

Especial Pequenas e médias empresas

Startups Yuool faz sapatos com lã merino, sola de EVA e preço na faixa dos R\$ 350, vendidos só pela web

Ex-sócios da XP estreiam na economia real

Darcio Oliveira
Para o Valor, de São Paulo

Desde que deixaram a XP Investimentos, entre o fim de 2015 e começo de 2016, Marcelo Maisonnave — co-fundador da corretora — Pedro Englert e Eduardo Glitz vêm investindo em uma série de fintechs, como são conhecidas as startups que oferecem produtos e serviços financeiros. Era natural que dessem sequência ao que haviam começado lá atrás, juntando conhecimento (e o punhado de reais que levaram com a venda da XP) em um nicho que vem crescendo (36% no último ano, segundo o FintechLabs), empurrado pelos avanços da tecnologia e pelo dinheiro de fundos internacionais.

É um movimento irreversível. Não por acaso os bancos tradicionais estão, eles mesmos, criando suas próprias startups ou comprando as que se destacaram — a XP é um caso clássico.

No portfólio do trio, figuram, ao todo, oito empresas. Sete delas, fintechs, estão nos segmentos de crédito, investimentos, câmbio, meios de pagamento, seguros e... uma fabricante de sapatos.

A pergunta inevitável: o que três experts financeiros, forjados no mundo digital, que se especializaram em buscar pérolas de disruptação no mundo dos negócios, estão fazendo com uma fábrica de sapatos? "A oportunidade

de apareceu e resolvemos testar os conhecimentos e o modelo de negócios do mundo digital na economia real", afirma Englert.

No início de 2017, um amigo de Englert ligou dos EUA dizendo que havia por lá um tênis confortável feito de lã merino, cujas propriedades térmicas permitiam o uso do calçado tanto no inverno quanto no verão. O produto estava bombando no mercado americano. Englert interessou-se e incluiu na jogada outro amigo, Eduardo Dutra, empresário do setor de calçados. Descobriram que havia grandes fornecedores desse tipo de lã na Itália e convenceram um deles, Stefano Aglietta, a se juntar ao time. A empresa nem havia nascido e já contava com três acionistas. Não demorou para chegarem outros dois: Maisonnave e Glitz, claro. Os sócios decidiram botar R\$ 1 milhão na startup do sapato.

Assim nasceu a Yuool, sigla para young (jovem), urban (urbano), wool (lã). Os sapatos Yuool com lã merino, sola de EVA e preço na faixa dos R\$ 350, chegaram ao mercado no Natal de 2017, ancorados por uma campanha de marketing dirigida a "formadores de opinião". Em janeiro de 2018, pouco mais de cem pares já haviam sido encomendados e em março a marca triplicou as vendas.

É uma empresa enxuta, como manda o manual de startups.



Englert: "A gente terá de fazer muita campanha digital para mostrar as propriedades térmicas do sapato"

Tem apenas dois funcionários: um diretor de produção e um diretor digital, sob a supervisão de Englert e Dutra. A fabricação é terceirizada, feita em Estância Velha (RS), onde fica o escritório da Yuool. Também não há estoque. Utiliza-se galpões dos Correios para armazenar as ainda limitadas quantidades de caixas de sapatos. Não há e não haverá

lojas físicas, as ações de venda são todas on-line. Para evitar os custos de obsolescência, a Yuool baseou-se em uma única linha de sapato, um só formato (o que agiliza também a fabricação). Mudam apenas as cores. Isso faz com o estoque não fique velho, já que não há troca de coleções.

Englert diz que as encomendas

chegam em 24 horas à casa do consumidor — pelo menos é essa a ideia. Em termos de distribuição, nada muito diferente do que se vê no e-commerce tradicional. "Sim, mas com uma marca ainda desconhecida, que saiu do zero."

E aí está o grande desafio da Yuool: eliminar o que Englert chama de pontos de atrito nessa primeira fase do negócio. O maior de-

les: a objeção de compra. Por que alguém iria usar um calçado de lã no verão? "A gente terá de fazer muita campanha digital para mostrar as propriedades térmicas do sapato." Outra questão: a compra sem teste do produto. "Eu tenho de buscar pontos de venda alternativos para que ele possa experimentar o Yuool." Por exemplo, eventos e espaços de exposição com estruturas de venda on-line no local. Há planos também de montar showrooms em aeroportos e utilizar corners de lojas multimarcas.

