

# FATURA MENTO



 infinitepay

SE AJUDE A SE AJUDAR

Agora que você já manja **do valor que seu serviço oferece ao mundo**, da forma como comunicar isso e de como chegar a mais pessoas por meio de conteúdo relevante, deve estar pensando que tem o necessário pra lucrar mais, certo?

**Embora isso seja meio caminho andado**, tem mais alguns passos que você pode dar pra ter ainda mais **sucesso no seu negócio**.

E um deles é dominar técnicas pra **aumentar o faturamento**.

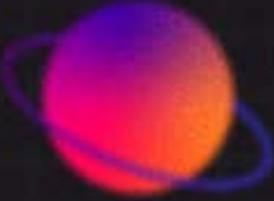
# **FATURAR É FAZER O DINHEIRO ENTRAR NO CAIXA DA EMPRESA**

Mas antes de continuar, é necessário conhecer os...

# *MITOS DO* FATURAMENTO

#MITO 01

# **FATURAMENTO = LUCRO**



**Nem sempre aumentar o faturamento  
significa aumentar o seu lucro.**

É possível até ficar no negativo, tendo  
um faturamento de R\$1000000.

Exemplo: Se a Artesagato fatura R\$1000  
e gasta R\$500 por mês, **seu lucro é de**  
**R\$500 (50% do faturamento)**



**FATURAMENTO =**  
**DINHEIRO TOTAL DAS VENDAS**

**LUCRO =**  
**FATURAMENTO - CUSTOS**

#MITO 02

# MAIS FATURAMENTO = **MAIS VENDAS**

Faturar mais **pode ou não** significar vender mais. É possível aumentar a receita apenas ao cobrar mais pelo que vende. Tudo bem que essa não é necessariamente a melhor estratégia para o seu negócio.

#MITO 03

# **MAIS VENDAS = MAIS CLIENTES**

**É muito viável vender mais sem ter mais clientes. É o que chamamos de incremento de vendas, um conceito que se desdobra em algumas técnicas de aumentar o ticket médio dos clientes que você já tem.**



# TICKET MÉDIO

é o **valor médio** que cada cliente  
seu gasta **consumindo** produtos  
ou serviços **do seu negócio.**


$$\text{TICKET MÉDIO} = \frac{\text{RECEITA BRUTA}}{\text{NÚMERO DE VENDAS}}$$

A análise do ticket médio pode acontecer por período, tipo de produto, tipo de cliente, etc.

**A conta é sempre a mesma:**

receita total do critério analisado  
dividido pelo número de vendas  
feitas nesse mesmo critério

# EXEMPLO

A Catarina quer entender **o ticket médio diário da Artesagato**. Então ela levanta o valor total de vendas do dia e divide pelo número de vendas.

Mas depois deseja ver **o ticket médio por tipo de produto**. Isso vai ajudá-la a compreender o perfil de gasto de seus clientes de acordo com o item vendido. **Assim, ela calcula o faturamento total das vendas de seu Xigurú e divide pelo total de vendas**, fazendo o mesmo com o Migurú. E descobre qual deles tem um ticket médio maior.

**Entender bem** o ticket médio da sua empresa vai permitir que você **crie lógicas para aumentá-lo**, sem a necessidade de aumentar a base de clientes.

**Acesse aqui uma planilha** que preparamos para te ajudar nessa análise.

# CROSS-SELLING E UPSELLING

São as práticas de oferecer produtos ou serviços adicionais aos clientes com base em sua atividade na loja.



# O QUE É CROSS-SELLING

Frequentemente usada em estabelecimentos de varejo e ecommerces, a chamada “venda cruzada” é simplesmente a oferta de produtos ou serviços complementares ao que seus clientes já estão comprando.



# POR QUE FAZER **CROSS-SELLING**

# POR QUE FAZER **CROSS-SELLING**

Aumentar o ticket médio dos clientes,  
consequentemente, seu faturamento.

Aumentar a satisfação  
do cliente, que  
recebe ofertas mais  
customizadas e  
pertinentes para suas  
necessidades

Fidelizar os clientes, que  
são lembrados mais  
vezes da existência da  
sua empresa, devido a  
vendas complementares.

# QUANDO FAZER O **CROSS-SELLING**



## ANTES

Crie combos de produtos relacionados, assim o cliente já os identifica para tomar a decisão de compra depois.

## NA HORA DA COMPRA

Durante a hora da venda propriamente dita, quando seu cliente está interagindo em tempo real ao fechar sua compra. Pode ser no balcão, no caixa ou, no caso de uma loja virtual, na página de produto com outros relacionados.

## DEPOIS

Registre a compra de seu cliente e aproveite outras oportunidades futuras para complementar o que foi levado. Pode ser por meio de canais digitais (whatsapp ou email), ou mesmo uma ligação.

# COMO FAZER O CROSS-SELLING



## VOLTE PARA PERSONA

A persona do seu cliente vai te ajudar a identificar interesses que despertem outras necessidades que mais produtos ou serviços que você oferece podem atender.



## ACOMPANHE O HISTÓRICO DE COMPRAS

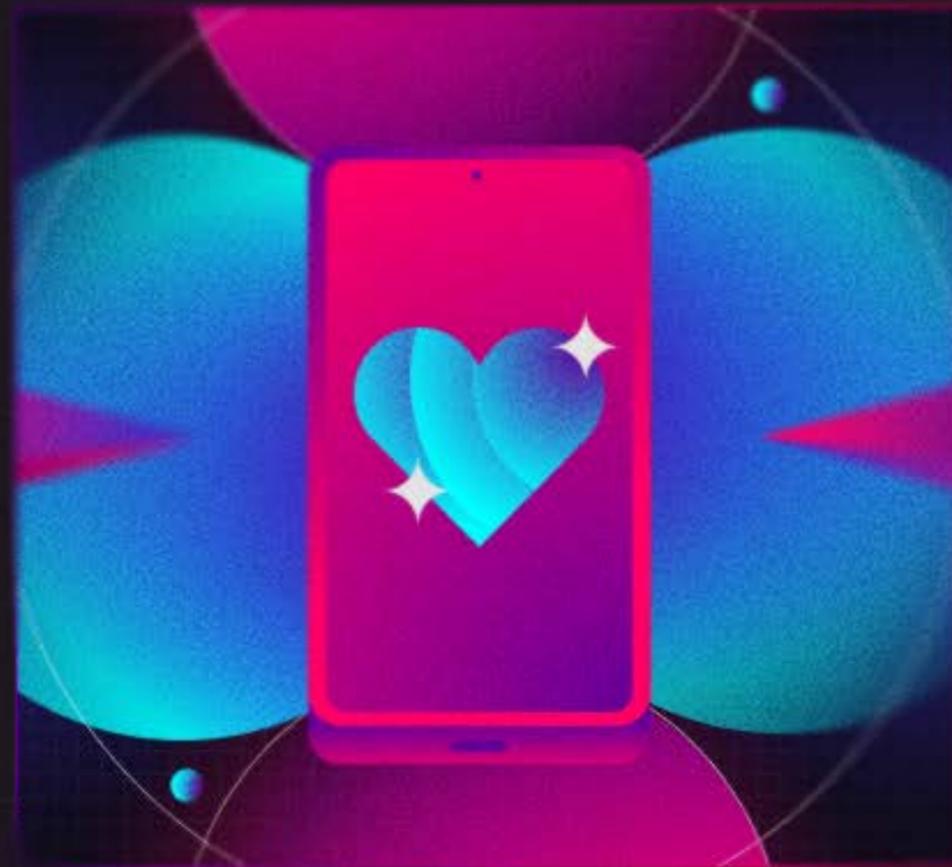
Manter um cadastro de seus clientes com informações de compras já realizadas vai ser importante para analisar padrões do que costumam consumir. Além disso trazer ideias de relações que você não imaginou, também será possível vender itens complementares em diferentes momentos do relacionamento do cliente com sua empresa.

