

## OPINIÃO

## O incrível poder da tecnologia nos negócios

Fernando Senna (\*)

Que a tecnologia tem mudado a forma de se trabalhar e de fazer negócio já não é mais novidade.

É praticamente impossível pensar em empreender sem utilizar as facilidades que surgiram em decorrência das ferramentas que tem transformado e facilitado o dia a dia das pessoas. Com isso, vejo a tecnologia como um grande fator impulsionador do empreendedorismo.

Mas, empreender vai além de saber utilizar a tecnologia, é preciso direcioná-la de forma assertiva, assim como o seu capital intelectual, para criar soluções capazes de resolver os problemas dos seus clientes. Portanto, a soma do empreendedorismo e da tecnologia podem gerar resultados capazes de fazer com que sua empresa se destaque em seu meio de atuação.

Além dessa ferramenta ter modificado o comportamento humano, ela tornou o acesso rápido e fácil ao conhecimento, de forma a simplificar a troca de informação e a quebrar as barreiras da comunicação, além de ter diminuído os custos operacionais e, consequentemente, aumentando os ganhos na produtividade das empresas.

Já com a escalabilidade, diferentemente de negócios tradicionais e físicos, ela faz com que haja um crescimento na receita de forma desproporcional, agregando valor ao seu negócio e atendendo as demandas dos clientes, sem precisar aumentar expressivamente os custos.

E se no passado você precisava de milhões para colocar um negócio de pé, isso mudou. Hoje, muitas pessoas conseguem começar um negócio com pouco dinheiro, ou, literalmente, com nada, e faturar milhões. Está mais simples empreender. Não estou dizendo que é fácil, claro que não, até porque seus concorrentes também vão usar a tecnologia. Mas, comparando com alguns anos atrás, é transformador.

Já as redes sociais têm um poder absurdo como canal de distribuição e engajamento e não demandam grandes investimentos para começar, descentralizando o "poder" de influência. É

o caso dos influenciadores e criadores de conteúdo, que têm ganhado notoriedade e muito dinheiro através de redes sociais como: YouTube, Instagram, TikTok, entre outros canais.

Com poucos cliques e baixo nível de complexidade, é possível criar posts, vídeos, interagir com milhares e/ou milhões de pessoas. E o melhor, essas ferramentas tornam esse mercado acessível, possibilitando a entrada de qualquer pessoa, quebrando muitas barreiras, uma vez que o principal diferencial está em você e na conexão que você cria com a comunidade.

Hoje o Brasil tem um cenário mais propício para empreendedores, criadores de conteúdo e startups, em decorrência desses avanços tecnológicos. De acordo com os dados da Associação Brasileira das Empresas de Software, a expectativa é que o setor de TI cresça 14% este ano no Brasil, com potencial para representar entre 2,5% e 3% dos investimentos globais em tecnologia da informação.

Além disso, o país é o 2º maior utilizador de internet no mundo, com cada brasileiro conectado por mais de 10 horas por dia, e o 2º em termos de redes sociais, com quase 4 horas, de acordo com o levantamento da Sortlist. Desta forma, é inegável falar que o brasileiro é muito bem familiarizado com tecnologias no seu dia a dia. É possível dizer que quem está apenas no físico está perdendo oportunidades.

Isso porque o empreendedor conectado, expande o seu negócio, otimiza recursos financeiros e torna a relação com o consumidor cada vez mais próxima, essa é a visão do futuro, uma vez que a empresa está no celular da pessoa que acessa e o olha várias vezes ao dia. É importante ser omnichannel, ou seja, marcar presença em vários canais, online e offline.

Negligenciar o online pode ser um "tiro no pé". Portanto, o sucesso de uma empresa depende de vários fatores, e estar presente nas redes sociais pode aumentar sua participação no mercado e tornar a sua empresa mais competitiva em um todo.

(\*) - É cofundador da Start Empreendedor, edtech criada com o propósito de apoiar em todas as etapas da jornada de uma startup (<https://startempreendedor.com/>).

## O custo das baterias de carros elétricos merece atenção

Em tempos que os veículos elétricos parecem ser uma tendência irreversível, é oportuno discutir um ponto que deve ser objeto de atenção daqueles que possuem ou pretendem adquirir um veículo desse tipo.

