



SÍNTESE MENSAL DAS PRINCIPAIS MOVIMENTAÇÕES, ACONTECIMENTOS, REGISTROS NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS NO BRASIL E NO MUNDO. UM TRABALHO DE PESQUISA, COLETA DE DADOS, ANÁLISES E REFLEXÕES DA EQUIPE DE CONSULTORES DO MADIAMUNDOMARKETING, A ÚNICA EMPRESA DE CONSULTORIA EM TODO O MUNDO QUE TEM EM SEU DNA A IDEOLOGIA DA ADMINISTRAÇÃO MODERNA, O MARKETING. SEMPRE SOB A ORIENTAÇÃO E MENTORIA DO MAIOR DOS MESTRES DA GESTÃO E DOS NEGÓCIOS, PETER FERDINAND DRUCKER.

## 1 - HÁ VIDA DEPOIS DA MORTE?



No analógico, na tal da vida real com o coração batendo e o pulmão aspirando e expirando, não. Ao menos por enquanto.

Mas no digital, e para muitas pessoas como celebridades, por exemplo, a vida segue ao menos por mais alguns anos.

E assim, e nesses casos, as pessoas tomam conhecimento de informações que podem causar muita emoção para o bem ou para o mal. Profundas e deliciosas surpresas e revelações positivas, outras, nem tanto, algumas tremendas decepções.

Nelson Rodrigues, um dos maiores cronistas do cotidiano de todos os tempos em nosso país, e notável frasista, dizia, "Se as pessoas conhecessem as intimidades uma das outras provavelmente ninguém mais se cumprimentaria"...

No Brasil não temos ainda nenhuma legislação ou regra cuidando do tema, mas em países como Espanha e Alemanha a chamada "herança digital" já foi devidamente regulada. E por essa legislação, os herdeiros têm direito ao acesso às contas dos mortos incluindo todas as conversas. Não existe nenhum tipo de sigilo sobre a correspondência digital.

Muitos perfis de celebridades continuam gerando posts e manifestações pela devoção de seus fãs e seguidores. Perfis no Instagram de artistas recentemente falecidos seguem com comentários diários de seus fãs e seguidores seguem ativos como se estivessem ainda vivos. Passados os meses, a partir do terceiro ano as manifestações ingressam em forte e irreversível declínio.

Por enquanto a situação é essa. A sobrevivência no digital após a morte está diretamente relacionada ao grau de conhecimento e seguidores que uma celebridade ou personalidade tinha. Já os demais mortais resistem poucos dias, e, depois, mergulham irreversivelmente no esquecimento, ou, positivamente, no merecido descanso.

## 2 - BRASIL, O MELHOR LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO PARA O WHATSAPP



Não chega a ser recorrente, mas, não é incomum, e pela natureza e espontaneidade dos brasileiros, que muitas empresas não apenas testem inovações por aqui antes de generalizar para outros mercados, como, e principalmente, observando a maneira e comportamento de como nós, brasileiros, vamos interagindo com as novidades, descubram verdadeiros e consistentes ensinamentos, que se convertem rapidamente em partes integrantes do produto, e, muitas vezes, verdadeiras minas de ouro.

Semanas atrás, e em entrevista ao MEIO E MENSAGEM, GUILHERME HORN, que hoje comanda o WHATSAPP na América Latina, e com carreira mais que consistente no mercado financeiro e no ambiente digital, investidor em startups, ou seja, com um lastro de experiências e realizações únicos, de certa forma reiterou a importância do Brasil, para o crescimento e desenvolvimento e multiplicação de muitas novidades.

Logo na abertura de sua entrevista GUILHERME HORN fala sobre nós, brasileiros, e as especificidades únicas de como somos e nos relacionamos:

“Apesar de haver outros países que têm quantidade maior de usuários, como Índia e Indonésia, em termos percentuais, comparado com a população, a penetração do WHATSAPP no país é realmente incrível se compararmos, repito, o número de usuários com a população.

O segundo ponto é o número de usuário versus usuários ativos. Isso é da maior importância porque a maioria das empresas digitais fica tentando converter os usuários em usuários ativos. No nosso caso, a maioria dos usuários são ativos e heavy users. Ninguém usa o whatsapp uma vez por semana, e sim, várias vezes ao longo do dia.

