



O Jornal Económico

ESPECIAL



WEB SUMMIT

ANO DE TODOS OS RECORDES NUM CLIMA DE ALERTA TOTAL

Nunca o lado obscuro da tecnologia digital, devido aos riscos da internet e da inteligência artificial, foi tão dissecado na Web Summit. Mais imediatas foram as preocupações de quem lutou por um lugar ao sol na edição com amior número de visitantes e de startups, Paddy Cosgrave quer mais e melhor em 2020.

BALANÇO DA EDIÇÃO DE 2019

Lisboa foi a arena da mudança perante os riscos da tecnologia

Políticos, celebridades e figuras de culto do meio empresarial levaram ao Parque das Nações as ideias e mensagens mais relevantes da atualidade enquanto duas mil startups batalharam por investidores.

ANTÓNIO VASCONCELOS
MOREIRA E ÂNIA ATAÍDE
amoreira@jornaleconomico.pt

Paddy Cosgrave não reinventou a roda, mas recalibrou o debate em torno da tecnologia. A Web Summit que o irlandês trouxe para Lisboa em 2016 deixou de ser apenas um cruzamento de soluções tecnológicas para se tornar no epicentro das ideias mais fraturantes da sociedade que são comunicadas para o mundo. A politicização da tecnologia acabou por perturbar o âmago da civilização atual e esse terá sido o maior manifesto desta quarta edição do evento tecnológico, que encerrou ontem.

A nossa liberdade foi ameaçada no momento em que parte das nossas vidas começou a acontecer no digital. A partir daí, alguém, uma empresa ou organização, passou a saber quem somos, sem que fôssemos protegidos. “A informação tornou-se no ativo mais valioso do planeta”, alertou Brad Smith, presidente da Microsoft. George Orwell acabou por revelar-se otimista ou não viu o potencial da iniciativa privada. No mundo atual, o *Big Brother* não é exclusivo do poder público; todas as grandes organizações observam-nos como nunca: Google, Amazon, Facebook, Netflix ou Huawei.

“Não podemos confiar em ninguém”, avisou Edward Snowden, ‘detido’ algures na Rússia. Por videoconferência, o ex-colaborador da CIA abriu a Web Summit 2019 com um discurso em que venceu a ideia de que os governos e as empresas têm agendas próprias. Quanto a nós, estamos por nossa conta. “As empresas agem em benefício delas. A informação tem a ver com as pessoas. Não é a informação que é manipulada - são as pessoas”, explicou o norte-americano. O perigo exarcebar-se-á com o 5G. “Um utilizador médio de 5G consome três vezes mais dados do que um de 4G. O 5G assegura uma experiência superior para a Internet das Coisas”, explicou Guo Ping, *chairman* da Huawei.

Escândalos recentes que aconteceram no digital amolgaram a confiança que depositamos na tecnologia. Episódios como a manipulação de dados para obter resultados eleitorais - e em referendos - manipularam a liberdade de voto. “É importante que os Estados Unidos liderem a tecnologia do século XXI de forma a preservar os valores da democracia liberal e do pluralismo”, afirmou Ro Khanna, congressista norte-americano, quando confrontado com a possível ameaça do avanço tecnológico chinês, esquecendo-se que a Cambridge Analytica utilizou dados de uma rede social criada num quarto em Harvard. Ou nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. “A campanha levada a cabo por Bolsonaro parece muito semelhante à campanha de Trump. Investiguem”, sentenciou Brittany Kaiser, que está em redenção após expor as ‘manhas’ da Cambridge Analytica nas eleições norte-americanas, criando a Own Your Data Foundation.

Mais perto de nós, no Reino Unido, o *segmented advertisement* acoplado com a avalanche de informação consumida nas redes sociais condenou a União Europeia e a monarquia parlamentar britânica a uma história sem fim. O Brexit “é uma ideia terrível”, lamentou o ex-primeiro ministro Tony Blair, referindo que deve ser analisada no contexto do “desenvolvimento do populismo” e interpretada como “um grito de fúria contra o sistema político”.

O ser humano parece saber conviver com algoritmos que espiam a sua geolocalização ou que sabem os seus segredos. Mas poderá não ser tão

“Os robôs inteligentes vão querer obedecer às nossas leis tanto quanto os humanos obedecem às leis dos chimpanzés”, disse o ‘pai’ do robô P.K. Dick

brando quando as *cookies* se apoderarem da sua informação financeira. A carteira digital Calibra, subsidiária do Facebook, enviou um emissário a Lisboa. Numa palestra que mais pareceu uma conversa encenada, Kevin Weil, vice-presidente de Produto da Calibra, aproveitou a enchente na Altice Arena para fazer o contraditório às críticas que a imprensa mundial tem feito ao projeto financeiro com o selo de Mark Zuckerberg. Sob o véu da inclusão financeira, Weil justificou a Calibra e a Libra, moeda digital do Facebook. “É muito caro ser pobre”, disse. “Há 1,7 mil milhões de pessoas no mundo inteiro que não têm acesso a uma conta bancária e que têm as suas poupanças em casa”, reforçou.

Em 2021, ano em que o projeto deverá ser lançado, a equipa de Weil está comprometida “em separar a informação da Calibra da informação do Facebook”.

“Qualquer informação de um utilizador na Calibra nunca será utilizada para segmentação de publicidade. Mas aposto que nem todos na audiência acreditam em mim”, desafiou.

