

VISÃO

# Economia

## Nutri-Ventures

**Empreendedores** Rodrigo Carvalho e Rui Lima Miranda

**Atividade** Série de animação

**Presença no mercado** Desde 2010

**Número de trabalhadores** 58



**Business Angel**  
Pedro Van Zeller

**Investimento inicial do BA**  
250 mil euros

**Porque não combater a obesidade infantil com desenhos animados?**




PEDRO VAN ZELLER,  
O BUSINESS ANGEL



# O dinheiro dos anjos

Chamam-se *business angels* e são investidores particulares que apostam as suas poupanças em empresas recém-criadas. Quem tem uma boa ideia para um negócio, mas não consegue financiá-la, pode encontrar aqui uma saída. Histórias de quem ainda arrisca – e petisca – no Portugal em crise

POR ALEXANDRA CORREIA\*

A man in a white shirt is smiling and touching a large yellow cartoon angel character. The angel has a large blue eye and a black ribbon around its neck. The man is leaning forward, and the angel is reaching out with its hand. The background is a plain, light-colored wall.

RODRIGO CARVALHO,  
O EMPREENDEDOR



## EAD

**Empreendedor** Paulo Veiga

**Atividade** Arquivos e documentação

**Faturação** €5,5 milhões

**Número de trabalhadores**  
101



**Business Angel (BA)**  
Luís Nandin de Carvalho

**Investimento inicial do BA**  
400 contos (dois mil euros, sem incluir posteriores reforços)

**Nandin de Carvalho investiu 2 000 euros e recebeu 200 mil doze anos depois**

**L**uís Nandin de Carvalho passou um cheque de 400 contos a Paulo Veiga, sem hesitar. Estávamos em 1993 e Paulo, um rapaz do Barreiro, estudante de Economia no ISEG, lembrara-se de fundar uma empresa de arquivos, depois de ter tropeçado numa caixa, durante um estágio, numa sociedade de alumínio, em Madrid. Não havia nada de parecido em Portugal e isso era suficiente para interessar Nandin de Carvalho, professor universitário. «O risco era total, mas faz parte da adrenalina ver crescer uma empresa. O que me motiva é provar que há uma ideia válida», conta. Ficou provado. Doze anos depois, quando vendeu a sua quota e saiu da EAD – Empresa de Arquivo e Documentação, ganhou cerca de cem vezes o investimento inicial.

A EAD foi a primeira empresa em que Nandin de Carvalho investiu. Paulo teve, no professor, o seu *business angel* (anjo do negócio, em português), embora, na altura, ainda não soubesse o que isso era. «Pequenos investidores», resume agora Nandin de Carvalho, distinguindo-os dos investidores institucionais e

ligando-os ao conceito de empreendedorismo. Ou seja, em vez de apostar as suas poupanças na Bolsa ou em qualquer produto estruturado, o *business angel* investe em sociedades na sua fase inicial, as chamadas *start-up* (ver infografias *As fases de uma empresa*).

Mas não se pense que estas pessoas são mecenas ou pretendem praticar caridade. Antes de tudo, elas querem ganhar dinheiro. Se conseguirem, isso significa que a empresa em que investi-

ram ganhou asas. «É compensador e não só a nível financeiro: lava-se a alma. Há aqui uma componente de apoio a novas realidades e também de divertimento, no contacto com projetos de jovens com elevado potencial», explica João Trigo da Roza, presidente da Associação Portuguesa de Business Angels (APBA).

Ao entrar com o dinheiro, os investidores tornam-se acionistas da empresa. A quota depende do montante disponibilizado, mas é sempre uma participação





## As fases de uma empresa

Os *business angels* são, normalmente, os primeiros parceiros de um empreendedor. Deixam o projeto ao fim de três a cinco anos, dando lugar a outro tipo de investidores



minoritária. Eles não querem estar presentes na gestão diária da empresa, embora ofereçam não só o financiamento como a sua experiência nos negócios.

