

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS



APOIOS:



FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

OBOTICARIO
ONDE TEM AMOR TEM BELEZA



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

ENQUADRAMENTO

PORTUGAL É UM PAÍS EMPENHADO NO EMPREENDEDORISMO



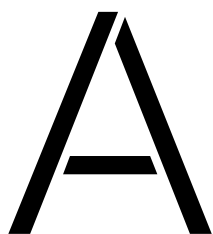


INVESTIMENTO

NAS PRIMEIRAS TRÊS EDIÇÕES A PORTUGAL VENTURES INVESTIU EM 48 STARTUPS, DISTRIBUÍDAS PELOS TRÊS VECTORES: DIGITAL & TECNOLOGIA; INDÚSTRIA & TECNOLOGIA; E CIÊNCIAS DA VIDA/TECNOLOGIAS DA SAÚDE



O EMPREENDEDORISMO ACELERA CRESCIMENTO ECONÓMICO E PORTUGAL ASSUME O ECOSISTEMA COMO FATOR DETERMINANTE PARA O SEU DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO



Portugal Ventures, sociedade de capital de risco do Grupo Banco Português de Fomento, no âmbito do Call INNOV-ID, iniciativa em parceria com a Agência Nacional de Inovação, já investiu em 4,8 milhões de euros 48 startups e anuncia cinco novos investimentos no âmbito do projecto para 2023.

A Call INNOV-ID é uma iniciativa com o objectivo de potenciar projectos ou empresas em crescimento, numa fase inicial, para que tenham disponibilidade financeira e capitais próprios suficientes para se desenvolverem e gerarem novas rondas de capital. Para tal, é atribuído um financiamento de 100 mil euros por projecto para cobrir uma falha de mercado no acesso a investimento em startups em fase pre-seed.

“Os bons resultados obtidos com estas três edições da Call INNOV-ID demonstram que temos de continuar a apoiar a transferência de conhecimento e inovação de base científica e tecnológica de excelência. Precisamos de mais e melhor colaboração entre todos para acelerar a disseminação na Inovação em Portugal e esta parceria entre a ANI e a Portugal Ventures é um excelente exemplo disso”, diz António Grilo, Presidente da Agência Nacional de Inovação.

Por sua vez, Rui Ferreira, Presidente da Portugal Ventures, destaca que “a Call INNOV-ID é um verdadeiro caso de sucesso no ecossistema empreendedor estando identificado esta falha de mercado do qual mais uma vez cumprimos com a nossa missão, não só na componente financeira, mas igualmente com o know-how e expertise da nossa equipa.”

Nas primeiras três edições a Portugal Ventures investiu em 48 startups, distribuídas pelos três vectores: Digital & Tecnologia; Indústria & Tecnologia; e Ciências da Vida/Tecnologias da Saúde.

A PORTUGAL VENTURES DESTACA AINDA QUE EM PIPELINE ESTÃO MAIS 22 INVESTIMENTOS A REALIZAR ATÉ AO FIM DE 2023

Agora, anuncia mais cinco investimentos para 2023 na Gloomia, com uma solução para prevenção do cancro da mama, na Hephaesnus, com um projecto para combate aos incêndios florestais, na Pluggable.ai, que oferece uma solução com base em IA para as empresas interagirem com os clientes, na Risimet, com um projeto na área da fisioterapia, e na Stokedge, uma plataforma baseada em IA que monitoriza a indústria de moda de luxo.

A Portugal Ventures destaca ainda que em pipeline estão mais 22 investimentos a realizar até ao fim de 2023. “Dos 48 investimentos realizados, 11 empresas já levantaram capital em novas rondas de investimento num total de 10,1 milhões de euros, e 18 empresas têm em curso processos de ronda de investimento com a expectativa de angariar um total de 16,4 milhões de euros”, explicam.●



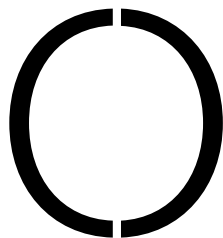
ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

EDP

APOSTA EM INOVAÇÃO PARA CONSTRUIR FUTURO

EMPENHADA EM INCENTIVAR A MUDANÇA POR UM FUTURO MAIS SUSTENTÁVEL, A EDP TEM FEITO UMA APOSTA FORTE NA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA, APOIANDO-SE NA INOVAÇÃO E, SOBRETUDO, NO INVESTIMENTO EM IDEIAS E PROJECTOS QUE FAZEM A DIFERENÇA



sector da energia vive uma profunda fase de renovação e inovação. A energia renovável tem vindo a crescer significativamente ao longo da última década e a EDP tem tido um papel preponderante nesta “revolução da energia limpa”. Para isso, a marca apoia e

estimula o processo de inovação aberta no sector da energia, desafiando diversas unidades de negócio a procurar soluções diferenciadoras e “arrojadas”.

