

Negócios visionários

Leonardo Pessoa

As novidades da tecnologia são lucrativas para empreendedores[br]que se antecipam na busca de soluções para os clientes

Na tecnologia, quem consegue antecipar o que ganhará escala no futuro pode, do dia para a noite, migrar da condição de coadjuvante para o primeiro escalão do mercado. Nesse momento, empresas que se apóiam no desenvolvimento da TV digital, internet ou na mobilidade, por exemplo, desfrutam de vantagem competitiva em razão do crescente interesse por essas novidades tanto no Brasil quanto no exterior. Atento ao movimento e ao potencial da Web 2.0, em que pessoas interagem com outras com interesses em comum, o executivo Manoel Lemos abandonou o cargo de diretor de tecnologia de uma multinacional para abrir o negócio próprio, a WebCo, lançada há um mês. "Antes dessa empreitada, já havia um embrião, pois paralelamente ao meu trabalho como funcionário, criei um blog para servir de cadastro para quem também tivesse blogs, o que foi se mostrando uma oportunidade de negócio", conta.

Em 2007, Lemos viu o BlogBlogs entrar para a lista dos 150 sites mais acessados no Brasil. "O episódio da Daniela Cicarelli com seu namorado postado no YouTube acabou trazendo muitos internautas ao blog, pois alguns usuários o haviam incluído em seus blogs", lembra. Com isso, patrocinadores começaram a rentabilizar a criação de Lemos. Segundo ele, o canal apresentava na época receita positiva de US\$ 15 mil por mês. Sua aposta atual resultou em um negócio com 35 funcionários e dois sócios-investidores (o grupo Abril e o fundo de investimentos sul-africano Napster IMH). "Neste momento, não tenho o objetivo principal de capitalizar em cima dos produtos, até porque os investidores garantem nossos investimentos e estrutura. Nossa atenção está em criar tráfego com o público que acessa a internet no Brasil", diz. Isso significa um contingente de 40 milhões de usuários, segundo levantamento Ibope/NetRatings.

Ex-alunos da Universidade de Brasília (UnB) descobriram uma necessidade não atendida os aplicativos que garantam a interatividade na TV Digital e entraram para o mundo dos negócios pela porta da frente. Do projeto de conclusão de curso dos seis jovens nasceu a Intacto, criada na garagem da casa de Marcos Roberto Martins em 2004. O grupo aproveitou os recursos do primeiro financiamento para universidades estaduais promoverem conhecimento sobre essa nova tecnologia. Na ocasião, os alunos mal sabiam o futuro que os esperava. "Esse mercado é uma caixa de surpresas, mas temos algumas referências de preços praticados por empresas internacionais com produtos correlatos", explica Martins. De acordo com Martins, o software de home banking para TV Digital, um dos produtos da Intacto, que permite aos bancos oferecer serviços como extrato, pagamentos e saldo aos correntistas, tem custo de R\$ 50 mil na Europa (trata-se da licença para usar o serviço). Por aqui, ainda não há previsão de preço, já que a empresa ainda não fechou o primeiro contrato. Além dele, a empresa foca numa linha de softwares para produzir interatividade. "Essa ferramenta web vai ajudar produtores de conteúdo interativo e pode ser adquirida pelas emissoras, agências de comunicação, anunciantes", exemplifica. Os sócios buscam também no exterior interessados nas soluções - de 22 a 24 de outubro participaram da uxTV, Congresso Internacional de TV Digital no Vale do Silício, Califórnia, onde dividiram o palco com o Google. "A maior vendedora de anúncios de busca pela internet do mundo quer oferecer seus serviços de busca aos usuários da TV Digital. Essa vitrine vai nos ajudar tanto fora quanto no mercado interno", diz.

O potencial de negócios com a TV Digital é grande. A estimativa, segundo o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD), é que em 15 anos os gastos do consumidor brasileiro cheguem a US\$ 14 bilhões. Mas outras demandas pavimentam negócios de empreendedores da tecnologia. A incorporação de soluções móveis para o mercado corporativo ampliar sua produtividade e reduzir custos incentivou João Moretti a abrir uma empresa na área. É a terceira empreitada de Moretti neste setor nas duas anteriores, enfrentou problemas com sócios. Há um ano e meio, com a ajuda de angel investors (investidores-anjos, que investem em empresas em busca de retorno maior do que teriam com investimentos mais tradicionais), montou a Mobile People. "Fiquei um ano redesenhando tudo

o que já conhecia para atender demandas dos clientes. Pelo histórico no setor, não encontrei grandes dificuldades para chegar a bons clientes", ressalta. Figuram na carteira da Mobile People gigantes como Casas Bahia e Coca-Cola. "Essa parte de automação na linha de frente das empresas tem muito espaço para evoluir. Conseguimos colocar num produto, além dessa função, o sincronismo com a retaguarda dessas empresas", explica. A empresa de Moretti, com fábrica em Campinas (SP), emprega 40 funcionários. Começou com ele e outro amigo. Cada projeto tem custo médio de R\$ 350 mil. "Neste momento, estamos desenvolvendo uma nova solução para o iPhone. O fato de atender uma demanda nova ainda criará boas oportunidades", disse.