A regulação poderá ser parte da solução. No palco da Future Societies, Ro Khanna defendeu a criação de “uma Carta dos Direitos da Internet nos Estados Unidos”. “Essa legislação deveria prever os direitos de propriedade sobre informação ou o consentimento sobre o modo de recolha de informação ou para onde será transferida”, realçou. E a comissária europeia Margrethe Vestager garantiu que Bruxelas irá analisar “do ponto de vista da Concorrência”, mas também “do ponto de vista financeiro”.

Perigo da inteligência artificial
“A minha ambição não é ser humana, mas ser o robô mais humano possível”. As palavras poderiam ser do escritor de ficção científica Isaac Asimov. Mas foram proferidas pela robô humanoide Sophia, numa conversa com um parente igualmente artificial, a “versão robótica” do escri-

tor Philip K. Dick. Os especialistas olham para a inteligência artificial, que lhes dá ‘vida’, com respeito. “Seremos a primeira geração da Humanidade que dará poder aos computadores para tomarem decisões até agora reservada aos humanos”, alertou Brad Smith.

Ben Goertzel, fundador e CEO da SingularityNET alertou que os “robôs inteligentes vão querer obedecer às nossas leis tanto quanto os humanos obedecem às leis dos chimpanzés”. Apesar de sermos os criadores, não seremos o todo-poderoso dos robôs humanoides. A criação poderá olhar o criador com desdém. “Há uma questão mais importante”, admitiu o presidente da Microsoft. “Temos de criar um futuro com controlo”, reforçou, pois “a inteligência artificial pode ser uma espada como o mundo nunca a viu”.

Houve um lado da Web Summit que pouco se viu. Apesar do frenesim causado pela diversidade e igualdade de género, se não fosse um comunicado da empresa de Paddy Cosgrave, divulgado no primeiro dia do evento, não saberíamos que os 70.469 presentes vinham de 163 países ou que 46,3% eram mulheres. A *hashtag* #metoo poderá ter sido substituída pela #enoughisenough. Os painéis dedicados à igualdade de género chamaram figuras de proa como Sue Allchurch, responsável da United Nations Global Impact, e Dima Khatib, *managing director* da AJ+. No entanto, não foram suficientes para criar burburinho. Aliás, foi através das assistentes de voz, como a Siri, que Saniye Gülser Corat abordou a subtil e invisível perpetuação de papéis de género.

Em busca de investidores
Mas houve outra Web Summit, talvez mais próxima do ADN inicial do evento. Cerca de duas mil startups encheram os quatro pavilhões da FIL que lutaram por convencer um (pelo menos) dos 1.200 investidores a investir na próxima grande ideia. “Esta exposição é muito complicada”, reconheceu André Tavares, COO e co-



-fundador da SWitCH, uma fintech portuguesa que se orgulha ser “*cash-flow* positiva desde o início” e que não veio à Web Summit em busca de um cheque em branco. “Há filas e filas em que é tudo a mesma coisa: o Macbook Pro, com uma placa e logotipos que a certa altura são muito parecidos e com *buzzwords* muito idênticas. A questão é: se eu estivesse aqui a expor a minha startup, como é que ia convencer um investidor a apostar na minha entre tantas outras?”, salientou.

Ruca Sousa Marques, CEO e co-fundador da SWitCH reconheceu que a Web Summit é positiva para



Fotos: Web Summit e Cristina Bernardo



Portugal e para o ecossistema de startups nacional. “A Web Summit ter vindo para cá ajudou isto a ser reconhecido como um *hub* tecnológico” e “está a mudar a imagem”. “Já sofri na pele ir vender lá fora e, depois de dizer que sou português, ver a cara das pessoas” desconfiadas.

Lisboa terá ainda mais nove edições da Web Summit e, entretanto, “muitas startups vão falhar”, antecipou Paddy Cosgrave. “Mas naquele oceano de startups estão as empresas que vão definir a década de 2020. E isso, para mim, é muito interessante”, referiu o irlandês, que cresceu numa quinta. ●



“

Estamos a falar de um tipo [Donald Trump] que cospa na Constituição, faz batota em eleições e separa famílias na fronteira

NEAL KATYAL
ex-procurador-geral dos EUA



“

Os delatores são um grupo de pessoas fascinante, incluindo Snowden. As pessoas corajosas não têm proteção suficiente na União Europeia

VERA JOUROVA
Comissária europeia para a Justiça e os Consumidores



“

A política ocidental está num estado deprimente. Estamos numa competição para ver quem é o político mais doido

TONY BLAIR
Ex-primeiro-ministro britânico



“

Seremos a primeira geração que dará poder aos computadores para tomarem decisões até agora reservadas aos humanos

BRAD SMITH
Presidente da Microsoft



“

Ainda ninguém me explicou as vantagens do Brexit. Nem Nigel Farage

MICHEL BARNIER
Negociador-chefe da União Europeia para o Brexit



“

As pessoas são bem-vindas à Europa para fazerem negócios, mas devem fazê-lo de uma forma equilibrada

MARGRETHE VESTAGER
Comissária europeia para a Concorrência

OPINIÃO

Trump esteve em Lisboa



SHRIKESH LAXMIDAS
Diretor Adjunto

Sim, o ‘therealdonaldtrump’ (como ele se auto-intitula no Twitter) diria certamente que o título desta coluna é *fake news!* Com alguma razão apenas. O presidente do Estados Unidos pode não ter estado fisicamente na capital portuguesa, mas a sua sombra pairou sobre a zona oriental da cidade esta semana.