De acordo com a EDP, a integração das TI e tecnologias de comunicação com a rede de distribuição secular tem sido

fundamental para permitir a penetração crescente da energia renovável e para maximizar as possibilidades de eficiência energética, a nível nacional e internacional. Seja a geração solar em residências, combinada com o armazenamento, ou a gestão integrada das cargas dos dispositivos



EDP VENTURES

É O BRAÇO DE CAPITAL DE RISCO DO GRUPO EDP, CENTRADO EM INVESTIMENTOS DE STARTUPS EM FASE INICIAL, QUE ACTUA MAIORITARIAMENTE NO CAMPO DA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



eléctricos, a verdade é que este é o futuro do retalho de energia. Os automóveis eléctricos estão também em fase de crescimento exponencial e serão a referência na mobilidade que irá remodelar a relação entre os clientes de energia e os serviços públicos.

Surge, assim, um mundo de energia totalmente novo, no qual o serviço, o conforto, a mobilidade, a sustentabilidade e a economia serão alimentados por uma abordagem apoiada em tecnologias emergentes.

Nesse sentido, e para que esta missão da transição energética possa acompanhar as necessidades das comunidades, da sociedade e, em última instância, do planeta, a EDP aposta activamente em diversas iniciativas e programas de empreendedorismo que contribuam para o reforço de um ecossistema que ajude a desenvolver projectos inovadores e efectivos.

EDP VENTURES

A EDP Ventures é o braço de capital de risco do Grupo EDP, centrado em investimentos de startups em fase inicial (Seed to Series B), que actua maioritariamente no campo da transição energética. Algumas das suas iniciativas são aplicadas em Portugal, mas existem já outras espalhadas pelo mundo.

Sempre aliando a inovação a uma missão de visão, a EDP Ventures investe, sobretudo, em startups tecnológicas em fase inicial, que actuam no domínio da energia e estão dispostas a criar impacto na vida de milhões de pessoas, nunca esquecendo a vida e sus-

tentabilidade do planeta. Nesse sentido, procuram não só apoiar ideias e projectos de parceiros, mas também desafiar as próprias unidades de negócio a procurar novas soluções. Fontes de energia renovável, armazenamento e flexibilidade, redes, mobilidade, recursos energéticos distribuídos, descarbonização da utilização da energia, hidrogénio verde, IA e digital são alguns dos focos desse mesmo investimento.

A EDP VENTURES INVESTE, SOBRETUDO, EM STARTUPS TECNOLÓGICAS, QUE ACTUAM NO DOMÍNIO DA ENERGIA E ESTÃO DISPOSTAS A CRIAR IMPACTO NA VIDA DE MILHÕES DE PESSOAS

Nesta área, e para apoiar novos negócios, a EDP “oferece”, numa fase inicial, investimento com valores entre 1 M€ e 10 M€ em capital de arranque e série B, assumindo posições minoritárias. Além disso, é igualmente facilitado o acesso à rede, estabelecendo ligações entre fundadores e uma ampla rede de co-investidores e clientes potenciais do sector dos serviços públicos, assim como ao conhecimento de especialistas do sector

espalhados pelo mundo. A marca defende, ainda, um investimento sem fronteiras, disponibilizando equipas de investimento em Lisboa, Madrid e São Paulo.

No portefólio de companhias que contribuem para o objectivo de a empresa de energia liderar a transição energética, encontram-se empresas das mais diversas áreas. A Green LI-ION é uma delas e trata-se de uma marca que está a revolucionar a indústria de armazenamento de energia com a primeira tecnologia limpa do mundo que rejuvenesce as baterias de iões de lítio. A sua aspiração é “poupar ao planeta uma pilha gasta de cada vez”. Já a SOLshare, é uma marca responsável por uma nova e revolucionária abordagem à oferta de electricidade de origem solar a preço acessível, no Bangladeche, através da sua rede “peer-to-peer”. Dessa forma, cada produtor de energia pode vender o excesso de energia solar ao longo da cadeia de valor, dando às comunidades uma oportunidade de obterem um rendimento directo do sol.

