

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS



APOIOS:



FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

ENQUADRAMENTO

ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR

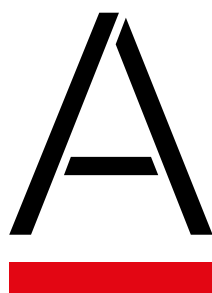




APOIO

A CAPITAL DE RISCO PÚBLICA ANUNCIOU TRÊS INSTRUMENTOS PARA APOIAR AS STARTUPS PORTUGUESAS, NO ÂMBITO DAS MEDIDAS LANÇADAS RECENTEMENTE PELO GOVERNO

A PORTUGAL VENTURES DISPONIBILIZA 18 MILHÕES DE EUROS PARA A RECUPERAÇÃO DO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR



A capital de risco pública anunciou recentemente que está a preparar um conjunto de instrumentos de financiamento para apoiar as startups portuguesas e o ecossistema de empreendedorismo, no âmbito de um conjunto de medidas lançadas recentemente pelo Governo para mitigar o

impacto da pandemia de COVID-19.

Num montante global de 18 milhões de euros, a Portugal Ventures disponibiliza assim os instrumentos Call (aviso de lançamento) INNOV-ID – referida como Mezzanine Funding for Startups nas medidas anunciadas pelo ministério da Economia –, Operação Follow-Ons – mencionada como Instrumento COVID-19 – Portugal Ventures nas medidas do Governo – e Call FIT. Em comunicado, afirmaram também que o investimento integra um conjunto de medidas lançadas pelo Governo, que recentemente anunciou um apoio de 25 milhões de euros para esta área.

«As iniciativas que agora lançamos para levar a cabo a concretização das medidas anunciadas pelo Governo, revelam, uma vez mais, a missão da Portugal Ventures no ecossistema empreendedor – devemos ser o catalisador de projectos e empresas que alavanquem a economia nacional e, em tempos excepcionais como os que vivemos hoje, que contribuam para a sua recuperação, consolidando a imagem de Portugal como uma referência nas áreas da Inovação e Tecnologia», sublinha em comunicado Rui Ferreira, vice-presidente da capital de risco pública que, desde 2012, já investiu 140 milhões de euros em mais de 120 novas empresas.

TRÊS INSTRUMENTOS DISPONÍVEIS

• **Call INNOV-ID:** Em parceria com a ANI – Agência Nacional de Inovação, a PME Investimentos e a

Startup Portugal, a Call INNOV-ID está aberta de 4 de Maio a 5 de Junho de 2020. A iniciativa destina-se a empresas constituídas há menos de oito anos ou ainda a constituir, com sede em Portugal Continental e Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. Para que os projectos de empresas já constituídas, de base tecnológica, sejam elegíveis na Call, as empresas têm que:

a) Obrigatoriamente, estar registadas no Startup Hub, a plataforma digital comunitária gerida pela Startup Portugal e pela RNI;

b) Cumprir, pelo menos, um destes critérios: i) resultar de projectos de investigação e desenvolvimento científico, tecnológico ou académico, desenvolvidos no seio de Instituições de Ensino Superior ou Centros Tecnológicos; ii) estar incubados em Incubadoras de Base Tecnológica ou em Incubadoras com ligações a Instituições de Ensino Superior ou Centros Tecnológicos; iii) empregar ou serem promovidas por recursos humanos altamente qualificados e proporem-se a manter ou criar emprego altamente qualificado; iv) serem reconhecidas como “Empresas do Sector da Tecnologia” pela ANI ou beneficiárias dos seus incentivos;

Para que os projectos de empresas ainda não constituídas possam vir a ser aceites na Call, têm que estar obrigatoriamente incubados numa das entidades pertencentes à RNI ou associadas a um dos parceiros da Rede de IPN da Portugal Ventures, cumprindo também, pelo menos, um dos critérios citados

no ponto b), referenciado nas empresas já constituídas.

• **Call FIT:** Em parceria com o Turismo de Portugal e o NEST, foi lançada a 2.ª edição da Call, que decorre até 21 de Maio. Esta iniciativa pretende investir em projectos de turismo na fase pré-seed, Non-tech e Tech, que sejam finalistas dos Programas de Aceleração do Fostering Innovation in Tourism. A Call FIT visa colmatar a falta de financiamento que as startups encontram após a conclusão dos programas, dinamizando projectos inovadores de base turística e estimulando o ecossistema empreendedor, através do apoio ao desenvolvimento de ideias e de modelos de negócio que possam gerar novas soluções para o sector do Turismo. Na 1.ª edição da Call FIT, a Portugal Ventures investiu em três projectos: Bag4Days, Classihy e Sailside, num montante total de 372 mil euros.

• **Operação Follow-Ons:** Em parceria com a IFD, a INCM e o Turismo de Portugal, a Portugal Ventures tem vindo a trabalhar desde o início de Abril nesta operação. Juntamente com os seus Parceiros de Capital, são identificadas startups que, pelo seu potencial de crescimento e capacidade em ultrapassar as adversidades da pandemia, necessitam de follow-ons para dar continuidade aos seus negócios. Esta iniciativa não tem candidaturas abertas à comunidade de empreendedores, tratando-se de operações de reforço de investimento que estão a ser articuladas com a nossa rede de parceiros de capital. ●

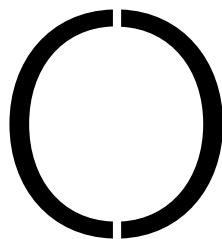


ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

ALTICE EMPRESAS

EMPREENDEDORISMO EM TEMPO DE COVID-19



conceito de empreendedorismo está habitualmente associado à criação de novas empresas, de novos negócios, mas empreender é também a capacidade de resolver problemas ou situações complicadas, adaptar-se a novas realidades, criar novos produtos, agregar valor, identificar oportunidades, em suma, transformar o negócio de forma a garantir sustentabilidade e gerar lucro. Com a pandemia causada pelo novocoronavírus (COVID-19)

as empresas e organizações foram obrigadas a adaptarem-se rapidamente a novas situações de teletrabalho, novas formas de contacto e de relação com os seus clientes, a efectuar uma transformação que permitisse garantir a continuidade