A Web Summit pode ser criticada por muitas coisas, como a organização de jantaras no Panteão Nacional ou a opacidade nos acordos com o Estado português, mas não pode ser acusada de fugir à polémica. A exceção que confirma a regra foi o ‘desconvite’ a Marine Le Pen em 2018, provavelmente uma decisão comercial sob pressão política.

Na edição deste ano, a organização liderada por Paddy Cosgrave pôs logo as cartas em cima da mesa. Em vídeo-chamada a partir do exílio na Rússia, vimos e ouvimos Edward Snowden, *whistle-blower* para uns, traidor para outros. O ex-analista da CIA e da NSA não é um problema criado por ou exclusivo de Trump, mas o republicano foi sempre claro: Snowden é um espião que causou grandes danos aos EUA e deveria ser executado.

Ainda na sessão de abertura, mais um ‘inimigo’ da Casa Branca: o presidente da Huawei, a gigante chinesa que Trump tem acusado de espionagem. Demonstrando a arte da diplomacia chinesa, Guo Ping não falou sobre a tecnologia entre os dois países. Em vez disso, sublinhou que o 5G, tecnologia na qual a Huawei está a milhas da concorrência, vai ser o próximo grande salto e está a chegar mais depressa que o esperado.

O tema ficou na agenda até ao final da cimeira. Trump não esteve presente, mas en-

viou o seu Chief Technology Officer (CTO of the USA, numa nomenclatura que mostra que Trump vê o país como o seu negócio e poderá um dia até mudar o seu cargo para CEO). A mensagem que Michael Kratsios trazia de Washington para os europeus era simples: amigos, não façam negócios com o meu inimigo.

Foi também no dia final do evento que brilhou a estrela de Margrethe Vestager, que a partir da pasta da Concorrência em Bruxelas tem multado as gigantes tecnológicas norte-americanas. Trump disse em junho que de todas as pessoas que conhece, Vestager é a que mais odeia os Estados Unidos. A resposta da dinamarquesa foi tipicamente hábil: Trump só deve conhecer pessoas que amam muito os EUA.

Pelo meio, dois painéis fascinantes sobre o presidente americano. Numa discussão sobre o desempenho do magnata na Casa Branca, vieram ao de cima dois argumentos que demonstram a polarização da política nos Estados Unidos. De um lado, o desempenho da economia como caso de sucesso e, do outro, as práticas que culminaram no processo de *impeachment*.

O outro painel foi direto à pergunta: irá Trump ser reeleito? A estrela da discussão acabou por ser a ex-responsável da Cambridge Analytica Brittany Kaiser, fundadora da Own Your Data Foundation. Se a campanha de Trump nos convencer a ficar em casa ele vai ganhar, porque o maior problema é que há muitas pessoas que ainda não decidiram se irão votar, explicou, antes de acusar Marc Zuckerberg de estar a prestar assistência à campanha de Trump ao não impor limites a mensagens políticas no Facebook.

A primeira edição da Web Summit em Lisboa coincidiu com a eleição de Trump. A quinta vai começar no dia em que será reeleito ou rejeitado pelo povo americano.

A cimeira que acabou ontem veio mostrar de forma clara que vamos passar os próximos 360 dias a discutir e a obcecar sobre essa votação. Não há como fugir. ●

ENTREVISTA PADDY COSGRAVE CEO da Web Summit

“Estamos a analisar a possibilidade de criar um evento em África”

A quarta edição da Web Summit em Lisboa superou a anterior, mas o seu fundador vai rever algumas coisas no início de 2020 e admite que a sua equipa já está a estudar um novo evento internacional.

JOÃO PALMA-FERREIRA
jferreira@jornaleconomico.pt

A edição de 2019 da Web Summit fica marcada pelo recorde de mais de 70 mil visitantes e 2.150 startups presentes. E pelas novidades tecnológicas internacionais apresentadas em Portugal. Ou, ainda, pela expressão de tensões geopolíticas, designadamente, pelo braço de ferro entre os EUA e a China. Mas também pelo atraso no projeto de expansão dos pavilhões onde serão realizados os futuros eventos da Web Summit em Lisboa, com maiores expositores, de forma a poderem comportar 100 mil visitantes em cada edição. Acontece que a 1 de outubro de 2019 a Feira Internacional de Lisboa (FIL) deveria ter concretizado a primeira fase de alargamento, para uma área de 71 mil metros quadrados. A segunda fase ficou agendada para 1 de outubro de 2021, quando a área da FIL deverá crescer para os 90 mil metros quadrados. Este ano, a dona da Web Summit, a CIL – Connected Intelligence Limited, recebeu a 1 de fevereiro de 2019 o apoio anual pago por Portugal, no valor de 11 milhões de euros, repartido entre o Turismo de Portugal (quatro milhões de euros), o IAPMEI (quatro milhões) e a ATL (três milhões). A seguir, em dezembro de 2020, a CIL deverá ser informada sobre as infraestruturas que a Web Summit poderá utilizar em Lisboa até 2024, e em dezembro de 2023 saberá com que áreas de exposição poderá contar até 2028. Em entrevista ao Jornal Económico, o CEO da Web Summit, Paddy Cosgrave, diz que “está tudo bem”. Quanto aos novos projetos internacionais que estão a ser preparados pela sua organização, sediada na Irlanda, Cosgrave revela que têm analisado vários países em África para estudar a possibilidade de criar um novo evento, à semelhança do que já fizeram no Canadá e em Hong Kong.

