

Companhia gaúcha soma mais de 30 anos na área de tecnologia da informação

É no quinto andar do Tecnopuc que está localizada a DB, a primeira empresa gaúcha a integrar o Parque Tecnológico. A organização, que conta com mais de 30 anos na área de tecnologia da informação e software, já alcançou grandes marcos através de expansões e mudanças de vínculos, tendo como grande fator de impulsionamento ao longo da sua história a experiência no ecossistema do Tecnopuc.

Em 2003, ano em que o Parque Tecnológico foi inaugurado, ainda sob o nome de DB Server, a empresa completava 10 anos de história. Foi a partir de um questionamento feito por um dos sócios-fundadores, Eduardo Peres, diretamente para Jorge Audy, Superintendente de Inovação e Desenvolvimento do Tecnopuc, que a ida para a atual localização foi provocada. "O Tecnopuc só vai ter multinacionais? Quando é que vai existir espaço para as empresas locais?", foi a pergunta de Eduardo. A resposta de Jorge foi rápida e clara: "Então vem". A partir desse momento a DB se consolidou como a primeira empresa gaúcha a integrar o ecossistema do parque, estando há mais de 20 anos no local.

Foi em 1993 e sem aporte inicial que surgiu a DB Server em uma garagem residencial. A

iniciativa foi nomeada para fazer analogia ao termo Database Server, já que a área de principal atuação da empresa era com bancos de dados. A idealização da DB partiu de três ex-alunos da Ufrgs, Eduardo Peres, Werner Heidrich e Mário Bastos.

Ao longo de mais de 30 anos, o negócio se desenvolveu, passando inclusive por uma resignificação no nome oficial, por conta da expansão dos principais serviços oferecidos. Hoje, DB passa a representar os termos design and build. Atualmente, a DB atua como uma empresa B2B, auxiliando organizações em múltiplas frentes que culminam na construção de software, como projetos sob demanda, outsourcing (prática de contratar empresas para realizar processos internos) e administração de capacitações. Eduardo conta que a área de dados e Inteligência Artificial vem tomando grande espaço dentro da DB, que oferta desde projetos incrementais até o letramento da IA. "A nossa área é uma das que já está efetivamente impactada pela nova era da Inteligência Artificial", conta.

Um ecossistema de inovação

O ecossistema proporcionado pelo Tecnopuc é descrito por Eduardo como uma importante fonte de impulsionamento para

a empresa, proporcionando já inicialmente a captação de mais clientes. "Nós já tínhamos uma visão da relevância que tem as empresas trabalharem em conjunto com as universidades e os órgãos públicos para construir um ecossistema. Entendemos que o Tecnopuc era essa grande oportunidade", explica.

A organização, que atualmente conta com grandes nomes na cartela de clientes, como Dell, Scredid, Banrisul e Lojas Renner S.A, realizou essa grande mudança com cerca de 50 pessoas envolvidas nos processos internos. Atualmente, são mais de 1 mil colaboradores trabalhando de forma remota em 21 estados.

Há cerca de três anos, a empresa passou por sua maior virada de chave, quando foi adquirida pela Randoncorp, conglomerado da área da mobilidade. A empresa já tinha vínculo com a DB há mais de uma década antes da aquisição no papel de cliente. "Foi a oportunidade de aumentar a nossa atuação na indústria. Nós tínhamos, mas não era muito relevante no nosso portfólio", explica Eduardo.

Entre muitas mudanças a DB passou a integrar a vertical de tecnologia avançada da Randoncorp, tendo sob direção principal o executivo de tecnologia Mateus Abreu. Já o espaço físico no



Eduardo está à frente da DB, empresa gaúcha mais antiga do parque

Tecnopuc passou a ser 50% compartilhado com outras empresas do grupo.

Perspectivas futuras

A DB continua em processo de expansão, tendo como próximo passo a abertura de uma unidade em Atlanta, nos Estados Unidos. Para Eduardo, essa mudança traz consigo novos desafios, como a captação de talentos locais que compreendem a respectiva cultura de negócios. No entanto, o objetivo principal continua sendo de maior perspectiva. "Nós entende-

mos que ao criar uma operação física nos Estados Unidos, nós vamos conseguir fazer contratos na moeda forte, contratos em dólar", explica.

