

Atalho para inovação, sucesso e crescimento

Mais do que um programa de aceleração para startups, o Google Launchpad Accelerator oferece a chance das empresas beberem direto da fonte

VINICIUS MEDEIROS

Há dois anos o burburinho se repete. Chega meados de março e startups de todo o Brasil se movimentam para participar do Launchpad Accelerator, programa de aceleração de empresas de tecnologia do Google. E, convenhamos, não é para menos. Em sua quarta edição, a iniciativa prevê, além de US\$ 150 mil em recursos (sendo US\$ 100 mil em produtos e US\$ 50 mil para investimento), duas semanas de mentoria intensivas na sede da empresa, em Mountain View, no Vale do Silício, com todas as despesas pagas.

Embora sempre ajude, dinheiro está longe de ser o principal atrativo do programa. Pergunte a qualquer uma das startups selecionadas nas edições anteriores, ou mesmo as que se inscrevem para participar, e a resposta invariavelmente será a mesma: o Launchpad Accelerator é uma chance única de beber direto da fonte. De fato, passar duas semanas aprendendo diretamente com os principais engenheiros, desenvolvedores e gerentes de produtos do Google é tudo que uma empresa de tecnologia necessita.

Sócio do Portal Telemedicina, selecionada na edição anterior do programa, Rafael Figueroa viveu isso de perto. Central online de laudos médicos de diferentes especialidades, a startup mudou por completo após participar do Launchpad Accelerator. “O Google revisou cada elemento da nossa plataforma tecnológica, bem como nosso modelo de negócio e estratégia de expansão. Em resumo, revisamos metas e praticamente alteramos nossa estratégia”, afirma Figueroa.

Segundo o empresário, o crescimento da empresa após a participação no Launchpad Accelerator foi uma consequência óbvia. “A transformação foi grande, com resultados quase imediatos. Aprendemos a atrair e reter os melhores funcionários e aumentamos em 30% a equipe. Com a revisão da nossa plataforma, conseguimos elevar em 10 vezes a agilidade na análise dos laudos e em 20% a precisão dos mesmos com a mentoria em inteligência artificial que tivemos. Com isso, nosso faturamento cresceu 50% na comparação com o período anterior ao programa”, informa.

Além disso, Figueroa confirma a afirmação do início desse texto que o Launchpad Accelerator significa, de fato, beber direto da fonte. “Para você ter ideia, tivemos mentoria com Jakob Nielsen, simplesmente o cara que cunhou o termo User Experience (UX). Vimos que estávamos fazendo tudo errado nessa

Figueroa: expansão após a participação no programa foi rápido; receita subiu 50%



Fotos: divulgação

área”, brinca. “Vale registrar que tivemos uma pré-aceleração antes da viagem. O Google passou dois meses com a gente fazendo conference calls para entender o nosso negócio. Com isso, quando chegamos, tivemos um programa de mentoria customizado, 12 horas por dia, de domingo a domingo”, acrescenta.

Apesar da importância da participação no Launchpad Accelerator, o Portal Telemedicina não era propriamente uma empresa nascente quando

tal Telemedicina acaba de captar outros R\$ 2,5 milhões com um investidor privado.

Hoje, a empresa processa atualmente de 1 mil a 3 mil exames por dia. “Temos uma equipe médica formada por 25 médicos especialistas. Temos clientes em mais de 100 cidades brasileiras, entre clínicas, hospitais e unidades móveis de saúde”, afirma Figueroa. “Resolvemos um problema crônico no país, que é o acesso a médicos especialistas, barateando ainda os laudos dos exames e dando mais agilidade aos

tes, como Lenovo, McDonald’s e Epson, ainda somos uma startup com muitos desafios tecnológicos a superar”, comenta de Cico. “Nosso desafio é garantir a consistência de todos os documentos dos clientes. Teremos acesso aos melhores engenheiros do Google. Eles gerem muitos dados, com consistência e desempenho. O know how deles será, com certeza, de grande valia”, completa.

Com sede em São Carlos (SP), a Arqueivei tem 60 funcionários, que se dividem entre o escritório central no interior paulista e a sala comercial em São Paulo. “Antes de abrir a Arqueivei, trabalhei numa construtora e havia muita dificuldade para fazer a gestão contábil e fiscal, por conta do grande número de notas fiscais eletrônicas (NF-e). Precisava de agilidade, de não depender do contador. Nossa ferramenta faz isso”, afirma. “Então, foi a partir da minha dor que surgiu a ideia da Arqueivei. Brincamos que somos o Google das NFes, gerando inteligência de mercado para as empresas”, acrescenta.

A ansiedade de Lucas Mendes, sócio da Contratado.ME, também é grande. “Queremos aprender sobre Big Data e Machine Learning. O Google tem uma infraestrutura muito grande nessas duas áreas. Queremos beber da fonte”, afirma Mendes, que também vê outras vantagens. “Além disso, estar no Vale do silício é uma bela oportunidade para ter contato com investidores. O Google, inclusive, encorajou-nos a ficar mais um tempo após o programa, fazendo contatos por lá. Eles abrem portas”, complementa.

