

Relógio infantil vem com celular e GPS

Produto é voltado para o público de 4 a 12 anos e já está disponível em Curitiba

Um relógio que ao mesmo tempo é celular e também um mecanismo que ajuda os pais a saberem onde estão os filhos. A operadora de telefonia móvel Claro fechou uma parceria com a DL, fabricante nacional de eletrônicos, para desenvolver o Kids On, um relógio celular voltado para o público infantil. Voltado para crianças de 4 a 12 anos, o relógio acompanha um chip da Claro, já embarcado no produto.

O gerenciamento e monitoramento do dispositivo é realizado pelo smartphone dos pais ou responsáveis, por meio de um aplicativo gratuito (disponível para Android e iOS). O maior benefício do uso do produto é aumentar a segurança dos pais em relação ao paradeiro do filho, pois possui localização em ambientes abertos via GPS

O relógio permite à criança fazer e receber ligações diretamente do dispositivo. O novo produto traz ainda outras funcionalidades. Os pais conseguem enviar mensagens de voz pelo aplicativo e controlar a agenda de contatos, definindo quem pode ligar e receber as chamadas do relógio.

É possível também criar uma "zona de segurança", um raio de circulação pré-estabelecido para que os pais sejam notificados pelo celular caso o filho saia do espaço designado.

A criança que utilizar o relógio terá também a opção de acionar um botão SOS, que automaticamente faz uma chamada para um número pré-cadastrado no aplicativo. Caso a ligação não seja atendida, é enviado um alerta via app com a localização.

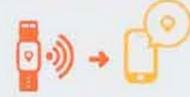
Para utilizar o relógio, o cliente da Claro precisará contratar um plano mensal de R\$ 39,90, que contempla serviço de rastreamento, aplicativos, alertas e chamadas ilimitadas para Claro de todo o Brasil e também para outro relógio.

Os clientes pós-pagos da Claro têm a possibilidade de contratar o plano do Kids On como dependentes à sua conta. O dispositivo é comercializado nas cores cinza, laranja e rosa ao preço de R\$ 360,00. A novidade poderá ser adquirida na Loja Online (www.claro.com.br/lojaonline) e na loja Claro do Shopping Mueller.

Saiba sempre onde o seu filho está

No aplicativo, você determina até 10 zonas de segurança e cria áreas de proteção para o seu filho. Sempre que ele entrar ou sair do limite configurado, se o relógio estiver com sinal GPS você receberá um aviso.

Como acontece?



Reprodução

Kids On é gerenciado pelo smartphone do responsável pela criança

Operadora investe em "IoT"

Considerada como a terceira onda de acesso à rede, a Internet das Coisas (da sigla em inglês IoT - Internet of Things) é uma evolução tecnológica que busca conectar objetos a outros objetos ou dispositivos por meio da internet.

A operadora vai investir em um amplo plano de negócios e projeta lançar um portfólio de serviços nesse mercado. A empresa, que já possui iniciativas nessa área, intensificará sua presença apresentando ao mercado soluções completas que tragam conectividade, valor e facilidade ao cotidiano das pessoas.

"O setor de telecomunicações vem apostando no

mercado de Internet das Coisas com foco em prover apenas a conexão. A Claro quer oferecer mais do que isso, com soluções completas ao cliente final, uma oferta única que integre o dispositivo, serviços de valor agregado e conexão, juntos. Queremos levar a comunicação entre máquinas para o dia a dia das pessoas", afirma Sergio Mesiano, Diretor de Serviços de Valor Agregado e Roaming da Claro.

Dessa forma, a Claro trabalhará em três grandes frentes no mercado de IoT: saúde e cuidados pessoais, mercado automotivo e casas inteligentes. No mercado automotivo, por exemplo, a Claro já

tem parcerias vigentes como o OnStar, da General Motors, sistema de assistência com navegação e conectividade que chegou ao Brasil para o modelo Chevrolet Cruze e onde a operadora foi a provedora da solução IoT.

Outras informações podem ser acessadas em (www.claro.com.br/internet-das-coisas).

