



Relatório de Impacto Econômico

Brasil 2021

Conteúdo

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



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

Nos dois últimos anos, a pandemia impôs desafios enormes para todo o mundo. E no Brasil não foi diferente. Ao mesmo tempo em que enfrentamos graves consequências econômicas e sociais, é inegável que o Brasil também viveu uma aceleração do uso de tecnologias digitais nunca vista, que ajudou pessoas e empresas a se manterem ativas. A digitalização foi fundamental nesse período e, agora, pode ser a mola propulsora capaz de promover inovação e desenvolvimento.

Estamos enfrentando um cenário de desemprego recorde e desigualdade crescente. No primeiro trimestre de 2022, o país tinha 11,9 milhões de desempregados, o que equivale a 11,1% da nossa força de trabalho, conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O cenário é ainda mais dramático para mulheres, pessoas pretas, pessoas com deficiência e a comunidade LGBTQIA+. Ao combinar as informações da Pnad com informações de gênero e raça, as taxas de desocupação são ainda maiores, com 13,7% entre as mulheres, 13,3% entre pessoas pretas e 12,9% entre pessoas pardas, acima da média da força de trabalho como um todo.

Além da desocupação, a inflação crescente reduziu o poder de compra das pessoas. Hoje, uma cesta básica está custando quase o mesmo valor do salário mínimo em grandes centros, como São Paulo. A insegurança alimentar também se agravou e, de acordo com a ONG Ação da Cidadania, são dezenas de milhões de brasileiros afetados e que precisam de ajuda. A pandemia também aumentou a evasão escolar, que em 2021 atingiu 12,2% dos 22,3 milhões de jovens brasileiros na faixa etária de 15 a 21 anos.

Ao mesmo tempo, durante a pandemia, os hábitos dos brasileiros

se transformaram profundamente. Passamos a pedir até hortifrutifru pela internet, o home office se tornou uma opção em grande parte das empresas e muitos empreendedores tiveram de se reinventar. Foi como se a gente entrasse em uma máquina do tempo em 2019 e saísse em 2030 em termos de adoção de novas tecnologias.

Neste período, mais de 4 milhões de lares se conectaram à banda larga, de acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), e 22 milhões de brasileiros compraram pela primeira vez no e-commerce, conforme estimativas da consultoria eMarketer. Só no Google, em 2021, promovemos mais de 375 milhões de conexões diretas entre empresas e consumidores, incluindo ligações, mensagens, reservas e rotas.

Testemunhamos a resiliência dos brasileiros e brasileiras que, depois de serem obrigados a fechar as portas do dia para a noite por conta das necessárias medidas de distanciamento, tiveram a coragem de recomeçar no digital ou acelerar seus negócios on-line. E o Google fez parte disso.

De acordo com os dados do nosso Relatório de Impacto Econômico, as plataformas do Google, incluindo a Busca, o Google Ads, o AdSense, a Play Store e o YouTube tiveram um impacto econômico de R\$ 104,5 bilhões no Brasil, somente no ano passado. Este número representa o retorno significativo que nossos serviços ofereceram aos brasileiros, que encontraram no digital uma forma eficiente de continuarem conectados aos seus atuais e potenciais clientes.

Foi por meio de nossas plataformas de publicidade e de serviços gratuitos, como o Perfil da Empresa, que ajudamos empreendedores a continuar prosperando. Ao juntar quem está buscando por

um produto com quem está vendendo, nossos produtos ajudam a potencializar o crescimento de empresas brasileiras de todos os tamanhos, beneficiando toda a sociedade. Nesta edição do Relatório, dividimos algumas histórias de empresas que estão usando nossas plataformas em sua jornada de crescimento.

No Google, ficamos felizes e honrados ao registrar tantas histórias que mostram nosso impacto positivo no Brasil nos últimos anos. Temos consciência da nossa responsabilidade em ajudar a acelerar esta etapa de retomada econômica, de forma inclusiva. Queremos que nossos produtos sejam uma plataforma para dar oportunidade a mais pessoas e, assim, gerar impacto econômico. Não podemos deixar ninguém para trás.

Boa leitura!

Fábio Coelho



| Números nacionais

Brasil 2021

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

As ferramentas de busca e publicidade do Google, o Google AdSense, a Play Store e o YouTube ajudaram a movimentar a atividade econômica do Brasil em 2021.

