

Empreendedorismo e inovação do ponto de vista universitário e da investigação



Fernando Ribeiro
Departamento de Eletrónica Industrial
Escola de Engenharia
Universidade do Minho
Guimarães

Um país só pode crescer se criar riqueza, e uma das melhores formas será através de uma indústria forte. Mas para ser forte implica uma constante inovação e respetivo investimento. O desenvolvimento de novos produtos implica um longo processo e muito empenho, e para isso poderão ajudar novos membros, dedicados e empreendedores, capazes de criar novos produtos com grande potencial de venda.

MAS O QUE É O EMPREENDEDORISMO/EMPREENDEDOR?

Segundo o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, Empreendedorismo significa:

"Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração."

De acordo com o mesmo dicionário, Empreendedor é:

"Aquele que empreende; que é animoso para empreender; trabalhador; amigo de ganhar a vida (traçando empresas novas)."

Há um conjunto de regras bem definidas (segundo alguns especialistas) que caracterizam o empreendedor, nomeadamente:

Ser um líder

Liderança implica conhecimento, planeamento, capacidade de organização, saber escolher os melhores recursos (colaboradores, equipamento, até os recursos financeiros), cumprir prazos, conseguir convencer as pessoas das suas ideias e objetivos, trabalho em equipa, ser capaz de motivar um conjunto de pessoas.

Conhecer área de intervenção

Adquirir conhecimento (preferencialmente com prática) é fundamental para poder tomar certas decisões na respetiva área. Quem não sabe fazer, dificilmente motiva os outros ou toma as decisões corretas.

Ter iniciativa

Ser criativo, ser dinâmico, ser ousado, não desistir facilmente, arriscar um pouco, ter alguma ambição e acima de tudo acreditar nas suas ideias, são características fundamentais para o sucesso de um empreendedor.

Ser curioso

É necessário fazer pesquisa e desbravar novos caminhos, mas para isso a curiosidade é fundamental, pois é a partir dessa curiosidade que se adquire conhecimento técnico e se abrem novas oportunidades, e estas oportunidades têm de ser procuradas porque não surgem facilmente aos nossos olhos.

Mas apesar de vários cursos existentes sobre empreendedorismo, ele não se adquire por decreto ou por simples frequência de um desses cursos; trata-se de uma característica que funciona muito melhor quando já se nasce com ela. E mesmo que um curso breve nos ensine

a teoria sobre algumas dessas técnicas, elas têm que ser muito cuidadosamente aplicadas, para se obter um mínimo de sucesso.

A criação de novos produtos implica também um trabalho prévio de investigação, quer em termos técnicos/científicos, quer em estudos de mercado para analisar a sua viabilidade. O trabalho de investigação costuma ser bastante longo, pode implicar anos de pesquisa, e é por isso que normalmente as empresas não se dedicam à investigação; quer pelo tempo que demora a obter resultados, quer porque julgam que esse não é o seu objetivo (apesar de eu não concordar), e que para isso existem as universidades/centros de investigação.

E de facto as Universidades, para além de formarem os seus alunos têm como função a investigação. Mas a investigação deve ser cada vez mais aplicada, para que possa gerar a tal riqueza. Por vezes são realizados trabalhos que acabam por ficar numa gaveta esquecidos, quer porque não se vê potencial de gerar riqueza, quer por falta de empreendedorismo dos seus autores, quer por falta de tempo para o realizar.

Difícilmente a mesma pessoa conseguirá realizar todas as etapas de criação de um produto, que passam por idealizar/criar, investigar, desenvolver protótipo, realizar o estudo de mercado, desenvolver o processo de produção, produzir, vender. Pode e deve para isso ter outros colaboradores que entrem no processo, porque para além de terem mais competência, o processo será mais rápido e eficiente.

Há alguns exemplos de empresas Spin-Off de Universidades que conseguem levar as suas ideias a produtos, mas serão poucas (infelizmente) as que o conseguem fazer dentro de um prazo aceitável. Assim, seria aconselhável (e é assim que funciona em países desenvol-

vidos) que a indústria e a academia colaborassem de forma a conseguirem mais facilmente o objetivo que é comum.

As Universidades Portuguesas conseguem atualmente realizar investigação aplicada e com qualidade, gerando protótipos interessantes de potenciais produtos para o mercado nacional e internacional, mas o passo seguinte (produção/comercialização) tem sido difícil de dar, por motivos vários:

- › Por manifesta falta de tempo por parte do investigador;
- › Porque o investigador vê a empresa com um objetivo puramente comercial e com pressa de lançar o produto no mercado para obter lucro, mesmo que o produto ainda tenha eventuais correções a realizar;
- › Porque o financiamento necessário implica que o produto fica praticamente fora do controlo do investigador, o que o leva a não querer aceitar o negócio. Neste caso, mesmo que o investigador acabe por aceitar, pode perder um pouco o estímulo de trabalhar no projeto, porque já não é “dele”.

É preciso ter uma visão empresarial (coisa que os académicos normalmente não têm em abundância), estando essa característica na indústria. Por outro lado é preciso que os empresários apoiem estes projetos, sem querer retirar os investigadores da decisão do futuro do respetivo produto.

Pede-se por isso que a indústria promova a investigação, utilizando os recursos das universidades/centros de investigação (conhecimento, mão de obra especializada, equipamento técnico, e outros) com problemas concretos para serem resolvidos, e que aceitem as soluções académicas como não sendo ape-

nas teóricas. O valor a pagar às Universidades pelo seu trabalho será com certeza economicamente mais viável do que se fosse realizado na própria empresa.

Pede-se também às universidades/centros de investigação, que recebam os problemas da indústria, e se dediquem à resolução destes problemas concretos, facilitando assim o desenvolvimento de novos produtos, dos quais todos saem beneficiados.

Mas acima de tudo não deixemos as ideias ficarem na gaveta. Vamos fomentar o empreendedorismo e apoiar a criatividade, para que gere frutos, mais-valias, e acima de tudo, riqueza para o país. 🇵🇹

Segundo o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, Empreendedorismo significa:

“Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.”

De acordo com o mesmo dicionário, Empreendedor é:

“Aquele que empreende; que é animoso para empreender; trabalhador; amigo de ganhar a vida (traçando empresas novas).”