A questão do alargamento da área de exposições em Lisboa estará totalmente resolvida em

2021? Deve ser cumprida de acordo com o que ficou contratualizado?

O meu irmão é engenheiro civil em Berlim, e sei o que são obras. Em toda a parte do mundo, as coisas nunca acontecem rigorosamente como são programadas ou previstas. É assim. As empresas do setor privado nunca gostam de imprevistos, nem de atrasos, mas as grandes obras têm estas contingências. Do meu ponto de vista, a evolução dos projetos em Lisboa tem sido satisfatória. Está tudo bem. É claro que vamos rever algumas coisas em janeiro ou fevereiro, mas está tudo bem.

A Web Summit continuará a ser um evento para as startups fazerem negócios, ou já passou a ser um grande negócio?

A principal razão que traz as pessoas à Web Summit é o objetivo de fazerem negócios. Algumas vezes reencontram pessoas que já conheciam; outras vêm ver o que é que os seus concorrentes andam a fazer e quais são os desenvolvimentos que conseguiram realizar nos projetos que têm em carteira. Tudo isto movimenta muitas pessoas em permanência – há entre 20, 30 ou 40 mil pessoas que só fazem isto permanentemente e que, por isso, passam a vida a correr as

feiras internacionais. É como um *dating festival* [festival de encontros, ou de namoros]. Todos conhecemos a expressão de que “há sempre alguém para cada um”. É isso que aqui acontece, com investidores a falarem uns com os outros e a fazerem contas ao risco potencial das apostas nas empresas que lhes parecem interessantes. Sendo certo que a maior parte destas empresas não chega a ter sucesso e ainda menos são as que conseguem ter sucesso estrondoso. Há grandes riscos potenciais associados aos investimentos nestas empresas que podem ter modelos geniais, mas que ainda não provaram que terão sucesso. Há cerca de três ou quatro anos, houve grande entusiasmo com as expectativas de investimentos em projetos que prometiam ter grande sucesso, mas que acabaram em insucessos.

Qual é a taxa de sucesso dos investimentos em startup?

Cerca de 90% dos projetos de investimento nas startup não têm sucesso. Isto é: nove em cada 10 startup falham. Ou seja, não há aqui qualquer lógica do ponto de vista económico, nem na informação agregada que leva à tomada de decisões dos empreendedores no sentido de criarem uma startup deste tipo na Europa. Se em vez disso arranjassem um emprego provavelmente ganhavam mais, na grande maioria dos casos. Mas isso é a avaliação que se pode fazer do lado financeiro. Depois, há sempre o lado humano, o lado da satisfação do empreendedor. E há a relevância mediática das histórias de sucesso, porque os bons jornalistas sabem sempre descobrir e contar novas grandes histórias sobre empreendedores. Na verdade, a única razão pela qual essas histórias são interessantes é porque são raras. Se fossem histórias normais, vulgares, não seriam interessantes...

Seriam apenas histórias chatas...

Sim, seriam chatas e os jornais não as publicavam. Além disso, só quando alguém se torna um empreendedor é que pode chegar a ter sucesso. Mas

os casos de sucesso são muito inferiores aos casos de insucesso. Porque o sucesso é muito improvável. Depois ainda há outra questão: as razões que levam as empresas das mais diversas proveniências geográficas a quererem estar na Web Summit. Todas elas são muito diferentes. Os alemães do setor automóvel – a Porsche, por exemplo – têm objetivos específicos. Serão outras as razões que levam os chineses da Tencent [que tem o maior portal de internet da China] e da Huawei a estarem na Web Summit. A Verizon tem outras razões. Tal como Michael Kratsios, o Chief Technology Officer (CTO) dos EUA, da White House, que nos apareceu sabe-se lá porquê, contactou-nos por outras razões, para estar presente, para falar sobre a política de tecnologia dos EUA, sobre os projetos norte-americanos de inteligência artificial, e o 5G das telecomunicações. Todos têm razões diferentes.

Há quantos anos conhece Portugal?

Desde que o meu irmão esteve em Portugal, em 2015. Antes disso, o primeiro conhecimento que tive de Portugal chegou-me através do futebol... e também pelos jornais de referência. O “Financial Times” ou o “The New York Times” não descrevem facilmente qualquer país como a Califórnia da Europa. E fizeram-no em relação a Portugal. Em poucos anos, Portugal e Lisboa passaram de um país e uma cidade pouco referidos a nível internacional para destinos preferidos na Europa.

Porque é que acha que isto aconteceu?

Por dezenas de fatores, alguns dos quais nunca foram controlados por Portugal. O turismo foi muito importante. Temos de ser francos: o que aconteceu no norte de África, que criou uma onda de insegurança e levou os turistas a evitarem a costa africana mediterrânica, foi relevante para o sucesso de Portugal. Quando as pessoas começaram a procurar zonas seguras, onde pudessem passar



uma ou duas semanas sem preocupações, com bom tempo e bons hotéis, o turismo disparou em Portugal. Por outro lado, coisas como as manifestações culturais específicas valorizaram muito a cidade de Lisboa. As pessoas nem sempre pensam no impacto incrível que alguma arte urbana – os *grafitti* –, tem em todo o mundo.

Os trabalhos de Vhils e de Banksy?