Saiba mais em: g.co/impactoeconomico

R\$ 104,5 bilhões

Em 2021, estima-se que as plataformas do Google, incluindo a Busca, o Google Ads, o AdSense, a Play Store e o YouTube ajudaram a movimentar R\$ 104,5 bilhões em atividade econômica no Brasil.

R\$ 1,3 bilhão

Em 2021, estima-se que os desenvolvedores de aplicativos no Brasil tenham obtido uma receita anual de cerca de R\$ 1,3 bilhão por meio da Play Store, valor incluso no Impacto Econômico total do Google no Brasil.





| De onde vêm os números

Brasil 2021

Como calculamos o impacto econômico do Google?

Este relatório é uma versão resumida do relatório completo preparado pela AlphaBeta (parte da Access Partnership) para o Google. Todas as informações neste relatório foram obtidas ou estimadas através das análises da AlphaBeta, usando informações não-proprietárias do Google e disponíveis publicamente. O Google não forneceu dados adicionais nem endossa quaisquer estimativas feitas no relatório.

As informações obtidas de fontes de terceiros e pesquisas proprietárias estarão claramente referenciadas nas notas de rodapé. Os valores neste relatório são estimados em reais (BRL) e dólares dos Estados Unidos (USD). Para o dimensionamento dos benefícios comerciais, todos os cálculos foram feitos em USD, e ao converter esses valores para BRL, utilizamos a taxa de câmbio média entre janeiro e dezembro de 2021, proveniente do banco de dados histórico de câmbio diário da OFX, que foi de 1 USD = 5,40 BRL.

A taxa de câmbio capturou adequadamente quaisquer mudanças de mercado (incluindo inflação) nos respectivos pontos de dados, para garantir que nossos valores em USD e BRL sejam os mais robustos possíveis.

Sobre a AlphaBeta

A AlphaBeta (www.alphabeta.com) é líder em consultoria de estratégia econômica, com profunda experiência em diversos conteúdos em economia digital e futuro das habilidades, sustentabilidade e desenvolvimento econômico. A AlphaBeta faz parte da Access Partnership (www.accesspartnership.com) – empresa global de consultoria em políticas, com experiência integrada em muitas áreas, incluindo tecnologia, assuntos governamentais, organizações multilaterais e sustentabilidade.

Estimando o Impacto Econômico do Google no Brasil

Para estimar os benefícios comerciais, que representam a atividade econômica gerada pelo Google para as empresas, foi calculado o valor econômico gerado pelas empresas que utilizaram os produtos do Google. Estes benefícios se apresentam na forma de aumento de receita (por meio de maior alcance de clientes e acesso a novos mercados). Os produtos do Google incluídos nesta análise de benefícios comerciais incluem a Busca do Google, o Google Ads, o Google AdSense, o YouTube e a Play Store. Estas estimativas foram feitas com base em dados proprietários da AlphaBeta e em fontes de dados de terceiros. As informações detalhadas das estimativas para cada benefício serão mostradas abaixo, assim como as fontes de dados e premissas usadas para a obtenção de cada um deles. A soma desses benefícios foi refletida como o total de benefícios anuais ao negócio, com base no ano de 2021.

Benefícios Comerciais

Os benefícios comerciais sustentados pelo Google incluem receita bruta, receita de exportação e receita ou economia gerada pelas empresas com o uso de produtos do Google. Esses benefícios não incluem o fluxo gerado por efeitos econômicos, como novas compras pelos fornecedores ou atividade econômica gerada pelos funcionários dessas empresas que gastam seus vencimentos na ampla economia. Esses benefícios também não levam em conta atividades que possam ter sido desreguladas pelo Google, nem tentam estimar o impacto incremental do Google na economia brasileira caso o Google não existisse, mas outras empresas semelhantes, sim.

Busca do Google e Google Ads

Os benefícios comerciais da Busca do Google e do Google Ads foram calculados usando uma abordagem de cima para baixo, que estima o tamanho total do segmento de publicidade on-line da busca no país e a proporção desse espaço que o Google representa. Para estimar os benefícios para as empresas que pagam por publicidade on-line por meio de plataformas do Google, estimamos conservadoramente que, para cada US\$ 1 que uma empresa gasta no Google Ads, ela recebe US\$ 8 de lucro por meio da Busca do Google e do Google Ads. Chegamos a esse valor com base em algumas premissas:

- Usando uma ampla amostra de dados proprietários, Hal Varian, economista-chefe do Google, estimou que as empresas recebiam US\$ 2 em receita para cada US\$ 1 gasto em publicidade. Esta descoberta foi publicada na *American Economic Review* em 2009.
- As empresas também recebem cliques gratuitos por conta da presença nos resultados orgânicos da Busca do Google (indexados pelo algoritmo da empresa conforme relevância). Usando pesquisas publicadas por Jansen e Spink no *International Journal of Internet Marketing and Advertising* em 2009, o Estudo de Impacto Econômico do Google nos Estados Unidos presumiu que as empresas recebem cinco cliques gratuitos para cada clique em um anúncio pago.
- Cliques não pagos não são considerados comercialmente valiosos, portanto, o Estudo de Impacto Econômico dos EUA estimou seu valor em 70% dos cliques pagos.
- Devido a essas suposições, estimamos que as empresas recebam US\$ 8 em lucro para cada US\$ 1 gasto no Google

Ads. Em seguida, usamos esse valor e o multiplicamos por nossa estimativa de receita do Google Ads no país para obter o valor econômico recebido pelos anunciantes.

Google AdSense

Os benefícios comerciais diretos do Google AdSense foram estimados como os benefícios líquidos de publicidade gerados por empresas que anunciaram em sites de publicações, tais como portais, blogs e fóruns. Calculamos esse número usando a receita de publicidade global nos sites da rede do Google e multiplicamos pela participação do país nas impressões globais do Google AdSense. Além disso, aplicamos um índice de ROI que os anunciantes obtêm usando publicidade gráfica, baseada na literatura acadêmica.

Os benefícios do Google AdSense para os criadores de conteúdo também foram estimados como a receita total que eles recebem ao colocar anúncios provenientes do Google Ads junto ao conteúdo dos seus sites. A receita total obtida pelos criadores de conteúdo do país foi estimada a partir dos pagamentos globais do Google aos sites de publicações, também conhecidos como custos de aquisição de tráfego, e aplicando a participação do país nas impressões do Google AdSense para estimar os pagamentos relativos ao país.

YouTube

Os benefícios comerciais diretos do YouTube foram estimados como os benefícios líquidos de publicidade gerados por empresas que publicam anúncios em vídeo no YouTube. Calculamos esse número usando a receita total de publicidade em vídeo

digital do Brasil e multiplicamos pela participação do YouTube na base total de usuários do Brasil no segmento de vídeo online. Em seguida, multiplicamos esse valor pelas taxas de ROI que os anunciantes ganham utilizando a publicidade em vídeo, procedente de fontes públicas.

Os rendimentos dos criadores de conteúdo também foram estimados com base no total de ganhos obtidos através dos anúncios em seus canais do YouTube. Calculamos esse número multiplicando a receita total de publicidade em vídeo digital do Brasil pela participação do YouTube na base total de usuários do Brasil no segmento de vídeo online. Em seguida, obtemos a receita que vai para os criadores de conteúdo multiplicando a parcela de receita acordada entre o YouTube e os criadores de conteúdo.

Play Store

Estimamos a receita obtida pelos desenvolvedores de aplicativos no Brasil através dos gastos dos consumidores na Play Store com base em: gastos de consumidores do mundo todo na Play Store, a parte dos gastos que foi paga aos desenvolvedores de aplicativos e a parte dos gastos que foi para os desenvolvedores de aplicativos do Brasil. A receita obtida pelos desenvolvedores de aplicativos no Brasil por meio da Play Store foi ampliada, incluindo receita de publicidade para chegar à receita total respaldada pela Play Store no país, usando estimativas para a distribuição da receita entre gastos do consumidor e anúncios.

Pague M



Nossas ferramentas e programas

Brasil 2021

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 junto 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, desenvolvedores e criadores de conteúdo com base em quatro pilares da nossa presença no Brasil: a Busca do Google e o Google Ads, o Google AdSense, a Play Store e o YouTube.

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 Google 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

YouTube

São mais de 500 horas de conteúdo enviado para o YouTube a cada minuto. Por isso, seria quase impossível encontrar o que você precisa sem uma ajudinha para classificar todos os vídeos. O sistema de classificação de busca do YouTube faz exatamente isso ao avaliar muitos vídeos para encontrar os resultados mais relevantes e úteis para sua consulta de pesquisa e ao apresentar esses vídeos de uma maneira que ajude você a encontrar o que está procurando.

Para mais informações acesse:
www.youtube.com

Google Play

A Play Store é um serviço de distribuição digital de aplicativos, jogos, filmes, programas de televisão, músicas e livros, desenvolvido e operado pela Google. Ela é a loja oficial de aplicativos para o sistema operacional Android, além de fornecer conteúdo digital.