André W. Breternitz (\*) Vivaldo J. Breternitz (\*\*)

Esse ponto é o custo de substituição da bateria, que todos sabem é bastante elevado; no final de 2021, um finlandês, proprietário de um Tesla Model S, usou 30 quilos de dinamite para explodir o próprio carro, após descobrir que precisaria desembolsar 20 mil euros (aproximadamente R\$ 110 mil) para trocar as baterias do veículo – a notícia correu o mundo.

Para discutir o assunto, vamos tomar como exemplo um dos carros elétricos mais populares, o Volkswagen e-Golf, que já não está mais em produção. Sabemos que com o uso continuado de qualquer bateria, suas células passam por um processo de degradação e precisam ser substituídas; no caso do e-Golf modelo 2017 ou 2018, essa troca custa cerca de US\$ 24 mil, algo como R\$ 110 mil.

A garantia desses veículos cobre a substituição da bateria, por um período de até oito anos, mas uma substituição completa não é a única solução: recondicionar a bateria ou substituir apenas suas células defeituosas pode ser bem mais barato. Além disso, especialistas recomendam alguns cuidados, como



não deixar a bateria descarregar completamente e usar carregadores rápidos apenas quando não houver alternativa.

Mas há boas notícias acerca dos elétricos: suas baterias, em média, durarão mais que os veículos que alimentam – é algo que acontece com os motores dos carros convencionais: sua durabilidade aumentou a ponto de hoje existirem pouquíssimas empresas de retífica de motores; no passado, a expectativa de durabilidade de um motor de Fusca era próxima dos cem mil quilômetros.

Além disso, os preços das baterias vêm caindo, o que tornará menores os custos de substituição e de venda de carros novos.

De qualquer forma, ainda não se deve comprar um carro elétrico por impulso – refletir é necessário.

(\*) André W. Breternitz, Especialista em Gestão de Seguros e Previdência pelo Mackenzie, é funcionário do Banco do Brasil.

(\*\*) Vivaldo J. Breternitz, Doutor em Ciências pela USP, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas.

## Aprenda a produzir conteúdo sem precisar criar conteúdo

Uma das perguntas que eu mais respondo nas aulas e palestras é: "Guilherme, eu não sou criativo. Como produzir conteúdo?"

Minha resposta é padrão:

— você não é Machado de Assis. Você não precisa ser criativo, ter um português incrível e nem mesmo "parar para pensar e produzir conteúdo".

Falta de criatividade, falta de tempo e vergonha não podem ser desculpas para você não aparecer nas redes. E eu vou te explicar como superar essas limitações. Afinal, Marketing de Conteúdo é importantíssimo para alavancar as vendas e não pode ser delegado 100% para sua agência!

Naturalmente algumas pessoas tem mais aptidão na produção de conteúdo. Quem passou pela academia de jornalismo, relações públicas, direito ou marketing, em tese, tem mais facilidade do que dentistas e veterinários.

**Mas as dicas que eu vou dar agora mudam tudo.**

**1) Feito é melhor que perfeito:** não espere ter o melhor cenário, a melhor iluminação, a melhor câmera, o melhor microfone. Isso não pode te atrasar. As pessoas gostam de ver vida real nas redes sociais.

**2) "Eu tenho vergonha de aparecer":** você não precisa mostrar o rosto. Filmar em primeira pessoa ou usar conteúdo em texto funciona muito bem. Aos poucos você vai perdendo o medo de aparecer.

**3) Defina o material Pilar:** o Brasil é o país onde se consome conteúdo no



maior número de plataformas. Ou seja, o consumidor está em "todo lugar". Ter conteúdos exclusivos para cada plataforma é praticamente impossível —, se você não tiver uma equipe grande e profissional.

A sacada aqui é definir o formato que você mais se identifica. A minha dica é vídeos longos no YouTube. Seja uma aula, um evento... 10 minutos ou mais já é conteúdo suficiente.

Deste conteúdo derivam-se cortes para os outros canais: stories, reels, cards estáticos...

Um exemplo é o podcast que estou lançando. Ele será meu conteúdo pilar. Em poucos dias conto pra vocês como vai funcionar.

**4) A mais importante de todas: produza sem produzir.**

Falta de ideias, falta de criatividade... esqueça tudo isso.

