

OPINIÃO

2025 será o ano da consolidação do 5G no Brasil

Thiago Priess Valiati (*)

Estamos chegando ao fim de 2024, ano em que o 5G completou dois anos no Brasil.

Hoje, o 5G está presente em quase 600 municípios, sendo que a infraestrutura necessária já se estendeu a mais de 800 cidades, contemplando mais de 60% da população. As projeções do governo federal são de que o 5G deve adicionar aproximadamente 0,5% ao PIB do país ao ano, considerando o aumento de produtividade e as novas oportunidades de negócio em setores variados como indústria, saúde, educação, agricultura e logística. A partir de 2025, assistiremos uma aceleração dos benefícios gerados pelo 5G, que após o período de implantação, vai se consolidar no país.

Em média, a velocidade do 5G no país está em torno de 450 Mbps, o que coloca o Brasil em destaque em rankings sobre a eficiência das conexões. Mais do que a infraestrutura existente, a consistência do serviço dados entre si a todo o momento. Isso requer uma velocidade de conexão elevada e ininterrupta para garantir que as informações sejam atualizadas em tempo real. É isso que setores como indústria, agronegócio, logística e outros segmentos esperam obter do 5G. Mais do que o aumento por si do volume de acessos de máquinas, é preciso garantir a sua qualidade.

A necessidade de constância se deve, sobretudo, à troca de informações entre máquinas, por meio da Internet das Coisas (IoT). Estamos falando de equipamentos enviando dados entre si a todo o momento. Isso requer uma velocidade de conexão elevada e ininterrupta para garantir que as informações sejam atualizadas em tempo real. É isso que setores como indústria, agronegócio, logística e outros segmentos esperam obter do 5G. Mais do que o aumento por si do volume de acessos de máquinas, é preciso garantir a sua qualidade.

O combo de alta velocidade e baixa latência visa oferecer uma velocidade muito elevada, que seria equivalente às de conexões físicas. É a partir da implementação progressiva do 5G no país que muitas tecnologias que são faladas atualmente podem se consolidar, como a Inteligência Artificial, além da Internet das Coisas, que permitem mais automação, eficiência e avaliação de grandes volumes de dados para empresas de diversos segmentos econômicos.

A necessidade de investimento em infraestrutura

O investimento em infraestrutura por parte das operadoras de telefonia móvel será determinante para garantir que a expansão do 5G cumpra os seus cronogramas e atinja os resultados esperados tanto pelas empresas quanto pelas pessoas físicas. Nesse contexto, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) segue uma agenda para os próximos anos:

- Até julho de 2025, o foco está no atendimento dos municípios com população igual ou superior a 500 mil habitantes. Espera-se uma antena a cada 10 mil habitantes;
• Até julho de 2026, o objetivo se volta às cidades com mais de 200 mil habitantes: uma antena para cada 15 mil pessoas;
• Até julho de 2027, o atendimento será destinado a municípios com mais de 100 mil habitantes, seguindo a proporção de uma antena a cada 15 mil pessoas;
• Até julho de 2029, 100% da população localizada em cidades com mais de 30 mil habitantes, mantendo o padrão de uma antena a cada 15 mil pessoas.

Nesse contexto, o 5G, de forma gradativa, deve se estender para as cidades de maior para o menor porte – além, é claro, de regiões mais afastadas, caso de propriedades rurais. Para sentir este benefício, os smartphones e outros dispositivos conectados também devem contar com uma tecnologia condizente. Quanto mais desenvolvida a infraestrutura de um país, como um serviço de 5G de alta velocidade e qualidade, mais desenvolvimento socioeconômico isso gera para o Brasil. Um financiamento mais elevado em infraestrutura é capaz de proporcionar, por exemplo, crescimento no número de empregos e significar uma melhoria na qualidade de vida dos cidadãos.

Além disso, o investimento na infraestrutura, como o serviço de telecomunicações, gera um ciclo virtuoso, pois um baixo estoque de infra consiste em um impeditivo para o próprio crescimento do ambiente negócios. Quanto mais desenvolvida a infraestrutura, mais capital será investido. Assim, a importância da implantação do 5G é indiscutível para a economia brasileira.

(*) Advogado e sócio do escritório Razuk Barreto Valiati.

Os hábitos dos brasileiros nas compras pelo celular: nova pesquisa

Veio a público a edição 2024 da pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box sobre comércio e pagamentos móveis no Brasil.

Vivaldo José Breternitz (*)

Já se sabia que fazer compras através de apps ou sites acessados por celular, o chamado m-commerce, era comum para os brasileiros, independentemente da idade ou da classe social, mas a pesquisa mostra o aumento expressivo desse tipo de comércio.

Dentre os que já experimentaram o m-commerce, 91% realizaram compras pelo smartphone nos últimos 30 dias, um aumento de 3 pontos percentuais em relação a um ano atrás. A recorrência de uso desse canal está aumentando: em um ano, passou de 6% para 8% os que compram por apps e sites móveis quase todo dia, e de 15% para 20% os que fazem isso algumas vezes por semana.