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

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 Perfil da Empresa, o Google Analytics, Google Workspace e Google para PMEs.

Google Perfil da Empresa

O Perfil da Empresa é uma ferramenta gratuita e simples que ajuda o seu negócio a aparecer na Busca e no Google Maps. Ele permite editar as informações da empresa que aparecem na Internet, como horário de funcionamento, endereço, entre outros, além de responder comentários e perguntas deixados pelos clientes, adicionar fotos e postagens para destacar o que diferencia seu negócio da concorrência.

As empresas também podem usar a ferramenta para criar um site, de graça e em poucos minutos, a partir de modelos customizáveis. 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

Google Workspace

O Google Workspace 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/workspace

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 e brasileiras 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 2.4 milhões de pessoas, tem como objetivo ajudar brasileiros e brasileiras em todas as regiões do país a acessar o melhor conteúdo e ferramentas do Google para aprimorar suas habilidades, carreiras e negócios. O programa nasce do 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 on-line. A iniciativa, que começou em 2017, passou por Recife, Salvador, João Pessoa, Natal, Brasília, Teresina, Fortaleza, Rio de Janeiro, Goiânia, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre com eventos presenciais e, em 2020, frente à pandemia de COVID-19, teve seu formato adaptado para a versão digital.

Para mais informações acesse:
g.co/Cresca

Google Primer

O Google Primer é um aplicativo educacional gratuito que ajuda empreendedores, estudantes ou profissionais a aprenderem novas habilidades de negócio e de marketing digital. As lições fáceis e interativas de 5 minutos abrangem tópicos como planejamento de negócio, gerenciamento, vendas, publicidade on-line, analytics, mídias sociais e muito mais. Cada lição traz dicas práticas que as pessoas podem adotar para começar a alcançar suas metas desde iniciar ou expandir um negócio, atrair mais clientes ou até encontrar um novo emprego.

Para mais informações acesse:
g.co/Primerbr

Google para PMEs

O Google para PMEs é um site que ajuda empreendedores a darem os primeiros passos para colocar seu negócio na internet, conquistar clientes e trabalhar de forma mais eficiente. O site cria planos personalizados para cada objetivo da empresa.

O Google para PMEs é gratuito e está disponível em português em:
g.co/GoogleparaPMEs

Google Ateliê Digital

Encontre diversos conteúdos de aprendizagem gratuitos que ajudarão a expandir seus negócios. Amplie seus conhecimentos no seu próprio ritmo, com treinamentos flexíveis e personalizados criados para aumentar sua confiança e guiar você para o sucesso. Alguns cursos emitem certificado de conclusão.

Para mais informações acesse:
g.co/AtelieDigital



| Histórias de Sucesso

Brasil 2021

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.

Este informe foi produzido para o Google pela AlphaBeta, empresa que faz parte da Access Partnership. Todas as informações contidas neste relatório vêm de análises feitas pela AlphaBeta de dados proprietários e informações disponíveis publicamente de fontes externas ao Google. O Google não forneceu nenhum dado adicional, nem endossou nenhuma das estimativas feitas neste informe. Quando as informações foram obtidas de fontes de terceiros e pesquisas proprietárias, detalhamos nas notas de rodapé



Ivonete Guarino | Vô Contigo | Cuiabá, MT



“Se antes 100% dos meus clientes vinham por indicação, hoje 60% chegam pelo Google, em média.”

SILVIA SALGADO

Silvia Salgado - Psicóloga e coach

www.silviasalgado.com.br

Desde 2006 lidando com as maiores dores de seus pacientes no consultório, a psicóloga Silvia Salgado gosta de dizer que é a prova viva de que “há luz no fim do túnel”: nascida em Santos (SP), ela ficou órfã aos 7 anos e precisou ser cuidada por familiares que ainda nem conhecia, em Manaus. Já na vida adulta, superou uma depressão. Hoje, aos 43 anos, Silvia enche a boca para dizer que está em seu melhor momento profissional. Isso é resultado de muitas batalhas, claro, mas também da ajuda das ferramentas do Google.

Além do atendimento clínico e de trabalhar como psicóloga em uma escola, Silvia dá palestras e consultoria para “ajudar as pessoas a desenvolver mais inteligência emocional e qualidade de vida”. Simon Queiroz, seu marido e especialista em marketing digital, a ajudou a investir nas ferramentas do Google em 2019, com o objetivo de aumentar o número de pacientes no consultório. “O Google é o vendedor da Silvia. A tecnologia gera todo o engajamento para que o cliente chegue até ela para fechar o serviço, apenas perguntando sobre valores e como agendar. Toda essa estratégia de tráfego, com campanhas voltadas para vendas, acontece no Google.”

