

Fábricas de novos negócios

TEXTO CÁTIA MATEUS

A decisão de realizar um MBA encontra várias motivações entre os profissionais. Há quem procure alavancar a carreira e subir alguns degraus na escada da progressão e há quem procure as ferramentas certas para dar forma ao seu próprio projeto empresarial. O Executive MBA da AESE Business School congrega ambas as ambições, mas, para carimbar o passaporte de entrada neste curso, ser empreendedor é requisito-chave.

Nos últimos anos, o MBA já alavancou mais de duas dezenas de projetos empresariais de alunos. Este ano, há mais nove prontos a entrar no mercado. “O Executive MBA da AESE destina-se a profissionais licenciados com mais de cinco anos de experiência e forte perfil empreendedor”, explica Francisco Carvalho, responsável pela NAVES (Novas Aventuras Empresariais), a unidade do MBA responsável por trabalhar com os alunos o desenvolvimento da sua veia empreendedora e dos seus projetos de negócio. Com um perfil de alunos maioritariamente concentrado na faixa etária dos 37 anos e uma média de 12 anos de experiência profissional em áreas como a gestão, engenharia ou ciências sociais que procuram no curso ferramentas de desenvolvimento pessoal ou profissional, o responsável realça o crescente interesse dos alunos pela cadeira de Novas Aventuras Empresariais que integra o currículo

DIREITOS RESERVADOS



Francisco Carvalho,

casos de alunos que entram no Executive MBA com a ideia original de crescer nas suas carreiras profissionais por conta de outrem, e serem intra-empresendedores, e outros que no final optam por lançar os seus projetos empresariais”, enfatiza. Os mentores dos nove projetos que este ano saíram do Executive MBA da AESE são disso um exemplo. Do turismo à tecnologia e a várias outras áreas de atuação, os projetos deste ano (ver caixa) seguem uma tendência que, segundo Francisco Carvalho, há muito vem ganhando força na AESE e que posiciona o MBA como uma fábrica de ideias empresariais. “Daqueles que temos conhecimento direto, nos últimos anos tivemos perto de duas dezenas de projetos que foram lançados e que continuam o seu processo de desenvolvimento e maturidade nos respetivos sectores”, explica realçando que “projetos financiados pelo NAVES SCR (a sociedade de capital de risco da AESE) e que tenham sido promovidos pelos Alumni, temos neste momento cerca de cinco projetos, ou seja, 50% da carteira de investimento atual”. Segundo o responsável, existirão outros projetos que foram lançados por Alumni, anos após a sua passagem pela escola, e que são acompanhados pela AESE de forma indireta. Saúde, energias renováveis, plataformas de inovação na internet,

serviços de impressão 3D ou moda e têxtil são os sectores de maior aposta por parte dos alunos. Da edição do ano passado, alguns dos projetos estão já na fase de testes de mercado, “fundamentais para avaliar a potencial tração dos projetos

nenhum deles está já efetivamente em comercialização do respetivo produto ou serviço, ao contrário dos projetos de anos anteriores, onde a taxa de implantação no mercado é já expressiva. “Contamos já com vários negócios de Alumni em pleno desenvolvimento, como a Human Talent (*outsourcing e outplacement*), a Hopecare (saúde), a Inocrowd (inovação aberta), entre outros”,

deste ano estão ainda numa fase embrionária. À semelhança de anos anteriores, “uma vez defendidos os planos de negócio, os projetos serão avaliados e submetidos ao interesse dos investidores, disponíveis para alavancar as ideias”, explica acrescentando que “caberá aos mentores assumirem a vontade de tornar os seus trabalhos realidade”.

Nascidos no MBA

BCorID

A BCorID foca a sua atuação na comercialização de uma solução de reconhecimento pessoal biométrico, a partir de sinais cardiolétricos, e baseada numa tecnologia inovadora.

drone2You

A drone2You tem como missão “mudar o paradigma da gestão florestal, apostando na recolha e análise de dados captados por *drone*, e na criação de algoritmos de processamento inovadores”.

PostMyWorld

O PostMyWorld quer dar vida aos postais, tornando mais rápida e cómoda a partilha de momentos e emoções especiais, hoje registados em fotografias ou mensagens enviadas através das redes sociais, através de um serviço digital inovador de envio de postais pelo correio.

BEST EXPERIENCE – Lisbon (BEL)

A empresa prestará serviços na área do turismo, organizando e gerindo circuitos turísticos culturais, enológicos, gastronómicos e desportivos.

MyStudy

A MyStudy quer desenvolver e comercializar uma aplicação capaz de direcionar e otimizar o esforço de estudo dos alunos, de forma customizada às suas necessidades, aferindo o seu nível de conhecimentos.

Docks’Inn

Os Docks’Inn são *hostels* focados em promover uma experiência inesquecível de contacto com o universo marítimo, localizados no interior das docas.

Your Stay Apartments

A equipa quer prestar serviços na área de alojamento local na região de Lisboa, mais especificamente na zona do Chiado.

Roof Top Lounge

A RTL quer explorar um *rooftop* em Lisboa (o RoofTop Lounge), num terraço aberto no topo de um edifício com a melhor vista da cidade e facilmente acessível.

Olive 2 Brand

Este plano de negócios quer “permitir que o cliente venda um azeite *premium* com a marca do seu restaurante ou hotel em *co-branding*, associado a uma experiência gastronómica de excelência”.