

RECORTE DE IMPRENSA 14/2011		Data	12 Ago 2011
Meio	Novo Jornal	Periodicidade	Semanal
Âmbito	Economia, Negócios, empresas	Página	Nº 9
Cor	sim	Área	1 pág
Assunto	Empreendedorismo	Tiragem	

12 Agosto 2011 Novo Jornal 09

Opinião

Gonçalves Pereira*

O empreendedorismo e a sustentabilidade

A PRIMEIRA DIFICULDADE para o empreendedorismo não é de ordem financeira, mas sim a de acreditar na concretização de ideias que se pretendem atingir. É decisivo que o empreendedor selecione um serviço ou produto que conheça bem. Saber negociar com os clientes é um factor crítico para o sucesso da empresa.

Apontamos quatro aspectos essenciais que devem ser trabalhados:

1. Conhecimento do serviço ou produto. É impossível vender bem se não conhecer bem o que vende. Temos de saber todas as capacidades do nosso serviço ou produto e ser proactivos na procura da informação sobre todas as actualizações do nosso produto.

2. Conhecimento da concorrência. Não importante como conhecer a nossa oferta é conhecer ainda melhor a oferta da concorrência, por exemplo, através da internet. Conversar sobre a concorrência sem fundamento não é ético nem útil para o desenvolvimento de empresa. É importante, sim, dotar os serviços ou produtos que lançou no mercado, com diferenciação e vantagens competitivas.

3. Saber resistir. É frequente as empresas pressionadas pelos clientes no preço, passarem a vender mais barato. Se soubermos o que estamos a vender, as vantagens do nosso produto e o que existe no mercado, não há razões para baixar o preço justo, mas para isso temos de saber resistir. Ser firme, consistente, proporcional e profissional, também agrada ao cliente que pretende fornecedores sustentáveis e fiáveis.

4. Conhecimento para além do comercial. Falar com conhecimento para além do comercial é fundamental para dar conforto e confiança a um cliente. Será muito melhor considerado um comercial que domine a oferta tecnicamente, que apenas um comercial de preço. Esta situação é mais acentuada numa pequena e média empresa, porque não pode ter por um lado um comercial e, pelo outro, um consultor técnico para realizarem a mesma venda.

Saber conhecer os clientes e em particular os clientes de referência numa PME - Pequena e Média Empresa é decisivo para a mesma. A grande dúvida de um cliente perante uma empresa recentemente constituída por um ou mais empreendedores, passa pela confiança na solução, manutenção da mesma no médio/longo prazo e todo o risco associado a uma pequena empresa, como a falta de recursos humanos e por vezes suporte organizacional.

Quanto maior o cliente maior a dificuldade para vender-lhe uma solução, dado não transmitir mensagens de confiança e profissionalismo evidenciadas noutros clientes. Assim, é fundamental ter boas referências, porque de certa maneira tranquiliza o potencial cliente quanto à solução que possa vir a adquirir. Para conseguir uma boa referência há que trabalhar muito no envolvimento do cliente e na solução adequada. Estando o cliente envolvido também haverá mais controle e confiança da sua parte, o que facilita o convencimento. Conseguindo este envolvimento pela positiva obtém-se uma primeira referência que pode fazer toda a diferença no arranque do empreendedorismo, de forma mais sustentável.

Actualmente, em Angola, há vários

Conhecimento para além do comercial. Falar com conhecimento para além do comercial é fundamental para dar conforto e confiança a um cliente

Bancos públicos e privados com departamentos especializados no micro-crédito e que têm desenvolvida uma dinâmica sustentada no fomento do empreendedorismo a todos os níveis da actividade comercial, industrial e agrícola, bem como Instituições públicas e privadas, que alavancam a empregabilidade e o desenvolvimento económico e social no país.

Contudo, há muito a fazer no aperfeiçoamento destes mecanismos, designadamente no estudo do mercado, na qualidade dos serviços e produtos, nas redes de distribuição a nível nacional, na formação profissional contínua e na própria formação proporcional do gestor/empreendedor.

Não temos dúvidas que a melhoria e o desenvolvimento das pequenas e médias empresas são decisivos para minimizar as importações de todo o tipo de produtos, designadamente alimentares, serviços de apoio às grandes empresas petrolíferas, diamantíferas, construção civil, etc. Hoje, há, no país, empresas dinâmicas, actualizadas, estruturadas e até com grandes provas de sustentabilidade ao longo de várias décadas.

Citamos, a carácter de exemplo a Nova Sotecma:

A Sotecma foi fundada em 1951. Mais tarde, foram alterados os seus estatutos para Nova Sotecma, no âmbito de um processo de reorganização interna. No início da actividade em 1951, destacou-se pelo fabrico e montagem de equipamentos destinados ao benefício do café, milho, mandioca e dendem. Os famosos grupos comerciais para o café estavam presentes em quase todas as fazendas de Angola. No âmbito da comercialização destacou-se pelas electrobombas e motobombas equipadas com motores diesel e dos produtos SKF.

Hoje em dia, é uma empresa solidamente instalada em Angola, dedicando-se a soluções, entre outras, nas áreas de: - Manutenção Industrial; Bombagem e Abastecimento de Água; Equipamentos de Protecção Individual e Segurança contra-incêndios; Fabrico de moinhos de marteles e Pressas de óleo de palma: As-



sistência Técnica.

Com uma experiência de quase 60 anos acumulada, continua a construir moinhos de marteles para farição de milho e mandioca. Tem instalações próprias, amplas, funcionais e modernas e a sua actividade comercial e industrial cobre todo o país.

Depois de um quadro de pessoal bem preparado, com sólida formação proporcional, em função das respectivas tarefas, baseado numa cultura de formação contínua. Tem em curso um processo de organização pelo Normativo Internacional ISO 9001, que reforçará a organização interna, a formação dos recursos humanos, o valor acrescentado para os clientes e parceiros e que a posicionará como uma das primeiras empresas angolanas com a certificação internacional ISO - International Organization for Standardization.

É, claramente, mais um exemplo de empreendedorismo com história empresarial de sucesso sustentável. Este e outros casos de sucesso surgem muitas vezes da iniciativa de uma ou várias pessoas que, por sua vez, vão expandindo o negócio resultando em empresas de grande dimensão com pólos de actividade em vários países. Nos EJA, por exemplo, um terço das quinze maiores empresas surgiram de ideias de

um ou mais visionários empreendedores, que acreditaram nos produtos ou serviços e tiveram a coragem de não desistir perante os obstáculos, ou seja, foram resilientes.

O empreendedorismo é aplicável a qualquer ramo de actividade, independentemente de se tratar de produtos ou serviços, não esquecendo que deve ter intrínseco o dinamismo, independência, ambição, conhecimento do mercado e respectivas necessidades, ajustando-se a oferta à procura, tendo por base a seriedade, espírito de risco, aceitação de eventual insucesso e procura de soluções alternativas, para além de exigir muito trabalho e persistência.

O empreendedor deve ter uma relação dinâmica e de confiança com os sócios e colaboradores e manter uma relação de confiança e respeito mútuos. Deve dar a conhecer a estratégia, funções e objectivos a atingir, tendo por base a vocação e capacidades de cada um, munido-se, se necessário de Know-how para o efeito. Angola, tratando-se de um país em desenvolvimento terá, certamente, meios humanos e recursos para o empreendedorismo a todos os níveis da actividade, com impacto no desenvolvimento e sustentabilidade da economia.

*Sócio fundador da Sinase (1968) www.sinase.pt