E os resultados são visíveis, principalmente a partir de 2021, quando em média cinco a dez novos pacientes mensais passaram a chegar via Google, número que supera o de clientes que a encontram por indicação. Em apenas um mês, a psicóloga já chegou a receber 15 novos clientes: 12 deles via Google. “Se antes 100% dos meus clientes vinham por indicação, hoje 60% chegam pelo Google, em média”, compara Silvia. Para dar um



NORTE

A Silvia emprega 1 funcionário

exemplo, R\$ 23 ao dia investidos no Google Ads alcançaram em um mês quase mil pessoas, que clicaram no site por meio dos anúncios. Dessas, 60 entraram em contato interessadas em marcar uma consulta. “Em média, o investimento no Google representa de 10% a 30% do valor de faturamento”, explica Simon. “Em três meses, investimos R\$ 2.082 e obtivemos como resultado R\$ 6.155, com 18 clientes chegando via Google Ads.”

O Google ainda ajudou a psicóloga a fazer a transição do atendimento presencial para o on-line, imposto no início da pandemia, mas que segundo ela “veio para ficar”. “Eu trabalhava de forma totalmente presencial, achava que olhar o paciente olho no olho, ao vivo, fazia toda a diferença. Hoje, entendi que obtenho o mesmo resultado, e meu atendimento on-line representa 90%. Minha intenção é chegar a 100%, para que eu possa inclusive me mudar de cidade, atender de outros locais”, sonha Silvia.

E ela não quer parar por aí: depois da consolidação do atendimento remoto, que possibilitou a conquista de clientes em países como México, Estados Unidos e Japão, a dupla está se organizando para investir no Google com foco na prospecção de pacientes fora do Brasil.



“Tivemos um aumento de buscas superior a 40% utilizando o Google Ads. Podemos afirmar que isso alavancou as vendas para pessoas físicas em 27%. Elas representam até 35% do faturamento total da empresa.”

MARCELO PIRES

Cervejaria Implicantes

www.implicitantes.com.br

Incomodados com a falta de representatividade negra no meio cervejeiro, os irmãos Diego e Daniel Dias, hoje com 35 e 32 anos, escolheram um 20 de novembro – Dia da Consciência Negra – para fundar a própria cervejaria em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Nasceu em 2018 a Implicantes, uma cervejaria “para provocar e implicar com os padrões impostos”.

Diego, que é designer gráfico, criou rótulos homenageando grandes figuras pretas históricas, como a mãe de santo Hilária Batista de Almeida, a Tia Ciata (1854-1921) e o jogador Leônidas da Silva (1913-2004). Com maquinário próprio, eles passaram a vender as cervejas em bares e restaurantes. Aos poucos, os sócios perceberam o potencial de focar no consumidor final, com a instalação de chopeiras em eventos. Em 2020, com o impacto da pandemia, passaram a oferecer o “growler pet” (recipiente de 1 ou 2 litros que mantém o gás do chope conservado) em Porto Alegre e arredores, e latas de cerveja para todo o país.

Naquele momento de virada do negócio, as ferramentas do Google foram fundamentais para a Implicantes. Diego passou a estudar SEO e como usar os anúncios do Google para alavancar as vendas. “Percebi, pela busca orgânica, que aparecíamos em reportagens que haviam sido feitas no Brasil e lá fora. O nosso site mesmo, coitado, ficava na terceira, quarta ou quinta página de resultados de busca. Com a pandemia e o início do delivery direto da fábrica, foi imprescindível trabalhar para melhorar o ranqueamento, melhorar as palavras-chave, entrar no YouTube e investir em Google Ads.”

A virada foi rápida. Graças a esse investimento, a pandemia, que poderia ter abalado o negócio de forma irreversível, acabou transformando-o e mais do que dobrando seu faturamento. “O uso das ferramentas do Google foi

A Cervejaria Implicantes emprega 5 funcionários

de extrema importância quando bares e restaurantes fecharam e perdemos a maior parte do faturamento. Era necessário inovar e adaptar”, conta Marcelo Pires, um dos sócios. Além dos quatro primos no comando, eles contam com um funcionário.