Por sua vez, e apenas mais um exemplo, a Voltbras apresenta soluções de software para a gestão de postos de carregamento de veículos eléctricos, “made in” Brasil. São soluções digitais para o carregamento e pagamento do serviço, disponíveis para o sector residencial e comercial. Por fim, e entre muitas mais, a Mixergy é outra das empresas apoiadas pela EDP Ventures, e desenvolve tecnologias inteligentes e relacionadas com água quente que permitem viver melhor, poupar



» A EDP pretende promover o desenvolvimento de projectos empresariais capazes de gerar emprego, disponibilizando acções de formação, consultoria, apoio técnico especializado e incubação de negócios

dinheiro e reduzir o seu impacto no ambiente.

PROGRAMA NAU

Já na sua segunda edição, o Programa Nau é outra das iniciativas da EDP no apoio ao empreendedorismo. Apesar de um enfoque maior no impacto social nas comunidades de Sines e de Santiago do Cacém, este programa revela ser um exemplo de outras apostas da EDP no caminho de uma sociedade mais sustentável e de uma comunidade mais integrada. Lançado pela EDP Produção, em parceria com o Sines Tecnopolo, este programa de empreendedorismo ajudou a lançar nove novos

projectos empresariais na região. Destinado aos residentes dos dois municípios que pretendam desenvolver um projecto empresarial ou promover a criação do próprio emprego, a segunda edição do Programa NAU vem comprovar o sucesso da 1ª edição, que permitiu capacitar cerca de 40 pessoas e gerar 21 potenciais postos de trabalho no último ano.

Entre os projectos seleccionados destacam-se uma empresa de moda sustentável que, com base nos princípios da economia circular, utiliza restos de produção e cria colecções de roupa sustentável, exportando já para vários países europeus. Outros projectos incluem

a produção de sabões artesanais ou ideias de negócio ligadas à cultura local.

Com esta iniciativa, a EDP pretende promover o desenvolvimento de projectos empresariais capazes de gerar emprego, disponibilizando acções de formação e consultoria, apoio técnico especializado e incubação de negócios, um trabalho de apoio que será decisivo na estruturação do plano de negócios, assim como na avaliação das exigências legais e demais desafios. Mantendo o objectivo de apoiar a criação de novas empresas, o Programa Nau irá também potenciar o acesso a fundos para o arranque dos pequenos negócios.



ENERGY STARTER

É UM PROGRAMA DE INOVAÇÃO ABERTA, QUE TEM COMO PRINCIPAL OBJECTIVO ACELERAR A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA A NÍVEL MUNDIAL ATRAVÉS DA CO-INOVAÇÃO DE SOLUÇÕES DE IMPACTO QUE ENVOLVAM STARTUPS E SCALEUPS



Concluindo, este programa é uma das várias iniciativas desenvolvidas pela EDP Produção na região, em conjunto com entidades locais, no âmbito do 'Futuro Ativo Sines' – um projecto promovido pela empresa para apoiar as comunidades locais e a transição energética justa no território. Uma estratégia que actua em três áreas prioritárias: ação social, formação, emprego e empreendedorismo, e oportunidades futuras.

UMA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA RÁPIDA E GLOBAL É FUNDAMENTAL PARA REVERTER AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS E PARA PREPARAR O CAMINHO PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL

ENERGY STARTER

Criado pela EDP, o Energy Starter é um programa de inovação aberta, que tem como principal objectivo acelerar a transição energética a nível mundial através da co-inovação de soluções de impacto que envolvam startups e scaleups.

Como já referido, uma transição energética rápida e global é fundamental para reverter as alterações climáticas e para preparar o caminho para um futuro sustentável. Nesse sentido, através do Energy Starter, a EDP visa criar as condições certas para acelerar

o desenvolvimento e a adopção de tecnologias e negócios inovadores que vão transformar o amanhã, já hoje. Para isso, o programa relaciona startups e scaleups com especialistas da EDP por todo o mundo, de forma a criar novas oportunidades de investimento, acelerando o desenvolvimento de projectos-piloto e nunca perdendo de vista o poder da inovação no sector.