# COMO FAZER O CROSS-SELLING



## ANALISE O CONTEXTO DE USO DO PRODUTO OU SERVIÇO

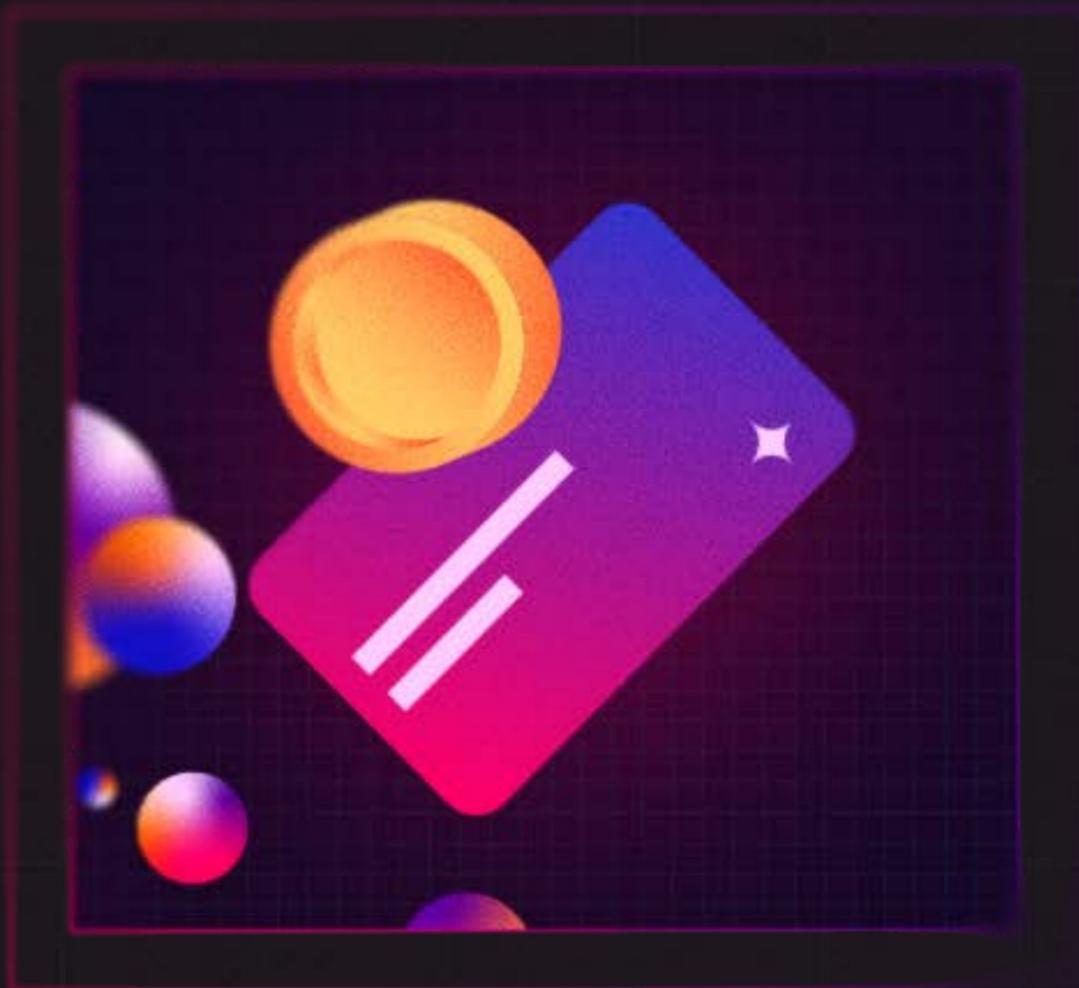
Toda compra tem um contexto. Se uma pessoa está comprando um item de praia, por exemplo, é possível que tenha uma experiência de praia/piscina associada à compra. Quais outros itens podem compor essa compra? Se ela levou um guarda-sol, será que não precisa também de um cooler? Ou se uma cadeira? E que tal uma esteira? Crie um cenário em que o produto ou serviço será usado, para imaginar outros itens que podem acompanhar.



## FOQUE NO QUE É MAIS PERTINENTE

Oferecer muitas opções complementares pode confundir seu cliente. Entenda quais produtos conversam mais entre si e dedique sua atenção a eles.

# COMO FAZER O CROSS-SELLING



## FACILITE O PAGAMENTO

Para manter os custos de sua compra acessíveis para o seu público, ofereça facilidades no pagamento. Descontos para combos e ofertas especiais podem ser atrativas. O parcelamento é outra maneira de garantir um ticket médio maior. Com a InfinitePay, você consegue parcelar sem perder a rentabilidade.

[Dá uma olhada!](#) (é publi, mas é verdade).



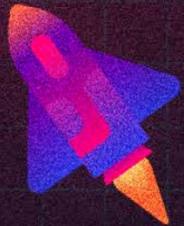
## ATENTE-SE AO ESTOQUE

Viu que uma oferta complementar está fazendo sucesso? Garanta que os itens necessários fazem parte do seu estoque. Tem produto parado no estoque?

Veja relações entre eles para oferecer vendas cruzadas. Um bom inventário mensal é fundamental para calibrar a estratégia.



**A PALAVRA-CHAVE  
PARA CROSS-SELLING  
É: COMPLEMENTAR!**



# O QUE É **UP-SELLING**

É literalmente “dar um up” na venda.

Envolve oferecer uma versão melhor do que o que está sendo comprado originalmente.

Esse “melhor” **pode ser a mesma coisa em maior quantidade** (exemplo: um pacote de 3 películas do Caca Capinhas ser substituído por um pacote de 6 películas), ou em melhor qualidade (oferecer película de vidro no lugar de uma de acrílico).

A space-themed background with a dark blue and purple gradient. A small rocket is flying in the upper right corner. Several colorful, glowing spheres of various sizes are scattered throughout the scene, resembling planets or stars. The overall aesthetic is futuristic and vibrant.

# **POR QUE FAZER UP-SELLING**

Aumentar o ticket médio dos clientes,  
consequentemente, seu faturamento.

# ***POR QUE FAZER UP-SELLING***

Aumentar o ticket médio dos clientes,  
consequentemente, seu faturamento.

Aumentar a satisfação  
do cliente, que recebe  
produtos/serviços  
de maior qualidade.

Fidelizar os clientes, que  
são lembrados mais  
vezes da existência da  
sua empresa, devido a  
vendas complementares.

A vibrant space-themed background featuring a dark blue grid pattern. A stylized rocket ship with a blue body and orange nose cone is positioned in the upper right quadrant. The scene is populated with various colorful, glowing spheres in shades of red, blue, yellow, and purple, resembling planets or stars. The overall aesthetic is futuristic and dynamic.

# QUANDO FAZER O UP-SELLING

O melhor momento de oferecer um aprimoramento na sua oferta é o da compra. Isso porque seu cliente levará um produto/serviço no lugar do outro.

# COMO FAZER O UP-SELLING



## ANALISE A PERSONA

O mesmo motivo de voltar para a persona de seu cliente para o cross-selling é o que vale nessa técnica. É importante vender o que faz sentido, o que realmente importa para seu cliente.



## DEIXE EVIDENTE A VANTAGEM

O senso de estar ganhando com a troca deve ser muito nítido para o cliente. Ele deve saber que compensa investir o valor a mais em um produto/serviço mais caro. É essencial mostrar que você tem o objetivo de melhorar a experiência do cliente e não de tirar proveito da situação.

**A PALAVRA-CHAVE**  
PARA UP-SELLING  
**É: APRIMORAR!**

# ***IMPORTANTE***

tanto o cross-selling quanto o up-selling são recomendações e não imposições de compra. Pense em como gostaria que te tratassem!

