

# Grendene lança grife de móveis no Brasil

TOG, criada em sociedade com o designer francês Philippe Starck, abre a 1ª loja no País

Marina Gazzoni

A Grendene, dona das marcas Melissa e Ipanema, e o designer Philippe Starck inauguraram ontem em São Paulo a primeira loja da TOG, marca global de móveis criada em sociedade pela fabricante de calçados e o designer francês conhecido pelo traço leve e contemporâneo. A grife chega ao mercado brasileiro com a proposta de oferecer peças de decoração personalizadas a preços acessíveis. Os produtos custam a partir de R\$ 265 e utilizam um material parecido com plástico.

A Grendene e Starck já trabalham juntos no desenvolvimento de produtos para a Melissa. A partir de 2013, começaram

**● Produto personalizado** Uma das principais apostas da TOG é a possibilidade de oferecer ao consumidor um produto personalizado. Será possível, por exemplo, terminar de montar uma cadeira na própria loja.

a negociar uma parceria para criar a marca de móveis. Os outros acionistas da TOG são o fundo de investimento Santana, do banqueiro André Esteves, e o publicitário Nizan Guanaes. A Grendene é controladora da empresa, com 42,5% do capital total e 52,1% do capital votante.

Uma das principais apostas da empresa é a possibilidade de oferecer ao consumidor um produto personalizado. Será possível, por exemplo, terminar de montar uma cadeira na própria loja. A marca também terá uma plataforma aberta de criação, na qual designers do mundo inteiro poderão montar suas peças da TOG e vender na plataforma, explicou Starck.

O designer lembrou que o design deixou de ser elitista nos últimos anos com a produção em massa de peça de decoração. “Mas isso gerou um mal-estar no consumidor. Porque as pessoas não querem ter uma cadeira igual à de todo mundo. Há uma necessidade de customização com baixo custo”, disse, durante a inauguração da loja. Atualmente, a marca é vendida



Design. Schmitt (E), Florence (C) e Starck fazem aposta em móveis acessíveis

por canais online e em lojas multimarcas em países da Europa, Ásia e Américas. Segundo a presidente da TOG, Florence Sentilhes, a empresa quer apro-

veitar a “flagship” (loja-conceito) para trabalhar o posicionamento da marca no Brasil e testar a aceitação do produto.

Localizada no bairro Itaim Bi-

bi, a loja paulista terá uma barbearia e um estúdio de tatuagem. O espaço também receberá eventos, como apresentações de música, encontros gas-

**● Longo prazo** “As crises vêm e vão. A marca é global, não foi criada pensando só no Brasil. Temos uma conexão com o País porque o controlador é brasileiro.”

Florence Sentilhes  
PRESIDENTE DA TOG

tronômicos e cursos de extensão da Faculdade de Belas Artes.

Questionada por que a TOG lança a operação no Brasil em um momento de crise no País, Florence diz que “a visão é de longo prazo”. “As crises vêm e vão. Temos de seguir com os negócios. A marca é global, não foi criada pensando só no Brasil. Mas é claro que temos uma conexão com o País porque o controlador é brasileiro.”

**Estratégia.** A empresa nasceu com investimento inicial de R\$ 52 milhões e previsão de alcançar um faturamento anual de R\$ 100 milhões em dois anos. O lançamento da marca foi feito na Itália em abril de 2014, onde hoje funciona a sede da TOG e onde são produzidas as peças.

“Não vamos produzir no Brasil apenas porque o controlador é brasileiro. Vamos produzir onde for mais competitivo, porque precisamos ter um custo adequado para oferecer um preço acessível”, disse o diretor de relações com investidores da Grendene, Francisco Schmitt.

Segundo ele, a operação da TOG não tem sinergias com a da Grendene – a produção não será feita nas fábricas da empresa e não há planos de compra conjunta de mercadoria. “É uma nova oportunidade de negócios. Temos uma inteligência com a matéria-prima (plástico) no setor de calçados e podemos usar isso em outra indústria. Mas a TOG não foi criada para ocupar capacidade ociosa da fábrica da Grendene.”

## Empreendedorismo

# INVENTOR DE 13 ANOS SE JUNTA À MICROSOFT

Criador de impressora de braille terá seu projeto integrado ao Windows

Uma das maiores empresas de tecnologia decidiu apoiar um dos mais jovens empreendedores da área.

A Microsoft fechou uma parceria com Shubham Banerjee para ajudar o adolescente a construir a próxima geração de sua impressora de braille no sistema operacional Windows, uma melhoria tecnológica significativa com base no conjunto de peças Lego usado para construir o protótipo no fim de 2013.

A Microsoft recentemente anunciou que a versão 2.0 da invenção de Shubham, uma impressora de braille mais leve e barata batizada de Braigo seria desenvolvida e introduzida no mercado usando Windows e o tablet da empresa, Surface Pro 3. A parceria

dá a Shubham, o mais jovem empreendedor a conseguir investimento de uma empresa de capital de risco, uma projeção ainda maior na medida em que ele – e seus pais – trabalham para expandir a empresa iniciada na mesa da cozinha da família.

Shubham, de 13 anos, já tem uma relação próxima com a Intel. O braço de capital de risco da fabricante de chips foi responsável pelo primeiro investimento no seu projeto – embora tenha se recusado a revelar o va-

**● Proposta** “Meu objetivo era construir o hardware da impressora de braille e deixar o design aberto para outras pessoas criarem.”