Com centros de inovação em Lisboa, Madrid, São Paulo e Houston, são realizados programas em todo o mundo para encontrar as melhores soluções que apoiem a EDP numa transição energética mais célere. Em 2022, o programa foi redesenhado, de forma a maximizar a produtividade entre as startups e as unidades de negócio da EDP, com a implementação de três "tracks" especializadas em áreas chave do sector energético – Redes do Futuro, Energia Renovável & Hidrogénio Verde e Soluções para Clientes & Mobilidade – na qual poderão obter vários benefícios: oportunidade de testar a sua solução no sector energético em parceria com a EDP (Portugal, Espanha, Brasil, EUA); acesso a um conjunto amplo de mentores e especialistas adequados às suas necessidades; oportunidade de expandir a sua rede dentro do sector energético global e o potencial de ser investido pelos parceiros; inputs, feedback e insights sobre o seu produto/serviço e negócios; tempo para desenvolver uma prova de conceito relevante, em conjunto com as principais partes interessadas; e avaliação da



EDP Ventures para receber apoio financeiro e/ou know-how para o seu início de operação.

A partir destas iniciativas, a EDP procura encontrar soluções que facilitem a adopção de alternativas de mobilidade verde, assim como a transição para a mobilidade eléctrica e o desenvolvimento de soluções de geração distribuída. Projectos inovadores em renováveis e hidrogénio verde, para alcançar as metas de adopção de renováveis da EDP, e permitir a transição energética em sectores com alta intensidade de carbono constituem outros dos objectivos da eléctrica portuguesa para um mundo mais verde e equilibrado. ●



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

FIDELIDADE

CULTURA DE INOVAÇÃO

ABRIR AS PORTAS AOS EMPREENDEDORES E À INOVAÇÃO PARA CRESCER TEM SIDO ASSIM UMA DAS PRIORIDADES DA FIDELIDADE



A

Fidelidade, como líder de mercado e tendo a Inovação como drive de actuação, foi a primeira seguradora a entrar no ecossistema do empreendedorismo em Portugal na área de Insurtech e foi, de alguma forma, impulsionadora dos diferentes players deste ecossistema: incubadoras, aceleradoras, startups, mentores, núcleos de empreendedorismo das universidades, etc. «Acreditamos que os empreendedores são criadores de novas dinâmicas de trabalho e queremos aprender com quem pode fazer a diferença, 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», diz José Villa de Freitas, da Direção de Marketing à Executive Digest.

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, do negócio.

Com o Programa Protechting, em colaboração com a Fosun e a Luz Saúde, a empresa tem estado também presente na área de Healthtech e, para além do Protechting, tem identificado e colaborado com Startups nacionais e internacionais que, trabalhando em conjunto com as equipas internas da Fidelidade, têm contribuído para desenvolver



PRIORIDADES

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

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

ferramentas/ metodologias de trabalho novas e disruptivas, com o objectivo de melhorar a eficiência e produtividade.

«Tanto no âmbito do Protechting como no de actuação das áreas de Inovação da Fidelidade tem havido um foco no contacto com startups cada vez mais maduras ligadas à área de Insurtech através da implementação de pilotos que de alguma forma ajudam a acelerar a adopção de novas soluções tecnológicas na Fidelidade e a mitigar os riscos», acrescenta.

Actualmente, a Fidelidade está também a trabalhar na criação de new ventures que permitam reforçar a inovação no seio do Grupo e a posição como player chave no panorama nacional e internacional da inovação. Explorar áreas de novas oportunidades empresariais inovadoras e disruptivas nos ecossistemas estratégicos do Grupo, tais como saúde e bem-estar, longevidade, casa, mobilidade, entre outros é o grande objectivo e, actualmente, uma das start-ups vencedoras da última edição do programa Protechting já está a colaborar com a Fidelidade neste âmbito.

