

+ Programa de Afiliados Locaweb :: A chegada do IPv6 :: A força do Coding Dojo :: E muito mais...

LOCWEB

www.locaweb.com.br

A Internet em Revista

design //

Novo padrão
CSS3 mudará
a forma como
se desenvolve
para a internet.
**Saiba como
se preparar**

mercado //

Leilão
virtual

Serviço polêmico
não para de atrair
usuários no Brasil.
Mas será que
a ferramenta
atua dentro da
legalidade?

negócios //

Rede
corporativa

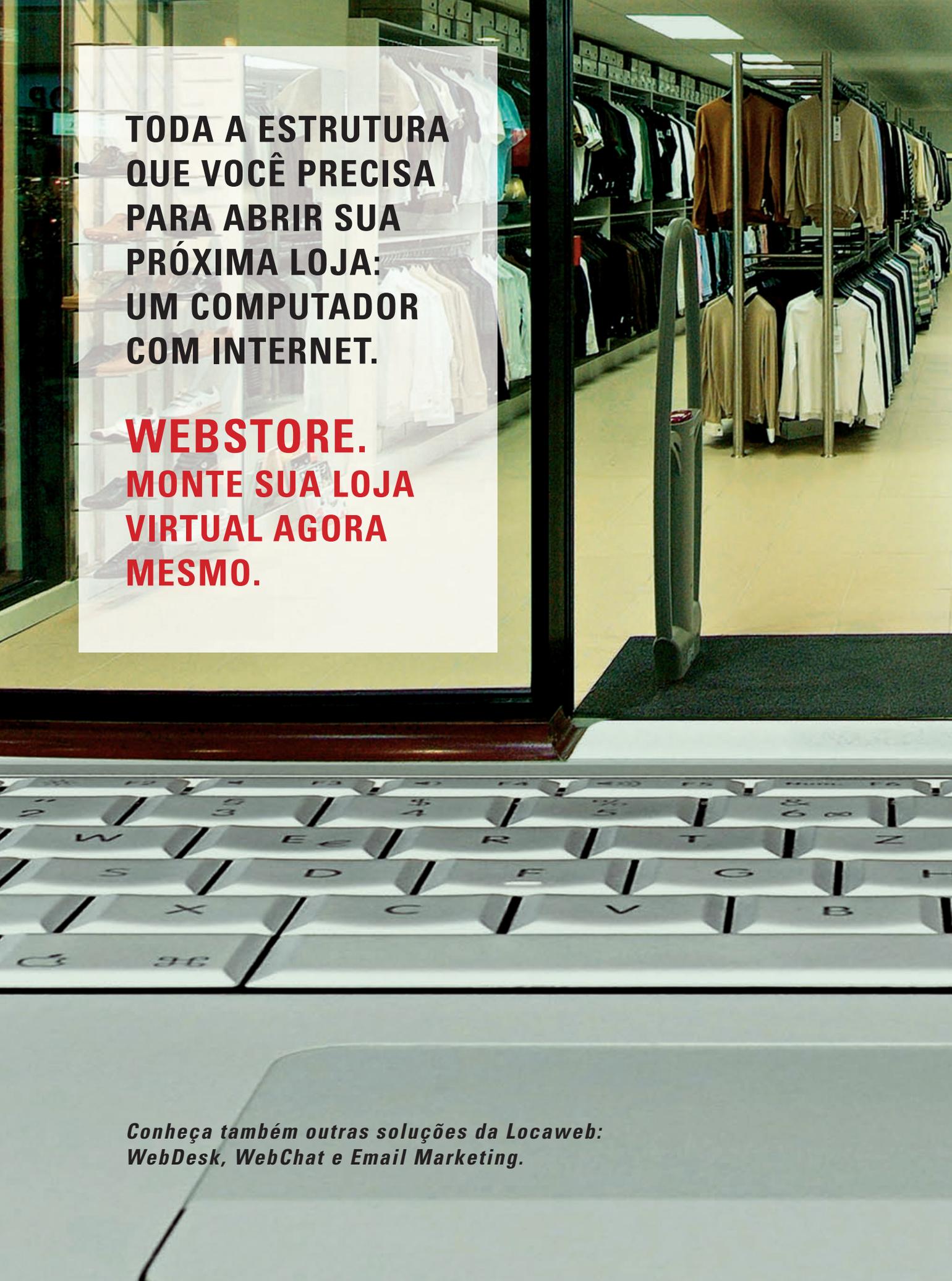
Com soluções
inteligentes
e criativas,
empresas
descobrem
novos caminhos
para explorar
as mídias sociais

Dê um start no empreendedorismo

Cada vez mais pessoas realizam o sonho de deixar de ser funcionário para montar um negócio próprio. Com histórias motivadoras, 10 startups brasileiras mostram como chegar lá



• Ano 3
• R\$ 9,90
• Edição 27



**TODA A ESTRUTURA
QUE VOCÊ PRECISA
PARA ABRIR SUA
PRÓXIMA LOJA:
UM COMPUTADOR
COM INTERNET.**

**WEBSTORE.
MONTE SUA LOJA
VIRTUAL AGORA
MESMO.**

*Conheça também outras soluções da Locaweb:
WebDesk, WebChat e Email Marketing.*

Facilidade

A WebStore é o jeito mais rápido e seguro de abrir sua loja virtual. Em poucos passos, você começa a vender na Internet ou monta sua filial online.

Praticidade

Do cadastro de produtos ao histórico dos pedidos, gerencie tudo por uma interface simples e eficiente, de onde estiver.

Visibilidade

Com um sistema inteligente de palavras-chave, seus produtos aparecem nos sites de busca.

Confiabilidade

Parcele as compras para seus clientes e ofereça as principais bandeiras de cartão de crédito, com a segurança e a credibilidade do PayPal e do Pagamento Digital.

**Ganhe R\$ 80,00 de bônus
para escolher o seu plano
da WebStore!***

**Monte a sua loja e prepare-se
para aumentar suas vendas no
Dia das Mães.**

Acesse Locaweb.com.br/WebStore
e utilize o código promocional:
MAES2540F8

*Válido para as 1000 primeiras contratações
de WebStore pelo site, até 15/06/2011.

LOCAWEB

Locaweb.com.br/WebStore

Sonho possível

Virar um novo Bill Gates, Steve Jobs ou Mark Zuckerberg é algo pretensioso demais, mas dar o primeiro passo para chegar lá é uma tarefa mais plausível do que muitas pessoas pensam. Prova disso é que, com a economia aquecida adicionada à brilhante capacidade de criação dos brasileiros, o País tem se posicionado como um player de respeito no setor das startups.



No cenário da tecnologia, os cases de sucesso se multiplicam. A repórter Andreza Emília foi atrás de alguns deles com o objetivo de descobrir a fórmula que levou dez empresas jovens e embrionárias a vencerem. Dedicção, responsabilidade e perseverança fazem parte da receita básica de crescimento, cujo panorama completo você confere na reportagem de capa desta edição.

Ainda no mundo dos negócios, a jornalista Fernanda Calgaro deixou de lado as iniciativas já conhecidas de exploração do marketing nas mídias sociais para ir além. Surpreendentemente, encontrou fórmulas inovadoras e criativas, desenvolvidas por uma série de empresas dentro e fora do Brasil para aproveitar o poder das redes não só para estreitar relações com clientes, mas também fortalecer o ambiente interno.

De olho nas novas tecnologias difundidas no mercado, a **Locaweb em Revista** traz também reportagens detalhadas sobre IPv6, CSS3 e Coding Dojo. Além disso, mostra o que juristas e empreendedores pensam do polêmico serviço de leilão virtual, que a cada dia conquista mais adeptos no País, levantando dúvidas importantes a respeito de sua legalidade.

Boa leitura!

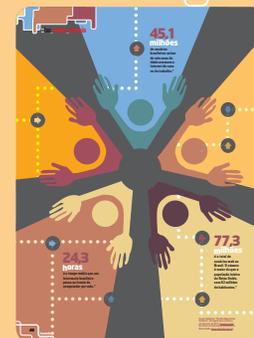
Claudio Gora

editor@locawebemrevista.com.br

Nesta edição...



::Leilão virtual 42



::Rede de negócios 46



::Empreendedorismo 26

::Entrevista: Luiz Alberto Piovesana.....	6
::Inbox	8
::Notícias	10
::Portfólio	16
::Espaço ABRADI.....	18
::Opinião: Marcelo Tripoli	20
::Opinião: René de Paula	22
::Afiliados Locaweb	24
::Empreendedorismo	26
::Leilão virtual.....	42
::Rede de negócios	46
::IPv6.....	54
::CSS3	56
::Coding Dojo	60
::Estatísticas Locaweb	64
::Parceiros Locaweb	66



Locaweb em Revista Edição 27

VP Comercial e Marketing:
Claudio Gora
Coordenação de Comunicação:
Daniela Veronese
Coordenação Editorial:
Daniela Pereira

Editora Europa
Editor e Diretor Responsável:
Aydano Roriz

Diretor Executivo: |
Luiz Siqueira
Diretor Editorial e Jornalista
Responsável:
Roberto Araújo - MTb.10.766 -
araujo@europenet.com.br

Editores:

Paulo Basso Jr. e Sérgio Vinícius
Revisão: Marianna Russo
Editor de Arte (projeto gráfico):
Alexandre Dias (Nani)
Colaboração: Andreza Emília Marino,
Felipe Magalhães, Fernanda Calgaro,
Gabriel Dudziak e Yan Borowski

Publicidade São Paulo:
publicidade@europenet.com.br

Diretor de Publicidade:
Maurício Dias (11) 3038-5093

Executivos de Negócios:
Alessandro Donadio (coordenador),
Ângela Taddeo, Claudia Alves,
Elisângela Xavier, Renato Peron,

Rodrigo Sacomani e
Tatiane Saragossa
Criação Publicitária: João Paulo
Gomes (11) 3038-5103
Tráfego:
Renato Peron (11) 3038-5097

Circulação e Promoção
Gerente: Ézio S. Vicente
Desenvolvimento de Pessoal:
Tânia Marília Ribeiro Roriz e
Elisângela Tokashiki

Locaweb em Revista é uma
publicação da Editora Europa Ltda. e
do departamento de comunicação e
marketing da Locaweb Serviços de

Internet. A Editora Europa não se
responsabiliza pelo conteúdo dos
anúncios de terceiros.

Distribuidor Exclusivo
para o Brasil:
Fernando Chignalia Distribuidora S. A.
- Rua Teodoro da Silva, 907 - CEP
20563-900 - Grajaú - RJ

Impressão:
Prol Editora Gráfica



Somos Filiais à ANER
Associação Nacional dos
Editores de Revistas



EDITORA
Aydano Roriz
Luiz Siqueira
Rodolfo Carrara
Tânia Roriz

Windows®. A vida sem limites.
A Dell recomenda o Windows 7.



The power to do more



Apresentamos a combinação ideal entre design e desempenho em um notebook desenvolvido para impulsionar seus negócios com perfeição.

Com espessura ultrafina de 1,7cm, 1,6kg* de elegância, 2 opções de cores e tela antirreflexo de 13" para uma experiência visual mais atraente.

Combinado com o estilo, a velocidade e a confiabilidade do Windows® 7 Professional, sua empresa alcançará ainda mais resultados.

Disponível com os processadores Intel® Core™ i3 e Intel® Core™ i5. A família de processadores Intel® Core™ oferece os processadores mais inteligentes e rápidos do mercado, que se ajustam às necessidades da sua empresa.

Simplemente impressionante, a partir de R\$1.699.

Conheça todas as vantagens do Vostro™ V130 em dell.com.br/v130

VOSTRO V130

Ligue **0800-970-2039**

De segunda a sexta, das 8h às 19h

Ou acesse dell.com.br/empresa

Código do anúncio: RLOB

Processador
Intel® Core™ i5
Desempenho inteligente
que adapta a velocidade
à sua necessidade.

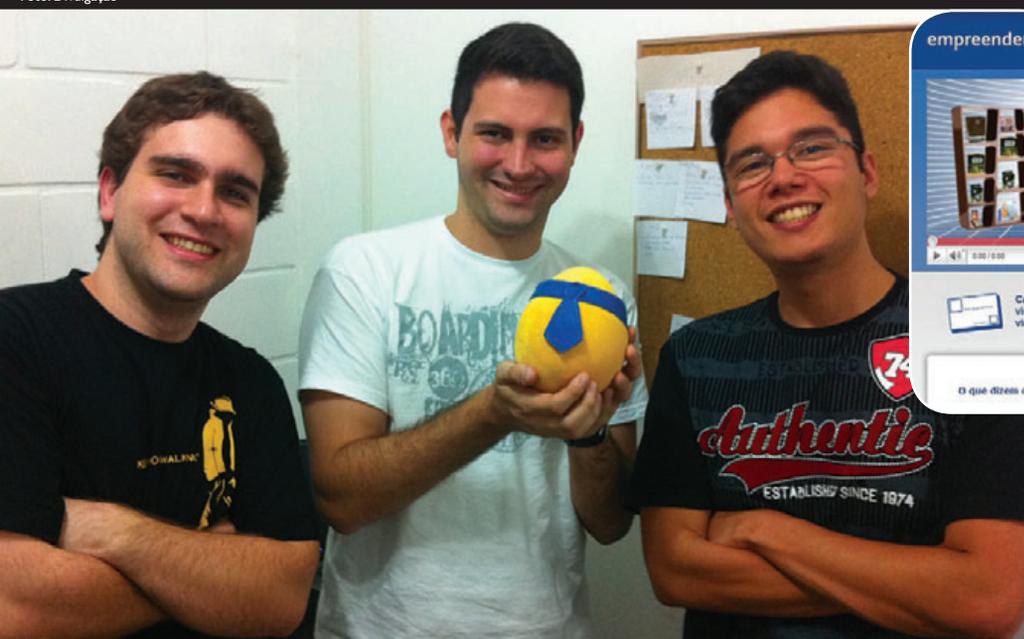


**Mais rápido
e inteligente**

Celeron, Celeron Inside, Centrino, Centrino Logo, Core Inside, Intel, Intel Logo, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside Logo, Intel Viiv, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, Xeon e Xeon Inside são marcas registradas da Intel Corporation nos Estados Unidos e em outros países. Microsoft e Windows são marcas registradas da Microsoft Corporation nos EUA. Empresa beneficiada pela Lei de Informática. Foto meramente ilustrativa. *O peso do produto pode variar de acordo com a configuração. © 2011 Dell Inc. Todos os direitos reservados.

O negócio é fazer negócios

Foto: Divulgação



Luiz (dir.), ao lado dos sócios Millor e Mauro: o objetivo do Empreendemia é estimular as empresas a fazer mais negócios e de forma mais simples

Luiz Alberto Piovesana conta os segredos do Empreendemia, rede social brasileira na qual curtir e fazer amigos são atividades secundárias

Por Gabriel Dudziak

Em agosto de 2008, enquanto procurava qualificação para o mercado de trabalho, o engenheiro Millor Machado teve uma ideia. Conversando com professores e colegas da Babson, considerada a melhor escola de empreendedorismo dos Estados Unidos, o estudante percebeu que a troca de informações entre empreendedores era a melhor forma de avançar e melhorar os negócios de todos.

Empolgado com os novos horizontes que se abriam, Machado ligou para o amigo de faculdade, Luiz Alberto Piovesana. Pouco tempo depois, nasceu o blog Saia do Lugar (www.saiadolugar.com.br), o primeiro passo para tirar do papel o Empreendemia (www.empreendemia.com.br), rede social destinada a empresas e empreendedores. No ar desde novembro de 2009, o portal, que ainda ganhou o sócio Mauro Ribeiro, já tem mais de 6 mil empresas cadastradas e é um verdadeiro sucesso. Usando uma interface simples de conexão de usuários, vitrine de produtos e ranqueamento, o site é um case de startup brasileira mais do que bem-sucedido. Em entrevista exclusiva a **Locaweb em Revista**, Piovesana revela alguns detalhes sobre o Empreendemia.

Locaweb em Revista QUAL É A IDEIA CENTRAL POR TRÁS DO EMPREENDEMENTIA?

Luiz Alberto Piovesana Orientar e conectar empreendedores. Enquanto o Orkut serve para manter relacionamentos, por exemplo, o Empreendemia é voltado para quem deseja fazer novos negócios. Por isso, idealizamos um formato de rede social no qual os usuários trocam cartões. Ali, estão informações básicas de contato, que permitem que os empreendedores se conheçam, compartilhem produtos e serviços nas vitrines virtuais e, a partir daí, façam negócios fora da rede.

lw MUITA GENTE DIZ QUE O EMPREENDEMENTIA É UM LINKEDIN BRASILEIRO. VOCÊ CONCORDA?

lap O LinkedIn é uma rede social para profissionais, para pessoas. Até existem perfis de empresa, mas o foco não são os negócios. O objetivo do LinkedIn é fazer pessoas encontrarem empregos. O do Empreendemia é estimular as empresas a fazer mais negócios e de forma mais simples. Penso que são redes diferentes.

lw O SITE CRESCER MUITO EM POUCO TEMPO. HOJE, SÃO MAIS DE 6 MIL EMPRESAS CADASTRADAS. COMO CONSEGUIRAM CHEGAR A ESSE NÚMERO?

lap Usamos basicamente duas ferramentas bastante fortes. A assessoria de imprensa, que conseguiu fazer com que a gente fosse levado a sites, revistas e jornais, e a nossa presença online. O Empreendemia está no ar desde novembro de 2009, mas o blog Saia do Lugar – com dicas para novos empreendedores – funciona desde janeiro daquele ano. É uma audiência cativada, que trouxe muitos usuários. Além disso, existe sempre indicações de quem está no serviço.

lw COMO O EMPREENDEMENTIA SE MANTÉM ATUALMENTE NO ASPECTO FINANCEIRO?

lap Nossa publicidade é feita de forma diferente dos grandes portais. A ideia é ter os pequenos e médios empresários fazendo propaganda dentro do próprio Empreendemia. O sistema é bem semelhante ao do Facebook, por exemplo. Nós definimos públicos-alvo e não lugares de exposição. O valor é calculado pelo número potencial de pessoas que verão os anúncios. Ao mesmo tempo, também oferecemos planos pagos. Quem é cliente Premium tem mais opções de personalização, possibilidade de criar páginas individuais para cada produto e espaço para conteúdo ilimitado.

lw QUAIS SÃO OS PRÓXIMOS PASSOS A SEREM REALIZADOS PELO PORTAL?

lap Neste primeiro momento, vamos reformular algumas questões mais estruturais, a fim de melhorar e facilitar a navegação do cliente. O objetivo é que o usuário entre no portal e já tenha bem claro quem deseja comprar, quem quer vender, quem procura conteúdo e por aí vai. Outra ideia que temos em mente é fazer

O objetivo é que o usuário entre no portal e já tenha bem claro quem deseja comprar, quem quer vender, quem procura conteúdo e por aí vai"

um clube dentro do Empreendemia, nos moldes dos sites de compras coletivas, com empresas conseguindo bons descontos em móveis, livros, entre outros serviços.

lw O EMPREENDEMENTIA É UM CASO BEM-SUCEDIDO DE STARTUP NO BRASIL. O QUE RECOMENDA A NOVOS EMPREENDEDORES?

lap O primeiro aspecto é nunca se deixar desanimar. Uma ideia muito boa só vai ficar boa de verdade se você trabalhar em cima dela. Se a partir da formação de um conceito for possível dizer que alguém pagaria por isso, então é um bom começo. A partir daí, é importante ser competente na sua iniciativa. Nós, por exemplo, nunca hesitamos em fazer o que nos propusemos ou ficamos com medo da concorrência. Temos a consciência e a coragem de dizer: se alguém for capaz de fazer melhor que a gente, então perdemos. Mas até lá, vamos trabalhar com todas as forças.



O blog Saia do Lugar deu o pontapé inicial à rede social brasileira, que já conta com mais de 6 mil empresas cadastradas



O canal direto entre você e a equipe de redação da Locaweb em Revista

Vírus no pendrive

Costumo armazenar muitos dados em pendrives. Gostaria de saber como faço para evitar vírus ao conectá-los no computador.

Flávia Gagliatto // Por e-mail

■ Não existe maneira mais eficaz de evitar vírus no computador e no pendrive do que recorrer periodicamente a um software de segurança que seja capaz de verificar os dois equipamentos. Entre os antivírus gratuitos de proteção que mantêm versões com ferramentas tanto para computadores quanto aplicativos portáteis, dois são indicados: Avast! (www.avast.com) e ClamWin (www.clamwin.com).

O primeiro, na versão U3 Edition, não necessita de instalação para rodar, pois funciona diretamente no pendrive quando conectado a um computador. A partir daí, o antivírus protege ambos os dispositivos ao eliminar arquivos nocivos.

O ClamWin, por sua vez, tem pouco mais de 30 MB e deve ser instalado no PC e no pendrive, a partir da porta USB em que o aplicativo móvel está conectado. O antivírus tem código aberto.

Além de usar softwares de proteção, outro processo que pode minimizar a incidência de vírus em pendrives é impedir que o computador execute automaticamente o gadget após ele ser plugado. Para isso, no Windows Vista ou 7, entre no menu Iniciar, vá a Painel de Controle, Hardware e Sons e Reprodução Automática. A partir daí, escolha a ação que deve ser realizada. As opções Nenhuma ação e Sempre perguntar são as mais indicadas para proteção.



■ Com o iTunes 10, que pode ser baixado gratuitamente em www.apple.com/br/itunes, basta conectar o iPhone ao notebook para sincronizar dados de agenda e contatos, entre outros

Dados do iPhone no note

É possível usar dados de agenda, endereços e contatos do meu iPhone em um notebook?

Heitor Piffer // Por e-mail

■ Sim, é possível. Para isso, basta sincronizar os aparelhos a partir do iTunes. Com o software da Apple instalado no notebook, tudo que você tem a fazer é conectar o iPhone à máquina via porta USB. Automaticamente, os itens serão sincronizados da maneira que você determinar.

Durante o processo de importação de informações, é possível que os contatos carreguem dados como nomes, números, endereços físicos e eletrônicos. O calendário, por sua vez, é transferido com compromissos e eventos.

Além de agendas, endereços e contatos, o iTunes permite a sincronização de favoritos, músicas e audiolivros, fotos, podcasts, filmes

Errata

Ao contrário do publicado na reportagem *O Poder do Joomla*, na edição 26, o Joomla! Day Brasil de 2010 foi realizado em Brasília, e não no Rio de Janeiro. Além disso, o site do Partido dos Trabalhadores (PT) não usa Joomla há algum tempo.

e programas de TV, aplicativos e até mesmo livros. Ou seja: praticamente todos os dados salvos em seu iPhone. Caso você use o gerenciadores de mensagem Microsoft Outlook ou Mail (do Mac OS X), também é possível sincronizar notas.