Shubham Banerjee  
FUNDADOR DA BRAIGO LABS

lor – e a impressora de braille inclui software que o jovem criou usando o novo chip Edison, da Intel. O pai de Shubham, Neil Banerjee, trabalha para a Intel.

Shubham desenvolveu a Braigo Labs em 2014 com o objetivo de criar uma impressora de braille mais barata e acessível. Após acompanhar a trajetória de um amigo da família com deficiência visual que cursava pós-graduação, questionou os pais como pessoas cegas leem. Eles sugeriram que procurasse a resposta no Google. Na pesquisa o garoto descobriu que há pelo menos 35 milhões de pessoas com problemas de visão no mundo e que a maioria (90%) vive em países pobres.

Shubham ficou chocado quando descobriu que impressoras de braille eram máquinas grandes e pesadas que custavam em

médias milhares de dólares.

Shubham usou um kit Lego Mindstorm, equipado com um miniprocessador para permitir a construção de um robô, que custa US\$ 350, motores elétricos e sensores. “Eu amo Lego desde que eu tinha 2 anos de idade”, disse o garoto quando esteve na Campus Party, no Brasil, no começo deste ano. “Meu objetivo era construir o hardware da impressora e deixar o design aberto para outras pessoas criarem.”

Desde então, a Braigo Labs se transformou de um projeto de feira de ciências feito de Legos em uma startup de alta tecnologia de administração familiar com 10 funcionários. A mãe Malini Banerjee é a presidente e CEO e o pai Neil está no conselho diretor, ao mesmo tempo em que trabalha para Shubham como relações públicas, motorista e acompanhante em eventos, entrevistas e reuniões de negócios da Braigo.

Shubham tem seu próprio site e, entre uma partida de futebol com garotos da vizinhança e outra, discursa em eventos e conversa com jornalistas. Ele chegou a expor sua impressora em um evento na Casa Branca, em Washington, com a presen-



Prestígio. Shubham mostrou seu invento a Obama

ça do presidente americano Barack Obama.

A primeira Braigo custou US\$ 350. Shubham, que mora em Santa Clara, na Califórnia, disponibilizou instruções de como montá-la na internet para quem quisesse fazer a sua. A versão subsequente desenvolvida

no Windows tem sido chamada a primeira impressora de braille leve, silenciosa, de baixo custo e compatível com a internet das coisas. A previsão é de que a nova impressora seja lançada em novembro. /AGÊNCIAS INTERNACIONAIS

# Uber e Baidu querem tecnologia de mapas da Nokia

● Serviço de transporte e gigante de buscas da China estão entre as empresas que disputam aplicativo de localização

O aplicativo de transporte Uber está se associando com o gigante de buscas chinês Baidu e a companhia de private equity Apax para comprar o serviço de mapas da Nokia Here. As informações foram divulgadas pelo site da Bloomberg com base em fontes anônimas.

É o mais novo lance em uma corrida pelo aplicativo de localização da antiga fabricante de smartphones finlandesa, que vendeu seu negócio de dispositivos móveis para a Microsoft no



Disputa. Sistema da Nokia rivaliza com o Google Maps

ano passado.

Visto como concorrente à altura do Google Maps em uma época em que a tecnologia de mapas é componente essencial

de smartphones e veículos, a venda do Here tem atraído uma porção de empresas.

Outro grupo, composto pela Tencent, da China, a NavInfo e

o fundo sueco EQT Partners AB, também está disputando a divisão, que pode conseguir até US\$ 4 bilhões, três das pessoas entrevistadas pela Bloomberg disseram, pedindo anonimato pois as negociações são privadas. O Uber estaria disposto a pagar US\$ 3 bilhões pelo Here.

**Montadoras.** Um terceiro grupo interessado reuniria as montadoras alemãs de luxo Mercedes, Audi e BMW em parceria à empresa de private equity General Atlantic. O Baidu também estaria disputando como parte deste consórcio, mas neste caso apenas uma fatia minoritária.

Uma fonte do setor financeiro disse ontem que a General Atlantic provavelmente tomará uma fatia de 30% no consórcio.

liderado pela indústria automotiva, mas que o percentual exato ainda não foi finalizado e pode mudar.

Outra fonte disse que cada uma das três montadoras está preparada para contribuir com até € 700 milhões, mas que o percentual de participação de cada uma não foi definido.

A Nokia, Daimler – que controla a Mercedes-Benz – a BMW e a Audi, da Volkswagen não quiseram comentar. A General Atlantic Partners também não quis comentar.

A Microsoft declarou interesse na compra de uma fatia minoritária, enquanto três empresas americanas de private equity – Hellman & Friedman, Silver Lake Management e Thoma Bravo – também estão no pa-

reo, afirmaram as fontes.

A próxima rodada de lances pelo serviço de mapas deve acontecer em duas semanas. Fontes ouvidas pela Bloomberg dizem que as ofertas podem chegar a US\$ 4 bilhões.

Após anunciar a aquisição da fabricante de equipamentos de rede Alcatel-Lucent por US\$ 15,6 bilhões, a Nokia no mês passado começou uma análise estratégica de seu negócio de mapas, colocando em movimento um processo de leilão que jogou empresas de internet como Uber e Baidu contra montadoras. /AGÊNCIAS INTERNACIONAIS



NA WEB  
Link online.  
Blogs e notícias de tecnologia

estadao.com.br/leink