Dicas para a sua participação no

WEB SUMMIT

LISBOA 2026

PITCH DAY





GRPC TECH

No último dia 30 de outubro, foi realizado em Braga o Pitch Day by GRPC Private Legal Office. A iniciativa reuniu startups promissoras da região do Minho para uma sessão prática de treino de pitch e validação de storytelling, com o objetivo de preparar os empreendedores para o contacto com investidores, parceiros e imprensa internacional no Web Summit Lisboa 2026.

Em um formato dinâmico de simulação real, com 2 minutos de apresentação seguidos de 4 minutos de arguição, as startups participantes apresentaram os seus modelos de negócio e soluções tecnológicas a uma banca multidisciplinar de especialistas. O painel de júri foi composto pela jornalista Liliane Machado, pelo especialista em branding Daniel Teixeira e por Bruno Gutman, advogado e sócio fundador do GRPC, sendo estes dois últimos também investidores ativos no ecossistema através do fundo Angels Way.

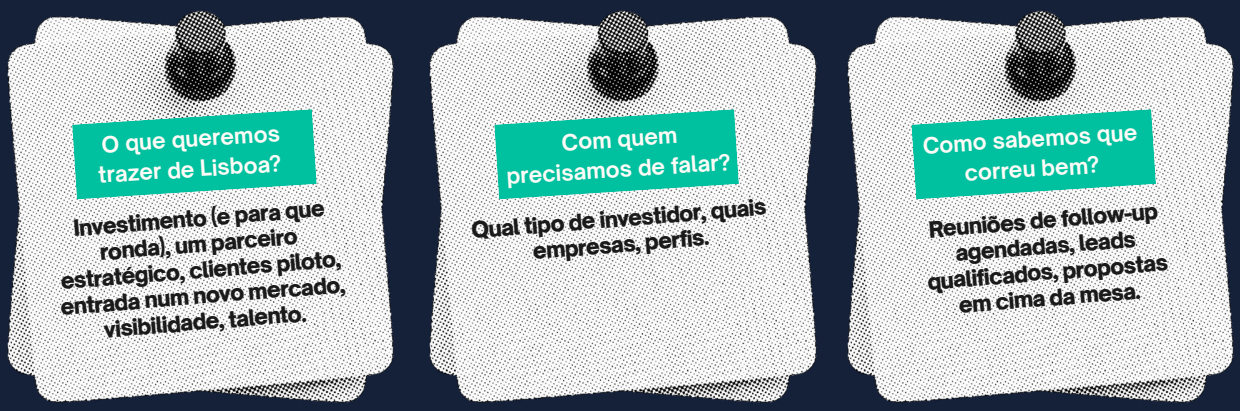
Durante o evento, a banca ofereceu feedbacks cruciais focados na clareza do problema e da solução desenvolvida, o modelo de negócios, na postura de comunicação e nos aspetos de como destacar-se na multidão de startups que frequentam o Web Summit.

O resultado do evento, com as dicas mais importantes, foi reunido neste documento.

Qual é a vossa intenção?

O Web Summit não é um palco de apresentações. Ao contrário do Pitch Day, não há ecrã nem slides. Há conversas cara a cara, muitas vezes em pé e em poucos minutos, com investidores, potenciais parceiros e clientes. Num evento desta dimensão, quem chega sem um objetivo claro passa os dias como espectador e volta para casa sem resultados.

Antes de irem, respondam a três perguntas:



Escolham um ou dois objetivos e foquem-se neles. Quem tenta abraçar tudo dispersa atenção e tempo, precisamente os recursos mais escassos durante o evento.

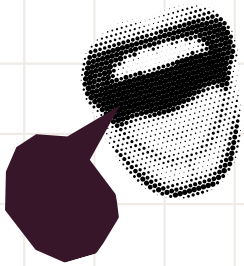
CURADORIA PRÉVIA:

não serve qualquer investidor



Para quem anda a levantar capital, é aqui que se ganha ou se perde o Web Summit. O trabalho decisivo faz-se antes do evento, na app oficial. É lá que identificam quem vale mesmo a pena abordar.

Não procurem investidores em geral. Procurem os que fazem fit com a vossa startup. Um investidor fora do vosso setor, fase ou mercado dificilmente avança, por melhor que seja o pitch.



ORGANIZAR OS CONTACTOS

Utilizar a app do Web Summit, para organizar as possíveis conexões que pretendem fazer, é fundamental. Pesquise as pessoas e empresas pelos filtros disponíveis como países, áreas de interesse, entre outros:

- Uma lista curta e priorizada: nome, organização e as razões que fazem sentido conectar com investidores, parceiros e potenciais clientes.

- Contacto antes do evento, pela app, com uma mensagem curta e personalizada a propor um encontro.



- Verifique os painéis ou sessões que essas conexões participarão. No final dessas dinâmicas é um ótimo momento para abordar e iniciar uma conversa.

- No evento, a lista é o vosso mapa. Encontros espontâneos são bem-vindos, mas o foco está nas pessoas que escolheram, para não se perderem na multidão.

O PITCH DE 30 SEGUNDOS

Em Lisboa, a primeira conversa com um investidor ou parceiro vai durar, quase sempre, cerca de 30 segundos. Em pé, sem deck, sem nada para mostrar. O objetivo não é fechar negócio nem explicar tudo. É gerar curiosidade suficiente para que a outra pessoa queira saber mais e seja ela a fazer as perguntas.

Agarrar logo na primeira frase.

Nada de começar pelo nome da empresa ou pela história da fundação.

Mostrar um problema real.

Quem ouve tem de perceber de imediato qual é a dor e quem a sente.

É claro e rápido de entender.

Linguagem simples. Se não se percebe em 30 segundos, ainda não está afinado.

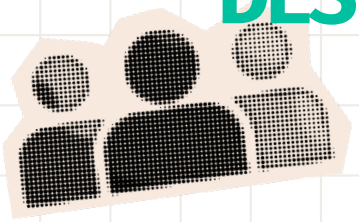
Deixar espaço para perguntas

Um bom pitch curto não esgota o tema. Se ouvirem "e como é que isso funciona?", resultou.

Soar natural.

Treinado até sair com fluidez, mas sem soar decorado e ajustado a quem está à frente: investidor, parceiro ou cliente.

DESTACAR-SE NA MULTIDÃO



Num recinto com milhares de startups, as pessoas estão a ver e ouvir dezenas de pitches no mesmo dia. O desafio é que se lembrem de si ao final do dia. Algumas formas simples de o garantir:

- **T-shirt ou outra peça com a marca** bem visível e, se possível, uma frase curta a dizer o que fazem. Também ajuda a que vos encontrem no meio da multidão.
- **Cartões de visita** com nome, função, contacto e um QR code para o LinkedIn, site ou deck.
- **Um elemento memorável** ligado ao produto: uma cor, um objeto, uma demo rápida no telemóvel. Profissional, mas diferente.
- **Coerência visual** entre o perfil na app, o LinkedIn, os cartões e a roupa, para que a marca seja reconhecível em todos os pontos de contacto.

Sucesso no Web Summit 2026!

Foi um gosto conhecer os vossos projetos e fazer parte desta preparação. Desejamos a todas as startups um excelente Web Summit, com conversas que se transformem em parcerias e investimento.