

## A pandemia mudou a rotina e nos aproximou da ciência

Natasha de Caiado Castro (\*)

*O mundo não saiu ileso das mudanças provocadas pela pandemia, é claro, e agora especialistas vêm tentando entender e explicar qual cenário podemos esperar para o futuro*

Meu trabalho é conectar pessoas e empresas de dentro do Vale do Silício e, frequentando esse ambiente fervilhante de inovação, tecnologia e ciência, venho notando também que as alterações sociais e econômicas causadas pela pandemia já começam e vão afetar cada vez mais nossas pequenas atividades do cotidiano e mínimos hábitos do dia a dia. De 2020 até agora, o mundo ficou mais preso em casa, frequentou menos as ruas e socializou pouco.

Assim, as lojas, bares e restaurantes tiveram que inovar em suas tecnologias para entrega, por exemplo. A moda acompanhou o fenômeno: as roupas ficaram mais sóbrias e confortáveis, afinal, passaram a ser usadas para outros fins. Mas agora, aos poucos as coisas retornam ao que a gente conhecia. Por aqui, no Vale do Silício, a máscara já não é obrigatória e o mundo parece mais com o anterior.

O que vemos, em todas as áreas e o tempo todo, é que esse período de pandemia, é claro, levou a uma mudança profunda de paradigmas em quase todos os aspectos da vida, inclusive nas pequenas coisas, que podem passar despercebidas.

A mudança para o home office dos profissionais, por exemplo, impactou até o mercado de sapatos, pois ninguém mais viu necessidade de usar certos tipos de calçados como saltos. Ou os cosméticos, como maquiagem. De casa, para que usar essas coisas? Há uma pequena revolução de hábitos e costumes acontecendo, estamos realmente reconfigurando nossas rotinas.

Tudo isso só foi possível porque as mentes pensantes do mundo precisaram buscar inovação. A gente acompanhou isso com as vacinas, por exemplo, a capacidade do homem de inovar a partir de conhecimento e pesquisa, mas esse impulso não ficou apenas na ciência médica, mas em tudo. Na tecnologia para nos servir.

Nas artes para entreter. Na moda para nos sentirmos melhor com a nossa própria pele durante o isolamento e trabalhar de casa. Tudo mudou e a pandemia nos mostrou como inovar é necessário.

E todas essas pequenas revoluções vão levar a uma outra mudança: a nossa aproximação ainda maior com a tecnologia e a inovação. Neste novo normal os avanços vão chegar cada vez mais rápido no dia a dia das pessoas, já que a ideia é que não há mais tempo a perder.

Apropriada população agora já sabe que não podemos mais prever o dia de amanhã com tanta certeza, então, vão exigir, buscar e querer soluções cada vez mais rápidas, eficientes e personalizadas. Com isso, listei algumas tendências que venho observado ao navegar pelas empresas e pessoas que compõem o Vale do Silício e vão ditar os rumos da inovação. Precisamos estar atentos e preparados já que o tal novo normal é o futuro de fato.

**Transportes** - Tecnologia que vem desenvolvendo vários tipos, desde carros drones, trens supersônicos, turismo para o espaço, frotas particulares de aviões supersônicos, etc. Todos já estão em estado avançado de estudo no Vale.

**Inteligência artificial** - Há uma busca pela substituição, agora cada vez mais forte, de quase tudo que não seja intelectual por robótica e inteligência artificial, coordenadas por códigos e máquinas. O cérebro humano ficaria mais direcionado para questões estratégicas, éticas e filosóficas.

**Personalização** - De tudo. Desde remédios com os exames rápidos feitos em casa e lidos pela telemedicina que se desenvolve exponencialmente durante a COVID-19, até a indústria farmacêutica, que se prepara para desenvolvimento de medicação exclusiva e entregue em casa. Mas também em vestuário personalizado, por exemplo, com espelhos inteligentes e mundo 3D.

**Biociência** - Estudos que têm permitido erradicar doenças e malformações embrionárias. Órgãos capazes de se adaptar a organismos, possibilitando estender a vida na Terra.

(\*) - É fundadora e CEO da Wish International, especialista em inteligência de mercado, Content Wizard e Investor. É também Board Member da United Nations e do Woman Silicon Valley Chapter.

## A Black Friday vem aí: seu e-commerce está preparado?

Nunca se consumiu tanto no online quanto neste último ano. Após um ano de isolamento social, o e-commerce brasileiro cresceu 40%, segundo o relatório da Conversion

Esse crescimento exponencial gera algumas preocupações com a aproximação de datas como a Black Friday. Afinal, as marcas estão preparadas para o alto volume de acessos e demanda?

