



Relatório de Impacto Econômico

Brasil 2018

Conteúdo

- 2 Introdução
- 3 Números nacionais
- 5 De onde vêm os números
- 8 Nossas ferramentas e programas
- 12 Histórias de sucesso

A Internet tem dado resultados para as empresas brasileiras. E o Google está ajudando.

Quando Larry Page e Sergey Brin criaram o Google, era impossível estimar o impacto que a Busca teria no mundo. Hoje, 20 anos depois, o Google se tornou parte integral da vida das pessoas e também dos empreendedores. Graças às nossas soluções, empresas de todos os tamanhos conseguem ter um entendimento do consumidor e insights sobre a sua jornada digital como nunca foi possível antes. Essa inteligência de dados gera resultados de negócio.

Todos os meses, o Google ajuda a levar 100 bilhões de visitas a sites de empresas em todo o mundo e cria mais de 3 bilhões de conexões diretas, como ligações, reservas on-line e visitas a sites de e-commerce ou lojas físicas. Além disso, somente em 2017, o Google compartilhou R\$ 10 milhões com veículos de comunicação parceiros no Brasil e treinou 10 mil jornalistas por meio da Google News Initiative. No terceiro setor, em 2017 nós trabalhamos com mais de 20 mil organizações sem fins lucrativos em mais de 50 países.

Nesta edição do Relatório de Impacto Econômico, feito a partir de uma metodologia criada por Hal Varian, economista-chefe do Google, fizemos um esforço para mapear o impacto que uma parte relevante dos nossos produtos têm na economia brasileira, ao estimar o retorno do investimento de publicidade feito pelos nossos clientes.

Estamos presentes no país desde 2005 e o Brasil é um mercado prioritário para o Google. Aqui, temos um escritório de negócios, outro de engenharia, um Google for Startups Campus, um Partner Plex e um YouTube Space. Empregamos diretamente mais de 800 pessoas. Além disso, hoje o Brasil figura entre os cinco maiores mercados para nossas oito plataformas que possuem mais de um bilhão de usuários, dentre elas a Busca, o Android e o Chrome.

O Google está comprometido em continuar a usar suas plataformas e ferramentas para ajudar empresas brasileiras a crescer, oferecendo uma contribuição relevante para a economia ao conectar empreendedores de todas as regiões do país com potenciais consumidores. Ao fazer isso, ajudamos nossos clientes a focar no que importa: encontrar formas criativas e eficientes de ampliar seus negócios.

Boa leitura!



Fábio Coelho
Presidente do Google Brasil e
vice-presidente da Google Inc





| Números nacionais

Brasil 2018

A Internet ajuda as empresas brasileiras a terem sucesso e a gerar empregos.

As ferramentas de busca e publicidade do Google ajudaram a movimentar a atividade econômica do Brasil em 2018.

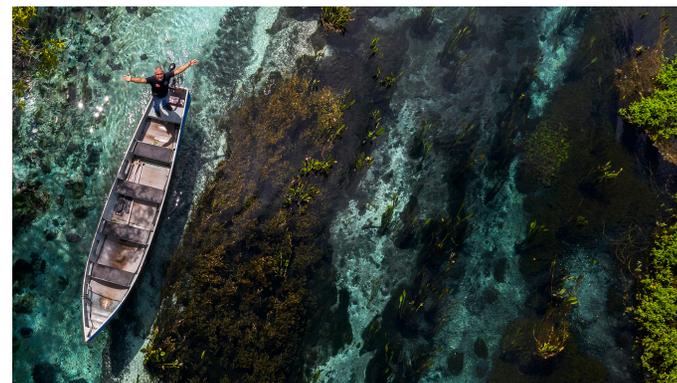
Saiba mais em: g.co/impactoeconomico

R\$ 41 bilhões

Em 2018, as ferramentas de busca e publicidade do Google ajudaram a movimentar R\$ 41 bilhões em atividade econômica no Brasil.

60 mil

Em 2018, mais de 60 mil empresas, publishers e organizações sem fins lucrativos de todo país se beneficiaram das ferramentas do Google, como Google Ads e AdSense.





FLEXIBILIDADE
PARA SUA
ROTINA.

selfit
Academia
do seu jeito

EQUILÍBrio
PARA
SURF.

selfit
Acader
do seu je

| De onde vêm os números

Brasil 2018

Como calculamos o impacto econômico do Google?