E por que é tão popular no Brasil? Existem várias razões, mas, uma delas é que a nossa cultura é muito conversacional. Brasileiros adoram conversar. Se você para em uma fila, fica amigo da fila. Você entra em uma farmácia, começa a conversar, pedir recomendação de remédios. Já nos Estados Unidos, e se você vai numa farmácia não tem ninguém para atender, nem no caixa. Então é natural que as pessoas gostem de conversar durante o processo de compra, de tirar dúvida, de perguntar, mesmo. Isso explica muito o sucesso do WHATSAPP no BRASIL...”.

É isso aí, amigos. O aplicativo é fantástico, mas, nenhum outro caiu tanto no agrado dos brasileiros em geral, e por nossas características e componentes comportamentais quanto o WHATSAPP...

### 3 - CENSO DO IBGE LEMBRA VINICIUS DE MORAES



Os primeiros números do censo do IBGE, com uma queda mais que surpreendente e consistente da população e do número de filhos por casais remete a uma deliciosa poesia de VINICIUS DE MORAES.

MARCUS VINICIUS DA CRUZ DE MELO MORAES, 19 de outubro de 1913, cidade do RIO DE JANEIRO. Formado em direito, embaixador, notável poeta e compositor, pai de muitos filhos, num determinado momento colocou o dilema em que muitas vezes jovens casais se deparam, e optam por apostar em que tudo vai dar certo. Ou optavam, agora, e pelos números do censo, parece que estão reconsiderando...

Em seu POEMA ENJOADINHO, VINICIUS coloca o dilema de ter-se ou não se ter filhos, muitos filhos...

“Filhos... Filhos? / Melhor não tê-los! / Mas se não os temos / Como sabê-los? / Se não os temos / Que de consulta / Quanto silêncio / Como os queremos!  
Banho de mar / Diz que é um porrete... / Cônjuge voa / Transpõe o espaço / Engole água / Fica salgada / Se iodifica  
Depois, que boa / Que morenaço / Que a esposa fica!  
Resultado: filho.  
E então começa / A aporrinhação: / Cocô está branco / Cocô está preto  
Bebe amoníaco / Comeu botão.  
Filhos? Filhos  
Melhor não tê-los / Noites de insônia / Cãs prematuras  
Prantos convulsos / Meu Deus, salvei-o!  
Filhos são o demo / Melhor não tê-los... / Mas se não os temos  
Como sabê-los?  
Como saber / Que macieza  
Nos seus cabelos / Que cheiro morno / Na sua carne / Que gosto doce / Na sua boca!  
Chupam gilete / Bebem xampu  
Ateiam fogo / No quarteirão  
Porém, que coisa / Que coisa louca / Que coisa linda  
Que os filhos são!”

Depois desse lindo e antológico poema, agora a realidade.

A decisão dos jovens casais de tê-los, mas, comedidamente.

Conclusão, e pelos primeiros números do Censo, ao invés dos 207,8 milhões previstos, hoje somos 203,2 milhões. A taxa média de crescimento anual que já vinha despencando nas últimas décadas, despencou de vez para 0,52%, a menor desde o primeiro Censo de 1872.

Poucos anos atrás, 60 anos, a taxa de filhos por mulher em nosso país era de 6,28. Há 10 anos, 1,90. Agora, 0,52%.

Comentando o texto em entrevista ao ESTADÃO, ROBERTO OLINTO, pesquisador do IBRE, FGV, e ex-presidente do IBGE, disse, “A urbanização, o trabalho, o estresse, a escassez de escolas públicas, o alto custo das escolas privadas, todo esse fenômeno leva a uma redução da população. Os casais começam a não ter mais capacidade ou mesmo vontade de ter filhos...”.

Independentemente de qualquer outra consideração, análise, comentários, sentimentos, a única certeza que todos temos é que daqui para frente, e à medida que os anos passam, o BRASIL vai envelhecendo com sua população. E qualquer planejamento estratégico de todas as empresas precisam levar esse novo comportamento em conta.