Envie seu e-mail

Se você tem alguma dúvida, sugestão ou crítica, entre em contato com nossa redação pelo e-mail locaweb@europant.com.br.



PARA ACOMPANHAR
SEU APETITE DE
CRESCER, O BOB'S
ESCOLHEU A
LOCAWEB.

“Com o serviço de Cloud Computing da Locaweb ficou mais fácil aumentar e diminuir os recursos disponíveis, melhorando assim a performance. Agora podemos dobrar a capacidade de processamento pagando apenas pelo período utilizado.”

Felipe Malafaia Carneiro Cunha

Analista de Sistemas do Bob's



Grandes empresas como o Grupo BFFC, holding da rede Bob's, têm escolhido nosso Data Center, que foi reconhecido como o melhor do Brasil pelo Prêmio Info. Resultado de grandes investimentos em infraestrutura e tecnologia de ponta, a Locaweb traz soluções em Cloud Computing, Serviços Corporativos e Hospedagem de Sites com a flexibilidade, a alta performance e a excelência em atendimento que seus negócios merecem.

Pense grande. Pense soluções corporativas Locaweb.

DATA CENTER CLOUD COMPUTING SERVIDORES DEDICADOS HOSPEDAGEM DE SITES



www.locaweb.com.br

LOCAWEB

As novidades da Locaweb, a maior empresa de serviços de internet do Brasil

Revenda Pro agora nas nuvens

Serviço de Revenda da Locaweb passa a ter tecnologia baseada em cloud computing, que oferece mais segurança e desempenho ao cliente

Tornar-se um provedor de hospedagem de sites e fazer negócios na internet ficou ainda melhor com a nova Revenda Pro. Baseado na tecnologia de computação em nuvem e utilizando o Plesk 9.5, o serviço oferece mais segurança e desempenho, pois a virtualização do servidor garante isolamento entre clientes e recursos dedicados o tempo todo. Confira o que você ganha com isso:

- **Elasticidade** – É possível aumentar e diminuir os recursos de processamento, memória, disco e transferência, a qualquer momento e sob demanda, via Painel de Controle.
- **Redução de Custos** – Você evita o superdimensionamento de infraestrutura, aloca os recursos que precisa e paga apenas pelo que contratar.
- **Segurança** – Seus dados são armazenados de forma isolada. Além disso, você conta com Firewall

pré-configurado e personaliza as regras de acesso.

- **Performance** – Ao contratar mais de um servidor, você pode ter uma VLAN própria, para trocar dados com privacidade e em alta velocidade.
- **Snapshot** – Você cria pontos de restauração no servidor, recuperando as configurações caso tenha problemas na aplicação ou após uma atualização crítica.

- **Plesk 9.5 Unlimited** – Com esta versão do Plesk, é possível hospedar domínios e gerenciar caixas postais de e-mail ilimitadas. Também é oferecido um instalador de aplicativos, que facilita a instalação de softwares como Joomla, WordPress, Drupal, Magento, SugarCRM, entre outros.

Para saber mais a respeito deste serviço, acesse o endereço eletrônico Locaweb.com.br/RevendaPro.

Como a virtualização do servidor garante o tempo todo o isolamento entre clientes e recursos dedicados, o serviço ganhou em desempenho e ficou mais robusto

The image shows a composite of two screenshots. The top one is a Plesk 9.5 control panel interface for a user named 'Demétrio L. Norton', displaying server statistics and management options. The bottom one is a screenshot of the 'Revenda Pro' website, which features a navigation menu with 'Produtos' and 'Português', a search bar, and a main banner with the text 'Revenda Pro CONFIRA Nossos PLANOS' and buttons for 'LINUX' and 'WINDOWS'. Below the banner are tabs for 'O QUE É?', 'VANTAGENS', 'GERENCIAMENTO', 'planos LINUX', 'planos WINDOWS', and 'DÚVIDAS frequentes'. A text block describes the service as ideal for those who want their own company's hosting, highlighting the advanced features of Plesk 9.5 and cloud computing technology. A 'Sugestões' sidebar is visible on the right.

Trending Topics

conta com a presença de Locaweber na 4ª Campus Party Brasil

Contrate **Servidores Dedicados** diretamente no site da Locaweb

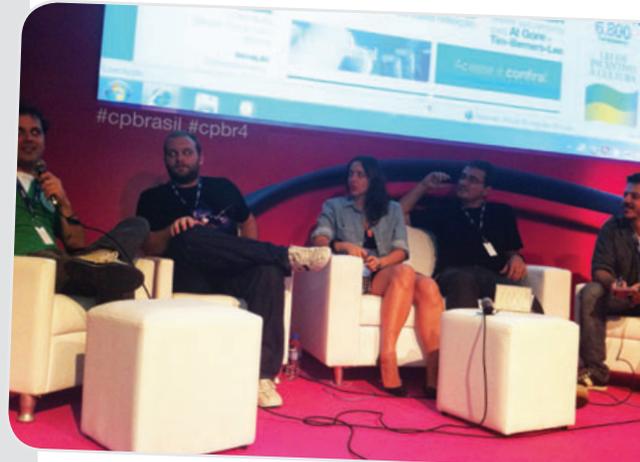


Agora, o site da Locaweb mais um canal de vendas para a comercialização de Servidores Dedicados. Esta opção é voltada para aqueles que possuem conhecimentos técnicos para escolherem diretamente o plano ideal às suas aplicações. São seis opções de planos fixos disponíveis para contratação online. Com isso, você ganha:

- Praticidade na contratação
- Agilidade
- Rapidez na instalação
- Gratuidade na taxa de setup*

Caso seja necessário contratar um Servidor Dedicado diferenciado, consulte nossos especialistas. Acesse Locaweb.com.br/Dedicados.

*Promoção válida por tempo limitado, apenas para contratações pelo site, sujeita à alteração sem aviso prévio.



O Locaweber Rene de Paula participou, a convite do pessoal da YouPix, do painel Trending Topics, o Poder do Coletivo, na última edição da Campus Party Brasil. Na área de Mídias Sociais, a relevância e a popularidade no Twitter foram o destaque do painel. Confira na íntegra o vídeo em <http://lwgo.to/4campuspartybrasil> e veja como foi o bate-papo, que contou com a presença de centenas de campuseiros!

WebCast:

como fazer sua loja virtual vender mais

Para que seu comércio eletrônico se destaque ainda mais e seja um sucesso de vendas durante o ano todo, a Locaweb fez um vídeo com algumas sugestões para melhorar o desempenho de sua WebStore. Na apresentação, Heric Tilly, desenvolvedor de interfaces da Locaweb e dono de e-commerce, fala sobre:



- Como melhorar o conteúdo e fazer SEO da sua WebStore para que ela esteja mais bem posicionada em sites de busca.
- Como apresentar bem seus produtos para atrair mais atenção.
- Como mensurar os resultados para otimizar a loja virtual e crescer em vendas.

Assista ao vídeo e saiba como atrair mais visitas para sua loja virtual: <http://lwgo.to/7dicas>.

Entrevistas: conversando com gente que faz

A Locaweb sempre está de portas abertas a ouvir e compartilhar, sejam histórias de empreendedorismo, sucesso, solidariedade ou mesmo de coragem. Por isso, a empresa criou um canal no blog oficial, onde você confere diversas entrevistas nas quais a Locaweb compartilha belíssimos relatos. A ideia que você se inspire a criar e inovar! Acesse o conteúdo no endereço eletrônico <http://lwgo.to/conversandocomgentequefaz>.



O melhor da vitrine digital

O que há de mais interessante nas prateleiras ao redor do mundo

Bem na foto

Apresentada na feira CP+, no Japão, a câmera Coolpix S8100, da Nikon, tem como destaque resolução de 12,1 MPixels, sensor CMOS, zoom óptico de 10x e digital de 4x, monitor LCD de 3", capacidade de gravar vídeos em alta definição Full HD (1.080p), além de contar com 102 MB de memória interna. A Coolpix S8100, que tem o corpo com aproximadamente 210 g, pode ser encontrada nos EUA por US\$ 300.

Mais informações:

www.nikon.com



iPhone amplificado

Este é o acessório ideal para turbinar o áudio do seu iPhone. O AirCurve Play, da Griffin, funciona como um miniaplicador acústico que aumenta em até 10 db a potência sonora do telefone da Apple. O aparelho dispensa cabos e baterias: basta plugar seu smartphone e curtir as músicas e vídeos sem usar fones de ouvido. Nos EUA, o AirCurve Play, que só é compatível com o iPhone 4, custa US\$ 20.

Mais informações:

www.griffintechology.com



Porta-retrato digital 3D

Produzido pela ViewSonic, o porta-retrato digital 3DPF8 é capaz de converter fotos e vídeos capturados no formato tradicional em 2D e exibi-los em sua tela de 8" com a sensação de profundidade do 3D. O aparelho também reproduz vídeos no formato MPEG4 em três dimensões e realiza slideshow de fotos em 3D. A moldura possui bateria interna, relógio, calendário, alarme sonoro, slot para cartões de memória SD e conexão USB. O preço sugerido nos Estados Unidos é de US\$ 180.

Mais informações:

www.viewsonic.com

Câmera com GPS

Para quem está de viagem marcada para os Estados Unidos, a câmera Optio WG-1 GPS, da Pentax, se apresenta como ótima opção de compra. À prova d'água e poeira e resistente a quedas e batidas, ela é ideal para fotógrafos aventureiros. Além disso, a câmera tem sensor de 14 MPixels, recurso face detection, grava vídeos em alta definição (720p) e conta com sistema de navegação GPS. A Optio WG-1 GPS estará disponível no mercado norte-americano em abril, em diversas cores, por US\$ 400.

Mais informações:

www.pentaximaging.com



Notebook show de bola

O Inspiron 14R, notebook lançado pela Dell, tem tela de 14", conta com 640 GB de espaço em HD, 6 GB de RAM, processador Intel Core i5, Blu-ray Disc (que também lê DVDs e CDs), Windows 7 Home Premium e webcam de 1,3 MPixel. Lá fora, o aparelho custa US\$ 910. No Brasil, um notebook com menos recursos, da mesma empresa, sai por R\$ 2.600.

Mais informações: www.dell.com



Fones cheios de estilo

Os novos headphones Style, da Integris, são uma opção em conta para quem está em busca de um novo fone e não quer gastar muito. O acessório conta com cabo de 115 cm e conector P2 (3,5 mm). O Style tem design atraente, está disponível nas cores prata, rosa, vermelho, roxo e preto, e tem preço sugerido de apenas R\$ 45.

Mais informações:

www.integrisbrasil.com.br

Mini PCs

A Zotac traz ao Brasil, em abril, os novos aparelhos ID36 e ID36 Plus. Os microcomputadores têm design atraente e ocupam pouco espaço na mesa. O principal destaque dos equipamentos é a capacidade de ler Blu-ray 3D. Outros atributos dos aparelhos são o processador Intel Atom D525, sistema Windows 7, placa NVIDIA ION, 2 GB de memória RAM e 250 GB de HD. Até o fechamento desta edição, não havia preço sugerido.

Mais informações: www.zotacbrasil.com.br



Tablet suave

Batizado de Xoom (pronuncia-se Zoom), o suposto "matador de iPad" da Motorola é a primeira prancheta hi-tech do mercado equipada com sistema operacional Android 3.0, desenvolvido pela Google especificamente para tablets. Tudo roda suave abastecido por um processador Nvidia Tegra 2 com dois núcleos e clock de 1 GHz. O aparelho possui duas câmeras: principal com 5 MPixels e capacidade de registrar vídeos em HD e outra frontal com 2 MPixels para videoconferência. Estima-se que o tablet, que ainda não saiu do forno, custará US\$ 799.

Mais informações: www.motorola.com



Tudo em um

Lançado no fim de 2010, o MSI Wind Top AE2420 3D é um dos melhores computadores All In One disponíveis no mercado brasileiro. O equipamento tem como principal diferencial a reprodução de vídeos e imagens em terceira dimensão. Para realizar esta tarefa, o tudo em um conta com tela LED Full HD de 23,6", placa gráfica ATI Mobility Radeon HD5730 e óculos 3D ativos (que acompanham o produto). Outros atributos do Wind Top são o processador Intel Core i5, Blu-ray player, display sensível a múltiplos toques e um potente sistema de som composto por dois alto-falantes, totalizando 10 watts RMS. O preço sugerido é salgado: R\$ 7.000.



Mais informações: www.msi.com



Desktop e Micro System

A Yamaha aumentou sua gama de produtos do ramo de áudio com o lançamento das linhas Desktop e Micro System, modelos TSX-70, TSX-80 e MCR-040. Os novos equipamentos seguem as tendências atuais de design. Os três aparelhos possuem detalhes em cores vivas, desenho atraente e display em LED. Além do visual, outros atributos chamam a atenção, como o dock para iPods e iPhones. O MCR-040 tem preço sugerido de R\$ 1.400, o TSX-70 custa R\$ 1.100 e o TSX-80 sai por R\$ 1.200.

Mais informações:
www.yamahamusical.com.br

Webcam Full HD

Com a webcam LifeCam Studio, da Microsoft, as suas conversas virtuais vão se tornar ainda mais realistas. O acessório capta imagens com resolução Full HD (1.080p), bem mais do que a maioria das câmeras para PCs e notebooks. Nos Estados Unidos, o aparelho, que é equipado com microfone de alta fidelidade sonora para as conversas, pode ser comprado por US\$ 100.

Mais informações: www.microsoft.com



lw portfólio



Confira o cliente do mês, destacado pela Locaweb, por produzir soluções e produtos diferenciados no ambiente digital



www.mktvirtual.com.br

mktvirtual
interactive marketing

portifolio sobre novidades tagcloud serviços clientes contato



Mkt Virtual

A MktVirtual - Interactive Marketing nasceu e se tornou referência na cidade de Santos (SP). Parceira desde 2004 da Locaweb, é especializada na criação de sites, hotsites, gestão de projetos e mídias sociais. Também está voltada para o desenvolvimento de aplicativos mobile.

Já conquistou, em diferentes categorias, dezenas de prêmios de referência nacional, como o FAM (Festival de Áudio e Multimídia), o Peixe Grande e diversos shortlists.

Baralho 10 anos

Mesmo com a facilidade de acesso às novas tecnologias e o alto nível de profissionalização de quem vive no meio...

ver mais



novidades

Confira alguns cases da Mkt Virtual



COPAGUINHO
www.copaguinho.com.br



MKT VIRTUAL BARALHO
www.mktvirtual.com.br/baralho



VIENA
www.viena.com.br

A RECEITA DA CACAU SHOW INCLUI UM DATA CENTER CAPAZ DE CRESCER NO SEU RITMO.

“Crescer na velocidade da Cacau Show, somente com um Data Center confiável e ágil como o da Locaweb.”

Alexandre Tadeu da Costa

Presidente da Cacau Show



Grandes empresas, como a Cacau Show, têm escolhido nosso Data Center, que foi reconhecido como o melhor do Brasil pelo Prêmio Info. Resultado de grandes investimentos em infraestrutura e tecnologia de ponta, a Locaweb traz soluções em Cloud Computing, Serviços Corporativos e Hospedagem de Sites com a flexibilidade, a alta performance e a excelência em atendimento que seus negócios merecem.

Pense grande. Pense soluções corporativas Locaweb.

DATA CENTER CLOUD COMPUTING SERVIDORES DEDICADOS HOSPEDAGEM DE SITES



www.locaweb.com.br

LOCWEB



Marcello Barbusci,
Sócio da ONE-i
Autor do blog: tudosobreplanejamento.com.br
E-mail: marcello.barbusci@one-i.com.br
Twitter: @mbarbusci

O empreendedorismo está no **sangue** do brasileiro

Bill Gates já dizia que toda empresa precisa ter gente que erra, que não tem medo de errar e que aprende com o erro

O Brasil é o país mais empreendedor do mundo, já que o brasileiro é um empreendedor nato. Isso é o que revela um estudo publicado pelo jornal norte-americano *US Today Global Entrepreneurship Monitor*.

O lado ruim do empreendedorismo verde-amarelo é que o índice de mortalidade das PMEs (Pequenas e Médias Empresas) no Brasil é alto. Segundo o Sebrae, 56% das PMEs fecham as portas antes de completarem cinco anos de vida. Entre as principais razões, destaca-se a falta de preparação do empreendedor para gerenciar com eficiência a sua empresa e a insuficiência de capital. Isso sem falar nas dificuldades pessoais do candidato a empresário, pois nem todo empreendedor é empresário, mas um bom empresário é sempre

empreendedor. O empreendedor não deve apenas criar seu negócio, mas também saber gerenciá-lo de modo que consiga sobreviver diante da concorrência acirrada. O objetivo é ter satisfação pessoal e profissional.

Fazer a diferença não é fácil. O empresário-empreendedor precisa ter seu negócio bem definido, conhecer o público-alvo, seus fornecedores, os pontos fracos e fortes de cada concorrente, investimentos, custos, capital de giro necessário, entre outros fatores.

Sobretudo, deve usar a criatividade, pensando alto e não baixo. Afinal, pensar pequeno ou grande dá o mesmo trabalho. Então, por que não pensar grande? Uma fraqueza de alguns empreendedores é não manter o foco. Acabam sempre olhando para o quintal ao lado e achando que também pode fazer ações online e ter

resultados tão bons quanto os do vizinho, mesmo só tendo atuando no mercado off desde o início. Isso pode ser um grande engano. Esse tipo de empreendedor não procura saber quanto tempo o seu vizinho ficou estudando o segmento para poder chegar lá. Acha que é só mudar de área e pronto: tudo mudará para melhor.

O bom empreendedor, por sua vez, não tira o foco do seu objetivo, mas agrega opções que podem trazer inovação para o negócio. E para isso, nos dias de hoje, não é mais necessário aumentar custos fixos, pois existe um novo conceito de atividades no Brasil: o colaborativo. Esse conceito dá a oportunidade de o empreendedor crescer ou diminuir em tamanho sem criar estrias. Dá para atender uma empresa média/grande ou pequena/micro com a mesma qualidade.

Para isso, o empreendedor tem de acreditar em sua capacidade, ter um elevado grau de autoconfiança e não ter medo de fracassos. Procure trabalhar com esse novo conceito, o colaborativo, e descubra o quanto você poderá fazer mais com menos.

TABU SOBRE E-COMMERCE

“Vai demorar para as pessoas comprarem pela Internet.”

TABU SOBRE CLOUD COMPUTING

“Vai demorar para eliminarem os servidores físicos nas empresas.”

TABU FOI FEITO PARA SER QUEBRADO. CHEGOU O CLOUD SERVER PRO LOCAWEB.

Há pouco tempo, muitos achavam que as pessoas teriam medo de fazer compras pela web. Mas o e-commerce no Brasil cresce cerca de 30% ao ano e já movimenta bilhões. E, ainda hoje, há quem ache que manter os servidores na empresa gerando custos de manutenção e gerenciamento é a melhor alternativa para o processamento de dados. Para mudar essa mentalidade, a Locaweb lançou o Cloud Server Pro, a mais avançada e segura computação em nuvem do mercado. É a solução para empresas que querem atuar com mais inteligência, cortando gastos e ganhando performance.

**SEGURO**

Seus dados são armazenados isoladamente.

**RÁPIDO**

Utiliza a tecnologia Xen de virtualização, e cada cliente possui sua própria VLAN.

**ECONÔMICO**

Você não gasta com infraestrutura e só paga pela capacidade que utilizar.

**SIMPLES E ÁGIL**

São diversos sistemas operacionais para você escolher e gerenciar suas informações. Em até 30 minutos os servidores já estão à sua disposição.*

*Prazo para a instalação-padrão, após o reconhecimento do pagamento. Em alguns casos é necessário confirmar a disponibilidade técnica e operacional.

Ganhe R\$ 199,00 de desconto!

Acesse Locaweb.com.br/CloudServerPro e utilize o código promocional: **CPRO0E9CCA**

Com esse desconto o 1º mês no Cloud Server Pro 1 GB Linux* é grátis.

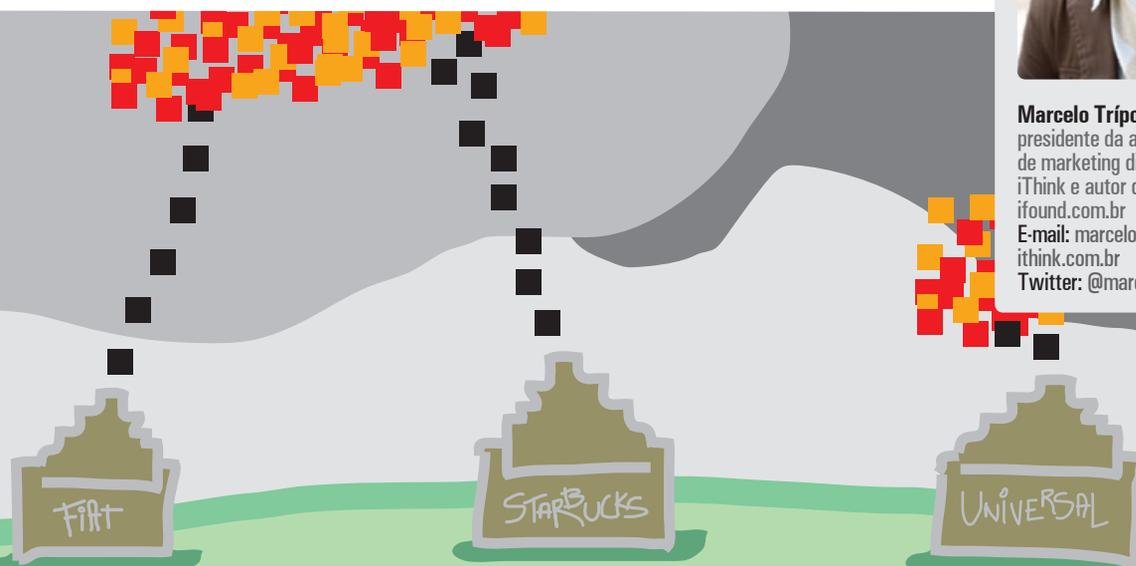
*Desconto de R\$ 199,00 válido para as 1000 primeiras contratações de Cloud Server Pro pelo site, até 15/06/2011.

