



Followprice ou a vontade de seguir um sonho empreendedor

EMPREENDEORISMO O projeto surgiu da vontade de quatro jovens mas conta já com sete elementos, dos 24 aos 32 anos. A contar da esquerda, João Andrade, Vasco Moreira, João Leitão, Luís Lopes. Atrás (no mesmo sentido), Daniel Moreira, Gonçalo Mendes e Daniel Reis.

A Followprice nasceu na incubadora de Empresas do Taguspark e hoje está na Startup Lisboa. A equipa participou no programa de aceleração Beta-i, da Lisbon Challenge, e na Carnegie Mellon University, EUA. Recebeu 600 mil euros da Portugal Ventures, da Best Horizon.

O botão que diz onde está o melhor preço para comprar

Tecnologia. Followprice está em 14 países e tem mais de 20 mil utilizadores, sendo usado pela Fnac e a Kuantokusta. Com planos para crescer

PAULA BRITO

Mais simples não podia ser. A startup portuguesa Followprice (ou seguir o preço, em português) criou uma funcionalidade que permite aos clientes de lojas *online* saber, a qualquer momento, onde está o melhor preço de um produto e a sua disponibilidade em *stock*.

Por exemplo, uma pessoa que procure *História da Minha Vida*, de Giacomo Casanova, para ler nas férias, ao preço mais em conta, pode recorrer a esta funcionalidade já disponível na loja *online* da Fnac (aderente, tal como a Kuantokusta). Ai, clica numa espécie de *post-it* azul que diz "seguir o artigo" e abre-se uma janela com a mensagem "receba notificações sempre que ocorra uma baixa de preços nos produtos seguidos ou que um produto sem *stock* fique disponível". A notificação pode chegar via Facebook, *e-mail* ou até na própria plataforma do Followprice.

É fácil e tem vantagens óbvias também para as lojas *online*. Um universo com 25 milhões de lojas no mundo inteiro. "É só aderir, instalar e integrar, podendo as lojas verificar mais tarde o número de visitas geradas e de clientes que vol-

tam, o preço médio dos pedidos e a taxa de conversão, ou seja, de venda realizada", explica Vasco Borges Moreira, um dos fundadores da Followprice.

"É a fórmula mágica do comércio *online*." E se as lojas "verificarem que as suas vendas aumentaram, será uma ferramenta que têm de ter, *must have*", reforça Vasco Borges Moreira. "A ideia é que uma pequena parte desse universo faça parte do conjunto de lojas com botão *followprice*."

Followprice quer que pequena parte dos 25 milhões de lojas *online* use o seu botão

As vendas de comércio eletrónico B2C (*business to consumer*) aumentaram 14,3% no mercado europeu em 2014, atingindo 423,8 mil milhões de euros. Portugal acompanhou a tendência de subida acima dos 10%, segundo a Ecommerce Europe. Das vendas registadas, 51,1% do valor foi gasto em produtos e os restantes 48,9% em serviços. No total, 3,2 milhões consumi-

dores portugueses compraram bens e serviços *online* em 2014, gastando 2,9 mil milhões de euros, uma média de 911 euros por consumidor.

Além de Portugal, o serviço está já disponível em todo o mundo, nomeadamente nos EUA, Reino Unido, Austrália, Espanha, França, Itália, Alemanha, Suécia, Noruega, Bélgica, Dinamarca, Rússia e Holanda. "Sem qualquer tipo de promoção ou publicidade da nossa parte, a ferramenta já tem 20 mil clientes", diz, orgulhoso, Vasco Borges Moreira.

A Followprice foi criada em 2014, quando João Almeida Leitão, empreendedor e gestor de uma loja *online*, identificou a necessidade de uma ferramenta que aumentasse a comunicação de promoções com pessoas realmente interessadas nos produtos.

A proposta foi então apresentada a outros dois jovens empreendedores, Gonçalo Mendes e Vasco Moreira, vizinhos de escritório, que desde logo identificaram o potencial da ferramenta. A equipa convidou também um jovem talento do Instituto Superior Técnico, João Andrade, que liderou todo o desenvolvimento do protótipo. Daí ao sucesso foi um passo.