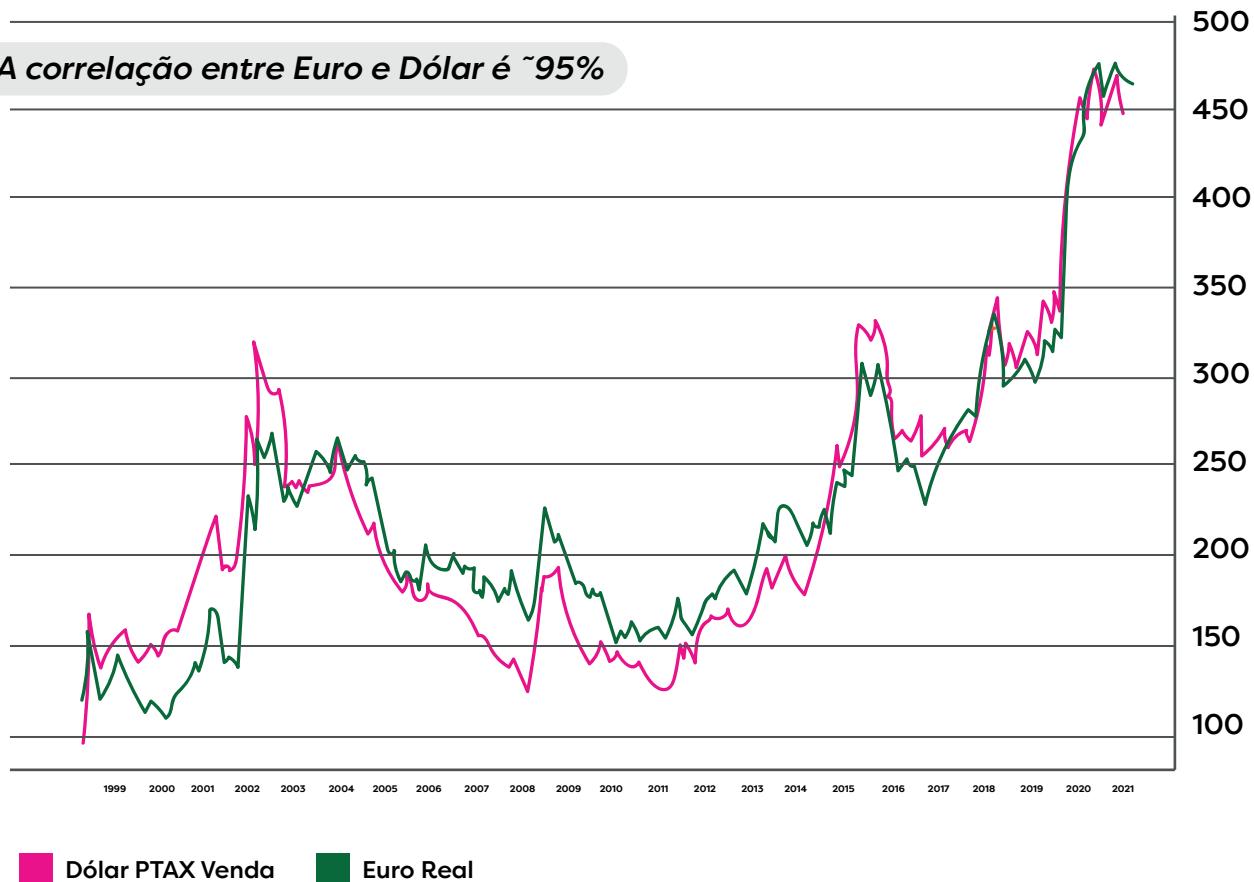
Lembra desse gráfico onde comparamos ITUB4 com BBDC4?



Isso não acontece apenas com empresas do mesmo setor!

**Observe esse outro exemplo:**

A correlação entre Euro e Dólar é ~95%



■ Dólar PTAX Venda ■ Euro Real

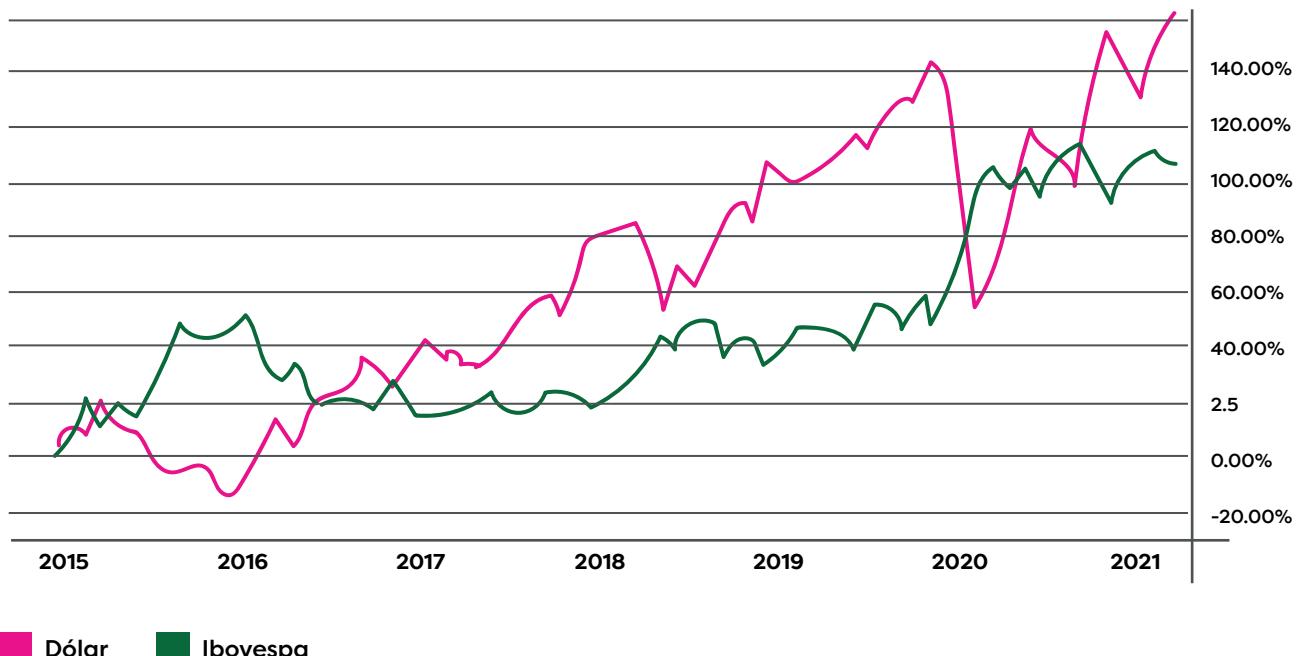
## Conselho do Ray Dalio



### DIVERSIFICAÇÃO

*“O cálice sagrado para ganhar dinheiro é a diversidade de investimentos não correlacionados.”*

O Dólar é um exemplo disso, ele é um ativo descorrelacionado com a Bolsa brasileira:



Buscar investimentos descorrelacionados é a única forma de estar verdadeiramente diversificado.

## FORMAS DE INVESTIR NO EXTERIOR

### 1) Diretamente na bolsa americana

O primeiro passo é abrir conta em uma corretora americana, mas nem todas as

tinstituições financeiras de lá aceitam estrangeiros. Por isso, é necessário que você faça uma pesquisa para saber quais instituições permitem a abertura de conta de brasileiros.

Feito isso, verifique se a corretora possui registro na FINRA (Autoridade Regulatória da Indústria Financeira) e autorização da SEC (Comissão de Títulos e Câmbio dos Estados Unidos). Além disso, compare as taxas cobradas sobre as transações. Geralmente os documentos solicitados para abertura de conta são: cópia do CPF, declaração do IR, comprovante de residência, cópia do passaporte e um documento chamado W-8BEN, que indica que você é brasileiro e tem interesse em investir na bolsa americana.

Depois é só aguardar a confirmação da corretora e fazer seu primeiro depósito. Certifique-se que o seu banco faz transações de câmbio internacional.

A maioria das operações são feitas pela internet através do home broker e segue a mesma lógica de quando você compra ou vende ações por aqui. Basta escolher os produtos financeiros que vai investir. Conheça algumas nomenclaturas específicas da bolsa americana:

**Stocks:** são as ações propriamente ditas. São negociados papéis tanto das Blue Chips, aquelas com grande volume e liquidez, quanto das Small Caps, ações com capitalização abaixo das demais.

**REITs:** o Real Estate Investment Trust é uma espécie de que conhecemos aqui no Brasil como os Fundos Imobiliários. Essa forma de investimento é bem difundida fora do país.

Um REITs é uma empresa imobiliária que tem a obrigatoriedade de distribuir, no mínimo, 90% da sua receita anual em dividendos aos acionistas.

**Mutual Funds:** é um fundo de investimento operado por gestores, que alocam os ativos do fundo e tentam produzir ganhos de capital ou renda para os seus investidores.

**Bonds:** são títulos de dívida emitidos pelo governo ou por empresas privadas. Nesse sentido, são como os títulos de renda fixa comercializados no Brasil, mas com a característica de serem oriundos do exterior

## 2) Através da bolsa brasileira

Dentro disso, há várias opções:

**BDRs:** é a sigla para brazilian depositary receipts, um certificado de depósito que representa investimentos estrangeiros. Recentemente, essa alternativa se tornou mais acessível na B3, já que até 2020 era restrita aos investidores qualificados. Os certificados funcionam assim: instituições depositárias adquirem ativos no exterior e emitem um recibo que possui lastro neles. Os investimentos podem ser ações, títulos de dívidas, ETFs internacionais e outros.

Os certificados funcionam assim: instituições depositárias adquirem ativos no exterior e emitem um recibo que possui lastro neles. Os investimentos podem ser ações, títulos de dívidas, ETFs internacionais e outros.

Assim, quando você investe em BDRs pode expor seu patrimônio à bolsa americana, apesar de fazer as negociações pela bolsa de valores brasileira. Seus resultados dependerão da valorização ou desvalorização do investimento internacional – tendo influência também do câmbio.

**ETFs:** é a sigla para exchange traded fund – também conhecido como fundo de índice. Isso porque é uma modalidade que replica índices do mercado. No caso do investimento em bolsas americanas, são fundos que podem replicar os seguintes índices:

Como se trata de um fundo, você e outros investidores adquirem cotas de participação, e a responsabilidade pelas estratégias e escolha de ativos fica a cargo de um gestor profissional. Nesse caso, a função dele é realizar os investimentos de acordo com o índice. Assim, a estratégia é passiva, o que costuma reduzir a taxa de administração. Além disso, uma vantagem é diversificar sua carteira com os ETFs, o que promove maior manejo de risco. Afinal, a perda de um ativo pode ser compensada pelo bom desempenho de outro.

**Ações brasileiras com receita em Dólar:** Aqui estão 5 exemplos práticos disso: A Suzano (SUZB3) é a segunda maior produtora de celulose de eucalipto do mundo e a maior fabricante de papéis de impressão da América Latina. A empresa possui diversas marcas e linhas de negócios: não-revestidos, papéis para casa e escritório, revestidos e papel-cartão. Ela é um grande exemplo de uma companhia que se beneficia com a subida do câmbio. Isso porque suas receitas obtidas no exterior são ampliadas com a alta do dólar.

No setor de mineração, a **Vale (VALE3)** sofre influências com a movimentação do câmbio, pois também possui receitas em dólar. A companhia é a maior produtora

de minério de ferro do mundo e a segunda maior produtora de níquel, sendo responsável também pela produção de minério de manganês, ferro-ligas, cobre, carvão térmico e outros.

A **Embraer (EMBR3)** é uma das maiores empresas beneficiadas com a alta valorização do dólar, com aproximadamente 90% de sua receita proveniente de exportações, enquanto a parte do custo em dólar é um pouco menor (cerca de 75%). Já no setor de frigoríficos, uma das empresas que colhem os efeitos da alta do dólar via exportação de proteína é a **JBS (JBSS3)**. As principais atividades do grupo são produção, distribuição, comercialização e exportação de carne bovina processada, congelada e fresca, aves de capoeira, suínos e seus subprodutos. Além disso, atua no processamento de carne de vaca, porco, frango e também produz valor acrescentado e produtos alimentares de conveniência. As margens nos EUA continuam aumentando e gerando caixa para empresa.

A **Weg (WEGE3)** é uma multinacional que produz equipamentos eletro-industriais, tintas e verniz para construção civil e automóveis e atua na geração, transmissão e distribuição de energia (alternadores, placas de energia, turbinas) também é beneficiada com a alta da moeda norte-americana. Essa empresa tem uma vantagem competitiva que é muito importante mencionar: 56% da sua receita vem de exportações e operações no exterior. Ou seja: a valorização do dólar é muito interessante para a Weg e para os seus investidores

**Fundos Multimercado:** esse tipo de fundo tem uma gestora responsável pela escolha de ativos do portfólio – que pode ser bastante diverso. Desse modo, caso considere uma boa estratégia, pode investir recursos também dos Estados Unidos.

Dessa maneira, o investidor expõe parte do seu capital à bolsa de valores dos EUA de forma indireta com os fundos multimercados. Contudo, é importante saber que nem todos os seguirão essa estratégia. Além disso, a parcela exposta pode ser bem pequena em relação ao total do patrimônio.

Portanto, avalie com cautela a estratégia do fundo e identifique se ele está exposto ao mercado internacional.

**Fundos Cambiais:** são tipos de fundos de investimento que investem em ativos atrelados a moedas estrangeiras. De modo geral, eles são indicados para proteger os recursos do investidor contra as flutuações de moedas fortes, como dólar e euro. A relação pode ser direta ou sintetizada por meio de derivativos.

Os derivativos são bastante usados tanto para obter ganhos por meio da especulação quanto para proteção da carteira contra as oscilações de mercado. Perceba que os fundos cambiais não investem em moeda estrangeira diretamente, como pode parecer à primeira vista.

Eles investem em títulos referenciados em moeda estrangeira emitidos por bancos e empresas, fazem operações com derivativos atrelados a essas moedas ou operações que permitam replicar a variação cambial.

O restante da carteira, normalmente, é destinado a alternativas mais conservadoras. Como exemplo estão os títulos e aplicações de renda fixa prefixada ou indexada à Selic e ao CDI (certificado de depósito interbancário).

## MAS QUAL A FORMA MAIS INTERESSANTE DE INVESTIR NO EXTERIOR?

Investir em BDR x Investir no exterior

### Custos de comprar um BDR

**Ágil:** valor adicional cobrado em operação financeiras

**Corretagem zero:** atualmente existem corretoras que cobram zero de taxa

**Spread:** diferença de preço resultada pela falta de liquidez

**Taxamento dividendos:** depende da instituição que faz a escrituração das ações, geralmente de 3 a 5%

### Custos de comprar no exterior

Cada corretora cobra de um jeito então é muito diverso, os mais conhecidos é a Avenue e Pass Folio.

Em relação ao Spread, se você quiser converter um valor imediatamente ou em dias diferentes, você terá que pagar por valores diferentes. Também há o IOF mas você não paga essa taxa sobre os dividendos.

## INTELIGÊNCIA COMPETITIVA

### “COMPETIÇÃO” por Michel E. PORTER

“A competição é uma das forças mais poderosas da sociedade para melhorar muitas áreas do compreendimento humano. Todas as organizações precisam de estratégias para oferecer valor superior aos clientes. As organizações de hoje, em todas as esferas devem competir para criar valor. Valor é a capacidade de atender ou de superar as necessidades dos clientes, de maneira eficiente.”

### COMPETIÇÃO E ESTRATÉGIA: CONCEITOS BÁSICOS

#### “AS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS QUE MOLDAM A ESTRATÉGIA.” (2008)

O desempenho de qualquer empresa, em qualquer setor, pode ser dividido em duas partes:

1. Uma atribuível ao setor;
2. Outra referente à lucratividade comparativa da empresa no setor.

Em geral, a competição é definida em termos muito estreitos, como algo que ocorre apenas entre rivais diretos.

### O QUE É ESTRATÉGIA?

Estratégia trata-se da segunda parte da equação da lucratividade: a empresa alcança lucratividade superior no setor praticar preços mais altos ou gerar custos mais baixos que os dos concorrentes. As diferenças de preços ou de custos entre concorrentes decorrem de dois pontos diferentes:

1. Eficácia operacional (ou seja, se a empresa adota melhores práticas);
2. Posicionamento estratégicos.

## **A COMPETIÇÃO EM BUSCA DE MELHORES PRÁTICAS É O QUE CHAMO DE “COMPETIÇÃO PARA SER MELHOR”.**

Com mais frequência, as diferenças de lucratividade decorrem de posição estratégica singular, ou que denomino “competição para ser único”. Competir para ser único acaba sendo mais sustentável do que competir para ser melhor.

### **COMO A INFORMAÇÃO PROPORCIONA VANTAGEM COMPETITIVA E ESTRATÉGIAS E INTERNET?**

A competição em determinado setor é o nível básico da estratégia, nesse contexto que se determina a lucratividade do setor e se conquista ou se perde a vantagem competitiva.