LOCAWEB

Locaweb.com.br/CloudServerPro



Marcelo Tripoli, presidente da agência de marketing digital iThink e autor do blog ifound.com.br
E-mail: marcelo.tripoli@ithink.com.br
Twitter: @marcelotripoli



Game é assunto de gente grande

O uso de jogos em campanhas de marketing pode se tornar uma ferramenta mais poderosa que as mídias sociais

“Gameificação” é a palavra da hora. Ela representa mais ou menos o seguinte: colocar uma camada de game em um site, um conteúdo ou uma transação que faz com que a página fique mais fácil e gostosa de usar. Como resultado, cresce a motivação do uso, a atração de clientes, a fidelização e o sonhado engajamento com a marca.

O tema esteve em apresentações no SXSW (<http://sxsw.com>), realizado de 11 a 15 de março em Austin, nos EUA. Trata-se de um dos principais encontros mundiais da indústria de mídia e entretenimento.

No ano passado, o SXSW foi marcado por discussões sobre serviços mobile de localização, como Foursquare e Gowalla. Já na edição 2011, houve forte consenso de que os games devem

extrapolar os consoles, deixar de ser mero recurso de lazer e roubar a cena no relacionamento entre marcas e público.

Durante palestra, Seth Priebatsch (que se define como “Chief Ninja” da empresa SCVNGR) defendeu que, se a década passada foi das mídias sociais, a nova década será dos games.

Para o “Chief Ninja”, poderemos aproveitar a mecânica dos jogos para alcançar inúmeros objetivos. Priebatsch diz que o uso inteligente dos games pode melhorar a educação, capacitar as empresas e tornar a vida de todos mais divertida. E vai além: a nova onda será mais poderosa que a revolução das mídias sociais. Parece um bom momento para o mercado de comunicação entender que o público tem franca preferência por conteúdos divertidos e interativos, em detrimento dos estáticos – sem falar nas

insuportáveis interrupções comerciais. É a hora ideal também para perceber que os conteúdos fun não estão restritos a marcas jovens ou informais. Eles se encaixam em campanhas de empresas “mais sérias”, como bancos, redes de supermercados e de tecnologia.

Um case recente vem da Starbucks dos Estados Unidos, que usou a mecânica dos games em uma ação na qual os clientes ganham pontos, benefícios e status ao destravar um nível e passar para o seguinte. Lembra de leve os programas de milhagem das companhias aéreas, mas oferece muito mais possibilidades.

Não se trata, portanto, de usar a estética dos games, mas sim de explorar a estratégia dos jogos e seu absurdo poder de motivação – vale lembrar que a indústria dos games fatura mais que a do cinema. Ou seja, o mercado sinaliza com uma mensagem clara para os profissionais de comunicação: se você não se liga muito em games ou acha que são algo voltado para crianças e adultos infantilizados, talvez seja hora de repensar o assunto.

marisa.com.br

A MARISA ESCOLHEU
O DATA CENTER LOCAWEB
PORQUE SABE QUE
EXCELÊNCIA EM
ATENDIMENTO NUNCA
SAI DE MODA.

“Encontramos na Locaweb a flexibilidade e a agilidade no atendimento que necessitávamos para o nosso negócio. Quem tem o maior portal de e-commerce de moda do Brasil precisa de estrutura tecnológica de peso, rapidez no atendimento e eficiência na gestão de demanda. Estes foram apenas alguns dos motivos que nos levaram a escolher a Locaweb como fornecedor de soluções de TI.”

Marcelo Figueiredo

*Coordenador de Segurança
da Informação*



Grandes empresas como a Marisa têm escolhido nosso Data Center, que foi reconhecido como o melhor do Brasil pelo Prêmio Info. Resultado de grandes investimentos em infraestrutura e tecnologia de ponta, a Locaweb traz soluções em Cloud Computing, Serviços Corporativos e Hospedagem de Sites com a flexibilidade, a alta performance e a excelência em atendimento que seus negócios merecem.

Pense grande. Pense soluções corporativas Locaweb.

DATA CENTER CLOUD COMPUTING SERVIDORES DEDICADOS HOSPEDAGEM DE SITES



www.locaweb.com.br

LOCAWEB

Opinião mercado



René de Paula,
gerente de Social
Media e Relacionamento
com Desenvolvedores
da Locaweb
E-mail: rede.depaula@
locaweb.com.br
Twitter: @webforadacaixa



Linguagem **orientada**... ou não

Dominar uma especialidade e ficar bitolado nela é fácil mas perigoso. É preciso sair fora da caixa

Eu confesso: não tenho a menor ideia do que seja uma linguagem orientada a objetos. Toda vez que ouço isso, imagino alguém falando com a mesa ou conseguindo a mágica suprema de convencer o carro enguiçado a deixar de ser besta e andar de novo. Em suma: não sou desenvolvedor e não tenho a menor autoridade para tocar no assunto.

Gracias aos céus, porém, uma linguagem continua valendo: a linguagem humana. Quanto mais o digital se torna vital para todo mundo, mais vital se torna o dom de saber falar com todo mundo. E falar, se você ainda não notou, meu nome do meio :). Dias atrás estava falando com uma agência que admiro bastante e cujo crescimento tenho acompanhado há anos. Eles me chamaram para falar a respeito de... como falar com clientes e parceiros.

Fui, falamos e a conversa foi ótima, tudo o que quero incluir esse tema nos nossos encontros e workshops da Locaweb pelo Brasil. Sim, eu sei, falar todo mundo sabe, mas também sei que o maior obstáculo para quem trabalha com digital não é mais a parte técnica, bits e bytes. O drama é falar com marketing, jurídico com vendas, designer com developer, você falar com novos clientes e por aí vai.

Você já viu esse filme: todo projeto de internet esbarra, tropeça, capota, patina, derrapa, naufraga e gira em falso, porque ninguém consegue se falar direito.

Eu já vivenciei. Nesses casos em que uma moçada tecnicamente genial começa a um negócio, mas não vai para frente porque não sabe vender. Ou porque não tem a manha de conversar com gente de marketing. Ou porque não tem ideia de como abordar um cliente novo. Se

depender do pessoal mais hardcore, a empresa/agência não sai da zona de conforto. Para piorar a situação, o mercado de digital melhorou e, agora, as demandas vêm de tudo quanto é área, do marketing ao RH, passando pela presidência. E aí, tens a manha de falar com esses caras?

Na verdade, pouca gente tem e as empresas ficam malucas tentando achar gente de digital capaz de falar ao mesmo tempo de infra, comunicação, tendências, e-commerce. Não rola: o que mais se vê por aí é profissional felicíssimo por ser cada vez mais bitolado na sua área, capaz de falar apenas com sua rodinha de pares.

Legal essa história de falar com os pares, mas fui parar nessa agência porque sou o impares: os caras têm a manha de conversar tanto com o cara de infra quanto com o presidente da empresa, e conseguem implementar projetos ambiciosos. Tudo porque, na hora H, conseguem falar com aquelas tribos que não se falam nunca. Ou seja, eles abrem oportunidades legais porque sabem falar linguagem orientada a pessoas.

PARTICIPE DO

PROGRAMA AFILIADOS LOCAWEB



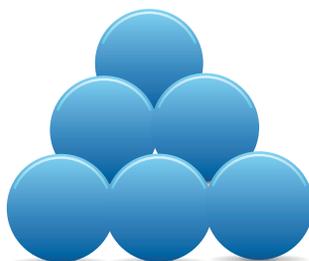
Indicou,
ganhou!

INDIQUE



Indique a Locaweb
a seus clientes.

ACUMULE



Você acumula pontos
a cada serviço contratado.

TROQUE



Troque seus pontos
por muitos prêmios.

Cadastre-se para ter benefícios que só um Afiliado Locaweb pode ter

Locaweb.com.br/Afiliados

LOCAWEB

Soluções desenvolvidas pela Locaweb para melhorar a experiência na rede

Programa Afiliados Locaweb

The image shows two screenshots of the Locaweb website. The left screenshot displays the main navigation menu with options like 'Produtos', 'Soluções', 'Atendimento', and 'Sobre a Locaweb'. Below the menu is a search bar and a banner for 'PARCERIAS' (Partnerships) featuring a photo of three business professionals. The right screenshot shows the 'PROGRAMA AFILIADOS' (Affiliates Program) interface, which includes a 'MEU EXTRATO' (My Statement) section with a table of earnings and a 'MEU CARRINHO' (My Cart) section.

Quase todos os serviços da Locaweb participam do programa. A cada ferramenta indicada, o autor da recomendação ganha o valor da mensalidade do serviço em pontos

Depois, é possível trocar os pontos acumulados por bônus, abatimento em mensalidades e até mercadorias disponíveis no site Americanas.com

Não requer prática, tampouco perda de tempo. Basta indicar os serviços da líder de hospedagem no Brasil para ganhar descontos e até prêmios

Por Gabriel Dudziak

Quem faz uso dos serviços da Locaweb e já ganha qualidade e confiabilidade no dia a dia agora também pode faturar prêmios e descontos. Desde o início de 2010, a empresa mantém o Programa Afiliados Locaweb, no qual os usuários acumulam pontos a cada indicação de ferramentas e facilidades da líder em hospedagem do País. Depois, é possível trocar esses pontos por bônus, abatimento em mensalidades e até mercadorias disponíveis no site Americanas.com.

A ideia de manter uma rede de afiliados surgiu em 2008, com o Bônus

por Indicação. O programa funcionava da seguinte maneira: o desenvolvedor que fosse indicado pelo cliente como sendo o desenvolvedor de uma hospedagem, ganhava um desconto na mensalidade no mesmo valor da hospedagem contratada pelo cliente. No entanto, por ser apenas para hospedagem, a oferta era restrita a uma parcela dos clientes.

Com a criação do Programa de Afiliados, quase todos os serviços da Locaweb podem ser indicados, gerando pontos para um número muito maior de usuários. "Nosso objetivo com o programa é premiar



"Nosso objetivo com o programa é premiar os clientes e parceiros que têm o costume de indicar a Locaweb para seus respectivos clientes"

Gustavo Erlichman, coordenador de marketing e parceiros da Locaweb

os clientes e parceiros que têm o costume de indicar a Locaweb para seus respectivos clientes", afirma Gustavo Erlichman, coordenador de marketing e parceiros da empresa.

A cada serviço indicado, o autor da recomendação ganha o valor da mensalidade do serviço indicado em pontos. O novo contratante também pode indicar na ficha de contratação o login do cliente Locaweb que recomendou o serviço para também ganhar pontos. Esses pontos ficam retidos durante três meses e, depois, podem ser usados normalmente. Tudo isso online.

Como se cadastrar

Para fazer parte e usufruir das vantagens do Programa de Afiliados, basta acessar o painel de controle da Locaweb (<https://painel.locaweb.com.br>) e clicar no link "Programa de Afiliados." Os interessados podem fazer a indicação de três maneiras distintas: colocando banners do serviço a ser indicado em sites ou blogs, fornecendo por e-mail um link personalizado e direto para a página de contratação de serviços, ou fazendo uma indicação "informal". Neste último caso, o novo cliente diz no ato da contratação quem foi o responsável pela recomendação, concedendo automaticamente pontos para o autor.

Depois de um ano do serviço funcionando a pleno vapor, Erlichman revela que a iniciativa vem sendo bastante elogiada e que o feedback tem sido positivo. "Agora, os clientes da Locaweb têm uma motivação muito maior para passar adiante suas experiências com nossos serviços, uma vez que podem indicar uma

grande variedade de produtos e ainda ganhar em cima disso", analisa.

Parceiro há mais de dez anos, Alexandre de Angelis, diretor da BGW Consultores Especializados, empresa que oferece soluções de TI, já usava os produtos da Locaweb e indicava para os amigos, mas agora está feliz por faturar com isso. "O programa é uma iniciativa bem legal, pois além das preocupações com os detalhes que apontamos para melhorias de serviço, incentiva os desenvolvedores a indicar e promover cada vez mais a Locaweb. É sempre um atrativo a mais", diz. Segundo Angelis, a BGW colocou banners em todos os seus sites, tanto próprios quanto coligados, e, depois de apenas quatro meses, resgatou bônus em prêmios. Optou por produtos de tecnologia.

Agora, a ideia da Locaweb é angariar novos parceiros e expandir ainda mais o alcance do programa. Ganha o cliente, ganham os indicados e ganha a Locaweb. Resumo da história: pontos e prêmios para todos.

O novo contratante também pode indicar, na ficha de contratação, o login do cliente Locaweb que recomendou o serviço para também ganhar pontos



A empresa BGW colocou banners em todos os seus sites e, após quatro meses, resgatou bônus em prêmios

O sonho de deixar de ser funcionário para ser patrão tem se tornado realidade para muitas pessoas, mas a trajetória do sucesso requer responsabilidade e perseverança. Descubra a fórmula que levou dez startups a vencerem aqui no Brasil

Por: Andreza Emília Marino

Dê um start no

empreendedorismo

■ orismo

Bill Gates adquiriu, ao longo dos anos, uma fama de visionário: apostou no mercado de software à época em que o hardware era considerado muito mais valioso. Steve Jobs e Steve Wozniak criaram, trancados em uma garagem, a base do que seria a Apple. Mais recente, a trajetória de Mark Zuckerberg e a criação do Facebook ganharam as telas do cinema no filme *A Rede Social*.

No Brasil, empreendedores ou entusiastas conhecem de cor e salteado as histórias dessas pessoas, que são fonte inesgotável de inspiração. É impossível ser preciso, mas calcula-se que, por aqui, existam centenas de startups, termo usado para designar um modelo de empresa jovem, embrionária, recém-criada, ou ainda em fase de constituição, implementação e organização de suas operações (o que é mais comum).

Uma startup pode sequer ter iniciado a comercialização de seus produtos e serviços.

Elas são muito mais frequentes na internet, porque é bem mais barato criar uma empresa de software do que uma de agronegócio ou biotecnologia, por exemplo

Ou ser uma empresa totalmente solidificada no mercado que se beneficiou de um crescimento rápido. Elas são mais frequentes na internet, porque é bem mais barato criar uma empresa de software do que uma de agronegócio ou biotecnologia, por exemplo. A web torna a expansão do negócio bem mais fácil, rápida e barata – além de a venda ser repetível. “Estamos passando por uma fase de amadurecimento do empreendedorismo, mas ainda faltam negócios de alto impacto. ➔

Onde estão os nossos Google, Facebook e Apple?”, questiona José Alberto Sampaio Aranha, diretor do Instituto Gênese da PUC-Rio, que engloba uma incubadora de empresas. Para Aranha, os novos negócios precisam nascer com noção financeira e de governança parecidos com os das grandes empresas, com transparência nas contas e processos definidos entre os sócios. Além disso, segundo ele, há carência de cursos de formação.

De acordo com dados do Sebrae, uma em cada quatro empresas fecha suas portas após o primeiro ano de vida. “O motivo mais comum é a falta de planejamento”, declara o consultor do Sebrae-SP, Reinaldo Messias.

Outro deslize, segundo Aranha, é achar que dá para fazer tudo sozinho. “Geralmente, os cérebros por trás das startups são criativos, porém técnicos. Carecem de desenvoltura nas áreas financeira e de gestão. O ideal seria buscar sócios com essas aptidões.”

Gustavo Guida Reis, fundador do BondFaro e hoje dono do Help Saúde (veja mais na pág. 36), tem a mesma opinião do diretor do Instituto Gênese. “Procure os sócios adequados para complementar suas deficiências. Não subestime a contribuição dos outros porque, para uma empresa dar certo, é preciso o equilíbrio entre diversas áreas. No caso de startups web, marketing, design e negócios, além de TI, têm de andar juntos”, garante.

Márcio Nunes, da Bitix, empresa que desenvolve aplicativos para smartphones e tablets (veja mais na pág. 35), acha que é impossível conduzir uma startup sozinho. “É preciso criar produto, contratar e reter os melhores profissionais, cuidar das finanças, fazer marketing. Por mais que se tenha experiência, não dá pra ficar responsável por tudo. Com sócios estratégicos cuidando das principais áreas da empresa, tudo ficou mais fácil e estou livre para fazer o que mais sei.”

Dica 1: o valor de uma ideia é próximo de zero

Quanto menos você falar sobre a ideia, menores as chances de sucesso. Tente primeiro testar sua ideia com pessoas próximas a você. Depois, procure indicações de pessoas que entendam do mercado ou necessidade que sua ideia se propõe a resolver. Explique também aos seus futuros clientes. Quanto mais feedback você tiver, mais desenvolverá sua ideia original.

Dica 2: defina objetivos: empresa ou startup

Se você aprendeu bem o que é uma startup, precisa de algo que dará um retorno dez, cem, mil ou mais vezes maior do que foi investido. Por isso, pense bem se você está empreendendo pelas razões certas e com suas expectativas alinhadas.

Dica 3: fuja do efeito manada

Você pode até começar uma pequena empresa copiando uma ideia promissora que já apareceu em vários lugares. Mas para começar uma startup, essa é uma estratégia péssima. Em 2010, o mesmo comportamento gerou dezenas de sites de compra coletiva, e poucos irão dominar esse mercado. O foco da sua startup deve ser lançar a tendência, e não copiá-la.

Dica 4: quanto mais simples, melhor

Quanto mais complexa a ideia, maior o custo necessário para executá-la e operá-la no futuro. Seus futuros clientes querem uma solução barata e rápida para seus problemas, não uma solução sofisticada. É bem mais fácil elaborar uma ideia complexa do que ter um estalo simples que pode mudar o mundo.

Dica 5: faça algo de que você gosta

Grande parte das startups de sucesso veio de soluções muito próximas à realidade do empreendedor, e não porque eles desejavam milhões. Mesmo percebendo o potencial da ideia e até tentando torná-la um negócio global, muitos simplesmente não conseguiam tirá-la da cabeça e precisavam colocá-la em prática. A analogia mais próxima no mundo corporativo seria encontrar o emprego dos seus sonhos: você faz o que gosta, e ainda é pago por isso. Portanto, pense sim no pote do ouro ao fim do arco-íris, mas não se esqueça de que a chave é uma solução para problemas mal resolvidos, ou que cria novos mercados.

aceleradora

Start searching... Search

ACELERADORA PORTFOLIO INVESTIDORES EVENTOS CONTATO

Quanto sua empresa consegue escalar?

Meetup: o próximo, quem deveria fazer era você.

A comunidade empreendedora no Brasil está mudando para melhor. No cenário de startups em tecnologia, esta mudança está cada vez mais rápida porque: há mais visibilidade na imprensa, devido ao aquecimento do mercado e esforços em levar o assunto para grandes veículos de mídia. Por exemplo, veja o que a

Tenho uma ideia de startup. Como começar?

No artigo anterior, vimos que toda startup começa a partir de uma ideia. Mesmo assim, há uma grande chance que essa ideia mude várias vezes até que a startup dê certo. Veja algumas dicas que podem ajudar nesse primeiro momento, e exemplos de situações em que elas se aplicam. Dica 1: o valor de uma

Qual é o ciclo de vida de uma startup?

Existem algumas fases bem características na evolução de uma startup. Apesar de algumas pularem uma ou outra fase sem comprometerem seu sucesso, existe uma certa ordem nos passos a serem percorridos. Assim como uma pequena empresa tem grandes chances de morrer nos seus primeiros cinco anos,

Empresas como a Aceleradora (<http://aceleradora.net>) ligam investidores e empreendedores, realizando coaching para transformar startups em negócios viáveis



■ **A base da Apple foi criada em uma garagem. Hoje, a famosa empresa da maçã desenvolve produtos como o iPad e fatura milhões em todas as partes do planeta**

As incubadoras de empresas são uma alternativa para fazer a ponte entre o conhecimento técnico e a administração do negócio. Como o nome sugere, elas são ideais para ajudar um empreendedor a amadurecer a ideia e ser capaz, depois de um tempo, de caminhar com as próprias pernas. Há quase 30 anos no Brasil, o movimento de incubação de empresas evoluiu, mas ainda é menor do que em outros países, como Estados Unidos.

Além do espaço físico, as incubadoras oferecem cursos para capacitar àqueles que têm um projeto inovador: De acordo com Aranha, é preciso que haja ambientes propícios para o desenvolvimento de negócios. “Não há mágica: é preciso juntar capital intelectual (pessoas preparadas), social (pessoas com diversas aptidões), financeiro e espacial (parte física, estrutural).” Segundo dados da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. (Anprotec), o Brasil tem mais de 400 incubadoras distribuídas

em 25 Estados. Nos últimos 25 anos, o País vem percebendo que elas são um viés importante para o crescimento do empreendedorismo.

Mais de 6.300 empresas participam desse ambiente e geram faturamento médio anual de R\$ 2,5 bilhões, conforme números da entidade. As incubadoras mais conhecidas são as de base tecnológica, que exigem algum tipo de inovação envolvendo tecnologia. Há também as tradicionais, mistas, sociais e culturais. Calcula-se que 10 mil negócios devem ser graduados até 2020. Estudantes, cientistas e empreendedores que tenham uma ideia e queiram fazer parte de uma incubadora precisam certificar-se de que o projeto é inovador antes de participar do edital.

“A incubadora é um elo entre a empresa e a instituição de conhecimento para ajudar a desenvolver o produto”, explica Reinaldo Messias, consultor do Sebrae-SP. “Sem apoio, o empresário bate cabeça, gasta dinheiro e pode até desistir pelo caminho”, decreta Aranha.

Entre os requisitos, está a elaboração de um plano de negócios. Além disso, existe a necessidade de analisar as condições econômicas para o negócio surgir e crescer. Cada incubadora abre o edital para a seleção de empresas em uma data própria.

As áreas mais buscadas são biomedicina, biotecnologia, multimídia, educação a distância, energias alternativas, tecnologia da informação, internet, instrumentação, automação, laser; mecânica de precisão, fitoterápicos, meio ambiente, novos materiais, química fina, softwares especialistas, telecomunicação e aplicações técnicas nucleares.

Além de estimular a inovação, as incubadoras têm o potencial de gerar postos de trabalho. Segundo a Anprotec, as empresas neste ambiente já geraram 35 mil empregos diretos. Em média, as empresas ficam incubadas entre três e seis anos.

As incubadoras podem, inclusive, ajudar na hora de captar recursos. “Estar ligado a uma universidade abre portas. Traz credibilidade ao investidor de capital de risco”, explica Aranha.

Os negócios precisam nascer com noção financeira e de governança parecidos com os das grandes empresas, com transparência e processos definidos entre os sócios



A lição de Israel

Quando o assunto em debate é empreendedorismo e inovação, o Brasil tem muito a aprender com Israel, um país que tem pouco mais de 60 anos, 7,2 milhões de habitantes e território menor que o do Rio de Janeiro. Israel investe o maior percentual de suas riquezas em pesquisa e desenvolvimento: 4,5% do Produto Interno Bruto (PIB). Em seguida, estão o Japão (3,2%), Estados Unidos (2,7%) e Coreia do Sul (2,6%).