O DIGITAL ASSUME, NO ACTUAL CONTEXTO, GRANDE RELEVÂNCIA, POSSIBILITANDO A CRIAÇÃO DE VALOR E O DESENVOLVIMENTO DE ACTIVIDADES COMERCIAIS NAS MAIS DIVERSAS ÁREAS DE NEGÓCIO

da sua actividade, a sua sobrevivência. Esta transformação está a ocorrer de forma acelerada nas empresas portuguesas, demonstrando a capacidade das mesmas se reinventarem e se adequarem à nova realidade, implementando



SOLUÇÃO

A ALTICE EMPRESAS EM PARCERIA COM AS PÁGINAS AMARELAS LANÇA NO MERCADO A SOLUÇÃO GO-ONLINE QUE PERMITE QUE QUALQUER PME POSSA COLOCAR O SEU NEGÓCIO NO MUNDO DIGITAL



as mudanças necessárias que em muitas situações passam pela sua transformação digital.

O empreendedorismo digital assume, no actual contexto, grande relevância, possibilitando a criação de valor e o desenvolvimento de actividades comerciais nas mais diversas áreas de negócio, através da utilização de recursos e soluções digitais, nomeadamente a internet, o ponto central dos negócios digitais.

VANTAGENS DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Neste modelo de empreendedorismo as vantagens são muitas, o que explica o interesse que empresários e gestores de Portugal e de todo o mundo têm vindo a demonstrar por esta estratégia, em particular neste momento que atravessamos. O investimento inicial e o custo de operações de um negócio digital são mais reduzidos quando comparando com negócios físicos, que compreendem, numa escala muito diferente, a necessidade de infra-estrutura e espaço, bem como maiores exigências em termos de equipamentos e recursos humanos.

Outra vantagem é o acesso a mercados internacionais. A presença e venda online abre a porta das empresas ao mundo, sendo por isso uma aposta estratégica a ter em conta para aumentar e diversificar clientes. Sendo a internet um canal em tempo real, as ofertas de produtos e serviços são dinâmicas e possibilitam um acompanhamento mais imediato do mercado. O ambiente digital vive fundamentalmente de interacções, nomeadamente de um contacto



mais directo e personalizado com os clientes, com feedbacks/avaliações dos clientes e medição de resultados em tempo real, essenciais para melhorar ainda mais a satisfação dos clientes e a estratégia de presença online.

NEGÓCIO ONLINE DURANTE A PANDEMIA

O comércio electrónico, ou e-commerce como é vulgarmente conhecido, é um modelo de empreendimento digital com muitos anos que é hoje uma realidade na sociedade e nos negócios. De acordo com a Econsultancy, o e-commerce em Portugal encontra-se em crescimento, tendo registado em 2018 uma facturação de cinco mil milhões de euros, o que significa um crescimento de 17%.

NAS ACTUAIS CIRCUNSTÂNCIAS DE CONFINAMENTO, ASSISTE-SE A UM CRESCIMENTO DAS COMPRAS ONLINE POR PARTE DA POPULAÇÃO PORTUGUESA

Este é um método de compra que é cada vez mais utilizado pelos portugueses e, nas actuais circunstâncias em que a população está confinada, tem vindo a assistir-se a um crescimento das compras online. A necessidade incentiva a utilização/experimentação, bem como a valorização do factor conveniência.



A presença digital inicia-se muitas vezes com a criação do site da empresa na internet, que se assume como o seu cartão de identificação para todo o mundo, com informação diversa sobre a empresa, produtos e serviços que comercializa. No entanto, uma estratégia de e-commerce passará invariavelmente pela disponibilização de uma loja online associada a plataformas de contacto com os clientes, acções de marketing digital, bem como à dinamização nas redes sociais, elementos essenciais para incentivar a visita ao site ou à loja online e proporcionar uma boa experiência ao consumidor durante o processo de compra.

Efectivamente, ao empreender, colocando o negócio online, é fundamental efectuar a sua promoção na internet, sendo as redes sociais essenciais para essa divulgação. De acordo com a Digital Commerce 360, a actividade no Facebook aumentou mais de 50% em muitos dos países mais atingidos pela pandemia. É importante assegurar presença e impactar os potenciais clientes, onde estes se encontrem.

Destaque também para a questão da segurança, que é fundamental nos negócios digitais. Só num ambiente seguro, com transacções monetárias efectuadas de forma segura e transparente por uma entidade credível, os clientes sentem confiança e concretizam as suas vendas.

SOLUÇÃO PARA “ABRIR” O NEGÓCIO AO MUNDO

De acordo com a Quantum Metric, de 1 de Janeiro a 29 de Fevereiro



» Com a solução Go-Online, os pagamentos são efectuados de forma simples e segura através da plataforma de pagamentos Altice Pay, que integra os meios de pagamento habituais em Portugal

ro deste ano, as vendas online (principalmente produtos de saúde) aumentaram 52% em comparação com o mesmo período do ano passado e o número de compradores online aumentou 8,8% desde o início do coronavírus. Notícias recentes referem também crescimento nas vendas de bens alimentares e bebidas, tecnologia, entre outros.

O e-commerce é uma solução a que cada vez mais empresas aderem, para minimizar os impactos da pandemia e garantir a continuidade do seu negócio. Consciente de quão essencial é a presença online para as empresas no actual contexto, a Altice Empresas em parceria com as Páginas Amarelas, player de referência na área do Marketing

Digital em Portugal, lança no mercado a solução Go-Online que permite que qualquer PME possa rapidamente, de forma simples e segura, colocar o seu negócio no mundo digital, criando o seu site ou loja online (web e mobile) e assim promover e comercializar os seus produtos e serviços.

