

**Empresa criada em 2006 por ex-alunos é selecionada para participar do Global Business Project**

# Consultoria faz incubada ganhar o mundo

**Produto deve chegar ao mercado em 2009**

Morais explica que o grupo trouxe para a Vocalize dados e experiências de mercados norte-americano e europeu, onde as tecnologias de fala e da linguagem já se encontram relativamente maduras e estabelecidas. Os alunos também fizeram análise do mercado brasileiro, verificando a utilização da tecnologia em smart-phones, em aparelhos de GPS e em centros de contato (call centers). Através dessas análises, o grupo sugeriu estratégias para que a Vocalize entre no mercado brasileiro. "Esse tipo de trabalho é válido tanto para aquelas empresas que vêem a possibilidade de parceria com uma empresa estrangeira como para atuação no mercado nacional e internacional", coloca Moraes.

Segundo o diretor, os resultados obtidos pelo grupo GBP confirmaram que produtos e serviços baseados em tecnologias de fala e da linguagem têm uma perspectiva promissora no mercado brasileiro nos próximos cinco anos. São dados significativos para esta fase de atuação da empresa, pois a primeira versão do produto está prevista para o segundo semestre de 2008. "A previsão é termos um produto pronto para o mercado no início do ano que vem", prevê Moraes.

Foto: Antoninho Perri



Da esq. para a dir., Jussara Vieira, German Galvan, Edmilson Moraes, Karthik Meda, Malav Patel e Marcella Fedrigo: troca de experiências

VANESSA SENSATO  
Especial para o JU

**A** Vocalize é uma empresa jovem. Criada em maio de 2006, foi aceita em agosto do mesmo ano para o processo de incubação na Incamp, Incubadora de empresas de base tecnológica da Unicamp, vinculada à Agência de Inovação Inova Unicamp. Os sócio-fundadores, a doutora em Linguística Jussara Vieira e o doutor em Engenharia Elétrica Edmilson Moraes, são ex-alunos da pós-graduação da Unicamp, que direcionaram suas formações acadêmicas e profissionais para a criação de um empreendimento de base tecnológica na área de tecnologias de fala e da linguagem. Hoje a incubada desenvolve tecnologias de ponta nas áreas de conversão de texto em fala, reconhecimento automático de fala e lingüística computacional.

Juntamente com outras quatro empresas brasileiras, a Vocalize foi selecionada para participar do Global Business Project (GBP), uma iniciativa de nove programas de MBA norte-americanos que tem por finalidade enviar grupos de alunos para trabalhar temporariamente em empresas de vários países do mundo, expondo-os a desafios reais do empreendedorismo. Para o engenheiro Davi Sales, gerente da Incamp, a seleção da Vocalize para o GBP demonstra não somente a qualidade e seriedade do trabalho da empresa, mas também o crescimento das marcas Incamp e Inova Unicamp. "E a seriedade de nossas ações em busca por parcerias", completa Sales.

Nesta rodada, os alunos participantes do projeto puderam escolher entre três países para trabalhar – Brasil, China e Japão. A formação de cada grupo é indicada

Conversão de texto em fala resultou em empreendimento

## Cooperação abre várias perspectivas, diz diretor

O diretor da Vocalize diz que, além dos dados e experiências do mercado externo, há vários outros pontos que reforçam a indicação de uma cooperação com o GBP a outros empreendedores. "É a oportunidade de análise de seu modelo de negócios por analistas, com excelente formação na área de negócios, que vêm de um mercado forte e bem estabelecido, com idéias que podem enriquecer as perspectivas de uma empresa nacional", pontua.

Outro ponto destacado é que os resultados obtidos por meio desse tipo de trabalho podem ser usados para captação de financiamento. "Os resultados podem estar presentes no Plano de Negócios e serem apresentados a empresas de *Venture Capital*, por exemplo", afirma Moraes.

Um terceiro benefício indicado por Edmilson é que os integrantes do grupo po-

dem ser um meio de contato com potenciais clientes ou para estabelecer parcerias com outras empresas. Esta mesma estratégia foi usada pela Griaule, empresa Filha da Unicamp, no começo do processo de internacionalização de seus negócios.

