



## USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Veículo: O Estado de São Paulo

Data: 11/11/2011

Link: <http://www.estadao.com.br/noticias/>

Caderno / Página: - / -

Assunto: Na rede, energia solar rende negócios

## Na rede, energia solar rende negócios

Claudia Assencio de Campos, aluna da Universidade Metodista de Piracicaba

Ele queria mostrar que a energia do sol pode ser usada nas tarefas do dia-a-dia. Ela queria fazer com que o mundo da moda fosse mais acessível às pessoas em geral. Nicolau Bussolotti Francine, de 24 anos, e Marina Bernardo, de 19, uniram boas ideias à força das redes sociais e iniciaram seus negócios no mercado informal.

Filho de ambientalistas, Nicolau cursa o último ano de gestão ambiental na ESALQ (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz), em Piracicaba, no interior paulista. Desde fevereiro de 2010, ele está à frente da Pleno Sol - Cozinha Solar, uma iniciativa que surgiu da vontade de gerar sua própria renda com a produção e comercialização de alimentos artesanais, como pão de mel e pães integrais, cozidos apenas com a energia solar. Com isso, estimula o empreendedorismo sustentável. "Sempre tive uma visão empreendedora. Existem pessoas que nem desconfiam que seja possível cozinhar utilizando apenas a luz do sol. Eu quero mostrar a elas que é, sim, possível", explica.

O interesse de Nicolau pelo assunto começou quando pesquisava sobre fornos a lenha econômicos e encontrou a wiki (página digital) da Solar Cookers World Network. Em agosto de 2009, ele construiu seu primeiro forno solar, antes mesmo de iniciar a produção comercial. Seis meses depois, criou um blog (<http://plenosol.wordpress.com>) que, hoje, já ultrapassa a marca de 10 mil acessos. A Pleno Sol nasceu na internet. Depois, estimulado por um primo, criou o perfil no Facebook - segundo ele, bem mais eficiente que o blog. "No mês de setembro, já tive três encomendas de fornos solares", afirma Nicolau, que exalta a representatividade dessa ferramenta. "Além de uma ótima vitrine nacional e internacional, o Facebook é um ambiente de troca de conhecimento. Aqui, fiz um amigo do Canadá, que me ajudou em problemas técnicos."

Assim como a Pleno Sol, a Anel de Consumo, uma marca online de bijuterias criada há dois meses, é exemplo de como as redes sociais podem ser ferramentas para quem quer começar um negócio. Marina Bernardo é estudante do segundo ano do curso de moda da Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo. Motivada por uma paixão por anéis, Marina, que já tinha alguns modelos desenhados, resolveu criar a marca, junto com a amiga Gigi Grandin, estudante de administração da PUC-SP.

Há dois meses, elas criaram o Facebook da empresa e conquistaram resultados bastante positivos. A média de vendas, que no início do negócio chegava a quatro por dia, hoje atinge o dobro dessa marca. As clientes são basicamente das regiões Sul e Sudeste do Brasil. "A nossa clientela é composta basicamente por meninas e mulheres que tem alguma ligação com moda. E não tem idade certa, porque atendemos desde adolescentes de 12 anos até senhoras maduras de 50 ou 60 anos", conta Marina.

Visibilidade - Walter Teixeira Lima Junior, docente do Programa de Pós Graduação da Faculdade Cásper Líbero na área de Comunicação e Tecnologia, explica o sucesso de Nicolau e Marina pela visibilidade oferecida pelas ferramentas utilizadas por ambos. "Em mercados informais como esses, as redes ganham ainda mais importância pela visibilidade gerada, que muitas vezes acaba sendo maior do que a de empresas já estabelecidas no mercado. Para as grandes empresas, as redes sociais funcionam mais como uma ferramenta de monitoramento da opinião do cliente", completa o professor.