Brasil, um país jovem, foi ficando pelo caminho, e deixando de aproveitar todas as oportunidades do chamado BÔNUS DEMOGRÁFICO. Infelizmente, perdemos mais uma.

Que ao menos isso sirva de alerta e incentivo para que aceleremos o processo de construção de um NOVO E MODERNO BRASIL. Um BRASIL tecnológico, e onde o ESTADO BRASILEIRO não ultrapasse nunca mais 20% do PIB - hoje 43% -, e mais adiante, como os países e condomínios bem administrados, não mais que 10%.

## 4 - FINALMENTE, MERCADO LIVRE



Demorou, mas, e institucionalmente, o maior marketplace da América Latina posiciona-se. Finalmente, o MERCADO LIVRE, mais que transcender e exalar consistência e poder, que já vinha demonstrando por todas as suas conquistas, conversar de igual para igual, com indisfarçável e assumida competência e autoridade, com todos os demais integrantes do comércio do país.

Numa mensagem com duplo sentido e significado, encapando com 4 páginas FOLHA e ESTADÃO, hasteia e acena uma BANDEIRA BRANCA.

Tudo leva a crer, para seus principais concorrentes, muito especialmente as grandes organizações de varejo, e, no duplo significado, para vencedores e perdedores das últimas eleições.

Diz, "DAR AS MÃOS NÃO SIGNIFICA TORCER O BRAÇO. É HORA DA GENTE REAPRENDER A CONVERSAR." E conclui, "Apertar as mãos, fechar um negócio, chegar a um acordo. Mais do que ninguém, a gente acredita na força que surge quando estamos de mãos dadas. Já passou da hora de voltarmos a dialogar. Isso mesmo, dialogar. Mesmo que lá no fundo a gente não concorde. Sabemos que algumas coisas são inegociáveis, as todas as outras podem ser conversadas. Dá pra pensar diferente sem ofender ninguém. Podemos não concordar em nada. E tá tudo bem. Mas se a gente concorda em se respeitar, o melhor tá chegando".

E assina, MERCADO LIVRE, O MELHOR TÁ CHEGANDO.

Seria esse, a partir de agora, o novo POSITIONING STATEMENT do MERCADO LIVRE?

Enfim um bom anúncio institucional de oportunidade. O cheguei, depois de anos, de um mais que poderoso e espetacular e referência em seu território MERCADO LIVRE.

Quem diria, e para surpresa de muitos, uma manifestação empresarial e única num país em crise permanente nos últimos 50, 60 anos, a Argentina, e que começa há mais de duas décadas, 24 anos, 1999, na STANFORD UNIVERSITY, e sob a liderança de MARCOS GALPERIN. Hoje, marketplace líder na região, presente em 18 países, e referência de plataforma, tecnologia superior, qualidade de serviços, e inovação.

Começa como site de leilões, na sequência vem o MERCADO PAGO, mais adiante o MERCADO ENVIOS, em síntese, um dos melhores exemplos na região e no mundo de num antigo ensinamento, e que diz,

"Não sabendo que era impossível foi lá e fez...".

## 5 - SÍNTESE DO APRENDIZADO



Depois de mais de um ano com o crescimento exponencial do trabalho a distância, já é possível fazer-se uma primeira síntese:

A - O trabalho presencial é o ideal, desde que possível.

B - A vantagem indiscutível do trabalho presencial desaparece quando as distâncias de ida e volta debilitam o desempenho das pessoas, e o cansaço atenua e enrijece as relações humanas.

C - A decisão que deve prevalecer sempre, negócio por negócio, empresa por empresa, é a que se traduza e resulta numa melhor prestação de serviços na manifestação definitiva e suprema dos clientes.

Isso posto, e considerando-se que ingressamos de forma definitiva e irreversível na SEKS - SHARING ECONOMY & KNOWLEDGE SOCIETY, onde o capital é o conhecimento que cada um de nós e em conjunto temos, e a forma de trabalhar é por parcerias, com o fim da quase totalidade dos empregos, no cômputo de todas as prestações de serviços, em parte ou full time, a prestação desses serviços a distância tende a prevalecer.

É isso, goste ou não se goste. Questão de viabilidade humana e econômica.