### **DA ESTRATÉGIA COMPETITIVA ESTRATÉGIA CORPORATIVA.**

Ao mesmo tempo, os países e regiões devem competir com outras localidades para o fornecimento de ambientes de negócios hospitalares. Ao competirem além-fronteiras, as empresas desenvolvem de executar suas atividades em qualquer lugar. A disponibilidade de mão de obra de capital e de recursos naturais já não são fatores decisivos da prosperidade, pois se tornaram muito acessíveis. Ao contrário competitividade é determinada pela produtividade que as empresas em certa localidade são capazes de usar esses insumos para produzir bens e serviços valiosos.

*“Arranjos produtivos locais e competição: novas agendas para empresas, governos e instituições” (1998) explora uma das ideias mais importantes de minha teoria geral da competitividade - o conceito de arranjos produtivos locais, ou clusters.*

Nenhuma comunidade pode ser efetivamente saudável sem uma economia saudável. Sem empregos acessíveis e sem oportunidades para a Criação de renda em riqueza, os investimentos sociais serão insuficientes para gerar benefícios duradouros.

### **COMO CRIAR VALOR POR MEIO DA FILANTROPIA?**

MENTORIA

A maioria das atividades filantrópicas se concentram no ato de doar, com base na premissa de que doar é praticar o bem. Contudo, em “Nova agenda da filantropia: criar valor” (1999), Mark Kramer e eu argumentamos que muitas ações filantrópicas geram poucos benefícios sociais e de certo, muito menos que o possível. Os recursos já enormes e crescentes distribuídos pelos filantropos e, mormente, pelas fundações, agravam os custos das perdas de oportunidades pelas sociedades.

## AS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS QUE MOLDAM A ESTRATÉGIA

Em essência, o trabalho do estrategista consiste em compreender e enfrentar a competição.



A compreensão das forças competitivas e de suas subjacentes revela as raízes da atual lucratividade do setor, ao mesmo tempo em que fornece um referencial para prever e influenciar a competição (e a lucratividade) ao longo do tempo.

Um dos objetivos essenciais da análise setorial é distinguir entre mudanças temporárias ou mudanças cíclicas e mudanças estruturais. Bom critério para definição do horizonte de tempo adequado é o ciclo de negócios total de determinado setor. Na maioria dos setores, o prazo de três a cinco anos é adequado, embora em outros, com períodos de maturação mais longos, como mineração, horizonte de tempo é apropriado talvez seja uma década ou mais. Foco da análise deve concentrar-se na lucratividade média nesse período não na lucratividade a cada ano.

## ETAPAS TÍPICAS DA ANÁLISE SETORIAL

- Defina o setor em questão;
- Determine a estrutura geral do setor e verifique a consistência da análise;
- Identifique os participantes e segmente-os em grupos, se adequando;
- Avalie os vetores básicos de cada força competitiva para identificar as mais intensas e as menos intensas, e por quê;
- Avalie mudanças passada recentes e mudanças futuras prováveis em cada força, tanto positivas quanto negativas;
- Identifique aspectos da estrutura setorial suscetíveis de serem influenciados por concorrentes, por novos entrantes ou por sua empresa.

## A AMEAÇA DE NOVOS ENTRANTES

Os novos entrantes injetam no setor nova capacidade e forte disposição para conquistar participação no mercado pressionando preços, custos e níveis de investimento. Ameaça de entrada, limita o potencial de lucro do setor. Barreira de entrada são vantagens que favorecem as empresas estabelecidas em relação aos novos entrantes:

### 1. Economias de escala no lado da oferta

Essas economias despontam quando as empresas que produzem grandes volumes desfrutam de custos unitários mais baixos por serem capaz de diluir os custos fixos entre mais unidades, entregar em tecnologias mais eficientes ou por negociar em melhores condições de compra com fornecedores.

## **2. Benefícios de escala no lado da demanda**

Os benefícios de escala no lado da demanda desencorajam a entrada por limitarem a disposição dos clientes de comprar de um forasteiro e por reduzirem o preço a ser obtido pelo recém-chegado, até a construção de ampla base de clientes.

## **3. Custos de mudanças dos clientes.**

Quanto mais altos forem os custos de mudanças, mais difícil será para o estreante conquistar clientes.

## **4. Necessidades de capital.**

A necessidade de efetuar grandes investimentos, não só em instalações físicas, mas também em contas a receber, em estoques e em despesas pré-operacionais, como condição para se tornar competitivo, pode dissuadir entrantes potenciais.

## **5. Vantagens das empresas estabelecidas, independentemente do tamanho.**

Qualquer que seja seu porte, as empresas estabelecidas podem contar com vantagens de custo ou de qualidade não acessíveis às possíveis adversárias.

## **6. Acesso desigual aos canais de distribuição.**

Evidentemente, os novos entrantes devem garantir a distribuição de seus produtos e serviços. Quanto mais forem os canais de atacado ou varejo e quanto maior o domínio das empresas estabelecidas, mais difícil será a entrada no setor.

## **7. Políticas públicas restritivas**

As barreiras de entrada devem ser avaliadas em relação às capacidades dos entrantes potenciais, que podem ser empreendimento emergentes, empresas estrangeiras ou atores de indústrias correlatas. O desafio é descobrir maneiras de superar as Barreiras de entrada, sem comprometer, em razão de altos investimentos, a lucratividade provável dos atores do setor.

## **O PODER DOS FORNECEDORES**

Fornecedores poderosos capturam para si mesmos maior parcela da criação de valor, cobrando preços mais altos, limitando a qualidade ou serviços ou transferindo custos para os participantes do setor. Esses fornecedores inclusive podem espremer a lucratividade

vidade do setor, se as empresas não conseguirem repassar para os preços seus aumentos de custos decorrentes das pressões dos fornecedores.

## AS EMPRESAS DEPENDEM DE AMPLA VARIEDADE DE DIFERENTES GRUPOS DE FORNECEDORES PARA O ABASTECIMENTO DE INSUMOS.

Determinado grupo de fornecedores será poderoso se:

- Formais concentrados que a indústria compradora.
- Não depender excessivamente da indústria compradora como fonte de receita.
- Os custos de mudanças de um para o outro fornecedor forem altos para os compradores.
- Oferecer produtos diferenciados.
- Não houver substituto para os produtos do fornecedor.

## O PODER DOS CLIENTES

Clientes poderosos o reverso da medalha de fornecedores poderosos - podem captar mais valores ao forçar os preços para baixo, ao exigir melhor qualidade ou mais serviços (pressionando os cursos para cima) e, em geral, ao jogar os atores do setor uns contra os outros, tudo a expensas da lucratividade do setor. Os clientes são poderosos se desfrutarem do poder de barganha em relação aos participantes do setor, mormente se forem sensíveis aos preços, usando o seu poderio basicamente para conseguir reduções de preços. Os clientes disporão de poder de negociação se:

- Forem poucos ou se cada um comprar grandes volumes em comparação com o tamanho de um único fornecedor;
- Produtos do setor forem padronizados ou não diferenciados;
- Os custos de mudança e fornecedor forem baixos para os clientes.

## OS CLIENTES SERÃO SENSÍVEIS SE:

Os consumidores tendem a ser mais sensíveis aos preços se estiverem comprando produtos não diferenciados, caros para os respectivos níveis de renda e cujo desempenho

não produz grande impacto. A principal peculiaridade dos consumidores é a maior intangibilidade e mais difícil quantificação de suas necessidades.

## A AMEAÇA DE SUBSTITUTOS

Os substitutos desempenham função idêntica ou semelhante à do produto, por meios diferentes. Videoconferência é substituto de viagem. Plástico é substituto de alumínio. E-mail é substituto de postagem expressa. Software para agentes de viagem estão sob ameaças de empresas quando sites de aviação e de agências de viagem substituem os agentes de viagem.

### **A ameaça dos substitutos será alta se:**

Envolver opção excludente preço-desempenho atraente para o produto do setor. Quanto melhor o valor relativo do substituto, mais baixo será o teto do potencial de lucro do setor.

Do mesmo modo, as lojas de aluguel de vídeo estão enfrentando dificuldades com o surgimento de serviços on-line de vídeo por encomenda, a cabo ou satélite, como Netflix, e com a ascensão de sites de vídeo, como o YouTube, da Google.

## A RIVALIDADE ENTRE OS ATUAIS CONCORRENTES

A rivalidade entre os atuais concorrentes que se manifesta sob muitas formas conhecidas, como descontos de preço, lançamentos de novos produtos, campanhas publicitárias e melhorias nos serviços.

## A ALTA RIVALIDADE LIMITA A LUCRATIVIDADE SETOR

A intensidade da rivalidade será maior se:

- Os competidores forem numerosos e mais ou menos equivalentes em tamanho de poder.
- O crescimento setorial for lento, precipitando lutas por fatias de mercado.

- As barreiras de saída forem elevadas. As barreiras de saída, o oposto das barreiras de entrada, surgem em consequência de fatores como recursos altamente especializados ou dedicação da administração a determinado negócio.

Se os rivais tiverem forte compromisso com o negócio e nutrirem aspirações de liderança, mormente se seus objetivos forem além do desempenho econômico em determinado setor.

A rivalidade é especialmente danosa para a lucratividade se ela girar sobretudo em torno do preço, pois as guerras de preços transferem lucros diretamente do setor para os clientes.

## ARMADILHAS COMUNS

Na realização da análise, evite os seguintes erros mais frequentes:

- Delimitar o setor de maneira muito ampla ou estreita.
- Fazer listas em vez de efetuar análises rigorosas.
- Prestar a mesma atenção a todas as forças, em vez de aprofundar-se nas mais importantes.
- Confundir efeito (sensibilidade ao preço) com causa (economia comprador).

## FATORES, NÃO FORÇAS

Considere o seguinte:

- Taxa de crescimento do setor;
- Tecnologia e inovação;
- Governos;
- Produtos e serviços complementares.

**AS MELHORES ESTRATÉGIAS EXPLORAM  
MAIS DE UMA DESSAS POSSIBILIDADES.**

MENTORIA

## POSICIONAMENTO DA EMPRESA

A estratégia pode ser vista como a construção de defesas contra as forças competitivas ou com a identificação de uma posição no setor onde as forças competitivas sejam mais fracas.

## EXPLORAÇÃO DAS MUDANÇAS SETORIAIS

As mudanças setoriais oferecem oportunidades para identificar e para ocupar posições estratégicas promissoras, se os estrategistas compreenderem em profundidade as forças competitivas e seus fundamentos.

## O QUE É ESTRATÉGIA?

### **EFICÁCIA OPERACIONAL NÃO É ESTRATÉGIA!**

Uma empresa só é capaz de superar em desempenho os concorrentes se conseguir estabelecer uma diferença preservável. Ela precisa proporcionar maior valores aos clientes ou gerar valor comparável a um custo mais baixo. A eficácia operacional (EO) significa o desempenho de atividades melhor do que os rivais.

---

**“JOGAR PARA VENCER” – A.G LAFLEY e ROGER L. MARTIN COMO A ESTRATÉGIA REALMENTE FUNCIONA.**

---

Especificamente, a estratégia é a resposta a essas cinco perguntas interrelacionadas:

- 1.** Qual é a sua ambição vencedora? O Objetivo de sua empresa, a ambição motivadora.
- 2.** Onde você vai jogar? Um campo de jogo no qual você pode alcançar essa ambição.
- 3.** Como você vai vencer? A maneira como você vai vencer no caminho escolhido.
- 4.** Que competências devem estar disponíveis? O conjunto e a configuração das competências necessárias para vencer no caminho escolhido.
- 5.** Quais sistemas de gestão são necessários? Os sistemas e indicadores que disponibilizam as competências e apoiam as escolhas.

A menos que vencer seja a ambição final, é impossível que uma empresa invista os recursos necessários em quantidade suficiente para criar vantagem competitiva sustentável. No entanto, na maioria das empresas, é muito difícil perceber como a missão se traduz em uma estratégia real e, em última análise, em ação estratégica.

**A EMPRESA PRECISA DAS ESCOLHAS SOBRE ONDE JOGAR E COMO VENCER PARA PODER AGIR ADEQUADAMENTE.**

**AMBIÇÃO VENCEDORA: O QUE FAZER O QUE EVITAR**

Jogue para vencer, em vez de simplesmente competir. Defina o que é vencer em seu contexto e imagine o cenário de um futuro brilhante e bem-sucedido para a organização.

Crie aspirações que sejam significantes e poderosas para os funcionários e consumidores; não se trata de encontrar a linguagem perfeita ou a visão de consenso, mas de entender a razão de a organização existir.

Comece com os consumidores, em vez que produtos, ao pensar sobre o que significa vencer

Defina ambições vencedoras (faça as outras quatro escolhas) para suas funções internas e para as linhas de negócios e marcas competitivas. Pergunte: o que é vencer para essa atividade? Quem são seus clientes, e o que significa vencer com eles?

Refletia sobre como vencer a concorrência. Eleja seus concorrentes tradicionais e procure também concorrentes inesperados.

## **55 MODELOS PARA REVOLUCIONAR SEUS NEGÓCIOS – por OLIVER GASSMANN, KAROLIN FRANKENBERGER & MICHAELA CSIK**

### **1. ADD-ON: COBRANÇA ADICIONAL POR EXTRAS.**

No modelo de negócio Add-on, enquanto a oferta principal tem um preço competitivo, vários extras elevam o preço final. No fim das contas, os clientes pagam mais do que o inicialmente previsto, mas se beneficiam com a seleção de opções que atendem às suas necessidades específicas. As passagens aéreas são um exemplo bem conhecido: Os clientes pagam um preço baixo por uma passagem básica, mas o custo total é aumentado por alguns adicionais, tais como taxas de cartão de crédito, alimentação e taxas de bagagem.

### **2. AFILIAÇÃO: SEU SUCESSO É MEU SUCESSO.**

No modelo de negócio Afiliação, o foco da empresa reside em apoiar-se em terceiros para comercializar os produtos, a fim de beneficiar-se de transações bem-sucedidas. Com isso, a empresa obtém acesso a uma base diversificada de clientes, sem vendas adicionais e esforços de marketing. Normalmente, os afiliados operam com base em alguma forma de sistema “pague por venda” ou “pague por exibição”, e geralmente online. O editor de um site pode, por exemplo, agir como um afiliado, incluindo banners de outra empresa em seu site em troca de comissão sobre “cliques” ou “visualizações”. Em outros casos, os afiliados são capazes de comercializar seus próprios produtos em redes maiores e pagar comissões sobre as vendas para o site hospedeiro.

### **3. AIKIDO: CONVERTER OS PONTOS FORTES DOS CONCORRENTES EM PONTOS FRACOS.**

Aikido é uma arte marcial japonesa exercida por meio da combinação do movimento do agressor e o redirecionamento da força do ataque. Isso requer pouquíssima força física, pois o impulso do atacante é usado contra ele mesmo. Em termos de modelos de negócio, Aikido refere-se a produtos ou serviços que são radicalmente diferentes do padrão setorial (o quê?). Em termos de empresa, isso significa que ela busca ocupar uma posição que é diametralmente oposta à de seus concorrentes, evitando a necessidade de confronto direto com eles (por quê?). O concorrente provavelmente

estará tão preocupado com seus próprios problemas que essa nova maneira de fazer negócios virá como uma surpresa, e seus antigos pontos fortes, tais como melhor qualidade ou preços mais baixos, já não poderão competir com a alteridade de novo corrente.

#### **4. LEILÃO: DOU-LHE UMA, DOU-LHE DUAS... VENDIDO!**

O modelo de negócio leilão se baseia em preços participativos: em outras palavras, o preço de um produto não é determinado pelo vendedor sozinho, mas os compradores influenciam ativamente no preço final dos bens ou serviços. Encontrar um preço começa com um potencial comprador oferecendo certa quantia com base em sua disposição de pagar. Quando o leilão termina, o cliente que fez o lance mais alto tem o compromisso de adquirir o produto ou serviço.

#### **5. PERMUTA: OLHO POR OLHO...**

O termo “permuta” descreve um modelo de negócio em que os produtos ou serviços são trocados entre pessoas ou organizações por produtos ou serviços em espécie. A troca se baseia exclusivamente em bens ou serviços, sem o envolvimento de dinheiro

#### **6. CAIXA ELETRÔNICO: FAZENDO DINHEIRO COM CAPITAL DE GIRO NEGATIVO.**

O padrão caixa eletrônico envolve a execução de um negócio com um ciclo de conversa de caixa negativo. Em uma empresa como veremos na fórmula a seguir, o ciclo de conversão de caixa (ou ciclo financeiro) e o período de tempo entre o pagamento pela compra de um bem ou matéria-prima (saída de caixa) e o recebimento pela revenda do bem ou comercialização do produto acabado (entrada de caixa). Mais especificamente, define o tempo médio de armazenamento de estoque incluindo matérias-primas, material em processamento, produtos acabados e prazo de pagamento dos cliente e fornecedores:

$$\text{CICLO DE CONVERSA DE CAIXA} = \text{PCE} + \text{PCCR} - \text{PCCP}$$

#### **LEGENDA:**

**PCE: PERÍODO DE CONVERSÃO DE ESTOQUE**

**PCCR: PERÍODO DE CONVERSÃO DE CONTAS A RECEBER**

**P CCP: PERÍODO DE CONVERSÃO DE CONTAS A PAGAR**

### **7. CROSS SELLING: MATANDO DOIS COELHOS EM UMA SÓ CAJADADA.**

O Cross-Selling envolve a oferta de produtos e serviços complementares além da gama de produtos e serviços básicos de uma empresa, com o objetivo de explorar as relações existentes com o cliente para vender mais produtos. Ele também oferece uma oportunidade para alavancar recursos e competências existentes, tais como vendas e Marketing. (como? por quê?).

