



ENERGIA DE PORTUGAL

Caminho Equipas já cumpriram a terceira de quatro sessões de trabalho e preparam-se para os momentos finais da competição

Pressão aumenta na sema



Textos **TIAGO OLIVEIRA**
Fotos **MARCOS BORGIA**



Gabriel Dimas e Marlon Blummer têm estado extremamente dedicados ao trabalho. Tanto que já ficaram 'presos' em virtude do esforço: "No outro dia esqueceram-se de nós aqui na sede da Fábrica de Startups", contam animados os brasileiros da EstoqueUP. "Num destes dias ficámos a trabalhar até às nove da noite e, quando demos por ela, toda a gente se tinha ido embora menos nós! Ficámos uma hora e meia à espera de todos. À sexta-feira sai-se sempre mais cedo, não é?", perguntam entre sorrisos. De facto, é notório o entusiasmo das equipas presentes no terceiro de quatro *bootcamps* do Energia de Portugal 2014 que tem juntado todas as equipas da competição nas últimas semanas para cumprirem pontos práticos do seu

plano de aceleração de negócio. Porque ninguém disse que avançar com uma ideia não ia dar trabalho na competição de empreendedorismo do Expresso e da EDP.

Após três semanas, já se cumpriram mais de metade do caminho rumo ao investimento *pitch* de 14 de novembro (pelo meio ainda há mais um *bootcamp*) e os grupos já afinam os motores rumo à decisiva sessão. Já, as melhores equipas vão apresentar os seus projetos perante um conjunto de investidores e vai decidir-se não só quem ganha o prémio de €20 mil mas também a equipa, com o melhor projeto na área de energia, que vai receber seis meses de incubação na EDP Starter.

Diminuir handicap

A equipa dos dois amigos de infância apresenta uma solução de gestão de compras e inventário para PME, tem apreciado as "intensas semanas" por terras lusitanas, até porque atualmente se encontram em pontos geográficos muito distantes do Brasil e têm agora uma oportunidade de finalmente estarem juntos para desenvolverem a ideia, darem uns retoques decisivos no modelo de negócio e conhecerem outro tipo

de pressão. Ambos os programadores tinham alguma dificuldade em lidar com os aspetos económicos inerentes a fundar uma empresa, mas as sessões de trabalho "com os exercícios práticos e as palestras" têm sido um antídoto para diminuir este *handicap*.

Os Lost in Reality esperam também ver o seu trabalho dar frutos. Estão certamente a trabalhar para isso, andando de porta em porta a tentar comprovar as hipóteses do modelo

de negócio que foram delineando, de acordo com os ensinamentos e noções adquiridas ao longo das três semanas que a iniciativa já leva. "Têm sido exercícios trabalhosos e cansativos, especialmente se quisermos ter uma amostra representativa do nosso segmento de clientes, o que pode ir até 100 entrevistas de rua", contam José Rodrigues e Francisco Campelo, os representantes da equipa.

História rumo ao Urban

O conceito de promover passeios turísticos numa *app* com recurso a histórias ficcionadas teve um teste interessante na quinta-feira, quando a equipa promoveu a narrativa de um estudante universitário que vai sair na noite de Lisboa e anda desencontrado dos amigos. A partir daí, foi percorrendo diversos locais em que foi travando amizades e conhecimentos até chegar à discoteca lisboeta Urban Beach. O objetivo foi "entender qual a aceitação do público por este tipo de histórias" e "ver como os comerciantes lidavam com a hipótese de fazer parte do nosso conceito a nível financeiro com ofertas e descontos". Querem ainda entender a melhor forma de atrair artistas, jornalistas e

storytellers para produzir "conteúdos originais e criativos" e construir uma plataforma que retine uma base de histórias de qualidade para servir de base à aplicação digital.

Tudo porque um dos principais desafios nesta fase é perceber até que ponto as hipóteses postuladas no modelo de negócio se comprovam. Os grupos já cumpriram seis etapas de um trajeto de nove (desenvolver o modelo, selecionar o cliente, criar valor, gerir relações, originar receitas e fabricar valor, ainda falta planejar finanças, planejar execução e realizar o *pitch*) que representam os diversos passos teóricos até à formação da empresa. Trata-se do método FastStart, que permite o desenvolvimento dos princípios da ideia de forma faseada e estruturada, com muitos exemplos práticos. O objetivo é que o negócio tenha menos risco, uma vez que é testado exaustivamente desde o início. Por isso, ao longo dos dias que separam cada *bootcamp* é necessário realizar uma série exaustiva de exercícios.