HORA DO QUIZ

# É **CROSS-SELLING** OU **UP-SELLING**

CONFIRA AS RESPOSTAS NA [PÁGINA 162](#)

1	Você comprou um lanche, gostaria de levar um refrigerante para acompanhar?	
2	O m2 do porcelanato está quase o mesmo preço d o piso cerâmico. Qual prefere?	
3	Que tal adicionar um cabo HDMI na compra da sua SmartTV?	
4	Vi que está levando o celular de 64GB de armazenamento. O que acha de levar o de 128GB?	
5	Temos também a opção de levar o pacote com 6 peças. Gostaria de substituir pelo de 3?	
6	Quer levar meias sociais para usar com o sapato que escolheu?	
7	Os pneus da marca premium oferecem garantia estendida. Quer seguir com esses ou os da marca padrão?	
8	Deseja o combo de pedicure e manicure?	
9	Na compra desse imóvel, você pode levar o seguro com 10% de desconto. Topa?	
10	Gostaria de incluir um clareamento no pacote de limpeza odontológica?	

The background is a dark blue space scene with several colorful planets and a satellite. A large red planet is in the top right, a yellow and blue planet in the top left, and a ringed planet in the middle right. A satellite is in the bottom left, and a small blue planet is at the bottom center. Concentric green circles are drawn across the scene.

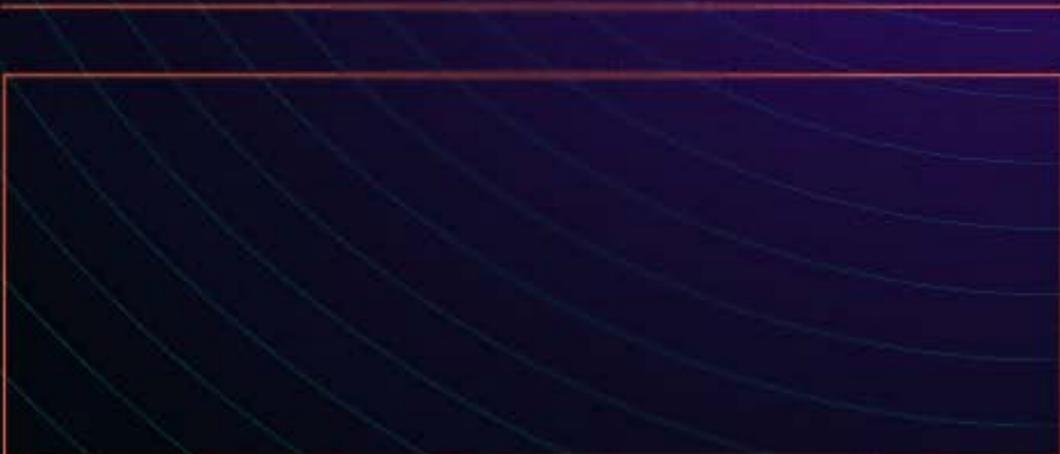
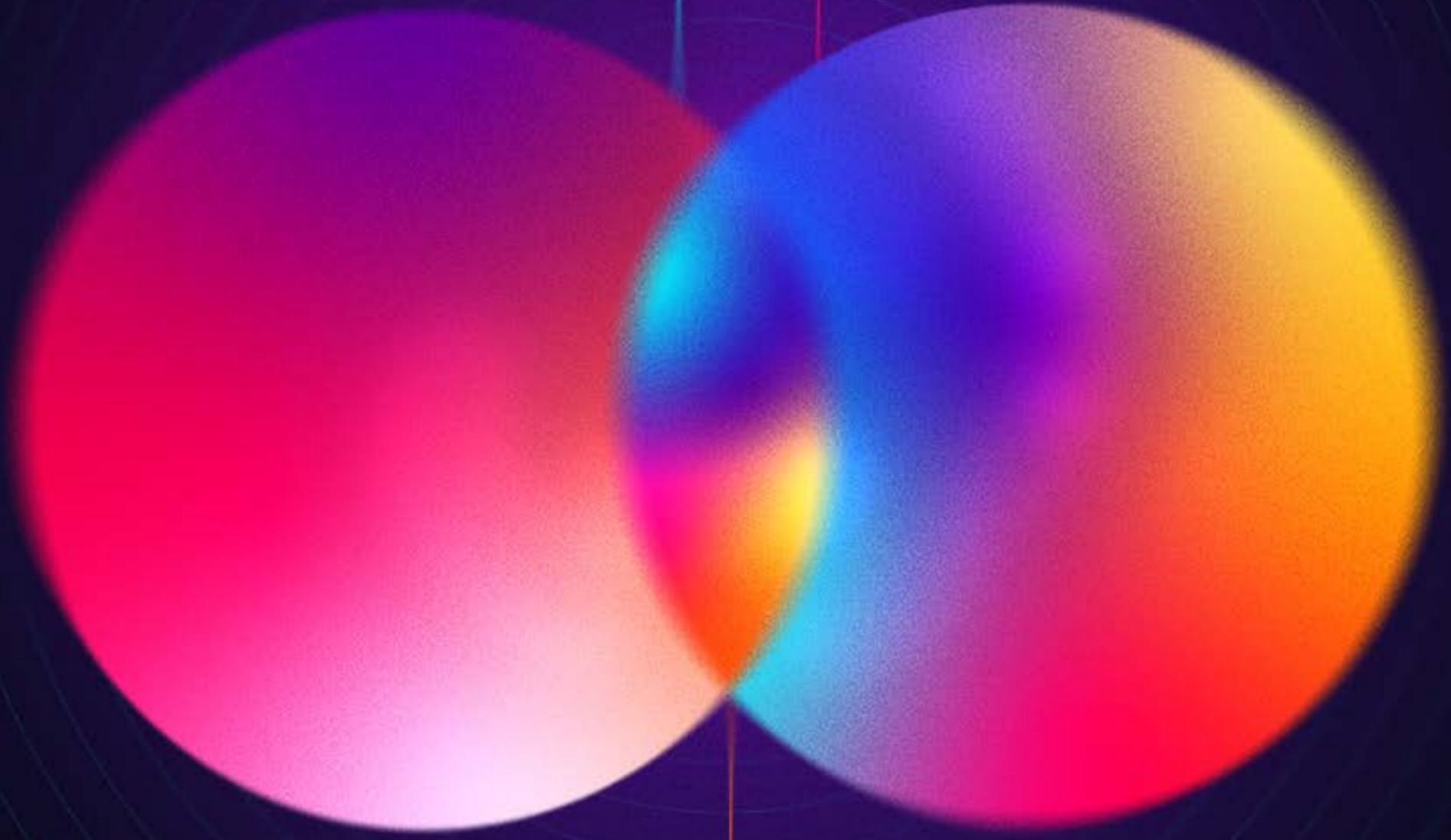
# JÁ TÁ EXPERT EM **É CROSS-SELLING** E UP-SELLING