PROTECHTING

Este 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 os jovens empreendedores, posicionando assim a Fidelidade neste ecossistema do empreendedorismo, onde nenhuma outra seguradora marcava ainda presença. Com a criação do

Protechting pretendia-se 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 Protechting é assim um programa de Open Innovation composto por três fases principais: identificação, aceleração e implementação de pilotos com as Start-ups. A segunda e a terceira edições do Protechting introduziram a área de Fintech ao programa que já contava com as áreas da Saúde e Seguros, tendo estas edições revelado um âmbito mais internacional e com um cariz mais robusto, atraindo startups com um maior nível de maturidade. Para além disso, o banco privado Alemão Hauck & Aufhäuser juntou-se também como parceiro a este programa que já contava com a parceria do Hospital da Luz Learning Health.

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 nossa posição competitiva nos mercados onde estão inseridos.

O lançamento do Protechting 4.0 atingiu um recorde de 400

candidaturas oriundas de 53 países. Foram seleccionadas 12 startups finalistas, que integraram a fase de aceleração desta edição do programa que pretendeu 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.

Para além de reforçar o âmbito global do projecto, através da continuação da parceria com o Centro

O ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL ESTÁ JÁ RELATIVAMENTE MADURO O QUE TEM PERMITIDO O APARECIMENTO E DESENVOLVIMENTO DE STARTUPS PORTUGUESAS

de Incubação de Negócios para os Jovens de Macau e a presença em novas geografias originárias dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa e do Perú, a quarta edição inovou assim ao adicionar 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.



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, Africa e China.

«Ao final das quatro primeiras edições, o Protechting já tinha contribuído para o desenvolvimento de mais de 50 projectos-piloto e cinco acordos comerciais. Na 5ª edição voltámos a inovar e o programa de 2022 contou com uma maior participação de parceiros internacionais, de diferentes geografias. Além dos main partners Fidelidade, Fosun e Luz Saúde, integraram esta edição a Fidelidade em Angola, a Alianza na Bolívia, a Garantia em Cabo Verde, a FID Seguros no Chile, a Fidelidade France em França, a Fidelidade Macao em Macau, a

Fidelidade Ímpar em Moçambique, a Alianza Garantia no Paraguai, a La Positiva Seguros no Peru e ainda a Fidelidade Espana em Espanha», sublinha fonte oficial da Fidelidade.

O Protechting 5.0 focou-se nas áreas de Insurtech e Healthtech, procurando sempre dar prioridade às soluções ligadas à Sustentabilidade. As startups que integraram este programa tiveram contacto com players internacionais de referência nas áreas de Seguros e Saúde, em diferentes geografias, com o objectivo de desenvolver oportunidades de colaboração em projectos piloto.

Na área de Insurtech, procuraram-se soluções maduras e sustentáveis que melhorassem a experiência do cliente, com um serviço de seguros optimizado, com os participantes a serem desafiados nas áreas de Seguros Gerais, Property and Home Living

» Com a criação do Protechting pretendia-se 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

(habitacional), Cibersegurança, Futuro da Mobilidade, o Poder da Tecnologia e ainda na área “Beyond Insurance” onde se consideram novas formas de negócio ou abordagens à vida pós-Covid-19.

Na área da Healthtech, o desafio foi encontrar soluções eficazes, e também sustentáveis, que melhorem a saúde e o bem-estar das pessoas, de forma segura, uma vez que a adopção de tecnologia nos cuidados de saúde tem conduzido a melhores diagnósticos e tratamentos, aumentando a eficiência no sector. Nesse âmbito, os desafios centraram-se nas áreas de Bem-estar e Lifestyle, Detecção de Doenças, Novos Tratamentos, Vida depois da Covid-19, Cuidado do Paciente e Gestão de Saúde.

«Num dos Palcos do WebSummit, que patrocinámos e onde estivemos presentes, tivemos a oportunidade de apresentar “The Insurance Innovation Big Bang” e de sponsorizar os pitches de 3 startups finalistas do Protechting 5.0 e posteriormente de efectuar o pré-lançamento do Protechting 6.0, o qual irá decorrer em 2023. O balanço deste Programa é assim extremamente positivo já que permite a resposta a alguns dos desafios reais já identificados pela Fidelidade, mas também promove a visibilidade sobre outros desafios externos contribuindo para a aceleração da transformação e desenvolvimento».