Esta solução inclui diferentes packs. Na sua versão base, o pack Ready permite às empresas, que adiram até 31 de Maio, criar o seu site e loja online, mantendo a sua actividade durante três meses sem qualquer custo ou compromissos associados. Para garantir a visibilidade nas redes sociais, é oferecido um voucher para campanhas de Marketing Digital, no Google e Facebook, no valor de 100 euros.



SEGURANÇA

A ALTICE PAY, INTEGRADA NA SOLUÇÃO GO-ONLINE, É REGULADA PELO BANCO DE PORTUGAL E OFERECE FERRAMENTAS SEGURAS E FLEXÍVEIS COM COMISSÕES COMPETITIVAS



Desta forma, as empresas que aderirem a esta acção podem empreender a mudança para o digital sem qualquer risco.

Com a solução Go-Online, os pagamentos são efectuados de uma forma simples e segura através da plataforma de pagamentos Altice Pay, que integra todos os meios de pagamento habituais em Portugal, nomeadamente: referências multibanco, MB WAY, cartão bancário e débito directo.

A plataforma de pagamentos Altice Pay, integrada na solução Go-Online, não é exclusiva desta solução. Está disponível também para qualquer comerciante que necessite de gerir meios de pagamento do seu negócio online, independente das soluções de loja

CADA VEZ MAIS EMPRESAS ADEREM AO E-COMMERCE, PARA MINIMIZAR OS IMPACTOS DA PANDEMIA E GARANTIR A CONTINUIDADE DO NEGÓCIO

online ou site onde criaram o seu negócio. É uma plataforma com total segurança no processamento e armazenamento de dados com a certificação PCI DSS Compliant, que garante que todas as transacções são processadas de forma segura. A Altice Pay é regulada pelo Banco de Portugal e oferece

ferramentas seguras e flexíveis com comissões competitivas.

A solução Go-Online permite ainda a disponibilização de serviços de entrega adaptados aos diferentes tipos de negócio (por exemplo, entrega na hora ou entrega tradicional), o que faz desta uma solução de e-commerce completa. Na plataforma de criação do site e loja online está disponível apoio, em português, de um especialista de Marketing Digital. Mesmo com as portas fechadas, as empresas podem assim abrir o seu negócio ao mundo.

É tempo de continuar e empreender. Seja com esta ou com outra solução, o importante é olhar o futuro com confiança e fazer acontecer. ●



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

EDP



VOCAÇÃO GLOBAL

A

EDP foi uma das primeiras eléctricas, a nível mundial, a mobilizar recursos internos para apoiar activamente o empreendedorismo de forma global. A estratégia de open innovation da EDP envolve o desenvolvimento de projectos com uma forte componente tecnológica e com uma gran-

de ambição, além do lançamento de programas de Startup engagement de impacto planetário, bem como uma actuação ao nível do Venture Capital corporativo, também de âmbito global. Esta abordagem combinada e a aposta na sua realização

A EMPRESA INVESTE NAS STARTUPS EM QUE ACREDITA E ONDE QUER AQUE ESTEJAM. ALÉM DE PORTUGAL, ESPANHA E BRASIL TEM INVESTIMENTOS NOS EUA, ISRAEL, FRANÇA, PAÍSES BAIXOS E BANGLADESH

recorrendo a uma combinação de recursos internos e externos, são aspectos onde o grupo EDP foi pioneiro em Portugal e no sector das utilities a nível global. Este posicionamento foi essencial para uma aproximação ainda maior às startups e para promover a colaboração entre a EDP e estas jovens

empresas. Esta procura constante por soluções, produtos e serviços inovadores que se enquadrem na estratégia de crescimento, permite às startups que trabalham com a EDP escalar o seu negócio e, conseqüentemente, impulsionar o ecossistema nacional e internacional.



INVESTIMENTO

ATRAVÉS DA EDP VENTURES,
INVESTIRAM-SE MAIS DE 38 MILHÕES DE
EUROS DESDE 2008, ANO EM QUE FOI
CRIADA A ÁREA DE CAPITAL DE RISCO



Os últimos 12 meses, foram um ano muito positivo ao nível da actividade de investimentos. A empresa nunca tinha investido um valor financeiro tão elevado e embora tenha realizado o mesmo número de operações do que em 2018, o valor global foi superior, o que permitiu terminar 2019 em torno dos 6,3 milhões de investimento, num total de 16 operações.

«Paralelamente ao investimento, adicionámos mais quatro startups portuguesas ao portefólio, o que demonstra a qualidade do ecossistema nacional e a aposta contínua da EDP. Iniciámos a actividade de investimento com uma equipa local dedicada no Brasil e lançámos as bases para fazer o mesmo em Espanha a partir deste ano. E fizemo-lo sem prejudicar a vocação global da EDP Ventures, como demonstra a origem de diversas startups do nosso portefólio. Realizámos ainda o nosso primeiro exit, que permitiu um retorno financeiro bastante atractivo. Não menos importante, 2019 foi o ano em que melhores resultados tivemos ao nível do estabelecimento de relações de negócio entre as startups e as unidades de negócio da EDP, contribuindo para o seu sucesso, o que nos deixa muito satisfeitos, uma vez que esse é um dos objectivos estratégicos da EDP Ventures», explica Luís Manuel, administrador da EDP Inovação.