Para calcular uma estimativa conservadora do impacto econômico do Google no Brasil, examinamos o retorno de investimento fornecido pela Busca, pelo Google Ads, Google AdSense e Google Ad Grants em 2018.

Busca e Google Ads

Para calcular uma estimativa do impacto econômico da Busca e do Google Ads, partimos de duas premissas conservadoras. A primeira é a de que as empresas obtêm uma receita média de R\$ 1,5 a R\$ 3 para cada real investido no Google Ads. Essa estimativa foi desenvolvida por Hal Varian, nosso economista-chefe, com base nas atividades de custo por clique de uma ampla amostra de anunciantes do Google. A metodologia de Varian foi publicada pela American Economic Review em maio de 2009. A segunda premissa é a de que as empresas em geral recebem uma média de 5 cliques nos resultados de busca para seu site a cada clique em seus anúncios. Essa estimativa foi desenvolvida pelos pesquisadores universitários Bernard Jansen e Amanda Spink com base numa amostra de dados de busca, e foi publicada em 2009 pelo International Journal of Internet Marketing and Advertising.

Se os cliques na busca trouxessem tanta receita para as empresas quanto os cliques nos anúncios, essas duas premissas significariam que as empresas receberiam entre R\$ 8 e R\$ 17 para cada real investido no Google Ads. Isso porque, se os anunciantes recebem do Google Ads um valor entre 1.5 e 3 vezes maior do que o investido nele, e se recebem com a busca um valor cinco vezes maior do que o recebido com o Google Ads, então o lucro total obtido seria igual a 11 vezes o valor investido, ou

$$1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} + 5 \times 1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} - \text{(valor investido)} = 8 \text{ a } 17 \text{ (valor investido)}$$

Entretanto, os cliques nos resultados da busca podem não ter tanto valor comercial para a empresa quanto os cliques em propagandas. Para isso, somos conservadores e calculamos que os cliques na busca têm cerca de 70% do valor de um clique num anúncio. Ou seja: de maneira geral, estimamos que os anunciantes obtêm um lucro equivalente a oito vezes o valor investido no Google Ads, ou

$$1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} + 0,7 \times 5 \times 1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} - \text{(valor investido)} = \text{entre } 5,75 \text{ e } 12,5 \text{ (valor investido)}$$

Sendo assim, nossa estimativa conservadora é de que, para cada real investido no Google Ads, o anunciante recebe entre R\$ 5,75 e R\$ 12,5 de lucro com a Busca e o Ads. Conseqüentemente, para calcular o valor econômico obtido pelos anunciantes, usamos este valor combinado com a receita que obtivemos em 2018 com o Google Ads nos resultados da Busca do Google.com – ou seja, aquilo que foi investido pelos anunciantes, para chegar nessa porção do impacto econômico do Google no Brasil.

Como calculamos a estimativa do valor da Busca e do Google Ads

Veja um exemplo de como calculamos a estimativa do valor gerado para os anunciantes pela Busca e pelo Google Ads:

Google Ads: Estimativa do valor de cliques em anúncios

Vamos supor que um único anunciante ofereça R\$ 5 por clique. De acordo com as regras do leilão do Google, o anunciante paga apenas o valor mínimo necessário para garantir sua participação no leilão – suponhamos que esse valor seja de R\$ 4 por clique. No lance de R\$ 5, vamos supor que o anunciante obtenha 400 cliques por semana, o que representaria um custo total de R\$ 1,6 mil por semana. Se o valor por clique para esse anunciante for v , então o superávit total para usar o Google Ads é de $400v - 1600$. A fórmula está resumida na primeira coluna da tabela abaixo:

valor	lance	CPC	clique	custo	superávit
v	R\$ 5	R\$ 4	300	R\$ 1600	$400v - 1600$
v	R\$ 2	R\$ 1	400	R\$ 300	$300v - 300$

O anunciante poderia reduzir para R\$ 2 o lance oferecido. É possível usar o Simulador de Lances do Google para simular o efeito dessa redução. Os valores possíveis estão exibidos na segunda linha da tabela acima.

Caso o anunciante dê lances com o objetivo de maximizar o superávit, o superávit associado ao lance escolhido deve ser maior do que o superávit associado a um lance mais baixo, que não foi escolhido pelo anunciante. Ou seja:

$400v - 1600 > 300v - 300$

A solução dessa desigualdade mostra que o valor por clique mínimo para o anunciante é de R\$ 13. Sendo assim, o valor total obtido pelo anunciante com o Google Ads é de no mínimo R\$ $13 \times 400 =$ R\$ 5,2 mil. Uma vez que o anunciante paga apenas R\$ 1,6 mil por esses cliques, o superávit líquido obtido é o retorno dos cliques menos o custo deles.