## 6 - O DIA EM QUE O FUTURO CHEGOU



Foi na quinta-feira, 10 de agosto de 2023, que uma das mais emblemáticas cidades do mundo, onde TONY BENNETT cantava ter deixado o coração - I LEFT MY HEART IN SAN FRANCISCO - que o tão anunciado futuro chegou.

O dos táxis autônomos, sem motorista. Que já rodavam provisoriamente e dentro de condições específicas, e foram, finalmente regulados por uma agência estadual da Califórnia. Pela regulação, duas empresas, a WAYMO que pertence a ALPHABET (GOOGLE), e a CRUISE (da General Motors), estão definitivamente autorizadas para o transporte de passageiros, 24 horas por dia, na cidade, com seus carros autônomos - sem motorista.

O futuro chegou e é hoje. As empresas podem prestar serviços de táxis autônomos - sem motorista - em toda a cidade de San Francisco, 24 X 24.

As duas empresas vinham operando com uma permissão restrita e limitada para o chamado período de testes e comprovações para até 500 carros.

Falta, agora, e apenas, as duas empresas, manifestarem-se quando seus TAXIS AUTÔNOMOS - sem motoristas - entram em operação regular.

Na regulação um tratamento diferente para as duas empresas.

Os táxis autônomos da WAYMO podem dirigir à velocidade de até 105 KM por hora e em condições climáticas adversas, enquanto os de CRUISE a até no máximo 56 KM hora e só em condições normais de tempo.

O futuro chegou, e começou na quinta, 10 de agosto de 2023, onde TONY BENNETT, e milhões de pessoas encantaram-se e deixaram seus corações em SAN FRANCISCO. TONY BENNETT que partiu no dia 21 de julho de 2023, sem ter utilizado uma única vez os TAXIS AUTÔNOMOS agora permitidos.

Onde pequenos carros no teleférico, e segundo a música que cantava, na adorada cidade, onde sempre pretendia estar... "To be Where little cable cars climb halfway to the stars..."

## 7 - COM JUSTO E MERECIDO ORGULHO



Somente daqui a uns 10 anos, quando fizermos um balanço tranquilo e maduro desta década que estamos vivendo, poderemos dizer dentre as dezenas das chamadas FINTECHS, ou, NOVOS BANCOS, ou NOVAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS, as que verdadeiramente, como diz o RATINHO, "TINHAM CAFE NO BULE" - eram rentáveis, possuíam uma massa consistente de clientes, revelaram-se e demonstraram-se lucrativas, paravam em pé.

Muito provavelmente, e encabeçando a lista, teremos o NUBANK.

O banco que adotou como estratégia um atalho, esquecendo-se da avenida principal, e surpreendeu a todos os demais concorrentes. O atalho de um cartão, que se diferenciava mais pela cor, do que pelos serviços. Um banco de cartão roxo!

Meses atrás, e comemorando seus primeiros 10 anos de vida, registrava números que se não chegam a ser exuberantes, abrem um fantástico horizonte pela frente.

Nos primeiros nove anos era cobrado por todos, inclusive por nós, consultores da MADIA, sobre o famoso slogan da rede de lanchonetes WENDYS, "Where is the beef?" Onde está o lucro. E de 4 semanas para cá, navega num oceano azul. Quatro semestre consecutivo no azul e crescente.

No segundo trimestre de 2023 registrou uma receita recorde, já é, 10 anos depois, a 4ª maior instituição financeira do país em número de clientes, e muitas outras conquistas mais.

Perfeito! Temos um dos novos bancos que está chegando lá. Agora aguarda-se por quantos mais conseguirão provar e demonstrar capacidade de sobreviverem e prosperarem?

## 8 - MILAGRES SÃO RAROS, MAS, ÀS VEZES ACONTECEM



Pandemia não trouxe apenas, triste e cruelmente muitas mortes e sequelas, acelerou e maturou condições ambientais mínimas necessárias para mudanças definitivas.

E, dentre outras novidades, o que parecia na teoria impossível.

Às vezes, algumas vezes, a distância física considerado os prós e contra é melhor que a proximidade.