Marcelo conta que a empresa realizou campanhas não só para venda dos kits e latas por e-commerce, mas também para o serviço de aluguel de barris e chopeiras, de olho na venda mais expressiva para pessoas físicas. Agora, com as melhorias de SEO e atualização do Perfil da Empresa, a Implicantes está sendo encontrada de forma mais fácil por potenciais consumidores. E, em especial no verão, os sócios investem no Google Ads para aumentar a visibilidade das cervejas e divulgar a instalação da chopeira em eventos. “Tivemos um aumento de buscas superior a 40% utilizando o Google Ads. Podemos afirmar que isso alavancou as vendas para pessoas físicas em 27%. Elas representam até 35% do faturamento total da empresa”, explica Marcelo, responsável pelo marketing digital.

O investimento da Implicantes nos anúncios varia entre R\$ 50 e R\$ 120 ao dia, e o retorno por campanha é de R\$ 3,5 mil mensais em vendas, em média. “Faz muita diferença”, avalia o fundador Diego Dias. “A pessoa já chega no produto que busca, vê o preço e fecha negócio. Muitas empresas acabam não estudando, não investindo nisso, e não têm algo que prenda o consumidor. Para nós é bem relevante.”



SUL



“Todo mundo que tem contato com a Vô Contigo se encanta. Então peço aos clientes que comentem no Perfil da Empresa, no Google, para que alcancemos mais pessoas.”

IVONETE GUARINO

Vô Contigo

www.vocontigo.com.br

Ivonete Guarino tem 34 anos e passou dois deles cuidando da sogra, que enfrentou o mal de Alzheimer e chegou a ficar em estado vegetativo. Incomodada com a maneira como os mais velhos são tratados, ela teve a ideia de unir o cuidado com eles à sua vida profissional. No fim de 2019, Ivonete, que já havia sido revendedora de cosméticos e consultora, decidiu qual seria o seu novo negócio: uma startup que promove transporte e acompanhamento para o público acima dos 60 anos.

Antes de colocá-lo no mercado, foi para a rua testar os serviços. Durante 45 dias, a mato-grossense formada em Ciências Contábeis foi motorista e acompanhante de idosos, avaliando suas necessidades e pensando em como implementar sua ideia na prática. “Então veio a pandemia e eu me recolhi. Não tinha como prestar um serviço que tiraria o maior grupo de risco de casa diante da COVID-19”, conta. “Fui estudar, era tudo muito novo. E participei um programa de aceleração oferecido pela B2Mamy que, com o apoio do Google, capacita mães.”

A B2Mamy, criada em 2016 e parceira oficial do Google for Startups, parecia ser exatamente a aceleradora de que Ivonete, empreendedora e mãe de um garoto de 7 anos, precisava. Em seis meses, ela definiu o modelo de negócios e deu início ao teste de mercado, usando motoristas parceiros. Em outubro de 2020, a Vô Contigo estava de pé. E Ivonete viu os clientes chegarem já no primeiro mês. “Fomos ajustando a logística, o preço, a negociação com os motoristas parceiros e com a psicóloga que faz a avaliação deles. Depois disso nunca paramos, o faturamento só cresceu”, comemora. Para Ivonete, o programa de aceleração financiado pelo Google “foi um divisor de águas, deu clareza ao negócio e o validou”. Agora, ela fica nos bastidores, em vez de segurar o volante. A Vô Contigo conta hoje com 23 motoristas, e sete estão na fila para avaliação psicológica, feita por uma profissional parceira da startup.



CENTRO-OESTE

A Vô Contigo emprega 30 funcionários

“O Google me dá também o apoio logístico. Uso o Google Maps para calcular as rotas e precificar as corridas; o Google Agenda para organizar os atendimentos; e o Perfil da Empresa, uma ferramenta básica para a divulgação do serviço. Contratei uma empresa para cuidar da busca e do tráfego, e agora vamos começar a anunciar com o Google Ads.” O objetivo, ela diz, é dar capilaridade à divulgação, chegando a mais pessoas. “Todo mundo que tem contato com a Vô Contigo se encanta. Então peço aos clientes que comentem no Perfil da Empresa, no Google, para que alcancemos mais pessoas. É um nicho novo, apenas três empresas no país são focadas no transporte e acompanhamento de idosos”, conta Ivonete.