### **8. CROWDFUNDING: O PODER DA MULTIDÃO.**

O modelo de negócio Crowdfunding (ou Financiamento Coletivo) envolve a terceirização do financiamento de um projeto para o público em geral, a intenção é limitar a influência dos investidores profissionais. (como?). Ele começa com anúncios destinados a tornar público projetos em busca de potenciais patrocinadores (como?). A maioria dos crowdfunders, como são conhecidos, é composta de particulares ou coletividades privadas, que escolhem livremente o quanto querem investir em determinado projeto. Em troca de apoio a um projeto, os patrocinadores recebem algum tipo de recompensa específica do projeto: isso pode ser o próprio produto desenvolvido pelo projeto (por exemplo, um CD ou DVD) benefícios especiais adicionais, tais como material de bônus (como?).

### **9. CROWDSOURCING: TERCERIZANDO PARA A MULTIDÃO.**

Crowdsourcing é a técnica de terceirização de tarefas específicas para atores externos que geralmente aprendem sobre as atribuições por meio de um convite aberto (como?). O objetivo do Crowdsourcing é estender as fontes de inovação e conhecimento da empresa e abrir possibilidades para desenvolver soluções mais baratas e mais eficazes (por quê?). As tarefas do crowdsourcing podem abranger uma série de atribuições, tais como a geração de ideias inovadoras ou a solução de problemas

específicos. O Crowdsourcing também é adequado principalmente para descobrir mais sobre os desejos e preferências dos clientes por futuros produtos (por quê?). A “multidão” pode ser motivada extrínseca e intrinsecamente a participar dos desafios do crowdsourcing.

## **10. FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: INCENTIVOS PARA FIDELIDADE DE LONGA DURAÇÃO.**

No modelo Fidelização de Clientes, os clientes são mantidos e a lealdade é atingida fornecendo valor mais do que o esperado por produtos ou serviços básicos (por exemplo, por meio de programas de incentivo). O objetivo é desenvolver um relacionamento com os clientes e promover sua fidelidade recompensando-os com ofertas especiais ou descontos. Dessa forma, os clientes são voluntariamente vinculados à empresa, o que os desencoraja de optar por produtos e serviços dos concorrentes e, portanto, protege a receita da empresa.

## **11. DIGITALIZAÇÃO: DIGITALIZAÇÃO PRODUTOS FÍSICOS.**

O modelo de negócio Digitalização - às vezes chamado, em inglês, de “digitalisation” - consiste em transformar um produto ou serviço existente em uma variante digital, fornecendo vantagens, tais como a eliminação de intermediários, redução das despesas gerais e distribuição mais ágil. O modelo pode ser aplicado por muitos tipos de empresas: revistas impressas que oferecem versões online e locadoras de vídeo que oferecem serviços de streaming online. Mais do que a maioria, o padrão de negócio Digitalização incorpora os principais desenvolvimentos tecnológicos, sociais e econômicos das últimas décadas. A automação torna as ofertas virtuais cada vez mais disponíveis, altamente confiáveis, muito flexíveis e mais eficientes do que nunca, de modo que a internet é influência fundamental sobre os modelos de negócio. E, de fato, esses recursos muitas vezes podem ser aplicados (quase) perfeitamente aos processos de negócio ou aos produtos e serviços. A digitalização não só permite que uma empresa já existente seja “reproduzida” online e alguns dos processos e funções dos negócios sejam deslocados para a internet (como?), mas também pode levar à criação de ofertas totalmente novas. Conteúdos que não poderiam ser produzidos em sua forma atual antes do advento da internet, agora são oferecidos aos clientes com um nível moderado de esforço (o quê?).

## **12. VENDAS DIRETA: PULANDO O INTERMEDIÁRIO.**

No modelo de negócio Vendas Diretas, os produtos da empresa são disponibilizados diretamente pelo fabricante ou provedor do serviço, e não por meio de um canal intermediário, como lojas de varejo (como?). Isso permite que a empresa elimine as margens de lucro e outros custos de varejo. A economia pode ser repassada para o cliente (por quê?). O padrão também facilita uma experiência de vendas mais pessoal com os clientes e ajuda a empresa a entender melhor suas necessidades, impulsionando novas ideias para melhorar os produtos e serviços (o quê?).

## **13. E-COMMERCE: NEGÓCIOS ONLINE PARA TRANSPARÊNCIA E ECONOMIA.**

No modelo de negócio E-commerce, produtos ou serviços tradicionais são entregues por meios de canais online, eliminando, assim, as despesas gerais associadas à execução de uma infraestrutura física de lojas. Os clientes beneficiam-se com a busca online de produtos e serviços, sendo capazes de comparar ofertas, eliminar horários e custos de viagem e obter preços menores. As empresas beneficiam-se por meio da pesquisa online de seus produtos e serviços e com a redução de intermediários, lojas de varejo e publicidade tradicional não dirigida.

## **14. VENDENDO EXPERIÊNCIAS: Produtos que apelam às emoções.**

No modelo Vendedor Experiências, o valor de um produto ou serviço é aumentado por uma experiência adicional oferecida com ele. Por exemplo, uma livraria pode fornecer uma gama de funcionalidades, tais como: áreas de café, sessões de autógrafos de celebridades e oficinas de estudo, para criar uma experiência mais completa. Esse modelo de negócio está estreitamente relacionado com o marketing. Acima da concepção dos produtos ou serviços são criadas experiências e impressões, que vão além de oferecer apenas mais um produto indiferenciado em um mercado saturado e, em vez disso, oferecem aos clientes possibilidades abrangentes, e não apenas a funcionalidade do produto (o quê?). A intenção desse modelo é que a empresa molde ativamente o ambiente observável de seus clientes, diferenciando-se, assim, de seus concorrentes. A venda bem-sucedida de experiências torna os clientes mais leais e dispostos a comprar mais a um preço mais alto, dado que as experiências relacionadas estão incluídas (por quê?). Esse modelo requer a gestão de todas as atividades

que afetam conjuntamente as experiências dos clientes: isso irá incluir promoções, design de varejo, pessoal de vendas, funcionalidades do produto, disponibilidade e embalagens (como?). Também é importante que os clientes obtenham a mesma experiência, qualquer que seja o ramo de negócio com o qual estão lidando (como?).

## **15. PREÇO ÚNICO: Tudo o que você pode comer – Consumo ilimitado a um preço fixo.**

Com esse modelo de negócio, compra um serviço ou produto por um modelo fixo e, então, usam-no como quiserem. A principal vantagem para eles é o consumo e limitado com o controle total de seus custos (o quê?). Isso mantém a solidez financeira do negócio, e se os clientes que excedam as taxas normais de uso foram compensados por aqueles que são os um serviço com moderação (por quê?). Em alguns casos, as empresas têm de definir limites máximos de consumo, a fim de proteger-se de custos exorbitantes e, embora isso seja contrário a princípio básico de uso ilimitado, é a única forma de garantir que a transação possa continuar a ser rentável.

## **16. PROPRIEDADE FRACIONADA.**

Com esse modelo de negócios, os clientes compram um serviço ou produto por um montante fixo e, então, usam-no como quiserem. A principal vantagem para eles é o consumo ilimitado com o controle total de seus custos (o quê?). Isso mantém a solidez financeira do negócio, se os clientes que excedem as taxas normais de uso forem compensados por aqueles que só usa um serviço com moderação (por quê?). Em alguns casos, as empresas têm de definir limites máximos de consumo, a fim de proteger-se de custos exorbitantes, embora isso seja contrário ao princípio básico de usina imitado, é a única forma de garantir que a transação possa continuar a ser rentável.

## **17. FRANQUIA: TODOS POR UM, UM POR TODOS.**

No sistema de franquia, os franqueadores vendem o direto de usar o modelo de negócio para os franqueados. O sistema permite que uma empresa expandir seus negócios geograficamente com muita rapidez se que ela própria precise reunir todos os recursos ou suportar todos os riscos (como? por quê?). Ambas as funções são tratadas pelos

franqueados, que agem como empreendedores e independentes e, portanto, tenha responsabilidade pela maioria das transações. Franqueado se beneficia obtendo acesso a um modelo de negócio comprovado com todo seu desempenho e características definitivas (produtos, marcas registradas, equipamentos, processos) (o quê?).

## **18. FREEMIUM: ESCOLHENDO ENTRE VERSÕES BÁSICAS GRATUITAS E VERSÕES PREMIUM PAGAS.**

O termo “fremium” foi cunhado a partir de uma combinação de “free” e “premium”. Como ele sugere, o modelo de negócio consiste em oferecer uma versão básica do produto ou serviço gratuitamente, enquanto a versão premium é disponibilizada mediante pagamento adicional (o quê?) m. A versão gratuita do produto da qual se espera que um número suficiente deles vá querer dar o salto para a versão premium mais tarde. (Por quê?).

## **19. DO PUSH PARA O PULL: CLIENTES CRIAM UM TURBILÃO DE VALOR.**

A maioria das pessoas está ciente da mudança de um mercado de fornecedores para um com de compradores e a correspondente necessidade de mudança para venda impulsionado pela demanda, mas permanece o desafio de como adaptar-se a essas descobertas com o modelo de negócio adequado. O padrão do Push para o Pull focalizado no paradigma “o cliente é rei, tornando central para todas as decisões dentro da empresa, sejam elas relacionadas a pesquisa inovação, desenvolvimento de novos produtos, produção, logística ou distribuição (como? Por quê?).

## **20. DISPONIBILIDADE GARANTIDA: ACESSO ASSEGURADO AO PRODUTO.**

O objetivo essencial do modelo de negócio disponibilidade garantida, como próprio nome já diz, É reduzir os custos incorridos pela quebra de máquinas ou equipamentos técnicos, garantindo o tempo de inatividade próximo do zero (o quê?). Sua aplicação geralmente envolve um contrato de preço único que permite o acesso dos clientes a todos os serviços necessários para garantir disponibilidade constante dos produtos. Além de fornecer equipamentos e máquinas de reposição, isso geralmente também envolve a prestação de serviço de reparo e manutenção (Como?). Como os clientes

valorizam essa disponibilidade constante, as empresas costumam construir relacionamentos fortes de longo prazo com seus cliente (por quê?).

## **21. RECEITA OCULTA: BUSCANDO FONTES ALTERNATIVAS.**

No padrão de negócios receita oculta, a lógica de que uma empresa tem que contar exclusivamente com a venda de produtos ou serviços é abandonada. Em vez disso, a principal fonte de receita deriva de um terceiro, que financia as ofertas atraentes, gratuitas ou de baixo preço, feitas para os clientes (o quê? como? por quê?). Uma aplicação comum desse modelo é integrar anúncios a oferta e assim atrair clientes para os anunciantes que os financiam (quem?). A principal vantagem de trabalhar com o padrão receita oculta é que ele acessa fonte alternativa de renda que pode complementar ou até mesmo substituir totalmente as receitas geradas pela venda convencional dos produtos (o que? Por quê?). Obter financiamento por meio de publicidade também pode ter um impacto positivo sobre a proposta do valor original. Normalmente, muitos clientes estarão dispostos a ver alguns anúncios e isso significa que eles obtêm uma oferta melhor pelos produtos ou serviços que você vende (o quê?).

## **22. MARCA INGREDIENTE: UMA MARCA DENTRO DA OUTRA.**

Marca ingrediente refere-se atribuir uma marca ou produto que só pode ser comprado com um ingrediente de um outro produto, isto é, o produto ingredientes e não pode ser comprado individualmente. O produto é um ingrediente anunciado como uma característica notável do produto. Na verdade, os clientes vêm uma “marca dentro de uma marca” ao visualizar o produto final (como?). A empresa que fornece esse tipo de produto ingrediente melhor o perfil da marca ingrediente reduz a possibilidade de substituir produtos por outros e da empresa mais poder de barganha nos acordos com o fabricante do produto final (como?).

## **23. INTEGRADOR: ENVOLVIMENTO AO LONGO DE TODAS AS LINHAS DE PRODUÇÃO.**

No modelo de negócio Integrador, uma empresa controla a maior parte ou todas as partes da cadeia de suprimentos (como?). Isso envolve, por exemplo, em várias partes

de distribuição. Tal controle permite que a empresa melhore a sua economia de escopo e a eficiência. Essa abordagem evita atrasos relacionados a dependência para com os fornecedores terceirizando, com uma consequente redução dos custos (como?). Além disso, a empresa deve ser capaz de reduzir os custos de transação adequado à cadeia de valor às necessidades e aos processos da indústria (por quê?). A empresa se beneficiará tanto da criação de valor mais eficiente (por exemplo, por meio de tempos mais curtos de transporte e melhor coordenação dos bens intermediários).

Como dos tempos de reação mais rápidas as mudanças do mercado (como? por quê?). A desvantagem da integração é que a empresa não pode capitalizar especialização, o que poderia ser efetuado terceirizados tarefas específicas para fornecedores especializados (como?).

## **24. LAYER PLAYER: TIRANDO PROVEITO DO CONHECIMENTO ESPECIALIZADO.**

Empresa que aplica ao padrão Layer Player geralmente concentrasse em uma ou apenas algumas atividades dentro de uma cadeia de valor (como?). Esse tipo de Empresa atende alguns segmentos de mercado de vários setores (o quê?). Se o cliente típico serão Orquestrador, que vai terceirizar a maioria das atividades da cadeia de valor para prestadores de serviços especializados. Como Layer Player, A empresa beneficia da capacidade de especialização que esse padrão fornece em termos de ganhos de eficiência, multiplicação do know-how e Direitos de propriedade intelectual. Assim, muitas vezes ela é capaz de influenciar e desenvolver padrões em sua área específica para o seu próprio benefício (como?).

## **25. ALAVANCAGEM DE DADOS DO CLIENTE: FAZENDO O USO DO QUE VOCÊ CONHECE.**

Alavancagem de dados do cliente é uma das principais áreas que se beneficia do avanço tecnológico atual das possibilidades que se tem nas áreas de coleta e processamento de dados. Empresas cuja atividades focam na análise de dados (como?) já estão prosperando. O conceito reflete declarações cada vez mais frequentes como “dados são o novo petróleo”. Ainda em 2006, Michael Pálmer levantou a questão em seu blog de que volumes de dados não processados ou analisados tem pouca utilidade. Ambos precisam ser processados para terem qualquer valor para as empresas.

## **26. LICENCIAMENTO: COMERCIALIZANDO PROPRIEDADE INTELECTUAL.**

O modelo de negócio Licenciamento lida com a criação de propriedade intelectual (PI), que é mais licenciada para terceiros. O foco é a questão do cone TV a luxação dos direitos (como?) em vez de realizar e capitalizar sobre a PI. Uma vantagem importante do Licenciamento é que os direitos geralmente podem ser vendidos para mais de um interessado. O licenciamento serve como os produtos e serviços muitas vezes experimentam taxas mais rápidas e mais altas de difusão, a marca em questão torna-se mais reconhecível e é mais provável que os clientes permaneçam leais (por quê?). No lado negativo, as taxas de licenciamento geralmente são mais baixas de que se a PI fosse vendida a título definitivo. No lado positivo, é provável que os produtos e serviços sejam disseminados muito mais rapidamente, levando a mais vendas (por quê?).

## **27. LOCK-IN: FORÇANDO A LEALDADE COM CUSTO ALTO DE SUBSTITUIÇÃO**

Nesse modelo de negócio, os clientes são aprisionados no mundo de um fornecedor de produtos e serviços, de modo que mudar para o outro fornecedor implica custos ou penalidade substanciais. Observe que nesse contexto o termo “custos” não se refere apenas a custos monetários: o tempo necessário para adotar uma nova opção e entender como usá-la pode ser igualmente relevante para os clientes.

## **28. CAUDA LONGA: DE GRÃO EM GRÃO, A GALINHA ENCHE O PAPO.**

O modelo de negócio CAUDA LONGA concentra-se na venda de pequenas quantidades de uma ampla variedade de produtos, em contraposição com modelo de “sucesso público” (o quê?), que oferece grandes quantidades de uma pequena variedade. Embora o padrão cauda longa ofereça imagens mais estreitas e volume mais baixo de vendas dos produtos individuais, os lucros são significativos sobre ampla variedade de produtos vendidos a longo prazo (por quê?). O padrão cauda longa não considera a regra clássica 80-20. Pela qual uma empresa geralmente obtém 80% dos lucros com a venda de apenas 20% dos produtos. Com esse modelo, produtos de massa produtos de nicho podem gerar ganhos iguais e, em alguns casos extremos, produtos de nicho podem até mesmo agregar uma parcela maior de receitas do que o produto

massa (por quê?). O modelo permite que uma empresa que vende produtos de nicho se diferencie daquelas que oferecem produtos de massa e utilize fonte alternativa de receita (por quê?). O produto padrão cauda longa dar aos clientes a vantagem distinto de ser capaz de navegar por uma variedade muito mais ampla e vibrante e aumenta a chances deles de encontrar produtos que atendem suas necessidades individuais.