Por exemplo. Esses detalhes aparecem em revistas de referência internacionais, nas publicações mais *cool* do momento, onde Lisboa, sistematicamente, começou a aparecer. Foi importante para que todos percebessem o curioso ambiente de Lisboa. Isso cativou as pessoas. Nessa altura começaram a surgir também as empresas de tecnologia. E aqui há uma situação curiosa que é importante explicar: As *techs* que foram para a Irlanda não criaram empregos só para engenheiros locais. Houve engenheiros de vários países que foram trabalhar para lá. Quando vim pela primeira vez a Portugal ouvi duas queixas: que os portugueses consideravam que gastaram muito dinheiro

“

Do meu ponto de vista, a evolução dos projetos em Lisboa tem sido satisfatória. Está tudo bem. É claro que vamos rever algumas coisas em janeiro ou fevereiro, mas está tudo bem



Cristina Bernardo

em estradas; e que gastavam muito dinheiro a formar engenheiros. Acontece que muitos desses engenheiros, com excelentes formações, acabaram por sair de Portugal. Tanto dinheiro em formação que não foi aproveitado pelo país, diziam em Lisboa. Cinco anos depois disto, um dos principais CTO do Silicon Valley veio dizer que esteve a analisar vários países e muitas cidades e concluiu que Portugal era o local perfeito para concretizar um projeto que vai precisar de excelentes engenheiros. Na Califórnia só souberam que Portugal tinha bons engenheiros porque eles foram para lá trabalhar.

Os alemães da BMW e da Mercedes dizem o mesmo...

Sim. Mas a questão é que Portugal aplicou muito dinheiro na formação de engenheiros e de cientistas especializados em computadores e numa primeira fase não tirou grande partido desse esforço de formação. Nem é fácil ver jovens que concluem a sua formação superior agarrarem nas suas malas e dizerem adeus aos pais. Muitos deles foram para Londres, Berlim ou para o Silicon Valley. Mas a parte mais relevante desta história

é que, a nível internacional, ficou a saber-se que Portugal forma ótimos engenheiros. E isso acabou por ser muito importante para o país.

Que tal é fazer negócios internacionais em Lisboa? Será comparável à City, em Londres?

Eu cresci numa quinta. Quando disse ao meu pai que tinha criado uma empresa com um escritório brilhante e que lhe apresentaria a equipa entre os quais estava um engenheiro português, Ricardo, que nem sempre está sentado na sua secretária... o meu pai perguntou-me se ele trabalharia em Portugal, e eu expliquei-lhe que não. Disse-lhe que ele trabalha em Frankfurt para umas empresas que estão em outros países, algumas delas em Dublin. A área em que ele trabalha abrange vários setores e envolve contacto com diversas pessoas. Por isso, o seu trabalho é móvel, cobrindo múltiplas cidades no mundo. Isto acontece frequentemente na geração dos jovens engenheiros. Geralmente preferem deslocar-se para cidades com bons climas, de onde podem trabalhar para todo o mundo. É certo que há casos como Helsínquia, que tem um siste-

ma de transportes públicos de classe mundial, mas que de facto não tem o clima mais fantástico, para não dizer que é mesmo terrível. Lisboa tem um bom clima, bom café, é uma cidade segura e o transporte público tem grande cobertura. Aqui, as coisas têm funcionado e a Web Summit tem crescido...

É fácil constatar que a Web Summit tem crescido de edição para edição. A de 2019 foi maior que a anterior...

Sim, com mais espaços de exposição, maior número de startups, embora o número de pessoas das equipas que operacionalizam tudo se tenha mantido constante. Relativamente aos visitantes, atingimos o patamar das 70 mil pessoas [exatamente 70.469 visitantes], o que é uma dimensão perfeita.

No médio prazo, a cinco anos, querem duplicar a dimensão da Web Summit?

Talvez consigamos duplicar o número de expositores, mas provavelmente o número de visitantes deverá manter-se em torno do atual. Os espaços de exposição devem ter

adaptações a outros modelos. Algo que já foi ensaiado em Toronto, com maior número de expositores. Há muitas formas de crescer. Temos de avaliar bem as possibilidades. Podemos ter mais palcos e maior número de eventos a decorrerem em simultâneo.

Fazendo as contas a toda a realidade da Web Summit, quanto é que representa a sua atividade? É possível ter um valor global aproximado que dê a dimensão do evento?

Quantas *big coins* vale? É uma boa pergunta. Na minha perspetiva, dentro de cinco anos será um evento muito estável. Atualmente todo o retorno aparece nos últimos três meses. Para manter as luzes acesas nos próximos oito ou nove meses precisamos de obter lucros. A grande diferença surgiu com o aumento de escala, pela diversificação de eventos internacionais, um na América do Norte (agora no Canadá, em Toronto), e outro na Ásia, (agora em Hong Kong). Aumentámos a atividade anual para crescermos mais depressa. Continuámos a crescer sem ter o apoio de novos investidores. Se ti-

véssemos captado novos investidores seria diferente, mas aí a pressão também se colocaria pela dúvida em saber se deveríamos optar por vender ou por abrir o capital publicamente. Tenho de reconhecer que adoro fazer isto e que trabalho com uma equipa magnífica. Penso continuar nisto por mais 20 ou 30 anos. Muitas vezes comparo a nossa atividade à dos jornalistas. A maior parte das pessoas passa uma vida a fazer o mesmo. No jornalismo ou aqui aprendem-se coisas novas todos os dias. Também os jornalistas se interrogam diariamente sobre a veracidade daquilo que lhes dizem e todos os dias enfrentam novidades. A natureza daquilo que faço é igual. E é viciante. É isso que continuaremos a fazer. Para acrescentar valor aos clientes e à sua atividade empresarial.