Mais que comentado e decantado, hoje o trabalho a distância é melhor que o presencial em parcela expressiva de situações.

Não é melhor em si. É melhor se considerarmos as duas horas para ir e duas pra voltar que as pessoas precisavam antes da pandemia pra chegar ao lugar de trabalho. Chegavam esbaforidas.

10 anos antes uma empresa aérea decidiu colocar 50% de suas atendentes trabalhando de suas casas, e 50% na empresa. Claro, no chamado telemarketing.

Depois de 6 meses pesquisou e os atendimentos feitos a partir da casa das atendentes, era significativamente melhor avaliado do que os feitos na sede da empresa, de profissionais extenuados e instáveis em decorrência dos desafios que enfrentaram no trajeto casa e trabalho.

E outra grande e positiva surpresa aconteceu nas até então famigeradas - pelo que aconteceu - reuniões de condomínio. Baixaria total, as vezes vias de fato, e inimidade definitiva de famílias que moravam lado a lado.

E com a pandemia, solução, REUNIÕES de Condomínio A DISTANCIA, ou, ASSEMBLEIAS DIGITAIS.

De cara, comparecimento 100% maior do que nas reuniões presenciais. E segundo e maior benefício, convencidas pelas práticas das primeiras reuniões que a tecnologia impunha que todos calassem a boca enquanto o vizinho falava, a pressão diminuiu, pessoas passaram a respirar antes de falar, o mínimo de respeito foi resgatado, e até mesmo antigas amizades reconstruídas.

Em BRANDING CONTENT no ESTADÃO, a RS SERVIÇOS, disse, "De tanto sucesso que fez ao longo da pandemia, revolucionando a gestão condominial, a assembleia digital virou lei, em um fenômeno social incrível, em que primeiro testa-se uma hipótese, dá certo, cai no gosto popular, e, depois, vira lei..."

Assim, e como nos ensina a vida, a melhor prática e experiência, muitas vezes, menos que as pessoas, desencontros, brigas e inimizades, brotam de ambientes e espaços inadequados, de formatos tóxicos, de hora e local.

Reuniões no início das noites, com pessoas cansadas, reuniões presenciais. Corpo a corpo. Onde e diante de qualquer divergência, os impropérios brotam das bocas, e algumas vezes, acabam em porradaria.

Isso posto, a pandemia foi e seguirá sendo para muitos, carregados de sequelas, um horror. Mas nos impôs disciplina, nos ensinou a respirar antes de atirar pedras, e até mesmo, resgatar velhas e boas amizades.

As ASSEMBLEIAS DIGITAIS estão trazendo de volta velhas e boas amizades. Já era tempo.

# 9 – ENSAIO SOBRE A CEGUEIRA



Promovido pelo ESTADÃO, e pelo LIDE, realizou-se em São Paulo o fórum SEMINÁRIO REAL ESTATE.

Em sua matéria sobre o evento o Estadão diz e conclui, dentre outras coisas, que,

- "O início do ciclo de queda da taxa Selic deve ter um impacto positivo no mercado...";
- "O prefeito da cidade garantiu que as pessoas sabem que podem investir aqui... o novo Plano Diretor garante e atrai investimentos...";
- João Doria, presidente do LIDE, disse que o novo PLANO DIRETOR foi iniciado em sua gestão como prefeito e está aprimorado: "interpreta a cidade como pode e deve ser daqui a 30 anos";
- A única reclamação dos presentes em relação ao Ministério Público que causa prejuízo com suas decisões de paralisar obras...

Isso posto, parece que daqui para frente só correr pra torcida e comemorar. Esqueceram-se da crise estrutural.

Que independente do Plano Diretor e suas virtudes, das mazelas com o Ministério Público, com a queda de juros lenta e gradual, existe uma crise estrutural de dimensões jamais vistas nas últimas décadas para dizer o mínimo.

E que o mercado imobiliário de hoje não tem mais nada a ver com o de ontem, e sobre o qual esses agentes econômicos aparentemente tanto comemoram.