Livros, cosméticos e acessórios de moda estão entre as categorias de produtos que o brasileiro prefere comprar pelo smartphone, em vez de ir a uma loja física ou usar o computador. No caso de roupas e calçados há praticamente um empate técnico entre celular e loja física.

Curiosamente, a compra em uma loja física é preferida pelo brasileiro quando se trata de itens recorrentes, como alimentos, produtos de limpeza, itens de higiene pessoal, remédios e ração para pets.

Das categorias listadas na pesquisa, em nenhuma delas o computador é o meio preferido para compras, o que reflete a relativamente baixa presença desse equipamento nas residências do país.

O preço é o melhor atributo na experiência de compra em apps e sites móveis, como dizem 35% dos consumidores móveis brasileiros. Isso decorre, provavelmente, das inúmeras promoções e descontos oferecidos em apps de marketplaces.



sef.ozel.CANVA

Porém, recortes por classe social e idade revelam realidades diferentes. Entre pessoas das classes A e B, por exemplo, a característica mais importante na experiência do m-commerce é a conveniência, dizem 29% delas, ante apenas 13% dos brasileiros das classes D e E.

A conveniência também é mais apreciada entre as pessoas mais velhas: 19% dos brasileiros com 50 anos ou mais indicam essa característica como a que mais gostam na experiência do m-commerce, ante 12% dos jovens entre 16 e 29 anos.

Quanto ao preço, 37% dos entrevistados que pertencem às classes C, D e E o indicam como aquilo que mais gostam nas compras em apps e sites móveis, contra 28% dos consumidores das classes A e B.

Por sua vez, o custo do frete é o maior vilão do comércio móvel brasileiro. Ele é apontado por 41% dos consumidores móveis nacionais como aquilo que menos gostam na experiência de compra em apps e sites móveis. É o campeão em todos os recortes sociodemográficos, seja

por gênero, faixa etária ou classe social. Quem mais se incomoda com a demora na entrega do m-commerce são os jovens de 16 a 29 anos: 23% deles reclamam que isso é o que menos gostam quando compram por apps ou sites móveis. O percentual cai para 15% na faixa entre 30 e 49 anos, e diminui para 11% no grupo com 50 anos ou mais.

Os consumidores com maior poder aquisitivo (classes A e B) são os que mais se incomodam com a impossibilidade de tocar ou testar produtos no m-commerce: 33% deles dizem que isso é o que menos gostam na experiência de compra por apps ou sites, atrás apenas do custo do frete (38%). Entre consumidores da classe C, 26% reclamam de não poder tocar ou testar, e o percentual cai para 18% nas classes D e E.

A Shopee e o Mercado Livre continuam sendo os apps favoritos dos brasileiros para compras via smartphone. Ambos cresceram na preferência do consumidor nacional ao longo do último ano: a Shopee passou de 21% para 25%, e o Mercado Livre, de 16% para 19%. Mas o maior crescimento foi da Amazon, que passou de 12% para 17%, e agora está na terceira posição. WhatsApp e Americanas, que figuravam no ranking de 2023, não alcançaram o mínimo de 3% de citações nesta edição da pesquisa para serem incluídos.

Foram entrevistados 2.259 brasileiros com 16 anos ou mais, que acessam a Internet e possuem smartphone, entre os dias 8 e 27 de novembro. A margem de erro é de 2,1 pontos percentuais.

O mundo do comércio realmente mudou muito nos últimos tempos.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnzit@gmail.com.

Os benefícios do intercâmbio além do aprendizado acadêmico

Não é novidade que as empresas estão cada vez mais exigentes quanto às habilidades dos seus colaboradores. Embora o conhecimento técnico seja fundamental, as chamadas soft skills, ou habilidades interpessoais, estão se tornando um diferencial no mercado de trabalho. Essas competências, que incluem comunicação, empatia, liderança, capacidade de trabalhar em equipe e resolução de conflitos, são frequentemente apontadas como escassas entre os profissionais. Outro aspecto que merece destaque é o domínio de uma segunda língua. Ser fluente em inglês pode abrir portas visando uma carreira internacional, além de facilitar a comunicação com colegas de diferentes países e permitir o acesso a conteúdos especializados, como artigos, cursos e webinars, que muitas vezes estão disponíveis somente em uma linguagem universal. A fluência também contribui para o desenvolvimento de uma rede de contatos global, essencial em muitas indústrias, especialmente em setores como tecnologia, comércio exterior e finanças.



que o intercâmbio é capaz de melhorar a baixa capacidade de soft skills, habilidades comportamentais e socioemocionais fundamentais para a diferenciação no mercado de trabalho e nas relações interpessoais.