A Griaule também é uma das cinco brasileiras já selecionadas para o GBP, que antes de receber o grupo já tinha participado de uma experiência com alunos de outros países através da AISEC, organização internacional de estudantes. Nesta parceria, os estudantes fizeram um estágio na empresa e quando voltaram aos países de origem, tiveram a opção de abrir uma empresa para representar os produtos da Griaule. Esta estratégia foi muito positiva para montar a rede de contatos internacionais, que hoje atende a mais de 80 países.

Para o GBP os objetivos da Griaule fo-

ram diferentes dos da Vocalize. Paulo Ribeiro, gerente de Marketing e Pesquisa da Griaule, explica que o grupo que os atendeu desenvolveu uma abordagem para a entrada da Griaule no mercado asiático e alinhou o plano de negócios com os objetivos da empresa.

Segundo Ribeiro, os resultados do trabalho superaram as expectativas. "As pessoas do grupo são muito competentes, e conseguimos desenvolver um ótimo ambiente de trabalho em grupo", afirma. De acordo com Ribeiro, o GBP é uma oportunidade para trazer para a empresa novas idéias e práticas alinhadas a padrões internacionais. "Além do mais é uma oportunidade de ter à disposição um grupo de consultores competentes que, nem sempre, poderiam ser custeados pela empresa".

pelos professores do curso, bem como a empresa a ser visitada, que é escolhida de acordo com o perfil de atuação dos participantes.

A atuação junto à Vocalize começou cerca de sete semanas antes da vinda do grupo ao Brasil, por duas semanas. Apesar dos alunos destinados a atuar na empresa serem provenientes de diferentes universidades, eles se reuniram virtualmente com os diretores da Vocalize uma vez na semana para articular e desenvolver o trabalho solicitado pela empresa. O escopo do trabalho incluiu uma análise setorial do mercado de tecnologias de fala e da linguagem nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil, segmentação do mercado de tecnologias de fala e da linguagem, posicionamento de mercado da Vocalize e, finalmente, definição da estratégia de entrada da Vocalize no mercado brasileiro.

O grupo que atuou na Vocalize é constituído, como grande parte dos alunos de cursos de MBA norte-americanos, por profissionais de diversas nacionalidades e de formação multidisciplinar. O indiano Karthik Meda, com formação em Engenharia e experiência na área de softwares, disse que escolheu o Brasil para conhecer o mercado nacional e as diferentes iniciativas que se destacam no país em relação à Índia. O mexicano German Galvan tem formação em Ciências Contábeis e experiência profissional no sistema bancário. Para ele, a escolha do Brasil foi a mais indicada por se tratar de um país latino-americano como o México, com características parecidas com o seu país, mas com um desempenho melhor no cenário econômico internacional.

Malav Patel, americano, também fez parte do grupo. Sua formação é em Marketing e ele já

passou por uma experiência internacional na Austrália. Por fim, Marcella Fedrigo, formada em Economia e Sociologia e com experiência em empresas financeiras, tem família de origem brasileira. "Estar no Brasil é algo que realmente melhora minha experiência, porque nos dá uma diferente perspectiva", coloca Marcella. Como pré-requisito para atuação no Brasil, todos participaram de um curso de língua portuguesa antes do trabalho.

Sobre a participação no projeto, eles afirmam que, pelo lado do aluno, é interessante observar como a teoria se relaciona com a prática de negócios. "A oportunidade complementa e melhora minha experiência no MBA, porque dá a possibilidade de trabalhar com um time, com pessoas que eu não conhecia antes da formação do grupo", comenta Marcella. Além disso, de acordo com os alunos, o

diferencial do programa é a chance de aplicar o que aprenderam em um contexto global. "Trata-se de uma excelente oportunidade de atuar em outro país, conhecer o mercado e a cultura de negócios local", coloca Patel.

Segundo eles, outro fator de estímulo à participação no GBP é a oportunidade de entender e visualizar os desafios de empreender com uma empresa de base tecnológica. Para Meda este é um diferencial, pois com a formação na área de engenharia, o MBA é o complemento para viabilizar sua própria empresa no futuro. Mas, mesmo para quem não pretende empreender, acredita que o projeto internacional faz a diferença no mercado de trabalho. "O mercado de trabalho não é mais nacional, é internacional. Por isso, ter a experiência do GBP é um diferencial", afirma Galvan.