No Brasil, os dados mais recentes são de 1,2% do PIB. Em 2009, o número total de startups chegava a 3,8 mil, sendo uma empresa de tecnologia para cada 1,8 mil israelenses. De lá saíram, por exemplo, os microprocessadores Centrino e Pentium 4, da Intel, o comunicador instantâneo ICQ, que foi vendido para a America Online em 1998 por US\$ 400 milhões, o pendrive (vendido pela Sandisk por US\$ 1,6 bilhão) e o firewall.

Por trás desse fenômeno, dizem especialistas, está a união de necessidade, espírito empreendedor e ousadia. Sem falar em uma vasta rede de contatos, além de uma quase simbiose entre o ambiente acadêmico e a iniciativa privada.

Por aqui, sempre souo bem ter um emprego formal, com patrão, hora de entrada e saída, além de benefícios trabalhistas, como férias, 13º salário e Fundo de Garantia. É uma questão cultural. Fomos treinados para a cultura fordista, avalia Messias, do Sebrae-SP.

Apenas a informação pode reverter isso. As crianças precisam ter noções de empreendedorismo desde cedo. As escolas e universidades têm obrigação de detalhar o tema e preparar os

jovens. Sem falar que é preciso divulgar o que são as incubadoras e como elas podem apoiar quem está começando, frisa Aranha.

Apesar de tímida, nota-se uma movimentação em torno do assunto. Existem grupos como BRNewTech (www.meetup.com), Edeavour (www.endeavor.org.br) e Aceleradora (<http://aceleradora.net>) que, ante o cenário brasileiro, tentam auxiliar a formação de empreendedores e a estratégia das startups. Elas ligam investidores e empreendedores, realizando coaching para transformar startups em negócios viáveis. A mudança é impressionante. Quando comecei, era basicamente cada um por si”, afirma Gustavo Guida Reis, do Help Saúde. Hoje, vejo iniciativas importantes, organizadas por empreendedores, que ajudam a forjar essa cultura de forma brilhante. Esse ecossistema favorece o surgimento de novas empresas e beneficia toda a sociedade.”

Mas uma regra é clara. Para a empresa ser atrativa (para investidores ou compradores), é preciso que esteja crescendo. Para isso, é preciso muito trabalho, antes de mais nada”, finaliza Reis, empreendedor desde 1999.

Para se inspirar, confira nas próximas páginas dez histórias de sucesso de empreendedores que apostaram em seus talentos e ideias para vencer.

1. Esconder a ideia

O mais indicado é usar o feedback dos amigos para tentar melhorá-la. É comum que as pessoas de fora enxerguem pontos que o empreendedor não vê. Segundo Yuri Gitahy, não é necessário detalhar o projeto. Apenas fale sobre ele.

2. Impor barreiras

Se você fica cansado só de pensar em todas as reuniões e portas que vai precisar bater para concretizar um projeto, é melhor buscar outro caminho. Não espere que um investidor se convença a investir na sua ideia de cara.

3. Investidores errados

Antes de sair em busca de recursos, o empreendedor precisa mapear o mercado e encontrar investidores com perfil certo. “Estude antes com quem você vai conversar e faça uma abordagem focada e direta”, ensina Gitahy.

4. O “achismo”

O que vale não é o potencial da ideia e sim a execução do projeto. Não se iluda, nem tente convencer os outros de que a startup vale milhões. “Mantenha os pés no chão e busque gerar receita.”

5. Família x Empresa

Chamar amigos e familiares para trabalharem informalmente no projeto é um erro comum nas empresas iniciantes. Deixe claro quais são os direitos, deveres e percentuais das partes envolvidas.

6. Fazer um produto para si mesmo

Não crie um produto e já tente vendê-lo. Prepare-se e desenvolva o projeto de forma que o cliente aceite pagar por ele. Uma pesquisa de mercado ajuda muito para evitar esse erro.

7. Global x Local

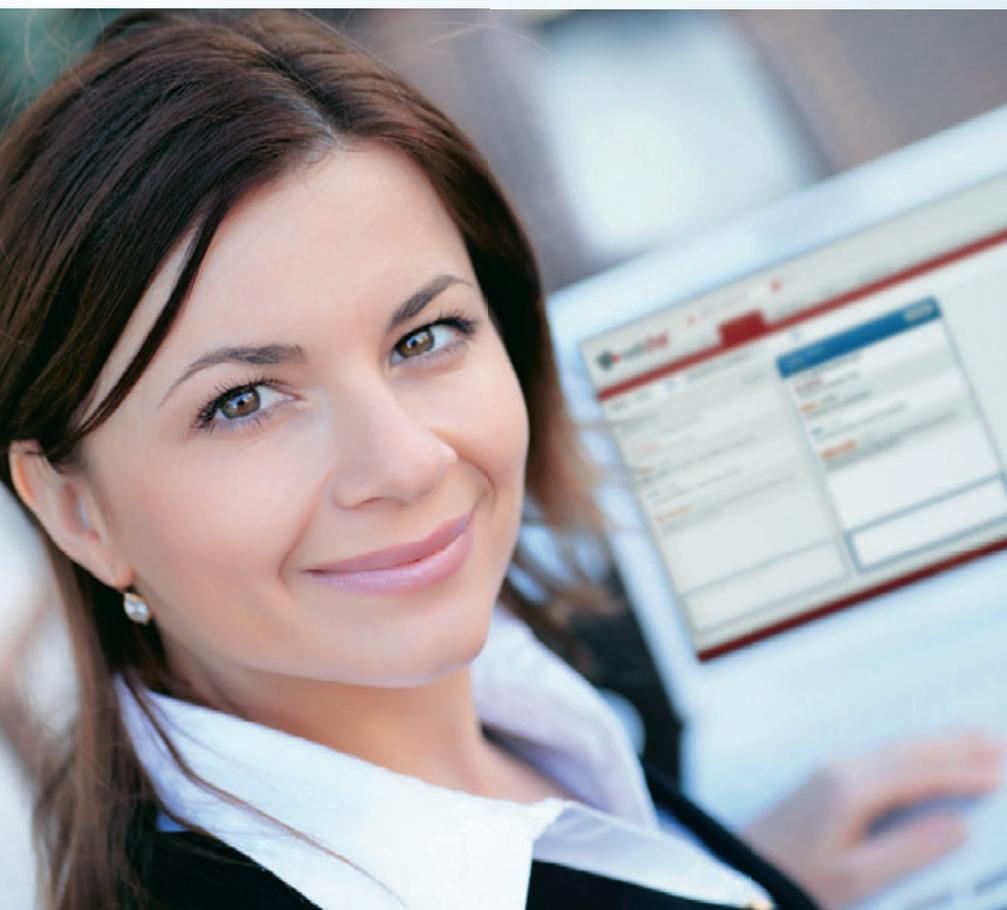
Foque no mercado global. “Startup é quando você cria um negócio que tenha escala. Você coloca pouco dinheiro e sabe que vai receber muito. Pense grande”, ensina.

*Fonte: Yuri Gitahy, investidor, mentor e fundador da Aceleradora

As incubadoras são ideais para ajudar um empreendedor a amadurecer a ideia e ser capaz, depois de um tempo, de caminhar com as próprias pernas



Inclua atendimento online no seu portfólio de serviços.



WebChat Locaweb

Um novo canal de
relacionamento fácil
e prático de usar.

Planos a partir de
R\$ 60,00 mensais.

- Fácil integração;
- Upload de banners;
- Relatórios completos de atendimento.

Ofereça a seus clientes a possibilidade de atender e tirar dúvidas diretamente no site, blog ou comércio eletrônico. Tudo é feito online, de forma simples e fácil, sem a necessidade de instalar programas. Entregue projetos mais completos com WebChat.

WebChat Locaweb
Atendimento em tempo real.
Locaweb.com.br/WebChat

**Ganhe R\$ 60,00
de desconto!**

Acesse Locaweb.com.br/WebChat
e utilize o código promocional:
CHAT5870E4

Com este desconto o 1º mês no
WebChat Lite é grátis.

*Válido para as 1000 primeiras contratações
de WebChat Lite pelo site, até 31/05/2011.

LOCAWEB

Empreendedores por acaso



Eles não tinham o sonho, nem o conhecimento e sequer a necessidade de abrir o próprio negócio. No entanto, os amigos (e sócios) Flávio Pripas e Renato Steinberg souberam aproveitar o momento. Era para ser uma ajuda às esposas, que queriam criar um blog para falar de tendências de moda. O passatempo ganhou corpo e fez com que eles largassem seus empregos para

cuidar de uma rede social de Moda e Estilo. Entre o fim de 2008 e o início de 2009, criaram, sem querer, a byMK (www.bymk.com.br).

Com carreiras promissoras na área de TI do mercado financeiro, enfrentaram (e ainda enfrentam) olhares incrédulos. "O empreendedorismo virou uma missão, para provar para nós e para os outros que é possível. Basta sair da zona de conforto e apostar na ideia", diz Pripas. "O investimento inicial foi tempo (finais de semana, basicamente) e uma mensalidade na Locaweb", conta.

O site tem mais de 500 mil usuários por mês. O conteúdo do byMK é criado pelos seus usuários por meio do editor de looks (área de trabalho na qual os itens são arrastados e colocados para montagem de composições). As peças de roupas,

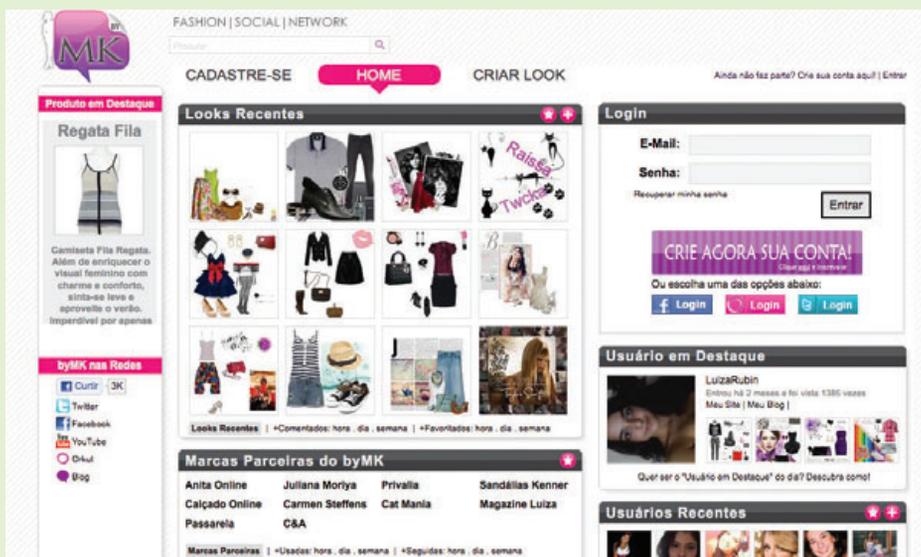
"O empreendedorismo virou uma missão, para provar para nós e para os outros que é possível. Basta sair da zona de conforto e apostar na ideia"

Flávio Pripas,
sócio-fundador da byMK

calçados e acessórios disponíveis são fornecidos por meio de parcerias entre grifes e empresas ou importados pela ferramenta de captura disponível aos usuários.

"O site destaca-se por ser uma rede social com foco em um conteúdo específico, o que permite um retorno diferenciado perante outras redes sociais existentes na internet, já que o produto é mostrado para um público selecionado e com interesse no assunto", explica Pripas.

O fundador reitera a preocupação de estar um passo à frente no que se refere à tecnologia. Um dos exemplos é a aposta no cloud computing. "Com a computação na nuvem, podemos trabalhar de qualquer lugar." Para alcançar o objetivo de ser a grande vitrine virtual de moda no Brasil e no mundo, a empresa deverá contar, no futuro próximo, com o apoio de investidores. "Precisamos testar modelos de negócios antes de fechar qualquer tipo de aporte. Por enquanto, temos receita para investir", diz Pripas.



A grande sacada do site é atuar como uma rede social com conteúdo específico, se diferenciando das demais por ter um público-alvo definido para expor os produtos

Paixão das mulheres: bolsa cheia



Thereza Bukow foi a primeira brasileira eleita uma das 15 empreendedoras mais promissoras do mundo pela Cartier Women's Initiative Awards. Trata-se de um concurso internacional de projetos de negócios criado em 2006 pela Cartier em conjunto com o Women's Forum, McKinsey & Company e a escola de negócios Insead para identificar, apoiar e incentivar projetos liderados por mulheres empreendedoras.

Ela é presidente do Bolsa Cheia (www.bolsacheia.net), empresa de base tecnológica criada com a missão de reinventar a maneira com que as mulheres brasileiras administram seu dinheiro. Para isso, são usados conteúdos sobre finanças pessoais, ferramentas tecnológicas exclusivas e uma rede social própria.

"As mulheres vivem, em média, sete anos a mais do que os homens, permanecem menos tempo no mercado de trabalho e recebem salários mais baixos. Não raro, ficam desamparadas após o divórcio, viuvez ou por nunca se casarem", relata. "Chegou o momento de as próprias

Conteúdos sobre finanças pessoais, tecnologia de ponta e uma rede social própria têm como missão reinventar a maneira com que as mulheres administram o dinheiro

Em um concurso internacional de projetos, Thereza foi a primeira brasileira eleita uma das 15 empreendedoras mais promissoras do planeta

mulheres reconhecerem seu potencial e começarem a tomar o controle de seu destino financeiro", declara.

A empresa faz parte de sua história. "Com muita garra e determinação, porém pouca escolaridade, minha mãe conseguiu se destacar profissionalmente e proporcionar um futuro promissor a mim e a meus irmãos", conta. "Esse fato me mostrou que se uma mulher

com pouca instrução obteve tantas realizações, imagine o que milhares de outras mulheres seriam capazes se tivessem acesso aos devidos recursos?"

Em 2000, ela conheceu Tiffany Bukow, que é casada com seu primo e hoje sócia no Bolsa Cheia. Tiffany fundou uma das empresas de finanças pessoais mais conhecidas nos EUA, a MsMoney.com. "Sempre falamos sobre a ideia de fazer algo semelhante no Brasil, mas não existia mercado na época. Quando retornei ao Brasil após uma temporada de estudo e trabalho na Califórnia, no início de 2010, percebi a mudança do papel da mulher na sociedade brasileira e a ascensão econômica do País. Neste momento, existia a ideia, o mercado e o time fundador", diz.

Foram investidos aproximadamente US\$ 200 mil, contabilizando trabalho humano, recursos intelectuais e despesas para regulamentação.



Peneira de oportunidades



Durante a elaboração de seu trabalho de conclusão de curso (TCC), o estudante de sistemas de informação da PUC-Rio Felipe Salvini percebeu a aplicação comercial das tecnologias que estava estudando. Foi assim que, em 2008, nasceu a Sieve (<http://sieve.com.br>), empresa que desenvolve ferramentas para e-commerce.

O carro-chefe é o Sieve Product que, de maneira simplificada, é um robô (web crawler) que percorre a internet de forma sistematizada com o objetivo de monitorar a concorrência no comércio eletrônico. Sieve quer dizer peneira, em inglês, e tal qual sugere, extrai, separa e entrega a informação de que o cliente necessita. “O foco não é o consumidor final, e sim pequenos e médios lojistas virtuais que precisam de dados atualizados para competir”, explica Salvini. A ferramenta mostra, em tempo real, os preços e a disponibilidade dos produtos da concorrência.

Desde maio de 2010, a Sieve está incubada no Instituto Gênese da PUC-Rio e pretende sair de lá apenas depois de atingir a maturidade. “Nesse ambiente, temos a chancela da universidade, assessoria jurídica e muita

orientação. Facilita também o contato com eventuais investidores por conta do networking. É quase uma garantia de sobrevivência”, avalia Rafael Nunan, diretor de comunicação da Sieve.

Salvini espera obter o retorno do investimento inicial de R\$ 80 mil e faturar R\$ 1 milhão por mês daqui a dois anos. “É perfeitamente factível. Não tem nada de sobrenatural nessa meta, já que o produto é um forte aliado do lojista.” O reconhecimento já começa a vir. A Sieve conquistou o primeiro lugar no concurso de empreendedorismo Campuseiros Empreendem, realizado

na Campus Party Brasil 2011, em São Paulo, entre os dias 17 e 22 de janeiro deste ano.

Ficou ainda em segundo lugar no prêmio Tirando do Papel 2010, promovido pela rede social de empresas Empreendemia. A competição de produtos e serviços de TI e internet seleciona as dez melhores ideias do segmento. “O prêmio, do ponto de vista financeiro, não é grande. Mas os benefícios são imensuráveis pois eventos assim favorecem o networking e a aproximação com grandes players”, conta o CEO.

A Sieve conquistou o primeiro lugar no concurso de empreendedorismo Campuseiros Empreendem, realizado na Campus Party Brasil 2011, no início do ano, em São Paulo

A principal ferramenta da empresa é o Sieve Product, robô que percorre a internet de forma sistematizada com o objetivo de monitorar a concorrência no e-commerce



Tecnologia aplicada



A Bitix (www.bitix.com.br), empresa que está incubada no Instituto G nesis, da PUC-Rio, explora o potencial gerado pela portabilidade, especialmente pelos smartphones e tablets. "Já criamos mais de 30 aplicativos para iPhone e iPad e estamos nesse momento fazendo os primeiros trabalhos para Android e Blackberry", diz o empreendedor Márcio Nunes.

Tudo começou em março de 2008, quando a Apple anunciou que seria possível desenvolver aplicativos para iPhone. Além de sócio de uma empresa representante da Apple, ele dava aula de marketing digital na PUC-Rio e acreditava que os smartphones substituiriam em grande parte os PCs, tornando-se o principal dispositivo de convergência de mídia.

"Eu sempre trabalhei com a Apple. Fui funcionário da primeira empresa a importar Macs oficialmente, em 1988. Em 1995, fundei a Solução Digital, representante autorizada para venda e assistência técnica de produtos do grupo da maçã. A empresa é filiada à Apple Developer Connection (ADC) e já temos desenvolvido diversos softwares para Mac", afirma Nunes.



Com um portfólio de mais de 30 aplicativos desenvolvidos para iPhone e iPad, empresa anuncia os primeiros trabalhos de criação para Android e Blackberry

Ele conta que o processo seletivo para ser uma das empresas incubadas no Instituto G nesis já valeu a pena. Durante três meses, a banca que avaliou o projeto, composta por 16 pessoas de diversas áreas, fez comentários variados que ajudaram muito no nosso business plan, conta.

Ter nosso projeto validado por uma instituição como a PUC-Rio nos abriu muitas portas. Além disso, o acompanhamento feito pelos consultores da incubadora nos ajuda a manter o foco, complementa.

A Bitix aparece hoje como um importante player no mercado de soluções mobile no Brasil. Mas o

começo foi tijolo por tijolo. Iniciamos o negócio muito cedo e a cultura de mobile no Brasil ainda era muito pequena. Passamos o primeiro ano atuando como evangelistas. O mercado só passou a nos dar mais atenção depois que nossos aplicativos figuraram na lista dos mais baixados da App Store, conta.

A equipe conta com 12 pessoas, inclusive um profissional para cuidar especificamente de redes sociais. Nunes diz que há robustos investimentos principalmente em marketing digital e que quase todos os aplicativos da empresa compartilham conteúdo nas redes sociais.

"O mercado só passou a nos dar atenção depois que nossos aplicativos figuraram na lista dos mais baixados da App Store"

Márcio Nunes, fundador da Bitix



Empreendedor crônico



Se empreendedorismo fosse uma doença, certamente o empresário Gustavo Guida Reis estaria contaminado. O lado bom é que a “cura” poderia estar a um clique, em portal que ele mesmo desenvolveu: o Help Saúde (www.helpsaude.com).

Formado em economia, teve um padrão por apenas sete meses e depois decidiu que o caminho para a sua felicidade seria trabalhar em algo seu. Reis começou com o site de busca e

comparação de preços Bondfaro e nunca mais parou. Em 2006, fundiu as operações com o Buscapé e, em 2009, vendeu sua participação para sentir a adrenalina de começar tudo de novo.

A saúde é um setor repleto de incongruências: pacientes com dificuldades de encontrar prestadores de saúde (médicos, dentistas, psicólogos, clínicas); profissionais mal-remunerados e sem uma forma eficiente de captarem pacientes; planos de saúde com altos gastos; e por aí vai. O Help Saúde é um portal que objetiva organizar esse mercado. “Nossa proposta é oferecer produtos e serviços específicos para todos os envolvidos. Lançamos o site em junho de 2009 e desde então construímos a maior base de dados do Brasil, com mais de 1,4 milhão de prestadores cadastrados e mais de 20 planos de saúde listados”, comemora.

Em 2006, Gustavo Guida Reis fundiu as operações com o Buscapé e, em 2009, vendeu sua participação para sentir a adrenalina de começar tudo de novo

O serviço é uma ferramenta de busca em que o paciente encontra o prestador de acordo com critérios, como plano de saúde e localidade. “O paciente resolve o problema que é achar um profissional ou estabelecimento, e o prestador consegue maior visibilidade”, diz Reis.

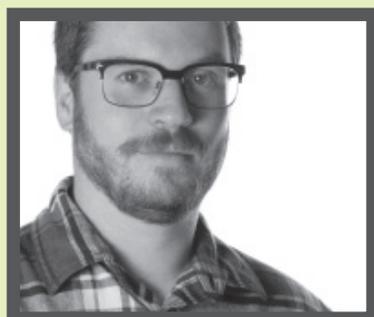
Ele conta que o paciente entendeu a proposta de imediato e adotou o serviço prontamente. O prestador de saúde demorou um pouco, mas cedeu. “Estamos mudando a forma com que o mercado de saúde vinha trabalhando e, por vezes, esbarramos em cabeças um pouco mais tradicionais que não entendem que no futuro a saúde será online. É apenas questão de tempo.”

Experiente, tirou diversas lições nesses anos de startups. “Acho que a principal é não ter medo de trabalhar. É comum para o empreendedor dizer ‘nunca trabalhei tanto na vida’, mas é preciso ficar claro que empreender é 90% execução e o resto é inspiração e sorte”, narra.