Caminhadas em Sintra

Palestras como a Luís Roquette Gerales da firma de advogados Morais Leitão Galvão Teles Soares da Silva &

O INVESTMENT PITCH REALIZA-SE A 14 DE NOVEMBRO NO ESPAÇO BRASIL DO LX FACTORY

na decisiva

Sem identidade ninguém vende

O filme (até agora) do Energia de Portugal



1 JOSÉ RODRIGUES E FRANCISCO CAMPELO Os membros da *Lost in Reality* explicam que a inspiração para a sua ideia surgiu quando se aperceberam do potencial que uma história podia ter na criação de uma nova forma de fazer viagens

2 GABRIEL DIMAS E MARLON BLUMMER Os brasileiros do *EstoqueUP* estão em Portugal para aproveitar a oportunidade única a todos os níveis. Tanto que confessam até já gostar de bacalhau

3 LUÍS ROQUETTE GERALDES Especialista na ligação do capital de risco a startups, o advogado veio ao terceiro bootcamp do Energia de Portugal explicar, passo a passo, os riscos e oportunidades deste tipo de financiamento



Associados, o coordenador da *Team Genesis*, que presta aconselhamento jurídico na área da inovação e do empreendedorismo. Convidado desta sessão, procurou explicar às equipas como é que funciona o mundo do capital de risco. Mostrou as diferentes etapas e explicou os condicionamentos e riscos da estratégia. Na fase inicial em que muitos projetos ainda estão pouco parecidos, mas faz parte da estratégia de aceleração

20 MIL EUROS E SEIS MESES DE INCUBAÇÃO NO EDP STARTER SÃO OS PRÊMIOS DESTA EDIÇÃO DO ENERGIA

que pretende preparar para todas as eventualidades.

Os membros da *Tripalocal* também estão a tentar comprovar tudo ao mais ínfimo detalhe. Vindos da China para dar ainda mais forma à plataforma de circuitos turísticos com base em experiências locais fora do vulgar, têm aproveitado para juntar trabalho às experiências culturais portuguesas. *YiYi Wang* já foi conhecer "galerias e museus", enquanto *Jemma Xu* não perdeu a oportunidade de ir "fazer caminhadas para Sintra". A noite de Halloween no Museu da Eletricidade ainda lhes dá "terrores" e "descobrir os detalhes do assassinio que encenaram" não sai da cabeça. A festa também serviu para retirar lições para a sua ideia de negócio que dizem estar a crescer rapidamente ao longo das semanas.

Mas já não havia tempo para mais confissões. Chegava o final do *bootcamp* e todos começavam a arrumar as suas coisas para se irem embora ou falar com mentores. *Marlon Blummer* não quis enganar e revelou que ia com outros equipas para o hotel "beber uma cerveja". O trabalho de todas as equipas segue intenso mas merece sempre um momento de descontração.

economia@expresso.imprensa.pt

Edson Athayde explica porque é tão importante apostar desde cedo na definição de um plano de comunicação claro

Um dos publicitários com mais impacto na história recente de Portugal, Edson Athayde tem algum conhecimento do que pode fazer a diferença entre uma ideia de negócio ter sucesso ou não no que diz respeito ao marketing. Atualmente a trabalhar como CEO/CCO da FCB Lisboa, o brasileiro naturalizado português deixou alguns conselhos às equipas do Energia de Portugal relativamente ao caminho que devem seguir para, desde cedo, criar em uma marca com visibilidade e identidade. Porque, caso contrário, não vendem. E sem vendas não há sobrevivência possível.

"Muitas vezes este tema é completamente subvalorizado e relegado para outra ocasião. É um erro muito comum. As startups só se preocupam com a vertente financeira e esquecem-se que sem plano de comunicação, sem ninguém a conhecer, não vendem. E a fronteira entre o sonho e a dura realidade são simplesmente as vendas", garante Edson Athayde.

"A distância entre o sonho e a realidade é vender. E isso não se consegue sem uma marca visível"

Ter uma estratégia muito bem definida para perceber os objetivos que se querem atingir é o primeiro conselho que o publicitário deixa, quando se procura uma entidade profissional para pôr em prática um plano de comunicação. É importante ser explícito e colaborar, porque não se pode esperar que a agência faça o trabalho sem perceber o que a empresa quer. "Para tratar agências de comunicação como simples fornecedores já bastam as grandes empresas", atira.