## **29. FAZER MAIS DO MESMO: MULTIPLICAR COMPETÊNCIAS FORA DE SEU NEGÓCIO BÁSICO.**

No modelo de negócio Fazer Mais do Mesmo, o conhecimento ou outros recursos de uma empresa são oferecidos para empresas de fora, além de serem usados internamente. Dessa forma, recursos “oscilantes” ajudam a adicionar receitas sobre o retorno financeiro da proposta básica de valor. Na verdade, o conhecimento e os recursos são vendidos para terceiros como um serviço (o quê? como?). Conhecimento técnico acumulados e capacidades não utilizadas podem ser monetizados (por quê?) e nova expertise é desenvolvida, podendo ser utilizada para melhorar ainda mais os processos internos e revitalizar os negócios básicos (por quê?) É provável que uma empresa famosa por ser usuária do “Fazer Mais do Mesmo” seja vista por outros como uma líder em inovação, uma imagem que terá um efeito positivo de longo prazo sobre as vendas (por quê?).

## **30. CUSTOMIZAÇÃO EM MASSA: INDIVIDUALISMO PRONTO PARA USAR.**

Estritamente falando, o termo “customização em massa” é um oxímoro, uma vez que ele combina ideias conflitantes - “produção em massa” e “customização” - em uma única ideia. No mundo dos modelos de negócio a costumes ação em massa refere-se à personalização de produtos de acordo com as necessidades dos clientes mantendo simultaneamente o nível mais alto de eficiência com na produção em massa tradicional. (o quê? Por quê?) isso é possibilitado pelas arquiteturas modulares padronizadas de produtos (como?). Os modernos individuais podem ser combinados para formar uma miríade de produtos, fornecendo para os clientes uma ampla variedade de opção para atender seus gostos individuais. O benefício para os clientes a comprar produtos sob medida sem ter de pagar muito mais por eles (por quê?). Também é provável que ela resulte em relações mais estreitas com os clientes que têm uma sensa-

ção de envolvimento pessoal decorrente de individualização de seus produtos. A conexão emocional que os clientes formam com os produtos é então projetada para a empresa como um todo (por quê?).

### **31. SEM LUXO: SEJA O QUE FOR, DESDE QUE SEJA BARATO.**

O padrão sem luxo é tão simples quanto isto: as propostas de valor comuns são reduzidas ao mínimo (o quê?), com as economias resultantes dos custos normalmente passadas para os clientes, na forma de preços significativamente mais baixos (o quê?). O objetivo básico é alcançar um público-alvo muito mais amplo e, idealmente, até mesmo as massas (quem?). Embora esses tipos de clientes geralmente sejam mais sensíveis a preços do que aqueles nos estratos socioeconômicos mais altos, esse modelo de negócio ainda pode ser muito rentável depois de decolar no mercado de massa (por quê?). A prerrogativa para o sucesso, é claro, é ajustar de maneira consistente todos os processos para minimizar custos, a única maneira segura de manter os preços tão baixos você pode atrair um público verdadeiramente amplo (como?).

### **32. NEGÓCIO ABERTO: ALAVANCANDO A CRIAÇÃO DE VALOR COLABORATIVA.**

A adoção do modelo Negócio Aberto geralmente marca uma mudança fundamentalmente de paradigma na lógica de uma empresa. “Aberto” refere-se à inclusão de parceiros externos nos processos de agregação de um valor normalmente fechados, como pesquisas e desenvolvimento (como?). A maneira precisa que essa cooperação assume não é imutável, mas basear-se no conceito da colaboração tende a diferir substancialmente dos relacionamentos clássicos entre cliente e fornecedor. Empresas que buscam o modelo Negócio Aberto tentam deixar nichos rentáveis para potenciais parceiros dentro do modelo, que lhes permitam desenvolver atividades comerciais lucrativas independentemente (por quê?). Não sem razão é um ecossistema de negócios saudável muitas vezes composto por empresas que coexistem pacificamente usando diferentes modelos de negócios e prosperam por meio da cooperação. Esses ecossistemas frequentemente se desenvolvem em torno do foco de produtos e serviços da empresa - semelhantes a “espécies-chaves” nos ecossistemas biológicos - cujo desaparecimento destruiria todo o ecossistema.

### **33. CÓDIGO ABERTO: TRABALHANDO EM CONJUNTO PARA CRIAR UMA SOLUÇÃO GRATUITA.**

O Código Aberto (Open Source) permite que os produtos sejam desenvolvidos por uma comunidade pública em vez de uma única empresa (como?). O código-fonte é acessível ao público, de modo que qualquer um - um dilettante ou um profissional - pode fazer parte da comunidade e contribuir com sua perícia. Como resultado, as soluções desenvolvidas não pertencem a uma única empresa, mas ao público como um todo. Assim, os produtos de Código Aberto estão disponíveis gratuitamente (o quê?). Isso não significa, porém, descartar a existência de oportunidades de geração de renda com modelos de negócio baseados em Código Aberto: em vez de ganhar receitas diretamente da solução desenvolvida, retornos indiretos podem ser obtidos por meio de produtos e serviços elaborados com base no Código Aberto (por quê?).

### **34. ORQUESTRADOR: REGENDO A CADEIA DE VALOR.**

Empresas que adotam o modelo Orquestrador concentram-se em suas principais competências. Todas as atividades na cadeia de valor que não se enquadram nessas áreas são terceirizadas para fornecedores de serviços especializados que possuem as habilidades necessárias para executá-las com sucesso (como?). Assim como o diretor da cadeia de valor, o Orquestrador investirá uma grande quantidade de tempo coordenando e combinando atividades individuais de agregação de valor. Os custos de transação comparativamente mais altos que isso causa são compensados tirando vantagem das habilidades específicas dos parceiros (por quê?). Uma vantagem importante do padrão Orquestrador é que dá origem a uma cooperação íntima com parceiros externos, cuja capacidade inovadora pode beneficiar a própria produção de uma empresa (como? Por que?)

### **35. PAY PER USE: PAGUE PELO USO.**

No modelo Pay Per Use, a utilização específica de um serviço de um serviço ou produto pelo cliente é medida e cobrada. Ele é empregado extensivamente no mercado de consumo de mídia (televisão, serviços online etc.) e atrai clientes que desejam se beneficiar da flexibilidade. Em outras palavras, no modelo Pay Per Use, os clientes pagam por serviços com base na utilização efetiva, em vez de um preço único pré-fi-

xado (o quê?). Dependendo do serviço, os clientes são cobrados de diferentes maneiras, por exemplo, com base no número de unidades utilizadas ou na duração do uso (por quê?). Uma vantagem considerável para os clientes é que as origens dos custos incorridos são altamente transparentes (o quê?). O padrão também é muito justo, uma vez que os clientes que utilizam um serviço moderadamente pagam muito menos (o quê?).

### **36. PAGUE O QUE QUISER: QUANTO ISSO VALE PARA VOCÊ?**

No modelo de negócio pague o que Quiser é o cliente que define o preço a ser pago por um produto ou serviço (o quê?). O fornecedor compromete-se a aceitar o preço oferecido pelo cliente, mesmo quando ele é zero ou muito abaixo do valor real da oferta.

Às vezes, um preço mínimo ou um preço justo é sugerido para o comprador a título de orientação. Esse modelo pode atrair uma ampla base de clientes, mas é mais aplicável em mercados competitivos que lidam com produtos com baixos custos marginais, e onde existe uma forte relação entre as partes e uma base de clientes éticos. Ao contrário do que podemos pensar, os clientes raramente tiram vantagem desse modelo de negócio: pesquisas mostraram que os preços pagos por serviço paguem o que Quiser diferem significativamente de zero, estatisticamente falando (por quê?).

### **37. PEER TO PEER: FACILITANDO O CONTATO ENTRE AS PARTES.**

O termo “Peer to Peer” se originou na indústria de computadores, ele se refere a dois ou mais computadores equivalentes que se comunicam. Em termos do modelo de negócio, Peer to Peer normalmente refere-se a transações entre pessoas físicas, como emprestar itens pessoais, oferecer serviços e produtos específicos ou compartilhar informações e experiências (o quê?). A empresa organizadora funciona como uma espécie de intermediário responsável pela manipulação segura e eficiente das transações (como?), tornando-se idealmente um ponto de conexão para relações comunitárias.

Como o passar do tempo, essa função pode ser monetizada, por exemplo, cobrando taxas de transações ou gerando indiretamente receitas por meio de publicidade ou doações (por quê?).

## **38. CONTRATAÇÃO BASEADA EM DESEMPENHO: BASEANDO TAXAS EM RESULTADOS.**

Contratação Baseada em Desempenho implica o cálculo do preço de um produto considerando os serviços que ele gera em vez de seu valor nominal. Esses serviços são medidos precisamente, em função do que é produzido e pelos quais os clientes pagam para a empresa uma quantia específica (o quê? por quê?). Essa quantia tipicamente inclui todos os custos pertinentes, como despesas de operação, manutenção e reparo, de modo que os clientes possam controlar mais facilmente seus custos (o quê?). É importante observar que a intensidade do uso do produto é irrelevante para a determinação de preços, tornando o modelo, essencialmente, o inverso do Pay Per Use. O fabricante que distribui os produtos em questão frequentemente estará fortemente integrado aos processos de criação de valor para os clientes (como?), mantendo as experiências passadas com o produto e acumulando novos conhecimentos com sua utilização (por quê?). Sistemas integrados do tipo “possuir e operar” são uma variante extrema desse padrão, segundo o qual uma empresa retém a posse e opera o produto que outra empresa comprou (como?). O risco financeiro e operacional maior é compensado por relações mais cooperativas de longo prazo com os clientes (por quê?).

## **39. LÂMINA DE BARBEAR: ISCA E ANZOL.**

No modelo de negócio Lâmina de Barbear, o produto básico é oferecido a um preço abaixo do custo ou até mesmo de graça. Produtos adicionais de que os clientes precisam para utilizar o produto básico, por outro lado, têm um preço mais alto e, assim, são responsáveis por gerar a maior parte das receitas (o quê? por quê?). Essa lógica de negócio simples, mas engenhosa, descreve o modelo que também é conhecido como “isca e anzol”. A principal ideia do padrão é conquistar a lealdade do cliente diminuindo as barreiras para a compra do produto básico (o quê?). O dinheiro começará a entrar depois que o cliente passar a comprar os produtos complementares (por quê?).

## **40. ALUGUE EM VEZ DE COMPRAR:**

Lute pelo direito temporário de usar.

O termo “alugue em vez de comprar” fala por si mesmo. A principal vantagem para

os clientes é não precisar propor os custos de aquisição de uma compra direta, permitindo que obtenham produtos que do contrário não conseguiram comprar (o quê?). A locação amarrar a capital por longo período, deixando os clientes com mais margem de manobra financeira (o quê?). Muitas pessoas apreciam essas vantagens - especialmente em caso de bens de capital intensivo (aqueles cuja produção demanda maior proporção de capital e tecnologia do que mão de obra). Isso abre a oportunidade de melhor potencial de vendas em relação a uma compra definitiva (por quê?). Um pré-requisito importante para oferecer a opção alugue em Vez de Comprar é a capacidade de financiar os produtos em questão antecipadamente, uma vez que as receitas só virão em uma data futura (por quê?) Nesse sentido, a locação é semelhante ao Pay Per Use, mas com o grande diferencial de que sentido, as locações são definidas pelo tempo de uso e não pelo uso real. A transição entre alugue em Vez de Comprar e Pay Per Use muitas vezes pode ser bastante fluida, como a cobrança de uma taxa básica por agências de locação de automóveis quando os clientes excedem o limite de quilometragem estipulado.

#### **41. DIVISÃO DA RECEITA: BENEFÍCIO MÚTUO COM SIMBIOSE.**

O modelo de negócio Divisão da Receita refere-se a indivíduos, grupos ou empresas que trabalham juntos e compartilham as receitas resultantes (o quê? por quê?). Esse modelo é muitas vezes associado a sistemas de afiliação comumente encontrados na internet (por exemplo), um operador de um site de e-commerce pode encaminhar os clientes de uma empresa via um anúncio publicitário afiliado e receber pagamento pelos “cliques”). O operador se beneficia das receitas recebidas, enquanto a empresa tirar vantagem de uma grande base de clientes por causa das indicações. Outros métodos permitem que indivíduos se registrem online para trabalhar em conjunto a fim de alcançar um objetivo comum e compartilhar os lucros ganhos. Os clientes também podem ser encorajados a enviar conteúdo para a internet e, em troca, receber uma parte da receita de publicidade sobre o número de “visualizações” ou “cliques” do banner publicitário associado ao conteúdo.

#### **42. ENGENHARIA REVERSA: APRENDENDO COM OS CONCORRENTES.**

No modelo de negócio Engenharia Reversa, uma tecnologia existente ou um produto do concorrente é analisada e as informações obtidas são utilizadas para desenvolver

um produto semelhante ou compatível (como?). Como isso exige pouco investimento em pesquisa e desenvolvimento, os produtos podem ser oferecidos a um preço mais baixo do que seus equivalentes de mercado (por quê?). A Engenharia Reversa não se limita a produtos ou serviços: por exemplo, ela também pode ser aplicada aos modelos de negócio como um todo, quando as cadeias de valor dos concorrentes são analisadas e seus princípios são aplicados na empresa focal.

### **43. INOVAÇÃO RESERVA: APRENDENDO COM SOLUÇÕES APENAS BOAS O SUFICIENTE.**

A gênese da Inovação Reversa é encontrada na década de 1990, quando muitos países anteriormente de baixa rendam como a Índia ou a China se transformaram em mercados cada vez mais atraentes. Ao longo dos últimos anos, várias empresas multinacionais estabeleceram departamentos de P&D nesses países para levar produtos inovadores dos consumidores locais e, para a empresa de muitas empresas multinacionais, essas inovações também vendiam bem em mercados desenvolvidos. Assim, nasceu o padrão de negócio Inovação Reversa.

A General Electric, conglomerado multinacional com sede nos EUA, é amplamente considerada como pioneira da Inovação Reversa. Em 2007, a empresa desenvolveu um dispositivo portátil de eletrocardiograma (ECG) para os mercados indiano e chinês que poderia ser conectado a um computador laptop padrão e custar apenas cerca de 1/10 do preço de uma máquina de ultrassom convencional. Alguns anos após o lançamento do produto, a General Electric lançou essa alternativa de baixo custo nos mercados desenvolvidos como França, Alemanha e Estados Unidos, e as vendas não decepcionaram.

### **44. ROBIN HOOD: TIRAR DOS RICOS E DAR AOS POBRES.**

Seria difícil encontrar um título mais sugestivo para o modelo de negócio Robin Hood, em que um produto ou serviço é vendido para “os ricos” a um preço muito mais alto do que para “os pobres”. A maior parte dos lucros é gerada pela base de clientes ricos. Atender os pobres a um preço baixo muitas vezes não é diretamente rentável, mas para economias de escala que outros fornecedores não podem alcançar. Além disso, acomodar os pobres nesse cenário pode ter um efeito positivo sobre a imagem de uma empresa.

## **45. AUTOATENDIMENTO: COLOCANDO O CLIENTE PARA TRABALHAR.**

No modelo Autoatendimento, parte da agregação de valor de um produto ou serviço é passada para o cliente em troca de um preço mais baixo (como?). Isso é particularmente adequado para processos que geram custos altos, mas agregam um valor percebido relativamente baixo para o cliente. Além de preços menores, os cliente normalmente descobrem que o Autoatendimento também economiza tempo (o quê?). Esse modelo é capaz até mesmo de aumentar a eficiência, uma vez que alguns casos podem executar uma etapa de agregação de valor mais rapidamente e de maneira mais direcionada. Aplicações clássicas incluem selecionar itens nas prateleiras, planejar seus próprios projetos ou, de maneira autônoma, conduzir as operações de pagamento por produtos e serviços. Uma empresa que usa o autoatendimento tem grande potencial de economizar mão de obra, pois o cliente muitas vezes pode substituir um número significativo de postos de trabalho (por quê?).

## **46. LOJA NA LOJA: PEGANDO CARONA.**

O modelo de negócio Loja na Loja refere-se à prática de varejistas ou prestadores de serviços que estabelecem uma loja independente no espaço de varejo de outra empresa (como?). A empresa integrada geralmente tem a liberdade de escolher sua própria variedade de produtos e projetar o espaço de vendas de acordo com especificações próprias, assim, não é necessário nenhum sacrifício para promover sua marca. Esses arranjos podem produzir sinergias valiosas que resultam em uma situação mutuamente vantajosa. A instituição hospedeira se beneficia dos clientes atraídos para os produtos ou serviços de outra empresa e do aluguel recebido; a esta se beneficia do posicionamento mais barato como espaço ou força de trabalho. A experiência mostrou que integrar um negócio às instituições de outra empresa fornece uma alternativa mais barata e mais flexível do que construir uma loja própria e, é claro, adotar um padrão Loja na Loja às vezes dá acesso a uma localização privilegiada que, de outra maneira, seria difícil ou impossível de encontrar (por quê?).