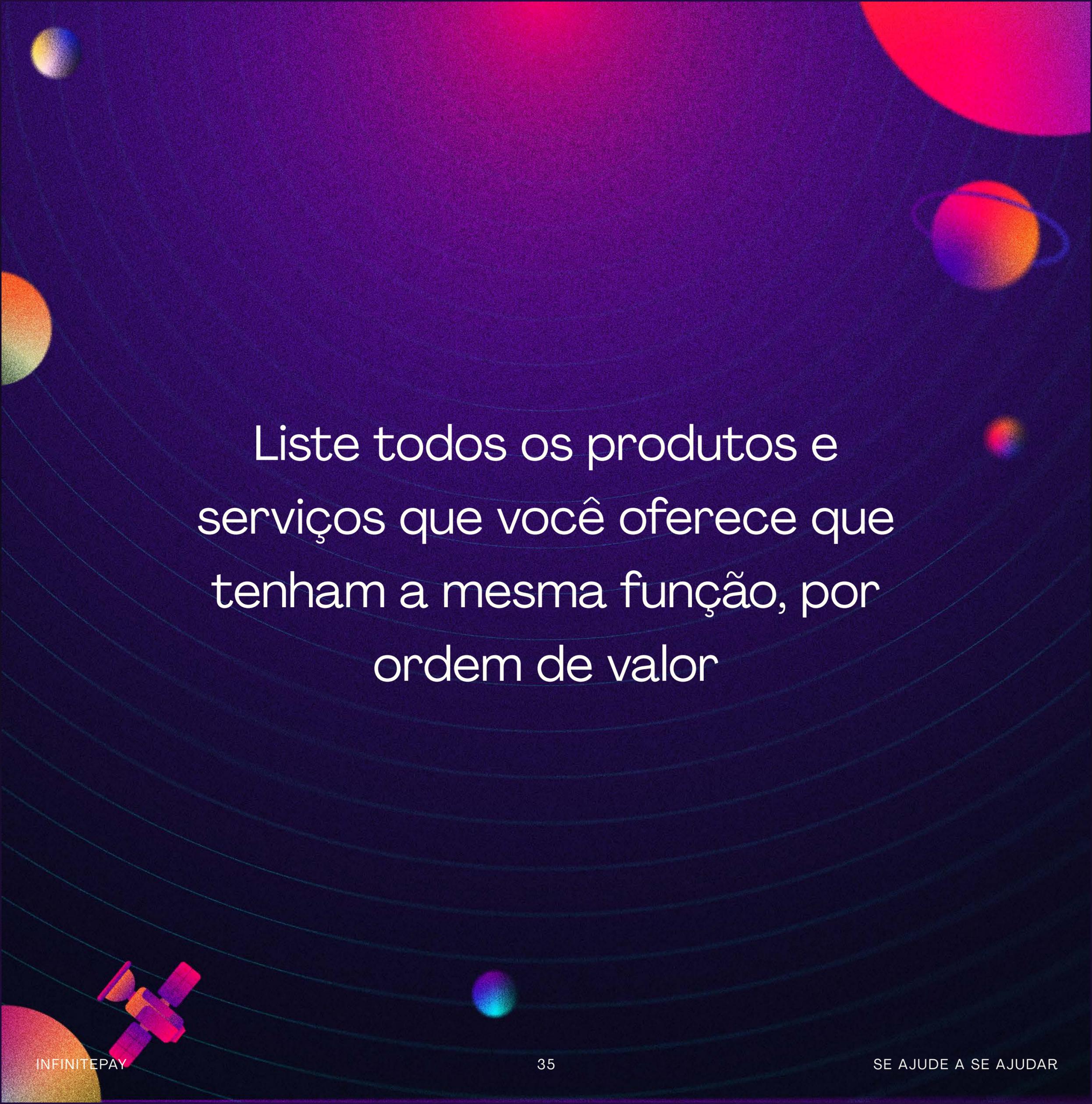
*Então chegou a hora de por as mãos na massa.*

Produtos/Serviços  
que sua empresa  
oferece

O que o cliente  
usaria na situação de  
consumo do produto/  
serviço

oportunidades de  
cross-selling





Liste todos os produtos e serviços que você oferece que tenham a mesma função, por ordem de valor





Crie entre eles lógicas de up-selling. Quando um cliente pedir por um, qual vai ser a versão melhor que você pode oferecer?

	→	
	→	
	→	
	→	
	→	
	→	
	→	
	→	
	→	
	→	
	→	

# RESPOSTAS DO QUIZZ!

*E aí, quantas você acertou?*

1	Você comprou um lanche, gostaria de levar um refrigerante para acompanhar?	<b>Cross-selling</b>
2	O m2 do porcelanato está quase o mesmo preço d o piso cerâmico. Qual prefere?	<b>Up-selling</b>
3	Que tal adicionar um cabo HDMI na compra da sua SmartTV?	<b>Cross-selling</b>
4	Vi que está levando o celular de 64GB de armazenamento. O que acha de levar o de 128GB?	<b>Up-selling</b>
5	Temos também a opção de levar o pacote com 6 peças. Gostaria de substituir pelo de 3?	<b>Up-selling</b>
6	Quer levar meias sociais para usar com o sapato que escolheu?	<b>Cross-selling</b>
7	Os pneus da marca premium oferecem garantia estendida. Quer seguir com esses ou os da marca padrão?	<b>Up-selling</b>
8	Deseja o combo de pedicure e manicure?	<b>Cross-selling</b>
9	Na compra desse imóvel, você pode levar o seguro com 10% de desconto. Topa?	<b>Up-selling</b>
10	Gostaria de incluir um clareamento no pacote de limpeza odontológica?	<b>Cross-selling</b>

PASSO A PASSO:

# **COMO PRECIFICAR PRODUTOS E SERVIÇOS**

## Quanto cobrar pelo que se vende?

Essa é uma dúvida que fica na cabeça de quem empreende quase que o tempo todo. São muitos fatores pra levar em conta na hora de precificar e é importante colocar tudo na ponta do lápis pra não pagar pra trabalhar, não é mesmo?

Não vou te dizer que seus problemas acabaram com esse passo a passo, **mas pode confiar, que a gente te dá pelo menos uma mãozinha** nessa tarefa tão cotidiana, mas por vezes tão complexa.



**GASTOS + LUCRO =**  
**PREÇO FINAL**

# GASTOS

**Custo:** todo tipo de gasto relacionado diretamente à produção completa de bens, serviços ou produtos.

**Despesas:** gastos de uma empresa que não estão diretamente ligados à produção de outros bens, serviços e produtos

Vem entender melhor com esse exemplo do **Caca Capinhas**:



## ***CUSTOS:***

Compra das capinhas, frete, embalagens, impostos.



## ***DESPESAS:***

Conta da internet/telefone para fazer as encomendas, divulgação, salários das equipes administrativas.

The background features a dark grid pattern overlaid with large, overlapping circles in vibrant colors like cyan, magenta, and orange. The text is centered in the middle of the page.

# **GASTO POR UNIDADE**

Após descobrir os gastos totais da sua operação, chegou a hora de identificar o gasto por unidade. A conta é simples:

**CUSTOS + DESPESAS**

---

**QUANTIDADES DE  
PRODUTOS NO  
ESTOQUE**

É esse valor que você vai usar para calcular o preço.

Como isso funciona no **Caca Capinhas**:

**R\$250 + R\$750**

---

**100 CAPINHAS**

**Gasto por unidade = R\$10**

Agora a parte que mais te interessa:

# O LUCRO

**TRÊS PONTOS PRA**  
CONSIDERAR NA HORA DE  
**DEFINIR QUANTO DESEJA**  
LUCRAR POR PRODUTO:

**Saber o preço médio do produto/serviço praticado pelo mercado** vai te ajudar a entender o “teto” de preço e trabalhar a margem de lucro aí.

**A margem de lucro pode variar** de acordo com o tipo de produto/serviço que você está comercializando.

**O seu lucro não deve “pagar” as  
despesas ou custos do seu negócio.**

Quem faz isso na venda por produto/  
serviço é o total de gastos dentro da  
composição do preço.

The background features a dark blue-to-purple gradient with a subtle grid pattern. Several colorful spheres in shades of red, orange, yellow, and blue are scattered across the scene, some appearing as bright highlights and others as soft, glowing shapes. The text is centered and rendered in a clean, sans-serif font, with key words in bold and italicized styles.

O LUCRO É O QUE VEM  
***A MAIS PARA SER***  
INVESTIDO NO  
***CRESCIMENTO DA***  
SUA EMPRESA.

# **PREÇO DA CONCORRÊNCIA**

Se os seus gastos para que o produto esteja disponível para comercialização forem mais altos do que o preço do produto praticado no mercado, **é fundamental que você reveja se há algum ajuste a ser feito.** Olhar a concorrência te ajuda a ter uma base de comparação sólida para identificar desequilíbrios na sua cadeia produtiva.