INVESTIMENTO

Além de Portugal, também Brasil e Espanha são mercados estratégicos para a EDP. Em primeiro lugar porque são ecossistemas muito interessantes, em forte expansão



» Já passaram por estes programas 189 startups e, no seu âmbito, foram concluídos 48 projectos-piloto, 18 rollouts comerciais e 24 investimentos, resultando num total de 37 milhões de euros aportados pelo grupo EDP ao longo destas fases

e crescimento, e com um número elevado de casos de sucesso na área do empreendedorismo. Depois porque são países onde a EDP está presente e tem recursos para poder aplicar o mesmo método de investimento que aplica em Portugal, privilegiando a proximidade entre as pessoas e as empresas em que investe. «Acreditamos que a presença local, aliada a um veículo local, é um factor determinante para reforçar esta relação. Por outro lado, em Espanha acresce a oportunidade de aceder a fundos de co-investimento de entidades públicas, o que se traduz também num atractivo importante para nós porque permite reforçar a nossa capacidade de investimento. No entanto, a nossa vocação é global e investimos nas startups em que acreditamos onde quer que estejam. Além destas três geografias, temos investimentos nos EUA, Israel, França, Países Baixos e Bangladesh», acrescenta Luís Manuel.

Apesar dos números de investimento, ano a ano, serem sempre muito difíceis de prever, uma vez

que se trata de uma actividade que depende muito das oportunidades que surgem. Tendo em conta a actual conjuntura económica devido à pandemia de COVID-19, é natural que a actividade e o volume de investimentos sejam diferentes face a 2019. Neste momento, o principal foco, assim como o da grande maioria dos restantes investidores, é garantir que as empresas do portefólio ultrapassem com sucesso esta fase menos positiva, o que exige maior foco e mais recursos no apoio a estas empresas.

No que diz respeito a novos investimentos, a empresa vai centrar a actividade em startups nas quais já tem um conhecimento e uma relação prévia devido às dificuldades actuais na realização de processos de due diligence. Ainda assim, acreditam que 2020 será um ano importante, com novos investimentos e com um portefólio de investimento que apresenta actualmente interessantes perspectivas de crescimento e valorização no curto prazo.

«O hot spot é entre o pre-Series A e o Series A. Fazemos também algum seed. Por norma, temos todo o interesse em ter outros investidores, uma vez que trazem outras valências e visões diferentes sobre o negócio. Já participámos inclusivamente em algumas Series B, mas a avaliação que fazemos é que quando as empresas já estão nessa fase, já não somos nós o investidor natural. Se somos nós o “dono” natural, e isso pode acontecer, não será tanto um negócio EDP Ventures, mas um negócio de uma unidade de ne-



gócio da EDP. Do ponto de vista de capital de risco, sentimos que podemos ter uma participação mais activa e aportar mais valor até ao Series A, ao ajudarmos as startups a desenvolver uma solução escalável e a expandirem o canal comercial junto da EDP quer de outras utilities», sublinha.

EDP STARTER

A EDP Starter é uma plataforma de desenvolvimento de startups que operam no sector da energia. Está presente em Portugal, Espanha, Brasil e EUA, e é a porta de entrada no ecossistema de inovação da EDP, que além de proporcionar acompanhamento a longo prazo, executa programas específicos de curto prazo em diferentes geografias, como o Starter Business Acceleration ou o Free Electrons. Já passaram por estes programas 189 startups e, no seu âmbito, foram concluídos 48 projectos-piloto, 18 rollouts comerciais e 24 investimentos, resultando num total de 37 milhões de euros aportados pelo grupo EDP ao longo destas fases.

O ecossistema português está em franca expansão e cresce duas vezes mais do que a média europeia, o que são excelentes notícias. No entanto, a pequena dimensão da economia portuguesa e o (ainda) reduzido volume de investimento privado faz com que quatro em cada cinco startups fundadas em Portugal, apesar de manterem operações no nosso País, acabem por mudar a sua sede, sendo quase sempre os EUA a principal opção.

«Paralelamente, em Portugal existe alguma escassez de financia-

mento, particularmente para fases mais imaturas de desenvolvimento de startups, faltam incentivos e há poucos “serial entrepreneurs” capazes de financiar e desenvolver ideias, assim como talento saído de universidades e centros de investigação, o que limita a base de desenvolvimento de startups. Por outro lado, faltam também actores que possam conferir foco estratégico ao ecossistema, ou seja, as grandes empresas. O país tem relativamente poucas grandes empresas e são menos ainda aquelas que, como a EDP, realizam apostas ambiciosas em inovação e empreendedorismo. Estes dois aspectos constituem travões ao desenvolvimento do ecossistema de inovação, impedindo-o de atingir o potencial justificado pela nossa base de talento nacional e pela capacidade de atracção de talento que o país demonstra, associada à relativamente boa qualidade de vida», explica o administrador da EDP Inovação.

As áreas prioritárias para investimento estão alinhadas com o negócio do grupo EDP e dividem-se em cinco grandes categorias: energias limpas, soluções de armazenamento de energia, redes inteligentes, inovação digital e soluções ligadas aos clientes. Dentro destas macros-tendências encaixam naturalmente as áreas de inteligência artificial e machine learning aplicada a manutenção preditiva, realidade aumentada, cibersegurança, mobilidade inteligente, gestão e processamento de dados, entre outras. A EDP Ventures investe em startups que



» As áreas prioritárias para investimento estão alinhadas com o negócio do grupo EDP e dividem-se em cinco grandes categorias: energias limpas, soluções de armazenamento de energia, redes inteligentes, inovação digital e soluções ligadas aos clientes

operam no sector da energia, mas também que trabalham em vários verticais incluindo o de energia. Foi nessa perspectiva que investiram por exemplo na Feedzai.

Sobre esta startup, não há dúvidas. «É incontornável falar da Feedzai. A Feedzai é uma empresa que, hoje e sob qualquer métrica que queiramos comparar — vendas, pessoas, fundos levantados —, tem todos os requisitos para ser um unicórnio e só ainda não é porque, de facto, a última ronda



ESTRATÉGIA

TODOS OS INVESTIMENTOS TÊM NÃO SÓ UM ÂNGULO FINANCEIRO, MAS ACIMA DE TUDO UM ÂNGULO ESTRATÉGICO, ATRAVÉS DO QUAL SE PROCURA APORTAR VALOR AO GRUPO EDP



não a valorizou ainda acima de mil milhões de dólares. Mas é uma empresa que apresenta hoje todas as variáveis habituais de uma empresa deste tipo começando, claro, pela equipa de gestão que é excelente. Acreditamos que é uma questão de tempo», diz Luís Manuel. A nível internacional, a DefinedCrowd, empresa americana com equipa de gestão com ADN português, destaca-se também com um crescimento de vendas absolutamente impressionante, e tem tido imenso destaque na imprensa nacional e internacional.