IMPACTO

A interação com as start-ups que ao longo dos anos têm interagido com o Grupo Fidelidade dão origem



HEALTHTECH

O DESAFIO FOI ENCONTRAR SOLUÇÕES EFICAZES, E TAMBÉM SUSTENTÁVEIS, QUE MELHOREM A SAÚDE E O BEM-ESTAR DAS PESSOAS, DE FORMA SEGURA, UMA VEZ QUE A ADOÇÃO DE TECNOLOGIA NOS CUIDADOS DE SAÚDE TEM CONDUZIDO A MELHORES DIAGNÓSTICOS E TRATAMENTOS, AUMENTANDO A EFICIÊNCIA NO SECTOR

FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

PROJECTOS

Na Fidelidade, por exemplo, foram realizados pilotos com duas Startups: a “Visor.ai” vencedora de uma edição anterior e que actua na área dos Chatbots e Inteligência Artificial e com a “Bdeo”, uma startup espanhola 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, como, por exemplo, a “UpHill” que apareceu com um projecto de formação de médicos e divulgação de boas práticas e também a Nevaro que atua na saúde mental. Resultante da edição de 2022 do programa, destaca-se a Automaise, na área de Insurtech, e a TUCUVI e uMore na área de HealthTech.

à realização de muitos pilotos que envolvem colaboradores e áreas de todas as empresas que apoiam este projecto. «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 actuem».

Na 6ª edição do Protechting a Fidelidade está à procura de candidatos nas áreas de Insurtech e Healthtec. «Na área de Insurtech queremos soluções maduras e sustentáveis que melhorem a experiência do cliente e que, ao mesmo tempo, forneçam um serviço de seguros optimizado. Na área de HeathTech procuramos soluções que contribuam para melhorar a saúde e o bem-estar das pessoas, através da aplicação da tecnologia, a qual tem conduzido a melhores

em Portugal está já relativamente maduro o que tem permitido o aparecimento e desenvolvimento de Startups Portuguesas que têm conseguido singrar e fazer grandes levantamentos de capital fora de Portugal tornando-se até algumas delas em Uniocórnios.

«A Fidelidade acredita na inovação como valor maior, capaz de dar um novo fôlego à economia e à sociedade. Estamos assim ao lado dos empreendedores para apoiar os que querem investir nas

NA ÁREA DE INSURTECH QUEREMOS SOLUÇÕES MADURAS E SUSTENTÁVEIS QUE MELHOREM A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE E QUE, AO MESMO TEMPO, FORNEÇAM UM SERVIÇO DE SEGUROS OPTIMIZADO

diagnósticos e tratamentos, aumentando a eficiência no sector». Assim, serão valorizadas todas as soluções que incidam nas áreas Ambiental, Social e de Governação da sustentabilidade, com maior enfoque na inclusão social, prevenção da saúde, envelhecimento, alterações climáticas e cultura.

Com a globalização e a digitalização, o país de origem das startups passou a ser bastante menos relevante. O que é importante é a capacidade de aceder a um ecossistema que permita o acompanhamento e desenvolvimento das Startups. O ecossistema de empreendedorismo

suas ideias e nos seus projectos, gerando negócio. Acreditamos que os empreendedores são criadores de novas dinâmicas de trabalho e de uma nova economia, capaz de impulsionar as empresas e a sociedade. Abrir as portas aos empreendedores e à inovação para crescer é assim essencial. É preciso alargar horizontes, pensar como alguns projectos podem contribuir para o desenvolvimento da actividade, da eficiência, do negócio e do desenvolvimento das sociedades do futuro, nomeadamente em termos de sustentabilidade futura», conclui José Villa de Freitas. ●



ESPECIAL

EMPREENDEDORISMO E APOIO A STARTUPS

BOTICÁRIO

O BOTICÁRIO: ONDE TEM AMOR, TEM BELEZA, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

UMA MARCA QUE NASCEU DA AMBIÇÃO DO SEU FUNDADOR, TEM NA SUA GÊNESE
O EMPREENDEDORISMO

» Revendedores O Boticário





HISTÓRIA

EM 1977, MIGUEL KRIGSNER ABRIU A PRIMEIRA FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO EM CURITIBA, NO BRASIL, ONDE CRIAVA PRODUTOS ÚNICOS E EXCLUSIVOS À BASE DE INGREDIENTES NATURAIS, A PENSAR NUM CUIDADO E ATENDIMENTO PERSONALIZADO

O BOTICÁRIO
ONDE TEM AMOR TEM BELEZA

Em 1977, Miguel Krigsner abriu a primeira farmácia de manipulação em Curitiba, no Brasil, onde criava produtos únicos e exclusivos à base de ingredientes naturais, a pensar num cuidado e atendimento personalizado. A sua incursão na cosmética mudou o paradigma da sua vida e do mercado da beleza – O Boticário é, hoje em dia, uma das maiores redes de Perfumaria e Cosmética do mundo e Miguel uma referência na área.