Fizemos cálculos como esse para uma ampla amostra randômica de anunciantes do Google Ads. Observamos que o valor total dos cliques é, na média, num intervalo de 1,5 a 3 vezes maior do que o custo dos cliques.

Evidentemente, trata-se apenas de uma estimativa baseada na premissa de que os anunciantes desejam maximizar o lucro (superávit) obtido com o Google Ads, e de que o Simulador de Lances oferece boas estimativas do que ocorre quando um anunciante altera o valor do lance.

Considerando que o valor bruto dos cliques em anúncios estará num intervalo de 1,5 a 3 vezes maior que o custo dos cliques, então o valor líquido – o “superávit” obtido pelo anunciante com esses cliques – a esse superávit menos o custo dos cliques. Essa metodologia foi publicada por Hal Varian, economista-chefe do Google, na edição de maio de 2009 da *American Economic Review*.

Busca do Google: Estimativa do valor dos cliques na Busca.

Mas a história não acaba aí. Os anunciantes também garantem um número considerável de cliques gratuitos nos resultados da busca. De acordo com os pesquisadores universitários Bernard Jansen e Amanda Spink, o número de cliques em resultados de busca é 5,3 vezes maior do que o número de cliques em anúncios, nas situações em que ambos os links (busca e anúncio) são exibidos na página. Para fazer uma estimativa conservadora, arredondamos esse número para 5.

Evidentemente, um clique na busca pode não ter tanto valor comercial quanto um clique num anúncio. Mais uma vez, vamos ser conservadores e supor que um clique na busca tenha 70% do valor de um clique num anúncio. Naturalmente, não se trata de um valor adicional puro. Se os mecanismos de busca não existissem, os anunciantes encontrariam outras formas de mostrar seus produtos e atrair clientes para lojas e sites. Entretanto, na economia on-line real, o valor obtido por anunciantes com cliques em anúncios e na busca do Google parece ser considerável.

Para mais informações sobre nossa metodologia e para fazer o download do relatório completo acesse: g.co/impactoeconomico



Nossas ferramentas e programas

Brasil 2018

Ferramentas para empresas.

Além de ser um mecanismo de busca, o Google também é uma empresa de publicidade. Geramos a maior parte da nossa receita através de anúncios que mostramos ao lado dos resultados da busca, em nossos outros sites e nos sites de nossos parceiros. Através destas ferramentas também ajudamos muitas pessoas a garantir uma fonte de renda. Este relatório apresenta uma estimativa conservadora do impacto econômico do Google para empresas, publishers e organizações sem fins lucrativos no Brasil com base três pilares da nossa presença no país: a Busca do Google e o Google Ads, o Google AdSense e o Google Ad Grants.

Google Ads

O Google conecta empresas, pequenas e grandes, com seus potenciais clientes, sem nenhum custo através dos resultados da busca orgânica. Além disso, nossa plataforma Google Ads também conecta negócios com pessoas que procuram por produtos e serviços por meio dos links patrocinados exibidos acima e abaixo dos resultados da busca. Para usar o Google Ads, a empresa cria peças publicitárias com textos curtos. Depois, participa de um leilão on-line no qual oferece lances pelas palavras-chave que deseja que disparem seu anúncio. Vamos usar o exemplo de uma loja de objetos de cerâmica: a loja pode dar lances pelo termo "cerâmica feita à mão". Quando alguém digitar essas palavras no Google, verá o anúncio da loja acima ou abaixo dos resultados da busca. A loja só paga se alguém clicar na propaganda e acessar o site. Ou seja: paga apenas se a publicidade funcionar.

Para mais informações acesse:
www.google.com/ads

Google AdSense

O AdSense pode ser usado por publishers para colocar publicidade em seus sites e ganhar dinheiro com o conteúdo exibido. Um exemplo: se um blogueiro de gastronomia usa o AdSense, seus leitores poderão ver anúncios de produtos relacionados a comida ao lado do conteúdo – como anúncios de utensílios de cozinha. Tanto grandes quanto pequenos publishers recebem a maior parte da receita obtida com cada peça publicitária – e isso representa uma fonte de renda importante para muita gente que cria conteúdo.

Para mais informações acesse:
www.google.com/adsense

Google Ad Grants

O programa Google Ad Grants oferece publicidade gratuita para organizações sem fins lucrativos. Os beneficiados pelo Ad Grants podem gastar até R\$ 10 mil por mês em anúncios que ajudem a arrecadar recursos, conscientizar o público, entre outros. Desde o início do programa, em 2003, o Google já apoiou organizações de 50 países com mais de R\$ 8 bilhões em publicidade.

Para mais informações acesse:
www.google.com/grants

Mais ferramentas para empresas

Além de oferecer ferramentas de busca e publicidade, o Google oferece também uma série de produtos que ajudam as empresas a ter sucesso na Internet e a crescer – como Google Meu Negócio, Google Analytics e G Suite.

Google Meu Negócio

O Google Meu Negócio é uma ferramenta gratuita e simples que ajuda empresas a estar presentes na Busca e nos Mapas do Google. Ela permite editar as informações da empresa que aparecem na Internet, como horário de funcionamento, endereço, entre outros, responder comentários deixados pelos clientes, perguntas frequentes e usar fotos e postagens para destacar os aspectos que diferenciam seu negócio da concorrência. As empresas também podem usar a ferramenta como ponto de partida para criar um site, de graça e em poucos minutos. Tudo isso é extremamente útil para encontrar e se aproximar dos clientes.

Para mais informações acesse:
www.google.com/business

Google Analytics

O Google Analytics é uma ferramenta gratuita, que pode ser usada pelas empresas para entender os clientes que passam pelo Website. O Google Analytics apresenta dados sobre a navegação e as ações dos usuários que visitaram o site e ajuda as empresas a tomar iniciativas concretas com base nessas informações, de forma a atingir resultados. Um exemplo: um varejista on-line pode usar o Google Analytics para saber quantos visitantes de seu site colocaram produtos no carrinho virtual, mas não completaram a compra. Essa informação serve para testar mudanças no processo de pagamento e, assim, aumentar a taxa de conversão.

Para mais informações acesse:
www.google.com/analytics

G Suite

O G Suite é um conjunto de aplicativos integrados que ajuda empresas de todos os tamanhos a serem mais produtivas, colaborativas e seguras. O Gmail conecta as pessoas a colegas de trabalho e clientes, não importa em que parte do mundo estejam. Programas como Docs, Planilhas e Slides facilitam e padronizam a colaboração, graças a documentos, planilhas e apresentações que podem ser compartilhados. O Drive oferece um lugar acessível e seguro para armazenar arquivos. E a Agenda facilita a organização de compromissos, reduzindo o tempo gasto no planejamento e aumentando a produtividade.

Para mais informações acesse:
www.google.com/gsuite

Cresça com o Google

"Nós, do Google, percebemos diariamente o poder da Internet em ajudar as pessoas. Para fazer nossa parte e garantir que a tecnologia ofereça oportunidades a todos, criamos a iniciativa Cresça com o Google – fruto de vinte anos de trabalho criando produtos, plataformas e serviços que impulsionam o crescimento de pessoas e empresas. O Cresça com o Google pretende garantir que os brasileiros tenham acesso ao que o Google oferece de melhor em treinamentos e ferramentas de aprimoramento de habilidades, carreira e negócios. Confira, a seguir, alguns dos programas que oferecemos para empresas, empreendedores e startups."

Cresça com o Google

O projeto, que já treinou 55 mil pessoas, tem como objetivo ajudar pessoas em todo o Brasil a acessar o melhor conteúdo e ferramentas do Google para aprimorar suas habilidades, carreiras e negócios. O programa nasce de nosso histórico de 20 anos de criação de produtos, plataformas e serviços que conectam pessoas e empresas nos momentos importantes, ajudando-os a crescer e ter sucesso online. A iniciativa passou por Recife, Salvador, João Pessoa, Natal, Brasília, Teresina e Fortaleza nos últimos dois anos e contemplará mais seis capitais em 2019.

Para mais informações acesse:
www.cresca.withgoogle.com

Google for Startups

O Google for Startups é uma iniciativa do Google que tem como missão apoiar startups ao redor do mundo no seu crescimento. Para concretizar essa missão, atua por meio de diversas iniciativas globais. Entre elas, o Google for Startups Campus, espaços físicos criados para o ecossistema local de startups, onde elas têm acesso a programas, mentoria, treinamentos, espaço de trabalho e uma comunidade diversificada de empreendedores com os mesmos ideais.

Para mais informações acesse:
www.startup.google.com

Google News Initiative

Nosso esforço de ajudar o jornalismo a crescer na era digital, que combina diversas iniciativas que fazemos em colaboração com o setor de notícias, passando de produtos a parcerias e programas para ajudar a construir um futuro mais forte para as notícias.

Para mais informações acesse:
www.newsinitiative.withgoogle.com

womenwill

Programa gratuito de capacitação para o desenvolvimento pessoal e profissional de mulheres, com treinamentos e ferramentas para que elas possam encontrar novas oportunidades de emprego, mudar de carreira ou abrir seu negócio fazendo uso de todo o potencial da Internet.

Para mais informações acesse:
www.womenwill.com/countries/brazil

| Histórias de Sucesso

Brasil 2018

Explore o Relatório de Impacto Econômico do Google e veja como negócios em todo o Brasil estão utilizando as ferramentas do Google para ter sucesso on-line e crescer.



Marcio Luis da Silva | São Paulo, SP



“O Google Ads nos colocou no mapa do turismo de Bonito, para o Brasil e o mundo.”

YUCA YGARAPÉ

Ygarapé Tour

www.ygarape.com.br

Famosa por seus rios cristalinos, cachoeiras e cavernas, a cidade de Bonito, no Mato Grosso do Sul, atrai visitantes do mundo inteiro. Eles chegam ávidos por aventura: trilhas, mergulhos, arvorismo, e também pelas paisagens da região. Poucos conhecem tão bem aquelas terras como Norival da Silva Júnior, mais conhecido como Juca Ygarapé. Ele já gostava de se embrenhar na mata desde criança, e viu seu paraíso particular se transformar em um dos maiores pólos de ecoturismo do país. Juca cresceu tomando banho de rio, fazendo passeios por lugares pouco conhecidos, descobrindo novas paisagens.

Juca acabou virando uma espécie de guia informal dos amigos que deixaram Bonito para estudar e voltavam para passar férias. Os passeios faziam tanto sucesso que Juca decidiu transformar o lazer em negócio: abriu uma empresa de turismo, a Ygarapé Tour, que está há 25 anos no mercado. Conhecido na região e com passe livre entre os proprietários de terras, Juca desbravou muitos dos caminhos que se transformaram em rotas de turismo. “Tenho essa coisa de explorar. Está no meu sangue.” Ele fez curso de mergulho, começou a fazer filmagens debaixo d’água e, aos 58 anos, virou uma referência.

Por muito tempo, a Ygarapé Tour dependeu do movimento de clientes no balcão da loja, e isso apenas em períodos sazonais. Até que decidiu investir em Google Ads e vídeos no YouTube, divulgando a região e seus pacotes de turismo.



CENTRO-OESTE

Ygarapé Tour emprega 40 pessoas

Os resultados vieram rápido. Após um ano de investimento nas ferramentas do Google, o número de clientes atendidos pela agência cresceu 30%, de 2017 para 2018, atingindo o recorde de mais de 30 mil pessoas. Com isso, a receita da empresa cresceu em 75%. Atualmente, a agência tem 10 funcionários contratados e trabalha com 30 guias terceirizados. “Não imaginávamos que o retorno seria tão rápido”, diz a gerente da empresa, Roberta Alves de Andrade. “Hoje, temos um volume considerável de passeios vendidos, com até três meses de antecedência. O Google Ads nos colocou no mapa do turismo de Bonito, para o Brasil e o mundo.”

Juca demorou a se convencer em investir em novas tecnologias para incrementar seu negócio. “Não sabia direito como funcionava e não tinha ideia do que isso significava. Uso computador, mas sou um zero à esquerda”, brinca. Hoje, satisfeito com os resultados, volta seu espírito desbravador para o mundo da Internet. Quer aprender mais sobre as possibilidades que ela oferece. “A cada hora surge uma novidade e temos que correr atrás de novas ferramentas. Quero acompanhar cada vez mais. Se não fizer isso, estou frito.”



“Em 2018, uma surpresa: um aumento de 265% nas matrículas.”

LEONARDO PEREIRA

Academia Selfit

www.selfitacademias.com.br

Formado em administração de empresas e economia, Leonardo Pereira tinha 34 anos quando resolveu abrir seu próprio negócio, em 2012. Ele estava de volta a Recife, após ter trabalhado como executivo em uma empresa nos Estados Unidos. Com o sócio Nelson Lins, que havia saído do mercado financeiro, criou a Selfit. A primeira academia foi aberta em Salvador no mesmo ano. Não demorou muito para que a rede atingisse 42 unidades espalhadas pelo Norte e Nordeste do Brasil. Em dezembro de 2018, a Selfit começou seu plano de expansão para o Sudeste, abrindo academias em Belo Horizonte e em cidades do estado de São Paulo.