Antonio Valerio Netto, autor de "Gestão de Pequenas e Médias Empresas de Base Tecnológica" em parceria com o Sebrae, avalia que o brasileiro não se acostumou a consumir tecnologia por competência. "Ele sempre buscou o produto importado, por referência. Isso demonstra que um bom caminho para as pequenas e médias empresas de conteúdo tecnológico é mirar também o mercado externo. Óbvio que o sucesso dependerá do trânsito desse empresário no exterior. Se mantém relacionamentos sólidos, poderá sim apostar nessa estratégia", diz. Netto fala com propriedade sobre o tema é um empreendedor do setor. Há cinco anos, abriu a Cientistas Associados Desenvolvimento Tecnológico, em São Carlos, interior paulista. Em 2005, tirou do papel o projeto de produzir robôs, mesmo em condições adversas, e criou a XBot, focada em robótica móvel inteligente. Já lançou o Sci-soccer, um futebol de robôs que pode aprimorar o conteúdo técnico proposto na sala de aula a professores e alunos. "No País, temos foco no segmento educacional levando robôs para instituições como o Senai", diz. No caso do futebol para robôs, a intenção é atrair a atenção de grandes empresas que possam usar o produto para reforçar sua imagem em grandes eventos. Netto diz que a Copa do Mundo, por exemplo, será uma oportunidade singular para incrementar o faturamento da XBot, que encerrou 2007 com R\$ 10 milhões. "Imagine este produto no aeroporto de Dubai. Lá é um bom lugar para ele", planeja.

O economista Jairo Margatto, de Campinas (SP), também aponta o mercado externo como o portal dos lucros. Desde 2004, quando iniciou um pequeno negócio de desenvolvimento de jogos eletrônicos com outros dois sócios da área de computação da Unicamp, a história da Overplay mudou totalmente. Se antes miravam o mercado brasileiro, agora, 90% dos seus olhares se voltam para o exterior. "Fazíamos games para celular, e no final de 2006 vendemos essa parte para a Tectoy Mobile. Decidimos nos concentrar na produção de games para consoles para PCs", explica. E por reconhecer a demanda internacional pelo tipo de negócio que produzem, desembolsam por ano R\$ 100 mil na participação das principais feiras do mundo na área. Têm clientes na Alemanha, Canadá e Estados Unidos. "Vimos que o mercado de jogos casuais movimentava US\$ 2 bilhões e cresce com velocidade. É o de jogos simples como paciência, e nos voltamos fortemente para esse campo", comenta. "Neste ano devemos faturar R\$ 1,2 milhão, o dobro do ano passado. Nosso resultado ainda alimenta outros segmentos, como o design e a programação, por exemplo."

Netto diz, que apesar de as pequenas e médias não disporem de muitos recursos, na maior parte das vezes sua agilidade em relação a uma grande organização é um fator vantajoso no setor tecnológico. "A tomada de decisões é rápida e os negócios podem fluir melhor", acredita. Ele observa ainda que só deve partir para essa área quem se reconhece como um bom vendedor. "Uma pessoa que não disponha de uma boa rede de relacionamentos terá dificuldades para sobressair nesse campo", diz.

Hoje, segundo Netto, existe mais facilidade para pequenos negócios na área darem certo hoje por conta do fomento à pesquisa (caso do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, o CNPQ, a Financiadora de Estudos e Projetos, FINEP, e Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, a Fapesp). "São vitais para o pequeno viabilizar um projeto tecnológico. Só não pode acontecer de o empreendedor saber que há recursos, e inventar algo somente com o objetivo dessa captação. Não se deve fazer mau uso desses recursos".

No caso da Cientistas Associados, para criar os robôs, somente o aporte de R\$ 500 mil obtidos junto à Fapesp garantiu o negócio. Atualmente, a empresa desenvolve um outro modelo de robô, previsto para ser lançado no segundo semestre de 2009. Netto sugere que, para encarar

um empreendimento no segmento, o empresário deve seguir o que preconiza o papa da administração, Philip Kotler.

O autor de best-sellers diz que boas empresas atendem a necessidades. Empresas excepcionais vão além dessa missão e criam mercado. E o escritor finaliza: "É difícil falar em empresa excepcional, mas por que não tentar chegar perto disso, pelo menos?".

Um setor de grandes números:

US\$ 14 bilhões

é o potencial de negócios da TV Digital

140,7 milhões

número de aparelhos celulares no Brasil**

US\$ 44 bilhões

volume estimado para a indústria de games no mundo até 2011***

40 milhões

quantidade de internautas brasileiros****

FONTE: *CPOD **ANATEL ***DFC INTELIGENTE **** IBOPE

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 29 out. 2008, Especial Sua Empresas, p. 6-9.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais