

eram constituídas mais empresas em Portugal do que no mesmo período dos Entre jovens licenciados e reformados, desempregados e gente que só procurou – todos investiram tudo do próprio bolso –, o Negócios foi conhecer as ideias, des de quatro dos 14.811 negócios criados nos primeiros quatro meses do ano,

Paulo Duarte



#### POLÍTICA DE PREÇOS

Simples e transparente: cada camisa custa 120 euros. Ponto final.

#### CRER E PRAZER

Acreditar na ideia e ter gozo em desenvolvê-la é fulcral: “Estamos-nos a divertir muito com todo o processo”, referiu Braz.

ve também

Miguel Baltazar



**Sandra Abrantes** | O nascimento do filho mudou-lhe a vida e a carreira profissional.

#### PASSOS IGUAIS À PERNA

Reduziu ao máximo os custos fixos iniciais, mesmo já tendo tido que rejeitar pedidos.

#### RISCO E MOBILIDADE

“Os tempos de hoje já não se coadunam com ‘carreiras’. A vida é feita de experiências”, alerta quem largou a advocacia.

## Ex-advogada faz tudo até ao altar: só não arranja o noivo

“Out of worries, Out of clichés, Out of money”. É o lema da recém-criada OUTLUX, que organiza casamentos “chave na mão”, com promessas de originalidade e facturas “low cost”. Tratam da cabeleireira, vestido, alianças, ‘bouquet’, decoração, ‘catering’, espaço e o mais que for preciso. Só não arranjam o noivo. “Nunca nos propuseram esse desafio. Quem sabe não está aí uma boa ideia de negócio”, brinca a directora Sandra Abrantes. “Por variadíssimos motivos” – o primeiro foi querer acompanhar de perto os primeiros anos do filho e ter horários mais flexíveis –, deixou para trás oito anos de advocacia.

E foi logo associar-se a um “sacramento” em crise, como o casamento? “Claro que tive receio... e muito. Mas ao mesmo tempo acho que é algo que as pessoas não deixam de querer fazer, mas talvez em moldes diferentes, sem grandes preconceitos”, respondeu a lisboeta. Tem apenas 30 anos, mas parece atrair os sectores mais bicudos: até ao início deste ano integrava a equipa de Direito Imobiliário da conceituada PLMJ.

A assinatura “Premium Low Cost” surgiu

pela percepção de que, por um lado, muitos não têm dinheiro para pagar um serviço caro e, por outro, os que “ainda têm capacidade financeira já têm um ‘mind set’ diferente” e não querem gastar milhares de euros num casamento. O ‘pack’ mais barato custa cinco mil euros; o mais caro ascende a 12.500 euros. O público-alvo, detalhou a empresária, é quem “não quer perder tempo a tratar dos 1.001 serviços que o casamento implica e prefere entregar a tarefa a uma terceira pessoa, imparcial, que não a mãe, sogra ou irmã”.

A primeira adjudicação foi feita por um cliente de 36 anos que vai casar pela segunda vez e “encara isto de forma relaxada”. Os dois primeiros casamentos acontecerão em Junho, três meses após entrar no mercado. Sandra Abrantes contou que o investimento foi “essencialmente o custo do site e do processo inerente à constituição da empresa”, reduzindo “ao máximo” os custos fixos. A maior dificuldade? “Por incrível que pareça é ter tempo para responder a todos os pedidos. Muito brevemente terei de arranjar uma colaboradora para o trabalho de ‘back office’”.

ropa”, que tem poder de compra e está a “despertar com muita força para a moda masculina”. O investimento inicial com capitais próprios vai servir para começar a comunicar e “provar o conceito”. É a condição para atrair investidores externos (“venture capital”) que financiem a expansão internacional.

“Metemo-nos nisto porque acreditamos. Quando se acredita não há conjuntura que meta medo”, expressou Renato Braz. Um dos impulsos na confiança deu-se quando “rapidamente” se aperceberam que Portugal “é muito competitivo na manufactura deste tipo de produtos”, tendo capacidade de produção “com muita qualidade, ao melhor nível mundial, e preços competitivos”.

O perfil do cliente está traçado: homem na faixa etária 30-45 anos, independente, elevado poder de compra e que gosta de vestir bem. Mas já apareceu uma mulher que quis oferecer uma camisa (e a experiência) ao namorado, acrescentou. Consciente que “as pessoas estão cansadas de complexidade”, a política de preços é simples: cada camisa custa 120 euros, tudo incluído.