



Empreendedores, os sócios Gustavo e Cristiano, desenvolveram uma solução tecnológica que monitora os hábitos de consumo no supermercado

Fotos: Juliana Flister/Agência 17

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

Made in Minas

Software dá visibilidade a jovens empresários, e negócios são expandidos para o Vale do Silício, polo de tecnologia da informação nos EUA

O que jovens empreendedores mineiros, idealizadores de um software que funciona como um sistema de rastreamento de consumidores, têm em comum com o paulista Michel Krieger, criador do Instagram, aplicativo que permite inserir efeitos visuais em fotos digitais e compará-las na internet?

Assim como o inventor da popular ferramenta, os sócios Gustavo Lemos de Almeida, 31, Cristiano Paranhos, 31, e Victor Gollnick, 29, fundadores da IDXP, são exemplos da nova geração de talentos da tecnologia da informação (TI) que criaram soluções inovadoras e relevantes e, a partir delas, estão

ampliando seus negócios para fora do país. Eles são jovens, mas a responsabilidade já é grande: eles estão levando a empresa para a Califórnia, nos Estados Unidos, mais precisamente para o Vale do Silício, polo industrial onde se concentram as maiores iniciativas do mundo no ramo de TI.

A tecnologia idealizada por eles em 2010, e que gerou projeção mundial, possibilita o monitoramento anônimo dos hábitos de consumo de clientes de redes varejistas. O rastreamento é feito por meio de etiquetas e sensores inteligentes afixados em carrinhos e cestas de compras, cujos dados são enviados por um sistema via rádio instalado nas lojas.

“O nosso sistema funciona como o de um GPS e acompanha o cliente desde o momento em que ele pega um carrinho para fazer compras, monitorando o trajeto, o tempo médio parado em frente às gôndolas e os principais passos dentro da loja, até quando ele chega ao caixa do supermercado”, explica Gustavo Lemos de Almeida, CEO da IDXP. A tecnologia é tão inovadora que permite, por exemplo, que os dados processados por um software sejam combinados, em tempo real, com técnicas de marketing comportamental. Dessa forma, é possível cruzar indicadores, analisar o modo como os consumidores fazem compras e a psicologia envolvida no processo. Esse é um dos diferenciais dos serviços prestados pela empresa, que teve seu projeto-piloto firmado com uma rede de supermercados de Belo Horizonte. “Vendemos mais que tecnologia. Prestamos um serviço de avaliação e consultoria estratégica de marketing baseada na tecnologia.”

SOLUÇÃO RECONHECIDA | O software vem rendendo frutos e reconhecimento aos empresários. O primeiro prêmio veio em novembro de 2011, quando a tecnologia da IDXP superou outras 100, de concorrentes de oito Estados, e venceu a etapa brasileira do *IBM SmartCamp*, no Rio de Janeiro. Depois, competindo com outros nove finalistas de diferentes partes do mundo, os brasileiros conquistaram o primeiro lugar no voto popular e o segundo do júri na etapa mundial do evento, o *IBM Global Entrepreneur of the Year*, realizado, em janeiro deste ano, no Vale do Silício.

“Os jurados são as maiores mentes empreendedoras do local. Foi uma oportunidade ímpar de divulgar nosso negócio, reciclar e amadurecer profissionalmente”, destaca Gustavo Almeida.

Após o evento, os empresários mineiros ficaram duas semanas nos Estados Unidos, apresentando a tecnologia inovadora para empresas norte-americanas. “Percebemos que somos tão competentes quanto os empreendedores de outros países e que devemos pensar nosso negócio de forma macro”, ressalta. A intenção é desenvolver o produto e comercializá-lo em grande escala. Por isso, os jovens empreendedores estão montando o escritório na Califórnia, onde estão as grandes empresas do ramo. “Devemos empregar 20 pessoas.”

Silicon Valley | Califórnia



A Meca da inovação

O nome *Silicon Valley*, ou Vale do Silício, surgiu em referência ao elemento químico de mesmo nome, que é matéria-prima na produção da maioria dos componentes eletrônicos. A região fica na Califórnia, nos Estados Unidos, e concentra as maiores empresas de TI do mundo. Estão lá sedes de companhias como Apple, Facebook, Google, NVIDIA, Symantec, Ebay, Yahoo!, HP, Intel, Microsoft, Adobe e Oracle.

A Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria impulsionaram a expansão da região como fomentadora de tecnologia, devido à necessidade de produção de armas e construção de aviões de caça. Na época, as indústrias eletrônicas instaladas no Vale do Silício forneceram todo o material necessário. Mas há historiadores que datam de 1906 o início do desenvolvimento da região, época em que foi inventado o rádio.



