



Mercado Digital

Patricia Knebel

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.



jornaldocomercio.com/mercadodigital

Porto Alegre ou Rio de Janeiro: para onde vai o Web Summit?

Uma mensagem publicada essa semana por Paddy Cosgrave, CEO e cofundador do Web Summit, na sua conta do Twitter, deixou o ecossistema de inovação gaúcho na expectativa. Ele anunciou que Porto Alegre

e Rio de Janeiro estão na disputa para se tornarem, em 2022, a primeira cidade sul-americana a sediar o evento, considerado um dos maiores de tecnologia do mundo. O resultado deverá sair em dezembro.

O Rio Grande do Sul vinha trabalhando desde setembro de 2019 para trazer o Web Summit, quando foi divulgado que o Brasil estava no páreo. Desde lá, foram mantidas diversas conversas com a equipe do evento e o

governo do Estado entregou um dossiê apresentando o ecossistema de inovação gaúcho. Inclusive, foi oferecida uma alternativa de local a ser realizada a conferência, já que a organização do Summit exige uma área de 22

mil metros quadrados. A ideia é usar a Orla do Guaíba em conjunto com outros ambientes de inovação locais.

Também estava agendada uma visita de Cosgrave à capital gaúcha, quando ele iria visitar diversos espaços de inovação locais e até participar de um Grenal. Mas, com a pandemia, a atividade foi cancelada. O Web Summit acontece tradicionalmente em Lisboa, Portugal, e já expandiu com edições nos Estados Unidos e na Ásia.



Claudio Gastal

Secretário de Planejamento, Governança e Gestão e líder do governo na força-tarefa

“Estamos trabalhando para trazer um dos maiores eventos de inovação no mundo. Já tínhamos uma visita agendada do Paddy Cosgrave em março deste ano. Infelizmente, tivemos de adiar por causa da pandemia. Acredito que temos total capacidade e o fato de estarmos entre as duas finalistas demonstra que já somos um hub de inovação e tecnologia”.



Thiago Ribeiro

Executivo da 4all.

A empresa apoiou desde o início a construção da candidatura da cidade, inclusive fazendo a interlocução com os responsáveis pelo evento.

“Temos um ambiente muito propício a receber um evento como o Web Summit. Há uma grande sinergia entre os atores do ecossistema. Governos, universidades, empreendedores e sociedade civil organizada, de uma maneira geral, estão todos alinhados na mesma direção. Acreditamos muito que um evento dessa dimensão colocará nosso Estado e nossa cidade num novo patamar. Será um marco”.



Rafael Prikladnicki

Gestor de relacionamento e negócios do Tecnopuc

“O ecossistema gaúcho de inovação tem evoluído muito nos últimos anos a partir de ações verdadeiramente integradas entre os diversos atores que fazem parte dele. E Porto Alegre vive um momento muito legal de colaboração e convergência nesta área. Estar entre as duas cidades selecionadas para trazer um evento do porte do Web Summit reflete este momento e este movimento. É um reconhecimento que mostra também a maturidade que o ecossistema está atingindo”.



Pedro Valério

CEO do Instituto Caldeira

“A simples menção de Porto Alegre como possível destino do Web Summit 2022 celebra esse momento de nossa cidade: startups de destaque, grandes corporações orientadas para a transformação digital, universidades alinhadas com a pauta da inovação, além do poder público atento aos impactos e oportunidades que a nova economia gera. A consolidação da cidade como um ecossistema de inovação global não é algo rápido, mas movimentos como os do Instituto Caldeira e de tantos outros atores aceleram essa caminhada”.

Warren entra na lista das mais promissoras do Brasil

A Warren, administradora, corretora e gestora de investimentos digital com sede em Porto Alegre, está entre as Emerging Giants mais promissoras do Brasil, segundo levantamento da KPMG.

Emerging Giants são startups com crescimento regional ou internacional e que contam com uma base crescente de clientes pagantes. “Estar entre essas empresas é resultado de termos construído uma empresa jovem e inovadora, alinhada ao cliente e às necessidades do mercado, utilizando muita tecnologia. Estamos em constante crescimento e abertos a novas estratégias”, afirma o CEO Tito Gusmão.



Tito Gusmão, CEO da Warren

Startup inglesa quer mudar a publicidade digital

A Adludio, startup inglesa de tecnologia com foco em Sensory Mobile Advertising, chega ao Brasil com o desafio de ajudar a transformar a oferta de publicidade digital, tornando-a mais sensorial.

Na liderança da operação nacional estão dois gaúchos. O Head de Operações, Jonathan Tessaro, que já atuava na empresa e recebeu a missão de implantar a unidade no País, e a Business Development, Margarida Galafassi. A sede será em São Paulo já com o foco de colocar o pé na América Latina. Criada em 2015, na Inglaterra, a Adludio conta com sedes em New York, Los Angeles, Paris, Singapura, Hong Kong e Taipei.

A Adludio foi criada em 2015

a partir da visão de que a propaganda digital desenvolvida até então não convidava para a inovação. “É um modelo que não combina mais com a forma intuitiva da mobilidade com a qual nos acostumamos. Nas redes sociais até vemos algumas possibilidades de interações, mas os anúncios nos sites ainda são muito estáticos”, aponta Margarida.

Para mudar isso, a empresa combina tecnologia própria, criatividade e dados, e atua com foco na criação de anúncios interativos e sensoriais para gerar experiências intuitivas nos dispositivos móveis. Uma forma de entregar isso é apostando nas propriedades multi sensoriais disponíveis nos

smartphones e tablets. A moeda de troca é o engajamento. Isso significa que o cliente paga apenas quando o usuário interagir com o anúncio. Ela explica que todo anúncio desenvolvido pela startup é também um convite, seja para o usuário arrastar, segurar ou clicar em algo, e até mesmo desvendar a tela. “Quando mais as pessoas interagem, mais ficam interessadas por aquele conteúdo”, analisa Margarida, que tem 30 anos de experiência no mercado de publicidade.

A consequência disso é uma tendência maior de o usuário avançar no relacionamento com a marca, incrementando as visitas ao site e downloads de aplicativos.