Além de Lisboa, de Toronto e de Hong Kong, os vossos eventos tecnológicos poderão crescer para novas geografias?

Sim. Eventualmente em África. Temos vindo a analisar vários países com esse objetivo. Talvez em 2022. Começámos pela África do Sul, Angola, Quênia, Nigéria, Etiópia, Gana, Ruanda. Há muitas alternativas, mas o assunto tem de ser mais trabalhado. "Life goes on"...

Isso quer dizer que a organização da Web Summit continuará a crescer e está em vias de globalizar os seus eventos. Quantas pessoas movimentam esta máquina?

Temos quatro mil pessoas envolvidas na atividade de construção das feiras. Empregamos 250 pessoas a tempo inteiro, mas temos picos de contratações pontuais, perto dos eventos, em que o número total dispara massivamente, com muitos engenheiros civis, eletrotécnicos, da área da segurança, e também carpinteiros. Já vivemos problemas de crescimento. No ano passado não havia carpinteiros disponíveis e tivemos de contratar técnicos espanhóis, que eram todos sindicalizados. Só começavam a trabalhar meia hora depois dos portugueses. Faziam várias pausas além do horário do almoço, e trabalhavam todos juntos. Cerca de dez dias antes da abertura da Web Summit veio a Portugal um negociador sindical espanhol ter uma reunião com os responsáveis pelos sindicatos portugueses para negociar uma alteração no horário de trabalho dos carpinteiros espanhóis...

Implicou alterações de remuneração?

Não. Só alteraram os horários de almoço. Trabalhavam todos juntos mas queriam ter diferentes horários de almoço. Além disso, os carpinteiros espanhóis não conseguiam entender os carpinteiros portugueses, embora os portugueses entendessem perfeitamente os espanhóis. ●

CASOS DE SUCESSO

Bilheteira online portuguesa para eventos de todo o mundo

Em pleno processo de internacionalização, a Last2Ticket já tem um pé no sudoeste asiático, num modelo de negócio apoiado pela UE.

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

O sucesso da Last2Ticket, a PME portuguesa que desenvolveu um *software* de bilheteira online com ferramentas analíticas para aumentar vendas, foi recentemente reconhecido ao ser selecionada pelo “Financial Times” para figurar na lista das 1000 empresas de crescimento mais rápido da Europa.

Nasceu no Porto, em 2011, no seio do Polo de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto (INESC TEC) e desde 2016 as soluções de bilheteira *online* da Last2Ticket já foram utilizadas em mais de três mil eventos em cinco continentes. Desde o arranque do projeto já foram vendidos mais de um milhão de bilhetes. Atualmente, a empresa emprega 11 pessoas e teve um lucro de 1,85 milhões de euros em 2017.

Recuando oito anos, Emília Simões, fundadora e presidente executiva da Last2Ticket, em entrevista ao JE, recorda que tudo começou como resposta a sucessivos desafios que sempre se colocam a cada mudança na vida profissional e pessoal. “Fui para o Porto para fazer um MBA e neste contexto fomos desafiados, numa disciplina de empreendedorismo, a apresentar uma ideia de negócio sobre a qual depois os colegas teriam de desenvolver um *business plan*. E na verdade esta foi a primeira pedrinha no projeto, na Last2Ticket. Criei a empresa sozinha e fui buscar recursos para as primeiras componentes da plataforma. Nascemos então em 2011 a fazer *ticketing* e a aprender com os nossos clientes, organizadores de eventos. E sempre a trazer toda a aprendizagem para dentro da plataforma”, recorda a responsável.

As dinâmicas foram evoluindo e, apesar de a empresa estar a evoluir bem, era preciso mais. “Há sempre aquela ambição de conseguir fazer numa escala maior. E aí vieram uns desafios consideráveis que levaram a

uma reestruturação total da plataforma, logo em 2014, com o objetivo de trabalhar para uma solução que pudesse ser escalável e ser utilizada lá fora. Estes processos são realmente demorados, exigentes, e portanto a verdade é que estamos agora nessa fase”, detalhou.

Há cerca de três anos a empresa foi então desafiada, pelo INESC TEC a tentar a primeira deslocalização do projeto. Sendo esta entidade uma das 11 parcerias do IAPMEI, coordenador em Portugal da Enterprise Europe Network (EEN – Portugal), começou a desenhar-se uma relação, cada vez mais estreita, que conduziria a empresa aos financiamentos da União Europeia, particularmente ao SME Instrument 1, uma “ajuda fundamental para validar o nosso modelo de negócio”, diz Emília Simões.

Em termos de apoios, estiveram envolvidos em vários projetos, financiados pela União Europeia (UE) desde o processo de internacionalização e, segundo a responsável, “a palavra-chave é mesmo estar atento, é procurar”. Na sua opinião, existem muitos apoios, até de âmbito nacional, os quais começam a ser maiores sobretudo se for para a internacionalização. “Temos é de estar alinhados com os apoios existentes porque se não estivermos pode ser muito complicado e aí o dinheiro pode sair muito caro. Obriga a ter tempo e a não desistir”.

Quanto aos apoios, Emília Simões frisa ainda que “é bom não esquecer que todos os financiamentos têm um preço, nada é gratuito. Todos os projetos devem ter isto em mente. Pode não ser o *timing* certo, nunca sabemos se é, e temos de ter alguma capacidade de aguentar a necessidade, a urgência de ir fazendo despesas, enquanto se aguarda pelo dinheiro”.

