



Mercado Digital

Patricia Knebel

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.

jornaldocomercio.com/mercadodigital



Live commerce é aposta do Mercado Livre

“O grande sucesso do Mercado Livre foi descobrir que o segredo da internet não é vender, é pagar e entregar”. O embaixador do Mercado Livre com mais de 18 anos de experiência na empresa, André Santos, participou ontem do primeiro dia da Semana Caldeira, e contou um pouco da origem e da ambição do grupo argentino.

Segundo ele, as formas de pagamento e entrega eram as maiores fricções desse mercado quando a companhia iniciou a operação, em 1999, no bairro de Palermo, em Buenos Aires. “Os concorrentes chegaram depois e só copiaram e colaram”, desconstruiu.

O Mercado Livre alcançou um ritmo de crescimento mais acelerado em quatro anos, superando os US\$ 10 bilhões em um único trimestre pela primeira vez na história da companhia. Os dados do segundo trimestre de 2026 apontam para um lucro operacional de US\$ 683 milhões, com margem de 6,7%, e o lucro líquido foi de US\$ 466 milhões.

Em abril desse ano, a Revista Time nomeou o Mercado Livre em sua lista anual das 100 Empresas Mais Influentes de 2026. São cerca de 150 mil funcionários na América Latina, sendo mais de 50% no Brasil.

O embaixador do Mercado Livre comentou sobre uma mu-

dança de comportamento dos consumidores. “A compra não é mais simplesmente a foto, é entretenimento”, disse. Nesse sentido, as compras por meio de lives são a sensação do momento.

“As redes sociais estão mobilizando cada vez mais os consumidores. O funil de compras tradicional colapsou e o live commerce está transformando o aplicativo em canal de compras ao vivo”, disse, destacando que cada vez mais o Mercado Livre se posiciona nesse segmento.

O embaixador da marca comentou as oportunidades que ainda existem no varejo digital. “Considerando todas as grandes desse mercado, como Mercado



INSTITUTO CALDEIRA/DIVULGAÇÃO/JC

Grandes nomes do empreendedorismo participam do evento

Livre, Tik Tok, Shopee, Amazon e todos sites de comércio eletrônico, é só 17,7% do varejo. Tem muito mercado ainda”, disse André Santos.

E, em tempos de crise em diversas empresas de varejo online, ele fez questão de reforçar o posicionamento do grupo.

“Essa é uma empresa de governança, séria e transparente”, disse. “Investimos R\$ 55 bilhões esse ano no Brasil, e um dos focos é logística. Vamos entregar mais rápido ainda. Em breve, acho que vamos pensar e um pacote vai cair na nossa cabeça”, brincou.

Especialista global em comunicação ensina fundadores a fazer pitch de impacto

INSTITUTO CALDEIRA/DIVULGAÇÃO/JC



Chris Roe falou com fundadores nesta segunda-feira

Do pitch ao impacto. Chris Roe, especialista global em comunicação - já treinou fundadores, CEOs e profissionais em mais de 15 países - apresentou aos fundadores como eles podem comunicar suas histórias com mais confiança, no primeiro dia da programação da Semana Caldeira que acontece até a próxima sexta-feira.

No workshop de duas horas, ele apresentou seis técnicas que atores profissionais dominam e que segundo ele, separam quem levanta capital de quem volta para casa sem cheque.

1. Aqueça a voz antes de apresentar: a língua é um dos músculos mais fortes do corpo humano. A mandíbula acumula tensão. Se você não aquece antes de apresen-

tar, a voz sai sem energia e a articulação fica confusa.

2. Sotaque não é problema, clareza é: fundadores brasileiros apresentando em inglês costumam se preocupar com o sotaque. Roe derruba essa insegurança de forma direta. “Seu sotaque nunca é um problema. Na verdade, é o que te torna único. O problema é a clareza da fala.”

3. Use pausas estratégicas antes da informação que importa: investidores ouvem dezenas de pitches por semana. A atenção deles é disputada. Coloque uma pequena pausa antes da informação que você quer que eu ouça, e você captura mais fácil a atenção.

4. Transforme números em linguagem com carga emocional:

dados são essenciais em pitch. Mas a forma como você apresenta um número pode torná-lo esquecível ou inesquecível.

5. Sua postura comunica antes da sua fala: fundadores nervosos tendem a fechar o corpo: ombros para frente, mãos nos bolsos, peso em uma perna só. Roe orienta o

oposto: coloque os ombros para trás, plante os pés no chão, abra o peito.

6. Trate cada pitch como se fosse a primeira vez: investidores percebem quando o fundador está no piloto automático. A energia cai, a voz perde variação, o olhar perde foco.

Inovar é saber ver, provoca Valério

Se Leonardo da Vinci, um dos maiores gênios da humanidade, fosse CEO de uma empresa hoje em dia, como iria navegar nesse mundo que vemos todos os dias na internet, na televisão e nos jornais?

O CEO do Instituto Caldeira, Pedro Valério, conta um pouco da provocação que levou ao tema da Semana Caldeira esse ano.

Depois de, nos últimos anos, trazer como inspiração as obras de Nassim Taleb, como o anti-frágil, a quinta edição tem como tema “Inovar é saber ver”, inspi-

rado na biografia de Leonardo da Vinci escrita por Walter Isaacson.

“Nos últimos anos, ficamos absurdamente intoxicados nas ferramentas na tecnologia e, no Caldeira, entendemos que inovação não é tecnologia, é a lente com a qual encaramos a realidade e conseguimos distinguir o que é sinal de ruído, destacou, ao dar início oficialmente ontem em mais uma edição do evento.

A Semana Caldeira reúne mais de 10 mil pessoas em Porto Alegre. São mais de 400 atividades gratuitas, e cerca de 12 países.

INSTITUTO CALDEIRA/DIVULGAÇÃO/JC



CEO do Caldeira abriu o evento

23 de SET
a partir das 12h

Tána Mesa
FEDERASUL

Apoio:
Jornal do Comércio
O Jornal de economia e negócios do RS

PISEG e SEGURANÇA PÚBLICA

Claudio Goldsztein

Milton Terra Machado

Mário Ikeda

Paulo Beneff