The screenshot shows the HelpSaúde website interface. At the top, there's a logo with a blue cross and the text 'HelpSaúde Beta'. Below it, a green banner reads 'Encontre Profissionais de Saúde e Remédios'. There are two tabs: 'Profissionais' and 'Remédios'. A search bar is present with a 'BUSCAR' button. Below the search bar, there are tips and examples. To the right, there's a promotional banner for a 'FotoAlbum com até 115 fotos' with a '67% OFF' discount and 'Economize-Já' button. Below the search bar, there are two sections: 'Navegue Por:' and 'Remédios:'. The 'Navegue Por:' section has four columns: 'Localidade' (Brasília, Minas Gerais), 'Plano de Saúde' (Amil, Sul América Saúde), 'Tipo' (Clínica, Dentista), and 'Especialidade' (Cardiologia, Dermatologia). The 'Remédios:' section has a 'Componentes' column with 'Cafeína' and 'Citrato de Sildenafil'.

O serviço inicial visa atender pacientes e prestadores de saúde com uma ferramenta de busca vertical em saúde, em que o paciente encontra o prestador com facilidade

Descomplicando o conhecimento



Engenheiro e professor de Física para vestibular, Marco Fisbhen sabe quais são as principais dúvidas dos alunos e a maneira de explicar a matéria para que elas sejam sanadas. Para ele, o emprego ideal seria juntar tecnologia e educação. Por isso, em 2007, pegou uma câmera e passou a se filmar dando aulas. No ano seguinte, o diretor de uma escola no Rio de Janeiro aceitou ser seu sócio no Descomplica (www.descomplica.com.br), site cuja proposta é servir de complemento e apoio aos estudantes do ensino médio e pré-vestibular:

A página oferece conteúdo de oito disciplinas por meio de áudio e vídeos. Cada tema de uma determinada matéria tem de quatro a seis vídeos, com cinco minutos de duração, seguido por um teste de múltipla escolha com resultado em tempo real.

Reservado a usuários cadastrados, três conteúdos são liberados após a adesão, como se fosse uma degustação. Para continuar com acesso, é preciso pagar uma mensalidade. Professores têm passe livre e podem usar o banco de dados de exercícios para montar provas, por exemplo.



O Descomplica oferece conteúdo educativo por meio de áudio e vídeos. Oito disciplinas são abordadas, cada uma delas divididas em temas que ajudam alunos e professores

O Descomplica foi um dos finalistas do Desafio Brasil, organizado pelo Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital da Fundação GV

Em 2009, Fisbhen conseguiu investimento em uma competição entre empreendedores. O Descomplica foi um dos finalistas do Desafio Brasil, organizado pelo Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital da Fundação Getúlio Vargas (GVcepe). Ele não saiu de lá com o prêmio principal, de R\$ 65 mil, mas quatro meses depois,

tinha em suas mãos R\$ 300 mil do Gávea Angels, empresa que reúne os chamados "anjos", pessoas físicas que aplicam recursos próprios nas ideias de empreendedores. Espera-se o retorno do investimento para daqui a dois anos.

Durante o julgamento na semifinal do Desafio, Fisbhen ouviu críticas contundentes sobre o produto. "Repensei muito o modelo de negócios da Descomplica depois desses feedbacks", conta ele. "Usamos o dinheiro que recebemos basicamente em produção e construção da estratégia de marketing para o lançamento da empresa."

Hoje, o Descomplica consegue se sustentar com seu próprio caixa. "Temos mais de 600 vídeos, com todo o conteúdo do ensino médio, incluindo a correção dos últimos cinco exames do Enem", orgulha-se o professor: ➔

R\$ 19,90
+
2 MINUTOS
PARA SE
CADASTRAR
=
29 HORAS
DE PROFESSORES
SÓ PARA VOCÊ!
ASSINE
AGORA
Acesso limitado
ao descomplica!

Em busca do céu de brigadeiro



A XMobots (xmobots.com) é uma companhia que desenvolve, fabrica, treina, mantém e opera sistemas não tripulados aéreos, terrestres e marítimo-fluviais.

Desde 2007 incubada no Cietec, localizado na Universidade de São Paulo (USP), a empresa surgiu ainda na faculdade, quando Giovani Amianti e alguns colegas da Escola Politécnica (Poli-USP) estudavam e desenvolviam aeronaves cargueiras radiocontroladas.

Em 2004, eles observaram que a tecnologia poderia ser usada para o monitoramento das linhas de transmissão de energia elétrica, uma atividade de risco realizada por helicópteros. Logo, ficou claro que a operação em linhas de transmissão, que exige aeronaves certificadas, carecia de investimentos elevados. A estratégia então foi focar em veículos aéreos não tripulados (vant) voltados a questões ambientais, como monitoramento de florestas e rios.

Em 2005, começou a ser desenvolvida a primeira aeronave da XMobots, um vant de 32 quilos, 2,63 m de comprimento e 2,5 m de envergadura: o Apoena 1000. O veículo voou pela primeira vez no segundo

semestre de 2008, cerca de um ano após a criação formal da empresa.

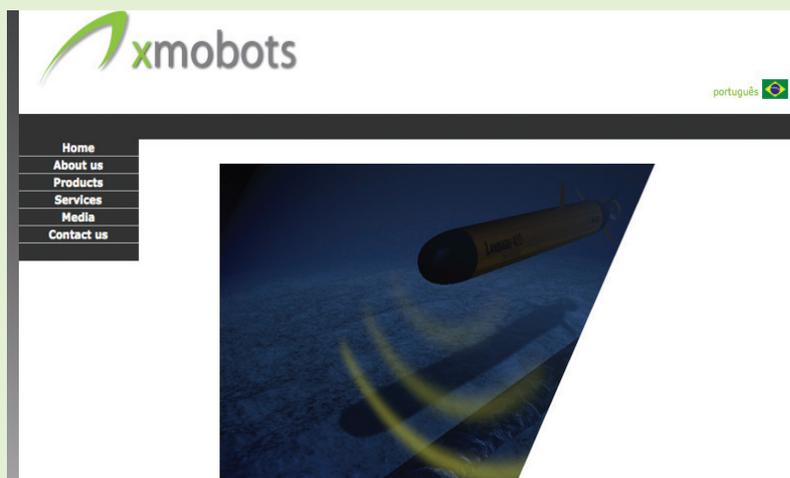
Em 2010, a XMobots faturou R\$ 450 mil. Foi o primeiro ano em que o empreendimento teve receita. Segundo o sócio da empresa, o engenheiro Fábio Assis, o faturamento em 2011 deve ficar entre R\$ 1 milhão e R\$ 2 milhões, mesmo número do investimento inicial, entre capital financeiro e intelectual.

A XMobots presta serviços como monitoramento de reservatório de água e de regiões próximas a barragens. Entre os clientes está a Usina Hidrelétrica de Jirau, do consórcio Energia Sustentável do Brasil (ESBR).

Embora tenha contado com recursos da Finep, Fapesp e CNPq, Assis relata que não tem sido fácil obter capital. "Os investidores querem um tipo de maturidade que não temos. É a mesma coisa quando buscam um estagiário com experiência", compara.

O dinheiro vindo das agências foi integralmente direcionado à pesquisa e ao desenvolvimento. "Não investimos em marketing, por exemplo, porque precisávamos aperfeiçoar o processo, sob risco de não conseguir atender a demanda do mercado, quando ela começasse", relata Assis. Outra dificuldade, para os empreendedores, é conseguir mão de obra qualificada.

Segundo o sócio da empresa, o engenheiro Fábio Assis, o faturamento da XMobots em 2011 deve ficar entre R\$ 1 milhão e R\$ 2 milhões. O grupo foi criado em 2007



Empreendimento desenvolve veículos aéreos não tripulados voltados a questões ambientais e presta serviços como monitoramento de reservatório de água



Parceiros de São Pedro



Literalmente, a startup brasileira ModClima (www.modclima.com.br) faz chover. Desde 2001, a produção de chuvas artificiais está sendo aprimorada, com o apoio da Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp). Eles já estão na sétima renovação de contrato.

Fazer chover, na verdade, não é novidade. As primeiras chuvas artificiais foram provocadas nos Estados Unidos há muito tempo, no final da década de 1930. Mas o grande diferencial da metodologia desenvolvida e patenteada pela ModClima é que o processo usa água potável, sem agressão alguma ao meio ambiente.

Isso é extremamente vantajoso diante dos outros sistemas usados ao redor do mundo, que usam substâncias químicas como iodeto de prata ou cloreto de sódio, proibido em alguns países. Esse processo consiste em semear água nas nuvens com potencial para chuva. A técnica estimula o crescimento da gota de água nas nuvens, fazendo com que elas fiquem pesadas e haja a precipitação.



Com a intenção de aprender técnicas de gestão e fazer contatos internacionais, a ModClima fica incubada no Cietec, que ajuda a empresa nas questões administrativas

Quando chove demais em São Paulo, que é o que vem acontecendo, a ModClima socorre outras regiões do País com carência de precipitações. “Fomos até os fruticultores da Bahia, os que cultivam soja e arroz no Maranhão e os usineiros de cana-de-açúcar, em Pernambuco”, explica Majory Imai, diretora da empresa.

A ModClima atua em uma outra frente, chamada de Árvores Flecha. Com tecnologia própria, limpa e patenteada, permite-se a revegetação de áreas extensas de

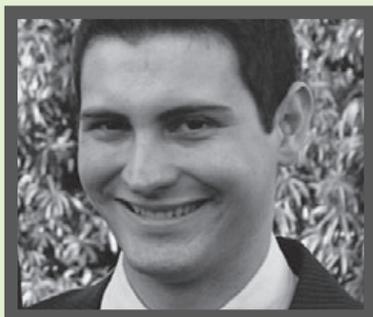
solos exauridos. Esse processo, aliado à produção de chuvas artificiais, viabiliza o trabalho em escala para a recuperação do solo, contribuindo para reduzir os efeitos das mudanças climáticas.

“Mudas previamente estudadas e selecionadas são lançadas de helicóptero por dispositivos biodegradáveis em forma de flechas e fixadas na terra, permitindo a recuperação dos solos de áreas de pastagem ou de cultivo desmatadas ou em processo de desertificação”, explica Majory.

O diferencial da metodologia desenvolvida e patenteada pela ModClima é que o seu processo de criar chuva artificial usa água potável, sem agressão ao meio ambiente



Do blog ao sucesso



Engana-se quem pensa que um blog sobre empreendedorismo escrito por jovens engenheiros não tem nada a acrescentar na árdua missão de ter o próprio negócio no Brasil. “O Saia do Lugar (www.saiadolugar.com.br) surgiu como um diário sobre nossas experiências ao estruturar o Empreendemia, uma rede social para acelerar negócios entre empresas”, conta o sócio Millor Machado.

O engenheiro diz que muita gente não só estranhou o fato de eles

deixarem seus estágios para focar na empresa e no blog, como houve quem achou pretensão alguém em início de carreira ensinar algo sobre empreendedorismo. “Nossa intenção sempre foi orientar e conectar empreendedores, a começar por nós mesmos, sem nenhum tipo de arrogância”, diz. “Assim, enquanto nosso produto ainda não havia sido lançado, os artigos serviriam também para consolidar a marca”, acrescenta. Isso de fato acontece, porque muitas pessoas acessam o Empreendemia depois de ler o blog.

O Saia do Lugar, criado em 2009, é hoje um dos maiores blogs de empreendedorismo do País. São mais de 95 mil visitas por mês e mais de 17 mil seguidores no Twitter; o que gera 100 menções diárias no microblog e média de 4,5 comentários por post publicado. O lema é Empreendedorismo sem Enrolação.

O Saia do Lugar é hoje um dos maiores blogs de empreendedorismo do País. São mais de 95 mil visitas por mês e mais de 17 mil seguidores no Twitter

“Nada de textos chatos, longos e filosóficos. Sentíamos falta de textos práticos e é isso que oferecemos”, diz Machado.

Em um ano, foram investidos R\$ 3 mil em ambas as empresas. “Esse dinheiro pagava o contador e o banco. O principal foi nosso tempo mesmo”, relata. Hoje, a receita vem de publicidade, de e-books e de uma parceria com o Submarino, em que cada livro comprado no site após indicação do blog gera uma comissão.

Outra “recompensa” são as histórias com final feliz que o grupo coleciona. “Houve um caso de um homem que trabalhava em uma multinacional. Após ler nossos posts, viu que era possível investir no próprio negócio, largou seu emprego e hoje se sente realizado”, conta. “Há também aqueles que usam os textos para complementar reuniões de trabalho”, relata. “Não ficamos ricos ainda e é muito cedo para dizer que tudo deu certo. No entanto, famosos nós ficamos”, ri.



Blog foi criado como um diário sobre a empresa que estava sendo fundada pelos sócios, a Empreendemia; hoje, arrasta muitos internautas para o serviço principal

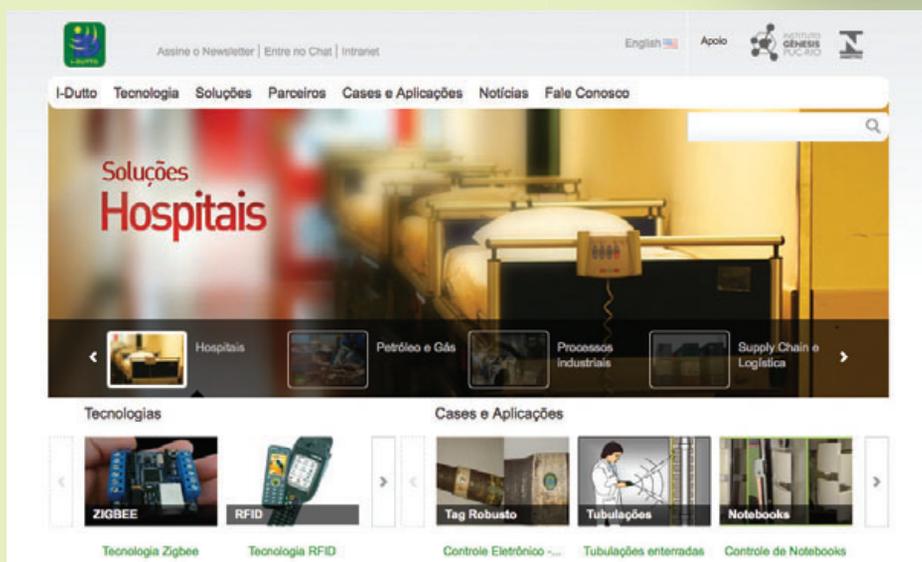
Nada fica debaixo da terra



Proprietário da I-Dutto (www.idutto.com.br), empresa que desenvolve soluções, produtos e serviços para gestão e monitoramento eletrônico de ativos, estoques e materiais envolvidos em processos de alto valor agregado, Vinícius Carneiro explica que o setor de Petróleo & Gás representa o foco comercial inicial da empresa. “Em 18 meses de atuação, desenvolvemos projetos para cinco clientes”, comemora.

Apesar do pouco tempo de atuação, ele é bastante pragmático. “Ao montar um negócio, a gente acha que só vai fazer o que gosta. Mas 70%, no mínimo, é gestão”, garante. Como erros que serviram de lição, ele lista o fato de ter subdimensionado o potencial dos seus negócios, planejado somente o curto prazo e calculado mal a aplicação do tempo de trabalho.

A I-Dutto encontra-se associada à Rede Petro Rio e ao Instituto Gênese (seu plano de negócios foi o de melhor avaliação no processo de seleção de 2008), e à Incubadora de Projetos do Inmetro. No Gênese, tem seu escritório comercial e, no Inmetro, seu Laboratório de Tecnologias Wireless.



O setor de Petróleo & Gás representa o foco comercial inicial da empresa, que tem no Gênese seu escritório comercial e, no Inmetro, o Laboratório de Tecnologias Wireless

A I-Dutto monta dispositivos de identificação eletrônica especiais e os integra a uma série de softwares e hardwares criados por parceiros

“O mercado de gestão eletrônica de ativos, estoques e materiais ainda se resume a aplicações de marcações visuais (tinta e desgaste de material) e códigos de barras, representando uma demanda reprimida por soluções cinco a sete vezes mais eficientes a partir de aplicações de radiofrequência (RFID)”, explica Carneiro.

Dessa forma, a I-Dutto se especializou na montagem de dispositivos de identificação eletrônica especiais e na integração desses dispositivos a softwares e hardwares de parceiros. Assim, além da solução tecnológica, oferece um modelo de negócios inovador, principalmente envolvendo ambientes de alta pressão e temperatura como poços de petróleo e atividades do Pré-Sal.

O empresário, que contou com um investidor anjo para potencializar o negócio, critica a forma como os recursos chegam às mãos dos inovadores. “Os órgãos de fomento, como Finep, CNPq e BNDES, são excelentes fontes de recursos aos empreendedores, além de se tomarem grandes compradores. Mas ainda é uma máquina lenta, mal-administrada, confusa e desestruturada”, finaliza.



Juristas apontam que polêmica ferramenta online atua dentro da legalidade, mas existem queixas acerca do serviço

Por: Fernanda Calgaro

Leilão

Virtual

Como os sites faturam

Os lances têm de ser comprados antes do leilão. O valor varia conforme o site e a quantidade comprada, mas o mais comum é de R\$ 1. Nos sites do leilão de 1 centavo, a cada lance, aumenta em 1 centavo o preço do produto, que começa do zero. Exemplo: um produto é arrematado por R\$ 50. Como o preço sobe de centavo em centavo, basta multiplicar os R\$ 50 por 100 (R\$ 1 = 100 centavos) para saber o número total de lances: 5.000. A R\$ 1 cada lance, sabe-se que o site faturou R\$ 5.000. Ao final, o vencedor do leilão terá que desembolsar o valor arrematado (R\$ 50), mais o número de lances (já pré-pagos) e o valor do frete.

Em um leilão tradicional, arremata quem tiver feito o maior lance. No mundo virtual, entretanto, nem sempre quem desembolsa mais leva. Na versão online mais popular no Brasil, por exemplo, chamada de leilão de um centavo, ganha o dono da última oferta feita com o cronômetro rodando. Uma proposta inovadora, sem dúvida, mas um bocado polêmica.

Cada lance, comprado previamente por R\$ 1 em geral, aumenta em 1 centavo o valor do produto, que começa do zero. O que acontece é que internautas que tiverem disputado um produto com diversos lances podem perder para um retardatário que tiver dado a cartada final. Conta uma dose de estratégia, mas entra também a questão da velha e boa sorte.

Por essa razão, há quem veja semelhanças entre os leilões virtuais e os jogos de azar, como os cassinos, as máquinas caça-níqueis e o jogo do bicho, ilegais em território nacional. Pelo artigo 50 das Leis das Contravenções Penais, são considerados jogos de azar quando "o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte". As exceções são as loterias, que arrecadam impostos e são, portanto, permitidas no País.

Na avaliação de especialistas em direito digital, porém, os leilões online estão dentro da legalidade, pois o resultado não depende apenas da sorte. "Os leilões online prestam um serviço de compra e venda de produtos, como se fossem uma loja virtual. Os sites não se enquadram na definição dos jogos de azar", afirma Rony Vainzof, sócio do escritório Opice Blum Advogados e professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, em São Paulo.

"O usuário consegue acompanhar os lances que estão sendo dados e decidir se continua ou não no leilão. Ele tem certo controle do processo", diz. Segundo Vainzof, a modalidade de leilão que mais se aproxima de um jogo de azar é o de menor lance único. Nele, o internauta chuta um valor no escuro e

leva o produto aquele que tiver dado o palpite de menor valor: "Ainda assim, caberia discussão sobre a legalidade."

O advogado Leandro Bissoli, especialista em direito digital do escritório PPP Advogados, concorda. "Os leilões virtuais são um modelo de comércio eletrônico e funcionam como um intermediário entre o consumidor e os fornecedores dos produtos. Não é possível dizer que a sorte é a única determinante."

Transparência

Se a dúvida acerca da legalidade é pertinente hoje, quando foi lançado o primeiro site no Brasil, em dezembro de 2008, a desconfiança era ainda maior: "A nossa preocupação era abrir mão da nossa carreira para iniciar um negócio que podia não se sustentar: Queríamos ter certeza de que era legal. Fomos, então, atrás de orientação jurídica para saber onde estávamos pisando", conta Guilherme Pizzini, um dos sócio-fundadores do Olho no Click (www.olhonoclick.com.br), site pioneiro no Brasil.

"No jogo de azar, a pessoa não tem controle nenhum sobre o resultado. No caso do leilão virtual, é diferente, o usuário sempre pode dar um lance a mais, depende só dele. É preciso apenas dispor de tempo para acompanhar o leilão, já que alguns chegam a durar horas. Também é necessário, claro, ver se ninguém vai cobrir o seu lance", defende.

Na tentativa de tornar o processo mais transparente, o site Olho no Click, assim como outros, oferece o histórico dos últimos lances recebidos. "Já leiloamos mais de 5 mil produtos e sempre postamos os depoimentos dos ganhadores com fotografia para comprovar."

Internautas que tiverem disputado um produto com diversos lances podem perder para um retardatário que der a cartada final. Aí entra o fator sorte ➔

De acordo com o site Vigilante dos Leilões, havia 111 leilões ativos no Brasil até fevereiro, mas boa parte deles ainda não contava com CNPJ

Atualmente com 600 mil usuários e receita de R\$ 5 milhões, o site espera obter 100% de crescimento até o fim de 2011, tanto em relação ao número de cadastrados quanto ao faturamento.

Alguns sites chegam a contratar auditoria externa para tentar sanar a desconfiança do usuário, como é o caso do Martela (www.martela.com.br).

"Estamos investindo pesado em infraestrutura. Seria preciso haver uma regulamentação do mercado para separar o joio do trigo", diz Sidney Pedrotti, um dos fundadores do site.

Ele aposta ainda na implantação de um SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor), com fila de espera na linha telefônica e atendimento protocolado para ter controle maior das reclamações que chegam. O investimento se justifica pelo crescimento esperado. Em fevereiro, eram cerca de 100 mil usuários, e a expectativa é dobrar o número de cadastrados a cada mês.

A febre é tanta pelo leilão de 1 centavo que, na semana anterior ao seu lançamento, em fevereiro, o Magnatta (www.magnatta.com.br) havia cadastrado 1.800 usuários. "Esperamos ter mais de 100 mil até o fim de 2011", diz Fernando Gouvêa, um dos sócios.