SOLUÇÕES

A fechar o último ano, a EDP Ventures concluiu investimentos em novas startups nas áreas da inovação digital, mobilidade eléctrica e redes inteligentes. A Energyworx, startup holandesa de gestão de dados que apoia as utilities nos processos de transição energética, recebeu financiamento



O HOT SPOT É ENTRE O PRE-SERIES A E O SERIES A. FAZEMOS TAMBÉM ALGUM SEED. POR NORMA, TEMOS TODO O INTERESSE EM TER OUTROS INVESTIDORES, UMA VEZ QUE TRAZEM OUTRAS VALÊNCIAS E VISÕES DIFERENTES SOBRE O NEGÓCIO

para ganhar escala e acelerar o crescimento internacional nos EUA e na Europa. Também a Net2Grid, startup de análise de dados igualmente sediada na Holanda, recebeu investimento da EDP Ventures. A empresa desenvolveu uma tecnologia que permite aos clientes das utilities receber informação em tempo real sobre o consumo de energia dos seus equipamentos. Destaque ainda para a portuguesa Effizency (antiga Save2Compete), que também recebeu financiamento da EDP Ventures em 2019. Esta startup, que resultou de um spin-off do grupo EDP, criou uma solução tecnológica para as utilities ajudarem as PME a reduzir a factura da energia através da adopção de soluções de eficiência energética. Já em 2020, investiram na Ydata, uma empresa portuguesa que criou um software que permite criar dados sintéticos de qualidade e prontos a serem utilizados, sem quaisquer restrições ao nível da privacidade dos mesmos.

Globalmente, a EDP já trabalhou ou está a trabalhar com mais de uma centena de startups que chegaram através dos vários programas de Startup Engagement do grupo, em particular do Starter Business Accelerator e do Free Electrons. Estas startups foram criteriosamente seleccionadas entre milhares que se candidatam a estes programas de aceleração e scale-up. Através da EDP Ventures, investiram-se mais de 38 milhões de euros desde 2008, ano em que foi criada a área de capital de risco.

Estas startups têm contribuído

para uma mudança nos modelos de negócio do grupo EDP? «Sem dúvida. Todos os nossos investimentos têm não só um ângulo financeiro, mas acima de tudo um ângulo estratégico, através do qual procuramos aportar valor ao grupo EDP no curto prazo, mas também viabilizar novas soluções que permitirão ao grupo fazer o seu caminho na transição energética em curso. Analisamos um pouco de tudo, desde novos produtos e serviços inovadores para os nossos clientes, tanto residenciais como empresariais, como soluções de actuação remota para manutenção preditiva de activos, até soluções de cibersegurança. Os modelos de negócio mais inovadores são sempre analisados à luz da regulação do mercado de energia eléctrica de cada país onde estamos presentes», acrescenta o administrador da EDP Inovação.

Neste sentido, a título de exemplo, o investimento na Principle Power veio revolucionar a geração eólica offshore tradicional, ao permitir a produção de energia eólica offshore em profundidades tradicionalmente desafiantes; a Solshare permite explorar e antecipar modelos de negócio peer-to-peer que impactarão a universalização de soluções de micro-geração; já a Energyworx, ao retirar valor do grande volume de dados disponíveis de consumos de energia, permite perceber e prever padrões de consumo e, com base nestes, personalizar ofertas comerciais, como tarifas dinâmicas. «São alguns dos exemplos entre as 35 startups em que já investimos», conclui Luís Manuel. ●



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

DELTA CAFÉS

CRIAÇÃO DE VALOR

A INOVAÇÃO É, SEM DÚVIDA, UM DOS PILARES ESTRATÉGICOS E UMA ÁREA CRÍTICA PARA A SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO DO GRUPO

A

Delta tem feito uma aposta clara na criação de valor, através da inovação que incorpora nos seus produtos, serviços e modelos de negócio. Essa aposta faz parte de uma estratégia traçada há uns anos atrás, formalizada na Diverge – Centro de Inovação do Grupo Nabeiro. Este centro

é constituído por uma equipa multidisciplinar que assegura várias áreas de competência da área de inovação. Para além da inovação corporativa, esta equipa multidisciplinar dedica-se à investigação científica e ao desenvolvimento de novos produtos. Por outras palavras, a Diverge trabalha transversalmente com todas as áreas do Grupo e unidades de negócio, garantindo o alinhamento e suportando a estratégia de inovação assente no Modelo de Inovação da Delta, o MIND.

«Garantimos o envolvimento de todos, e a possibilidade de participar no processo da inovação que chega a todas as camadas da organização. Qualquer colaborador da organização pode participar numa plataforma de ideias e é elegível para participar nas iniciativas do Programa de Inovação. Ao longo dos últimos anos, desenvolvemos programas presenciais que fomentam a cultura de inovação na organização e o empreendedorismo dos colaboradores de todas as áreas», explica Cláudia Figueira, Head of Innovation do Grupo Nabeiro.



» Sistema revolucionário de extração RISe

A Inovação na Delta caracteriza-se sobretudo, por ser um processo end-to-end innovation, ou seja, a equipa Diverge está capacitada para envolver a organização no processo de inovação, gerir o processo de geração e validação de ideias, desenvolver as actividades de investigação, vigilância tecnológica e de mercado e executar o desenvolvimento de produtos alimentares e equipamentos até à sua industrialização. «Somos muito orientados ao mercado, daí transformarmos ideias em produtos e serviços com vida comercial», acrescenta Cláudia Figueira.

