

# Moki aposta na automação de produtos

Maria Amélia Vargas  
mavargas@jcrs.com.br

Carioca que passa a semana em São Paulo. É assim que se define o CEO e fundador da empresa de tecnologia Moki, Guilherme Werneck. Aos 56 anos, o engenheiro civil mudou de rumo a carreira há 29 anos, e hoje é um entusiasta dos benefícios que o mundo digital traz para os negócios e para a sociedade. Pai de três filhas, nas horas vagas, o músico amador prefere os instrumentos de corda. Sua diversão é tocar os analógicos violão e piano para a família e os amigos.

Na sua avaliação, a crise climática pela qual o Rio Grande do Sul passou em maio deste ano pode voltar os olhares empreendedores à necessidade de atualizar os seus processos. “Essa é uma enorme oportunidade de fazer diferente e melhor, tentar olhar o copo meio cheio e enxergar de um jeito positivo. Como empreendedor, a crise é uma possibilidade de reinvenção, se vamos ter que recomeçar, que seja de um jeito diferente.”

**Empresas & Negócios - Como é que foi o seu ingresso nessa área de tecnologia?**

**Guilherme Werneck** - Comecei muito jovem, com 25 anos, porque eu gostava do tema. Quando surgiu a internet, era uma novidade muito grande, e eu falei “quero fazer parte disso”. Não sabia nem como é que se ia dar certo, mas resolvi sair da empresa de engenharia civil que trabalhava e montei um provedor de internet para vender conta de e-mail para quem não tinha nem amigo com o e-mail para passar. Foi um início muito difícil, mas aí estamos, reinventando a empresa há décadas.

**E&N - Você foi um autodidata na área, então?**

**Werneck** - Eu não sou programador, a minha a minha função sempre foi mais estratégica, comercial e de cuidar das pessoas. Naturalmente, eu conheço de tecnologia, adoro tecnologia, sei programar em linguagens antigas, mas esse não é mais o meu papel.

**E&N - Como surgiu a Moki?**

**Werneck** - Trata-se de empresa cara que presta serviços B2B (business to business). Ou seja, trabalhamos só para outras empresas, que é como eu sempre trabalhei, eu nunca tive produtos de pessoa física. Sempre gostei de ver como é que as empresas operavam e como eu poderia ajudar usando a tecnologia para que elas pudessem operar melhor, para fossem mais eficientes e com isso mais rentáveis. Então, o meu o meu papel é tentar transformar processos de empresas em processos melhores, em busca de melhores resultados. E aqui veio assim, surgiu em 2007, antes do iPhone. Fazíamos produtos para BlackBerry, e lançamos um produto de procedimentos operacionais para as lojas operarem todas Iguais, principalmente no ramo de franquias. E aí crescemos no franchising, depois foi para os supermercados, depois para outro segmento e outro segmento, e hoje a gente trabalha em todos os segmentos de mercados – a exceção do governo. Estamos no Brasil e em mais 14 países, temos escritório em Portugal, Estados Unidos, Rio, São Paulo. Fazendo isso, tentamos tornar as empresas mais eficientes usando a tecnologia de forma útil e criativa.

**E&N - Quais são os principais lançamentos da empresa?**

**Werneck** - Estamos lançando uma ferramenta, chamada de Smart Scan, que é uma tecnologia de leitura de produtos. Então, toda comunidade que precisa fazer um acompanhamento da sua mercadoria, de todos os processos, desde

**A maior alteração de todas foi a mudança da adoção da mobilidade. O smartphone chegou e dominou de uma forma avassaladora qualquer processo – empresarial e do indivíduo**

o recebimento da matéria-prima, da produção, da separação, da preparação do pallet, do embarque, do desembarque no ponto de venda, da preparação da gôndola, da precificação correta, do delivery, do e-commerce etc.

**E&N - Como funciona essa nova tecnologia?**

**Werneck** - Em algum momento você precisa saber o que tem dentro de determinada caixa. E aí que trazemos uma ferramenta muito eficiente para celular, sem necessidade de você ter um coletor. Então, você usa um hardware muito mais barato com o qual as pessoas não têm nenhuma barreira para usar, porque todo mundo é muito íntimo no seu celular. Ela lê muito rápido e em condições muito hostis e com muita acurácia. E aí você transforma o processo num processo muito melhor.