O próximo passo, já em desenvolvimento por uma empresa terceirizada, é colocar um aplicativo no ar, para facilitar a contratação dos serviços diretamente pelo cliente, sem a intermediação da própria Ivonete. “No primeiro trimestre de 2022 faturamos 64% do valor do total de 2021. E realizamos 50% da quantidade de corridas feitas no ano passado. Com o desenvolvimento do app, nosso plano é aumentar em sete vezes o faturamento atual, chegando a R\$ 50 mil mensais até dezembro de 2022”, explica a CEO.

Hoje, a Vô Contigo tem 50 clientes e o crescimento médio é de 30%. As expectativas para o futuro não poderiam ser melhores: para Ivonete, o mercado de mobilidade e a curva crescente da população de idosos no Brasil favorecem o seu negócio.



“A loja virtual tem 30% do tráfego vindo de publicidade on-line, com a ajuda das ferramentas do Google.”

SAMIR MESQUITA

Pague Menos

www.paguemenos.com.br

Com mais de quatro décadas no mercado, a rede de farmácias Pague Menos começou a sua incursão no e-commerce com mais força nos últimos anos. Apesar de recente, as ações da companhia têm um desempenho crescente. Os canais digitais totalizaram R\$ 189,4 milhões em vendas no primeiro trimestre do ano, aumento de 63,1% em relação ao mesmo período do ano passado, alcançando 9,0% das vendas totais. A loja virtual tem 30% do tráfego vindo de publicidade on-line, com a ajuda das ferramentas do Google.

Segundo Samir Mesquita, diretor de digital da Pague Menos, a empresa trabalha com um “mapa de megapresença” on-line: “Utilizamos todos os canais e ferramentas do Google para estar próximo ao nosso cliente, por meio de investimentos em links patrocinados, YouTube e técnicas de SEO. Tudo isso faz parte do nosso planejamento estratégico. A jornada do varejo começa sempre pelo digital.”

O plano permitiu à companhia ganhar posição de destaque, mesmo em um momento de forte digitalização de todo o mercado farmacêutico. Hoje, o cliente virtual da Pague Menos gasta em média bem mais do que o cliente da loja física da rede, e repete as compras de duas a três vezes por mês. “Nosso forte ritmo de crescimento dos canais digitais, junto do Google, vem acompanhado de melhorias consistentes em serviço e manutenção de rentabilidade, evidenciando a qualidade e a sustentabilidade do crescimento que tivemos”, explica.

Nascida em Fortaleza, a empresa, que soma 1.169 lojas pelo Brasil, usa a venda on-line para crescer e solidificar a sua marca nas cinco regiões. “Somos uma rede presente em todo o país e queremos nos posicionar como uma empresa digital, trabalhando em todos os canais possíveis de venda”, afirma Mesquita. “Sul e Sudeste são mercados maduros no e-commerce, mas temos tido um desempenho muito bom nas demais regiões”.



NORDESTE

A rede Pague Menos emprega mais de 20 mil funcionários

De acordo com ele, a pandemia solidificou a compra virtual na farmácia, mesmo entre os consumidores sem experiência de navegação. “Houve um boom durante o isolamento. Quanto disso vai ficar retido? Estamos tendo uma curva de aprendizado, como empresa. Não existe mais ‘on’ e ‘off’, é uma junção dos dois, e temos de saber aproveitar essa oportunidade”, conclui.



americanas



“Isso acelerou a aquisição de leads, trazendo 11% mais vendedores ativos, com um custo por aquisição cerca de 60% mais baixo.”

MAYRA GIANONI

Americanas Marketplace

www.americanasmarketplace.com.br

Criada em 1929, a Americanas se aproxima de um século de existência como uma das maiores varejistas do país, com mais de 3.500 lojas físicas espalhadas por 900 cidades brasileiras. Com uma plataforma digital de mais de duas décadas, a rede opera, ainda, a plataforma Americanas Marketplace, que reúne vendedores de todos os tamanhos e possibilita a venda de seus produtos nos sites de Americanas, Submarino e Shoptime.

Em ritmo acelerado de crescimento, a Americanas Marketplace tem um sortimento com mais de 136 milhões de itens e um GMV (volume bruto de mercadorias) de R\$ 6,2 bilhões (segundo dados do primeiro trimestre de 2022). O Marketplace se fortaleceu justamente num momento de incertezas na economia: com o impacto da pandemia, a Americanas ofereceu uma oportunidade para pequenos e médios empreendedores apresentarem seus produtos por meio de uma companhia já estabelecida no mercado, com mais de 52 milhões de clientes ativos. Eles passaram a ter, ali, uma chance de expandir alcance e vendas.