## **47. PROVEDOR DE SOLUÇÕES: ENCONTRANDO TUDO O QUE VOCÊ PRECISA EM UM SÓ LUGAR.**

Um Provedor de Soluções oferece cobertura total dos produtos e serviços em um

domínio particular, consolidados em uma única fonte (o quê?). Ele normalmente fornece acordos de serviços personalizados e serviços de consultoria, bem como todos os suprimentos e peças de reposição necessários. O objetivo é oferecer aos clientes um pacote inclusivo que cuida de todas as necessidades em uma determinada área. Os clientes podem concentrar-se totalmente em seus negócios essenciais, o que frequentemente melhora o desempenho (o quê?). O modelo é particularmente aplicável para clientes que desejam terceirizar uma completa área de especialização, por exemplo, para um provedor de serviços de internet, no caso de serviços web, ou para uma empresa de transporte, no caso de serviços internacionais de entrega. A grande vantagem para um Provedor de soluções é a possibilidade de construir relações cada vez mais estreitas com os clientes (por quê?).

#### **48. ASSINATURA: ADQUIRINDO INGRESSOS PARA TODA A TEMPORADA.**

A Assinatura permite aos clientes receber produtos ou serviços regularmente. A empresa assina um contrato com seus clientes, definindo a frequência e duração da prestação dos serviços. Os clientes pagam pelos serviços antecipadamente ou em intervalos regulares, geralmente em uma base mensal ou anual (por quê?). Os clientes apreciam a Assinatura porque não precisam se preocupar em comprar produtos ou serviços individuais repetidamente e isso economiza tempo e dinheiro para eles. Outra vantagem é que o preço de uma assinatura frequentemente é mais baixo do que comprar o mesmo produto ou serviço várias vezes (o quê?). Muitas empresas oferecem aos clientes um desconto quando eles fazem uma assinatura, uma vez que isso constitui uma garantia para comprar seus produtos ou serviços repetidamente, o que significa retornos previsíveis para o negócio (por quê?). Para que as assinaturas funcionem em longo prazo, é importante que os clientes percebam os benefícios do sistema e nunca se sintam enganados.

#### **49. SUPERMERCADO: GRANDE VARIEDADE E PREÇOS BAIXOS SOB O MESMO TETO.**

No modelo de negócio Supermercado, uma empresa vende toda uma variedade de produtos e acessórios prontamente disponíveis sob o mesmo teto (o quê?). A ampla variedade conscientemente disponível de produtos atende aos desejos de maioria dos clientes e gera demanda considerável (por quê?). Os preços geralmente são man-

tidos baixos para atrair clientes, enquanto economias de escopo geram vantagens para a empresa em termos de eficiência e diversificação de produtos (como? e por quê?). Supermercados são populares porque os clientes normalmente gostam de ser capazes de obter tudo o que querem ou necessitam sob o mesmo teto (o quê?).

## **50. VISE OS POBRES: CLIENTES NA BASE DA PIRÂMIDE.**

O padrão Vise os Pobres aborda especificamente as pessoas nos países de baixa renda na base da pirâmide (quem?) que se beneficiariam do acesso a produtos e serviços, preços acessíveis. Geralmente isso compreende pessoas que ganham US\$ 2.000 menos por ano (corrigido para o poder de compra), mas o número irá variar de acordo com o sistema de classificação usado. Apesar de seu poder de compra relativamente baixo, esses clientes ofereceria um enorme potencial de vendas, uma vez que mais metade da população do mundo pertence a esse grupo de clientes (por quê?).

## **51. TRASH TO CASH: TRANSFORMANDO REFUDO VELHO EM DINHEIRO NOVO.**

O padrão Trash to Cash baseia-se na ideia da reciclagem e reutilização de materiais. Os produtos utilizados são coletados e vendidos em outras partes do mundo ou transformados em novos produtos. O regime de lucro baseia-se no preço de compra baixo ou mesmo nulo, de tal modo que os custos dos recursos para uma empresa que adota esse modelo normalmente são eliminados (como?). Os clientes recebem produtos refinados que deixam uma impressão duradoura e que podem ser comprados com uma consciência de responsabilidade social (o quê?). Com tudo isso, o modelo de negócio Trash to Cash resulta em uma situação mutuamente vantajosa para o fornecedor e fabricante: os serviços anteriores de descarte de resíduos são cobertos pelo custo reduzido ou (como?), e este último recebe recursos ou materiais baratos com os quais fabricar os produtos (por quê?).

## **52. MERCADO BILATERAL: ATRAINDO EFEITOS DE REDE INDIRETOS.**

O mercado bilateral facilita a interação entre dois grupos complementares para benefícios mútuos usando um intermediário ou uma plataforma. Por exemplo, sites de recrutamento põem em acordo contato candidatos a empregos e recrutadores,

enquanto um mecanismo de busca atrai usuários e anunciantes (quem?). Fundamentais conceito são os chamados efeitos de redes indiretos: quanto mais as pessoas do outro grupo usam a plataforma, mais atraente ela se torna para as pessoas o outro grupo. Isso funciona e ambas as direções (o quê?). O principal desafio para operar essa plataforma é orientar os dois grupos de clientes à empresa (como?). Também é possível visar três ou mais grupos de clientes: nesse caso, nós então falamos de um mercado multilateral. O mecanismo de busca do Google constitui um mercado trilateral composto por usuários da internet (buscadores), hosts de sites e anunciantes no site. Nem todos os participantes necessariamente pagam pelo envolvimento: no caso dos mecanismos de busca, por exemplo, eles são gratuitos para os usuários navegam, mas os anunciantes pagam para serem incluídos no site (por quê).

### **53. LUXO SUPREMO**

O padrão Luxo Supremo focaliza clientes na faixa financeira mais alta (quem?). Empresas que operam aqui podem distinguir seus produtos ou serviços fornecendo privilégios e serviços da mais alta qualidade, compatíveis com o poder de compra de mercado rico que elas visam: singularidade e autorrealização são valores atraentes para esses compradores (por quê?). Os grandes investimentos necessários para fornecer esses produtos e serviços são compensados pelas amplas margens praticadas. Assim, o foco reside na marca, emprego de representantes de vendas competentes e bem-informados para promover produtos e serviços e eventos especiais memoráveis frequentes para os clientes (como? e por quê?). O mercado de bens de luxo cresce no mundo todo, especialmente na China e na Rússia. A microeconomia fala sobre o efeito esnobe: relógios de luxo vendem melhor com preços mais altos. Para alcançar os extremamente influentes, é necessário um ajuste completo do modelo de negócio.

### **54. DESIGN PELO USUÁRIO: O CLIENTE COMO EMPREENDEDOR INVENTIVO.**

No modelo de negócio Design pelo Usuário os clientes agem como designers e consumidores (quem?). Projetando produtos que outras pessoas vão comprar mais tarde, eles participam de seu próprio processo de desenvolvimento de produto. Assim a empresa apoia os clientes em suas iniciativas e se beneficiam da criatividade deles, enquanto os clientes se beneficiam executando suas ideias empreendedoras sem ter de criar nenhuma infraestrutura (o quê?). Tipicamente uma plataforma online oferece

aos clientes o suporte necessário para ajudá-los a projetar e comercializar produtos, como software de design de produto, serviços de fabricação e uma loja online para vender o produto (como?). Para cada item vendido, a empresa recebe uma comissão fixa, que geralmente se baseia nos retornos realizados (por quê?). A principal vantagem de Design pelo Usuário é que a empresa não tem de investir no desenvolvimento de seus próprios produtos, desde que ela tenha êxito em ajudar os clientes a explorar sua criatividade (como?).

## **55. WHITE LABEL: ESTRATÉGIA DE MARCA PRÓPRIA.**

Produtos de white label não recebem um nome específico depois que são fabricados, mas são vendidos por diferentes empresas com diferentes nomes e em diferentes segmentos de mercado (o quê?).

Fabricantes desse tipo de produto só arcam com os custos de fabricação: isso é uma vantagem significativa desse modelo de negócio, uma vez que ele elimina a necessidade de investir em infraestrutura (como?). A empresa que utiliza White label focaliza a otimização dos processos de produção e, portanto, terá melhor oportunidade de gerar economia de escala. Como os produtos acabados não possuem uma marca, os fornecedores podem comercializá-los como quiserem. Esse modelo permite que a empresa possa vender uma parte de seus produtos com uma marca diferente, isso é comum na indústria de alimentos, em que os produtos podem ser fabricados em um determinado local,

## **COMO SE TORNAR UM EXCELENTE COMPETIDOR**

O CONCEITO DO PORCO ESPINHO

Sair da condição de bom para excelente exige um profundo entendimento da intersecção dos três círculos:

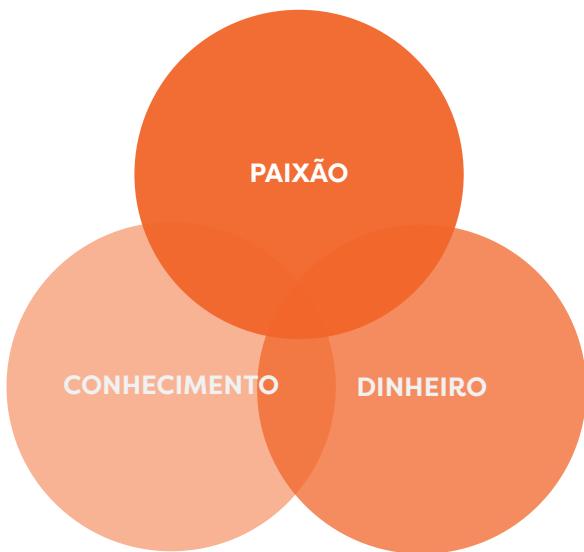


A chave está em entender em qual atividade o seu negócio pode ser o melhor – e, igualmente importante, saber em qual atividade ele não consegue ser o melhor do mundo, não em qual atividade ele não quer ser o melhor. O conceito do porco-espinho não é uma meta, estratégia ou intenção; é uma compreensão.

Se você não consegue ser o melhor do mundo em seu negócio estratégico, então seu negócio não pode se tornar a base de seu conceito de porco-espinho.

O entendimento do conceito de melhor do mundo é um padrão muito mais rigoroso do que uma competência essencial. Você pode possuir uma competência, mas não ter necessariamente a capacidade de ser de fato o melhor do mundo nessa mesma competência. Inversamente, pode haver atividades nas quais você poderá se tornar o melhor do mundo, mas para quais você não possui competências no momento.

## Conceito do Porco Espinho na prática



## **Os 14 princípios para crescer como a Amazon por Steve Anderson Karen Anderson:**

À medida que estudava as Cartas aos acionistas, percebi que elas se dividiam em Ciclos de crescimento que se repetem e que Bezos aplica a praticamente qualquer iniciativa: testar, construir, acelerar e escalar. Os princípios se encaixam em cada uma dessas áreas.

**Três princípios ajudaram a Amazon a testar suas ideias estrategicamente:**

**Incentivar o  
“Fracasso  
bem-sucedido.”**

**Apostar em  
grandes ideias**

**Praticar  
invenção e inovação  
dinâmicas**

**Três princípios ajudaram a Amazon a construir para o futuro:**

**Ter obsessão  
pelo cliente**

**Aplicar um  
pensamento de  
longo prazo**

**Compreender seu  
flywheel - ou  
círculo virtuoso**

**Quatro princípios que ajudaram a Amazon a acelerar seu crescimento:**

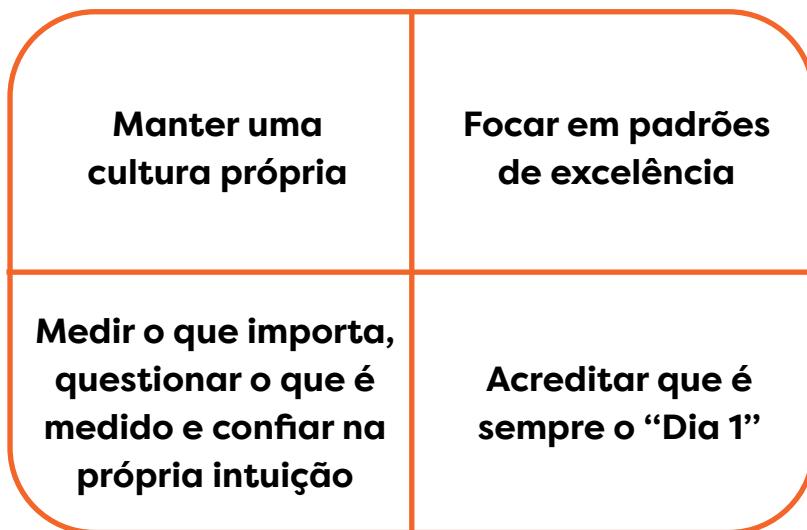
**Agilizar a  
tomada de  
decisões**

**Simplificar  
o que é complexo**

**Acelerar o  
tempo por meio  
da tecnologia**

**Promover a  
atitude de dono**

**E quatro princípios ajudaram a Amazon a escalar:**



### **“EMPRESAS FEITAS PARA VENCER” – JIM COLLINS – DESCUBRA POR QUE ALGUMAS EMPRESAS ALCANÇAM A EXCELÊNCIA... E OUTRAS NÃO.**

Pense na transformação como um processo de construção seguido de uma ruptura, subdividido em três amplos estágios: pessoas disciplinadas, pensamento disciplinado e ação disciplinada. Dentro de cada um desses três estágios há dois conceitos-chaves, apresentados na moldura e descrito adiante. Permeando a estrutura inteira há ainda um conceito que viemos a chamar de “volante”, e que capta a GESTALT de todo o processo de transformação de empresa boa em empresa excelente.

#### **Liderança nível 5:**

Apagados, quietos, reservados, até mesmo tímidos, esses líderes são uma mistura paradoxal de humildade pessoal com firme vontade profissional. Estão mais para Lincoln e Sócrates do que para Patton ou César.

#### ***Primeiro quem... Depois o quê.***

Em vez disso, descobrimos que eles primeiro puseram as pessoas certas no barco, tiraram as pessoas erradas, e colocaram as pessoas certas nos lugares certos. Só depois é que decidiram para onde o barco deveria rumar. O velho adágio “as pessoas são seu ativo mais importante”, na verdade, está errado. As pessoas não são o seu ativo mais importante. As pessoas certas é que são.

Todas as empresas “feitas para vencer” abraçaram o que viemos chamar de “Paradoxo Stockdale”: é preciso manter uma fé inabalável no fato de que você pode e vai vencer no final, a despeito das dificuldades – E, AO MESMO TEMPO, ter disciplina necessária para enfrentar os fatos mais brutais de sua atual realidade, sejam eles quais forem.

O conceito do porco-espinho (a simplicidade dentro dos três círculos).

Para quem uma empresa boa se transforme numa empresa excelente é necessário transcender a maldição de competência. Só porque seu negócio estratégico está instalado em determinado área de atuação, só porque você vem fazendo aquilo que há anos ou até mesmo há décadas, isso não significa, necessariamente, que você pode ser o melhor do mundo naquilo.

## UMA CULTURA DA DISCIPLINA

Todas as empresas têm uma cultura e algumas empresas têm disciplina, mas poucas empresas têm uma cultura da disciplina. Quando você tem pessoas disciplinadas, não precisa de hierarquia. Quando tem pensamentos disciplinados, não precisa de burocracia. Quando tem ação disciplinada, não precisa de controles excessivos.

Acelerados tecnológicos: As empresas “feitas para vencer” pensam de forma diferente em relação ao papel da tecnologia. Elas jamais usam a tecnologia como o meio principal para alimentar uma transformação. No entanto, paradoxalmente, são pioneiras na aplicação de tecnologias criteriosamente selecionadas. Aprendemos que a tecnologia, em si, nunca é causa primária, ou básica, da excelência ou do declínio.

O volante e o círculo da destruição.

Não importa quão espantoso seja o resultado, as transformações de empresa boa em empresa excelente jamais ocorreram de uma tacada só.

O contrário, o processo lembra o ato de rodar incansavelmente um enorme pesoado volante em determinada direção, volta após volta, construindo momentum até um ponto de ruptura, para depois transcendê-lo.

## OS DOIS LADOS DA LIDERANÇA DE NÍVEL 5:

| VONTADE PROFISSIONAL  | HUMILDADE PESSOAL   |
|---|---|
| Gera resultados extraordinários – é verdadeiro catalisador na transição de empresa boa para empresa excelente.  | Exibe uma modéstia irresistível, evitando sistematicamente a ondulação pública; não fica vangloriando.  |
| Apresenta a determinação inabalável de fazer tudo o que for necessário para gerar os melhores resultados de longo prazo, não importa o grau de dificuldade.             | Age com determinação silenciosa e cala; para motivar; confia principalmente em padrões inspirados e não carisma inspirador.                           |
| Estabelece o padrão para construir uma empresa excelente e duradoura e não investe em nada menos do que isso.   | Canaliza sua ambição na empresa, não em si mesmo; prepara seus sucessores para um êxito ainda maior que o dele; na geração seguinte.                  |
| Olha no espelho, não através da janela, na hora de atribuir responsabilidade por resultados ruins; não põe a culpa nas outras pessoas, nos fatores externos ou no azar. | Olha através da janela, e não no espelho, na hora de atribuir o crédito pelo sucesso da empresa – a outras pessoas, a fatores externos e à boa sorte. |

A grande ironia é que o espírito e a ambição pessoal que, em geral, elevam as pessoas para posições de poder, se opõem diametralmente à humildade exigida de uma liderança de nível 5. Se associarmos essa ironia ao fato de que os conselhos de administração quase sempre trabalham com a falsa premissa de que precisam contratar um líder egocêntrico e poderoso para tornar sua organização excelente, logo conseguimos saber por que raramente vemos líderes de nível 5 à frente de nossas instituições.