"Ao eliminar atritos, eu atraio o consumidor, aumento meu funil e as taxas de conversão de vendas. Esse é o jogo", diz Englert. Na semana passada, a Yuool passou a fazer uma campanha garantindo a devolução do produto caso o consumidor não se adapte a ele. Derubou, assim, outro atrito. A taxa de conversão, segundo ele, aumentou 25%. "A meta é vender 4 mil pares neste primeiro ano. Se isto ocorrer, já teremos o retorno do investimento no final do 2018."

O próximo passo é levar o Yuool para a Europa. A estratégia é começar pela Itália e aos poucos ir conquistando outras praças. "Vamos ganhar o jogo num lugar e partir para outro, sem pressa", afirma Englert. "Eu não quero ser o Banco Original. Eu quero ser o Nubank dos sapatos", compara. É uma shoetech no pé e uma fintech na cabeça.

HRTechs facilitam processos na área de gestão de pessoas

Danylo Martins
Para o Valor, de São Paulo

As HRTechs, startups voltadas para a área de RH, começam a ganhar força no Brasil. Estudo feito pela aceleradora Liga Ventures, em parceria com o Ibmec, mapeou 122 empresas, com maior concentração em São Paulo. Conforme o levantamento, as novatas do setor estão distribuídas em 11 categorias, incluindo recrutamento e seleção, avaliação de desempenho, people analytics (análise de perfil de pessoas), gestão de benefícios, saúde ocupacional e engajamento de colaboradores.

Em outros países, como EUA, as startups na área de RH são realidade há mais tempo, pelo menos desde 2012, segundo Raphael Henrique Augusto, responsável pelo estudo e "startup hunter" da Liga Ventures, que já acelerou cinco novatas no segmento. Por aqui, o movimento é embrionário, mas se fortalece muito em função da busca das companhias por mais eficiência

na área de gestão de pessoas.

Ao desenhar o modelo de negócios da Convenia, no fim de 2012, o administrador Marcelo Furtado e seu sócio queriam desenvolver uma solução B2B, direcionada a PMEs que ajudasse a resolver um problema que eles próprios haviam vivido. Do mercado financeiro, partiram para área de gestão de pessoas e lançaram, em 2013, a primeira versão do software na nuvem, que hoje automatiza processos como admissão, férias, benefícios, folha de pagamento e desligamento para 700 clientes. Desde 2014, 70% são PMEs, entre elas, as startups Creditas e Resultados Digitais.

Ainda em 2013, a Convenia participou durante seis meses de um programa de aceleração da ACE, com investimento de R\$ 20 mil, espaço de co-working e acesso a rede de mentores. "Em 2014, saímos de uma base de dezenas para centenas de clientes e continuamos investindo no produto", conta Marcelo Furtado, CEO da Convenia. Em agosto de 2017, a star-

tup captou R\$ 2,5 milhões por meio do fundo Criatec 2, gerido pela Bozano Investimentos. Atualmente com 52 funcionários, a empresa mais que dobrou o faturamento em 2017. Sem revelar números, Furtado diz que já atingiu, no primeiro trimestre, metade da receita gerada no ano passado.

Com o objetivo de melhorar a experiência em recrutamento e seleção para empresas e candidatos, Mariana Dias deixou o RH da Ambev, em 2015, para montar a Gupy ao lado de dois sócios. No segundo ano, a startup conquistou o primeiro cliente: a Kraft Heinz. Ainda no começo de 2016, a empresa foi selecionada para integrar o programa de aceleração da Wayra, da Telefônica, o que rendeu um aporte de R\$ 200 mil, espaço de trabalho e mentoria durante um ano. Após passar pelo Google Campus, a startup está de mudança para o inovaBra habitat, do Bradesco.

