

# Expresso

## O projeto digital que quer ajudar o papel

Startup de Braga vai à Web Summit com plataforma que facilita a publicidade das PME na imprensa



A maior conferência europeia de tecnologia — que se realiza no início de novembro em Lisboa — selecionou para a edição deste ano um projeto que tem como principais beneficiários os anunciantes e as publicações impressas. À primeira vista parece um paradoxo, mas Rodrigo Pimenta não tem dúvidas sobre a lógica da aprovação da candidatura da sua empresa para marcar presença na Web Summit, onde vão ter um stand e fazer contactos em workshops, mesas-redondas e conferências. “Nós somos pró-analógico, mas estamos a oferecer uma solução tecnológica altamente avançada no mundo digital”, diz.

O “nós” invocado pelo empresário brasileiro e ex-diretor criativo da McCann no Brasil refere-se à plataforma AdsYeah!, desenvolvida ao longo dos últimos oito anos. Primeiro no Brasil, como embrião de ideia e nos primeiros avanços técnicos; depois em Braga, onde o projeto já foi consolidado com programadores portugueses. Por isso assume que este é “um projeto português”, com a ambição de ser “competitivo a nível mundial”.

“A AdsYeah! é uma plataforma de design gráfico integrada, através da qual o pequeno e médio empresário pode fazer ele mesmo a sua publicidade para divulgar os seus produtos ou serviços nos media”, sintetiza o mentor do projeto. Na prática, a AdsYeah! disponibiliza — através de vários pacotes de subscrição à escolha —, modelos e templates previamente criados por profissionais de publicidade para facilitar a composição de anúncios para jornais ou revistas, cartazes publicitários ou panfletos. Com a parte gráfica já toda previamente formatada, os utilizadores terão apenas de usar os seus textos, imagens (suas ou do banco de imagens da AdsYeah!) ou o logótipo da empresa ou produto para finalizar os anúncios.



O EX-DIRETOR CRIATIVO DA MCCANN NO BRASIL VEIO PARA BRAGA DAR CORPO A UM DOS SEUS

O serviço “funciona todo na cloud”, ou seja, os utilizadores “não têm de comprar ou fazer download de nenhum software de edição de imagem”. “Está tudo alocado na nossa estrutura, portanto só têm de ter um computador razoável e uma boa ligação à internet.” Fina a composição das peças, a AdsYeah! disponibiliza ao utilizador um “guia de média” com uma base de dados com os jornais ou revistas em que pode ter interesse em anunciar — “consoante a região, o país ou o perfil de audiência” —, os respetivos formatos publicitários das publicações e os contactos dos departamentos comerciais. A partir daí, a responsabilidade da concretização dos negócios passa para as mãos do utilizador e das publicações.

Rodrigo Pimenta defende que a principal virtude da AdsYeah! é “democratizar o acesso das pequenas e médias empresas (PME) a boa publicidade”, através de trabalhos gráficos que, embora pequenos, passam a ter uma qualidade que só estaria acessível através da contratação de grandes agências. “99% das empresas da União Europeia que geram emprego são PME. E 98% dessas PME são servidas, na área da publicidade, por empresas amadoras ou então pelo amigo que faz um jeitinho, mas depois nem sabe bem onde ou como anunciar. O que estamos a fazer é uma ponte entre as PME e a imprensa”.

Na fase inicial, o projeto está a convidar os utilizadores a recorrerem a pacotes grátis, para testarem o serviço. A ideia é afinar a plataforma e comercializá-la de forma mais efetiva “dentro de seis a oito meses”. “Atualmente temos em média cerca de 200 utilizadores por dia. Como temos versão em inglês a nossa escala é global. Temos já utilizadores na Suíça, França, Alemanha, Inglaterra”, conta Pimenta. O objetivo de ter clientes em todo o mundo levará a AdsYeah! a ter versões em russo e mandarim.

O investimento foi todo feito “com capitais próprios” e envolveu “perto de €450 mil”. Os contactos com potenciais investidores acabaram todos por fracassar, “e ainda bem”, diz Pimenta. “Eles não conseguiam perceber o projeto. Isto tem por trás muita codificação, para cima de 1,5 milhões de linhas, quando o Windows tem 200 mil. E só quando se disponibiliza para o grande público é que transformamos algo que era abstrato numa coisa palpável e que resolve problemas”, diz, convicto de que a rentabilização do investimento será feita a curto prazo. Adriano Huber