

Tecnologia de geolocalização desenvolvida por pernambucanos faz sucesso no mundo

Aperfeiçoar uma tecnologia revolucionária parece ser algo destinado a quem já tem muito tempo de mercado ou se debruça há anos em pesquisas. No entanto, quando se trata de inovação, a quebra de paradigmas não segue a lógica de tempo ou espaço. A inquietação move o espírito empreendedor de André Ferraz desde os tempos de estudante do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco (CIN), marcando um case de sucesso no mercado de tecnologia.

O desafio proposto nas disciplinas do curso de Ciência da Computação era superar a precisão do Sistema Global de Posicionamento, popularmente conhecido pela sigla em inglês: GPS. André relembra que entre os idos de 2011 e 2012, o principal problema da tecnologia era justamente a precisão. “O sinal do GPS enfraquece em ambientes fechados, como andares diferentes e por conta das estruturas de concreto”. O desafio era justamente ter uma ferramenta mais precisa.

Não demorou até o grupo do qual André fazia parte desenvolver uma tecnologia que dava uma localização com uma variação de menos de três metros de distância. Em 2014, eles venceram uma premiação da Microsoft de melhor tecnologia de geolocalização do mundo. Do reconhecimento técnico-científico ao para o primeiro negócio foi um salto. André Ferraz é um dos fundadores da In Loco.

A empresa que teve seu modelo de negócio incubado no Porto Digital usava a geolocalização como ferramenta de marketing no varejo e indústria. Magazine Luiza, Pão de Açúcar, Fiat e GM eram alguns de seus clientes. Os anúncios eram entregues aos perfis de usuários a partir de onde eles estavam. A empresa cresceu tanto que vendeu em 2020 o seu braço de publicidade (InLoco Media) ao seu maior cliente: a Magalu. Transação milionária que não teve valores revelados.



(Reprodução: <https://lawinnovation.com.br>)

Atualmente, André lidera um segundo negócio que se utiliza da mesma tecnologia, mas com fins de segurança digital. A Incognia mapeia padrões de deslocamento de “maneira a conseguir identificar a pessoa unicamente por meio do comportamento de localização”. Ainda segundo ele, o serviço tem isso bastante procurado por instituições financeiras como bancos e operadoras de cartão de crédito para evitar fraudes. “Buscamos entender se aquele padrão é condizente com o perfil por meio da validação dos endereços da transação de entregas e cobranças”, ao citar outros setores do meio digital como clientes a exemplo de aplicativos de delivery, e-commerce, redes sociais. Ferraz salienta ainda que a privacidade dos usuários é um dos pilares do modelo de negócio. “A identificação do usuário é feita por meio de chaves enviadas pelo banco sem precisar nome, CPF ou e-mail. Esses dados são coletados para fins de segurança, transparência da política do App”. A inovação local hoje pode ser considerada um negócio local.

Há times da Incognia atuando no Brasil, Canadá, Estados Unidos e Portugal que atendem clientes em 25 países. Uma das sedes é na Califórnia, mas a maior parte da equipe (70%) está no Recife. A empresa gera 110 empregos diretos. André dá dicas para quem está iniciando a carreira ou sonha com a área de tecnologia. “A minha recomendação é trabalhar em startup no início porque nessa fase você aprende mais, descobre novas coisas, mais responsabilidades”.