"Queremos facilitar a vida das famílias brasileiras em passeios cotidianos como ir ao shopping, na escola, viagens ou lugares com muitas pessoas. O relógio foi desenvolvido com foco na segurança", diz Francisco Hagemeyer Jr., diretor comercial e de marketing da DL.

e-commerce

Crise põe fim ao frete grátis

Desde julho de 2014, o consumidor online vem assistindo à queda paulatina da oferta de compras com frete grátis. O agravamento da crise e o aumento dos custos de operação logística, que já não podem mais ser absorvidos integralmente pelas lojas virtuais, são os responsáveis por essa queda.

"Hoje as lojas já não precisam mais usar a gratuidade do frete para estimular a compra, pois o comércio eletrônico já está estabelecido",

diz Leonardo Palhares, presidente da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net). "O frete passou a ser oferecido para o consumidor de acordo com as suas necessidades ou urgência".

A crise também mudou a forma como o consumidor paga sua compra pela internet - mais à vista e em menos parcelas. Afinal, com a manutenção da taxa Selic elevada e a inflação em alta, as lojas têm optado por ofere-

cer prazos de parcelamento menores e com juros e descontos maiores para pagamentos à vista no boleto.

"O risco do desemprego contribui para que o consumidor não queira fazer dívidas de longo prazo no cartão de crédito", diz Palhares. Segundo a pesquisa Webshoppers, o pagamento à vista foi preferido por 42% dos consumidores. E dos que optaram pelo parcelamento da compra, o número médio de parcelas ficou em 2,4.

PONTOCOM

Josianne Ritz | josianne@bemparana.com.br

Facebook e Twitter contra notícias falsas

Facebook e Twitter se uniram a uma iniciativa chamada First Draft Coalition, para tentar reduzir o impacto da disseminação de informações falsas pela internet. O grupo foi formado em junho de 2015 com apoio do Google e conta com membros como New York Times, Washington Post, BuzzFeed News, France-Presse e CNN. Segundo a diretora de gerenciamento da FDC, Jenni Sargent, no final de outubro será lançada uma plataforma de checagem para verificar a veracidade de histórias questionáveis. O grupo também faz criar um código de práticas. Existem sites que tentam conter o estrago feito por quem vive da disseminação de informações falsas (como é o caso do Boatos.org no Brasil), mas a adição das duas redes sociais é um ganho considerável para a iniciativa, tendo em vista que boa parte dos mexericos se espalha por elas. Só o Facebook movimentava 1,7 bilhão de internautas por mês e o Twitter, 140 milhões por dia.

YouTube vai virar rede social

O YouTube está perto de virar uma rede social com vídeos. A plataforma até então exclusiva para vídeos acaba de estreitar a aba Comunidade, que permite que canais publiquem textos, imagens e mais que assinantes também podem acompanhar e interagir. O anúncio oficial da nova funcionalidade foi na terça-feira.

Botão novo no Facebook

O Facebook adicionou mais uma ferramenta para transformar seus aplicativos em interfaces de comunicação entre empresas e consumidores: um botão de compra. A novidade foi apresentada nessa segunda-feira e agora, além de suporte a bots de atendimento ao cliente, o aplicativo também permite que usuários façam pagamentos diretamente da interface.

Spotify ultrapassa 40 milhões de usuários

A plataforma de música on-line sueca Spotify anunciou ontem que ultrapassou 40 milhões de usuários que pagam pelo serviço. "Quarenta é o novo 30. Milhões", publicou no Twitter o cofundador e diretor-geral do serviço de streaming musical, Daniel Ek. Uma porta-voz confirmou à agência France Presse que a declaração do executivo tratava dos assinantes que pagam pelo serviço - que também pode ser utilizado gratuitamente, mas de forma limitada.

Biblioteca de Apps

Para guardar senhas

O LastPass oferece uma forma centralizada de armazenar as suas senhas e sincronizar essa informação entre vários dispositivos. O aplicativo não serve apenas para preencher formulários no navegador: ele também é compatível com outros apps e pode facilitar a vida dos usuários na hora em que eles precisam acessar algum serviço através do smartphone.

Bizarrice na rede

Balanço no metrô

Balanços no metrô? Pode? Pode sim, no metrô de São Francisco, nos Estados Unidos. Claro que isso está no Toxel (toxel.com)

