

INTERVENÇÃO DO PRESIDENTE DA AEP - ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL, JOSÉ ANTÓNIO BARROS, NA CONFERÊNCIA «EMPREENDEDORISMO – UMA SOLUÇÃO PARA A CRISE», A VISÃO DO EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL, NO CENTRO DE CONGRESSOS DA ALFÂNDEGA DO PORTO, NO DIA 29 DE NOVEMBRO DE 2010.

Se definirmos **empreendedorismo** como **o processo da percepção e a ousadia do aproveitamento eficaz das oportunidades, com vista à criação de valor social e económico**, concluiremos facilmente que o dinamismo das economias e, diria mesmo, das sociedades, está intimamente relacionado com a capacidade empreendedora dos seus agentes.

Em épocas de crise, quando assistimos ao encerramento de muitas empresas e à destruição de milhares de postos de trabalho, é ainda maior a importância do empreendedorismo, como factor essencial para a regeneração do tecido empresarial e a criação de novos empregos. As crises são, também, geradoras de oportunidades, por serem, designadamente, ocasião de mudança acelerada. Mas, essa mudança só se concretizará através da capacidade empreendedora de agentes que sejam capazes de transformar ideias em projectos e projectos em actividade produtiva rentável e geradora de emprego.

Esta realidade é, hoje, reconhecida e aceite pelos portugueses, mesmo mais do que pela generalidade dos europeus. Nos últimos inquéritos realizados pelo Eurobarómetro, em 2007 e 2009, sobre este tema, os portugueses são dos que mais aderem à ideia de empreendedorismo como a base da criação de riqueza, beneficiando todos. São também dos que mais valorizam o empreendedorismo como criador de emprego.

Os portugueses foram também dos que afirmaram em maior percentagem que gostariam de ser patrões de si mesmos (*self employed*). Mas, curiosamente, foram também dos que mais consideraram ser inviável tornarem-se *self-employed* num horizonte temporal previsível. Não tanto por acharem que lhes faltam competências para tal, mas por ausência de uma ideia de negócio ou oportunidade, por falta de financiamento, pela complexidade dos procedimentos, por falta de informação e, acima de tudo, por medo de falharem – ou seja, por aversão ao risco.

Apesar de tudo, estes resultados são reveladores de progressos sensíveis naquele que era apontado, não há muitos anos, como um dos principais obstáculos à actividade empreendedora: a valorização social do empresário. No entanto, a cultura nacional, ainda muito marcada pela aversão ao risco, permanece como factor limitador do empreendedorismo.

Ser empresário, em Portugal, é ainda visto por muitos como um sonho irrealizável. É esta visão bloqueadora das nossas melhores qualidades de criatividade e de iniciativa que é preciso alterar, através da promoção de uma cultura empreendedora em Portugal.

Como todos os processos de mudança cultural, este será um processo lento, cujos resultados só irão surgindo ao longo de uma ou várias gerações. É toda a sociedade, a começar pela família e pela primeira escola, que deve ser chamada a criar uma nova cultura de empreendedorismo, valorizando o papel e a imagem da figura do empreendedor, destacando os exemplos de sucesso, mas eliminando, paralelamente, o estigma do insucesso.

Insucesso que, por exemplo, no fracasso de novos projectos (*start-ups*) continua a ser considerado um *handicap* negativo por alguns segmentos da sociedade, designadamente o sector financeiro, enquanto, na cultura anglo-saxónica, é pontuado positivamente em tentativas futuras, - não se cometem duas vezes os mesmos erros!

Tal implica que, desde muito cedo, deva ser desenvolvido nas crianças e nos jovens o gosto pela acção, pela criatividade e pela assunção de riscos; o saber como assumir riscos; a capacidade de resolver problemas práticos; a aptidão pelo trabalho em equipa, mas também a capacidade de liderança. Como disse, trata-se de um processo lento. Nem por isso deverá ser descurado.

Não poderemos esperar pelo advento de uma nova geração devidamente preparada neste sentido. Há, assim, outros domínios em que é possível agir com resultados mais imediatos. Entre eles destacaria dois: a **formação** e o **financiamento**, distinguindo dois tipos de empreendedorismo, que, pela sua diferente natureza, requerem diferentes abordagens.

Em Portugal, o modelo tradicional da iniciativa empresarial, presente na génese de grande parte das nossas empresas, tem sido um modelo de mobilidade vertical, a partir da replicação ou da experiência na produção dentro de cada sector de actividade. Trata-se de um modelo assente no *learning-by-doing* e na inovação de tipo incremental, em que está muito presente o desejo de autonomia e de progressão económica e social do agente empreendedor. Hoje, a dinâmica criada pelo processo de globalização e pela economia do conhecimento gera uma procura de função e de capacidade empresarial que exige mais competências e organizações mais complexas, tornando mais difícil esta forma de empreendedorismo. No entanto, este tipo de iniciativa continua a ser fundamental para a renovação do tecido empresarial e o facto de relançar ou replicar, em grande parte, ideias e processos já conhecidos não será motivo para o desprezar, mas antes para apoiar este tipo de empreendedores a responder às novas exigências dos mercados.

As novas iniciativas empresariais que continuam a nascer com base neste modelo não deixam de incorporar inovação, embora não necessariamente inovação disruptiva. É preciso reforçar a ideia de que inovação nem sempre requer grandes saltos; não se pode confundir com investigação e desenvolvimento. Sobretudo num país como o nosso, a inovação deve ser fundamentalmente incremental e, como tal, está ao alcance da generalidade das empresas, nas suas diversas vertentes: inovação ao nível dos produtos e dos processos; inovação tecnológica e organizacional, inovação também na vertente comercial e no serviço pós venda. Inovação é, acima de tudo, aquilo que o mercado reconhece como tal.