Funciona para os dois lados

Nesta fase da vida da maioria das startups, os recursos ainda são poucos e nem sempre é fácil chamar a atenção das agências de comunicação, mas isso não implica que não se vá à luta. "O importante para quem está a começar e ainda com poucos músculos é fazer uso da criatividade para cativar e dar-se a conhecer. As agências também querem beneficiar da ligação a uma empresa com potencial e vão apostar no seu sucesso.

Funciona para os dois lados", afirma. Por isso, é preciso reservar parte do orçamento para a questão da comunicação sob pena de se estar a danificar todo o trabalho efetuado.

Por último, o publicitário aconselha as equipas a escolherem bem o público que querem atingir e não tentarem chegar a muitas pessoas ao mesmo tempo. "O sonho de vender para todos, simplesmente, não existe", conclui.



Equipas têm-se reunido para os intensos bootcamps da Fábrica de Startups

Desde o arranque da iniciativa que já passaram três meses e muitas histórias. Recorde as mais significativas

Início das candidaturas

Foi a 28 de junho que se deu início à fase de concorrência ao Energia de Portugal, que trouxe como grande novidade nesta 3ª edição a internacionalização com a abertura a equipas do Brasil e da China. A organização recebeu centenas de pedidos de equipas mas só podiam entrar as 15 melhores

EDP Starter

A juntar aos 20 mil euros para a equipa com melhor classificação, a EDP anunciou a 14 de agosto um prémio adicional de seis meses de incubação na EDP Starter para a equipa que apresentasse o melhor projeto na área da energia

Brasil

A chegada ao "país do samba" para escolher as quatro equipas brasileiras que se iam juntar à competição foi carregada de simbolismo. Muitas equipas viajaram até São Paulo para fazerem parte dos eleitos. Foi uma tarefa complicada que acabou na escolha da *Say2Me*, da *BeonPop*, da *EstoqueUP* e da *Me Passa AI*

TechNode

A entrada na China foi muito desafiante e exigiu um parceiro de peso. A escolha recaiu num prestigiado órgão de comunicação especializado em startups locais que deu indicações essenciais sobre o ecossistema empresarial chinês

China

No Império do Meio, as ideias de negócio também apareceram em bom número e não foi fácil escolher a melhor em Xangai. Acabou por ser a equipa *Tripalocal* a receber a desejada confirmação para fazer parte do Energia

Portugal

A 1 de outubro dava-se a última fase de escolha de equipas com uma sessão carregada de tensão na sede da Fábrica de Startups, em Lisboa. De 26 apresentações, selecionadas de ainda mais

candidaturas, *Beatmygrades*, *ContractorHub*, *Tim Ildó*, *Lost in Reality*, *Negócios na Hora*, *Plknoa*, *Pricious*, *Primetag*, *Shopkit* e *Tropico* foram os eleitos. Estavam completos os 15

Substituição

Pouco antes do arranque dos trabalhos, a iniciativa sofreu a primeira desistência, com os brasileiros da *BeonPop* a anunciarem não terem possibilidade de viajar para Portugal. Foram substituídos pela *Socitrip*, que rapidamente se disponibilizou a entrar na competição

Sessão de abertura

O Museu de Eletricidade recebeu a 20 de outubro a sessão oficial de abertura do Energia de Portugal 2014. Figuras como *Pedro Norton*, *António Mexia* ou *Adolfo Mesquita Nunes* marcaram a ocasião, perante todos os participantes

Bootcamps

A primeira sessão de trabalho teve logo início no dia seguinte, 21 de outubro, e foi uma prova de fogo para as equipas, que se viram a braços com uma série de exercícios para estruturar o seu plano de negócios e enfrentar os colegas, além das palestras e reuniões com mentores que iriam marcar os seguintes bootcamps

De 15 para 14

O terceiro bootcamp trouxe uma saída definitiva da competição, com a *Shopkit* a ter que abandonar a oportunidade devido a conflitos entre a equipa profissional e o apertado calendário de trabalhos e exercícios pedido aos participantes

O que se segue

Cumprido já mais de metade do percurso do Energia de Portugal, as equipas ainda têm que cumprir mais uma sessão de trabalho a 11 de novembro e preparar-se afinadamente para enfrentar o decisivo *Investment Pitch*, que encerra esta edição da iniciativa, a 14 de novembro, e onde um conjunto de investidores pode fazer toda a diferença