## 140 ESTRATÉGIAS SIMPLES PARA DOMINAR A ARTE DA PERSUASÃO – Por Susan Weinchenk

**Estratégia 1:** Faça com que as pessoas se sintam conectadas umas às outras e elas trabalharão com mais afinco.

**Estratégia 2:** Quando pedir algo, em vez de verbos, use substantivos para invocar a identidade de grupo.

**Estratégia 3:** Para levar alguém a fazer algo, mostre que outras pessoas já estão fazendo aquilo.

**Estratégia 4:** É importante escolher bem quem faz o pedido. O pedido é mais eficiente quando feito por um amigo, uma pessoa atraente ou alguém semelhante aos que estão recebendo.

**Estratégia 5:** Antes de tentar convencer alguém a fazer alguma coisa, faça algo para essa pessoa, para que ela sinta a necessidade de retribuir.

**Estratégia 6:** Peça mais do que você realmente deseja. Quando seu pedido for rejeitado, peça o que de fato deseja.

**Estratégia 7:** Para levar alguém a fazer algo, faça-o primeiro (e será imitado).

**Estratégia 8:** Para criar consonância, imite as posições do corpo e os gestos dos outros. Isso cria uma ligação e aumenta a probabilidade de que façam o que você lhes pedir.

**Estratégia 9:** Para convencer pessoas a fazer algo, demonstre que você tem paixão pelo que está pedindo que façam.

**Estratégia 10:** Para fazer com que algo se torne viral, use a paixão, um forte conteúdo emocional e uma boa história para comunicar a ideia ou o chamamento à ação.

**Estratégia 11:** Para convencer as pessoas a fazer alguma coisa, primeiro crie um vínculo entre elas como grupo, fazendo-as dar risada ou desenvolver comportamento sincrônico.

**Estratégia 12:** Para convencer uma pessoa a confiar em você, primeiro demonstre que confia nela. Quando ela confia em você, aumentam as chances de ela fazer o que você pedir.

**Estratégia 13:** Para convencer as pessoas a fazer algo, sincronize a sua comunicação diretamente com o cérebro delas. Elas precisam ouvir a sua voz.

**Estratégia 14:** Use a competição com um pequeno número (menos de 10) de competidores apenas.

**Estratégia 15:** Não misture homens e mulheres em uma competição.

**Estratégia 16:** As pessoas tendem a fazer o que você quer que elas façam quando o consideram um líder. Para ser visto como um líder, você deve demonstrar confiança através de sua postura corporal.

**Estratégia 17:** Para ser persuasivo, seus gestos com as mãos devem corresponder ao que você estiver dizendo.

**Estratégia 18:** Você será mais persuasivo se olhar diretamente para a pessoa, com um leve sorriso nos lábios.

**Estratégia 19:** Para estimular alguém a fazer algo, comunique-se com energia e entusiasmo.

**Estratégia 20:** Para convencer alguém a fazer algo, você precisa vestir-se como essa pessoa, para fazer uso da semelhança, ou um grau acima dela, para fazer uso da

autoridade.

**Estratégia 21:** Falei primeiro e você será visto como líder. Quando você for o líder, terá mais possibilidades de convencer alguém a fazer o que você quer.

**Estratégia 22:** Para levar as pessoas a fazer algo automaticamente, por um longo tempo, faça-as criar um novo hábito ou mudar um preexistente.

**Estratégia 23:** Para levar uma pessoa a criar um novo hábito, descubra um gatilho e uma recompensa.

**Estratégia 24:** Para estimular a criação de um novo hábito, quebre o comportamento desejado em pequenos passos.

**Estratégia 25:** Para levar as pessoas a começar um novo hábito, facilite a criação da rotina o máximo que puder, eliminando a tomada de decisões.

**Estratégia 26:** Para levar as pessoas a manter a nova rotina e o novo hábito, mostre o progresso e os resultados. Os hábitos precisam de muito feedback sobre o que está acontecendo.

**Estratégia 27:** Para criar um hábito, ancore-o em um hábito que já esteja estabelecido.

**Estratégia 28:** Use a criação de um novo hábito quando quiser que as pessoas façam algo relativamente pequeno; porém esse novo hábito deverá ser executado de maneira inconsciente e automática.

**Estratégia 29:** As pessoas tendem a fazer o que você lhes pede quando você comunica sob a forma de histórias as informações e os dados nos quais se baseia.

**Estratégia 30:** Quando você consegue que as pessoas mudem suas histórias ou pessoas, elas mudam o comportamento.

**Estratégia 31:** Antes de pedir às pessoas que façam algo, ative uma persona que esteja associada ao que você deseja que façam.

**Estratégia 32:** Quando introduz uma pequena fenda em uma persona preexistente, com o passar do tempo você acaba mudando a persona. Quando você muda a persona, pode então mudar o comportamento.

**Estratégia 33:** Para convencer alguém a fazer algo, use uma persona preexistente e ancore nela uma persona nova, porém relacionada.

**Estratégia 34:** Para mudar uma persona, faça as pessoas executarem uma pequena ação que seja inconsistente com sua persona atual.

**Estratégia 35:** Quando você faz as pessoas se comprometerem publicamente, é mais fácil persuadi-las a fazer algo.

**Estratégia 36:** Não recompense as pessoas por seu comprometimento.

**Estratégia 37:** Quando as pessoas escrevem algo à mão, elas se tornam mais comprometidas com o que escreveram.

**Estratégia 38:** Exponha as pessoas a histórias de outros para que elas se sintam estimuladas a criar novas histórias para si mesmas.

**Estratégia 39:** Quando as pessoas ficam condicionadas a fazer algo, você pode associar um novo estímulo ao comportamento para o qual deseja uma resposta automática

**Estratégia 40:** Não basta apenas oferecer uma recompensa. Você precisa decidir que tipo de esquema vai usar se quiser que a recompensa seja eficaz para o seu propósito.

**Estratégia 41:** Quando estiver tentando estabelecer um novo comportamento, ofereça uma recompensa toda vez que a pessoa adotar o comportamento (reforço contínuo).

**Estratégia 42:** Uma vez que um comportamento fique estabelecido através do reforço contínuo, mude para um esquema diferente de recompensas, para que o comportamento se mantenha.

**Estratégia 43:** Quando você deseja que um comportamento se fixe, dê recompensas

adotando um esquema de ritmo variável.

**Estratégia 44:** Use um esquema de intervalos variáveis quando não precisar que um determinado comportamento se repita muitas vezes; você apenas deseja que o comportamento seja constante e regular.

**Estratégia 45:** Quando você usa um esquema de ritmo fixo, obtém uma explosão do comportamento, mas ela irá decrescer com o tempo.

**Estratégia 46:** Quando você usa um esquema de ritmo fixo, as pessoas ficam mais motivadas se você mostrar a elas o quanto falta para alcançar o objetivo – e não o quanto já alcançaram.

**Estratégia 47:** Evite oferecer recompensas com base em intervalos de tempo fixos. Esse esquema é menos eficiente do que os outros.

**Estratégia 48:** Quando não puder recompensar um comportamento porque ele não existe, use a moldagem para dar o pontapé inicial nesse comportamento.

**Estratégia 49:** Escolha uma recompensa que a pessoa realmente deseje. Caso contrário, o processo não funciona.

**Estratégia 50:** Quando você oferece recompensas, deve dá-las imediatamente depois do comportamento (de acordo com o esquema que estiver usando).

**Estratégia 51:** Quando oferecer recompensas, você deve dá-las depois do comportamento, nunca.

**Estratégia 52:** Você pode usar o reforço negativo para levar alguém a fazer algo. Descubra o que essa pessoa não deseja e remova isso da situação, como um tipo de “recompensa”.

**Estratégia 53:** Recompense o comportamento que deseja e ignore o que não deseja. Punições são menos eficientes do que recompensas.

**Estratégia 54:** Para prender a atenção, use mensagens e imagens de eventos perigosos.

**Estratégia 55:** Para fazer com que as pessoas se lembrem de você, de sua marca ou de sua mensagem, use imagens ou palavras que inspiram medo.

**Estratégia 56:** Para levar as pessoas a tomar atitudes imediatas, use mensagens de medo e morte.

**Estratégia 57:** Entenda que as pessoas são mais motivadas pela possibilidade de perda do que pela possibilidade de ganho.

**Estratégia 58:** Não confie no que as pessoas relatam sobre porque preferem uma coisa à outra. Estratégia

**Estratégia 59:** Se quiser que uma pessoa anseie por algo, deixe-a experimentá-lo primeiro. Quando tiver experimentado, ela não vai querer perdê-lo.

**Estratégia 60:** Quando quiser que as pessoas valorizem o seu produto ou serviço, faça-o parecer escasso ou difícil de conseguir.

**Estratégia 61:** Se você quiser que as pessoas experimentem algo novo, envolvam-nas quando estiverem de bom humor ou ajude-as a entrar em um estado de bom humor, mostrando a elas um vídeo animado ou engraçado.

**Estratégia 62:** Se você quiser que as pessoas experimentem algo novo, faça com que se sintam seguras e confortáveis.

**Estratégia 63:** Se você quiser que as pessoas permaneçam fiéis a algo que já conhecem, evite colocá-las de bom humor.

**Estratégia 64:** Se você quiser que as pessoas permaneçam fiéis à sua escolha usual e não experimentem algo novo, use mensagens que invoquem o medo da perda.

**Estratégia 65:** Quando você oferece escolhas, dá às pessoas o controle – e todo mundo ama ter controle.

**Estratégia 66:** Limite o número de opções a três ou quatro. Quando você oferece opções em excesso, as pessoas não escolhem nada.

**Estratégia 67:** Se você deseja que as pessoas participem, faça com que se sintam seguras.

**Estratégia 68:** Para prender a atenção, use a novidade. Uma vez que atraia a atenção das pessoas, passe adiante a sua mensagem.

**Estratégia 69:** Influencie as pessoas a desejar mais oferecendo a elas uma quantidade limitada de informações.

**Estratégias 70:** Quando você deseja obter atenção total, faça com que o estímulo seja imprevisível e inclua um alerta auditivo ou visual.

**Estratégia 71:** Para chamar a atenção, use comida de verdade, cheiro de comida ou até uma fotografia de comida.

**Estratégia 72:** Para chamar a atenção e influenciar a tomada de decisões, utilize qualquer insinuação de sexo – desde que o uso de sexo seja pertinente.

**Estratégia 73:** Quando quiser instigar alguém a fazer algo complicado, algo que requeira o aprendizado de novas habilidades ou de um novo acervo de conhecimentos, use o desejo de maestria. Caso contrário, os reforços podem ser a melhor opção.

**Estratégia 74:** Quando você quiser que as pessoas façam algo a longo prazo, envolva o desejo de maestria – não ofereça simplesmente dinheiro ou recompensas.

**Estratégia 75:** Quando você faz as pessoas sentirem que somente membros de uma elite são capazes de executar determinada tarefa, elas ficam mais motivadas a fazê-lo.

**Estratégia 76:** Quando você faz com que uma tarefa pareça desafiadora (mas não impossível), as pessoas ficam motivadas a desempenhá-la.

**Estratégia 77:** Quando você oferece autonomia às pessoas, elas sentem um desejo mais forte de maestria e, consequentemente, ficam mais motivadas.

**Estratégia 78:** Quando você faz as pessoas lutarem, pelo menos um pouquinho, isso aumenta o senso de maestria e, consequentemente, o nível de motivação.

**Estratégia 79:** Ofereça às pessoas oportunidades para cometerem erros.

**Estratégia 80:** Dê um feedback para ajudar as pessoas a aprender através de seus erros, mas não interrompa o trabalho delas para fazê-lo.

**Estratégia 81:** Quando oferecer feedback, inclua uma explanação curta.

**Estratégia 82:** Escolha o momento certo para dar o feedback.

**Estratégia 83:** Quando você usar o feedback para aumentar o desejo de maestria, seja objetivo e não inclua elogios.

**Estratégia 84:** Quando você induz um estado de fluxo, as pessoas trabalham por mais tempo e com mais afinco.

**Estratégia 85:** Para manter o estado de fluxo, permita que os indivíduos tenham controle sobre suas ações durante a atividade.

**Estratégia 86:** Para manter o estado de fluxo, não interrompa as pessoas.

**Estratégia 87:** Para manter o estado de fluxo, assegure-se de que a tarefa seja desafiadora, mas não impossível.

**Estratégia 88:** Quando você quiser que as pessoas tomem uma decisão rápida, torne as coisas mais fáceis para elas.

**Estratégia 89:** Quando quiser que as pessoas reflitam bastante, torne as coisas mais difíceis para elas.

**Estratégia 90:** Quando você quer que as pessoas respondam rapidamente, faça um pedido simples, que não exija que elas pensem.

**Estratégia 91:** Quando usa uma história simples e coerente, você aumenta a probabilidade de que as pessoas tomem uma decisão ou atitude.

**Estratégia 92:** Quando quiser que as pessoas atuem de maneira independente, faça referência a dinheiro.

**Estratégia 93:** Quando quiser que as pessoas trabalhem juntas e ajudem umas às

outras, não se refira a dinheiro.

**Estratégia 94:** Quando quiser que as pessoas obedeçam à autoridade, use mensagens de morte.

**Estratégia 95:** Quando quiser que as pessoas sigam as normas sociais do grupo com o qual se identificam, use mensagens de morte.

**Estratégia 96:** Quando quiser que as pessoas sejam caridasas com os membros de sua própria comunidade, use mensagens de morte.

**Estratégia 97:** Quando quiser que as pessoas sejam receptivas ou caridasas com pessoas de fora de sua comunidade, evite mensagens de morte.

**Estratégia 98:** Quando você quiser que as pessoas aceitem um número alto, ancore-o a um número alto.

**Estratégia 99:** Quando quiser que as pessoas aceitem um número baixo, ancore-o a um número baixo.

**Estratégia 100:** Para influenciar o modo como as pessoas percebem os preços e fazem estimativas numéricas, use um número arbitrário para atuar como âncora.

**Estratégia 101:** Quando quiser que as pessoas escolham um nível alto de produtos ou serviços, comece sua lista com o nível mais alto de serviços e o preço mais alto.

**Estratégia 102:** Quando quiser que as pessoas fiquem próximas do preço de sua âncora inicial, use uma âncora bem específica.

**Estratégia 103:** Quando quiser que as pessoas pensem em preços diferentes do seu preço de âncora inicial, use uma âncora menos específica.

**Estratégia 104:** Quando você quiser que as pessoas pensem em um produto ou ideia de maneira positiva, torne esse produto ou ideia familiar a elas.

**Estratégia 105:** Quando quiser que as pessoas achem que o que você tem é bom e verdadeiro, mantenha a mensagem simples e exponha as pessoas a ela de cinco a

sete vezes.

**Estratégia 106:** Quando quiser que as pessoas achem que um evento semelhante tem chances de acontecer novamente, pergunte a elas sobre esse evento logo depois que ele acontecer pela primeira vez.

**Estratégia 107:** Quando quiser que as pessoas subestimem a possibilidade de que um evento ocorra novamente, pergunte a elas sobre um evento semelhante que não tenha ocorrido recentemente.

**Estratégia 108:** Quando quiser que as pessoas superestimem a possibilidade de que um evento ocorra novamente, pergunte a elas sobre um evento similar que tenha ocorrido recentemente.

**Estratégia 109:** Quando você quiser que as pessoas reajam rapidamente ao que estão lendo, facilite a leitura.

**Estratégia 110:** Quando quiser que as pessoas usem mais reflexão e análise antes de reagir ao que leram, dificulte a leitura.

**Estratégia 111:** Quando quiser que as pessoas tomem decisões rápidas, sem pensar, não as surpreenda.

**Estratégia 112:** Quando quiser que as pessoas pensem com mais cuidado, faça algo inesperado.

**Estratégia 113:** Quando estiver tentando vencer um viés de confirmação, comece dizendo às pessoas algo que elas já saibam e com o qual concordam.

**Estratégia 114:** Quando estiver tentando vencer um viés de confirmação, use a dissonância cognitiva para causar um desconforto momentâneo.

**Estratégia 115:** Assim que estabelecer a dissonância cognitiva, forneça uma resposta ou solução que alivie o desconforto das pessoas. Você será um herói por deixá-las confortáveis e ainda resolver o problema, o que o fará vencer o viés de confirmação.

**Estratégia 116:** Para impulsionar as pessoas a tomar uma decisão, use ambiguidade e incerteza.

**Estratégia 117:** Para livrar as pessoas da ambiguidade, forneça uma solução simples que resolva essa ambiguidade.

**Estratégia 118:** Para que as pessoas apreendam de verdade o que você está dizendo, crie intervalos a cada 20 minutos no máximo.

**Estratégia 119:** Quando quiser soar como alguém inteligente, ou apenas deixar clara a sua opinião, use um ditado que rime.