A Inovação é, sem dúvida, um dos pilares estratégicos e uma área crítica para a sustentabilidade do negócio do Grupo. Hoje, mais de 80% do crescimento da organi-

zação advém de novos produtos que foram lançados nos últimos cinco anos, o que é um excelente indicativo dos resultados do investimento em inovação.

CRIATIVIDADE

«O investimento também é visível no que diz respeito às invenções criadas, pois já contamos com um portefólio de propriedade intelectual de 32 patentes concedidas. No mercado, foram lançados vários projectos inovadores como My Qoffee, blends Chef Collections, Go Chill, Croffee, Slow Coffee, Delta Q das farmácias MINDboost e OSTEOboost e os novos sistemas tecnológicos Qoffee Qar, WalQ, Bruma e o sistema revolucionário de extração RISe», refere a Head of Innovation do Grupo Nabeiro.



ESTRATÉGIA

O DESAFIO CONSTANTE É TER A CAPACIDADE DE CRIAR TENDÊNCIAS E OFERECER AO MERCADO, PRODUTOS E SERVIÇOS QUE SURPREENDAM OS CONSUMIDORES



» My Qoffee

O desafio constante é ter a capacidade de criar tendências e oferecer ao mercado, produtos e serviços que surpreendam os consumidores. Só desde o ano passado é que são associados da Startup Lisboa, apesar de desde muito cedo partilharem a mesma visão. Esta é, sem dúvida, mais uma forma da Delta apoiar o ecossistema de inovação e estar mais próxima do tecido empreendedor. De forma a beneficiar de todo este ambiente, logo que as obras estejam concluídas no edifício da Startup Lisboa, vão mobilizar a Diverge – Centro de Inovação do Grupo Nabeiro, que actualmente está sediada no Parque das Nações, para o Hub Criativo do Beato. Estar mais perto do ecossistema de inovação e poder contribuir e usufruir do

» Hoje, mais de 80% do crescimento da organização advém de novos produtos que foram lançados nos últimos cinco anos, o que é um excelente indicativo dos resultados do investimento em inovação



» Delta Q das farmácias MINDboost

espírito empreendedor e criativo dos restantes residentes, é uma mais valia para a Delta. No mesmo edifício vão incluir também um espaço aberto ao público onde vão proporcionar um mundo de experiências à volta do café.

O DisrUption foi o primeiro Programa de Inovação aberta do Grupo que veio reafirmar o compromisso no apoio às startups. «Logo no lançamento do programa tivemos bons indícios da nossa atractividade para as startups nacionais e internacionais, pois no espaço de um mês recebemos 115 candidaturas, das quais 49% startups internacionais. Durante um período de cinco meses, estivemos a trabalhar com grande proximidade com as seis startups seleccionadas que foram

orientadas por mentores internos da nossa organização e, também advisors externos. Durante todo este processo tivemos como objectivo validar o modelo de negócio e proposta de valor para a realidade do Grupo Nabeiro, preparando as startups da melhor forma para o Pitch final. Continuamos muito entusiasmados com estes projectos e actualmente estamos a desenvolver o projecto piloto já com o modelo de negócio adaptado à cadeia de valor do Grupo Nabeiro», sublinha Cláudia Figueira.

TRANSFORMAÇÃO

O Grupo procura ser um agente activo no ecossistema de startups e fomentar a inovação em diferentes áreas de negócio. Isto também se reflecte na abordagem



» Pitch Delta Mind Lab



» WalQ



» Cláudia Figueira, Head of Innovation do Grupo Nabeiro

à inovação aberta que comporta várias formas de trabalhar com as startups. Iniciámos a relação com o ecossistema de startups em 2015, quando desenvolvemos a partir da ideia inicial do fundador da Follow Inspiration, um novo e disruptivo serviço de café – o Qoffee Qar, um robot autónomo autodirigido que permite levar o café ao consumidor.

«Não temos barreiras à inovação e estamos sempre disponíveis para

ouvir uma boa ideia. No entanto, a área da Saúde e Bem-estar, o impacto responsável e as novas experiências que respondam às necessidades dos consumidores serão sempre áreas que nos despertam o interesse», acrescenta Cláudia Figueira.

Portugal revela bons níveis de empreendedorismo face à média europeia. Um país que na sua génese nunca teve receio em arriscar, nos últimos anos tem-se destacado no ecossistema da inovação. As startups portuguesas são cada vez mais dinâmicas e inovadoras e o reconhecimento a nível internacional é cada vez mais significativo. «Acreditamos que este já é o resultado de uma estratégia nacional para o empreendedorismo que tem criado as melhores condições possíveis para apoiar as startups portuguesas. No Web Summit, que a Delta apoia desde a sua primeira edição em Portugal, vejo cada vez mais startups portuguesas a participar

o que é um excelente indicador da saúde do nosso ecossistema. É importante continuarmos a consolidar esta posição!», refere Cláudia Figueira.

A nota positiva ao ecossistema português é também fruto da perseverança dos empreendedores portugueses. Sabe-se que a taxa de insucesso das empresas nos primeiros cinco anos de existência é alta. Na maioria das vezes a falta de análise financeira, validação de mercado e planeamento são os principais factores. Para a Head of Innovation do Grupo Nabeiro, a capacidade de resiliência dos empreendedores tem sido fundamental para ultrapassar as dificuldades iniciais e acredita que nesta nova fase que a sociedade está a viver, devido aos impactos económicos da pandemia a nível mundial, mais do que nunca as capacidades dos empreendedores voltarão a ser um dos maiores activos de inovação para reerguer as economias locais. ●



DRIP COFFEE

Slow coffee

**MAIS DO QUE UM CAFÉ
UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA.**

100% ARÁBICA . 100% ÚNICO

NOVIDADE



CHEGOU O DELTA DRIP COFFEE

Puro café 100% arábica, proveniente das melhores origens e ideal para levar para onde quiser. O Delta Drip Coffee é a nova experiência de preparação de café, para a qual apenas deve adicionar água quente. Está disponível em saquetas individuais e é a solução ideal para saborear em casa, no trabalho ou em momentos de lazer, sempre que necessitar do reconforto de um bom café. Faça uma pausa nas rotinas e desfrute do tempo que a vida lhe dá.