Rafael Umann, CEO da Azion, uma das líderes globais de Edge Computing, tecnologia que simplifica a criação de aplicações que exigem tempos de resposta rápidos, explica que os e-commerces precisam fornecer a melhor experiência de compra aos consumidores, para que não desistam da sua intenção de compra e abandonem o carrinho sem pagar. Além disso, como o volume de tráfego de acesso se multiplica durante a Black Friday, é um desafio manter os e-commerces estáveis durante esse período e lidar com o aumento considerável de pedidos.

Outro ponto importante é proteger os dados dos consumidores e a performance dos sites contra ataques cibernéticos. Quanto mais



É um desafio manter os e-commerces estáveis durante esse período e lidar com o aumento considerável de pedidos.

os negócios migram para o online, mais agentes mal-intencionados encontram oportunidades, e os e-commerces precisam estar preparados para se defender ou bloqueá-los.

“Muitas empresas ainda não conhecem o Edge Computing. Quando se trata de comércio eletrônico, o Edge é essencial se você deseja oferecer uma experiência de compra sem falhas. Nós conseguimos reduzir a probabilidade de rejeição do cliente em 91%,”

em comparação com as taxas de rejeição de sites que levam até 10 segundos para carregar”, explica Rafael. Na esteira do aumento de ataques cibernéticos, preparar o seu e-commerce para uma Black Friday segura é mais do que um diferencial, passa a ser uma necessidade básica. Os ataques DDoS, por exemplo, aumentaram 71% no primeiro trimestre de 2020.

“Quase todos os e-commerces capturam dados de login e informações do seu

cartão de crédito. Por isso, promover um ambiente seguro e confiável exige um tempo de no mínimo três meses de antecedência para que planejem e implementem a tecnologia necessária”, relata Rafael. Este ano, a Black Friday será no dia 26 de novembro e a expectativa do varejo é positiva, uma vez que os dois dias da Black Friday 2020 fecharam com vendas totais de R\$ 4,02 bilhões no e-commerce, representando um crescimento de 25,1% em relação a 2019, segundo os dados da Ebit/Nielsen.

“Temos uma expectativa de receita muito grande para este ano, uma vez que as mudanças de hábitos de consumo indicaram que o brasileiro está cada vez mais adepto a compras online. Por isso, é importante preparar o seu e-commerce com antecedência para garantir segurança aos seus clientes e, também, para estar na frente dos concorrentes”, finaliza. - Fonte e mais informações: (www.azion.com).

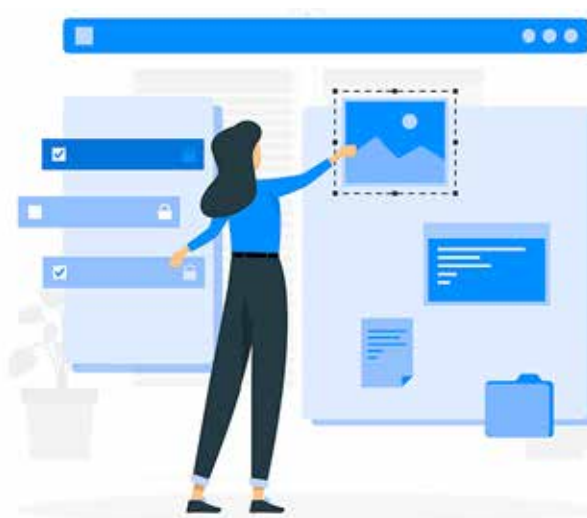
## Qual a solução de hospedagem ideal para cada tipo de projeto?

Escolher um serviço de hospedagem é um dos primeiros passos para o sucesso da sua presença digital. E planejar bem esse início é muito importante já que, quando negligenciado, atrapalhará o desenvolvimento do negócio, trazendo muita dor de cabeça a longo prazo. Colocar um site no ar possibilita que seus clientes vejam tudo aquilo que você está oferecendo a ele.

O que vai definir qual tipo de hospedagem deve ser escolhida são os objetivos que se deseja alcançar a partir da criação de um site ou loja virtual. Também é preciso entender qual é o perfil da empresa que aquele site será destinado, adequando a formatação e conteúdo para o seu público-alvo.

