

# O que o empreendedor precisa saber sobre o digital

## → ARTIGO

Muitos empreendedores ainda iniciam suas jornadas encarando o digital como uma tarefa a ser riscada da lista: criar um site, abrir um perfil no Instagram e, talvez, disparar alguns e-mails. No entanto, em um mercado cada vez mais pautado pela maturidade dos dados e pela complexidade das decisões de compra, essa visão pode ser o teto que impede o crescimento do negócio.

O que o empreendedor precisa entender, antes de qualquer investimento em plataformas, é que o digital não é um departamento, mas o ecossistema onde o seu cliente habita. Seja no varejo ou na indústria de base,

a jornada de compra começa, e muitas vezes termina, em uma tela.

Especialmente no Rio Grande do Sul, onde temos uma base industrial e tecnológica fortíssima, existe um mito de que o marketing digital é coisa de varejo. Grande erro. No setor B2B, as vendas são complexas e envolvem diversos decisores. Mas é preciso lembrar do conceito de B2P (Business to People). Afinal, empresas não tomam decisões, pessoas tomam.

O digital serve para construir a autoridade necessária para que, quando o seu vendedor bater à porta (ou abrir uma sala virtual), a confiança já esteja estabelecida. O empreendedor deve usar o conteúdo não



**VINÍCIUS GHISE**  
CEO da Global AD

apenas para vender, mas para educar o mercado e resolver as dores reais do seu público.

Outro ponto fundamental é a transição da intuição para a análise. Antigamente, o marketing era uma aposta. Hoje, é ciência aplicada. O empreendedor moderno precisa dominar, ao menos conceitualmente, métricas que realmente importam, como custo de aquisição de cliente (CAC), valor do tempo de vida do cliente (LTV) e taxa de conversão.

Conteúdos caça-curtidas, mas que não geram oportunidades de negócios, campanhas sem diferenciais ou proposta de valor são métricas de vaidade que drenam o caixa. O foco deve ser a performance aliada

à construção de marca. Um negócio sólido se constrói com consistência, e não com "hacks" ou tendências passageiras.

Por fim, o digital exige o envolvimento direto da liderança. O CEO deve ser o primeiro embaixador da marca, utilizando canais como o LinkedIn para fortalecer o social selling e a reputação institucional. O digital é uma maratona de longo prazo. Quem entende que a tecnologia é o meio, mas a estratégia e as pessoas são o fim, já começa o jogo vários passos à frente da concorrência. O sucesso no digital não vem de quem grita mais alto, mas de quem entrega o valor certo, para a pessoa certa, no momento exato da jornada.

# Jovem busca apoio para competição de inovação na Coreia

## → INSPIRAÇÃO

### DENER PEDRO

dener.pedro@jcrs.com.br

Nascido em São Paulo, o jovem Victor de Moura chegou ao Rio Grande do Sul em 2020. Foi na Serra Gaúcha, em Carlos Barbosa, onde fez o Ensino Médio, que começou sua jornada no mundo da ciência. A escola em que estudava é conhecida na cidade por promover mostras científicas e, de acordo com Victor, já teve dois estudantes que viajaram ao exterior com seus projetos. Hoje, após ganhar destaque, o jovem busca apoio financeiro para representar o Brasil em um dos maiores eventos de inovação e engenharia do mundo.

Cursando Eletromecânica no Senai em 2023, Victor teve o insight para o começo do seu projeto de forma inusitada. "Um dia um aluno jogou um chiclete no lixo para papel e o professor ficou p da vida. Desde então ele começou a falar sobre reciclagem nas aulas de tempos em tempos, sobre a importância da separação do lixo. Foi bem na época que precisávamos pensar numa ideia para a mostra de ciência e aquilo ficou na minha cabeça", conta Victor.

No primeiro ano, o embrião do projeto era uma ferramenta parecida com uma ferradura, feita para retirar o lacre de garrafas para descartá-las de forma separada. Victor formou dupla com Rafael Casanato, um de seus colegas para o projeto. "Nós éramos o grupo do fundão, então ninguém botava muita esperança. Ele fazia robótica e eu eletromecânica, então no

segundo ano eu conversei com ele, perguntei se ele via futuro naquela ideia porque poderíamos tentar automatizar, e assim fizemos", recorda.

A partir de então, o projeto levou Victor a várias mostras de ciências. Conquistando o segundo lugar na competição municipal, a dupla chegou à Mostratec, em Novo Hamburgo, um dos maiores eventos de pesquisa científica do Brasil para jovens cientistas. De lá, garantiram o primeiro lugar e credenciais para outras mostras em Santa Catarina e no Peru. "Sempre fomos sem nenhuma expectativa de vencer. Éramos os alunos do fundão, onde chegássemos estava de bom tamanho", admite Victor, explicando que seu colega Rafael ultrapassou a idade limite para participar da maioria das feiras.

Conforme o nível das feiras de ciência subia, o projeto ganhava destaque entre os especialistas. Foi no evento em Florianópolis que o trabalho possibilitou a credencial para a World Invention Creativity Olympic (WICO), uma das maiores olimpíadas de inovação e engenharia do mundo, que ocorre em Seul, na Coreia do Sul, em julho.

### Falta de recursos

Estudante de Engenharia Mecânica do Instituto Federal, Victor se formou numa escola pública e vinha guardando dinheiro para comprar um carro. Os planos, no entanto, mudaram. Na feira que participou no Peru, conquistou uma vaga para um evento em Barcelona, ao qual participará como avaliador. "Decidi usar o dinheiro para investir nesta viagem porque



Victor já representou o Brasil em eventos no exterior, como na Mostra Científica Latino-Americana

é uma grande oportunidade. Imagina, aos 18 anos ser jurado de uma grande feira. Não caiu a ficha ainda", destaca Victor.

O investimento para a ida a Barcelona, que aconteceu no dia 15 de fevereiro, inviabilizou financeiramente a viagem para a Ásia. Foi pensando nisso que Victor decidiu pedir ajuda através de uma vaquinha online. "São 25 países no evento e o Brasil nunca teve participantes, então quero poder representar nosso País, mostrar para a minha geração que a ciência é um caminho mesmo para quem não vem de escolas particulares."

### O projeto

A máquina desenvolvida por Victor é uma separadora mecânica de materiais recicláveis.

"Você coloca uma garrafa pet na esteira de cabeça para baixo, vem um pistão que vai cortar a tampa e o lacre, e uma prensa que vai amassar a garrafa e separar tudo por cor", resume Victor.

"Costumo dizer que a máquina é um fusquinha e o que existe no mercado hoje são Ferraris, máquinas muito eficientes, mas que custam R\$ 1 milhão, enquanto a nossa custa R\$ 50 mil. Não é apenas um projeto de engenharia, é um projeto de meio ambiente e um de ação social também" ressalta.

Além de democratizar o custo, a ideia de Victor é que a máquina possa diminuir os índices de resíduos que vão para aterros sanitários sem passar

por triagem.

"Tem cidades no Interior dos estados com índices muito ruins e que é difícil levar maquinários até lá. A nossa é fácil de ser projetada, pode ser adaptada. Minha solução não é a implementação da separação química dos materiais, é aprimorar e facilitar a separação mecânica", destaca.

### Como ajudar o Victor?

Pessoas e entidades que queiram contribuir com o abatimento dos custos da passagem de Victor para a WICO, na Coreia do Sul, podem acessar o link da vaquinha [abre.ai/oMaV](http://abre.ai/oMaV) e fazer uma doação espontânea. Até o momento da reportagem, foi arrecadado pouco menos de 40% do valor necessário.