



TIAGO MORAIS, HUGO LOURENÇO, GEORG TUBALEV, ANDRÉ LOPES, JOÃO TAVARES E MARIA LÍGIA SARRAMITO

A REBELDE DA SILLICON VALLEY PORTUGUESA

Estabelecer novas parcerias, nomeadamente com agências criativas que estejam mais focadas na vertente de digital. Esta é uma das metas da Exaud, uma tecnológica fundada por Georg Tubalev, sediada em Paredes. Uma localização que faz com que se assuma como a “rebelde” da Silicon Valley portuguesa e que, para o seu criador, não teve qualquer impacto negativo no negócio.

É em Paredes que está sediada a Exaud, uma tecnológica portuguesa criada em 2012 e dedicada à criação de software para os mercados B2B (business to business) e B2C (business to consumer), e ainda à oferta de soluções integradas de consultoria, estratégia e design. A escolha da localização — e que a levou a assumir-se como a “rebelde” da

Silicon Valley portuguesa —, explica o ucraniano Georg Tubalev, fundador da empresa, prende-se com vários fatores. Primeiro, porque a cidade ainda faz parte da Área Metropolitana do Porto, permitindo a proximidade à rede empresarial e ao aeroporto; em segundo lugar, porque as rendas são consideravelmente mais baixas; e depois, porque está rodeada de vários institutos politécnicos, como a Escola Superior

de Tecnologia e Gestão de Felgueiras. “Até hoje não senti que o negócio tenha sido prejudicado pela localização da empresa”, afirma. A proximidade a startups tecnológicas concorrentes não “assusta” o empresário, que lista os pontos fortes da oferta Exaud: estrutura pequena e flexível, conhecimento em áreas técnicas muito específicas como a indústria automóvel e os sistemas de informação geográfica e o foco de

energia naquilo em que são “realmente bons” a programação de software, internet das coisas e sistemas embecidos. Ainda que o negócio seja mais direcionado para o lado tecnológico, a equipa Exaud oferece, de acordo com as necessidades demonstradas por cada cliente, serviços nas áreas de design, estratégia e consultoria. Georg Tubalev refere até que a capacidade de oferta poderá aumentar, pois, para 2016, a empresa

PARA 2016, A EMPRESA QUER AVANÇAR COM NOVAS PARCERIAS ESTRATÉGICAS. CONCRETAMENTE, REFORÇAR A COOPERAÇÃO COM AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE MAIS VOCACIONADAS PARA O DIGITAL

quer avançar com novas parcerias estratégicas. Concretamente, reforçar a cooperação com agências de publicidade mais vocacionadas para o digital. “Esta colaboração acontece sobretudo quando as agências tem em mãos projetos que são tecnicamente mais complexos ou estão com deadlines mais apertados e precisam de recorrer a recursos externos”, esclarece o fundador da Exaud. Outro tipo de parcerias que constituem interesse para a tecnológica é a aceleração de startups e aconselhamento de empreendedores que estão a dar os primeiros passos na construção de uma empresa, por via de consultoria estratégica e técnica.

Os produtos desenvolvidos

na Exaud são, na sua maioria, concebidos sob o Acordo de Não Divulgação. Porém, no site da empresa, curiosos, clientes e potenciais clientes podem aceder a alguns projetos próprios, cuja aplicabilidade pode estender-se às áreas de marketing e criatividade.



O REBELDE-MOR

Licenciado em Engenharia Informática pelo Instituto de Tecnologia da Universidade de São Petersburgo, em 2003, Georg Tubalev é natural da Ucrânia, onde viveu durante toda a infância e parte da juventude. Visitou Portugal pela primeira vez em 2006 e

acabou por ficar a residir no país, após ter casado com uma portuguesa, vivendo atualmente em Penafiel. Com mais de 13 anos de experiência profissional na indústria de software, era engenheiro informático na Ndrive quando, em 2012, se decidiu pela criação da sua própria empresa.