Saiba mais em



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

FIDELIDADE

ENERGIA RENOVADORA



A INOVAÇÃO E O EMPREENDEDORISMO SÃO HOJE CONCEITOS INTRÍNSECOS EM TODO O GRUPO FIDELIDADE E QUE, POR ISSO MESMO, VÃO SENDO DIARIAMENTE CULTIVADOS POR TODOS, NAS ACTIVIDADES DIÁRIAS

A

Fidelidade acredita na inovação como valor maior, capaz de dar um novo fôlego à economia e à sociedade. Está assim ao lado dos empreendedores para apoiar os que querem investir nas suas ideias e nos seus projectos, gerando negócio. Acredita que os empreendedores são criadores de novas dinâmicas de trabalho e de uma nova economia, capaz de impulsionar as empresas e Portugal. «Queremos aprender com quem pode fazer a diferença. Ao lado dos empreendedores, sabemos que podemos descobrir novas ideias, novos métodos de trabalho e aplicá-los no desempenho da nossa actividade, gerando uma energia renovadora e por consequência uma maior produtividade para a Fidelidade», afirma Sérgio Carvalho, director de marketing da Fidelidade.

Abrir as portas aos empreendedores e à inovação para crescer tem sido assim uma das prioridades da Fidelidade, nomeadamente com a criação e desenvolvimento do Protechting. É preciso alargar horizontes, pensar como alguns projectos podem contribuir para o desenvolvimento da actividade, da eficiência e do negócio. O Protechting, programa de aceleração para startups da Fosun e da Fidelidade, em parceria com a Beta-i, teve, desde o início, como propósito maior promover a aproximação e criação de relação com um público-alvo de elevado valor – os



STARTUPS

NESTE UNIVERSO DE STARTUPS, AS ÁREAS CONSIDERADAS ESTRATÉGICAS SÃO AS INSURTECH, FINTECH, HEALTHTECH E AGORA TAMBÉM SUSTENTABILIDADE

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

jovens empreendedores, posicionando assim a Fidelidade neste ecossistema do empreendedorismo, onde nenhuma outra seguradora marcava ainda presença. Com a criação do Protechting pretendiam fomentar a criação e desenvolvimento de ideias de negócios que poderiam vir a ser incorporadas nos negócios da Fosun e/ou Fidelidade ou serem entregues à sociedade como um produto inovador, contribuindo para uma estratégia de “Open Innovation”.

«O sucesso do programa Protechting é um grande motivo de orgulho para nós e o facto de termos realizado a final da 3.ª edição no Protechting na Web Summit atesta a relevância que o programa tem ganho, não só no seio das empresas que o apoiam, mas também em todo o ecossistema de empreendedorismo em Portugal e pelo mundo fora», acrescenta Sérgio Carvalho.

As várias edições do Protechting têm permitido assim incrementar fortemente a cultura de inovação na Fidelidade, com um envolvimento muito positivo de vários colaboradores da Fidelidade e de todos os parceiros do Protechting, o que tem catalisado as dinâmicas de trabalho na área da inovação. Outro ganho deste programa tem sido a oportunidade para antecipar tendências tecnológicas e de modelos de negócio disruptivos, o que contribui para o reforço da posição competitiva da empresa nos mercados onde estão inseridos. O lançamento do Protechting 4.0 atingiu um recorde de 400 candidaturas oriundas de 53 países.



» Sérgio Carvalho, director de marketing da Fidelidade

Foram seleccionadas 12 startups finalistas, que vão integrar a fase de aceleração desta edição do programa que pretende apoiar o desenvolvimento de projectos internacionais que contribuam para melhorar a protecção das pessoas em áreas estratégicas, como Healthtech, Insurtech, Fintech, mas com uma preocupação acrescida nas temáticas do desenvolvimento sustentável.

«Estas conquistas são resultado de uma conjugação de factores como a crescente notoriedade conquistada pelo programa Protechting e o afinado esforço de scouting internacional de startups durante a fase de candidaturas, junto de parceiros e em eventos de empreendedorismo na Europa, América do Sul, África e China», explica o director de marketing.

SUCESSO

O próprio processo de mentoria e aprendizagem com profissionais da Fidelidade, Luz Saúde e Hauck

& Aufhause, o acesso a dados reais de clientes, com a obrigação de manter a privacidade dos dados e possibilidade de virem a integrar o seu negócio na Fosun, Fidelidade, Luz Saúde e Hauck & Aufhäuser são alguns dos factores que as startups mais valorizam. Os candidatos seleccionados para o Protechting têm a possibilidade de participar num bootcamp, cujo objectivo passa por uma interacção mais profunda entre as startups e os parceiros, de forma a identificar os modelos de negócios mais adequados para a fase posterior do programa, expondo também as startups a workshops de inovação, eventos orientados para estas temáticas e palestras de gestão e motivação. Os três melhores projectos finais, neste caso do Protechting 4.0, serão premiados com um roadshow na China, com acesso a alguns dos maiores investidores mundiais, podendo ainda beneficiar de uma participação de capital, ou integrar o seu negócio na Fosun, Fidelidade,



Luz Saúde e Hauck & Aufhäuser. O vencedor, com o melhor projecto de negócio, será ainda distinguido com um prémio monetário no valor de 10 mil euros.

Para maximizar o valor do Protechting, estão agora a apostar na criação de uma comunidade de Alumni com iniciativas e oportunidades únicas para todas as startups que já integraram o programa, nomeadamente através da participação activa dos Alumni em próximas edições do Protechting, como mentores ou guides, da criação de meios de partilha de informação regular e da realização de Networking Events.

