

Custo-benefício

Como extrair o melhor do sistema fotovoltaico

Mais barata, a energia solar é um meio sustentável, limpo e renovável e ainda evita a exposição no aumento da conta de luz, que passa pelo sexto mês em bandeira vermelha

Buscar alternativas que possam minimizar os impactos das mudanças climáticas é fundamental. Quando uma dessas soluções também traz benefícios ao consumidor, que tem passado pelo sexto mês em bandeira vermelha na conta de luz, essas opções se tornam ainda mais vantajosas.



É o caso da energia solar, segunda maior fonte de energia do Brasil, com cada vez mais pessoas instalando placas solares.

Diante desse cenário, o especialista Eduardo Solamone, diretor de RI da Sol Agora, fintech que oferece soluções de financiamento para compra e instalação de painel solar, separou dicas do dia a dia de como extrair o melhor custo-benefício do sistema fotovoltaico.

- 1) A instalação de placas solares traz o benefício da pessoa produzir a própria energia e limpa.
- 2) A aquisição possibilita uma redução na conta de luz e é uma forma de se proteger dos aumentos de tarifa, uma vez que você gera energia gratuí-

ta após a instalação, sem impacto dos reajustes anuais.

- 3) Controle em tempo real – É possível contratar à parte os “Inversores inteligentes”, que mostram a geração e consumo dos aparelhos, o que ajuda a identificar quais consomem mais energia.

Os inversores inteligentes convertem a energia gerada pelas placas (corrente contínua) em energia utilizável (corrente alternada) e, ao mesmo tempo, monitoram em tempo real a produção e o consumo.

- 4) Durabilidade- Os painéis solares têm vida útil de mais de 25 anos, mas para manter a eficiência

é essencial realizar manutenções periódicas, que podem ser:

- :: Inspeções preventivas anuais (cabos, inversores e desempenho de geração).
- :: Limpeza semestral ou anual, dependendo do nível de poeira/poluição da região.
- :: Monitoramento em tempo real via sistema digital do contratante, para detectar qualquer falha rapidamente.

No dia a dia, não há necessidade de cuidados complexos. Basta evitar impactos físicos (não pisar sobre os painéis, por exemplo) e seguir o plano de manutenção preventiva.

- 5) Limpeza- Painéis limpos podem gerar até 20% mais energia. É fundamental, pois poeira, folhas e poluição podem reduzir a geração de energia e se não for feita por muito tempo, pode ocorrer formação de “hot spots” (aquecimento localizado), que diminui a vida útil das placas. É importante contratar uma equipe profissional e certificada para uma limpeza

- 6) Para quem deseja cada vez mais autonomia, a aquisição de baterias pode gerar ainda mais economia, uma vez que elas armazenam a energia excedente e tornam possível usá-la à noite ou em horários de tarifa mais cara. Trata-se de uma aquisição opcional, uma vez que o sistema fotovoltaico já gera economia sem elas, mas com as baterias o cliente pode armazenar o excedente de energia e utilizá-lo em horários de pico ou à noite. Muitos consumidores optam por começar apenas com os painéis e, mais tarde, adicionar baterias.

Vale a pena investir em startups de CRM e vendas digitais?

Amure Pinho (*)

A Black Friday deixou de ser um dia de descontos para se tornar um laboratório de comportamento do consumidor e um campo de experimentação tecnológica para varejistas

Nesse contexto, surge uma pergunta prática: na era da Black Friday 4.0, vale a pena investir em startups de CRM e vendas digitais? A resposta é sim, mas com ponderação. Entendida como um ecossistema de demandas e canais interconectados, transforma tráfego em dados em velocidade exponencial. Quem souber capturar, qualificar e monetizar essas informações ganha vantagem competitiva duradoura.

Nessa “Black Friday 4.0”, o desafio é integrar marketplaces, redes sociais, apps e lojas físicas numa jornada contínua e mensurável. O avanço dos pagamentos instantâneos, especialmente o Pix, acelerou transações e revelou a importância de estruturas de relacionamento e inteligência comercial. CRMs com automação, segmentação e integração omnichannel deixaram de ser diferencial para se tornarem peças centrais na operação.

O mercado reforça esse movimento. De acordo com o Grand View Research, o setor global de CRM já ultrapassa dezenas de bilhões de dólares e deve crescer acima de dois dígitos anuais na próxima década. Paralelamente, o segmento de sales tech segue trajetória semelhante, impulsionado pela adoção de automação de vendas, previsão de receita e análise de clientes em empresas de todos os portes. Startups que entregam automação inteligente, integração de dados online e offline e geração de insights em tempo real encontram terreno fértil para escalar.

Mas investir exige cautela. Nem toda startup de CRM prospera da mesma forma. As que se destacam combinam integração nativa com canais e meios de pagamento, orquestram campanhas automatizadas e mensuram resultados financeiros com precisão. Plataformas que demonstram ROI real durante picos de demanda, como a Black Friday, atraem clientes dispostos a pagar por performance. CRMs bem implementados elevam significativamente as taxas

de recompra e o retorno sobre o marketing, transformando compradores de ocasião em consumidores recorrentes.