No exemplo do Cacá Capinhas, ele pesquisou que a média de preços praticada **é de R\$25 por acessório.**

Sendo assim, ele decide seguir a média, acrescentando **R\$15 de lucro por unidade.**

# ***ESTRATÉGIA*** *DE PREÇOS*

**Existem várias maneiras  
de potencializar o seu lucro.**

Aqui vão duas de acordo  
com a escolha de preços que  
deseja praticar:

# MANTER O **PREÇO MÉDIO E** MELHORAR A **MARGEM DE LUCRO**

Com gastos otimizados, você pode trabalhar com um preço próximo à média do mercado, mas aumentar a sua margem de lucro. **O ganho aqui está na taxa de aproveitamento por venda.**

OFERECER  
**PREÇOS MENORES**  
E ATRAIR  
**MAIS CLIENTES**

Com preços menores que a média do mercado, sua empresa pode se diferenciar e chamar atenção de mais clientes. **O ganho aqui está no volume de produtos vendidos.**

Considerando o **Caca**  
**Capinhas** como exemplo,  
vamos ver como ele se sairia  
em cada situação:

# CENÁRIO ATUAL



Com um preço de **R\$25**, ele estima vender **100 capinhas por mês**.



Isso lhe daria uma receita bruta de **R\$2500** e uma líquida de **R\$1500** (margem de lucro de **R\$15 x 100 capinhas**)

# PREÇO MÉDIO, MENOS GASTOS



Ao reduzir os custos e despesas, o gasto unitário de cada capinha cai para **R\$5**, fazendo com que **o lucro se torne R\$20 por capinha vendida.**



Mantendo a estimativa de **200 itens no mês**, sua receita líquida seria de **R\$4000.**

# PREÇO MENOR, MAIS CLIENTES



Praticando um preço de **R\$20** (com **uma margem R\$5 menor que a média**), estima **vender 200 capinhas**



Tendo uma **receita bruta de R\$4000** e líquida de **R\$2000** (margem de lucro de **R\$10 x 200 capinhas**).

NOS DOIS CENÁRIOS,  
**SERIAM R\$500 A MAIS**  
EM SEU BOLSO.

Para conquistar esse tipo de liberdade e lucrar mais, **é necessário rever todos os pontos que podem ser mais estratégicos nos gastos que você tem para vender.**

Como gostamos de falar por aqui, cada caso é um caso, e só você vai ter as melhores respostas para o sucesso efetivo e sustentável do seu negócio!

**Quer facilitar o processo?**

Dá uma olhada [nesta planilha com calculadora de preços](#), que pode ser uma base para o cotidiano da empresa.

PASSO A PASSO:

# COMO ORGANIZAR SEU FLUXO DE CAIXA

# **SEU FLUXO DE CAIXA TÁ MAIS PRA TSUNAMI?**

Misturando coisa da vida pessoal com finanças da empresa? Dificuldade de prever gastos?

**Cuidado:** não dá pra falar de lucro, sem falar de saúde financeira.

**Chega de ficar com medo de números.**

A partir dessas dicas básicas de organização do fluxo de caixa, o único susto que você vai levar é com a quantidade de cifras na sua conta.



# FLUXO DE CAIXA

*FLU-XO-DE-CAI-XA*

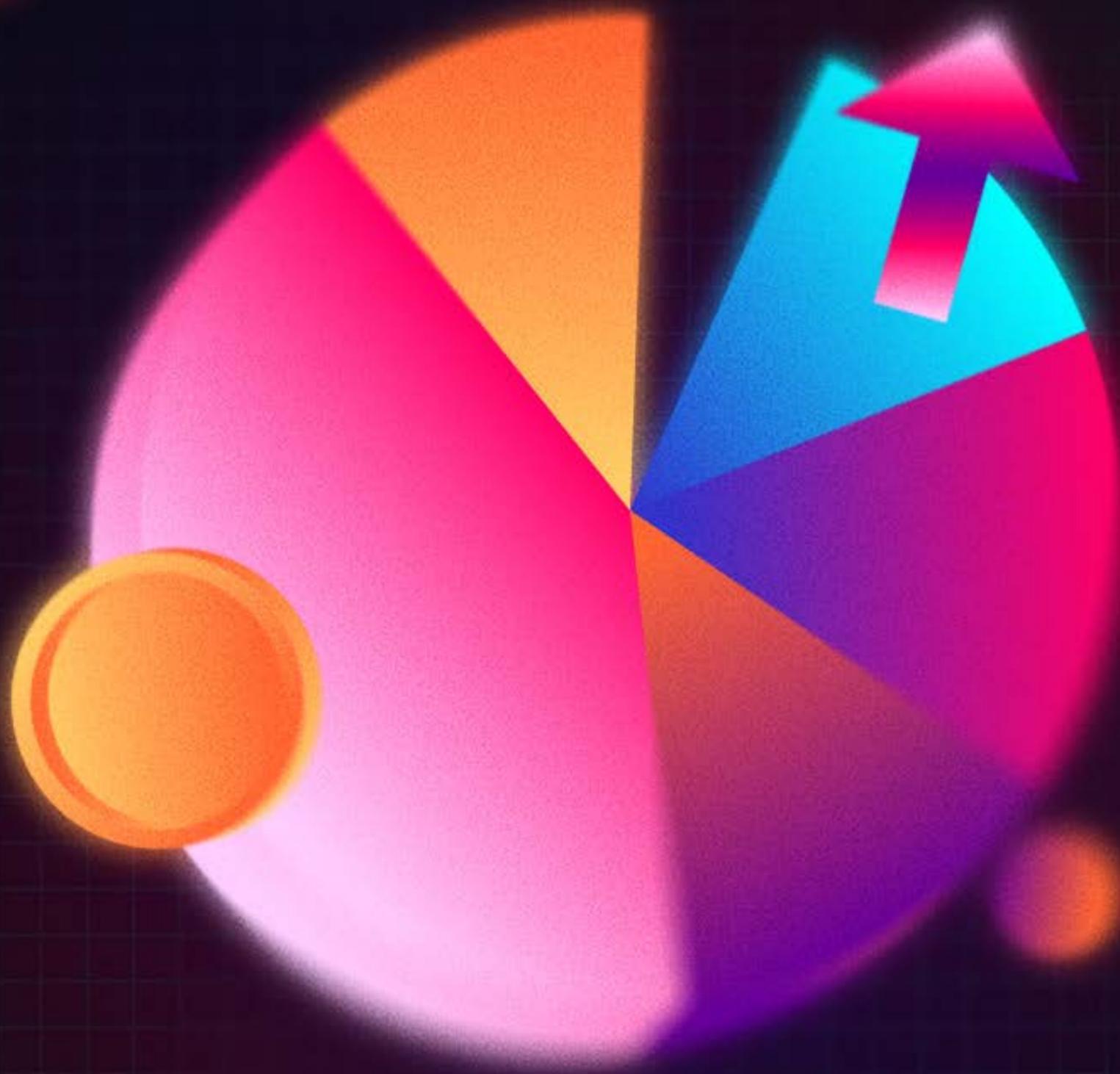
Locução substantiva

Refere-se ao processo de acompanhamento de toda a movimentação financeira de uma empresa.

**Tecla SAP:** é monitorar o que entra e o que sai do caixa.

# **TCHAU, VENDAVAL**

*Pra que controlar as finanças?*



***MENSURAR SE É PRECISO***  
**FAZER INVESTIMENTOS**



# **CONHECER FONTES DE GASTOS DESNECESSÁRIOS**



# ***DEFINIR OS MELHORES PRAZOS PARA COMPRAS E PAGAMENTOS***

# **GLOSSÁRIO** DO SEU **RELATÓRIO** FINANCEIRO

# ENTRADAS **DE CAIXA**

**Vendas à vista e outros recebimentos,**  
como duplicatas, cheques pré-datados,  
faturas de cartão de crédito etc.,  
**disponíveis como “dinheiro” na**  
**data em questão.**

# SAÍDAS DE CAIXA

Pagamentos a fornecedores, pró-labore (que são as retiradas dos sócios), alugueís, impostos, folha de pagamento, água, luz, telefone, entre outros.