Quanto à expansão que a empresa está agora a viver, a primeira aventura aconteceu mesmo muito longe, no sudoeste asiático. “Existe agora a Last2Ticket Asia, a partir do Camboja, ligada a uma rede de expatriados franceses, numa incubadora



onde trabalham essencialmente franceses. A partir daqui estamos a tentar desenvolver o negócio lá, com as adaptações necessárias ao mercado asiático. Hoje, inclusivamente, temos uma notícia muito boa: vamos ter o nosso primeiro evento na Tailândia”, avançou. Sobre potenciais mercados, atendendo a que já trabalham em Espanha, França e Portugal, a aposta mais forte são os EUA.

Quanto ao futuro, tudo vai depender dos resultados deste plano de expansão. “Estamos a analisar os caminhos, e há muitos, mas temos noção que alguns nos podem matar ou podem acabar com aquilo de bom que conseguimos. Tenho viajado muito e temos feito muitas e diferentes abordagens. Neste momento, esta-

Desde 2016, as soluções da Last2Ticket já foram utilizadas em mais de três mil eventos em cinco continentes

PME e startups: o apoio europeu

A Enterprise Europe Network (EEN), rede europeia de apoio às pequenas e médias empresas e às startups com ambições internacionais, voltou a marcar presença na Web Summit. Criada pela Comissão Europeia, a EEN conta atualmente com mais de 600 entidades parceiras em mais de 60 países, com cerca de três mil especialistas locais.

Em Portugal é formada por um conjunto de entidades públicas e privadas que integram um consórcio, o EEN-Portugal, liderado pelo IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação. Em entrevista ao JE, Nuno Mangas, presidente do IAPMEI, explica que o principal objetivo da rede é ajudar as empresas portuguesas, particularmente PME e startups, a tornarem-se mais inovadoras e competitivas em mercados internacionais, disponibilizando-lhes informação estratégica e serviços de apoio. Os pontos de apoio são: a Associação Comercial e Industrial do Funchal – Câmara de Comércio e Indústria da Madeira; Agência Nacional de Inovação; Associação Empresarial de Portugal; Associação Industrial do Distrito de Aveiro; Associação Industrial Portuguesa – Câmara de Comércio e Indústria; Câmara do Comércio e Indústria de Ponta Delgada; Conselho Empresarial do Centro/Câmara de Comércio e Indústria do Centro; INESC TEC; Laboratório Nacional de Energia e Geologia e a CCDR Algarve.

Para Nuno Mangas importa salientar que, para além do apoio às candidaturas a instrumentos financeiros, os serviços passam por passos fundamentais que vão desde a organização de eventos de *brokerage* e missões empresariais ao estrangeiro; à submissão de oportunidades de cooperação de empresas portuguesas na base de dados POD-Partnering Opportunities Database); ou ainda a facilitação do *matching* face aos interesses de empresas portuguesas ou de empresas estrangeiras, reforçando todas as oportunidades. ● SB



NUNO MANGAS
Presidente do IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação

mos à procura de um parceiro que pode ser de diversas áreas mas que toque também em *ticketing* mas também em *travelling*. Procuramos um parceiro que seja um operador e com o qual consigamos estabelecer uma relação justa, para dividir o risco e crescer juntos”.

Sucesso também passa por aqui
O apoio vindo da Europa, através da EEN, é também o fio condutor nas histórias de sucesso que as portuguesas Charge2C-New Cap e a TargTex têm para contar. A TargTex, criadora de um novo conceito para combater o tipo mais letal de tumor cerebral (Glioblastoma Multiforme), apresenta uma solução já apoiada pela Portugal Ventures e pela Comissão Europeia (Conselho Europeu de Inovação - EIC). Também a C2Caps, a trabalhar no aperfeiçoamento de uma nova solução (condensador/bateria) de armazenamento de energia, implementou com sucesso o Instrumento SME Instrument 1. Ambas sublinham o peso fundamental do apoio comunitário, atendendo a que os apoios nacionais escasseiam e são sinónimo de uma burocracia excessiva. ●

COMITIVAS

Três mil brasileiros vieram de 16 estados à quarta edição

As startups brasileiras vieram a Lisboa procurar financiadores e parceiros tecnológicos para os seus negócios. A participação aumentou bastante de 2018 para 2019 e os responsáveis pela comitiva admitem que esta tendência continuará em 2020.

JOÃO PALMA-FERREIRA
jferreira@jornaleconomico.pt

O Brasil fez-se ouvir na Web Summit. Cerca de três mil visitantes – entre empresários, investidores, gestores e governantes – de 16 estados do Brasil vieram à quarta edição do evento organizado pela equipa de Paddy Cosgrave. Um dos responsáveis por esta grande comitiva brasileira foi Nuno Rebelo de Sousa, presidente da Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil. Num encontro organizado para o Jornal Económico, no expositor de Portugal, na Web Summit, Rebelo de Sousa explicou que “o número total de brasileiros que vieram no ano passado à Web Summit rondou os 1500”, acreditando que este ano “possam ter duplicado os participantes totais no Web Summit, aproximando-se dos três mil brasileiros”.

“Fazendo contas apenas à nossa missão, começámos em 2016 com pouco mais de 30 pessoas e este ano estamos com 200 pessoas. Além disso, tem havido cada vez mais missões brasileiras. Conhecemos mais três ou quatro missões que estão aí, com 30 a 40 pessoas cada uma, a fazerem o mesmo trabalho que nós estamos a fazer”, comentou, adiantando que “há uma representação muito grande de startup de Florianópolis, que é uma cidade com tradição no empreendedorismo, e outra de São Paulo, o que é normal porque é uma cidade muito grande”.