A solução, que utiliza inteligência artificial para ajudar as empresas a selecionar candida-

Mapa das HRTechs

Maioria das startups fica em São Paulo

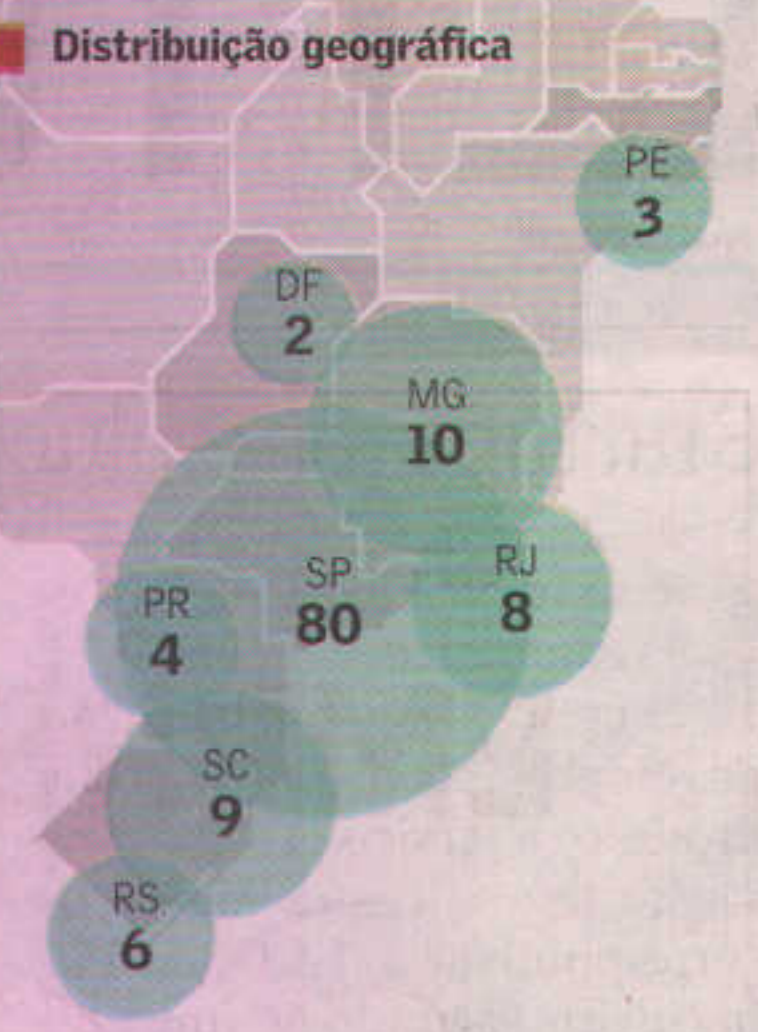
Distribuição por categoria	Número de empresas
Avaliação de performance	11
Engajamento de colaboradores	8
Entrevistas	6
Gestão de benefícios	21
LMS, cursos, treinamentos e learning	7
People Analytics (análise de pessoas e perfis)	9
Plataforma de vagas	15
Ponto, Operações, Folha e GED	21
Recrutamento e seleção	12
Saúde ocupacional e bem-estar	6
Temporários e freelancers	6

Total: 122 empresas

Startups por ano de fundação

56% nasceram a partir de 2015 11% nasceram em 2010 ou antes

Fonte: Liga Ventures



tos, despertou interesse dos fundos Canary e Yellow Ventures (que tem como sócio Patrick Sigríst, fundador do iFood).

Juntos, os fundos fizeram um aporte de R\$ 1,5 milhão na Gupy em agosto do ano passado. "Com o investimento, reformulamos o produto para conseguir atingir grandes empresas", diz Mariana Dias, CEO da Gupy. E deu certo: a startup atende Ambev, Cielo, Embraer, Randon, Somos Educação e Vivo, entre outras grandes.

Também voltado para recruta-

mento e seleção, a partir do uso de inteligência artificial, o software Kenoby foi arquitetado com o intuito de conquistar médias e grandes companhias. Em operação desde janeiro de 2016, a startup levantou, um ano antes, R\$ 1 milhão com o fundo de venture capital Duxx Investimentos. A expansão do negócio ocorreu mais fortemente no segundo semestre de 2017, diz Marcel Lotufo, CEO e co-fundador do Kenoby. Residente do Cubo, do Itaú, a startup tem 180 clientes, entre eles, Alelo, BTG,

Hyundai e XP Investimentos. A Culture Rocks ajuda empresas na avaliação de desempenho. "O gestor pode dar o feedback via celular", diz o fundador e CEO Francisco H. de Mello. Criada em 2015, recebeu duas rodadas de investimento-anjo, a primeira de R\$ 200 mil em 2015 e a segunda, de R\$ 300 mil, em 2016. Este ano, foi selecionada pela americana Y Combinator para um programa de aceleração no Vale do Silício: Com 75 clientes, atende startups como ContaAzul, Nubank e 99.