### DO ZERO AOS MILHÕES

No nosso país haverá cerca de 500 *business angels* inscritos em 11 associações. É a estas entidades que quem tenha uma ideia de negócio pode ir apresentar o seu projeto. Nenhum setor económico é posto de parte, nem mesmo os tradicionais, como a agricultura. Mas é quase obrigatório haver algo de novo na ideia. Armazenar as papeladas que as empresas queriam arquivar e disponibilizá-las sempre que solicitado era uma novidade em 1993.

Nos primeiros tempos, Paulo Veiga sofreu. «Vinha para Lisboa, de malinha na mão como a Linda de Suza, distribuir folhetos da EAD nas caixas de correio das empresas, às vezes a passar privações, só com o dinheiro suficiente para apanhar o barco», conta. Lançara a empresa com dois colegas de curso e um investimento inicial de 4 mil contos (20 mil euros), parte dos quais emprestados pelo pai.

Ao fim do primeiro ano, tinha quatro clientes; hoje, tem 600. A EAD emprega, atualmente, mais de cem pessoas e fatura 5,5 milhões de euros. Tem centros de operações em Lisboa, no Porto, nos Açores e na Madeira. Está a internacionalizar-se em Espanha. Em 2005, Paulo comprou a totalidade do capital da empresa e vendeu

51% aos CTT, por 2,5 milhões de euros, mantendo-se como CEO.

Conseguirá a marca Ortik alcançar o mesmo sucesso? Nasceu na cabeça de Pedro Carradinha, um amante de alpinismo. Foi ele quem inventou o *heat-it*, um «fogão» envolvido por um tecido antifogo, feito para suportar os ventos fortes da

alta montanha. Na Universidade Lusófona conheceu Nuno Monge, que estudava design industrial. Paulo Feio, outro dos promotores, foi o primeiro investidor: disponibilizou 10 mil euros para irem a uma feira, na Alemanha. Depois, surgiram os *business angels* e os capitais de risco.

### MAGIA E 'MONEY'

A empresa que detém a marca Ortik chama-se Fórmula Inovadora e não se limita à produção do *heat-it*. «Já estamos em nove países com 35 produtos. Temos tendas e colchões e vamos apresentar uma linha de mochilas», anuncia Nuno Monge, atual presidente da empresa, que chegou ao mercado em 2009 e emprega quatro pessoas. Atualmente, a principal dificuldade prende-se com o financiamento para pagar a produção (que é feita na China). O dinheiro dos investidores, diz, chega tarde e isso faz com que os produtos também se atrasem a chegar às lojas. Apesar de tudo, a empresa vai crescendo: «Em 2010 faturámos 100 mil euros; em 2011 esperamos chegar aos 500 mil e, em 2012, quero vender um milhão.»

Francisco Banha, presidente da Federação Nacional de Associações de Business Angels e do Business Angels Club, o primeiro a ser criado em Portugal, em 2000, ►

### Um perfil em números

Homem, meia-idade, gestor de profissão: eis o típico *business angel* (BA) português

**404** Número de BA representados na Federação Nacional de Associações de *Business Angels* (FNABA)

**10** Número de investimentos realizados em 2010 (FNABA)

**646 mil euros** Montante total do investimento em 2010 (FNABA)

**70%** dos sócios de *Business Angels Club* são – ou foram – gestores de empresas

**35 a 50 anos** É o escalão etário em que se enquadram os sócios do *Business Angels Club*







## T4M

### Empreendedor

Miguel Almeida Bruno

**Atividade** Turismo  
(safaris em Moçambique)

**Ano de arranque:** 2011

**Número de trabalhadores** 11

**Investimento total:** €500 mil



### Business Angel

(BA) José Manuel  
Azevedo

**Investimento do  
BA:** Entre 25 e 100  
mil euros

**No site da Bushfind  
já se podem  
programar férias  
de aventura em  
Moçambique**

► também está confiante. Até agora, investiu 26 mil euros na Fórmula Inovadora. Há 25 anos, também ele recebeu um «empurrão»: o dono da empresa de contabilidade onde trabalhava funcionou como um *business angel*, ajudando-o a criar o seu próprio negócio, a Gesbanha, empresa de contabilidade e gestão.