# SALDO **OPERACIONAL**

Diferença entre as entradas e as saídas de caixa no período em questão. **Permite que você saiba como estão os recebimentos e gastos, sem a influência dos saldos de caixa anteriores.**

# **SALDO FINAL** DE CAIXA

Pagamentos a fornecedores, pró-labore (que são as retiradas dos sócios), alugueis, impostos, folha de pagamento, água, luz, telefone, entre outros.

# COMO FAZER O FLUXO DE CAIXA?



Primeiro, você precisa escolher qual o período da avaliação: diária, semanal, quinzenal ou mensal

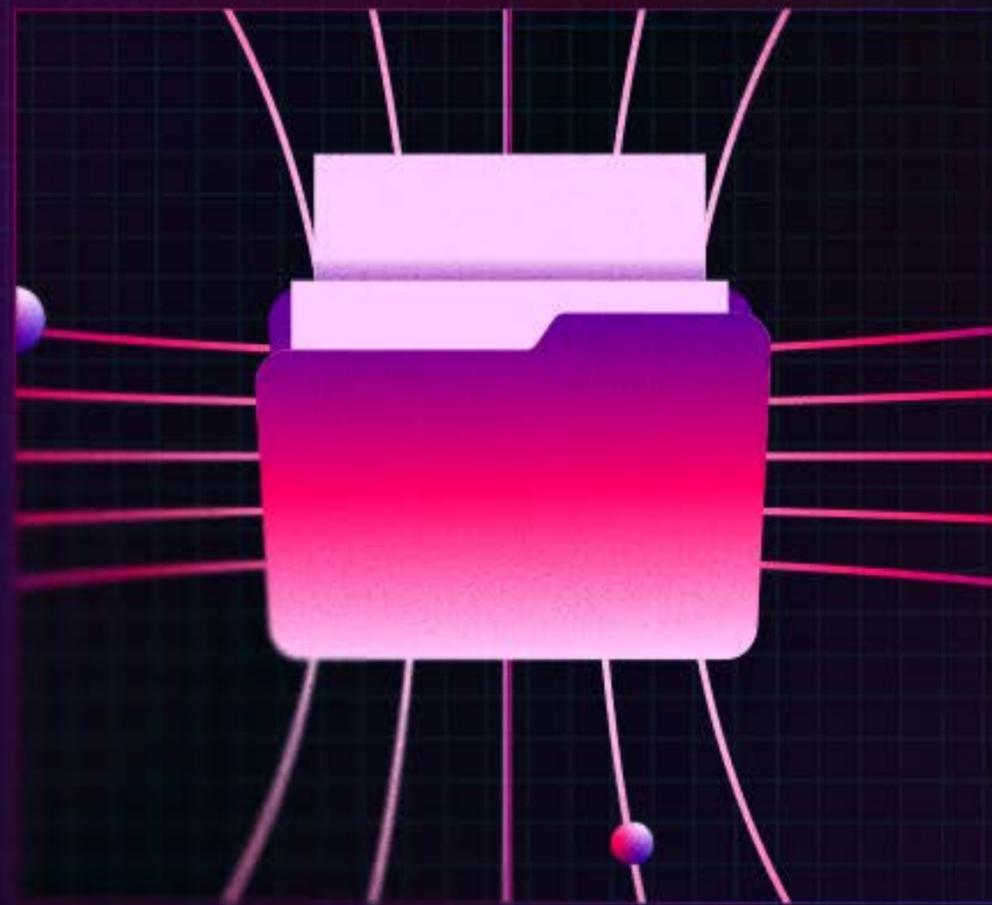


Separe todas as suas receitas e despesas: receita são as vendas, o que você ganha. Já as despesas são os pagamentos, o que sai do seu caixa

# COMO FAZER O FLUXO DE CAIXA?



Coloque no planejamento o que você já sabe que terá de pagamentos ou recebimentos futuros



Tenha o hábito de registrar toda movimentação



**REGRAS**  
DE OURO DA  
**ORGANIZAÇÃO**  
FINANCEIRA

# PONTA DO LÁPIS SÓ NO MODO DE FALAR

**Controlar suas entradas e saídas na caderneta é coisa do passado.** Use programas que ajudem a administrar suas finanças, dando a você uma visão bem clara de como vão as contas da sua empresa e as pessoais separadamente. Criamos uma planilha fácil de usar pra te ajudar nessa missão.

**QUERO ACESSAR!**

# CADA UM NO **SEU QUADRADO**

**Misturar contas pessoais com as da empresa? Quem nunca?**

Por mais comum que isso seja, esse hábito pode rapidamente causar um descontrole nas finanças da sua empresa. Isso faz você perder a visão dos seus gastos, impossibilita a definição da sua margem de lucro e dificulta bastante a sua capacidade de gerenciamento do negócio. O resultado? Confusão, prejuízo e um risco enorme de ver sua empresa ir à falência.

**Corra dessa e comece já a usar contas bancárias separadas.**

# ME DÁ UM DINHEIRO AÍ

Se você for funcionário de uma empresa, você sabe o quanto vai receber de salário todo mês, certo? Bem, o mesmo deve acontecer se você for o dono do negócio. Para isso, existe o **pró-labore**: ele não é exatamente um salário, mas sim a remuneração que o dono ou os sócios da empresa recebem todo mês por suas funções administrativas.

Quando você tem um pró-labore justo e bem definido pelo seu trabalho, você não vai sentir necessidade de sacar do caixa da empresa a toda hora. Além disso, como você vai retirar o mesmo valor todo mês, planejar o seu orçamento pessoal fica bem mais fácil.

# PREVENIR É MELHOR **QUE REMEDIAR**

Mesmo que você deixe as suas finanças pessoais e da empresa organizadas ao máximo, **sempre haverá o risco de um imprevisto obrigar você a tirar dinheiro de onde não devia.** Por isso, ter **reservas de emergência separadas** é importantíssimo para não confundir as coisas.

No caso das finanças pessoais, uma dica é guardar um percentual fixo do seu pró-labore todo mês e acumular uma reserva para quando houver necessidade. Você pode fazer o mesmo no seu negócio, mas separando um percentual do que sobrar o caixa todo mês. Além disso, ao invés de deixar o dinheiro parado, procure boas opções de investimento.

# LIQUIDEZ COM ECONOMIA

**Receber antecipado ajuda sua empresa a ter um fluxo mais saudável!**

**Na InfinitePay**, você recebe tudo na hora ou em 1 dia útil. Você não paga taxa por parcela: o valor descontado pela **antecipação** acontece de forma automática para o seu dinheiro cair na conta instantaneamente ou em um dia útil, logo depois das vendas. Com isso, seu fluxo de caixa fica mais estável e você tem mais segurança na sua empresa. É mais praticidade e organização para o seu dia a dia.

PASSO A PASSO:

# COMO ENTENDER CRIPTOMOEDAS

***SUBSTITUTAS  
DO DINHEIRO?***

*SEM APLICAÇÃO  
PARA A POPULAÇÃO?*

***OPORTUNIDADES  
DE INVESTIMENTO?***

*ESQUEMA DE PIRÂMIDE?*

Você provavelmente já ouviu alguns mitos sobre criptomoedas. Mas, afinal, o que é e, principalmente, **pra que serve essa nova linguagem de dinheiro?**

Antes de tudo, é necessário entender um pouco sobre a tecnologia que torna possível a economia descentralizada.

**Bora conhecer mais sobre Blockchain.**

**Fica até o final, garanto que você não vai se arrepender!**

The background features a dark blue grid pattern. Several large, semi-transparent spheres in shades of blue, purple, and red are scattered across the frame. Some of these spheres contain smaller, solid-colored circles or abstract shapes. Thin lines connect some of the spheres, suggesting a network or chain structure.

# O QUE É BLOCKCHAIN?



Blockchain tem como tradução em português “corrente de blocos”. **Cada bloco nessa rede contém um número de transações.** Toda vez que uma nova transação ocorre em blockchain, um registro é adicionado a cada computador na rede.