Reclamações

Enquanto a adesão de novos apostadores aos sites de leilão virtual cresce, aumenta proporcionalmente o número de queixas contra esse



tipo de serviço eletrônico. Basta uma consulta rápida no Reclame Aqui (www.reclameaqui.com.br) para ver que nem tudo é um mar de rosas. Os problemas mais frequentes relatados giram em torno da suspeita do uso de softwares que criam usuários falsos para arrematar os produtos, os "robozinhos" no jargão do meio. "Alguns programas já têm no seu script o preço mínimo que o

produto deve atingir", alerta Marcio Maruyama, dono do blog Vigilante dos Leilões (www.vigilantedosleiloes.com.br), referência para quem busca informações sobre o setor. Levantamento feito pelo blogueiro apontou a existência de 111 leilões ativos no Brasil em fevereiro, mas boa parte sem CNPJ.

Segundo Maruyama, os leilões online já estão mais consolidados



Praticante do modelo de leilão virtual de 1 centavo, sucesso no Brasil, o site Magnatta tem como objetivo reunir mais de 100 mil usuários até o final de 2011

Na avaliação de especialistas em direito digital, os leilões online estão dentro da legalidade, pois o resultado não depende apenas da sorte

no exterior; sobretudo nos Estados Unidos, mas ainda assim recebem queixas. O site norte-americano mais popular é o Swoopo (www.swoopo.com), que difere dos brasileiros principalmente por causa da duração do leilão (quatro horas) e a contagem do tempo.

No fórum do blog, há desde denúncias de fraudes a problemas na entrega de produtos, que, misteriosamente, nunca chegam. "O fato é que tem de tudo por aí. Já apareceu até gente comentando sobre um site que leiloava filhotes de cachorro. Só fico imaginando como seria feita a entrega caso o vencedor ficasse

em outro Estado", relata o dono do blog Vigilante dos Leilões.

Outra crítica aos leilões online é a possibilidade de eles deixarem uma pessoa viciada. Para evitar isso e também outros tipos de fraude, os sites têm limitado o número de produtos que podem ser arrematados por mês, geralmente cinco ou seis. "Não acho saudável passar muitas horas por dia na frente do computador por causa de um leilão. Até não vejo problema em acessar os sites todos os dias, mas é preciso conhecer o seu limite, tanto do bolso quanto da saúde", opina Maruyama.



Os tipos de leilão virtual

Leilão de 1 centavo

É o mais popular. Os produtos começam o leilão do zero e, a cada lance dado, o valor aumenta em um centavo. Um cronômetro marca o tempo, que varia conforme o site, mas é contado em poucos segundos. Toda vez que alguém faz um lance, o cronômetro recomeça. Arremata o produto quem tiver sido o último a dar o lance quando a contagem terminar.

Leilão reverso

Não existe um preço preestabelecido para o produto. A cada lance, um determinado valor é deduzido do total. O usuário tem um tempo curto, de 30 segundos, por exemplo, para decidir se quer comprar o produto. Esse tipo de leilão é o inverso do leilão de um centavo.

Leilão de preço mínimo ou de menor lance único

O usuário deve sugerir um valor para o produto. Ganha quem der o menor valor e for o único.

10 dicas para não cair em enrascada

1 Antes de participar de um leilão online, pesquise sobre o site.

2 Consulte o Reclame aqui (www.reclameaqui.com.br) para ver se há algum tipo de reclamação.

3 Confira se o site oferece telefone e e-mail de contato. Vale a pena ligar ou mandar um e-mail com alguma dúvida só para testar o serviço de atendimento.

4 Veja se o site tem CNPJ, que pode estar indicado na

própria página do leilão. Vá até o site do Ministério da Fazenda (www.receita.fazenda.gov.br) e consulte a situação do CNPJ.

5 Verifique quem são os parceiros fornecedores dos produtos. Geralmente, sites não idôneos dificilmente fecham parcerias grandes.

6 Leia com bastante atenção o regulamento antes de participar do leilão.

7 Confira se, na hora do cadastro ou de comprar lances, aparece um cadeado em

um dos cantos da página ou na barra de endereços, o que significa que os dados estão protegidos.

8 Ao se cadastrar, o site deve mostrar proteção digital que evita os spams.

9 Informe-se sobre condições de entrega do produto.

10 Em caso de problema, o cliente está amparado pelo Código de Defesa do Consumidor. Se quiser devolver um produto arrematado online, poderá fazê-lo em até sete dias.

45,1 milhões

de usuários brasileiros acima de seis anos de idade acessam a internet de casa ou do trabalho.*

24,3 horas

é o tempo médio que um internauta brasileiro passa na frente do computador por mês.*

77,3 milhões

é o total de usuários web no Brasil. O número é maior do que a população inteira do Reino Unido, com 62 milhões de habitantes.*

Fontes: Relatório "The Brazilian Online Audience", divulgado pela comScore em fevereiro de 2011 (comscore.com); Escritório de Estatísticas Nacionais do Reino Unido (www.statistics.gov.uk).

REDE DE NEGÓCIOS

Com soluções inteligentes e criativas, empresas exploram cada vez mais o universo das mídias sociais. Só é preciso tomar cuidado para não adotar uma estratégia equivocada

Por: Fernanda Calgaro

■ Criar uma rede social na intranet para a troca de ideias entre os funcionários, como fez a Dell; associar o nome da empresa a uma celebridade no Twitter, a exemplo da Claro e do jogador Ronaldo; ou ainda pedir o palpite de internautas para montar um carro conceito, como fez a Fiat. Mais do que lançar produtos, receber reclamações ou tirar dúvidas de clientes, as mídias sociais devem ser vistas pelas companhias como um poderoso meio de interação com o seu público, tanto externo quanto interno.

A moeda de troca, porém, não é econômica. Como o próprio nome diz, é social, baseada no relacionamento. O desafio, então, é saber usar as redes de maneira inteligente, mas sem ficar se autopromovendo. "É a mesma coisa se um rapaz se aproximar de uma garota no bar e ficar dizendo como ele é legal, bonito e simpático. Não é assim, a conversa tem que fluir de outro jeito", afirma José Carlos Rodrigues, professor de arena digital da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) de São Paulo.

Da mesma maneira, não dá para a companhia ficar apenas falando bem de si mesma nas redes sociais. "As empresas não são importantes, nem os seus produtos. São raras as exceções, como o Google e a Apple, em que os produtos são as estrelas e todo mundo quer ler ou falar sobre eles."

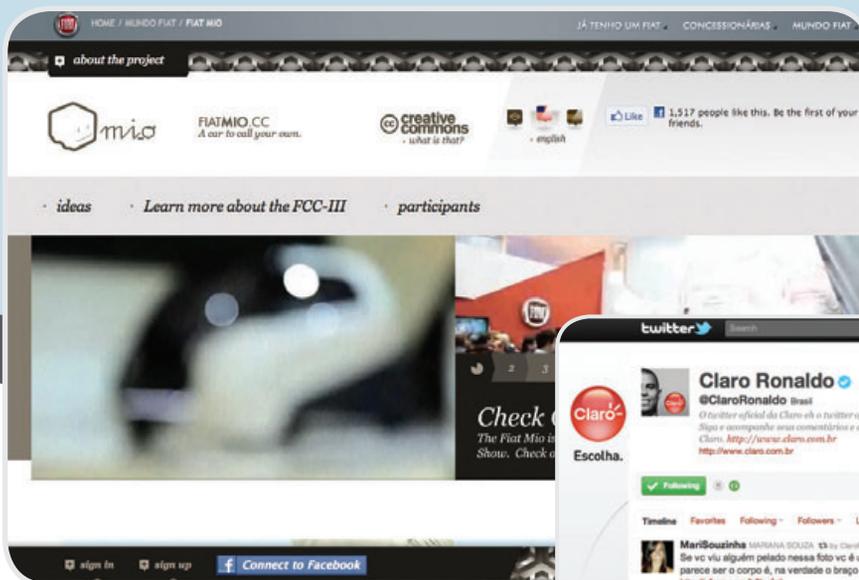
E engana-se quem acha que o número de seguidores no Twitter ou de integrantes na comunidade do Orkut é medida de sucesso ou eficácia. "Muitas campanhas de mídias sociais têm como único objetivo bater meta numérica,

Mais do que lançar produtos ou tirar dúvidas de clientes, as mídias sociais devem ser vistas como um poderoso meio de interação com o público



■ A campanha de criação do carro Fiat Mio foi concebida a partir de palpites de consumidores ao longo de mais de um ano





Plataforma social criada pela Fiat para criar o "carro do futuro" gerou um senso de comunidade entre os participantes

Página do ex-jogador de futebol Ronaldo no Twitter mescla informações pessoais com iniciativas de marketing da operadora Claro



Oferecer brindes em troca de um "curtir" do usuário na página da empresa no Facebook ou para que ele entre na comunidade no Orkut é uma medida bastante questionável, na opinião de especialistas

gerar cliques", critica Gustavo Jreige, diretor de criação, conteúdo e mídia da consultoria Agência Polvora, que faz análises do mercado.

Registrar muitos acessos é importante, mas não é tudo. "A estratégia é atrair as pessoas pelo conteúdo, nem que seja para divertir. Tem que haver uma utilidade. Só não pode ser mais do mesmo. É preciso surpreender o consumidor", diz Jreige. E, se a mera preocupação com audiência na página é insuficiente, oferecer brindes em troca de um "curtir" do usuário na página da empresa no Facebook ou para que ele entre na comunidade no Orkut é ainda mais questionável, na opinião dos especialistas.

"Quando as empresas dizem: 'Sigam a gente no Twitter e

concorram a alguma coisa', estão literalmente pagando para ter amigo. A hora em que a empresa parar com a promoção, também vai cair a adesão", diz Rodrigues. Para funcionar, vale ter um serviço associado, como no lançamento do filme **Toy Story 3**, da Disney, no Facebook, que mostrava os cinemas onde estava sendo exibido. O usuário indicava o filme para conhecidos e combinava o horário da sessão.

Marcelo Coutinho, professor de mídias sociais da Eaesp-FGV (Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas), concorda. "Confiança não é algo que se compra. O usuário valoriza informação de qualidade. Tem muito mais sentido, por exemplo, a empresa pedir ao internauta que dê um 'curtir'

no Facebook para participar de um concurso e receber um aplicativo do iPhone para medir a estabilidade da sua rede de internet."

Em colaboração

Fazer campanhas colaborativas nas redes sociais, isto é, pedir sugestões e ouvir o que pensam os internautas, também funciona. Unanimidade de case bem-sucedido, a campanha de criação do carro Fiat Mio foi concebida a partir de palpites de consumidores ao longo de mais de um ano. "Foi criada uma verdadeira plataforma de relacionamento, e isso gerou um senso de comunidade entre aqueles que participaram do processo", diz Carol Terra, diretora de mídias sociais da consultoria Agência Ideal.

As ações da seguradora Porto Seguro, que incluem a campanha Trânsito + Gentil e o portal de trânsito PortoVias, são lembradas como exemplos inteligentes de prestação de serviço.



Case Fenômeno

Em meio aos posts sobre os filhos e a carreira, a página do Twitter do Ronaldo Fenômeno também traz promoções e ofertas da Claro. Estranho? Não, a ação faz parte de uma campanha de marketing da empresa de telefonia para associar a sua marca à imagem do ex-jogador de futebol. São mais de 1,2 milhão de seguidores da página (twitter.com/claroronaldo). A parceria começou na época da Copa do 2010 e, por causa do sucesso, foi estendida. Segundo a empresa, o retorno tem sido positivo, o que repercutiu também em ações no Facebook, YouTube e Twitter, onde mantém outras contas com conteúdos diferentes. De olho no impacto das redes sociais, a empresa afirma que "acompanha as tendências e não poderia ficar de fora das mídias sociais".



Case Motoristas gentis

Para aliviar o estresse e a tensão de dirigir nas grandes cidades, a seguradora Porto Seguro lançou mão de uma campanha educativa para incentivar atitudes positivas dos motoristas, a Trânsito + Gentil. Com comerciais na TV e vídeos para a internet, a ação teve um reforço com a ajuda das redes sociais.

"Compartilhar a campanha pelo Twitter, Facebook e Orkut foi uma grande ação", afirma Rafael Caetano Tongnole, gerente de canais eletrônicos e gestão de clientes. Além de pregar as boas maneiras no trânsito, a página www.transitomaisgentil.com.br traz dicas sobre manutenção do carro e orientações sobre as leis.

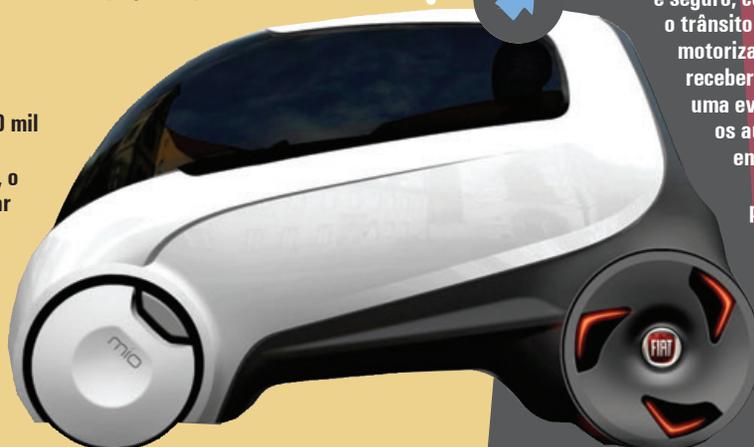
Outra iniciativa bem-sucedida é o Porto Vias, site de serviço em tempo real que informa o índice de congestionamento nas cidades da Grande São Paulo e Grande Rio. Os dados vêm do sinal dos mais de 400 mil carros rastreados pela seguradora.

No site www.portovias.com.br, o usuário consegue ainda personalizar as rotas que faz habitualmente e conferir a duração do trajeto naquela hora. A consulta pode ser por computador, smartphone (aplicativo ou browser), ou, no caso do segurado, telefone.



↑ Mídias sociais reforçaram campanha de TV da Porto Seguro, que incentiva os motoristas a terem atitudes mais positivas no trânsito

↓ Via fóruns de discussão, os internautas criaram um "carro do futuro" para a Fiat. O protótipo, porém, não foi projetado para ser vendido



Case Carro do futuro

A Fiat apostou na inventividade dos internautas e lançou em 2009 o projeto Fiat Mio. "Queríamos entender o que os nossos consumidores e apaixonados por carros pensavam sobre um carro do futuro", afirma João Batista Ciaco, diretor de publicidade e marketing de relacionamento da Fiat.

De questões técnicas ao design e à ergonomia, tudo foi discutido nos fóruns criados no site www.fiatmio.com.br. Definidas as especificações, com o auxílio de engenheiros da empresa, o passo seguinte foi elaborar o conceito de marketing e a marca do produto. No total, mais de 17 mil participantes, de 160 países, enviaram 11 mil ideias.

O resultado pôde ser conferido no Salão do Automóvel em outubro de 2010. "Chegamos a um veículo compacto, ágil e seguro, com novas soluções para o trânsito das grandes cidades, motorização limpa, capacidade de receber atualizações e que ofereça uma evolução na interface entre os automóveis e seus usuários", enumera Ciaco.

O carro, porém, não foi pensado para ser vendido. "Muitas ideias ainda não são viáveis na prática, mas a discussão foi lançada e vamos continuar pensando no tema."

No site Porto Vias, o usuário tem a oportunidade de personalizar as rotas que faz habitualmente e conferir a duração do trajeto naquela hora



Case Microblog interno

Apareceu um problema no trabalho e o colega ao lado não sabe ajudar? No caso da Dell, fabricante de computadores e outros produtos tecnológicos, basta escrever a dúvida no microblog interno, o Chatter (semelhante ao Twitter), e mais de 100 mil funcionários distribuídos em 100 países lerão a sua mensagem.

"O nível de interação é muito maior e a comunicação, mais rápida ainda", afirma Gretel Perera, diretora de comunicações corporativas da Dell América Latina. "Apesar do grande número de funcionários, a comunidade é mais unida, fica muito fácil o diálogo entre linha na China e na Europa, por exemplo."

Ainda para o público interno, a empresa tem blogs corporativos, que trazem notícias, vídeos e mensagens dos executivos. Os blogs são escritos em inglês, espanhol, norueguês, japonês e chinês, mas não são traduções, já que o conteúdo é diferenciado de acordo com o seu público.

Outra iniciativa bem sacada é da Pepsico, fabricante dos salgadinhos Doritos e Ruffles. A companhia lançou uma rede social própria, a Snack Life (www.snacklife.com.br), em que os consumidores opinam sobre esses e outros produtos.

Algumas empresas têm apostado na contratação de celebridades para assumir a sua conta nas redes sociais, como o Twitter: "Personificar a instituição ajuda a criar maior empatia com a marca", avalia Alessandro Barbosa Lima, CEO da E.life, empresa de pesquisa e monitoramento do mercado das mídias sociais.

Gustavo Jreige, da Polvora, lembra, por fim, que o sucesso dessa estratégia depende da imagem do famoso que irá representar a marca. "Uma parceria que funcionou foi entre o apresentador Marcelo Tas e a Telefonica, porque havia uma separação clara entre os posts dele e os corporativos." Segundo o diretor de criação, quando essa divisão é mais tênue, o internauta pode ficar confuso. "Na conta da Claro no Twitter com o Ronaldo Fenômeno, mais difícil saber quem está falando naquele momento: a Claro ou o Ronaldo."

No expediente

A popularidade das redes sociais chega também ao ambiente corporativo. Só que nem toda empresa libera o acesso aos seus funcionários. Os principais receios são colocar em perigo a segurança do sistema e cair a produtividade. "A decisão varia realmente de acordo com o perfil da companhia.

Em muitos casos, há o risco de o funcionário revelar algum segredo industrial, passar informação



Case Batalha de conceitos

Se antes as corporações se vangloriavam de ter as melhores cabeças no seu quadro de funcionários, hoje a principal preocupação é ter ideias inspiradoras, não importa de onde elas venham.

Atento a isso, Hans van Hellemondt trouxe para o Brasil da Holanda, seu país de origem, o site Battle of Concepts (www.battleofconcepts.com.br). Nele, as empresas participantes expõem problemas reais em busca de soluções propostas por estudantes. Em troca, eles ganham prêmios em dinheiro, visibilidade e propostas de emprego.

Desafio posto, os jovens têm três meses para se debruçar sobre a questão. As áreas de atuação são as mais variadas: marketing, tecnologia, recursos humanos, finanças e meio ambiente.

"Encontramos soluções muito boas sugeridas pelos estudantes. O que acontece nas empresas é que, por comodismo ou receio de se indispor com a chefia, muitos funcionários deixam de lado a sua criatividade e têm medo de ousar no trabalho", avalia Hellemondt. O site, que

existe também na Bélgica e nos EUA, mas com algumas diferenças, começou no Brasil em 2009. Atualmente, 6 mil alunos de mais de 300 universidades estão registrados.



A popularidade das redes sociais chega também ao ambiente corporativo. Só que nem toda empresa libera o acesso aos seus funcionários. Os principais receios são colocar em perigo a segurança do sistema e cair a produtividade

confidencial. É preciso ponderar isso", diz Rodrigues, professor da ESPM.

Quando o empregador desbloqueia as redes sociais, é aberto um espaço para a vida pessoal dentro do trabalho. Para usufruir dos benefícios proporcionados pela interação das redes e, ao mesmo tempo, evitar possíveis problemas, empresas têm criado canais internos, como blogs e ferramentas nos moldes do Twitter. Para Jreige, ao desenvolver uma rede na intranet, cria-se um ambiente social, em que o relacionamento passa a ser entre pessoas do próprio trabalho. "São objetivos diferentes. Com a vantagem de que o conhecimento não fica restrito àquela pessoa e, mesmo após a saída do empregado, permanece na corporação."

Antes de tudo, porém, Carol Terra, da Agência Ideal, recomenda criar políticas internas de conduta, para regulamentar aspectos como que tipo de informação poderá circular, horário de uso e se haverá acesso mais limitado dependendo da hierarquia. "Tudo pode ser acordado para que as pessoas

fiquem online sem atrapalhar seu rendimento no trabalho."

Novas gerações

Com adaptações ou não, a certeza é de que nenhuma empresa poderá ficar de fora desse novo meio de relacionamento. Hoje, 85% dos

internautas brasileiros acima de 15 anos que acessam de casa ou do trabalho estão nas redes sociais, número equivalente a 34 milhões de pessoas. Os dados são da consultoria norte-americana comScore, que faz medições em mais de 170 países.



Especialistas indicam às empresas agregarem valor às ações divulgadas, e não apenas pedir que o internauta dê um "curtir" no Facebook para participar de um concurso



Para usufruir dos benefícios proporcionados pela interação das redes e, ao mesmo tempo, evitar problemas, empresas têm criado canais internos, como blogs e ferramentas nos moldes do Twitter

O amadurecimento das gerações Y e Z, aqueles nascidos a partir dos anos 1980 e 1990, e a participação dessas pessoas no mercado de trabalho força ainda mais a presença das empresas nas redes, na avaliação de Marcelo Coutinho, professor da FGV. "Não é mais uma escolha da empresa querer ou não fazer parte desse mundo. Clientes, fornecedores e distribuidores vão obrigá-la a isso." O que não quer dizer que os outros canais de publicidade ou atendimento ao cliente vão morrer: "Antes de mais nada, eles vão se combinar", acrescenta Coutinho.

Na avaliação de Jreige, da Polvora, é essencial aderir a essa plataforma para conversar com as gerações mais novas. "Para os adolescentes de hoje, é tão natural que eles não sabem nem mais de onde veio a informação, se leram no Twitter ou ouviram no banheiro do colégio. Já faz parte deles."

A tendência, segundo Coutinho, é que, em breve, haja um salto ainda maior de usuários nas mídias sociais. "O barateamento do acesso à banda larga, fixa ou móvel, por conta da condição geral da economia

brasileira e de grandes eventos, como a Copa e as Olimpíadas, vai acelerar esse processo."

Se a necessidade de estar nas redes é dada como certa, a dúvida que surge nas corporações é: qual a equipe ideal para gerir essa nova área? "Há várias lacunas de como atuar e sobre quem vai gerenciar o processo", diz Barbosa Lima, da E.Life. Um dos erros apontados é situar o departamento dentro de um setor específico. Algumas tratam o assunto como se tivesse relação só com o departamento de tecnologia, ou de marketing, ou ainda o de relacionamento com o cliente. Porém, deve ter um pouco de tudo.

"Quando o setor fica restrito a um único departamento, a informação não circula. Não adianta pegar notáveis da geração Y e achar que está tudo certo. É preciso ter representantes de todas as áreas da corporação, nem que seja num departamento virtual, mas com integrantes de cada uma das áreas que troquem experiências e conversem sobre o conhecimento adquirido nas redes", completa Lima.

Se este anúncio fosse um Email Marketing Locaweb, saberíamos que você está lendo.