Para se tornar conhecida e atrair clientes para seus endereços espalhados pelo país, a Selfit, desde o início, apostou no marketing digital. Hoje, a maior parte das matrículas é feita pelo site da empresa. “O Google é uma das principais fontes de acesso à nossa página. De janeiro a novembro de 2018, conseguimos identificar um aumento de 265% nas matrículas, através do Google Ads”, afirma Thiago Moraes, estrategista de marketing digital da Agência XP, que trabalha com a Selfit. “No nosso entendimento, ele é a principal porta de entrada para o público efetivamente interessado em nossos serviços.”



NORDESTE

A Selfit emprega mais de 500 pessoas.

Além do Google Ads, Thiago usa o Google Analytics e o Google Tag Manager para entender como os usuários interagem com o site. “Consigo acompanhar em tempo real o comportamento do cliente on-line, quantos acessos ele fez e se realizou ou não a matrícula.” Atualmente, a média de retorno de investimento é de 10,49, ou seja, cada R\$ 1 investido nas campanhas do Google Ads gera um faturamento 10 vezes maior.

“Entendemos que esse número pode ser melhor, já que não leva em conta os alunos que se matriculam diretamente nas nossas unidades e que conheceram a Selfit através do Google.” Outro serviço importante que a Selfit utiliza para atrair novos alunos é o Google Meu Negócio, que além de gratuito, permite que a empresa seja encontrada no Google Maps e na própria Busca do Google. “Eu atualizo a listagem de todas as nossas unidades, detalhando os horários de funcionamento e todas as atividades que elas oferecem”, diz o consultor de marketing digital. E a história da Selfit não para por aí. Em 2019, os empreendedores se preparam para um novo salto: vão entrar para o mercado de franchising. “Nossa meta é chegar a mais de 100 unidades em todo o país até 2020”, conta Leonardo.



“Ganhamos a visibilidade que faltava, tivemos um salto de 10 vezes no número de acessos diários.”

GLAUCO AGUIAR

Manaós Tech

www.manaostech.com

Como fazer com que crianças e adolescentes estejam preparados para a “quarta revolução industrial”? Foi com essa pergunta em mente que, em 2017, a Manaós Tech foi fundada por dois sonhadores, Glauco Aguiar e Luiz Garcia. Eles tinham sido colegas no mestrado de engenharia elétrica na Universidade Federal do Amazonas, e pela experiência como professores universitários, achavam essencial que, quando esses jovens comessem a ir para a faculdade e para o mercado de trabalho, eles já tivessem uma bagagem tecnológica.

Glauco e Luiz começaram praticamente sem nenhum investimento. “Com a primeira turma, compramos um projetor. Com a segunda, adquirimos notebooks, e assim fomos fazendo”, relembra Glauco. Eles também criaram um site, mas registravam pouquíssimos acessos. Por isso, logo no começo, em fevereiro de 2017, resolveram investir no Google Ads. “Tivemos um salto de 10 vezes no número de acessos diários. O Google nos ajudou a ganhar visibilidade online”, diz Glauco. Em um ano, o percentual de alunos matriculados subiu 450% e hoje a escola conta com 14 colaboradores, dentre eles, oito professores.



NORTE

A Manaós Tech emprega 14 pessoas

Divididos em turmas de acordo com idade, os alunos aprendem robótica, “Internet das coisas”, eletrônica, programação e técnicas de edição de vídeos para o YouTube. Tudo de um jeito bem lúdico e divertido. “A maioria já chega sabendo jogar em tablets e no celular. Então, começam aprendendo a criar seus próprios jogos, a desenvolver os personagens, e vão adquirindo noções de algoritmos de programação.”

Em 2018, um aluno criou um aplicativo que converte texto em áudio e vice-versa. Teve a ideia por causa de um amiguinho surdo-mudo que não conseguia chamá-lo pelo interfone do prédio. “Uma escola de surdos-mudos de São Paulo entrou em contato com a gente para dizer que está usando esse aplicativo, disponibilizado na Google Play”, afirma Glauco. Com a filosofia de democratizar o acesso à educação tecnológica, a Manaós Tech promove oficinas de robótica em escolas públicas de Manaus e de comunidades ribeirinhas do Amazonas. “Sinto que estamos semeando um futuro com menos desigualdades.”



