Bloop abre capital ao público após alcançar 38 mil utilizadores e prepara entrada no mercado espanhol

Um ano depois do lançamento, a start-up portuguesa abre o capital ao público após alcançar mais de 38,000 utilizadores e 200 marcas com meio milhão de produtos ativos, atingir mais de 330 mil euros em vendas, sem investimento Seed tradicional.

Lisboa, 5 de novembro de 2026 - A **Bloop**, a start-up portuguesa que criou a primeira rede social de compras, acaba de lançar uma campanha pública de **crowdfunding na Crowdcube**, que permite a utilizadores, vendedores e qualquer cidadão investirem na empresa e participar na próxima fase da sua história: a expansão internacional, que arranca em **Espanha no início do primeiro trimestre de 2027**.

Depois de um primeiro ano de atividade marcado por crescimento sustentado e validação do modelo de negócio, a startup portuguesa pretende agora abrir o capital à comunidade que ajudou a construir a plataforma desde o primeiro dia.

A decisão surge numa altura simbólica para a empresa, que assinala o seu primeiro aniversário após o lançamento, em novembro de 2025. Em apenas doze meses, a Bloop alcançou mais de **38.000 utilizadores registados**, reuniu cerca de **200 vendedores** e gerou mais de **330 mil euros em vendas**, sem ter recorrido a uma ronda Seed tradicional de capital de risco.

Mais do que uma plataforma de compras, a Bloop afirma-se como uma rede social onde os consumidores descobrem produtos através das recomendações de outros utilizadores, partilham as suas compras e acumulam créditos que podem posteriormente utilizar em novas aquisições. Este mecanismo tem permitido atingir uma taxa de **mais de 45% de clientes recorrentes**, um indicador que a empresa considera fundamental para sustentar o crescimento futuro.

"A Bloop nasceu para todos e é construída por todos nós. Acreditamos que todos os consumidores devem ter a oportunidade de ser reconhecidos e recompensados pela influência positiva que exercem diariamente através das recomendações que fazem às pessoas que os rodeiam, algo que sempre existiu, mas que nunca foi verdadeiramente valorizado. Queremos mudar isso, criando uma comunidade onde consumidores e marcas crescem juntos e onde o valor gerado pelas

recomendações regressa a quem o cria. Queremos uma comunidade ativa, participativa e envolvida, que cresça connosco e faça parte desta transformação, agora também em Espanha", adianta Francisco Rodrigues, CEO da Bloop.

A nova campanha de crowdfunding reforça precisamente esta visão de participação coletiva. Ao contrário de modelos tradicionais de financiamento centrados exclusivamente em investidores institucionais, a Bloop pretende envolver quem utiliza, recomenda e vende através da plataforma, transformando clientes e parceiros em acionistas.

Até à data, cerca de **150 investidores** já apostaram na empresa, contribuindo para uma ronda total de aproximadamente **2 milhões de euros**, uma das maiores operações pré-receita realizadas por uma start-up portuguesa.

Com Espanha identificado como o primeiro mercado internacional, a empresa pretende replicar um modelo que combina comércio eletrónico, recomendação social e recompensas aos utilizadores, procurando conquistar uma nova geração de consumidores que valoriza a descoberta de produtos através da confiança e da experiência partilhada por outras pessoas.

A campanha será aberta ao público a partir de dia **10 de novembro**, através da plataforma Crowdcube. Os interessados já podem, contudo, aceder à página da campanha e sinalizar a sua intenção de investimento, recebendo acesso prioritário à página e materiais da campanha, de forma a acompanhar antecipadamente esta oportunidade de investimento da start-up portuguesa.

Sobre a Bloop

A Bloop é a primeira rede social de compras portuguesa, combinando comércio eletrónico e descoberta social numa única plataforma. A Bloop distribui as comissões cobradas aos seus vendedores do Marketplace pelos seus clientes, recompensando-os pelas suas recomendações autênticas e vendas geradas. Os clientes recebem até 10% do valor da compra, em créditos na plataforma, ao fazerem uma publicação sobre o produto que compraram e até 10% adicionais por cada venda gerada através das suas publicações. Este modelo permite que qualquer consumidor possa ganhar com a sua influência, sem precisar de ter uma base de seguidores elevada, bastando para isso partilhar a sua compra. Para as marcas e vendedores, a plataforma transforma clientes satisfeitos em promotores orgânicos, potenciando visibilidade e vendas através da recomendação entre consumidores.

Contactos

Beatriz Santanita | Communication Consultant @ Lift

beatriz.santanita@lift.com.pt| 918 186 584

Erica Macieira | Client Director @ Lift

erica.macieira@lift.com.pt | 910 549 515