

Empreender – Precisa-se!

Docente da Faculdade de Economia do Porto, Carlos Brito é reconhecido pelo seu trabalho em prol do empreendedorismo.

Escreveu recentemente que Portugal precisa de 10 milhões de empreendedores. Nascemos empreendedores ou tornamo-nos empreendedores?

Um empreendedor é alguém com capacidade de iniciativa. É por isso que afirmo que Portugal precisa de 10 milhões de empreendedores: porque todos temos de ter essa característica. Não apenas os empresários, mas também quem trabalha por conta de outrem, os estudantes, os reformados, enfim, todos. O dinamismo e a competitividade de um país decorrem, não apenas das iniciativas do seu Governo, mas principalmente da vitalidade dos cidadãos, quer enquanto indivíduos quer enquanto comunidade. Neste contexto, e respondendo à questão, posso dizer que a maior ou menor capacidade de iniciativa depende um pouco de fatores genéticos, mas é essencialmente uma questão de educação, em particular daquela que se recebe nos primeiros anos de vida, bem como da cultura prevalecente na sociedade. Por isso, qualquer um de nós pode, e deve, tornar-se empreendedor.

O que podemos fazer para ser um desses 10 milhões de empreendedores?

A importância do contexto cultural e educacional faz com que se deva promover um conjunto de valores de modo a fomentar o espírito empreendedor. Em primeiro lugar, a abertura à mudança, pois só é empreendedor quem está disposto a sair da sua zona de conforto. Depois, há que ter uma atitude positiva em relação ao risco. Isto é, o insucesso deve ser encarado não como uma tragédia, mas como algo natural para quem gosta de inovar – ou, se preferir, como um passo intermédio no sentido do êxito a longo prazo. Em terceiro lugar, há que aguçar o engenho humano, de modo a que se encontrem soluções (por vezes inovadoras) para desafios (por vezes imprevistos!). Em quarto lugar,



deve-se potenciar a resiliência, ou seja, a capacidade para reagir à adversidade, transformando as dificuldades em oportunidades de crescimento, aprendizagem e mudança. E, por último, há que ter uma atitude positiva em relação ao trabalho, pois quem não estiver disposto a esforçar-se e a fazer sacrifícios hoje para colher benefícios futuros nunca chegará a ser empreendedor. Todos estes valores podem, teoricamente, ser refinados ao longo da vida. Mas, na prática, ou são adquiridos nos primeiros anos de vida ou dificilmente serão desenvolvidos mais tarde. Daí que o ambiente familiar bem como a aprendizagem no ensino pré-escolar e básico sejam fundamentais.

O que podem fazer os decisores políticos para criarem e fomentarem um ambiente empreendedor?

No seguimento do que acabei de dizer, a promoção do empreendedorismo passa por uma política educativa que fomente o espírito de iniciativa, a criatividade, a abertura ao risco, a resiliência e o trabalho. Não é preciso inventar a roda: basta ver o que se faz em países como a Dinamarca ou Singapura para se perceber como é possível integrar o empreendedorismo, enquanto postura perante a vida,

no contexto da educação formal. Mas, como é óbvio, não basta. Há também que atuar do lado do sistema científico e tecnológico. Uma grande parte dos projetos competitivos com potencial de escalabilidade vem das universidades e centros de investigação. Neste campo há que fomentar a ligação daquelas instituições ao meio empresarial, passando, designadamente, a valorizar devidamente essa vertente em termos de promoção na carreira universitária, coisa que atualmente não acontece. Por outro lado, é necessário incentivar a própria investigação e desenvolvimento dentro das empresas, indo mais além em termos de benefícios fiscais e partilha do risco. O SIFIDE – Sistema de Incentivos à I&D Empresarial tem tido um papel importante, mas não basta. Adicionalmente, é necessário atrair mais capital destinado ao financiamento de start-ups, desde o seed capital até ao "capital de risco". O nosso País tem, neste domínio, uma capacidade muito limitada, pelo que é fundamental captar recursos externos, designadamente no âmbito das políticas europeias de apoio à inovação. Finalmente, os decisores políticos devem favorecer a criação de ecossistemas de inovação que agreguem os "ingredientes" que anteriormente salientei: atitude, conhecimento, capital,



espírito empresarial e acesso ao mercado. Para isso há que apostar em políticas de desenvolvimento do território que contemplem a criação de hubs de inovação que agreguem grandes empresas, start-ups, universidades, investidores e poder local. Também neste domínio não é preciso inventar nada, mas adaptar aquilo que de melhor se faz no mundo. Berlim, Londres e Estocolmo são excelentes benchmarks, isto para nos restringirmos ao espaço europeu.

