



## O parceiro da criatividade

*A BeeVeryCreative, a primeira empresa portuguesa de tecnologia de impressão 3D, tem como ex-líbris a BeeTheFirst, uma impressora 3D criada com o intuito de potenciar a criatividade dos utilizadores, podendo estes imprimir qualquer objecto*

 Rafael Reis

Longe vão os tempos em que os únicos objectos que saíam da impressora eram folhas de papel. Desde que a tecnologia 3D foi implementada, é possível a impressão de qualquer objecto, estando este processo apenas limitado à criatividade de cada um.

Foi com o intuito de dar asas à imaginação que a BeeVeryCreative, o primeiro fabricante português de impressoras 3D, criou a BeeTheFirst, um aparelho desktop que possibilita ao utilizador doméstico a criação de objectos tridimensionais. O produto foi apresentado ao mercado português em Setembro do ano passado, tendo sido exibido internacionalmente em Novembro de 2013, no 3D Print Show London. A impressora permite materializar ideias em objectos tridimensionais a partir de um modelo 3D virtual. «Com a impressão 3D damos asas à nossa criatividade, imprimindo o que imaginarmos e modelarmos e resolvemos já questões de criação de protótipos e provas de conceito. Na verdade, é como se um mundo novo se abrisse, o que faz com que se fale

numa mudança do paradigma, numa revolução», destaca Sérgio Sousa Moreira, director de Marketing da BeeVeryCreative.

A BeeTheFirst foi concebida em formato desktop, isto é, de dimensões reduzidas, para facilitar o acesso ao consumidor doméstico, permitindo a impressão de objectos a partir de plástico biológico, feito à base de milho. «Este equipamento foi pensado e desenvolvido para ser fácil de usar, de transportar e com um design único e inovador. Estas características fizeram com que a BeeTheFirst fosse eleita produto tecnológico do ano 2013 em Portugal», afirma Sérgio Sousa Moreira, referindo-se ao produto cujo preço se cifra nos 2.220 euros.

Desde o seu lançamento internacional a BeeTheFirst tem sido solicitada por empresas de vários pontos do mundo, sendo que a quase totalidade das vendas provém do mercado externo. A marca tem contratos firmados com mais de 20 distribuidores de vários países, entre os quais os Estados Unidos da



América, França, Alemanha, Israel, Itália e Reino Unido.

De acordo com dados recolhidos pela Gartner, empresa de consultoria na área da tecnologia, a previsão de crescimento da procura dos equipamentos de impressão 3D, abaixo dos 100 mil euros, é da ordem dos 75% este ano, valor que deverá duplicar em 2015. Esta procura justifica-se com as possibilidades futuras que esta tecnologia terá em diversos sectores. «As áreas de aplicação da tecnologia de impressão 3D serão muitas e variadas, passando pela área médica, aeronáutica e mesmo alimentar. No futuro, imensas coisas do nosso dia-a-dia serão feitas através desta tecnologia, e se, por exemplo, pensarmos que algumas coisas em vez de serem fabricadas e transportadas podem ser produzidas localmente, podemos imaginar o impacto económico que a impressão 3D pode ter», prevê Sérgio Sousa Moreira.

Apesar das boas previsões, a indústria da impressão em três dimensões ainda se encontra numa fase prematura e com um target ainda reduzido. «O estado de adopção da tecnologia ainda é muito embrionário e o mercado actual é o dos prosumers [consumidores profissionais] e early adopters [os que adquirem os produtos ainda numa fase experimental], ou seja, ainda é pequeno, quando comparado ao seu potencial futuro. De qualquer forma, milhares de impressoras 3D de vários fabricantes são já compradas todos os meses em todo o mundo e este número vai aumentar até explodir, quando o consumer market começar a adoptar esta tecnologia», antevê Sérgio Sousa Moreira. O director recorda ainda que «basta imaginarmos que há uns anos atrás quase ninguém tinha impressoras de papel em casa ou nos escritórios e hoje todos temos. É fácil concluir que o mesmo se passará com as impressoras 3D».