Agora, o empresário atua como um «filtro» entre os projetos apresentados e os investidores associados do seu

clube. Dos 250 que aparecem por ano, interessam uns dez, calcula. Entre os que avançam, os quatro M, como diz, são obrigatórios: magia (identificar uma necessidade no mercado); management (ter uma equipa capaz de concretizar a ideia); mercado (de preferência fora das fronteiras do País); e money (dar dinheiro, claro, e ter custos de produção que os consumidores possam comportar).

Fatores a ter em conta também nas

candidaturas ao Compete, financiado por cerca de 200 *business angels* e por fundos europeus. Este programa para a competitividade oferece um total de 42 milhões de euros para investir em novas empresas até 2013. Apesar da crise, ainda há capital. Sobretudo para quem sabe identificar uma oportunidade.

### O VALOR DA EXPERIÊNCIA

Numa altura em que a obesidade infantil é já considerada uma pandemia, a Nutri-Ventures quer falar da alimentação, usando bonecos animados para chamar a atenção das crianças. Acabou por captar, também, a dos investidores, e, em meados de 2010, estava reunido o financiamento necessário para arrancar: 2 milhões e meio de euros para a conceção de duas temporadas de uma série de animação.

«Acredito que, no final deste ano, recuperamos o dinheiro investido», diz Pedro Van Zeller, integrante de uma sociedade veículo para participar em investimentos de *business angels*, a Red Star. Este foi o sexto investimento que fez em *start-ups*. «É inegável: são um bom negócio, ►

## I 'Crowdfunding' Um novo conceito

**ANOTE ESTE ENDEREÇO:** <http://www.massivemov.com>. A funcionar desde o dia 7 de julho, é a primeira plataforma portuguesa de *crowdfunding* (ou seja, de financiamento corporativo). Quem tiver um projeto para o qual necessite de fundos, pode submetê-lo no site. Depois de validado, ele fica disponível para ser apoiado por qualquer internauta que acredite na ideia. O empreendedor tem, então, um prazo máximo de três meses para angariar 80% do valor total do financiamento pretendido. Caso contrário, as contribuições individuais dos internautas já angariadas não serão debitadas. Mas se o projeto for para a frente, quem o apoiou receberá uma recompensa (não em dinheiro nem em quotas na empresa) que fica a cargo do empreendedor. À hora de fecho desta edição, o Massivemov apresentava cinco projetos, um dos quais, de criação de mobiliário em cartão, já com mais de 80% do financiamento obtido.





FONTE Federação Nacional das Associações de Business Angels

INFOGRAFIA VISÃO

► em pouco tempo consegue-se dobrar o dinheiro.»

Quando Rodrigo Carvalho e Rui Lima Miranda idealizaram a Nutri-Ventures, pensaram que seria apenas mais um projeto da sua empresa, a Watermelon,

criadora de produtos de entretenimento para marcas. Apesar das boas reações, a maioria dos investidores contactados pedia provas de um retorno certo. «Já os *business angels* não olham só para o papel – trabalham com muita intuição e sabem reconhecer as potencialidades de uma ideia», elogia Rodrigo.

O contributo dos seus investidores não se ficou pelo dinheiro. «Estávamos con-

centrados na venda do produto a canais de televisão. Aconselharam-nos, e bem, a utilizar a internet para fazer *broadcasting*. E são mestres na gestão da ausência de recursos», observa o empreendedor. No início de 2012, os heróis criados pela Nutri-Ventures vão ser exibidos em Portugal e Espanha. Além disso, estão a ser efetuados contactos com instituições como a World Health Organization.