“O Google é uma janela para o mundo. Ele nos deu credibilidade e confiança.”

NATHÁLIA PEGORARO

O Amor é simples

www.oamoresimples.com.br

Quando decidi que queria um vestido de noiva “simples, bonito e barato”, Natália Pegoraro, de 31 anos, não imaginou que a opção pela simplicidade tornaria sua busca mais difícil. “Tinha certeza de que encontraria um modelo como o que eu queria na Internet”, diz. “Tenho pouca paciência para lojas físicas.” Ela pesquisou no Google por “vestidos de noiva simples” e não encontrou o que estava procurando. Então numa conversa com a amiga Laís Ribeiro, 31, teve um ideia: se não achou no Google é porque estava diante de uma boa oportunidade de negócio.

Laís aprofundou a pesquisa utilizando o Google Trends e chegou à conclusão de que, sim, havia mesmo um nicho de mercado a ser explorado. As amigas gaúchas não perderam tempo. Com o reforço de uma terceira sócia, Janaina Pasin, abriram um e-commerce de vestidos de noiva. As três começaram o negócio com um investimento de apenas R\$ 10 mil, para testar a hipótese de que havia mercado para a proposta da marca: vestidos mais leves, simples, com preços acessíveis, para fazer frente a um mercado tradicional, com preços elevados.

O e-commerce foi ao ar em 2014 e dois anos depois a estilista Évelin Bordin, que trabalhava para elas, virou sócia. A marca O Amor é Simples não parou mais de crescer. “Desde sempre, nossa ideia é vender on-line para todo o Brasil e, quem sabe um dia, para outros países. Já atendemos a mais de 1.300 noivas, de Norte a Sul”, contabiliza Natália. Já no início da empreitada, elas encontraram nas ferramentas do Google importantes aliadas para o crescimento do negócio.



SUL

O Amor é Simples emprega 19 pessoas

“O Google é uma janela para o mundo. Ele nos deu credibilidade e confiança. É incrível como o fato de nos posicionar à frente de grifes tradicionais, que gastam muito dinheiro com comunicação, faz diferença para nós”, diz. O volume de vendas vindo dos anúncios do Google Ads teve um crescimento de 107%, de 2017 para 2018. E o investimento na ferramenta só aumenta, “ele já representa mais de 60% da nossa verba de marketing.” Além disso, o retorno sobre investimento em mídia chegou a R\$ 66 de faturamento a cada R\$ 1 utilizado em Google Ads. “Essa é uma das métricas que mais nos dá orgulho”, diz Natália. “Evoluímos muito no refinamento das palavras-chaves e nos tornamos cada vez mais eficientes na gestão das campanhas.” No último ano, o faturamento da marca O Amor é Simples cresceu 300%.

Hoje, contando com as sócias, são 12 pessoas trabalhando no escritório da empresa em Porto Alegre, além de quatro equipes de produção. Elas também contam com costureiras parceiras, na capital gaúcha e em São Paulo. “Em breve, teremos parcerias em outros locais. Vamos gerar emprego e renda para costureiras em várias cidades”, conta Natália, cheia de planos para o futuro. “Somos uma empresa 100% feminina, um bando de apaixonadas pela marca, com o propósito de revolucionar este mercado e fazer cada vez mais a diferença.”



“Hoje, mais de 80% das pessoas que entram no site através dos nossos anúncios clicam no botão 'encontre sua loja!'.”

JANE MUNIZ

Spa das Sobrancelhas

www.spadassobrancelhas.com.br

Jane Muniz começou a trabalhar muito cedo para ajudar no sustento da casa. Criada na comunidade do Fubá, na Zona Norte do Rio de Janeiro, ainda criança, ela lavava roupa e carregava água para os vizinhos para ganhar algum dinheiro. Sua mãe morreu quando ela tinha apenas oito anos de idade. Dois anos depois, a menina já trabalhava como faxineira em casas. “Desde pequena faço o exercício de encarar as dificuldades com outro olhar. A dor se transformou em força para crescer e continuar”, conta. Com esse espírito de guerreira, Jane chegou longe. Ela trabalhou como vendedora, foi sócia de uma loja de presentes e, mais tarde, abriu com o marido, Marko Porto, um salão de beleza. Foi ali que tiveram a ideia que mudaria suas vidas. Em 2007, criaram o Spa das Sobrancelhas, que com 300 unidades se transformou na maior rede de design de sobrancelhas do Brasil, presente em 24 estados.