Grosso modo todos os imóveis tem dois tipos de compradores ou usuários. Pessoas físicas e jurídicas. E por diferentes razões, e esses dois compradores impulsionados pela pandemia, e com as facilidades e possibilidades da tecnologia, decidiram mudar radicalmente seus comportamentos, hábitos e práticas de onde pretendem morar, e onde pretendem trabalhar.

E não vimos isso em nenhuma das conclusões apresentadas.

Assim, e como nos ensinou JOSÉ SARAMAGO, em sua obra monumental, ENSAIO SOBRE A CEGUEIRA, "a pior cegueira é a mental, que faz com que não reconheçamos o que temos pela frente..." ou, sobre outra ótica, "É que vocês não sabem, não o podem saber, o que é ter olhos num mundo de cegos" ...

## 10 – DA SÉRIE JEAN COCTEAU: “Como não sabia que era impossível foi lá e fez”



PAULO ROGÉRIO MOREIRA DA SILVA era pegador de bolas numa quadra de tênis da região rica da cidade de São Paulo, depois empacotador em supermercado, e ainda, Bacharel em direito.

Fez estágio em escritório de advocacia e não deu certo. Depois de fracassar no supermercado atuou como frila em eventos, ajudando na limpeza. E nos finais de semana fazia bico numa pizzaria lavando pratos. Enquanto cursava a faculdade apaixonou-se, e levou sua mulher para morar com ele, mais a sogra e o cunhado. Em Capão Redondo. O cunhado era pizzaiolo desde os 13 anos de idade. Conversa vai, conversa vem com o cunhado, VALBER DE ARAÚJO SILVA tomou conhecimento de um petisco que VALBER fazia nas horas vagas de pizzaiolo para comer. Uma pizza individual em formato cilíndrico, e que, imediatamente, e após a primeira mordida, PAULO – o PAULINHO – batizou de PIZZA CREK... pizza com trilha sonora...

Corta para 19 de agosto de 2023, página A26 ESTADÃO, matéria assinada por FELIPE SIQUEIRA: "REDE DE PIZZARIAS SAI DE PARAISÓPOLIS PARA OS EUA..."

É isso, amigos. Hoje, 15 anos depois, e com o investidor e advogado MARCOS DE CARVALHO PAGLIARO a PIZZA CREK é uma rede com 87 unidades no Brasil, mais duas nos Estados Unidos, e mais 15 em processo de abertura. R\$113 milhões de faturamento em 2022, e R\$125 milhões em 2023. Vendendo pizzas individuais, em dezenas de sabores, no formato cilíndrico, por, na média, R\$18 reais a unidade.

Como um dia nos ensinou JEAN COCTEAU, "Como não sabia que era impossível foi lá e fez..."

No caso, toda uma família mais um advogado investidor, "foram lá e seguem fazendo..."

## DRUCKER'S MONTHLY

**E agora, a lição de nosso adorador mestre e mentor PETER DRUCKER:**

Hoje, nosso mestre comenta sobre o TESTE DO ESPELHO a que nós todos nos deveríamos submeter, a cada novo dia, e antes de sairmos de casa...

Reflete e ensina DRUCKER, "Todos, no processo de autogerenciamento, terão de se perguntar quais são os seus valores.

Chamo esse momento ou obrigação de TESTE DO ESPELHO.

Nos primeiros anos do século passado, o diplomata mais respeitado de todas as grandes potências era o embaixador alemão em Londres.

Estava claramente destinado a grandes funções, quando de repente, no ano de 1906, para a surpresa de todos renunciou. Fora escolhido para organizar um jantar em honra de EDUARDO VII. O rei era um notório mulherengo e deixou bastante claro o tipo de jantar que queria. O embaixador alemão manifestou-se no ato: "Recuso-me a ver um café no espelho quando for me barbear de manhã". Todos deveriam sempre se perguntar que pessoa gostariam de ver no espelho no dia seguinte".

**BUT – BUSINESS TRENDS** é um trabalho de coleta e análise de dados e informações realizado de forma recorrente pela equipe de consultores do **MADIAMUNDOMARKETING**, e colocado à disposição dos clientes, parceiros e amigos da Madia. Mais informações: E-mail: [madia@madiamundomarketing.com.br](mailto:madia@madiamundomarketing.com.br) WhatsApp: (11) 98990-0346