“A Exaud está mais próxima de abrir um escritório no mercado norte-americano “que possa funcionar como ponto de ligação e angariação de novos clientes”

O projeto mais recente é a Typelt Wear SMS, uma aplicação para wearables com sistema operativo Android, que permite enviar mensagens customizadas. Outro exemplo é a Yasmo Live, uma app mobile para conferências e eventos, compatível com iOS, Android, Windows Phone e BlackBerry, que permite verificar informação sobre cada sessão, orador e patrocinador, a customização por parte da entidade organizadora e ainda o upload de banners por parte dos parceiros. A Exaud desenvolve cerca de 30 projetos anuais, entre produtos próprios e projetos para clientes nos Estados Unidos, Portugal e Espanha, nomeadamente, marcas das indústrias de consumo eletrónico e automóvel e startups de Silicon Valley. E ainda que Georg Tubalev não ponha de parte a abertura de um escritório no Porto, a Exaud está mais próxima de abrir um escritório no mercado norte-americano “que possa funcionar como ponto de ligação e angariação de novos clientes”. “Neste momento e sendo que

clientes não são de Portugal, utilizamos muito o Skype e só reunimos se for mesmo necessário”, acrescenta o fundador. Na ótica do empresário, a pequena dimensão do mercado português e a menor rentabilidade “são os principais fatores que motivam as empresas de software portuguesas a internacionalizarem-se e a procurarem clientes fora do país”. Daí que os clientes nacionais representem apenas uma pequena parte da faturação, que, na sua totalidade e ano após ano, tem vindo a duplicar. No final de 2015, atingiu quase 500 mil euros e, para este ano, a meta está no milhão de euros. A par das receitas, Georg Tubalev pretende, em 2016, reforçar a estratégia de marketing e vendas da empresa de software, particularmente na Europa, já que, atualmente, a ação está demasiado centrada no mercado americano. Crescer em número de colaboradores também está nos planos. Aliás, está já a acontecer: “Estamos à procura de um novo espaço. A equipa está a crescer e o local onde estamos atualmente começa



A NOVA FACE DA EXAUD

Recentemente, a Exaud passou por um rebranding e pela renovação da sua presença no digital. A imagem e a produção de conteúdos foram desenvolvidas internamente, enquanto o novo site ficou a cargo de um web designer externo. Maria Lígia Sarramito, responsável de Marketing da empresa, explica que o novo logotipo “é mais moderno e adequado ao mercado atual, sendo também representativo da metodologia de trabalho e serviços disponibilizados pela Exaud”. Inspirada numa espiral, a identidade gráfica simboliza as várias soluções oferecidas: conceção, estratégia, design, desenvolvimento, avaliação, implementação e manutenção de projetos de software para marcas e empresas. “Já as diferentes tonalidades, simbolizam o conceito de ‘processo’, alusivo às metodologias ágeis de desenvolvimento de software utilizadas pela Exaud e que visam a contínua melhoria da qualidade do nosso

trabalho”, acrescenta. Simultaneamente, foi associada uma assinatura: “Precise Software Solutions”. O objetivo, expõe Maria Lígia Sarramito, é realçar a qualidade dos serviços e produtos concebidos, fruto da especialização e experiência adquiridas. Sobre o rebranding, e nomeadamente o website corporativo, Georg Tubalev refere que a finalidade é aproximar a Exaud dos atuais e potenciais clientes, através de uma apresentação completa da oferta de serviços e, também, do portefólio (pelo menos dos trabalhos não abrangidos por acordos de não divulgação). Além do lado “formal”, a empresa de Paredes irá apostar em conteúdos próprios, com publicações regulares no blog e redes sociais oficiais. “Com este investimento, pretendemos posicionar a Exaud e definir a sua identidade. Só assim conseguimos apresentar uma proposta de valor e diferenciar a marca da concorrência”, conclui o fundador.