Miguel Krigsner imprimiu o seu espírito empreendedor à marca que, fiel aos seus pilares, se dedica especialmente à inovação: há sempre produtos novos a ser lançados, novos métodos de extração de ingredientes, de testagem dos produtos, novos modelos de lojas e de comunicação – a inovação está no ADN da empresa, sempre com o objectivo final de entregar mais e melhor aos consumidores. Este pilar sustenta também a própria distribuição do negócio, pois além da rede de lojas físicas e do e-commerce, O Boticário tem um terceiro canal de venda representado pelos seus revendedores, o canal de venda directa ou venda por catálogo. Esta modalidade é um método alternativo à venda convencional, uma vez que consiste na venda directa de produtos da marca, através de um parceiro, que usa um catálogo para dar a conhecer o portefólio de produtos e, com isso, ganhar lucro.

Em Portugal, surgiu em 2014 e, em 2019, alargou a sua acção a mais 15 países pela Europa. Com 9 anos de actuação, procura dotar os revendedores das melhores ferramentas para darem a conhecer a marca. Exemplo disso é o catálogo digital e animado que veio modernizar o processo de venda, que já não precisa de acontecer presencialmente. “A venda directa em Portugal tem crescido a um ritmo acelerado, são cada vez mais as pessoas que se juntam à nossa rede de revendedores aqui e pela Europa e não vemos sinais de abrandamento, o que significa que os revendedores se identificam com a marca e veem nela benefícios e vantagens, o meio para alcançarem os seus objetivos”, preconiza Rossana Gama, Country Manager em Portugal. Em 2023, O Boticário é já

a marca mais amada da venda por catálogo no País, à frente das suas concorrentes. “Enche-nos de orgulho entender que, uma década depois, já somos a marca mais amada neste segmento. Há 6 anos consecutivos que ganhamos a distinção do Prémio Cinco Estrelas, que só é possível porque os nossos revendedores nos avaliam como marca de referência e qualidade. Mas ainda nos deixa mais satisfeitos perceber que conseguimos fazer a diferença na vida de quem revende O Boticário”, acrescenta Rossana Gama.

Neste ecossistema de inovação, a venda por catálogo tem um papel fundamental na empresa, mas também na realidade de quem dá a cara por ele: a rede de revendedores. E quem é o revendedor do Boticário? 97% são mulheres, com uma idade média de 44 anos. Metade procurava uma forma de rendimento extra quando se inscreveu, seja para usar como complemento salarial ou para poupança. Porém, todas elas têm em comum o mesmo espírito empreendedor do fundador da marca – a revenda pode ser o primeiro passo para transformar a vida e melhorar a sua qualidade, quem sabe mesmo para alcançar a

liberdade financeira. E são várias as histórias de sucesso: Liliana é revendedora há 2 anos e, com o ordenado do seu trabalho, não conseguia cumprir o desejo de conhecer outras culturas e países, por isso essa era a sua ambição quando começou a revender a marca. Desde então que tem concretizado as suas aspirações, a começar com uma viagem aos Açores. Já Cátia viu no Boticário uma forma de recuperar alguma estabilidade na sua vida, depois de ter sido obrigada a fechar a sua loja de franchising de roupa de criança, por causa da pandemia. Habituada a lidar com o público, foi uma forma de continuar a fazer aquilo de que realmente gosta. Tiago, com poucos meses como revendedor, já conseguiu montar o seu espaço, onde recebe um grande fluxo de clientes. Mas a sua actividade não se resume a este espaço físico: vende online para o resto da Europa, comunica através das redes sociais, consegue entregar a experiência de produto mesmo a quem se encontra distante.