**Estratégia 120:** Para estabelecer credibilidade com seu público, escolha um nome para seu produto ou serviço que seja fácil de pronunciar.

**Estratégia 121:** Quando quiser que as pessoas se lembrem de algo, reduza a quantidade de informações sensoriais e estresse a que serão expostas.

**Estratégia 122:** Quando quiser que as pessoas se lembrem de algo, repita a exposição à informação e faça com que ela seja repetida ativamente.

**Estratégia 123:** Quando quiser que as pessoas se lembrem de algo, apresente esse “algo” no início e no fim de um evento, não no meio.

**Estratégia 124:** Quando quiser que as pessoas se lembrem do que você tem a dizer, use palavras concretas ao invés de abstratas.

**Estratégia 125:** Para convencer alguém a fazer algo, procure conhecer a pessoa e seus esquemas, para que você possa moldar sua estratégia de maneira a adaptá-la à visão de mundo dessa pessoa.

**Estratégia 126:** Examine bem de perto suas suposições sobre esquemas – nós tendemos a achar que nossos esquemas são os mesmos das pessoas com quem estamos interagindo, mas eles podem ser diferentes.

**Estratégia 127:** Quando conduz uma pessoa a se fazer uma pergunta do tipo “Será que eu vou?”, você aumenta as suas chances de levá-la a cumprir o objetivo.

**Estratégia 128:** Escolha com cuidado as metáforas que usa para descrever uma situação. As metáforas enquadram a questão e afetam a solução e o resultado.

**Estratégia 129:** Para levar uma pessoa a tomar uma atitude, use a tendência a agir por impulso.

**Estratégia 130:** Para estimular uma ação impulsiva, faça um pedido específico, simples e rápido.

**Estratégia 131:** Quando quiser que as pessoas gastem mais dinheiro, primeiramente peça a elas que dediquem mais de seu tempo.

**Estratégia 132:** Venda às pessoas uma experiência. Elas gastarão mais dinheiro em uma experiência do que em algum bem material.

**Estratégia 133:** Aceite o fato de que a mente das pessoas divaga pelo menos três quartos do tempo e use as estratégias deste livro para atrair e prender a atenção delas.

**Estratégia 134:** Quando você quiser que as pessoas resolvam problemas, principalmente de maneira criativa, faça-as parar de pensar.

**Estratégia 135:** Para maximizar as habilidades ligadas à resolução de problemas, crie um tempo não estruturado para a mente divagar.

**Estratégia 134:** Quando você quiser que as pessoas resolvam problemas, principalmente de maneira criativa, faça-as parar de pensar.

**Estratégia 135:** Para maximizar as habilidades ligadas à resolução de problemas, crie um tempo não estruturado para a mente divagar.

**Estratégia 136:** Quando quiser que as pessoas sintam menos arrependimento, ofereça-lhes menos opções.

**Estratégia 137:** Quando quiser que as pessoas tomem uma atitude, envolva-as quando estiverem se sentindo arrependidas.

**Estratégia 138:** Quando quiser que as pessoas interajam com facilidade e flexibilidade, use objetos e tecidos macios.

**Estratégia 139:** Quando quiser que as pessoas percebam que o que você está dizendo é importante, faça-as segurar algo pesado.

**Estratégia 140:** Quando quiser que as pessoas reajam a você de maneira calorosa, não permita que segurem bebidas geladas. Ofereça algo quente.

## ROBERT CIALDINI: OS SEIS PRINCÍPIOS DA INFLUÊNCIA

Robert Cialdini (1945), psicólogo e professor de marketing na Arizona State University, é amplamente considerado o maior especialista do mundo em influência. Seu livro ***Influence: The Psychology of Persuasion*** é um sucesso de vendas há mais de 25 anos. Cialdini distingue seis mecanismos básicos no campo da influência social.

**Os seis princípios da influência:**



## **1. RECIPROCIDADE:**

Sempre que as pessoas fazem algo por nós, temos uma forte tendência de querer fazer algo de volta. Este mecanismo torna-se ainda mais forte se o que fazem por nós é significativo, inesperado e pessoal. Eis uma sugestão: faça algo gentil para um colega sem um motivo implícito.

## **2. COMPROMETIMENTO E CONSISTÊNCIA:**

Gostamos de mostrar a nós mesmos e aos outros que somos consistentes no nosso discurso e na nossa conduta. Eis uma forma de aplicar isto: se você quer executar um plano de grandes dimensões com seus funcionários, convide-o a darem um pequeno passo primeiro.

## **3. VALIDAÇÃO SOCIAL:**

Nós gostamos de imitar o comportamento dos outros. Essa tendência fica mais forte quando muitas pessoas parecidas conosco se comportam de determinada maneira e não temos certeza de qual é a melhor maneira de nos comportarmos.

## **4. AFINIDADE:**

Somos facilmente influenciados pelas pessoas de quem gostamos. A influência dessas pessoas cresce quanto mais elas parecem conosco, mais elas nos elogiam, colaboram conosco para realizar tarefas e quanto mais fisicamente atraentes elas são.

## **5. AUTORIDADE:**

Títulos (como o de doutor ou mestre), uniformes (um jaleco branco, um paletó) e atributos acessórios (carros exclusivos) nos impressionam. Nós associamos imediatamente o portador desses elementos a conceitos como conhecimento e confiabilidade. Então, use o que você tem disponível nesse quesito.

## **6. ESCASSEZ:**

Tendemos a atribuir mais valor a pessoas, possibilidades e coisas que são escassas, especialmente se elas se tornarem escassas recentemente ou se precisamos competir

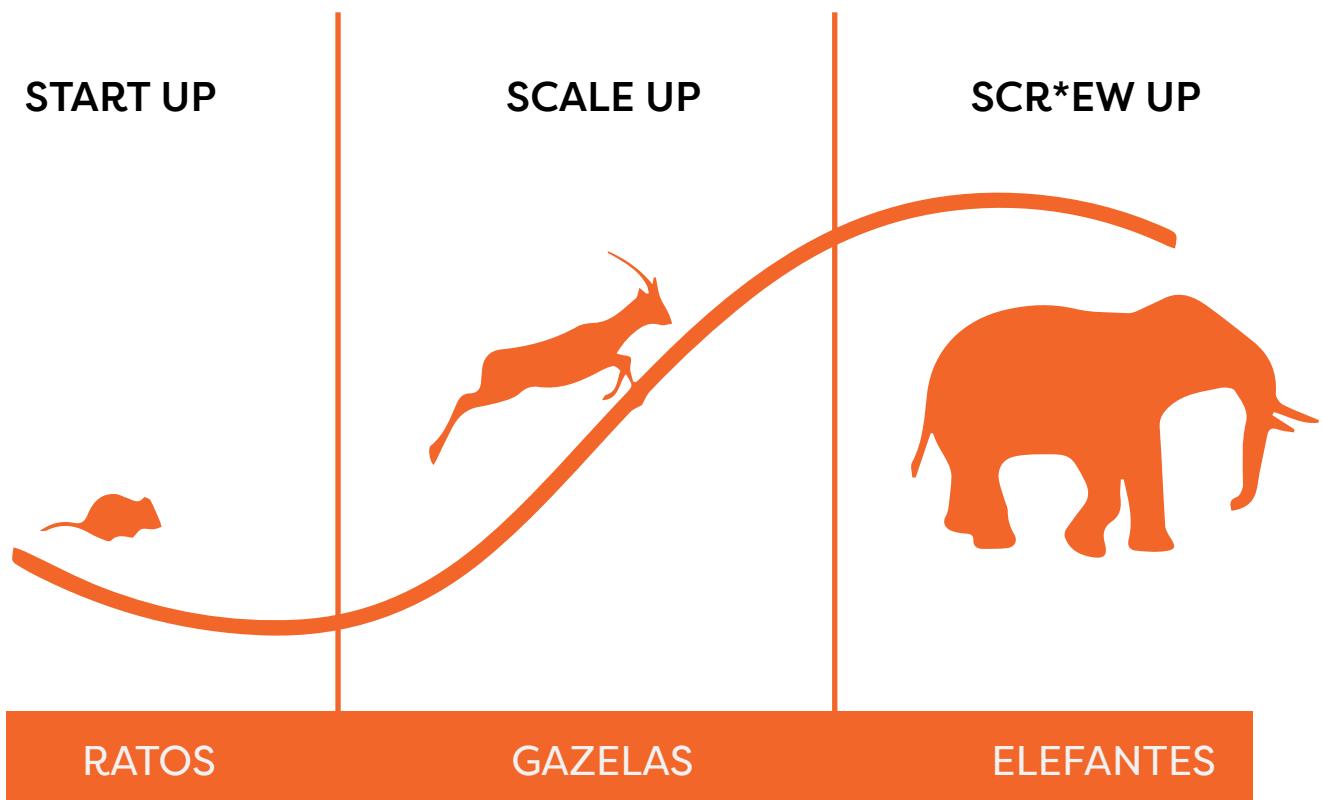
com os outros para obtê-las. Eis um exemplo: se você deseja motivar um colega a participar de um programa de treinamento ou a contribuir para um projeto, deixe claro que há poucos lugares disponíveis e que outras pessoas também estão interessadas.

## COMO ESCALA SEU NEGÓCIO - Por SCALING UP” - VERNE HARNISH

Essa sequência descreve o ciclo de vida da maioria das empresas à medida que elas sobem e a curva de crescimento em forma de S. As chaves para escalar essa curva são:



Milhões de pessoas iniciam novos empreendimentos e, dos que sobrevivem, 96% permanecem “ratinhos”. São apenas algumas – as “gazelas” ou scale Ups – que ultrapassam US\$ 10 milhões, US\$ 100 milhões, ou US\$ 1 bilhão em receita, o caminho que o Infusionsoft da Ciate Mask (mencionado em “A introdução”) está seguindo. Esse livro oferecendo as ferramentas para escalar 10x.



- “Como escalamos o negócio?”
- “Como sobreviver ao processo?”

**TODA EMPRESA É MAIS VALIOSA NA MEDIDA EM QUE NÃO DEPENDE SE SEU PRINCIPAL LÍDER.**

Para escalar um negócio, nossas ferramentas e técnicas se concentram em três etapas:

Reducir em 80%  
tempo que a equipe  
de liderança leva  
para gerenciar o  
negócio (atividades  
operacionais)

Reorientar a equipe  
sênior em atividades  
voltadas para o  
mercado.

Realinhar todos os  
outros (na mesma  
página) para condu-  
zir a execução e os  
resultados.

E quando nossas ferramentas são implementadas com sucesso, as organizações obtêm esses quatro resultados:

- Pelo menos o dobro da taxa de fluxo de caixa.
- Triplicar a rentabilidade média da indústria.
- Aumentar a avaliação da empresa em relação aos concorrentes.
- Ajudar as partes interessadas – funcionários, clientes e acionistas – a aproveitar a escala.

### **Ainda existem três barreiras para ampliar:**

- Liderança: a incapacidade de formar/desenvolver líderes suficientes em toda a organização, que tenham a capacidade de delegar e prever.
- Infraestrutura escalonável: a falta de sistemas e estruturas (física e organizacionais) para lidar com as complexidades na comunicação e decisões que acompanham o crescimento.
- Marketing: a incapacidade de ampliar uma função de marketing eficaz capaz de atrair novos clientes, talentos, consultores e outros relacionamentos importantes para o negócio.

### **AS SETE CAMADAS DA ESTRATÉGIA:**

- 1.** Que palavra (s)
- 2.** Quem são seus principais clientes, quais são as três Promessas da Marca que você está fazendo.
- 3.** Qual é sua garantia de Promessa da Marca
- 4.** Qual é a sua Estratégia em Uma Só Frase
- 5.** Quais são as três a cinco Atividades que se encaixam?
- 6.** Qual é a X-Factor
- 7.** Qual é seu Lucro por X

### **PRIMEIRA LEI DA GRAVIDADE DO EMPREENDEDORISMO**

O Crescimento suga o caixa, essa é a primeira lei da gravidade do empreendedorismo. E nada envelhece um CEO e sua equipe mais rápido do que ficar sem caixa.

MENTORIA

**AS EMPRESAS DE SUCESSO DETÊM TRÊS A DEZ VEZES MAIS ATIVOS DE CAIXA DO QUE A MÉDIA DE SEUS SETORES, E O FIZERAM DESDE O MOMENTO EM QUE COMEÇARAM.**

## **“AS 22 CONSAGRADAS LEIS DE PROPAGANDA E MARKETING” – Por MICHAEL NEWMAN**

### **1. A lei da simplicidade**

É muito mais fácil ser complexo do que simples.

Para ser simples, é preciso ter muito mais autoconfiança do que para ser complexo. Complicar o simples parece ser um bom incentivador de carreiras, Porém, o simples só é sofisticado, só é valorizado quando é descoberto antes de se tornar óbvio.

### **2. A lei do posicionamento**

O posicionamento resolve o perigoso crime de estar no lugar errado, na hora certa. Posicionamento não é o que você faz para o produto. Posicionamento é o que você faz com a mente de cliente potencial. Há um buraco aberto na mente para um produto premium na categoria. É a posição que queremos que nossa marca preencha. Um jogo semântico.

### **3. A lei da consistência**

A consistência, como a simplicidade, é uma dura batalha na cultura dinâmica da propaganda, que venera a mudança. **CONSISTÊNCIA É A ÚNICA FORMA DE VOAR.**

### **4. A lei da venda**

A propaganda é um meio para um fim.

Estamos aqui para realizar vendas e não para fazer alarde.

A criatividade na propaganda também é um ato arriscado. O público que os redatores e diretores de arte mais gostam de impressionar são os redatores e diretores de arte de outras agências. Por isso, se todas as marcas de mercado estão vendendo valores similares de marca, quem vence? Que vença a melhor solução, e não a mais complicada.

### **5. A lei da emoção**

De acordo com a universidade de washington: “o escaneamento da imagem do

o cérebro apoia a ideia de que toda vez que você tem de fazer uma opção pessoal, precisa sentir a projeção do resultado emocional de casa escolha – subconsciente ou intuitivamente”. Então, você faz a escolha de acordo com esse sentimento projetado. Os seres humanos pensam com os sentimentos e as emoções.

## **6. Tomada de decisão**

A tomada de decisão é emocional, espiritual, política e, talvez com menor intensidade, racional. Somos mais humanos. Você busca o que gosta.

## **7. A lei do amor**

**“O AMOR É A LEI, A LEI É O AMOR.” PAUL KELLY**

O amor é uma via para aprofundar ligações emocionais dentro dos negócios, com consumidores, com parceiros e aliados. Produtos excelentes, ideias excelentes, qualquer coisa excelente só podem vir de pessoas inspiradas com paixão e emoção.

## **8. A lei da experiência**

“É mais fácil escrever propaganda quando você fica mais velho; você sabe, muito mais rápido, quais trajetórias vão dar em nada e quais têm potencial?”

•

## **9. A lei da relevância**

Para um consumidor, a única coisa que importa é a solução de seu problema emocional. A lei da relevância não consiste em falar eloquentemente sobre as características corretas de um produto. Não importa o quanto a propaganda seja certa, honesta ou respeitável. Se for desinteresse, nem será notada.

**O QUE É RELEVANTE PARA O PRODUTO, PODE SER IRRELEVANTE PARA O MERCADO.**

## **10. A lei do humor**

A lei do humor se resume quando algo só é engraçado para o pessoal da agência que o criou. Não é ‘engraçado’ de verdade, pois realmente não tem graça. O humor é o ponto onde a personalidade de sua marca fica mais humana e toca uma faceta da personalidade de seu público, aguçando a imaginação de cada. Um sorriso é o encontro de mentes, e significa que seu público está, literal e fisicamente, respondendo à mensagem (por associação, ao anunciante), e engajando-se a ela de maneira positiva.

## **11. A lei da ruptura**

MENTORIA

Como gerar grandes ideias sistematicamente? É chamado de ruptura.

A lei da ruptura reconhece que, mesmo ao se atingir um excelente posicionamento, a batalha não acaba. Novos ataques de concorrentes surgem o tempo todo, com novas perspectivas, enquanto se abrem novas oportunidades em espaços recém-criados.

### **12. A lei do salto**

O que é novo chama a atenção justamente por seu caráter inovador. E como a primeira tarefa de uma propaganda é ser notada (porque só então será ouvida), as campanhas publicitárias com ideias realmente originais têm provado a ser ferramentas mais atraentes de vendas. “torne isto novo para mim”.

**SE UM PROJETO NUNCA FOI REALIZADO ANTES, ESTÁ PODE SER A RAZÃO PARA SER FEITO AGORA.**

### **13. A lei da fascinação**

O que fez a ideia original funcionar, em primeiro lugar, foi o fato de ter sido “a primeira”. Quando é que os profissionais de marketing aprenderão que produzir imagens do estilo da categoria beneficia apenas o líder da categoria? A teoria “forte” – de que a propaganda é, de fato, persuasiva- e a teoria “fraca” – de que o papel chave da propaganda é de reforçar a lembrar. O problema com essa abordagem passiva, de ‘pregar convertidos’, é que poucos consumidores são, de fato, convertidos.