Para o investidor, o segredo está em diferenciar ganhos de curto prazo de estratégias de longo prazo. Um bom investimento nesse segmento depende de alinhamento entre fundadores, produto validado pelo mercado e métricas sólidas, como *payback* do CAC, margem de contribuição e *churn*. Em eventos como a Black Friday, a robustez técnica é determinante: falhas de integração ou latência podem comprometer não apenas resultados, mas também reputação. Por isso, a análise técnica e a due diligence de KPIs devem ser tão rigorosas quanto a leitura de tendências.

O ecossistema de vendas digitais também se apoia em interoperabilidade. Startups que oferecem soluções modulares, fáceis de integrar a ferramentas existentes, escalam mais rápido entre PMEs. Já plataformas completas, mais caras, tendem a atender médias e grandes corporações. O investidor deve avaliar o nicho e o modelo de *go-to-market*, e apostar em soluções *plug-and-play* de dor imediata, como recuperação de carrinho, ou em plataformas amplas, voltadas à fidelização e *lifetime value*.

O fator regulatório e de comportamento do consumidor também ganha peso. Startups precisam incorporar governança de dados e *compliance* desde o início, investindo em times maduros e com isso, reduzindo riscos jurídicos e preservando a reputação do produto.

Em síntese, a Black Friday 4.0 atua como catalisador, revelando quem transforma picos de interesse em receita recorrente e quem apenas surfa no momento. O mercado de CRM e vendas digitais é sólido, em expansão e cada vez mais essencial à eficiência do varejo. Investir em startups do setor é participar da consolidação de um modelo de negócio guiado por dados, automação e relacionamentos sustentáveis, pilares centrais do varejo do futuro.

(*) Empreendedor há mais de 20 anos, já foi presidente da Associação Brasileira de Startups (Abstartups), é investidor-anjo em mais de 51 startups e fundador do Investidores.vc, plataforma de investimento em startups que já investiu mais de R\$40 milhões nos últimos anos.

A gestão de terceiros no setor público

Bruno Santos (*)

A terceirização é parte fundamental da operação no setor público e desempenha um papel estratégico para garantir a continuidade dos serviços e ampliar a capacidade operacional. No entanto, o modelo atual ainda carrega desafios relevantes, especialmente pela complexidade natural do ambiente regulatório, que exige controles rigorosos, processos formais e uma forte atuação dos órgãos de fiscalização.

Embora as Leis 8.666 e 14.133 tragam avanços importantes no controle e na transparência das contratações, também impõem uma estrutura de gestão que, muitas vezes, exige um maior esforço para conciliar agilidade, integração de processos e mitigação de riscos no dia a dia. É um cenário compreensível, considerando as responsabilidades adicionais do setor público, mas que, inevitavelmente, amplia a necessidade de uma gestão de terceiros mais robusta e preventiva.

O grande ponto de atenção está no risco de enxergar esse processo apenas como um protocolo burocrático. Na prática, uma gestão de terceiros eficiente vai além da conformidade documental. Ela se sustenta na construção de uma cultura de prevenção, integridade e gestão de riscos, um caminho que não é simples, mas absolutamente necessário.

Essa mudança começa pela adoção de uma matriz de riscos que permita avaliar, classificar e monitorar fornecedores de acordo com sua criticidade. E aqui existe uma diferença crucial em relação ao setor privado: no ambiente público, todos os contratos precisam ser acompanhados com o mesmo nível de rigor, o que exige processos muito bem desenhados, tecnologia e equipes capacitadas.

Ferramentas que cruzam dados em tempo real, automatizam etapas e geram alertas sobre possíveis



não conformidades são fundamentais para tornar a gestão viável e eficiente. Mas, mais do que tecnologia, é a integração entre setores, Jurídico, Contratos, Auditoria, Compliance, Financeiro, TI e áreas operacionais, que faz a diferença na construção de um modelo de gestão que seja, de fato, preventivo e não apenas reativo.

Empresas públicas que transformaram a gestão de terceiros em um pilar estratégico já colhem resultados claros, como o aumento dos índices de conformidade, a redução de riscos trabalhistas e reputacionais e a consolidação de uma cultura interna baseada na responsabilidade e na integridade.

Superar os desafios do ambiente regulatório não significa burlar processos nem buscar atalhos. Pelo contrário: trata-se de fortalecer os próprios controles, redesenhar rotinas, qualificar fornecedores e incorporar a tecnologia como aliada. No fim, o que está em jogo não é apenas a execução de um contrato, mas a proteção da integridade institucional, dos recursos públicos e, principalmente, das pessoas que estão na ponta, prestando o serviço.

(*) CRO da área de Gestão de Terceiros da Bernhoeft.