Além de oferecer um lucro de até 40%, O Boticário envolve a rede de revendedores no seu universo de marca: há uma equipa dedicada a comunicar, atender e

COM 9 ANOS DE ACTUAÇÃO, PROCURA DOTAR OS REVENDEDORES DAS MELHORES FERRAMENTAS PARA DAREM A CONHECER A MARCA



acompanhar os revendedores em todas as etapas, oferecendo ainda prémios e experiências que os incentivam a alcançar consecutivamente melhores resultados. Como a marca anuncia no Brasil, “é mais fácil revender o que todo o mundo ama”, por isso O Boticário conta com a venda por catálogo para dar a conhecer todos os produtos e os seus melhores atributos – os revendedores são o rosto do Boticário, com todos os desafios e responsabilidades que daí advém, mas é esta conexão e envolvimento que faz com que seja uma referência no negócio da venda por catálogo.



AMOR É
SINÓNIMO
DE CUIDADO E
EMPODERAMENTO
E O BOTICÁRIO
EXPRESSA-O,
SEM MEDOS,
NO SEU
UNIVERSO
DA BELEZA

O projecto Empreendedoras da Beleza é mais uma prova da inquietude da empresa e do seu empenho em acrescentar valor não só aos consumidores, mas a todos os que contactam com a marca. Este projecto surgiu no Brasil, onde é destinado a quem queira capacitar-se de conhecimento do mundo da beleza. Através de uma parceria com duas escolas brasileiras de renome – a Escola Madre e a Escola Conquer –, foi lançada uma vasta gama de cursos gratuitos nesta área (como maquilhagem, unhas ou vendas), sendo que as formações são todas certificadas. O objectivo desta iniciativa é o de capacitar mulheres em situações de vulnerabilidade social e dar-lhes as ferramentas para empreenderem e mudarem os seus percursos, talvez mesmo lançarem os seus próprios negócios. No Brasil, o projecto vai na 4.ª edição e, em média, 65% das mulheres que se formaram através destes cursos profissionalizantes conseguiram melhorar a sua situação financeira.

O sucesso da iniciativa atravessou o oceano e, em Portugal, vai ser lançado como um projecto piloto em Maio, direccionado para a vasta rede de revendedores do canal de venda directa, com o intuito de oferecer gratuitamente formação técnica e prática nas áreas mais relevantes para o negócio de cada revendedor, sempre respeitando os seus interesses e pontos fortes. O Empreendedoras da Beleza tem ainda duas opções de cursos bónus: desenvolvimento pessoal e empreendedorismo, temáticas

que ajudam a construir e desenvolver capacidades que se podem aplicar no dia-a-dia e na carreira profissional. «Os revendedores são também nossos parceiros de negócio então fazia-nos todo o sentido trazer um programa deste género para Portugal, que reforce o seu conhecimento, assim como a sua autonomia e autoconfiança para que consigam alcançar os seus objectivos. Quando a nossa rede de parceiros cresce, O Boticário também cresce, por isso queremos dar-lhes todas as ferramentas para o sucesso», adianta Rossana Gama, Country Manager do Grupo Boticário em Portugal.

Na sua missão de potenciar a beleza através do amor, O Boticário não descarta o impacto da sua acção junto dos colaboradores, fornecedores, parceiros e junto do planeta. Inovação e sustentabilidade andam de mãos dadas neste processo de incentivar o amor próprio e pelo outro: a marca é certificada pelo programa Cruelty Free Leaping Bunny, os produtos são maioritariamente vegan, as embalagens são recicláveis (garantia da Sociedade Ponto Verde que assegura que os resíduos são devidamente recolhidos e separados) e, em grande parte, recicladas. A empresa detentora do Boticário aposta cada vez mais na responsabilidade social, com o objectivo de trilhar o caminho que já começou a ser construído no Brasil e foi novamente distinguida como um Great Place to Work. Amor é sinónimo de cuidado e empoderamento e O Boticário expressa-o, sem medos, no seu universo da beleza. ●

O BOTICÁRIO

*O Boticário é a marca
mais amada da Venda
por Catálogo!*

Estudo BHT 2022 - Ipsos

Benefícios e vantagens:

- Produtos de alta qualidade
- Equipa dedicada
- Sem obrigações
- Programa de formação
Empreendedoras da Beleza

CONHECE MAIS SOBRE A **VENDA POR
CATÁLOGO** E COMEÇA O TEU NEGÓCIO



<https://revenda.oboticariovendadireta.pt/>