**E&N - Serve tanto para empresas pequenas quanto para as grandes?**

**Werneck** - Naturalmente, quanto maior a empresa maior a dor, maior problema com isso, maior valor que ela percebe na nossa solução. Então, acabamos tendo no médio e no grande uma aderência melhor, uma maior percepção de valor. O pequeno ainda dá o jeito dele e, às vezes, ainda se permite improvisar. Mas o médio e o grande não podem fazer isso, porque se eles improvisaram, eles quebram. Por isso, esses são o nosso público de maior aderência e interesse. Licenciamos essa tecnologia para toda América Latina, pois trata-se de uma tecnologia europeia, sendo a mesma que tem nesses óculos da Apple novos e super incríveis. É também a mesma tecnologia que tem nos jogos da Apple que a Moki oferece para todo o mercado brasileiro poder usar nosso rastreamento de mercadoria e acompanhamento.

**E&N - Ela é desenvolvida por vocês?**

**Werneck** - A tecnologia a gente incorporou na nossa solução para oferecer a toda América Latina. Fizemos o uso útil e criativo dessa tecnologia para um mercado de varejo e logística. Na verdade, toda operação de varejo é uma operação de logística, no fundo porque você tem que fazer o produto chegar no cliente, seja entregando na casa dele, seja botando na prateleira para ele pegar. Então, a logística para a gente é um é um mercado que temos uma atenção monumental, que precisa desse tipo de solução e precisa reduzir custos você trabalhar, eventualmente, com equipes mais enxutas.

**E&N - Quais foram as princi-**



CEO e fundador da empresa destaca o crescimento via franchising

**pais mudanças tecnológicas o senhor aponta no decorrer destes de trabalho na área?**

**Werneck** - A maior alteração de todas foi a mudança da adoção da mobilidade. O smartphone chegou e dominou de uma forma avassaladora qualquer processo – empresarial e do indivíduo. Assim, todos os processos foram captados pela mobilidade, e isso aconteceu ali ainda lá atrás, em 2012/2013, com o surgimento dos smartphones e dos aplicativos. Chegando mais pra cá, sem dúvida nenhuma, a parte de Inteligência Artificial, da realidade aumentada, que são tecnologias que temos incorporadas no nosso produto e que realmente transformam as coisas, a maneira como você captura e analisa o dado do seu cliente ou seu funcionário onde quer que seja.

**E&N - E como vocês se utilizam destas tecnologias nos seus produtos?**

**Werneck** - No nosso Moki Smart Scan, utilizamos a tecnologia de computação visual. Via software, pela câmera do celular, ele faz reconhecimentos e interações através de Inteligência Artificial para poder reconhecer mais rápido, no escuro, de lado e à distância. A IA faz parte do nosso componente para dar toda a eficiência que oferecemos. É bem profundo o uso da Inteligência Artificial na nossa

aplicação, bem mais do que a gente pensar no GPT da vida. É estamos falando um pouquinho mais baixo nível. Com os dados, a AI vem para você gerar padrões, para você gerar conhecimento, gerar insights, que você não gera normalmente a olho nu ou através das suas ferramentas habituais. Para cada captura de uma caixinha, cada leitura de um preço, essa informação está abastecendo uma enorme base de conhecimento que a empresa vai adquirindo à sua operação, aos seus colaboradores e aos seus clientes.

**E&N - Os benefícios são de ordem prática e estratégica?**

**Werneck** - Primeiro, temos que apresentar a facilidade que ela dá ali no chão da loja, no CD, dentro do caminhão. Qual é o ganho deles na rotina. Depois que ele percebeu isso, mostramos o quanto tudo isso vai trazer informações que nunca se viu. Acho que mais você precisa demonstrar para ele que não tem segredo no uso, é fácil de usar, é muito amigável, é no celular. Eu não quero ter nenhuma barreira, que a tecnologia é incrível. Mas, no final do dia, o que ele quer mesmo é informação estratégica para o negócio dele. Então, você entrega para todo mundo na cadeia, do cara que tá lá no chão até uma pessoa que tá fazendo a estratégia corporativa.