Paralelamente a este tipo mais tradicional de empreendedorismo, estamos a assistir em Portugal a uma evolução positiva no que respeita à criação de empresas de base científica ou tecnológica, essas sim, incorporando inovação radical. Começam já a ser conhecidos casos de *start ups* com gente empreendedora saída da própria Universidade.

Diga-se, a este respeito, que a criação de incubadoras de empresas ligadas a universidades ou institutos politécnicos, e a sua ligação com as associações empresariais, é um excelente sinal de uma atitude mais positiva destas instituições.

Não deixam, contudo, de persistir, neste tipo de empreendedorismo, lacunas a preencher, tanto no que respeita à formação como ao financiamento. O mesmo se passará com outras formas de empreendedorismo, como o que assenta na capacidade criativa, na **criatividade** dos seus promotores e do qual falará, melhor do que eu, a próxima oradora.

No que respeita às necessidades de formação, é necessário colmatar insuficiências que limitam a capacidade do empreendedor de transformar boas ideias em negócios concretos. No empreendedorismo de tipo tradicional estão, muitas vezes, em causa, **faltam**, competências de natureza mais académica, que requerem um mínimo de formação de base em domínios como a economia, tecnologias de informação, logística e marketing.

No empreendedorismo de base científica, a formação académica existe, mas há frequentemente necessidade de formação prática, do pragmatismo e do conhecimento das dificuldades e dos custos de contexto indispensáveis a quem pretende ingressar no mundo das empresas.

A oferta de um e outro tipo de formação terá de ser muito mais bem formatada em função das características dos seus destinatários e das suas necessidades práticas, longe portanto do tradicional modelo puramente curricular.

No que respeita ao financiamento, são bem conhecidas as dificuldades do acesso ao capital necessário à criação de novas empresas, em virtude da escassez de mecanismos de partilha de riscos existentes no sistema financeiro. O crédito bancário, mesmo em épocas de abundância de recursos, tem-se mostrado desadequado a este tipo de iniciativas, dada a falta de capacidade e de experiência dos bancos na análise do risco que lhes está associada. E em períodos de maior escassez de dinheiro, como o que estamos a viver, quando a aversão ao risco é mais generalizada, esta solução está, na prática, vedada.

Já no empreendedorismo de tipo tradicional, é frequente o recurso às poupanças do próprio empreendedor e da sua família. É pois fundamental que o enquadramento fiscal do recurso a capitais próprios para o financiamento da criação de empresas seja favorável. No mínimo, exige-se que não discrimine negativamente, nem a empresa, nem os seus sócios, face ao recurso ao crédito bancário, no primeiro caso, ou a aplicações alternativas das poupanças, para os segundos.

No caso do empreendedorismo de base científica ou tecnológica, é necessário estimular o desenvolvimento dum sistema eficaz de capital de risco, nomeadamente no segmento de *seed-capital*, e adaptado ao financiamento de *start-ups*, precisamente aquele em que o mercado não tem tido capacidade de resposta e em que o Estado não tem sido capaz de colmatar esta lacuna do mercado.

Em ambos os tipos de empreendedorismo, especialmente no segundo, cabe destacar a actividade desenvolvida pelos *Business Angels*, que não se limita a facilitar o financiamento das iniciativas empresariais, mas encerra em si as virtualidades do trabalho em rede, permitindo um acesso mais facilitado aos mercados. Na verdade, os *Business Angels* não são apenas detentores e fornecedores de capital, dispendo também de conhecimentos, experiência, tempo e contactos, revestindo-se este *apport* de recursos e competências várias de importância vital na criação e desenvolvimento de novas empresas. São, por isso, bem-vindos os mecanismos financeiros de estímulo à actividade dos *Business Angels*. Também neste domínio, é necessário proporcionar um enquadramento fiscal adequado, sem retrocessos relativamente às melhorias que foram feitas num passado recente.

Foquei esta intervenção na necessidade de estimular o empreendedorismo, no sentido de criação de novas empresas. No entanto, esta necessidade vai muito para além deste aspecto.

Ela está presente, por exemplo, na transmissão da propriedade das empresas, associada à mudança de geração. Este é um problema comum à generalidade das empresas familiares que frequentemente condiciona a sua capacidade de expansão, quando não a sua própria sobrevivência. Está presente, também, como forma de aproveitar as potencialidades de gestores com experiência profissional e ambição, que poderão assumir o controlo de empresas com capacidade de crescimento e explorar de forma mais adequada o seu potencial, - protagonizando os chamados Management Buy Outs - MBOs.

Finalmente, gostaria de deixar uma última observação: nem todos os empresários são verdadeiros empreendedores, nem todos os empreendedores são, necessariamente, empresários. Há necessidade de empreendedorismo até em algumas das grandes empresas, onde uma das maiores dificuldades é precisamente contrariar a burocracia instalada e fomentar, no seu seio, o espírito empreendedor.

Estas empresas podiam e deviam aproveitar o potencial de desenvolvimento do *intrapreneurship*, criando espaço de oportunidades para o surgimento de novas iniciativas empresariais e uma nova cultura em que o arrojo dos colaboradores não seja um estigma, desafiando, ao invés, os mais inovadores e criativos. Isto implica, naturalmente, percepcionar o valor de iniciativas fora do seu *core business*.

Como ouvi, há tempos, alguém dizer¹, o País não precisa que todos sejam empresários, precisa, sim, que todos sejamos empreendedores.

¹ Prof. Carlos Brito, da FEP, nas Jornadas de Vidago da AEP, de 2006.