

A Família Empresária e o Empreendedorismo



ANTÓNIO NOGUEIRA DA COSTA
Consultor Empresas Familiares
antonio.costa@efconsulting.pt

Partindo do conceito base de Joseph Schumpeter, o empreendedor é uma pessoa versátil e que consegue:

- identificar uma oportunidade de negócio associada a um potencial mercado com uma necessidade para ser satisfeita;
- reunir capital para financiar um conjunto de recursos (equipamentos), pessoas e atividades imprescindíveis à execução de todas as atividades de conceção, produção, comunicação e comercialização do produto ou serviço;
- articular todos os elementos de forma a assegurar uma continuidade da laboração e satisfação dos clientes, para assegurar os retornos financeiros adequados à manutenção da atividade e consequente remuneração do capital reunido (sócios e empréstimos).

Aparecendo na maioria das vezes associado à constituição de uma empresa, um empreendedor nascido numa família dedicada aos negócios tem uma envolvente mais favorável ao desenvolvimento das suas ideias de investimento.

Existem famílias empresárias que possuem um ambiente de potenciação do **empreendedorismo familiar**: incentivam as gerações mais novas a idealizarem novos negócios e a “vender” a ideia à família. Se esta a “comprar”, assume-se como um verdadeiro “business angel”, disponibilizando uma parte ou a totalidade dos fundos necessários ao seu desenvolvimento, dando apoio nas áreas que possua conhecimento proporcionado por alguns dos seus membros e, obviamente, desejando que o seu membro familiar seja o principal líder desse empreendimento.

Por outro lado, determinadas empresas familiares potenciam a génese de novos negócios no seu seio, partam as ideias de pessoas da família ou de outros colaboradores. Este conceito de **intra-emprende-**

dorismo pode proporcionar diversas vantagens, pois, para além da componente financeira, a própria organização pode ser a incubadora do projeto e disponibilizar variados recursos ou conhecimentos de uma forma célere, simples e com custos muito mais reduzidos.

As famílias empresárias que incentivem os seus membros a lançarem novos negócios, diretamente ou através das suas empresas, estão a desenvolver duas grandes vantagens competitivas:

- formação prática dos mais jovens, facilitando a sua integração no mercado de trabalho, seja ele no seio da empresa ou em qualquer outra organização;
- uma carteira de novas atividades que poderão vir a ser áreas de evolução ou diversificação dos investimentos empresariais futuros.

Este clima empreendedor permite ainda aumentar, de forma significativa, as possibilidades de continuidade como família empresária unida em torno de negócios sustentáveis.

João Azevedo tinha experiência ligada à produção de fruta; conhecia as ações da sua avó para secar fruta ao sol (técnica secular); constatava que muita fruta não possuía características adequadas para aceder a determinados canais de distribuição; sabia ser possível industrializar a desidratação de fruta; conhecia a dificuldade em convencer os mais jovens para o consumo de fruta.

Anabela Sá tinha experiência de info-comunicação e marketing, sendo especialista em criar comunicar pensar e implementar projetos.

Estas foram as bases que deram origem à Frutaformas: frutas desidratadas, saborosas, nutritivas e com uma apresentação cativante.

O mercado foi abordado a pensar em segmentos específicos:

- **classe média alta** - que aprecia produtos novos, requintados e com tradição;

- **as crianças e os jovens** – apreciadores da criatividade;
- **pessoas desejosas de alimentação saudável** – em especial as que não toleram o glúten.

Tendo arrancado em 2012, o negócio tem vindo a crescer e a ser reconhecido pelos

consumidores e pelo próprio mercado: em 2015 recebeu dois “óscars” da indústria alimentar no Great Taste Awards, em Inglaterra. Com a consolidação do negócio, em 2016 foi lançada a 2ª marca Dinutri, focando-se sempre no mesmo princípio de fruta 100% natural e sem aditivos.

FRUTAFORMAS®

DAMOS NOVA FORMA À FRUTA