No Brasil, apenas 5% das pessoas falam inglês. Desse número, só 1% são fluentes, de acordo com pesquisa do British Council e do Instituto de Pesquisa Data Popular. No mesmo estudo também foi levantado que 91% dos entrevistados consideram o idioma como a principal língua dos negócios. No entanto, pesquisas mostram que 50% da alta liderança brasileira não domina o idioma.

Para solucionar o problema, algumas empresas com a EF Intercâmbios com mais de 60 anos de experiência são especializadas no ensino de uma nova língua, além de contribuir para o desenvolvimento de habilidades acadêmicas, culturais e emocionais que podem transformar a vida dos alunos. O aprendizado costuma ir além do conteúdo acadêmico, já

Ainda de acordo com uma pesquisa da Fundação Wadhvani, realizada com mais de 200 empresas de diferentes países, em outubro deste ano, as soft skills têm um peso de 45% no processo de contratação, enquanto as habilidades técnicas correspondem a 55%. No Brasil, a comunicação é vista por 84% dos empregadores como a competência mais importante em um candidato, seguida por resiliência (44%), trabalho em equipe (40%), qualidade no atendimento ao cliente (32%) e liderança e responsabilidade (24%).

O depoimento do aluno Victor Michels evidencia tudo o que foi dito até aqui. Ele chegou perto de conquistar uma vaga em um projeto especial internacional, mas os planos foram abortados, porque ele não preenchia o quesito fundamental: o co-

nhecimento do inglês. A partir desse momento, o jovem começou a guardar uma reserva financeira dedicada ao sonho de estudar e conseguiu. "Com disciplina você consegue qualquer coisa; se você for dedicado, você consegue. Quando uma pessoa se disciplina, ela consegue executar. É uma questão de foco", explica.

O jovem optou em viajar com a EF para a Nova Zelândia, na Oceania. A imersão na língua foi intensa. Ele se hospedou na casa de moradores locais, e as aulas na escola de idiomas eram de segunda a sexta-feira. A prática do idioma continuava na interação com os amigos de várias partes do mundo. Entre eles, alemães e sul-coreanos.

Ao retornar ao Brasil, o desejo de Vitor era voltar aos estudos. As notas no Enem ajudaram a garantir bolsa de 50% no curso de administração em uma universidade particular. Apesar do desconto, o valor pesava no orçamento da família. O adolescente se inscreveu, então, em processos de seleção de estágio. A familiaridade com o inglês foi fator decisivo para o bom desempenho nos testes seletivos. E no primeiro período de faculdade, ele foi selecionado.

O estágio virou trabalho. Vitor foi contratado pela empresa. O jovem não parou mais de evoluir na fluência do inglês e na carreira profissional. O menino barrado nas viagens internacionais da escola por causa da dificuldade com o inglês se transformou em gerente comercial regional de uma marca francesa famosa de cosméticos, E, hoje, aos 33 anos, viaja pelo mundo administrando os negócios da multinacional em aeroportos e por conta dos compromissos com a empresa. "O que sempre foi um sonho se transformou em uma carreira", finaliza Vitor.

ricardosouza@netjen.com.br

News @TI

Skeelo se consolida como um dos maiores players do mercado

@Segundo o primeiro "Mapa da Indústria de Áudio em Língua Portuguesa", da Dosdoce.com, o Brasil é o responsável por mais de 95% das vendas de audiobooks nos países de língua portuguesa. Esse número se deve, principalmente, à diversificação das fontes de receitas da indústria de áudio por meio de parcerias estratégicas e novos modelos de negócio, como o B2B2C. Dentro desse âmbito, o

Skeelo, plataforma e comunidade de leitura, vem se destacando ao registrar, só em 2024, 78 milhões de minutos consumidos no formato em seu aplicativo apenas em 2024 (https://skeelo.com/pt/).

Advogado brasileiro se aproxima dos 420 mil inscritos em nicho pouco explorado no YouTube

@Alcançar 420 mil inscritos no YouTube é um feito impressionante para qualquer criador de conteúdo. Para Daniel Toledo, advogado

especializado em Direito Internacional e imigração, essa marca é ainda mais significativa por se tratar de um nicho pouco explorado. Com mais de 34 milhões de visualizações e 2 milhões de horas assistidas, o canal se tornou uma referência ao transformar temas complexos, como imigração e vistos, em informações acessíveis e úteis. Com 1.700 vídeos publicados, o canal cresceu de forma consistente ao longo dos anos. Toledo conseguiu captar uma audiência fiel ao trazer clareza para processos que costumam gerar dúvidas e incertezas (https://www.youtube.com/danieltoledoassociados).

Footer containing contact information for José Hamilton Mancuso (1936/2017) and Laurinda Machado Lobato (1941-2021), including editorial board details, journal information (Jornal Empresas & Negócios Ltda), and publication data (ISSN 2595-8410, JUCESP, Nire 35218211731).