Realidade virtual é base para desenvolver negócios

Maria Isabel Moreira
Da PEGN

Depois de atuar durante 15 anos como uma agência de comunicação 360 graus, a Flex Interativa, de São Paulo, mudou de foco. Os sócios Fernando Godoy e Marcelo Rodiño, ambos com 46 anos, decidiram reposicioná-la como produtora de experiências digitais para o mercado corporativo. Hoje, a empresa fatura R\$ 1,5 milhão com o desenvolvimento de projetos de realidade virtual para clientes como Novartis, SAP e Dow Chemical. A Flex assina, por exemplo, a apresentação do novo sistema de automação de postos de combustíveis da Ipiranga e uma campanha da Mosaic Fertilizantes para mostrar como um produto específico atua na lavoura. "A realidade virtual democratiza a experiência da mesma forma que a internet democratizou a informação. É possível transportar o consumidor para qualquer lugar", afirma Godoy.

Elementos 3D, cenários e programação são criados na plataforma de desenvolvimento de jogos



Rodrigo de Souza, da Oniria: simulador para tratar fobia de altura e ambientes virtuais para pessoas com claustrofobia

Unity. Para eventos corporativos, a empresa leva estações com sensores de movimentos, óculos de alto desempenho e notebooks. Um dos sensores permite a quem está no ambiente virtual usar as mãos para interagir com objetos. Os projetos customizados custam entre R\$ 50 mil e R\$ 170 mil. Em 2018, a Flex planeja lançar um game de realidade virtual para shoppings e soluções para educação corporativa.

"Queremos ter produtos de prateleira para ganhar escala", diz.

A realidade virtual também é o foco da Oniria, fundada há 15 anos em Londrina (PR). Especializada no desenvolvimento de soluções de simulação virtual e engajamento nos segmentos de agricultura, óleo e gás, mineração, defesa, logística e saúde, a empresa conta com projetos implantados em 12 países. "Se a simulação envolve

percepção espacial, a realidade virtual é mais eficiente do que outras tecnologias", afirma Rodrigo Martins de Souza, 36, cofundador da empresa.

A Oniria criou um simulador para tratar fobia de altura, além de ambientes virtuais para pessoas com fobia social, claustrofobia e medo de falar em público: tudo parte de uma pesquisa em psicologia e análise de compor-

tamento da UEL (Universidade Estadual de Londrina). Os projetos da Oniria, que custam entre R\$ 50 mil e R\$ 100 mil, são desenvolvidos na plataforma própria Virtuous Work-shop e podem ser criados tanto para estações de realidade virtual avançadas como para dispositivos móveis mais simples. Em 2017, a empresa faturou R\$ 2,5 milhões.

A realidade virtual também traz bom atendimento à Virtuatech Engenharia. Especializada em treinamento, a empresa fundada em 2007, em Pindamonhangaba (SP) oferece equipamentos e desenvolvimento de software de capacitação com interação entre homem e objeto. "Um exemplo é um programa sobre instalação de cabeamento em postes para uma empresa de energia", diz Renato Cescon dos Santos, 35 anos, cofundador.

Em ambiente virtual, os operadores executam rotinas do trabalho como o alçamento por caminhão até o topo do poste. Esses treinamentos têm custo de R\$ 6 mil e podem chegar a R\$ 100 mil. A Virtuatech iniciou o ano com capi-

tal de R\$ 150 mil e prevê triplicar esse valor até o fim de 2018.

A curitibana Beenoculus destacou-se em 2015 ao ser a primeira brasileira a adaptar smartphones para experiências em cenários virtuais por um baixo custo. Em 2017, passou a usar a expertise no desenvolvimento de hardware, software e conteúdo na criação de novos negócios. Um exemplo é a BeeMedical, joint venture com o médico Wagner Pádua Filho, de soluções para a área médica. No próximo evento da Associação Brasileira de Franchising, estreia a BeeTools, para ensinar idiomas. "Vamos dar mais rapidez e melhorar o curso do aprendizado", diz o cofundador José Evangelista Terraubio Júnior, 48 anos, que já fechou 12 contratos de franquia.

Empresas Negocias Confira na próxima edição de Pequenas Empresas Grandes Negócios dicas para criar empresas em qualquer idade e conheça empreendedores que começaram do zero e hoje faturam milhões revistapegn.globo.com