E para cada um de nós que já está hoje na vida ativa? Que competências são, na sua opinião, importantes para o desenvolvimento da nossa atividade profissional e empresarial?

Para além do espírito empreendedor anteriormente realçado, há dois tipos de competências que são especialmente importantes: técnicas e de gestão. Competências técnicas no domínio do negócio que se pretende desenvolver. Se quero criar uma start-up para desenvolver software destinado à indústria aeroespacial, não posso limitar-me a ser razoável ou mesmo bom – tenho de ser excelente. O mesmo se diga em relação a qualquer outra área tecnológica de ponta: há que ser de topo para se estar preparado para competir em qualquer parte do globo. No que se refere a competências de gestão, há três domínios

particularmente importantes: pessoas, marketing e finanças. Em primeiro lugar, o maior ativo de uma start-up são as pessoas. Saber congregar uma equipa em torno de um projeto que, muitas vezes, nem sequer ainda deu origem a uma prova de conceito não é fácil. Em segundo lugar, há que possuir competências de marketing. Para duas coisas: para se ser capaz de vender os produtos e serviços inovadores da start-up e também para se ter a capacidade para atrair investidores. Em terceiro lugar, são necessárias competências financeiras para assegurar que o dinheiro é investido de forma adequada pois, doutra forma, irá desaparecer rapidamente.

Quando falamos de empreendedorismo, falamos obrigatoriamente em inovação. Nesta época de transformação digital, há espaço para empreender em negócios tradicionais?

Inovação e empreendedorismo são coisas diferentes. Inovar significa criar valor (económico, social, cultural...) com base em novas soluções. É por isso que inovação é mais do que invenção: esta consiste na criação de algo de novo; aquela exige a criação de valor. Assim sendo, pode-se afirmar que não há inovação, designadamente tecnológica, sem espírito empreendedor. Mas o inverso não é verdade, pois pode haver empreendedorismo em negó-

cios ditos tradicionais. Contudo, arriscar-me-ia a dizer que se houver verdadeiro espírito empreendedor, a inovação irá surgir, mesmo nesses negócios, seja pela via de produtos e serviços, seja pelos processos, seja ainda pela via dos modelos de negócio. Veja-se o caso da Livraria Lello, no Porto, um excelente exemplo de inovação do modelo de negócio num setor encarado como tradicional.

Na sua opinião, em que setores deveríamos, enquanto país, apostar fortemente em empreendedorismo?

Em primeiro lugar, nos impropriamente designados setores tradicionais. Utilizo a expressão “impropriamente” porque uma coisa é ser um setor tradicional e outra é ser um setor com tradição. O facto de negócios como a moda, o mobiliário e os vinhos terem tradição no nosso País não significa que continuem a ser desenvolvidos da maneira tradicional. Se Portugal tem tradição nalgumas áreas, deve apostar nesse saber acumulado, mas inovando de forma contínua – isto é, há que aliar tradição com inovação... mas sem tradicionalismos. Depois há que apostar em setores que possam beneficiar das áreas de excelência e do talento existente no meio científico. Tecnologias de informação e ciências da vida são, a título de exemplo, duas áreas com enorme potencial num mundo onde possuímos vantagens competitivas enquanto produtores de conhecimento científico. A agricultura é outra área prioritária em termos de aposta no empreendedorismo. A agricultura do futuro – ou melhor, do presente como se pode constatar na Holanda dos dias de hoje – é tudo menos tradicional. Sendo uma área com enorme potencial no nosso País, favorece ainda um desenvolvimento mais equilibrado, reduzindo as assimetrias entre o litoral e o interior. Por último, saliento a distribuição e o retalho. São domínios que encerram grandes oportunidades como, por exemplo, a Farfetch e a Prozis bem ilustram.

Que conselho daria a quem deseja empreender?

Não dou conselhos, mas socorro-me de uma frase do grande pensador e filósofo Miguel de Unamuno: “Procuremos mais ser pais do nosso futuro do que filhos do nosso passado”. ■