

Difícil é mostrar que uma ideia é um bom negócio

23 Abril 2014, 11:31 por Alexandra Noronha | anoronha@negocios.pt



23

Share



0

Para quem vai financiar o projecto de uma start-up, às vezes é preciso mais do que uma ideia. "Como qualquer capital de risco, não investimos em ideias, mas em negócios", explicou Rui Rodrigues, da Caixa Capital.

Para quem vai financiar o projecto de uma start-up, às vezes é preciso mais do que uma ideia. "Como qualquer capital de risco, não investimos em ideias, mas em negócios", explicou Rui Rodrigues, da Caixa Capital. Mas não é assim que se acaba com as esperanças de quem ainda só tem uma ideia e nenhum dinheiro. Por isso é que "os 'aceleradores' são o sítio ideal para transformar ideias em negócios", realçou Rodrigues. Ressalva: "Um capitalista quer ter retorno."

O negócio da "aceleração", segundo a Beta-i. "Temos um programa distinto, o Lisbon Challenge, que é único em linha com o que o MIT faz com o ISCTE no 'Building Global Innovators' em Lisboa. É um programa de aceleração de três meses que permite trazer a Portugal start-ups de todo o mundo, neste caso a Lisboa, para um período de aceleração que é intensivo e permanente", adiantou André Marquet, co-fundador da Beta-i.

A escolha dos projectos é uma das fases mais importantes. "Fazemos primeiro a filtragem. No último Lisbon Challenge chegaram-nos quase 500 candidaturas internacionais. Filtrámos até chegar a 30. Algumas dessas até já receberam investimento de outras 'venture capitals'. Isto é um negócio de filtragem e 'peneiragem' até à exaustão", salientou André Marquet.

Além de financiamento, as start-ups precisam de um espaço físico e consultoria em diversas áreas. Celso Carvalho, director-geral da Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro (IEUA), explicou que esta tem apenas "escritórios porque os laboratórios e outros espaços já estão no campus".

Relativamente a serviços, a opção da IEUA foi disponibilizar "o que as empresas precisam no dia-a-dia - que são obrigatórias por lei, como o apoio jurídico ou a contabilidade. Fizemos uma abordagem absolutamente disruptiva, que foi identificar pessoas que vieram ter connosco, e vice-versa, com disponibilidade financeira e interesse em investir nas empresas que estão na incubadora", contou Carvalho.

Mas quem propõe um projecto nem sempre entende o que é preciso. "O erro mais comum é não se colocar na pele do cliente, dos 'stakeholders'. Não dá a resposta óbvia sobre o retorno do investimento", insurgiu-se. No final do ano passado, a IEUA "tinha 17 empresas, com 100 pessoas, que facturaram à volta de cinco milhões de euros.