O rápido crescimento da Americanas Marketplace foi impulsionado pela parceria com o Google que começou em 2019: os dois times se uniram em uma estratégia de aquisição de vendedores, focada no objetivo de atingir 150 mil até o final de 2022. Juntos, Google e Americanas desenharam os melhores caminhos para atingir essa meta com o menor Custo de Aquisição de Clientes (CAC) possível. Já no primeiro ano da parceria, os resultados gerados pela publicidade exibida na Busca do Google e na Rede de Display começaram a aparecer.

As ferramentas inteligentes oferecidas pelo Google ajudaram a Americanas a superar um de seus principais desafios: atrair para a plataforma vendedores efetivamente ativos, ou seja, não apenas que se cadastrassem, mas colocassem os seus produtos à venda na rede, segundo Mayra Gianoni, head da Americanas Marketplace.



SUDESTE

A Americanas emprega mais de 43 mil funcionários

Em 2021, a Americanas foi uma das primeiras marcas a utilizar o Performance Max, novo tipo de campanha do Google que permite rodar anúncios em diferentes plataformas de maneira automatizada. Isso acelerou a aquisição de leads, trazendo 11% mais vendedores ativos, com um custo por aquisição cerca de 60% mais baixo. A mudança para o uso de mídia paga e automação otimizou a busca e baixou o CAC. Além de atrair mais vendedores ativos, o Google permite o acompanhamento dos resultados de venda, melhorando a experiência para os lojistas.

“Usando inteligência artificial, o Performance Max nos ajudou a comunicar com possíveis lojistas para nossa plataforma em toda sua jornada, oxigenando as oportunidades de conversões e melhorando o resultado dos nossos parceiros que chegaram por meio deste canal do Google. O GMV dos parceiros que entraram por esse canal aumentou sete vezes desde o início do projeto”, comemora Mayra.

Em 2019, a Americanas tinha cerca de 40 mil lojistas em seu Marketplace. Com a chegada da pandemia, a base dobrou para quase 90 mil. “Se antes os empreendedores muitas vezes tinham uma loja física e davam conosco o primeiro passo digital, hoje vemos o comportamento se inverter: vendedores que começam a empreender digitalmente, e depois eventualmente abrem pontos físicos.”

Com a ajuda do Google, a Americanas Marketplace está perto de alcançar a sua meta de 150 mil vendedores na plataforma, estabelecida em 2019: já são mais de 132 mil vendedores, colocando os produtos nas mãos do consumidor com preço competitivo e melhores condições de pagamento.



“A parceria com o Google foi um movimento-chave para o crescimento da Take Blip, sendo um dos principais motores de aquisição e crescimento e uma fonte estratégica de insights e tendências de mercado.”

ROBERTO OLIVEIRA

Take Blip

www.take.net

Hoje em dia, empresas comumente utilizam aplicativos de mensagem para conversas com os consumidores, facilitando o contato e permitindo que ele compre de maneira rápida e intuitiva. A Take Blip, plataforma que usa inteligência artificial para facilitar a interação entre empresas e seus clientes em diferentes canais, vem ganhando espaço no mercado com suas soluções para humanizar o atendimento digital.

Durante a pandemia da COVID-19, diversas empresas sofreram uma redução no volume de negócios. Com isso, houve o aumento de busca por soluções digitais que alcançassem o consumidor. As soluções oferecidas pela Take Blip ajudaram as marcas a continuarem as atividades de venda, engajamento e atendimento por meio de canais de mensageria. A Take Blip contou com as ferramentas de publicidade do Google para se conectar a potenciais clientes.

Em 2021, a Take Blip passou a usar os lances inteligentes do Google Ads, que usa inteligência artificial para otimizar as campanhas para alcançar mais clientes potenciais a um custo mais baixo. A estratégia gerou um aumento de 60% nos leads qualificados (aqueles que têm mais chance de se tornar clientes de fato), com um custo 33% menor.



SUDESTE

A Take Blip emprega mais de 1.300 funcionários

O bom resultado permitiu que a Take Blip aumentasse os investimentos no digital para atrair novos clientes. Isso fez a empresa aumentar em quatro vezes o número de clientes e mais que dobrar de tamanho de 2020 para 2021. A expectativa para 2022 é que a receita supere US\$ 100 milhões, segundo o cofundador e CEO, Roberto Oliveira.

“A parceria com o Google foi um movimento-chave para o crescimento da Take Blip, sendo um dos principais motores de aquisição e crescimento e uma fonte estratégica de insights e tendências de mercado”, afirma o executivo.

Google