«Na Fidelidade, por exemplo, realizámos pilotos com duas startups: a “Visor.ai” que nasceu no Protechting e actua na área dos Chatbots e Inteligência Artificial e com a “Bdeo”, uma startup espa-

nhola vencedora ligada à utilização do vídeo e videochamada para efeito de seguros. A Luz Saúde, por seu lado, investiu e estabeleceu parcerias com várias startups derivadas do Protechting. A UpHill que apareceu com um projecto de formação de médicos e divulgação de boas práticas; a Ectosense que desenvolve dispositivos para combater a apneia do sono e ainda a Skin Sole que desenvolveu um sistema de detecção precoce do cancro da pele e o seu tratamento», sublinha Sérgio Carvalho.

Por outro lado, o Protechting tem sido reconhecido. Foi distinguido com o prémio «Sustainable Development 2018 Enterprise Best Practice» pela delegação Chinesa do Pacto Global das Nações Unidas (UNGC China Network), que reconhece o seu contributo para o desenvolvimento sustentável

» As várias edições do Protechting têm permitido assim incrementar fortemente a cultura de inovação na Fidelidade, com um envolvimento muito positivo de vários colaboradores e de todos os parceiros do Protechting, o que tem catalisado as dinâmicas de trabalho na área da inovação

do ecossistema empreendedor. O programa foi também reconhecido pela 21st Century Media, em parceria com o Belt and Road Research Institute of SFC, como um dos casos de sucesso da implementação da iniciativa de expansão Chinesa “One Belt, One Road”, tendo sido considerado um exemplo a seguir no que diz respeito à promoção da inovação.

«Recebemos ainda o Prémio de Excelência em Responsabilidade Social Corporativa, na cerimónia Social Value Co-Creation Corporate Social Responsibility Excellence Award, pelos seus resultados, mas também devido ao processo de criação de “valor social” e a nível de gestão de “cooperação transfronteiriça”, sendo distinguido a quatro níveis: visão global, experiência em participação, valor partilhado e inovação criativa», diz o director de marketing.

Neste universo de startups, as áreas consideradas estratégicas são as Insurtech, Fintech, Healthtech e agora também sustentabilidade. A edição Protechting 4.0, como acima referido, adicionou a sustentabilidade no negócio como critério de selecção das startups candidatas ao programa, exigindo um compromisso em trabalhar no futuro com projectos que tenham um impacto mais sustentável para a sociedade.

INOVAÇÃO

A inovação e o empreendedorismo são hoje conceitos intrínsecos em todo o Grupo Fidelidade e que, por isso mesmo, vão sendo diariamente cultivados por todos, nas activi-





PROTECHTING

O VENCEDOR, COM O MELHOR
PROJECTO DE NEGÓCIO, SERÁ AINDA
DISTINGUIDO COM UM PRÉMIO
MONETÁRIO NO VALOR DE 10 MIL EUROS

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808



dades diárias. Contudo, existem algumas áreas na Fidelidade que, pelas suas funções concretas, estão obviamente mais empenhadas no impulsionar destes dois objectivos: inovar e empreender. Áreas como o Center for Transformation e a Direcção de Advance Analytics juntaram-se à Direcção de Marketing, à Direcção de Desenvolvimento de Negócio e à própria Fidelidade Informação e Tecnologia e todas estas áreas, por motivos diversos, assumem responsabilidades num ecossistema de Inovação que procura integrar todos os stakeholders da Fidelidade para garantir que a inovação não é um “quintal”, mas sim uma atitude e valor base da forma de estar na Fidelidade no seu sector e na sociedade em geral.

«Por exemplo, o Center for Transformation procura zonas de disrupção com foco em novas áreas de actuação em ecossistemas

que já hoje integram a Fidelidade, como a mobilidade, a casa e os séniores, procurando assim responder a necessidades dos nossos clientes que vão para lá da gestão do risco, território normal das seguradoras, pelo menos na perspectiva dos nossos clientes.

Estas equipas, pelas suas características, são compostas de perfis diversos que misturam a experiência em seguros, mas que aportam sobretudo novas competências associadas à inovação, como competências no digital e foco na experiência do cliente e utilização de metodologias de trabalho como o agile ou design thinking», diz Sérgio Carvalho.

Sobre o Protechtig que é o símbolo do empreendedorismo no Grupo Fidelidade, pode dizer-se que ao longo das três edições já realizadas, interagiram com mais de 400 startups, de 50 países. Mas com o

» Olhando para o futuro, a Fidelidade e Fosun querem continuar a participar como motor do ecossistema de empreendedorismo e inovação sediado em Portugal

Protechtig 4.0 bateram recordes. Receberam 400 candidaturas de 53 países. Estas interações dão origem à realização de muitos pilotos que envolvem colaboradores e áreas das empresas que apoiam este projecto. Para o responsável de marketing, este processo «gera assim conhecimento com um impacto relevante na cultura de inovação e empreendedorismo das nossas empresas, tornando-nos mais capazes de enfrentar os desafios de um mundo em rápida evolução».

Por outro lado, a aposta num programa de perfil internacional tem captado um número muito interessante de startups provenientes de diferentes geografias. Isso responde totalmente ao posicionamento de internacionalização do Grupo, antecipando e reforçando assim o posicionamento de liderança que as empresas do grupo pretendem ter em cada mercado onde actuam.

Para maximizar o valor do Protechtig, a Fidelidade está agora a apostar na criação de uma comunidade de Alumni com iniciativas e oportunidades únicas para todas as startups que já integraram o programa, nomeadamente através da participação activa dos Alumni em próximas edições do Protechtig, como mentores ou guides, da criação de meios de partilha de informação regular e da realização de Networking Events. «Olhando para o futuro, a Fidelidade e Fosun querem continuar a participar como motor do ecossistema de empreendedorismo e inovação sediado em Portugal», conclui Sérgio Carvalho. ●