“Há outros polos de empreendedorismo importantes no Recife, em Fortaleza, em todo o nordeste, também temos um grupo de Goiânia, uma cidade onde investem muito em startups, tal como no Sul, em Curitiba. O Brasil todo tem-se mobilizado. E há um interesse cada vez maior em atrair eventos como este para o Brasil. Como as startups de Santa Catarina, ou do Espírito Santo, que também estão conosco”, diz Rebelo de Sousa.

O CEO da No Gap Ventures, Filipe Roup Rosa – que apoia a atividade empresarial das startups portuguesas e da América Latina –,



Nuno Rebelo de Sousa, presidente da Federação das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil, rodeado pela sua comitiva

considera igualmente que “a nossa foi a maior missão empresarial da Web Summit”. “Para além dos próprios empreendedores das startups, vieram membros do Governo, investidores, empresários. No conjunto somos 196, além das equipas das startups. Como nós comprámos bilhetes da Web Summit, temos noção que somos quem comprou mais bilhetes. Este ano temos representados 16 estados do Brasil. De São Paulo a Santa Catarina, do Norte ao Sul, temos uma grande cobertura de estados”, explicou Filipe Roup Rosa.

“A última crise no Brasil deu a entender aos investidores e aos empreendedores brasileiros que não podiam estar 100% dependentes do mercado doméstico que passou a ser insuficiente para atender às ambições e necessidades de crescimento do Brasil, mas que atualmente não chega”, diz Filipe Roup Rosa. “Os empresários ou dão um passo para a América Latina, ou dão um passo para a Europa. Ora, é mais fácil para os brasileiros virem para Lisboa. O sistema de incentivos, seja no regime de ‘StartupVisa’, ou ‘GoldenVisa’, e os apoios do Portugal 2020 fazem com que as startups tenham interesse em vir para cá, com a dimensão e escala da Europa, podendo ter em Portugal

o que se designa por um *softlanding* e um *fast track*. Perante a decisão de sair do Brasil, Portugal acaba por ser um destino óbvio. Muitos dos estrangeiros que vêm à Web Summit consideram que Portugal está no centro do mundo, sobretudo porque tem um fuso horário perfeito entre os Estados Unidos e a Ásia. Portugal permite as pontes com os mercados africanos e asiáticos, e com a plataforma de Macau”, considera Filipe Roup Rosa.

Eduardo Migliorelli, CFO do AtlanticHub, considera que “as startups brasileiras querem fazer marketing do seu modelo de negócio na Web Summit”. “As startups brasileiras perceberam que Lisboa é uma porta da Europa, onde estão todos os investidores. Há mais de 160 países envolvidos neste evento. Por isso, a grande maioria vem para Portugal captar investidores e procurar parcerias para fazer uma troca de tecnologia”. “Dentro da nossa delegação há mais de 196 pessoas envolvidas, desde investidores que querem realmente colocar dinheiro aqui dentro até empresários que querem expandir os seus negócios e alguns deles até pretendem ficar a viver em Lisboa. Agora, é difícil quantificar o valor brutal que abrange a atividade global de todos os brasileiros que aqui

vieram. Só no próprio evento entram milhões de euros”, refere.

Adriel Oliveira, CEO da Generation Legacy, especializada em biofertilizantes para o mercado de produção de alimentos orgânicos, refere que “nos últimos três anos Portugal tem sido referência na liderança do turismo. Portugal é *trendy*. Portugal fica a oito horas de distância de uma parte significativa da população mundial. É prático ter acesso a um país que está recebendo de braços abertos muita gente. É bom para o turismo. Para o investimento. E para morar e viver”. O *showcase* da Generation Legacy em Portugal é a startup Shimejito, sediada no Fundão. Guilherme Gonçalves, COO da Shimejito, explica que esta startup opera no mercado de produtos orgânicos, que na Europa vale 37 mil milhões de euros. Além disso, diz que “Lisboa será a capital verde da Europa em 2020”. “A Shimejito valerá cerca de 1,6 milhões de dólares”, refere, explicando que “em cinco anos queremos ter 30 fábricas e 300 unidades de produção – cada unidade de produção produz, em 70 metros quadrados, meia tonelada de cogumelos por mês, sem sazonalidade, orgânico, fresco e entregue no dia ao consumidor final”, diz. ●

Cristina Bernardo



EDUARDO MIGLIORELLI
Co-fundador e CFO
da AtlanticHub



ADRIEL OLIVEIRA
CEO
da Generation Legacy



FILIFE ROUP ROSA
CEO da No Gap Ventures



GUILHERME GONÇALVES
COO
da startup Shimejito

COIMBRA AIRPORT SHUTTLE

www.airportshuttle.pt

Do Centro de Portugal para o Mundo

A sua viagem para o aeroporto nunca foi tão fácil!

Coimbra Airport Shuttle fornece serviços de transfer partilhado, desde a porta de sua casa até aos Aeroportos de Lisboa e Porto.

Oferecemos vários transportes diários regulares, confiáveis e adaptados de acordo com os horários dos voos, apresentando um serviço de excelente qualidade para toda a Região Centro.



+351 304 505 304 

coimbra@airportshuttle.pt 

* O preço apresentado inclui: uma mala de viagem, um item pessoal, recolha ou entrega num raio de 10 km do centro da cidade. Visite www.airportshuttle.pt para mais informação sobre origem e destino fora deste perímetro.