**Esse banco de dados compartilhado faz com que as fraudes sejam quase nulas, já que tentativas de adulterar informações são detectadas com facilidade – cada transação é registrada em vários lugares diferentes e só é autêntica se não houver discordâncias.**



**A descentralização permite que o sistema seja mais seguro e democrático, já que não depende de grandes corporações ou servidores proprietários pra funcionar.**



**BLOCKCHAIN**  
PRA ALÉM DAS  
**CRIPTOMOEDAS...**

Com o uso crescente da tecnologia,  
**novas possibilidades e aplicações são**  
**descobertas todos os dias,** mas algumas  
delas já vêm ganhando tração:

# WEB 3.0

A blockchain é a ferramenta principal pra construção da Web3, a próxima versão da internet como a conhecemos. Hoje, usamos um sistema onde grandes companhias são donas dos dados e fazem com eles o que bem entendem. Hospedados em servidores privados, eles se tornam facilmente rastreáveis e ferem a privacidade do usuário.

No novo sistema, os dados são criptografados e registrados na rede descentralizada, promovendo uma internet de fato anônima. Todos os participantes da rede controlam o que e com quem querem compartilhar, sem ter que abdicar do controle de suas informações pessoais em troca do uso dos serviços.

# CRIPTOMOEDAS

As criptomoedas são uma forma de “dinheiro eletrônico” que pode ser transferido sem o intermédio de instituições financeiras. Todas as transações desse tipo de ativo ficam registradas em contratos inteligentes numa blockchain, o que torna a operação até mais segura do que as convencionais.

**Além da segurança, o formato preserva a privacidade de quem envia e quem recebe**, e facilita transações que em circunstâncias normais seriam caras e complexas, como transações internacionais.

A primeira criptomoeda lançada foi o **Bitcoin**, em 2008 por Satoshi Nakamoto, que abriu espaço pra criação de uma enorme gama de moedas digitais hoje disponíveis e **continua sendo um dos ativos digitais mais conhecidos**.

# NFT'S

Um **NFT (Non-Fungible Token, ou token não fungível)** é um ativo digital exclusivo que não pode ser copiado nem substituído, sendo registrado em alguma blockchain para fornecer uma prova de autenticidade e propriedade de quem o negociou.

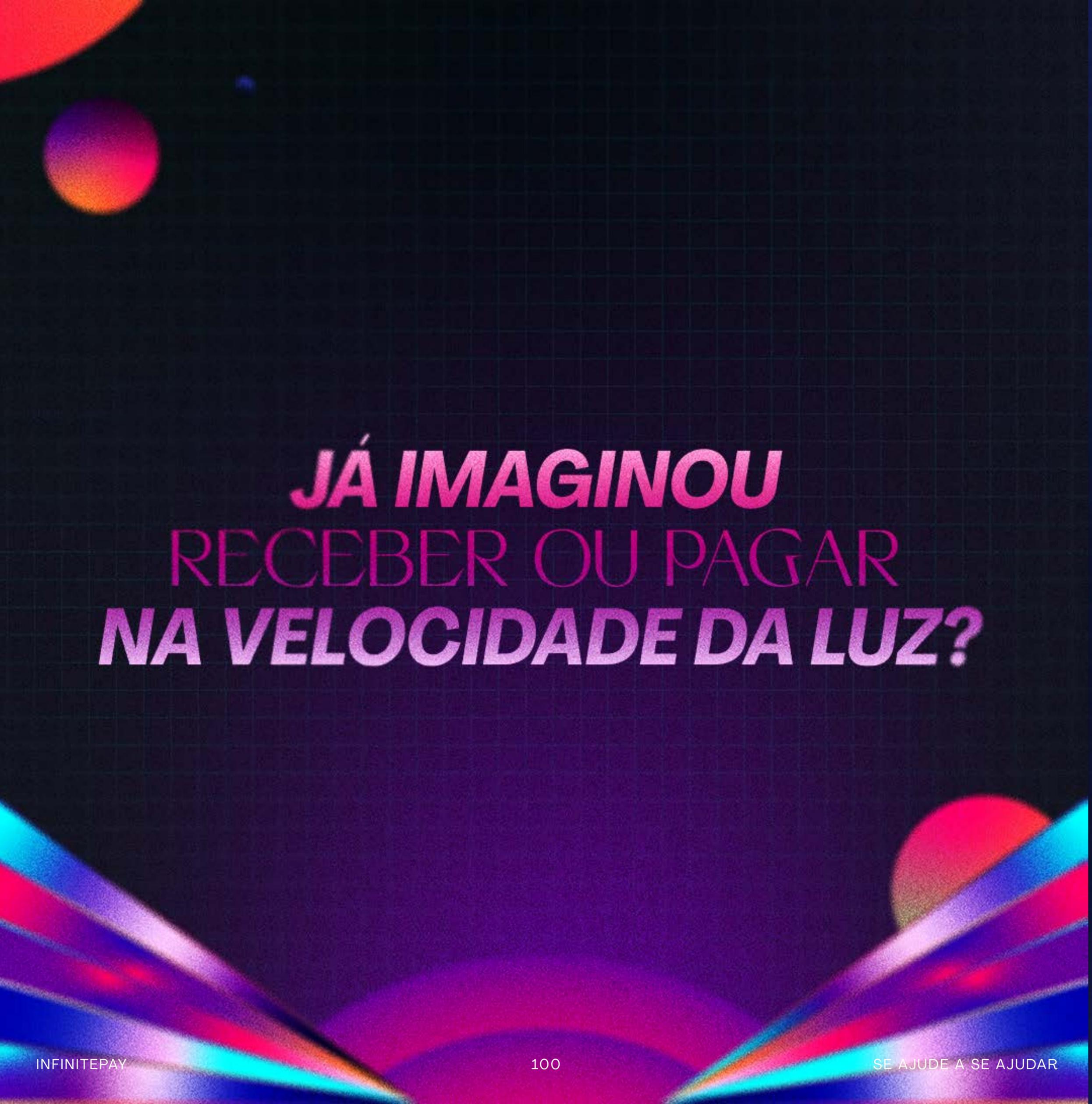
Dinheiro físico e criptomoedas são fungíveis, o que significa que podem ser “gastos” ou trocados entre eles. Os NFTs não carregam essa propriedade já que a assinatura digital de cada um deles é única e inigualável (não-fungíveis). Podem representar qualquer tipo de coisa, mas hoje é mais utilizado nos meios das artes e dos games.

Em 2021, foram movimentados US\$ 40 bilhões no mercado de NFTs e a **previsão é de que esse número seja ainda mais expressivo em 2022!**

# JOGOS

A descentralização nesse contexto permite que as ações do jogo possam ser visualizadas por todos, **diminuindo o risco de trapaçãs passarem despercebidas**. Também permite maior estabilidade, já que os jogos não precisam de um servidor específico para se manter no ar. **No caso de falha de alguma parte da blockchain, o jogo segue rodando normalmente.**

Outra possibilidade é a de criação de uma economia própria dentro do jogo, onde os jogadores podem trocar, vender e comprar itens livremente sem a necessidade da intervenção de terceiros.