A sacada máxima é: documento, não crie. Como assim?

Documentar o que você faz é muito mais importante, é mais fácil, do que produzir conteúdo do zero. Veja alguns exemplos:

**Dentista:**

• contar a história de um dente compro-

metido por falta de uso de fio dental;

• dicas de enxaguante bucal de acordo com cada tipo de dente;

• quando você identificar em casa a dor de sensibilidade ou de uma coisa mais grave;

Fale, com uma linguagem simples, o que você mais sabe, o que você aprendeu e praticou a vida inteira.

Você não pode ter medo de falar o óbvio. Em uma palestra para Advogados na OAB semana passada, falei muito isso: advogado produz conteúdo para outros advogados. Marketeiro faz conteúdo para marketeiro.

Um quer mostrar ser melhor que o outro é adivinhe...o cliente fica em segundo plano.

O óbvio para você não é óbvio pra mim. Produzia conteúdo para quem vai comprar de você! E quem vai comprar não é técnico.

Siga Guilherme Dias no Instagram @guilherme.diasg.

## Plataforma de câmbio e transferência internacional

Os usuários do PicPay agora vão poder comprar moedas estrangeiras, além de enviar e receber dinheiro de contas no exterior. Os novos serviços são oferecidos em parceria com a Câmbio Online, empresa que faz parte da Frente Corretora de Câmbio. A nova funcionalidade está sendo disponibilizada gradualmente

para todos os usuários que têm cadastro completo no app e estará visível na aba Carteira, na opção "câmbio". Os usuários poderão adquirir papel moeda de mais de 20 países com entrega por delivery ou saque em caixas ATM para dólar americano e euro, e pagar com o saldo em carteira, no cartão à vista ou parcelado.

## News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

## Accountfy tem vagas abertas de negócios para a América Latina e em tecnologia

@O Accountfy, plataforma SaaS que facilita as atividades da gestão financeira, está com 11 oportunidades de emprego abertas para as áreas de tecnologia e negócios. Todas permitem o trabalho remoto de qualquer lugar do Brasil, incluindo as duas vagas para operações da América Latina: BDR (Business Development Representative) Brasil/Latam e Account Executive Brasil/Latam. Os outros cargos são: desenvolvedor Back End Java e Front End Angular, Engenheiro DevOps, Gerente de Desenvolvimento de Sistemas, Coordenador de Implantação de Sistemas (Onboarding), consultor de Implantação de Sistemas (Onboarding e de FP&A) e analista de Projetos e Designer UI / UX (<https://jobs.recruitei.com.br/accountfy>).

## Razer adquire Interhaptics

@A Razer, marca líder mundial em estilo de vida para gamers, acaba de anunciar a aquisição de 100% das ações da Go Touch VR SAS, também conhecida como Interhaptics, a plataforma líder em desenvolvimento háptico para estúdios de jogos. Fundada em 2017, a Interhaptics tem como missão fornecer soluções táteis consistentes, realistas e imersivas para desenvolvedores de PC, consoles, dispositivos móveis e XR (extended reality). O acordo propiciará a esses desenvolvedores acesso facilitado a ferramentas essenciais para garantir qualidade, agilidade e implantação multiplataforma aos seus projetos. Após a aquisição pela Razer, o fundador e CEO da Interhaptics, Eric Vezzoli, se juntará à Razer como diretor associado de Experiências Hápticas. A Interhaptics continuará sendo uma empresa independente, mas estará intimamente integrada ao ecossistema da Razer (<https://www.razer.com/>).

Empresas &amp; Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Publisher: Lilian Mancuso (lilian@netjen.com.br)

**Editorias**  
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br);  
Comercial: Tatiana Sapateiro – tatiana@netjen.com.br  
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza.  
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

**Jornal Empresas & Negócios Ltda**  
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080 – Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br) – Site: (www.netjen.com.br).  
CNPJ: 05.687.343/0001-90 – JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) – Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

RIO DE JANEIRO: J.C. REPRESENTAÇÕES E PUBLICIDADES EIRELI Av. Rio Branco, 173 / 602 e 603 – Centro – Rio de Janeiro - CEP 20040-007 Tel. (21) 2262-7469 – CNPJ 30.868.129/0001-87