A ideia para criar a Contratado.ME, segundo Mendes, veio do gargalo tecnológico existente no mercado de recrutamento. “A maioria dos players do setor tem modelos de negócios similares, funcionando como sites de vagas. Analisamos os mercados chines e norte-americano e desenvolvemos nossa plataforma, que é muito diferente”, diz o empresário, acrescentando que a empresa recebe de 10 a 12 mil candidaturas mensais, focadas em áreas como TI e negócios.

“Temos atualmente 1,2 mil clientes, incluindo marcas grandes como Itaú, Netshoes e Locaweb. Todo nosso processo seletivo é online, mas nos limitamos a uma análise técnica. Em compensação, garantimos à clientela que aquele candidato tem as qualidades para a vaga”, explica Mendes. “O que queremos, na verdade, é tirar a avaliação técnica da empresa. Com isso, a organização foca na análise do perfil cultural que necessita”, finaliza.

Sua Franquia

vinicius@diariocomercial.com.br



Com foco em itens mais premium, Anjos Colchões quer alta de 20% da receita

Com 51 unidades no país, sendo 18 próprias, a Anjos Colchões prevê inaugurar 20 lojas até dezembro. Segundo o fundador da rede, Claudinei dos Anjos (foto), a expansão ainda está no começo e as cidades-alvos nos próximos meses ficam no interior de São Paulo: São José do Rio Preto, Campinas Piracicaba, Americana e Araraquara. Até aqui, quatro pontos de vendas foram abertos este ano, sendo duas em Balneário Camboriú (SC), Rondonópolis (MT) e Itajaí (SC). Para estimular o crescimento, a aposta da rede se concentra no modelo Prime, recém-lançado e que prevê lojas mais sofisticadas, com foco na classe média. “O objetivo é oferecer um produto superior com preço justo”, diz Anjos, destacando que a primeira loja nesse formato já está operando em Ponta Grossa (PR).

A rede informa ainda que toda linha de produtos é fabricada em três indústrias próprias, localizadas em São Paulo, Paraíba e no Paraná. Segundo Anjos, apesar da crise, são atendidos em média 200 clientes por mês em cada unidade. “Acreditamos que, em momentos de crise, é quando mais temos que nos empenhar em trabalhar forte e inovar. Buscar sempre alternativas e crescer. Tanto que em nossa convenção, realizada no início desta semana, o tema era ‘reinvente, encante e realize’”, revela Anjo. Depois de faturar R\$ 36 milhões, em 2015, e R\$ 63 milhões, no ano passado, a empresa projeta uma elevação de 20% na receita líquida ao fim de 2017.



Divulgação

• Inovação

A iGui lançou um aplicativo com realidade virtual para auxiliar os consumidores no momento da compra. A novidade foi apresentada durante a Convenção da iGui, em maio. Desenvolvido internamente, o app tem como missão proporcionar uma experiência mais real, já que, ao usar os óculos iGui 3D - 360°, ele consegue ver todo a piscina no local desejado. Segundo a rede, a tecnologia complementa o já existente projeto em 3D. Agora, com as duas ferramentas, a clientela pode checá-lo no papel e dentro da residência. “Auxilia todos os envolvidos: o consumidor, que vai ter uma perfeita visão de como vai ficar sua piscina; o franqueado, que não terá problemas futuros sobre a localização da instalação; e o arquiteto, já que facilita o desenho do ambiente”, comenta o CEO e fundador da iGui, Filipe Sisson.

• Novidades

A pizzaria Vezpa lançou novo formato de negócio e aInspirada nos elementos que formam a Terra, a Chilli Beans lançou sua nova coleção de óculos, relógios e outros acessórios. Sendo assim, terra, fogo, água e ar aparecem nos produtos, da cartela de cores aos detalhes de cada mercadoria. Marca da coletânea, os shapes das mercadorias, que já estão disponíveis nas mais de 750 lojas da marca no Brasil e no exterior, ganham curvaturas. Os preços são a partir de R\$ 199,80. Na imagem, uma peça publicitária da campanha de divulgação.



Curtas

Reconhecimento: a 5ªsec foi eleita pelos paulistanos, pelo segundo ano consecutivo, como a melhor rede de lavanderia de São Paulo. O reconhecimento é fruto de pesquisa do Instituto DataFolha, que entrevistou paulistanos das classes A e B de todas as regiões da capital, para saber as melhores marcas de 32 categorias.

Capacitação: na quarta-feira, seccional fluminense da Associação Brasileira de Franchising (ABF Rio) promove o 6º módulo do Programa de Capacitação em Franchising (PCF). Dessa vez, o tema é “Expansão de Franquias”. Informações e inscrições no cursos@abfrj.com.br ou no (21) 2504-7573.

Mendes viaja aos EUA mirando aprender mais sobre Big Data e Machine Learning