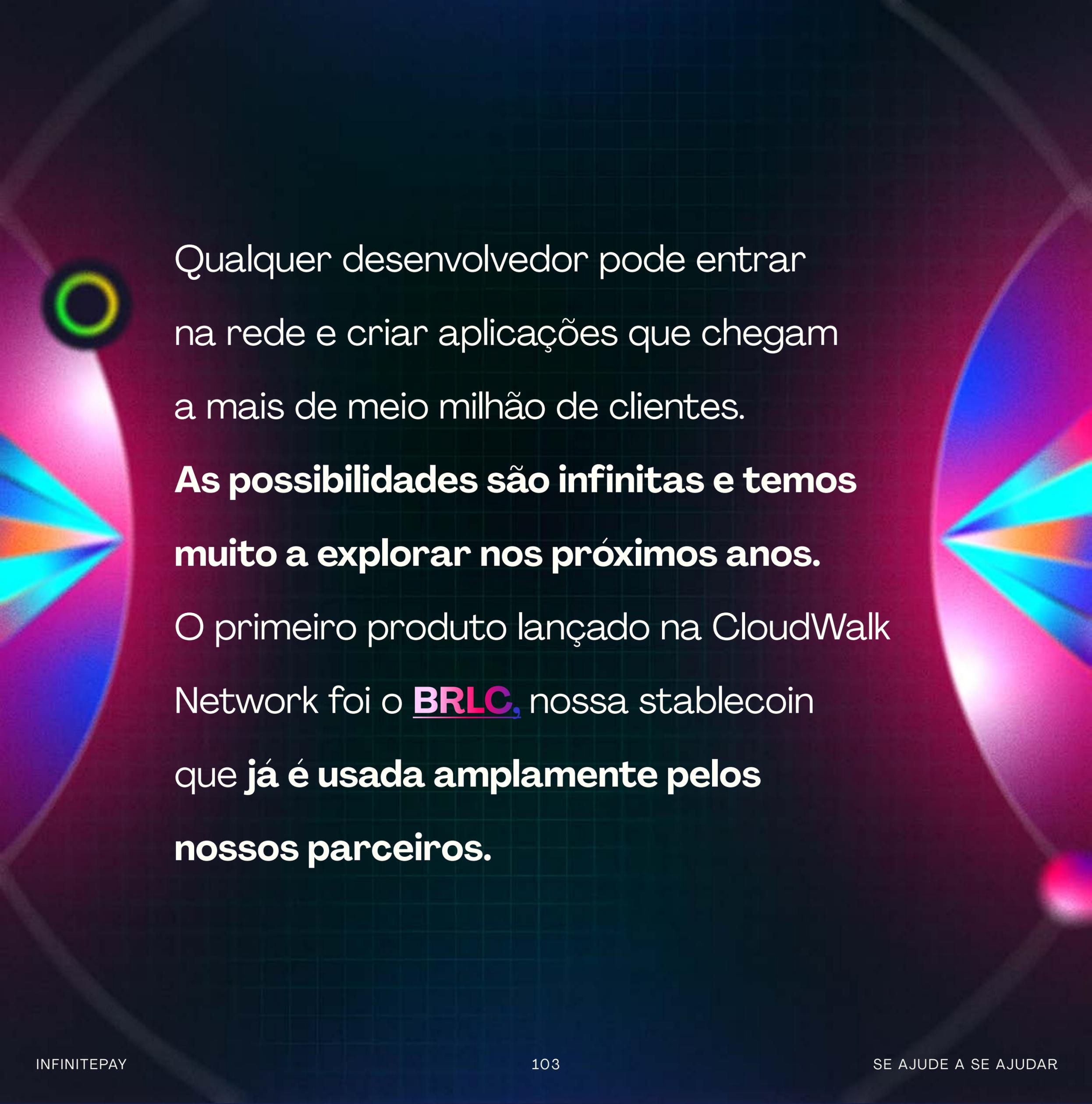


**JÁ IMAGINOU  
RECEBER OU PAGAR  
NA VELOCIDADE DA LUZ?**



# BLOCKCHAIN *NA INFINITEPAY*

Essa é a realidade que estamos construindo usando as mais avançadas tecnologias disponíveis. Ao usar a funcionalidade do Pix, por exemplo, a transação acontece usando a nossa própria Blockchain, a [CloudWalk Network](#). Com ela, conseguimos fazer **500 transações por segundo - até 70 vezes mais rápido** do que redes como a **Ethereum** ou a **Binance Smart Chain**.



Qualquer desenvolvedor pode entrar na rede e criar aplicações que chegam a mais de meio milhão de clientes.

**As possibilidades são infinitas e temos muito a explorar nos próximos anos.**

O primeiro produto lançado na CloudWalk Network foi o **BRLC**, nossa stablecoin que **já é usada amplamente pelos nossos parceiros.**



# BRLC

**BRLC** é uma **stablecoin** (moeda estável) criada e emitida em Blockchain pela InfinitePay, na CloudWalk Network. Ela vale o mesmo que o Real brasileiro (R\$), esse valor é fixo e não sofre alterações cambiais. Será sempre um para um.

**1 BRLC = R\$ 1**



**TÁ, MAS QUAL A  
DIFERENÇA DO BRLC  
PRO REAL “REAL”?**

O real “real” é uma moeda fiduciária, emitida de forma centralizada pelo Banco Central, a mando do governo de acordo com os interesses de regulação da economia nacional.

Stablecoins são tokens em valores fixos.

**O BRLC é ancorado no valor do Real,** mas usando princípios seguros da criptografia e de um modo 100% digital.

Além disso, sua emissão não interfere em nada na inflação.



**O USD Coin (USDC) são stablecoins lastreadas no dólar americano e mantêm uma relação similar a que o BRLC tem com o Real brasileiro.**

Usando tecnologia, **as operações feitas com stablecoins são mais baratas,** menos burocráticas e muito mais ágeis do que as tradicionais.

Pense na ideia de transferir dinheiro para uma pessoa nos Estados Unidos.

Tudo que você tem é o Real brasileiro.

Pra mandar esse dinheiro para fora, existiriam tarifas cambiais e taxas altíssimas de transferências.

Sem contar que dificilmente o dinheiro estaria disponível de modo instantâneo na conta da outra pessoa.

**Uma transferência de stablecoins de uma carteira para a outra levaria segundos para acontecer e teria custo zero.**

***MAS SE É***  
CRIPTOMOEDA, O  
***VALOR É VOLÁTIL?***

Uma stablecoin não funciona como o Bitcoin, por exemplo, que não tem um parâmetro para definição do seu valor. Nesse tipo de ativo, o preço varia de acordo com o interesse que as pessoas têm nele e quanto dele há disponível. Muita gente quer? Muito ele vale. Conceito básico de oferta e demanda.

**A moeda estável**, como diz o nome, **tem o valor ancorado no de outro ativo estável**, como o ouro, minérios, dólar ou real, **que é o caso do BRLC.**

O que vemos aqui é a união da praticidade de um ativo digital com a menor volatilidade dos tradicionais meios já conhecidos por todos.

# O QUE FAZER COM O BRRLC?

*O BRRLC não tem data de validade, então pode ser “acumulado” na sua conta InfinitePay.*

# TRANSFERÊNCIA **PARA CONTA** INFINITEPAY

**Dá para enviar BRLC para outras contas da Rede InfinitePay.** Para isso, é só adicionar a **InfiniteTag** no campo de transferência e pronto. O valor chega na hora e você não paga nada por isso.

# **TRANSFERÊNCIA** **VIA PIX**

Se quiser mandar pra outro lugar,  
**é só inserir a chave Pix**, que o dinheiro cai  
na hora na conta desejada.

# PAGAR **COM PIX**

Você também pode usar **BRLC** pra pagar Pix direto na maquininha. Basta ler o QR code usando o **App InfinitePay e pronto.**



***UM FUTURO  
(E PRESENTE)  
DESCENTRALIZADO***

**O BRLC introduz centenas de milhares** de pessoas ao modelo descentralizado de economia **da Web 3.0**. Por ser uma funcionalidade criada em Blockchain, a cada vez que uma pessoa recebe o cashback, uma chamada de contrato inteligente acontece na CloudWalk Network. **O envio do token BRLC automaticamente gera uma carteira de criptomoedas do portador.**



O que começa com o BRIC abre caminho em direção ao pagamento de lojistas da rede e outras transferências em tempo real sem qualquer custo para qualquer parte envolvida. **É o futuro do dinheiro e você também faz parte disso. Quer ver?**

Me Ajuda a te Ajudar e conta o que achou dessa experiência na redes sociais de empreendedores! Ainda teremos muito mais pela frente e contamos com você pra construirmos essa rede onde todo mundo cresce junto.