Com esse futuro desenvolvimento, a empresa passará a ter mais uma unidade, somadas às de Caxias do Sul, São Paulo e a sede no Tecnopuc. "Sempre falei que o meu concorrente não mora na mesma rua que eu. O meu concorrente é global e nós precisávamos nos fortalecer. Então, vir para o Tecnopuc foi o que nos permitiu exercitar esse conceito", finaliza.

Blue Ville aposta na inovação e transfere operação comercial para o Tecnopuc

Em um movimento que marca uma nova fase da trajetória da marca, a Blue Ville, uma das principais indústrias de alimentos do Rio Grande do Sul, transferiu parte de suas operações estratégicas para o Tecnopuc, parque científico e tecnológico da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs).

A mudança ocorre em um momento de transformação interna da companhia, fundada em 1983 por Luis Fernando Dal Ben, atual presidente da Blue Ville, que se prepara para passar o bastão para a segunda geração. O movimento, que é visto como parte de uma estratégia mais ampla de modernização e preparação para os próximos ciclos de crescimento, é capitaneado pelos sucessores Bruno Dal Ben, diretor de operação, e Gustavo Dal Ben, gerente de suprimentos.

A iniciativa de mudança reforça o posicionamento da empresa em direção à inovação, à transformação digital e à aproximação com o ecossistema de tecnologia, startups e pesquisa acadêmica.

Instalada oficialmente no Tecnopuc desde abril, a empresa levou para o novo espaço equipes

das áreas de marketing, pesquisa e desenvolvimento (P&D) e parte da operação comercial. A sede industrial segue localizada em Camaquã, onde a companhia foi fundada há 43 anos e mantém suas atividades produtivas.

Segundo o gerente de marketing da Blue Ville, Luciano Amorim, a decisão começou a ser planejada ainda em outubro do ano passado. O objetivo era criar uma conexão mais próxima entre a indústria alimentícia e os ambientes que hoje concentram conhecimento, inovação e desenvolvimento tecnológico.

"A empresa tem uma visão muito clara de futuro. Queremos ser referência em arroz e em alimentos derivados desse universo. Para isso, entendemos que precisávamos estar mais próximos das startups, da tecnologia e do meio acadêmico", explica Luciano.

Desde a chegada ao Tecnopuc, a Blue Ville já iniciou projetos em parceria com o próprio parque tecnológico, com startups residentes e também com diferentes áreas da universidade. Para Luciano, a aproximação com startups representa uma via de mão dupla. Ao mesmo tempo em



Luciano Amorim é gerente de marketing da Blue Ville

que a empresa busca novas soluções e oportunidades de negócios, também oferece ao ambiente de inovação a experiência prática de uma organização consolidada no mercado. "Entendemos que não somos os únicos que ganham com essa aproximação. As startups também passam a ter contato com uma empresa que atua diretamente no varejo, com metas claras, demandas concretas e foco em resultados. Isso cria uma dinâmica muito interessante", afirma.

O executivo compara a estrutura de uma indústria tradicional

a um grande transatlântico, cuja direção não pode ser alterada de forma brusca. Nesse contexto, as startups funcionariam como embarcações menores, capazes de testar novas rotas e validar projetos com mais rapidez.

"É como lançar alguns jet skis na água para explorar possibilidades. Se o projeto funciona, seguimos desenvolvendo. Se não funciona, ajustamos a rota sem comprometer toda a operação", exemplifica o executivo.

Embora os projetos atualmente em desenvolvimento

estejam protegidos por acordos de confidencialidade, a expectativa da empresa é apresentar novidades ao mercado ainda até o fim deste ano.

Outro aspecto considerado estratégico na mudança é a proximidade com talentos em formação. A presença dentro do Tecnopuc e da Pucrs permite à empresa acessar estudantes, pesquisadores e profissionais especializados em áreas como tecnologia, dados e Inteligência Artificial. "A tecnologia é importante, mas o diferencial continuará sendo as pessoas. Queremos estar próximos dos melhores talentos e criar conexões duradouras", destaca Luciano.

A Inteligência Artificial, inclusive, já faz parte das discussões internas da empresa. Ferramentas vêm sendo testadas em diferentes áreas, tanto no marketing quanto em processos operacionais. No entanto, a prioridade atual é estabelecer regras e diretrizes para garantir o uso responsável da tecnologia. "Mais importante do que utilizar IA em larga escala é construir uma governança adequada. Precisamos entender como utilizar essas ferramentas de forma segura e eficiente", afirma.