#### «Imprimir a mudança na sociedade»

A BeeVeryCreative é uma startup criada em 2011 por Francisco Mendes e Jorge Pinto, tendo resultado do interesse pessoal que ambos tinham em torno da tecnologia de impressão 3D e da vontade que demonstraram em desbloquear aquilo que consideravam ser um impedimento para o seu desenvolvimento, a electrónica. Concentraram-se na criação de uma placa electrónica controladora de movimentos 3D, tendo-a comercializado posteriormente. O feedback do mercado foi positivo, considerando a tecnologia apresen-

tada como uma das mais avançadas. Fruto do sucesso que haviam alcançado, partiram para o desenvolvimento de uma impressora própria. Construíram a sua equipa, a BeeVeryCreative, e desenvolveram uma impressora 3D, a BeeTheFirst.

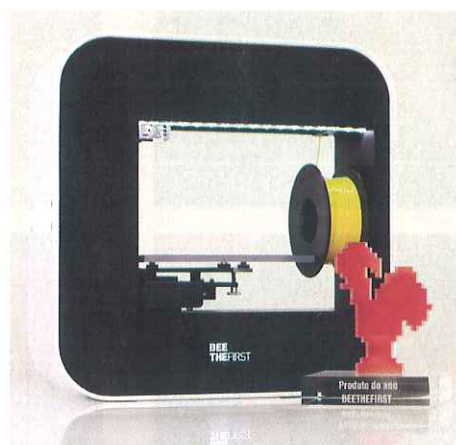
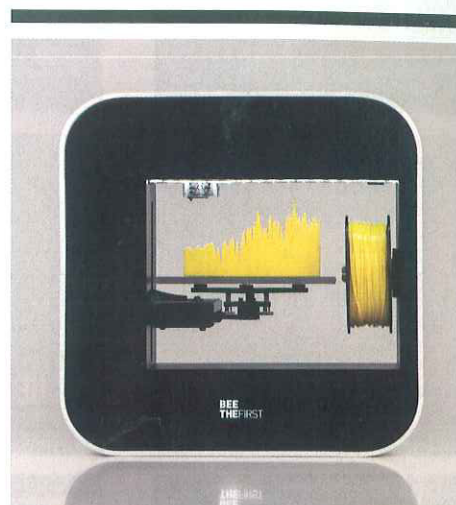
A BeeVeryCreative surge no mercado com a ambição de ser um dos principais players mundiais da indústria de impressão 3D desktop. «A empresa pretende “imprimir” a mudança na sociedade através da impressão 3D e está empenhada em desenvolver soluções inovadoras, com níveis de qualidade e design excepcionais, capazes de dar forma às ideias dos utilizadores», refere o director.

Tendo crescido enquanto startup, a BeeVeryCreative dedica grande parte do orçamento da empresa para I&D, mas com a entrada da BeeTheFirst no mercado, mais recursos têm sido alocados em torno da comercialização do produto. «Agora, com o produto no mercado é que a empresa tem investido mais energia e recursos na comercialização da impressora 3D. De qualquer forma, a I&D continua a ser detentora da grande fatia do orçamento, pois a inovação é fundamental nesta área tecnológica que se desenvolve diariamente», destaca Sérgio Sousa Moreira.

Apesar da importância dada à inovação, a marca não deixa de lado a estratégia de comunicação traçada para este ano. «Numa fase inicial o esforço era no posicionamento da marca BeeVeryCreative, que passou pela diferenciação ao nível do design do produto e da própria imagem da marca. Agora passa por um mix de comunicação institucional, de tecnologia e de produto, tentando ser sempre leve, positiva e de proximidade com os utilizadores e com o mercado», afirma o director.

A divulgação da marca tem sido principalmente através da participação em feiras internacionais do sector da impressão tridimensional, eventos e conferências. «A nossa participação nesses eventos tem sido importante para o chamado processo de “evangelização” do público em relação às potencialidades da impressão 3D em geral e da BeeTheFirst em particular», sublinha o director de Marketing.

Quanto ao futuro, Sérgio Sousa Moreira opta por não desvendar os rumos que serão seguidos pela BeeVeryCreative. Apesar disso, deixa no ar a intenção da marca em alcançar voos mais altos. «Em relação às novidades previstas, o que podemos dizer é que a nossa agenda de inovação é bastante ambiciosa», conclui o director de Marketing. ■



**Nota:** Lançado em Abril, a BeeVeryCreative tem no ar um desafio internacional para criativos, que irá decorrer até ao dia 17 deste mês. Os interessados poderão enviar um modelo passível de ser impresso através da tecnologia 3D, tendo como tema a arquitectura, design ou utilidades. O vencedor de cada categoria receberá uma impressora BeeTheFirst, juntamente com diversos filamentos coloridos, o material utilizador para a impressão.