



Maria Martins (www.expresso.pt) | Quinta feira, 22 de março de 2012

5 perguntas... aos sócios da Jumpseller

Depois de uma disputa de meses com uma empresa americana, a Vendder teve de mudar de nome. Agora chama-se Jumpseller. Aprenderam a importância da propriedade intelectual.



Filipe Gonçalves da Jumpseller (na altura Vendder) durante o lançamento do Energia de Portugal

Filipe Gonçalves e Tiago Matos, 26 anos, mestres em Engenharia Informática, trocaram os empregos na Agência Espacial Europeia e na Nokia para lançar uma startup e conseguiriam preencher uma lacuna no mercado das lojas online. Saiba como criaram a Vendder - Ops! a Jumpseller! - e o que aprenderam com a experiência.

COMO SURTIU A IDEIA?

Sempre tivemos a ambição de ser empreendedores. Depois de terminarmos o curso, começámos a explorar diversas ideias e entrámos em alguns pequenos projetos. Um deles foi uma loja on-line para um comerciante e depois de algumas complicações ao desenvolver uma solução feita à medida, apercebemo-nos que era possível

criar uma solução generalista de comércio eletrónico para este tipo de clientes. As necessidades de comércio eletrónico que tinha o nosso cliente eram semelhantes a qualquer comerciante desta dimensão: métodos de pagamento locais, como referências multibanco, cálculo automático de métodos de envio, promoções, gestão de catálogo, customização do layout da loja.... Quando nos lançámos já havia algumas empresas nesta área, mas nenhuma se adaptava ao nosso mercado: não suportavam os métodos de envio e pagamentos locais, não tinham suporte multi-língua essencial a um mercado fragmentado como o europeu - não contemplavam, por exemplo, a língua portuguesa.

QUANDO DECIDIRAM AVANÇAR?

Na altura, eu trabalhava na Agência Espacial Europeia, na Holanda, e o Tiago estava na Nokia, no Reino Unido, mas decidimos que Portugal era o local ideal para criar o negócio. O custo de vida é bastante importante para os empreendedores na fase de desenvolvimento da ideia (que no nosso caso foi cerca de um ano). Tínhamos escassas fontes de rendimento, daí que Portugal tivesse uma clara vantagem em relação ao Reino Unido ou à Holanda. Além disto podíamos contar com a família, amigos e rede de contactos criada durante o tempo na Universidade do Porto. Enviámos a candidatura com o plano de negócios para a incubadora da Universidade de Porto, fomos aceites, voltámos para Portugal e começámos a desenvolver o produto. Estávamos na fase final de desenvolvimento, muito próximo de inicializar a comercialização, quando ouvimos falar do *Startup Chile*. Conhecemos o programa em algumas revistas de tecnologia. Inicialmente estávamos um bocado cépticos que fosse real, mas depois de lermos na Techcrunch e na Forbes pareceu-nos que não podia ser mentira e avançámos com a candidatura, pois pareceu-nos uma excelente forma de arranjar o capital.

O Startup Chile é um programa que pretende atrair empreendedores de elevado potencial para desenvolverem as ideias, durante seis meses, no Chile - pagam salário, certos custos da empresa, e ajudam a encontrar talento no país. Criámos a empresa antes de ir para o Chile, porque enquanto desenvolvíamos o Vendder fizemos alguns trabalhos de consultadoria essencialmente na área de comércio eletrónico, mas também no desenvolvimento de software para a Agência Espacial Europeia. Além disto, suportámos o projeto a 100% com capitais próprios e mais tarde, sim, tivemos o apoio do Startup Chile. O nosso investimento inicial foram os 5000€ para criação da empresa e temos reinvestido todos os ganhos do projeto no seu desenvolvimento.

O QUE TROUXERAM DE NOVO AO MERCADO?

O nosso produto é bastante simples, permitindo criar uma loja online instantaneamente, de forma fácil e intuitiva. Basta responder a um mini-inquérito e a loja é criada imediatamente. Depois o cliente configura o catálogo de produtos, métodos e taxas de envio, e o processamento dos pagamentos. O interface de administração do nosso software é acessível a qualquer pessoa, mesmo a quem não entenda nada de informática. Um dos problemas de muitos pequenos comerciantes é que têm pouca visibilidade na Internet, por isso também trabalhamos para os ajudar a exportar os produtos para outros canais, como o Facebook ou o Twitter. Em vários mercados somos o único software deste tipo que suporta os métodos de pagamento e envio locais (Brasil, Chile, Portugal, Colômbia). Somos também quase o único que tem suporte multi-língua nas lojas, sendo esta base de dados de traduções suportada por nós, mas mantida e atualizada pelos nossos clientes, num regime de crowdsourcing.

QUE ERROS NÃO VOLTARIAM A COMETER?

Devíamos ter-nos preocupado com a proteção da propriedade intelectual do produto desde o início da sua comercialização. Este erro saiu-nos muito caro. Não devíamos ter entrada em certos mercados sem ter a parte legal bem estudada. O nosso produto durante dois anos chamou-se Vendder, mas uma empresa americana disputou a nossa marca em vários mercados durante meses, até que ambos fomos obrigados a chegar a um acordo e nós mudámos o nome do Vendder para JumpSeller.

QUAL O OBJETIVO DO JUMPSELLER NOS PRÓXIMOS DOIS ANOS?

Já temos algumas centenas de clientes, entre lojas em planos pagos e grátis. Mas o objectivo para os próximos dois anos é ultrapassar os mil clientes em planos pagos. Sendo um produto online, tem sido relativamente fácil entrar em novos mercados. Inicialmente, começámos por adaptar a solução às necessidades locais (língua, moeda, métodos de pagamento e de envio) e, posteriormente, realizamos marketing online directamente para aquele mercado (em blogs locais de comércio eletrónico, como o Adwords, por exemplo). A maioria dos nossos clientes estão na América Latina - Brasil e Chile -, mas também já temos um cliente na Alemanha, e queremos chegar a mais países.