## Fórmula Inovadora

**Empreendedor** Nuno Monge

**Atividade** Equipamento para alta montanha

**Faturação:** 500 mil euros (previsão para 2011)

**Número de trabalhadores** 4

**Capital social:** 255 mil euros



**Business Angel (BA)**  
Francisco Banha

**Investimento do BA:** 26 mil euros

**Um fogão resistente aos ventos da montanha abriu portas em nove mercados**



JOSE CARLOS CARVALHO



## InovRetail

### Empreendedores

André Sousa e Marco Soares

### Atividade

Retalho  
Presença no mercado desde 2011

### Número de trabalhadores



**Business Angel**  
Basílio Simões

**Investimento inicial do BA**  
100 mil euros

**Com este novo software, mede-se o efeito do ambiente de uma loja no comportamento dos clientes**



► Mais do que a ideia, aos *business angels* interessou a garra e a dinâmica da equipa. «O talento de quem gere é essencial», acredita Pedro Van Zeller, acrescentando: «Não se consegue substituir o empreendedor por outra pessoa qualquer, é ele que está a vender a sua visão.» Para João Trigo da Roza, a força dos autores do projeto é essencial. «A atitude face à adversidade é muito importante, já que as empresas passam sempre por travessias do deserto. Já tivemos um ou outro investimento que falhou e as ideias eram excelentes. Mas o empreendedor desistiu», explica o presidente da APBA.

### O SABOR DA AVENTURA

Miguel Almeida Bruno vendeu a sua ideia «com a emoção». «E é com ela que vou atrair clientes de todo o mundo», confia. A Bushfind pensa além-fronteiras logo à nascença, já que oferece safaris em Moçambique, ligando a costa daquele país, onde o turismo está mais desenvolvido, ao interior ainda desprovido de atividades. Miguel viveu os primeiros anos da sua vida em Angola e nunca perdeu o «bichinho» de África, continente que tem percorrido, desde há largos anos, sempre em negócios relacionados com a vida selvagem.

José Manuel Azevedo, licenciado em gestão de empresas, *senior advisor* da Eurogroup Consulting, estreia-se aqui como

*business angel*. «Atendendo à situação da economia, duvido que haja um produto de rentabilidade semelhante, a menos que se entre no campo da especulação», explica.

Acabou por reunir um grupo de dez investidores para formarem uma sociedade em Portugal, a T4M SA que deterá 40% da T4M moçambicana, detentora da marca Bushfind. Os restantes 60% pertencem a Miguel Almeida Bruno e Luís Palmeirim, os sócios residentes em Moçambique. Os lucros deverão aparecer ao fim de três anos de atividade e o futuro passará pela expansão e pelo franchising.

A InovRetail também se prepara para altos voos, atacando o mercado internacional. O seu negócio responde a esta questão: o que é uma loja agradável? Pode falar-se de um ecossistema com variáveis sensoriais – a temperatura, a humidade, a luz, o odor, a música, a qualidade do ar – que exercem

uma influência decisiva sobre o comportamento dos clientes. E, por consequência, sobre a evolução das vendas e dos custos operacionais da loja. «Estamos a construir uma plataforma (de software e sensores) capaz de medir o efeito que estas variáveis têm sobre o comportamento dos clientes, a fim de ajudar os retalhistas a melhorar a experiência dos consumidores, nos espaços comerciais», explica André Sousa, criador da InovRetail, juntamente com Marco Soares.

Em março deste ano, a InovRetail arranjou formalmente, com todo o investimento reunido (300 mil euros), equipa, escritório instalado e resultados de um *case study* efetuado em algumas lojas da Salsa. De Basílio Simões, o seu *business angel*, podem contar com um acompanhamento regular. «Gostava de ter tido alguém que exercesse esse papel quando comecei», confessa este empreendedor com carreira feita nas novas tecnologias, fundador da ISA (empresa especializada em telemetria) e presidente da associação Centro Business Angel, sediada em Coimbra.

Alguém que, além de querer ganhar dinheiro tem, como descreve Ricardo Luz, presidente da Invicta Angels, «o gosto pelo risco, pela aventura, por fazer alguma coisa nova». Ou, como resume Francisco Banha, «o fascínio do jogo da criação empresarial». **▼** \*com JOANA LOUREIRO

**€42 milhões**

Montante disponível no programa Compete para investir em novas empresas até 2013