Contrate com o cupom
EMM52A0271 e

**ganhe 10%
de desconto**

na 1ª mensalidade do
Email Marketing II.

* Válido para as 1000 primeiras contratações
do Email Marketing II pelo site, até 15/06/2011.

Agora você vai criar, enviar e saber exatamente quem foi impactado por suas campanhas.

Rápido, prático e muito seguro, o Email Marketing Locaweb é uma grande solução para divulgar seu produto ou serviço. Em poucas etapas você cria, dispara e monitora precisamente quem viu sua mensagem. Quer resultados efetivos em sua comunicação? Então você precisa conhecer essa ferramenta.

LOCAWEB

Accesse Locaweb.com.br/EmailMarketing
e saiba mais.

Falta IP para tanta gente

Com o fim iminente dos protocolos disponíveis, portais, desenvolvedores e fabricantes correm para alterar seus sistemas de conectividade à internet e se adaptar ao IPv6

Por: Gabriel Dudziak

■ Há tempos circula na rede uma história inusitada, que diz que um garoto da Dakota do Norte, nos EUA, teria feito uma aposta nada modesta: imprimir a internet inteira! Não se trata, obviamente, de uma história verdadeira, mas todos que a leem acabam pensando no tamanho da rede.

Parece até que a internet é infinita, que pode abarcar o mundo inteiro dentro dela. Sites, celulares, computadores, laptops, servidores, provedores e toda a leva de gadgets que não param de surgir... Tudo rodando junto, livre, sem qualquer tipo de problema com espaço para se difundir. Pois bem: a história não é bem assim...

O fato é que, para funcionar, cada dispositivo conectado à rede tem seu próprio protocolo de internet, mais conhecido como endereço IP. É isso que permite aos computadores e outros aparelhos encontrar o caminho dentro da web e chegar ao seu destino.

Os protocolos usados atualmente, enquadrados em um grupo batizado de IPv4, foram estabelecidos em 1977 pelo matemático Vinton Gray Cerf (mais conhecido como Vint Cerf) e seus companheiros do Departamento de Defesa dos EUA. À época, os hoje considerados pais da internet conseguiram obter a quantidade de 4,3 bilhões de endereços IPv4. O número – fruto das combinações possíveis no sistema de 32 bits –

parecia imenso, especialmente porque a internet era um projeto de abrangência restrita naquele momento, com apenas algumas máquinas rodando o sistema de comunicação entre computadores.

A história que seguiu todo mundo conhece: a rede ganhou corpo, saiu dos porões da Defesa dos EUA e agora se aproxima, a passos largos, de abarcar toda a população mundial. Isso tirando as pessoas que têm dois, três ou mais dispositivos conectados à rede.

Resultado: em fevereiro de 2011, a Internet Assigned Numbers Authority (IANA), entidade que regula e controla a distribuição de IPs, entregou à zona do Pacífico seus últimos blocos da versão IPv4, vigente em todo o mundo. Ou seja, se nada fosse feito, não haveria



■ A Iana, entidade que regula e controla a distribuição de IPs, entregou em fevereiro à zona do Pacífico seus últimos blocos da versão IPv4 vigente no mundo

mais como acessar a internet por novos aparelhos, uma vez que em breve estarão esgotadas as combinações disponíveis de IPs do planeta.

■ O advento do IPv6

Para resolver esse problema, diferentes companhias e desenvolvedores começaram a trabalhar no final da década de 1990 no IPv6, um sistema de protocolos em 128 bits capaz de formar mais de 340 decilhões de combinações. Desde então, a novidade vem sendo desenvolvida e incorporada, de forma que, em tese, está tudo pronto para adotar o novo padrão.

Bom, então está tudo resolvido? Sim e não. A questão da falta de endereços certamente encontrou uma solução, em que pese o número virtualmente infinito de novas combinações proposto pelo novo padrão. No entanto, há sérias preocupações a respeito da transição do IPv4 para o IPv6, que aos poucos vai ocorrendo, mas que de fato ainda não engrenou. Tudo porque o novo protocolo da internet é altamente incompatível com a atual versão. Dessa forma, existe a possibilidade de não haver comunicação adequada entre os dispositivos, servidores e sites quando a troca for feita em larga escala.

Mesmo com toda a preparação para o IPv6 – os principais sistemas operacionais, sites e provedores já incorporaram o novo protocolo –, é

iana
Internet Assigned Numbers Authority

The Internet Assigned Numbers Authority (IANA) is responsible for the global coordination of the DNS Root, IP addressing, and other Internet protocol resources. [Learn more about what we do »](#)

Domain Names	Number Resources	Protocol Assignments
<p>IANA manages the DNS Root Zone (assignments of ccTLDs and gTLDs), as well as the .int registry, and the arpa zone.</p> <ul style="list-style-type: none">• Root Zone Management• Database of Top Level Domains• .int Registry• .arpa Registry• IHN Practices Repository	<p>IANA coordinates the global IP and AS number space, and allocates these to Regional Internet Registries.</p> <ul style="list-style-type: none">• IP Addresses & AS Numbers• Think we're attacking you?	<p>IANA is the central repository for protocol name and number registries, used in many Internet protocols.</p> <ul style="list-style-type: none">• Protocol Registries• Apply for an assignment

O IPv6 é um sistema de protocolos em 128 bits capaz de formar mais de 340 decilhões de combinações. O problema será o período de transição

difícil saber o que acontecerá com o mercado diante do novo sistema. Afinal, é impossível testá-lo plenamente, a não ser na prática. De quebra, é certo que o IPv6 precisará de maturação para rodar no melhor de sua forma; sem brechas de segurança, com compatibilidade com os browsers, roteadores e por aí vai.

■ Visão dos analistas

Os mais otimistas, em geral grandes portais e fabricantes, dizem que o consumidor nem perceberá a migração. Por outro lado, alguns analistas afirmam que a mudança pode causar sérios problemas em um primeiro momento.

Em entrevista ao jornal norte-americano *The New York Times*, Leslie Daigle, chefe de tecnologia da Internet Society, organização sem fins lucrativos que fiscaliza a rede e também a transição dos padrões de IPs, disse que o procedimento é complexo e que provavelmente causará dores de cabeça nos consumidores até que as incompatibilidades sejam resolvidas. Assim, deve haver um período de uso paralelo dos dois protocolos, mas uma hora a transição terá de ser realizada por completo.

No bate-rebate de especulações, as empresas líderes do setor se apressam a realizar testes para minimizar o efeito da mudança de padrão na vida do usuário. E é isso que Yahoo, Google e Facebook farão no dia 8 de junho, por exemplo. Os três grandes portais da internet, que juntos geram mais de um bilhão de visitas por dia, concordaram em participar do World IPv6 Day. O evento irá mostrar, por meio de testes, se o novo sistema já está plenamente funcional. E para os internautas ávidos por novas tecnologias, é bom que esteja.

Do desenho ao CSS3

Confira as mudanças que o novo padrão para folha de estilos provocará no processo de criação de páginas web

Por: Felipe Magalhães

A presença do CSS3 (Cascading Style Sheets 3) no dia a dia de quem trabalha na criação de páginas web está se tornando cada vez mais sólida. Afinal, as versões atuais dos navegadores mais populares do mercado, como Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Apple Safari e Opera, já dão suporte a muitas propriedades do novo padrão para folhas de estilo que está sendo definido pela W3C. Dentro desse cenário, até mesmo os designers mais experientes têm questionado de que forma essa nova tecnologia irá interferir no processo de diagramação de páginas daqui para frente.

E o fato é que as possibilidades oferecidas pelo CSS3 vão mudar muito o desenvolvimento visual de sites, desde o projeto até a concepção das páginas.

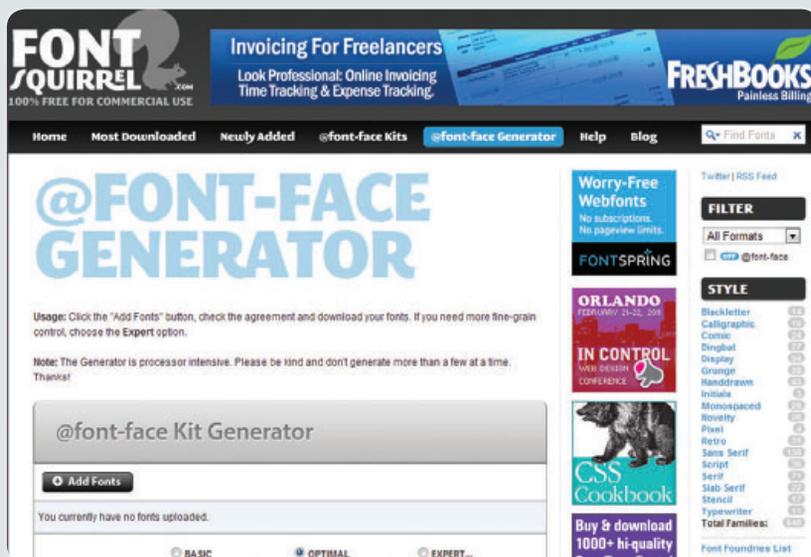
Famílias de fontes // Ao montar um layout com o novo padrão, por exemplo, não haverá mais a necessidade de se prender à lista de fontes padrão da web. O CSS3 permite o uso de fontes externas, com a utilização do @fonte-face. Assim, será possível recorrer a famílias de fontes variadas, fazendo com que o designer possa ficar mais livre para criar a arte, sem ficar preso à atual limitação. De quebra, a fonte a ser utilizada não precisa estar instalada na máquina. Basta usar o código conforme o modelo a seguir:

```
@font-face {
    font-family: broadway;
    src: url('Broadway.otf');
}
```

Importa-se a fonte com o @font-face. O font-family deve ser apontado pelos recursos que venham a usar esta família de fonte. E o src, por sua vez, voltado para o caminho relativo em que se encontra o arquivo de fonte. Para a aplicação da fonte em seletores CSS3, basta fazer:

```
p {
    font:36px broadway, Arial,
    Tahoma, Sans-serif;
}
```

Dessa forma, as fontes reservas continuam sendo usadas, por motivos de segurança, mas pode-se recorrer normalmente à família de fonte criada no CSS. Fique atento, pois caso o usuário possua uma conexão mais lenta, o texto será carregado inicialmente na fonte padrão. Só depois que o estilo



O eficiente software FontSquirrel é um dos conversores de fontes online disponíveis no mercado. Você pode baixá-lo gratuitamente no endereço www.fontsquirrel.com

Até mesmo os designers mais experientes têm questionado de que forma o CSS3 irá interferir no processo de diagramação de páginas daqui para frente. E o fato é que o desenvolvimento de sites vai mudar sensivelmente

(e a fonte) for carregado, será realizada a formatação a fim de exibir corretamente a informação. Preste atenção também em algumas restrições, como o fato de o Internet Explorer 7 ou superior aceitar apenas fontes com a extensão .eot. Já os navegadores Safari, Firefox, Chrome e Opera rodam .ttf e .otf.

Contudo, existem conversores online de fontes para auxiliar no trabalho. Não deixe de considerar ainda as licenças das fontes, pois muitas distribuídas hoje em dia gratuitamente devem ser, na verdade, devidamente pagas.

Efeito de sombra // Outro efeito interessante para textos propiciado pelo CSS3 é a possibilidade de sombra. O mecanismo é configurado pela propriedade text-shadow,



A aplicação do efeito de sombra sobre textos tornou-se mais fácil com o auxílio da tecnologia CSS3

na qual devem ser informados fatores como: deslocamento da sombra

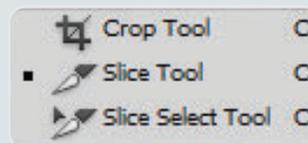
para a direita (valores negativos deslocam a sombra para a esquerda); deslocamento para baixo (valores negativos deslocam a sombra para cima); raio para desfoque da sombra; e cor da fonte. Confira:

```
text-shadow: 2px -2px 10px #fff333;
```

Caso queira inserir mais de uma sombra no texto, basta separar as características por vírgula (,).

```
text-shadow: 2px -2px 10px #fff333, 1px -3px #003366, -1px -4px #9966cc;
```

Você pode conseguir efeitos muito interessantes, como o velho truque do rastro de fogo no texto, tão ensinado em tutoriais de Photoshop. Para isso, basta fazer uso de sobreposição de sombras.



Background das páginas // Outra prática comum no processo de passagem do Photoshop ou Fireworks para o HTML é o recorte de parte de uma imagem para utilizar no efeito de repetição para o background das páginas. O CSS3 tem o efeito de gradiente para fundos de páginas e também a possibilidade de definir múltiplas imagens para o fundo da página e como elas serão dispostas. As propriedades responsáveis por isto são:

background:url(): permitirá o apontamento da imagem, por meio de seu caminho relativo. Pode-se usar mais de uma vez o url(caminho.ext) dentro do background, contanto que se configure corretamente a disposição das imagens via repeats e size.

background-size: permitirá informar, em porcentagem ou em pixels, qual o tamanho ocupado pela imagem informada no url() do background.

Isso reduz o trabalho com a ferramenta Slice (Fatia) dos editores de imagens, uma vez que o fundo poderá ser montado no CSS, e não com imagens projetadas para se encaixar apenas de uma única maneira. O CSS3 dá mais flexibilidade para você experimentar até encontrar a solução mais adequada para a formatação de fundo de página.

Cores em HSL e HSLA // Mais uma novidade para os que estão acostumados a criar o visual em um editor de imagens preso às atuais restrições de cores dos navegadores é que o CSS3 permite trabalhar com HSL e HSLA, além de RGB.

No HSL, a cor é gerada a partir de tom (Hue), saturação (Saturation) e luminosidade (Lightness). O valor informado para o H deve variar de zero a 360, visto que ele indicará a cor no círculo por meio do ângulo passado. ➔

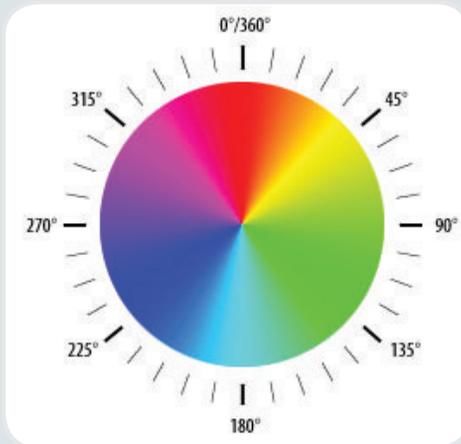


Imagem mostra pontos de vista do HSL: a saturação e a luminosidade variam de 0% a 100% e indicam o quão densa é a intensidade da cor (S) e a variação de claridade (L)

Já a saturação e a luminosidade variam de 0% a 100% e indicam o quão densa é a intensidade da cor (S) e a variação de claridade (L).

```
color: hsl(225, 100%, 25%) /* Caso queira um azul de tonalidade mais escura */
```

O HSLA, por sua vez, adiciona ao esquema HSL o Alpha (opacidade), que varia de 0.0 (transparência total) a 1.0 (cor sólida, sem nenhuma transparência).

```
background-color: hsla(0,100%,50%,0.8);
```

Imagens para as bordas // O CSS3 oferece a possibilidade do uso de imagens para as bordas de um elemento na página, como uma div, por exemplo. As imagens que serão usadas para decorar devem ser elaboradas de maneira calculada, haja visto que deverá haver uma consistência no "casamento" das partes que forem compor a borda. Para uma adaptação ideal à estilização por meio de CSS3, é importante que a

Não encare o CSS3 como uma panaceia. Afinal, os browsers usam os mais variados motores, e isso traz um cenário que, inicialmente, não parece estar livre de incompatibilidades

imagem que servirá de borda seja construída como se fossem três linhas e três colunas de caixas com exatamente a mesma medida. Isso impacta na hora de usar o novo padrão de folhas para aplicar a borda no objeto.

Cada parte representa: 1) Cantos, 2) Lateral esquerda, 3) Lateral direita, 4) Superior e 5) Inferior. As propriedades para se manipular as bordas são:

border-image-source: usado para se apontar o caminho relativo até a imagem a ser utilizada como borda.

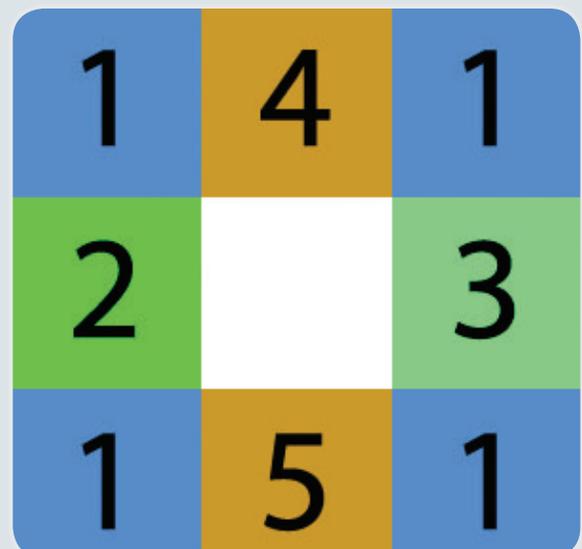


Diagrama indica áreas de borda com imagem, via CSS3, que podem ser aplicadas a elementos da página

Obtenha informações sobre as novidades do CSS3 diretamente no site da W3C, que está criando e validando os padrões da tecnologia. Para isso, acesse www.w3schools.com/css3.

Ao montar um layout com o novo padrão, não haverá mais a necessidade de se prender à lista de fontes padrão da web. O CSS3 permite o uso de fontes externas, com a utilização do @fonte-face

border-image-slice: diz como será o recorte da imagem. Pode ser uma quantidade fixa de pixels, porcentagem ou 'fill', para preencher a imagem, preservando seu centro.

border-image-width: configura a largura das bordas para colocar a imagem.

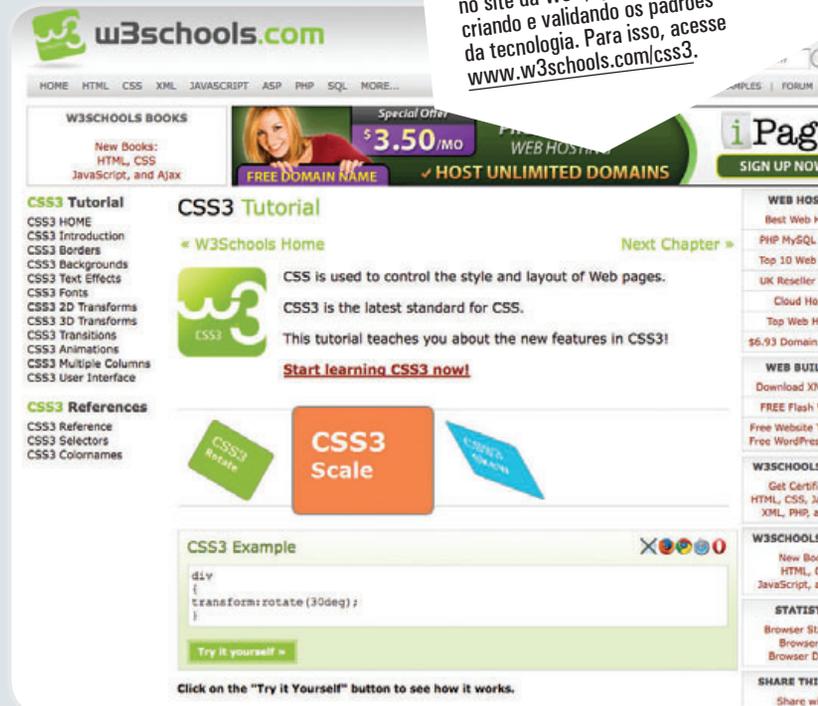
border-image-outset: desmarca uma área exterior à borda para onde a imagem será deslocada. Define a repetição da imagem. Pode possuir os seguinte valores:

- **round:** a imagem é repetida por toda a área a ser ocupada. Se a última repetição da imagem não "casar" com a dimensão restante na borda, a imagem é automaticamente ajustada para não causar impressão de que houve "corte" na repetição.
- **repeat:** a imagem é repetida por toda a área a ser ocupada.
- **stretch:** a imagem é esticada até preencher o espaço a ser ocupado pela borda.

```
.divComBorda {  
border-image-source: url('borda.png');  
border-image-slice: 50%;  
border-image-width: 40px;  
border-image-repeat: round;  
}
```

As bordas podem ser arredondadas, anulando a necessidade de criar uma imagem no Fireworks ou Photoshop para dar a impressão de arredondamento.

```
border-radius:25px;
```



O CSS3 oferece também um novo esquema de sombreamento para boxes, como a div. Para isto, basta informar os dados de sobreamento da mesma maneira que ocorre para textos, como citado anteriormente.

```
box-shadow: 12px 8px 6px #ccff33;
```

O mais complicado nesses casos de bordas é a compatibilidade com os navegadores. Afinal, cada um segue um padrão diferente.

Poder de fogo // Com todos esse recursos, pode-se concluir que o CSS3 vem com um poderio muito forte, sanando algumas carências e auxiliando bastante os designers. O padrão, certamente, reduzirá a necessidade de aplicação de imagens em itens que antes eram necessários, jogando a responsabilidade para cima dos motores dos browsers.

Mas atenção: não encare o CSS3 como uma panaceia. Afinal, os browsers usam os mais variados motores (gecko, webkit, por exemplo) e isso traz um cenário que, inicialmente, não parece estar livre de incompatibilidades. Além disso, é preciso estudar bastante e ficar de olho nas iniciativas do mercado para se adaptar ao novo formato.

Conheça o Coding Dojo

Metodologia de reuniões entre desenvolvedores ganha espaço ao gerar aprendizado por meio de troca de experiências, testes e aprimoramento de códigos

Por: Yan Borowski

O Coding Dojo consiste em uma série de reuniões entre desenvolvedores que visa praticar e ensinar técnicas de desenvolvimento de software por meio de desafios de programação. Essas reuniões, geralmente, acontecem durante um curto espaço de tempo – uma ou duas horas –, no qual os desenvolvedores compartilham experiências e aprendem com o conhecimento repassado pelos participantes.

Muitas vezes, os desafios propostos são iniciados do zero. Muitos grupos de Dojo utilizam linguagens e ferramentas variadas. Os desafios são feitos, geralmente, durante um espaço de tempo predefinido, por exemplo: dez minutos. Os exercícios podem ser considerados bem-sucedidos quando os participantes conseguem cumprir

os desafios no tempo estabelecido. Ou ainda quando conseguem aprimorar as soluções ao, posteriormente, refazer o exercício sozinho. A repetição faz parte da prática do Coding Dojo, pois o sistema se espelha nas técnicas do judô, em que o aprendizado dos golpes é repetido por diversas vezes até que eles possam ser aplicados.