### **14. A lei da irreverência**

O tratamento de choque é uma resposta. Mas, se o seu choque não for relevante, será inútil e ignorado pelo público. As principais marcas falam de ter caráter e personalidade. No entanto, são mais politicamente corretas e desinteressantes que a mais sem graça de toas as pessoas. Por que a irreverência é tão importante? Simplesmente porque ser engraçado é uma coisa, mas criar comunicação cômica, que resiste ao tempo, é totalmente diferente. A irreverência dá uma qualidade muito diferente a um comercial.

### **15. A lei do sabor**

O sabor é um exemplo das virtudes vazias que os clientes exigem automática e afetuosamente para a categoria de alimentos. “sabor” é frequentemente um pequeno atributo que uma ideia é forçada a transmitir, a fim de passar cadeia alimentar, até chegar ao consumidor real.

## **16. A lei da topicalidade**

A vida real, mesmo quando é muito banal, geralmente é mais atraente que a propaganda.

**A CONSISTÊNCIA É UMA LEI. A PREVISIBILIDADE PODE SER UM CRIME.**

## **17. A lei do elefante de prata**

Uma boa ideia pode se tornar uma grande ideia?

As ideias vêm de um intenso desejo por elas. Desejando continuamente, a mente se torna um vigia à procura de incidentes que possam a excitar a imaginação... A eliminação do acúmulo é o processo... A pura perseverança, a ponto de chegar à loucura. Deve-se ter a capacidade de sentir a angústia e sustentar o entusiasmo por um longo período.

## **18. A lei da conversa**

Com quem estamos falando? Essa é a pergunta que surge durante a formulação de cada campanha a ser realizada. A ênfase é sempre na palavra quem. É sobre o alvo. Entretanto, o erro é esquecer a segunda parte: estamos falando.

A não ser que você seja verdadeiro, e realmente cuidadoso, acaba chegando à personalização despersonalizada.

## **19. A lei da simpatia**

Quando você está contente, faz seu melhor trabalho. E quando está um saco para as pessoas, é porque não está muito satisfeito.

## **20. O ensinamento da negatividade**

Os profissionais de marketing caem facilmente na adoração a regras. A fé pode ser cega. Há muitos profetas falsos. Um deles era chamado “o grande deus da negatividade” - leis como ingredientes, e não como fórmulas. Uma placa dizendo “paz para sempre” não tem tanta força quanto uma apela “não à guerra”, que seria extremamente positiva, se fosse vagamente atingível.

## **21. A lei da execução**

Há algo na execução ou na produção que realmente acrescenta algo a uma ideia básica, e aprimora, muda, substitui e faz toda diferença para o sucesso.

## **22. A lei da evolução**

A lei da evolução não trata da sobrevivência do mais adaptados, mas dos mais adaptáveis. Procure ideias voltadas para o tempo total de seu público-alvo, e não apenas para o tempo em que ele está usando a mídia. Quando eles estão realmente com disposição mental para ouvir, em oposição a quando o anunciante quer falar?

•

## VISÃO DE NEGÓCIOS

Do latim, visio. Faz referência ao sentido que permite detectar a luz e interpretá-la (ou seja, ver).

### Pra que serve a visão?

- I. Mostra a direção de onde a empresa quer chegar.
- II. Motiva o time
- III. Tirar dúvidas
- IV. Canalizar o foco
- V. Te dá vantagem competitiva
- VI. Longo prazo chegará mais rápido
- VII. Alinhar topo e base da empresa

### Como desenvolver a visão?

- I. Participar de eventos e palestras que discutam o futuro
- II. Ler livros e vídeos sobre oportunidades exponenciais
- III. Desenvolver uma mentalidade elástica
- IV. Encontrar um novo ciclo de amizades

### Visão de segundo nível

Thiago Nigro: “É fácil bater o mercado na sua opinião?”

Howard Marks: “Eu acho que não. É extremamente difícil.”

Thiago Nigro: “O que é preciso para você vencer o mercado?”

Howard Marks: “Um pensamento de segundo nível.”

### Visão Míope x Visão Estratégica:

- Míope: curto prazista, focada no produto ou serviço.
- Sintomas: apego excessivo ao produto e visão curta de negócio
- Estratégica: longo prazista, focada nos benefícios do produto ou serviço

### Como evitar a miopia de visão?

- I. Olhar para a concorrência
- II. Olhar para outros países
- III. Olhar para outros nichos
- IV. Pensar mais longe

MENTORIA

DO MIL AO  
MILHÃO 4.0

## **Princípios da visão de valor**

- I. Receita recorrente.
- II. Diversificação de receita.
- III. Crescimento (cagr).
- VI. Risco de continuidade.
- V. TAM (tamanho de mercado)
- VI. Governança

## **Pirâmide da visão nos negócios.**

- I. Missão/Visão (você sempre precisa ter a direção do seu negócio)
- II. Strategic goals (anual)
- III. Objetivos (trimestral)
- IV. Tática (mensurados em real time – KPI) que leva para a ação.

**OKR: metodologia de gerenciamento que ajuda as empresas a concentrar esforços nas mesmas questões importantes para toda a organização**

- O: Objetivo que se busca. Qualitativo.
- KR: evidência que o objetivo foi atingido
- KPI: alavancas que constroem o plano
- Tático: atitudes, execução e plano de ação

## **Guia de visão Grupo Primo:**

- I. Aprimorar o que os outros já entenderam
- II. Provocar como fazer algo maior
- III. Compartilhar a visão com a base, meio e topo da pirâmide sempre.
- IV. Visão não é destino, é direção. E ela vai mudar.
- V. Visão é jogo infinito, não finito
- VI. Quem enxergar mais longe ganha
- VII. Sempre se pergunte: “Como eu faria para meu negócio multiplicar o faturamento por 10?”

**Dilema da Inovação:** empresas crescem por causa da inovação, garra e pessoas. Mas elas morrem por se acostumar a superioridade dominante que conquistaram, e morrem pelo mesmo motivo que as fez crescer.

## **Os 3 desfechos do seu negócio:**

- I. Ele quebrar
- II. Ser herdado (estatisticamente ele também será quebrado)
- III. Ser vendido (seu negócio precisa ser preparado para isso)

MENTORIA

## OS 12 PRINCÍPIOS DO GRUPO PRIMO

### 1. Assumir erros

Assumir os erros, aprender com eles e não repeti-los.

Quando a pessoa decide não assumir um erro, ela cria uma bola de neve de desculpas que nunca terá fim, uma vez que nada pode encobrir a responsabilidade de alguém sobre o erro cometido.

Então, acaba virando um erro atrás do outro. A falha em si, como também, a incapacidade de assumi-la.

Mesmo que ninguém fique sabendo que a pessoa errou, ela segue com um sentimento de culpa que pesa no seu dia a dia.

O medo constante de ser descoberto tira a calma de qualquer um e faz com que a pessoa perca o foco, pensando e avaliando possibilidades de ser pega, muitas vezes, de forma até paranoica.

Assim, tal preocupação diminui a qualidade de tudo que faz, até mesmo a qualidade de vida.

Errar tira o nosso sono por alguns dias, mas esconder o erro tira nosso sono para sempre.

A coragem para assumir falhas e assumir suas possíveis consequências reforça nossa autoestima e nossa confiança em ser uma pessoa forte e do bem.

E isso nos deixa em paz, afinal, não há nada melhor do que deitar a cabeça no travesseiro com a consciência limpa de quem fez a coisa certa, mesmo depois de ter feito a errada.

### 2. Rapidez > Excelência

Testar rápido, abrir mão da excelência, mas nunca se expor ao risco da ruína.

Não é “melhor feito do que perfeito”, é “antes feito do que perfeito”.

A excelência deve ser buscada, mas ela não deve ser prioridade.

No Grupo Primo, não somos perfeccionistas. Ser perfeccionista não leva a gente a nenhum lugar, pois o medo de errar faz com que você não produza.

### 3. Cooperação é prioridade

A função primária de qualquer membro da equipe é a cooperação. O resultado coletivo vale mais do que o resultado individual.

Escutar e oferecer ajuda, quando necessário, são atos de cooperação.

MENTORIA

DO MIL AO  
MILHÃO 4.0

Quando há cooperação, o ambiente fica mais propício à troca de ideias. Dessa maneira, sugestões individuais podem ser desenvolvidas e discutidas em grupo até chegar a uma solução que resulte em melhorias para toda a equipe. Para que isso aconteça, é fundamental incentivar a troca de ideias por parte dos colaboradores, que devem perceber no local de trabalho um espaço aberto e democrático.

Quanto mais cabeças pensando sobre um mesmo problema, mais rápido é possível resolvê-lo.

Quando seus colaboradores dividem dúvidas, experiências e habilidades pessoais, o resultado são produtos e serviços de maior qualidade.

Isso é fundamental para manter a produtividade da equipe e a competitividade da empresa.

#### **4. Crescimento e relevância**

Crescimento rápido e relevância constante.

Temos um objetivo de crescimento exponencial em todas as nossas linhas de negócio. Mas, além do crescimento, a relevância é tão importante quanto. Um produto/serviço relevante é aquele que não apenas te alcança, mas que também te impacta e te transforma.

#### **5. Performar no caórdico**

Performar e se sentir confortável num ambiente caórdico.

Caórdico = caos + ordem

No modelo tradicional de gestão, seja ele qual for, o máximo que se consegue é que as pessoas façam tudo o que podem, mas não fazem o que devem.

Um modelo caórdico permite soluções criativas que nunca poderiam ser imaginadas caso houvesse apenas caos, ou apenas ordem, no ambiente.

#### **6. Ser você**

Seja você mesmo. Essa é a melhor maneira de atingir o seu máximo potencial.

Você ouve por aí que o sucesso está fora da sua zona de conforto. Isso é verdade, mas só até um momento na sua vida.

A partir de um momento, você pode atuar dentro da sua zona de conforto pra otimizar o seu resultado.

Pra você atingir o seu máximo resultado, é preferível que você seja você mesmo.

## **7. Obsessão pelo cliente**

Isso é o que nos torna competitivos, produtivos e perenes.

Desde então, conseguimos reconhecimento pela qualidade do nosso serviço, NPS's altos nos nossos treinamentos e um grande nível de satisfação dos nossos clientes.

## **8. Escala**

Escalar o nosso negócio é o nosso modelo de negócio.

Ter um negócio escalável significa gerar mais emprego, renda e impacto, onde estiver.

Significa também reproduzir em grandes quantidades, repetidamente, aquilo que te dá ganho de escala e produtividade sem demandar recursos (dinheiro e/ou mão de obra) na mesma proporção.

## **9. Sensatez**

É preciso agir com sensatez e erradicar a tolice

É preciso eliminar pessoas insensatas do ambiente. Elas vão contaminar outras pessoas com a sua insensatez.

### **História do Asno**

Um asno ia caminhando com uma pesada carga de sal no lombo. Ao deparar-se com um rio, o animal precisa atravessá-lo.

Ele então entra com cuidado no rio, mas sem querer desequilibra e cai dentro da água. Dessa forma, o sal que ele levava se dissolve, aliviando muito o peso e deixando ele satisfeito. O animal segue contente.

No outro dia, o asno estava com outros 2 amigos levando uma carga e se lembra do ocorrido. Nisso, ele diz: “Se a gente cair na água de propósito, a carga vai ficar mais leve.”

Acontece que dessa vez a carga não era de sal. Era uma carga de espumas.

As espumas ficaram encharcadas de água, tornando a carga muito pesada.

Os asnos então ficaram preso no rio sem conseguir atravessar e morreram afogados.

Moral da história: Muitas vezes a “esperteza” de uns pode ser uma péssima influência e a ruína para outros

O ambiente das pessoas dentro da empresa deve ser harmônico, e deve ser preservado. Por mais que uma pessoa possa gerar resultados, se ela torna o ambiente da empresa tóxico, isso deve ser reavaliado.

- Uma cultura forte que preze por todos esses pontos mencionados faz com que até pequenos times consigam, juntos, produzir mais.
- A cultura é quem entra, quem fica, quem é promovido e quem sai do negócio. Essa é a melhor forma de representar a cultura dentro de uma empresa:  
É preciso cultivar as rosas e podar as ervas daninhas.

## 10. Direção

Direção é mais importante do que a velocidade.

De que adianta estar a 200 km/h se você está indo contra uma parede?

Bons conselheiros + boas perguntas = direção correta

## 11. Grit

Grit e entusiasmo. Essas são as faíscas do talento individual e coletivo.

Você já pensou sobre o que faz as pessoas que se destacam em um certo campo – ou que possuem uma habilidade fora do comum – têm de diferente das outras?

A psicóloga Angela Duckworth dedicou parte da sua carreira acadêmica a entender, de fato, o que as diferencia.

“Não importa o domínio, os altamente bem-sucedidos têm uma espécie de determinação feroz(...) É essa combinação de paixão e perseverança que faz deles grandes realizadores. Em uma palavra, eles têm garra”, explica ela.

## 12. Direita volver

Volver é verbo derivativo do Latim volvere, que significa mudar de posição, mover-se de um lado para outro.

Quando há um atrito dentro de qualquer grupo, é preciso reavaliar os princípios e caminhar rumo a nova direção.

Não adianta chorar sob o leite derramado. É preciso focar no futuro.

### CONSELHOS (para a vida e para os investimentos)

Durante toda a minha jornada de investidor, houveram muitos erros e acertos até chegar onde estou. Nesse processo de evolução, entendi que existem princípios que devemos seguir para a tomada de decisão e o mindset correto para o mundo dos investimentos.

- 1 | Comece agora. Pense Grande. Seja escalável.
- 2 | Não compre preço, compre valor.
- 3 | Pele em risco.
- 4 | Biografia não define destino.

- 5 | Só invista no que conhece e sabe explicar.
- 6 | Quanto mais cresce, mais humildade é preciso ter.
- 7 | Busque conhecimento e não conselhos.
- 8 | Fuja do viés da confirmação.
- 9 | Administre riscos, exceto os que geram prejuízos.
- 10 | Ganância, medo e impaciência geram prejuízos.
- 11 | Horizonte de tempo, disciplina e pensar grande.
- 12 | A riqueza está ao seu lado.
- 13 | Cash is King.
- 14 | Persiga a Semente.
- 15 | A simulação da bondade é mais nociva que a maldade assumida.
- 16 | Não basta ser inteligente. Respeite as Regras do Jogo.
- 17 | A ganância é a ruína dos tolos.
- 18 | Cuide apenas do que você consegue controlar, não perca tempo tentando controlar o incontrolável.
- 19 | Dinheiro não é um fim. É um meio. É o potencializador que conecta o sucesso com você, mas você precisa entender a linguagem que ele se comunica com você.
- 20 | A diferença entre o investidor profissional e o não profissional está no ego.
- 21 | A melhor forma para escapar do abismo, é reconhecê-lo. Não importa a situação, você não pode paralisar.
- 22 | Coragem não é ausência do medo. É agir apesar do medo.
- 23 | O reconhecimento da própria ignorância, é o primeiro passo para a busca da verdade.
- 24 | Não importa o nível da sua inteligência se a sua arrogância falar mais alto.
- 25 | A paciência vence mais guerras do que o guerreiro.
- 26 | O homem insensato é prisioneiro do seu próprio fracasso.
- 27 | Preste atenção no que as mãos de um homem fazem, e não no que sua boca fala.
- 28 | Imediatismo te convence que o futuro é ilusão.
- 29 | A ganância te conquista com pequenos agrados.
- 30 | O mundo não premia os desistentes, premia os persistentes.
- 31 | Multiplique o que você tem.
- 32 | Se preparar enquanto ninguém está se preparando, te fará colher frutos que ninguém estará colhendo.
- 33 | Assuma erros, aprenda e não repita.
- 34 | Rapidez acima da excelência. Sacrifique o perfeccionismo.
- 35 | Cooperação é prioridade. Todos crescem juntos.
- 36 | Continuar focando no crescimento e relevância.

- 37 | Performar no Caórdico. Se sentir confortável e performar bem em qualquer ambiente.
- 38 | Tenha liberdade de ser você mesmo, e como quiser.
- 39 | Tenha escala em tudo que faz.
- 40 | Sensatez: faça o que sabe que precisa fazer.
- 41 | Direção: pegue a direção correta e aumente sua velocidade.
- 42 | Tenha Grit, se não estiver entusiasmado, é a pessoa errada no lugar certo.
- 43 | Sábio é aquele que resolve um problema sem criar outro problema.
- 44 | Agradar todo mundo te leva à ruína.
- 45 | As Regras criam o Rico e o Pobre. A diferença é qual caminho escolher.
- 46 | Seja justo com você mesmo e com relação aos julgamentos que faz aos outros.
- 47 | Quem responde fogo com fogo acaba sendo queimado também.
- 48 | O dinheiro é um ótimo servo, mas um péssimo mestre.
- 49 | Delayed Gratification: postergue a gratificação momentânea.
- 50 | Nunca perca dinheiro.
- 51 | Pague-se primeiro.
- 52 | Dinheiro não é a raiz de todo o mal.
- 53 | Foque nos aportes.
- 54 | Comece agora.
- 55 | Economizar em gastos pequenos não enriquece.
- 56 | Compre ativos e não passivos.
- 57 | Comprar coisas que não precisa e terá que vender coisas que precisa.
- 58 | Gaste o que sobrou depois de investir.
- 59 | Em momentos difíceis não faça coisas difíceis. Faça o óbvio.

GRUPO | PRIMO