

GFOUNDRY

«Canivete-suíço do ciclo do talento»

João Gomes, GFoundry

Com recurso à gamificação como meio para atingir fins, a GFoundry afirma gerir «o ciclo de talento dos colaboradores, sempre com a ideia de colocar o colaborador no centro para o alinhar, motivar e comprometer com os objetivos da empresa».



urgiu em 2014, mas o caminho que levou à criação da GFoundry foi iniciado bem antes. A génese está em quatro dos fundadores, que se conheciam desde os tempos da Universidade do Minho, e que passaram por diferentes empresas e desafios, mas mantendo sempre a tecnologia como denominador comum. E não só: todos foram adquirindo experiência na gestão de colaboradores. Com isto, surgiram também dificuldades em comum, como

revela João Gomes: «todos sofremos na pele a necessidade de por todas as pessoas a remar para o mesmo lado».

Depois de cerca de 20 anos a colaborar com diversas empresas, surge a intenção de iniciar um projeto novo, diferente, que unisse os quatro, e que fosse ao encontro das premissas estabelecidas por todos: que a tecnologia assumisse um papel diferenciador («tendo nós um *background* de tecnologia, podíamos fazer mais a diferença aí»); que fosse um negócio «que tivesse uma vertente global»; e que no início de atividade não

necessitasse do investimento de avultadas somas de capital.

Com este propósito, e com a união com a Ubbin Labs e do seu responsável, João Carvalho, nasce assim a GFoundry, que se apresenta como «melhor solução multiplataforma de gamificação para motivar a sua audiência mais importante: colaboradores, clientes e parceiros».

► De B2C a B2B

O primeiro projeto foi o lançamento de uma *app* de *quizzes* em português, B2C. “Sei +”, de seu nome, funcionou (e funciona) como um «laboratório de ideias e de experiências com utilizadores para depois aplicar em empresas». Esta *app* gratuita, direcionada ao consumidor final, foi assim a antecâmara e plataforma de teste para a solução B2B que hoje apresentam para as empresas, e que funciona em *mobile*, através de *app*, e ambiente *web*. Assente na técnica de gamificação - processo de utilização de mentalidade e mecânicas de jogo para resolver proble-



mas e envolver os utilizadores - o *software* da GFoundry dispõe de vários módulos, sendo que um deles é o da formação. Este permite, através da já referida técnica, que as empresas realizem ações formativas e transmitam ideias e conceitos, por vezes de dificuldade acrescida, através de *quizzes*, com *rankings*, “batalhas”, etc. Ou seja, utilizando mecanismos e mentalidade associadas aos jogos, mas transmitindo os conceitos que, possivelmente, de uma forma mais tradicional seriam de mais difícil interiorização.

A primeira empresa a tornar-se cliente foi a CGI - multinacional canadiana. Para tal foi elaborado um módulo de Reconhecimento, algo que, na realidade, como nos revelou João Gomes, já estava pensado ser feito pela GFoundry, mas que assumiu um caminho diferente do inicial e adaptou-se à realidade da cliente. Aqui importa referir que a GFoundry não cria *software* à medida. O que acontece é que, muitas vezes, o módulo é criado com a empresa cliente e, a partir daí, pode ser utilizado por todos os outros clientes.

Acolhimento, Inovação, Avaliação ou Objetivos são outros dos módulos presentes, sempre, claro está, com a gamificação como técnica. Este tronco comum facilita a interação do utilizador com a plataforma que, numa empresa-cliente, por exemplo, pode ativar módulos de forma autónoma.

► Fase importante

Segundo João Gomes, atualmente vive-se uma importante fase na vida da empresa. Se o primeiro desafio era o de, nos primeiros

Uma entre oito

Cerca de 400 startups de toda a Europa concorreram, no final do ano passado, à HandsOn Startup Tour Europe 2016, tendo sido escolhidas duas de cada um dos oito países participantes.

De Portugal, claro está, a GFoundry era uma dessas escolhas, tendo sido, depois, eleita uma das oito vencedoras a quem, agora, é dada a possibilidade de viajar até Silicon Valley, EUA, o centro tecnológico do mundo. Aí existem hipóteses reais de financiamento, dado que Partech Ventures irá apostar 1,25 milhões de euros em algumas dessas *startups*. Tendo em conta todo o percurso realizado até aqui, não seria de estranhar se a GFoundry fosse uma dessas apostas. No entanto, se porventura essa entrada de capital não se efetivar dessa forma, existem outros caminhos passíveis de serem explorados para reunir o investimento necessário para o próximo passo na evolução da empresa. Esse investimento, segundo João Gomes, servirá para direcionar para determinadas áreas - comercial, marketing e publicidade -, bem como para «apostar no *roadmap* do produto». Isto porque, também aqui, se estão a desenvolver mudanças. Se atualmente «temos estado a apostar fundamentalmente na área de motivação e *engagement* dos colaboradores, e de grandes empresas».

seis meses, colocar uma versão a funcionar no mercado (e que foi atingido); já o segundo seria o de ganhar clientes e, efetivamente, gerar retorno. A esse passo chegou-se no ano passado, resultado de uma carteira de clientes que inclui a CGI, Santander, Liberty, Sumol + Compal, Aki, entre outros.

Agora, um novo propósito e objetivo a atingir é a globalização, com uma projeção de faturação condizente com essa ambição: 450 mil euros em 2017. Um dos caminhos para essa internacionalização é o de aproveitar o facto de trabalharem com empresas multinacionais presentes em Portugal, utilizando essa porta de entrada para chegar à “casa-mãe”. Mas, as opções não se limitam a esse campo, estando a ser desenvolvidos outros contactos. Para tudo isto, e para crescer com sustentação, é necessário capital. Em território nacional já se reuniu cerca de metade dos 600 mil euros necessários para dar mais este passo.

► CANIVETE-SUIÇO

Com um *core* de atuação tão vasto, corre-se o risco, por vezes, de referir que a GFoundry é sinónimo de gamificação. De facto, essa é a técnica que é utilizada, mas não define totalmente o que é a empresa. Não a limita a isso, «é um meio, não é um fim em si mesmo». Até porque, muitas vezes, a gamificação está centrada, noutras empresas da área, apenas na área da formação e do reconhecimento, enquanto a solução GFoundry abarca esses, mas também outros campos, como se pode verificar na já referida multiplicidade de módulos. Como definir, então, o que é a GFoundry? Nada melhor do que dar a palavra a um dos seus responsáveis, João Gomes: «empresa ágil, tecnologicamente avançada e que gere o ciclo de talento dos colaboradores, sempre com a ideia de colocar o colaborador no centro para o alinhar, motivar e comprometer com os objetivos da empresa». É assim «um canivete-suíço do ciclo do talento». Um canivete-suíço com orgulho na sua portugalidade e com necessário espírito de navegador para vingar no mundo digital dos dias que correm. ●

www.gfoundry.com



João Carvalho, Luisa Piló, João Gomes