Princípios // O Coding Dojo foi introduzido no Brasil por Danilo Sato, fundador do grupo Dojo@SP. Sato manteve os princípios básicos adotados pela metodologia ao redor do mundo. Entre eles, destacam-se:

- Não deve haver exclusão pelo nível de conhecimento dos participantes. O objetivo principal do Dojo é nivelar o conhecimento de todos, e não mostrar que um participante é melhor do que o outro. Afinal, o Dojo não é uma competição, mas uma reunião de treino. Isso tem como resultado um ambiente colaborativo não competitivo para todos os membros;
- Repetições levam ao aprimoramento;
- Criar testes em todos os códigos escritos, tomando como premissa que um código sem testes simplesmente não existe;
- Cada um pode tentar criar algo novo sem medo de errar. O Dojo é um ambiente livre para ideias;
- Vá devagar, você não pode aprender fazendo tudo correndo;
- Aprenda de novo: a maneira mais fácil de conseguir fazer isso é observando alguém aprender, já que não esquecer é algo muito difícil;
- Domínio do assunto: se você conhece algo suficiente para explicar para alguém, explique até que a pessoa não tenha mais dúvidas. Isso fará com que você domine ainda mais o assunto.



Caso queira se aprofundar no assunto, acesse o grupo de discussões groups.google.com/group/dojo_sp?hl=pt

Coding Dojo@SP

29.08.09 | **Dojo 78: Problema Simples em ruby e rspec**

Posted in Ruby at 3:29 pm by raganhan

- **Data:** 25/08/2009
- **Horário:** 13h00
- **Participantes:** Firmo, Raganhan, Flores, Douglas, Suzana, Felipe, Samuel, Rentao, Vinicius, Atol
- **Problema:** Fizzbuzz
- **Código:** no [github](#), em breve
- **Formato:** Kata

O Flores preparou um kata simples para mostrar `rspec`, um framework de BDD para ruby. Este kata é baseado numa brincadeira onde pessoas em crianças em círculo falam cada uma um número em ordem. Se o número contiver 3 ou for múltiplo de 3 então a criança deve dizer "Fizz" ao invés do número, se o número contiver 5 ou for múltiplo de 5 então a criança deve dizer "Buzz", por fim se as duas condições forem verdadeiras então a criança precisa dizer "Fizzbuzz". O problema é fazer um programa que jogue esse jogo para números de 1 até 100.

Dojo SP

- Dojo 78: Problema Simples em ruby e rspec
- Dojo 66 – Biblioteca de testes em Smalltalk
- Dojo 64 – Interpretador de Smalltalk em Smalltalk
- Dojo 60 – Snap em Haskell
- Dojo 59 – Caixas empilhadas
- Dojo 56 – (Testes do) Amigo Secreto... em Python
- Dojo 53 – map e filter em Haskell
- Dojo 57 – Kata do Blocks
- Latinoware 2008
- UberDojo02 no Coding Dojo 55

Muitos grupos de Dojo utilizam linguagens e ferramentas variadas. Os desafios são feitos, na maioria das vezes, durante um espaço de tempo predefinido, por exemplo: dez minutos

Fundado por Danilo Sato, o grupo Dojo@SP (www.dojosp.org) foi o responsável por introduzir e disseminar a filosofia do Coding Dojo em território nacional

Tipos de Dojo // Durante as reuniões, uma série de tipos de Dojo é usada. O primeiro a ser apresentado é o PreparedKata. Neste modelo, um apresentador que possui uma solução completa apresenta a sessão. A partir daí, a solução será desenvolvida pelos participantes no decorrer do Dojo. O apresentador define um tempo limite para a execução da tarefa. Os participantes, então, iniciam a resolução do desafio do zero com TDD (Test-Driven Development) e começam a seguir passos liberados aos poucos (BabySteps). A ideia é que todos acompanhem a resolução por completo.

A partir daí, cada participante faz a sua resolução do problema. Só é permitido interromper o apresentador caso ele esteja completamente perdido.

O segundo Dojo aplicado é o RandoriKata. Neste modelo, o trabalho é resolvido em par e cada dupla tem um tempo curto para resolver o desafio – algo em torno de cinco minutos. São utilizados, novamente, TDD e BabySteps.

Durante o tempo definido, o par trabalha no esquema de piloto e copiloto, em um modo de projeto chamado TibeBox. Ao final do tempo, o piloto sai do par, retornando à plateia, e um novo membro do grupo vira o copiloto, tornando-se o antigo copiloto o novo piloto. Assim é dada sequência ao que estava sendo executado.

Além do TimeBox, existem outras maneiras de dar seguimento aos trabalhos no modelo RandoriKata. Confira:

• **PingPong:** o condutor escreve o primeiro teste e passa o teclado para o copiloto, que começa a escrever o código testado. Caso necessário, é realizado o refactoring. Depois, a dupla monta o próximo teste, no qual o piloto então escreve o código testado e o refatora, enquanto um novo par dá sequência ao desafio;

• **MicroPairing:** o condutor escreve um teste que não passa, mas, logo depois, faz com que ele tenha resultado positivo. É feita uma refatoração do código do teste caso seja necessário.

Coding Dojo - .Net Architects

O GRUPO DE DOJO DA COMUNIDADE .NET

HOME ABOUT COMO PARTICIPAR LOCAL

Resultado Coding Dojo 15/05

Fala geral Dia 15/05 tivemos mais um Coding Dojo da comunidade .NET Architects.

Thiemes é presente, e foi bastante interessante, infelizmente não conseguimos gravar.

Level 2 desafios, um deles proposto pelo Giovanni Bassi: **Collatz Conjecture**, e o outro um jogo de bolche, sugerido pelo Diego Inada.

Conseguimos finalizar o Collatz e iniciamos o Bolche, que começou e ficou bem interessante, mas o tempo apertou. De estímulos conseguimos a ranciar, hehehe.

Resultado Coding Dojo 15/05

Fala geral Dia 15/05 tivemos mais um Coding Dojo da comunidade .NET Architects.

Thiemes é presente, e foi bastante interessante, infelizmente não conseguimos gravar.

Level 2 desafios, um deles proposto pelo Giovanni Bassi: **Collatz Conjecture**, e o outro um jogo de bolche, sugerido pelo Diego Inada.

Conseguimos finalizar o Collatz e iniciamos o Bolche, que começou e ficou bem interessante, mas o tempo apertou. De estímulos conseguimos a ranciar, hehehe.

Links

- .NET Architects
- Coding Dojo
- Lista .NET Architects

Já existe uma série de fontes de pesquisa em português sobre Dojo na internet, como o site do Grupo DorNetArchitects



Confira no YouTube uma apresentação sobre Coding Dojo, metodologia usada na Locaweb. Para isso, basta acessar o endereço eletrônico <http://lwgo.to/codingdojo>

A repetição faz parte da prática do Coding Dojo, pois o sistema se espelha nas técnicas do judô, em que o aprendizado dos golpes é aplicado por diversas vezes até que eles possam ser aplicados

Deve ser usado o bom senso para identificar se um refactor não adicionará valor ao código. O par pode fazer a refatoração unido, caso seja muito extensa. Como um passo complementar,



Além de São Paulo, outras cidades do Brasil contam com grupos de Dojo, como Florianópolis, em Santa Catarina

o condutor pode escrever um novo teste que seja aprovado. Isso pode ajudar no andamento, pois ele já escreveu muitos códigos.

• **Ntests:** neste modelo, o par escreve alguns testes, geralmente no máximo três. Em seguida, o piloto deixa o teclado para o copiloto e volta para a plateia. Um novo membro assume o lugar do copiloto, que agora se transforma em piloto do par;

• **ShoutLoudier:** há controvérsias sobre a adoção deste método. Nele, o par é dirigido pelo piloto a na busca de uma solução para o problema. Qualquer um na plateia pode interromper, porém, o indivíduo que fizer isso assume o lugar do piloto e o antigo piloto assume o lugar do copiloto.

O que pode se observar em cada uma dessas situações é que o par sempre reveza o teclado. Isso é uma prática ágil, pois quando se desenvolve, é comum deixar alguma coisa passar. Uma segunda cabeça pode ficar atenta a isso e cortar o mal pela raiz.

Todos que estão no Dojo seguem o que está acontecendo. Podem, inclusive, dar sugestões e tirar dúvidas, pois o par que está no teclado pode detalhar o que está fazendo e por que está seguindo determinado método. Dessa forma, o próximo par saberá exatamente a linha de raciocínio que foi adotada para chegar àquele ponto da solução. Em alguns lugares, o par que está no teclado pode solicitar que não seja interrompido, para não perder a linha de raciocínio.

Desenvolvimento ágil // As definições de desenvolvimento ágil usadas atualmente revolucionaram os modelos antigos de gerenciamento de projeto, que usavam o desenvolvimento em cascata (Waterfall). A partir daí, começaram a surgir termos como "Programação em Par (pair programming)", "Sprint (Iteração)", reunião de pé, backlog, entre outros. Acompanhe:

Referências

Confira alguns links úteis para se aprofundar no conceito de Coding Dojo:

Coding Dojo Locaweb – <http://lwgo.to/codingdojo>

Grupo Dojo@SP - www.dojosp.org

Grupo DorNetArchitects - dojo.dotnetarchitects.net

Programação em par

Geralmente, as duplas são formadas por um instrutor e um membro que não está familiarizado com a linguagem ou com o projeto em questão. Neste modelo, o novato fica à frente do desenvolvimento, enquanto o instrutor observa e dá dicas de como a atividade pode ser feita. Assim, tudo é revisado sempre por duas pessoas, fazendo com que os códigos sejam implementados de acordo com os padrões da equipe, e não o padrão pessoal de um desenvolvedor. De quebra, este modelo minimiza os riscos de um problema crítico em determinada parte de um sistema.

Reunião de pé

As reuniões de pé servem para manter toda a equipe atualizada sobre o andamento das tarefas, divididas nos encontros de iteração entre membro da equipe. É possível desenvolver em par ou individualmente, dependendo de como a tarefa foi atribuída. Dentro desse cenário, quando

um dos membros da equipe precisa faltar, todos sabem como está o andamento do projeto. Isso faz com que o líder da equipe fique ciente para tomar uma atitude rápida caso uma tarefa encavale na outra, prejudicando o tempo de desenvolvimento. Esse item também ajuda a reduzir a “enrolação” durante o expediente, pois é preciso divulgar status diários sobre o andamento da tarefa.

Backlog

O backlog é um tipo de repositório com todas as tarefas que devem ser feitas em um projeto específico. Elas ficam armazenadas e são priorizadas por um responsável.

Refatoração

É uma técnica que visa a redução de código, removendo trechos redundantes. Uma boa forma de refatoração é pegar métodos muito extensos e separar trechos como alteração de dados, inclusões de registros, entre outros.

Conclusão // O Coding Dojo é uma excelente metodologia, que pode ser adotada inclusive dentro de sua empresa. Se você não pode se dar ao luxo de deixar seus desenvolvedores duas semanas fora para fazer um determinado treinamento em uma consultoria, essa é uma boa maneira de treinar os novatos por meio dos mais experientes. E, inclusive, ensinar algo a mais para quem já é expert.



Todos que estão no Dojo seguem o que está acontecendo. Podem, inclusive, dar sugestões e tirar dúvidas, pois o par que está no teclado pode detalhar o que está fazendo e por que está seguindo aquele método

■ No Rio de Janeiro, o Coding Dojo serviu de tema para a Campus Party 2011; número de entusiastas do modelo de desenvolvimento cresce cada vez mais

Precisando de referências para projetos web? Acompanhe os dados de acesso ao site www.locaweb.com.br, que recebe milhões de visitantes por mês

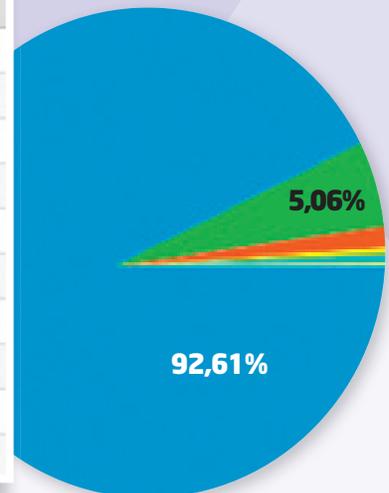
Estatísticas Locaweb

A Locaweb sabe o quanto é importante para quem faz web ter acesso a números reais e confiáveis na hora de basear projetos de design. Por isso, a cada edição, você tem a oportunidade de acompanhar aqui os dados de OS, browser e resoluções, entre outros, do site www.locaweb.com.br, com milhões de visitantes únicos ao mês.

A vantagem de usar os dados do site da Locaweb como referência é que ele atrai todo tipo de público. Por isso, os números divulgados podem dar uma noção razoável do que você vai enfrentar nos mais variados projetos. Acompanhe os screenshots do Google Analytics obtidos no mês de março de 2011:

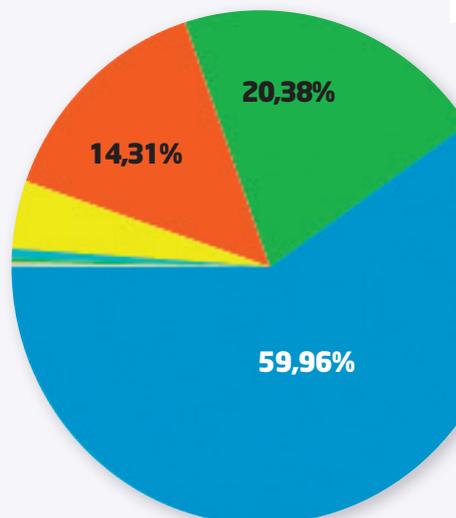
SISTEMAS OPERACIONAIS

Operating System	Visits
1. Windows	92.61%
2. Macintosh	5.06%
3. Linux	1.26%
4. iPad	0.38%
5. iPhone	0.35%
6. Android	0.13%
7. (not set)	0.07%
8. SymbianOS	0.07%
9. iPod	0.03%
10. BlackBerry	0.03%



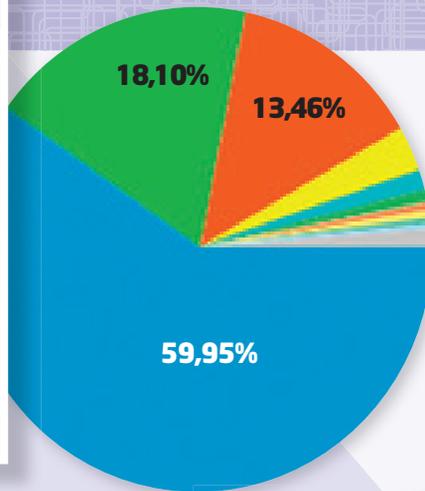
NAVEGADORES

Browser	Visits
1. Internet Explorer	59.96%
2. Firefox	20.38%
3. Chrome	14.31%
4. Safari	4.25%
5. IE with Chrome Frame	0.55%
6. Opera	0.30%
7. RockMelt	0.08%
8. Opera Mini	0.05%
9. Mozilla Compatible Age	0.05%
10. Mozilla	0.03%



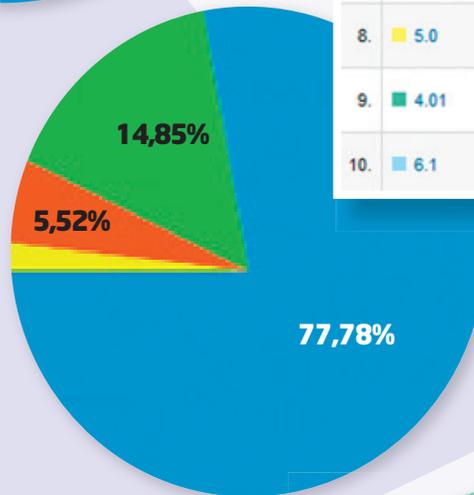
NAVEGADORES X OS

	Browser and OS	Visits
1.	Internet Explorer / Windows	59.95%
2.	Firefox / Windows	18.10%
3.	Chrome / Windows	13.46%
4.	Safari / Macintosh	3.12%
5.	Firefox / Macintosh	1.37%
6.	Firefox / Linux	0.91%
7.	IE with Chrome Frame / Windows	0.55%
8.	Chrome / Macintosh	0.54%
9.	Safari / iPad	0.38%
10.	Safari / iPhone	0.34%



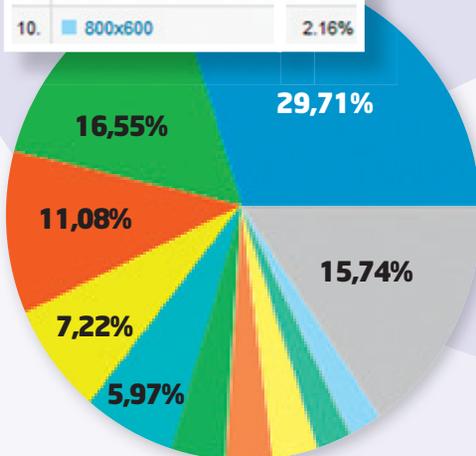
VERSÕES DO IE

	Browser Version	Visits
1.	8.0	77.78%
2.	7.0	14.85%
3.	6.0	5.52%
4.	9.0	1.85%
5.	999.1	0.01%
6.	5.5	> 0.00%
7.	5.01	> 0.00%
8.	5.0	> 0.00%
9.	4.01	> 0.00%
10.	6.1	> 0.00%



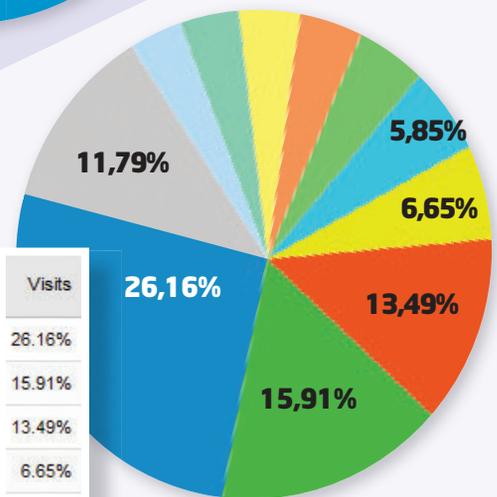
RESOLUÇÕES DE TELA

	Screen Resolution	Visits
1.	1024x768	29.71%
2.	1280x800	16.55%
3.	1366x768	11.08%
4.	1440x900	7.22%
5.	1280x1024	5.97%
6.	1360x768	3.49%
7.	1920x1080	2.96%
8.	1680x1050	2.91%
9.	1600x900	2.21%
10.	800x600	2.16%



VERSÕES DE FLASH

	Flash Version	Visits
1.	10.2 r152	26.16%
2.	10.1 r102	15.91%
3.	10.2 r154	13.49%
4.	10.0 r45	6.65%
5.	10.0 r32	5.85%
6.	10.1 r85	4.76%
7.	10.1 r53	4.21%
8.	(not set)	3.96%
9.	10.0 r22	3.81%
10.	10.1 r82	3.41%



lw parceiros

Empresas e profissionais liberais que oferecem serviços de desenvolvimento de sites



Agência WLD
www.agenciawld.com.br



ON3W
www.on3w.com.br



iCorp
www.icorp.com.br



WEBI
www.webi.com.br



MAIS Empresas
www.maisempresas.com



NIT Soluções
www.nitsolucoes.com.br

Com o Pagamento Digital sua loja virtual anuncia grátis no BuscaPé



O **Pagamento Digital** é a plataforma de meios de pagamento online mais segura da internet. Se você tem uma loja virtual, pode anunciar grátis no **BuscaPé**, o maior site de comparação de preços da América Latina. Basta ter o Pagamento Digital como forma exclusiva de pagamento.

Para saber como ter o Pagamento Digital em sua loja:
atendimento@pagamentodigital.com.br
Para anunciar no BuscaPé: **suporte@buscape-inc.com**
ou **11 3848-8700**, opção Central de Negócios

Pagamento
digital 
Uma empresa 

Siga-nos no Twitter: [@pag_digital](https://twitter.com/pag_digital)

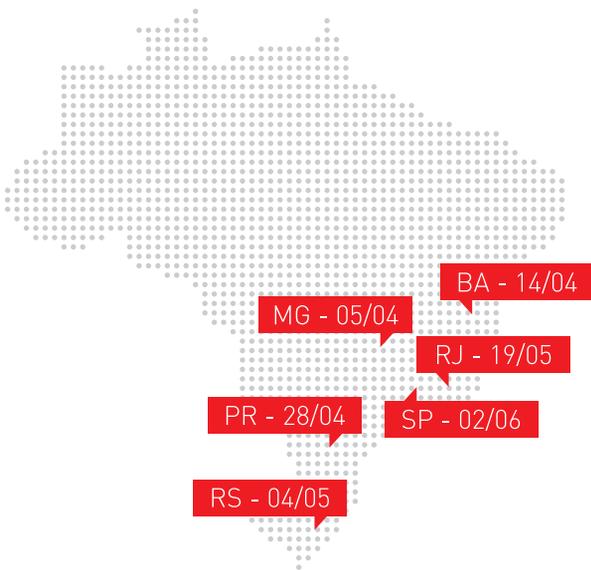
www.pagamentodigital.com.br



ENCONTRO LOCAWEB DE PROFISSIONAIS DE INTERNET

A Internet não para de evoluir. Acompanhe.

O Encontro Locaweb é um evento anual promovido pela Locaweb, que já se tornou referência no Brasil. A 13ª edição apresentará palestras com grandes nomes do mercado, tratando temas como marketing digital, tendências, tecnologia, empreendedorismo e inovação. **Imperdível para profissionais de Internet, o evento é uma excelente oportunidade para se atualizar e fazer muitos contatos.**



ABERTURA DO EVENTO:

Gilberto Mautner - CEO Locaweb

René de Paula - O digital é um bom negócio?

Marcelo Negrini - Marketing digital - performance e engajamento

Abradi - Desafios no processo de crescimento de agências digitais

Flávio Pripas - Empreendedorismo digital - WIP (Work In Progress)

Dell - Tendências e desafios da era virtual

Martha Gabriel - Ações inovadoras com tecnologias digitais

ENCERRAMENTO:

Stand-up comedy - Comedians Comedy Club

* Programação sujeita a alterações.

Inscreva-se → www.EncontroLocaweb.com.br



Acompanhe pelo twitter: #13elw

Patrocinador
Platinum



Patrocinador Gold



Apoio



Realização