COMO FUNCIONA O SISTEMA

1 O software funciona como um sistema de rastreamento de consumidores. Ele possibilita o monitoramento anônimo dos hábitos de consumo dos clientes de redes varejistas

2 O rastreamento é feito por meio de etiquetas e sensores inteligentes afixados em carrinhos e cestas de compras

3 Os dados são enviados por um sistema via rádio instalado nas lojas

Segundo Gustavo, a IDXP já está negociando o serviço com várias redes varejistas norte-americanas. “O Brasil é um mercado prioritário para comercialização, mas os Estados Unidos serão o foco primário por terem um público mais exigente, possibilitando o aprimoramento da tecnologia.”

O reconhecimento dos jovens empresários atravessou o Atlântico. No dia 21 de junho, em Paris, eles vão palestrar na maior feira varejista da França (Journée D'étude Tendances De L'ifls), com o tema “As tendências de consumo: rastreando o comportamento do consumidor”.

O EMPREENDEDORISMO | Quem pensa que o caminho até o Vale do Silício foi fácil se engana. O sucesso veio depois de muito esforço, dedicação e da certeza de que a tecnologia seria um diferencial para atender às exigências do mercado, inclusive internacional.

A analista do Sebrae-MG, Márcia Valéria Cota Machado, conta que a IDXP surgiu incubada pela Fumsoft e recebeu um recurso, no valor de R\$120 mil, do Prime (Primeira Empresa Inovadora) – programa da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), do Governo Federal. Assim, com o apoio do Sebrae, a empresa participou de intercâmbios, capacitações, seminários e missões com outras companhias de TI, sempre com o objetivo de desenvolver e aprimorar seus negócios. Eles foram um dos dez empreendedores incubados pela Fumsoft que conseguiram reconhecimento nacional. “O Sebrae acredita que é importante investir em empresas e em novos talentos. Acabamos atuando nos bastidores, como parceiros do grupo de empresas que gera o conhecimento. O setor de tecnologia da informação é muito dinâmico, e os jovens anteciparam uma tendência de mercado ao criar o software.”



4 O software possibilita o aumento nas vendas por meio de análises e ações específicas para que os produtos não fiquem parados na prateleira

5 O sistema monitora o trajeto, o tempo médio parado em frente às gôndolas e os principais passos dentro da loja, até quando o cliente chega ao caixa do supermercado



Gustavo Almeida relembra o começo difícil, em que grande parte dos recursos recebidos foi aplicada em consultoria. “Investimos dinheiro até do nosso próprio bolso. Também conseguimos uma parceria com um grupo francês, membro ativo do nosso conselho, que faz um trabalho voltado para o varejo na França, no setor imobiliário. Isso foi importante para conhecer o mercado e firmar parcerias com empresas norte-americanas e japonesas, objetivando o desenvolvimento de tecnologia.” Para ele, o Sebrae foi um divisor de águas na sua história como empreendedor. “Foi lá que tive contato, pela primeira vez, com o empreendedorismo. Está no meu DNA. Sempre sonhei em ter o meu negócio.”

DESDE AS CADEIRAS DA UNIVERSIDADE | O trabalho começou cedo. Em 2002, estimulado por um artigo sobre o Walmart publicado no jornal norte-americano “The New York Times”, que falava sobre uma tecnologia para rastrear produtos, o CEO da IDXP resolveu apostar em algo semelhante para ser aplicado no Brasil. A intenção era fazer da ideia o projeto de conclusão da graduação em Engenharia de Telecomunicações na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas).

Gustavo desenvolveu a tecnologia de radiofrequência RFID e aplicou-a, experimentalmente, em uma maquete. Faltava levar o conhecimento para a realidade. E foi o que ele começou a fazer em 2008, novamente em um projeto de conclusão de curso, desta vez de especialização. Estudando Gestão com ênfase em Finanças na Fundação Dom Cabral, ele conheceu um de seus sócios e assumiu o desafio de criar um plano de negócios com a tecnologia já desenvolvida. “Aprimorei o sistema, utilizando etiquetas inteligentes aplicadas em carrinhos de supermercados. O trabalho foi considerado um dos melhores e ajudou a abrir portas e a conquistar subsídios. Logo depois, em 2010, nasceu a IDXP.”

Um ano e meio depois de muito trabalho, os testes realizados em 100 mil corridas de compras revelaram que o novo software possibilitou um aumento de 50% nas vendas por meio de análises e ações específicas. O negócio, então, deslançou. Atualmente, a IDXP já analisa outras tecnologias que permitam captar o comportamento do consumidor.