Para empreender, não basta uma ideia na cabeça e Jane sabe bem disso. “Eu me especializei em visagismo facial, fiz diversos cursos e busquei muito conhecimento”, diz. Ela também foi atrás de ferramentas que pudessem ajudar na expansão de seu negócio. Desde o segundo ano, usa Google Ads e contratou uma especialista em marketing digital, que intensificou ainda mais o trabalho com a plataforma, com ótimos resultados. “Além do Google Ads, fazemos mídia com display, remarketing e vídeos no YouTube. Para o planejamento digital e estratégias, usamos o Google Analytics, o Google Trends e o Google Search Console, que nos ajudam a entender e aprimorar a qualidade do nosso site”, diz Ana Carla Soler, gerente de marketing da empresa.



SUDESTE

A rede Spa das Sobrancelhas emprega mais de 7 mil pessoas

“Hoje, mais de 80% das pessoas que entram no site através dos nossos anúncios convertem. Ou seja, clicam no botão 'encontre sua loja'. O Google me traz um público realmente interessado nos nossos serviços.”

A ferramenta também é importante para atrair empreendedores interessados em abrir uma franquia do Spa das Sobrancelhas. A empresa entrou para o mercado de franquias em 2011 e em dois anos, deu um salto espetacular crescendo 18 vezes: de 11 endereços passaram a mais de 200. Juntas, elas empregam cerca de 7 mil pessoas, recebem 200 mil clientes por mês e realizam mais de 2 milhões de procedimentos por ano.

“Vamos abrir outras sete lojas ainda no primeiro trimestre de 2019”, diz Ana Carla, certa de que as ferramentas do Google e o trabalho próximo à equipe de suporte da empresa são fundamentais para o crescimento do negócio criado por Jane Muniz. “É a nossa principal plataforma digital. É genial. Sou a maior fã.” Além de aumentar seu número de lojas, o Spa das Sobrancelhas também vai expandir suas fronteiras no mundo digital. Entre os planos para 2019, estão o crescimento e a criação de novos conteúdo para o canal da empresa no YouTube.



“O telefone não parou de tocar, o número de ligações aumentou 4 vezes em 90 dias.”

MARCIO LUIS DA SILVA

Marcio Luis da Silva

www.marcioluis.tennis/

Marcio Luis da Silva cresceu na favela de Uberabinha, na Vila Olímpia, em São Paulo. Foi criado pela mãe, empregada doméstica, e o padrasto, pedreiro. Um acidente terrível marcou sua infância. Com sete anos, Marcio foi atropelado, teve traumatismo craniano e passou 13 dias em coma. Quando recobrou a consciência, estava mudo. Três anos depois, conheceu a pessoa que o ajudaria a mudar sua vida. Lothar, um professor de tênis viu o menino tomando conta de carros, numa feira, e o convidou para trabalhar como boleiro numa academia de esportes. Esse mesmo instrutor o encaminhou para um hospital, onde Marcio passou por cirurgias e recuperou a voz. “O Lothar é meu anjo da guarda”, agradece.

De boleiro, Marcio Luis passou a mestre de tênis. Já é professor há 25 anos. Hoje, além de dar aulas particulares, coordena uma escolinha de tênis, que recebe crianças, a partir de quatro anos de idade, e adultos. Há três anos, viu o número de alunos despencar. Atribui a queda, em parte, à crise econômica no país. Mas encontrou uma saída. Em 2017, motivado por um amigo, procurou uma consultora de marketing estratégico. A profissional reformulou o site do professor, investiu no Google Ads e monitora as visitas ao site utilizando o Google Analytics.



SUDESTE

Marcio passou a anotar quantas pessoas o telefonam por terem visto o número do celular em sua página da Internet. “Nos últimos três meses, tive muita procura. “O telefone não parou de tocar, o número de ligações aumentou 4 vezes em 90 dias” conta. “Cheguei a ficar só com 20 alunos e hoje, são mais de 40 por mês. O Google tem me ajudado bastante. Se a pessoa pensar em tênis, vai ver o meu anúncio ali, na primeira página.” Feliz com os resultados, Marcio já se permite sonhar mais alto. “Até o fim do ano, pretendo chegar a 65 alunos. Essa é a minha capacidade máxima. Depois, é só manutenção.”

Google