Atualmente é possível contar com diversos profissionais e agências especializadas em hospedagens e criações de sites, que podem cuidar desde o domínio próprio até a manutenção diária da página. Abaixo, Raquel Dalastti, head de produtos da Locaweb separou algumas dicas para você fazer as melhores escolhas:

- 1) Compatibilidade** - É preciso escolher ambientes compatíveis com os projetos desenvolvidos pela agência ou desenvolvedor. Existem servidores que funcionam melhor com sistemas Linux por exemplo, ou que com ferramentas como o Wordpress, por isso, escolha o ambiente que ofereça o melhor desempenho para a sua aplicação.
- 2) Segurança** - Conheça os recursos de segurança do provedor, como são feitas as atualizações dos ambientes, tempo de resposta para resolução de problemas e garantias em casos de perdas. Pesquisa também se o atendimento de suporte técnico do provedor é bom. Levantar estas informações antes de contratar um hosting evita muitas dores de cabeça.
- 3) Formas de pagamento** - Verifique como será cobrado o serviço para evitar surpresas. Alguns serviços são atrelados a moedas estrangeiras ou licenças de outras empresas que podem sofrer alterações de valores. Entenda bem como será



O que define que tipo de hospedagem deve ser escolhida são os objetivos que se deseja alcançar.

realizada as cobranças de planos antes de contratá-los.

- 4) Velocidade do ambiente** - Para quem quer usar estratégias de marketing digital com as ferramentas Google, ter um serviço com velocidade de carregamento de páginas é obrigatório. Estas ferramentas priorizam sites com carregamento rápido e baixa latência. Procurar servidores com a maior resposta possível otimizando campanhas na internet.
- 5) Gerenciamento de servidores** - Algumas empresas oferecem servidores com painéis de gerenciamento, procurar entender e conhecer as características destes painéis também são diferenciais na escolha do hosting. Assim, transtornos no gerenciamento do site ou aplicação serão evitados.

A partir destas considerações é possível achar uma hospedagem ideal para diferentes projetos, sejam eles lojas virtuais, site ou páginas online. - Fonte e mais informações: (www.locaweb.com.br).

## Comércio online: aumento das vendas é tímido em relação ao potencial

Com lojas físicas fechadas há meses, a pandemia do Coronavírus acelerou uma tendência mundial que já se manifestava no país nos últimos anos: o crescimento do comércio eletrônico em todas as regiões. Levantamento da Camera-e.net mostra aumento de 13,4% no comércio pela internet no Brasil, em relação ao mesmo período do ano passado, e de 24% na receita.

Apesar dos números positivos, acelerados pelas condições impostas pela pandemia, o crescimento das compras pela internet ainda é

tímido em relação ao potencial a ser explorado, segundo Rodrigo Schemann, diretor de vendas da fintech global Unlimint no Brasil. “Estamos falando de R\$ 1,5 trilhão movimentados em crédito e débito no país. Se retirarmos as companhias aéreas, o volume de e-commerce fica entre R\$ 150 e R\$ 200 bilhões. Ou seja, temos um oceano para navegar porque o e-commerce ainda é muito embrionário no país”.

Mesmo com a redução dos casos da COVID-19 devido à vacinação em massa, espera-se que o cres-

cimento do comércio eletrônico continue. Segundo a ACI WorldWide, o crescimento das transações instantâneas no país, nos próximos cinco anos, deve aumentar em torno de 25% ao ano. “Esse foi um dos motivos que levou a Unlimint a abrir um escritório no Brasil. Há um grande potencial de crescimento e oportunidades”, diz. Entre as maiores dificuldades, está a falta de confiança dos clientes para as compras online.

Com a expansão dos meios de pagamento e mais segurança nas

transações, o mercado tende a conquistar adeptos fiéis. Para minimizar os riscos e aumentar a segurança do comércio online, Schemann chama a atenção para a introdução do 3DS 2.0, protocolo de autenticação multifatorial usado para confirmar a identidade digital durante o checkout. Este protocolo já é usado ativamente na Europa e na Ásia, e a Unlimint espera introduzi-lo na América Latina em breve.

“É um mecanismo de autenticação durante uma compra online

que elimina a possibilidade de fraude por meio de uma confirmação adicional com o titular do cartão no momento da compra. Ao mesmo tempo, torna o processo de autenticação rápido, com maior precisão de autenticação. De acordo com estudo de caso da Visa, graças ao 3DS 2.0, os portadores de cartão experimentam 40% menos fraude, e os comerciantes podem esperar até 66% menos taxas de abandono do carrinho”, finaliza Schemann. Fonte e mais informações: (www.unlimint.com).