

Empresas em Portugal enfrentam “um desafio tremendo”



António Costa Silva, Isabel Rocha e Ricardo Paes Mamede encerraram a primeira temporada da “Liga dos Inovadores”



As 44 empresas que passaram pela “Liga dos Inovadores” ao longo do último ano não representam o país, mas são uma boa mostra do muito de extraordinário que está a ser feito em Portugal, dizem António Costa Silva, Isabel Rocha e Ricardo Paes Mamede

António Costa Silva lembra-se da dificuldade, quando estava no Governo, de juntar todas as empresas num só pavilhão Portugal, na Web-Summit. “Cada um queria ir para o seu lado.” O antigo ministro da Economia, que juntamente com Isabel Rocha e Ricardo Paes Mamede integra o grupo de curadores do podcast do Expresso, diz que “o povo português tem impregnado na cultura, na alma, o minifúndio. Pôr-nos a trabalhar uns com os outros é muito difícil” e esta “falta de mentalidade coletiva” trava a inovação, a expansão e a internacionalização das empresas. Não é o único entrave, mas, para já, numa altura

em que a “Liga dos Inovadores” completa a sua primeira temporada, comecemos pelo copo meio cheio.

Ao longo do último ano passaram pelo podcast 44 empresas com histórias de inovação e, para Isabel Rocha, vice-reitora da Universidade Nova de Lisboa, esta “foi uma mostra excepcional. Os casos que por aqui passaram demonstram a capacidade empreendedora das empresas portuguesas”. “Não quer dizer que a economia portuguesa seja tão sofisticada quanto a amostra que nós tivemos aqui”, ressalva Ricardo Paes Mamede, professor do ISCTE, mas os exemplos “permitem-nos dizer *yes we can*: é possível fazer coisas fora de comum, muitas extraordinárias, do ponto de vista da atividade económica produtiva em Portugal”. Para o economista, “um empresário inovador assemelha-se a um artista ou cientista: tem sede de fazer diferente, de fazer coisas que marcam”, e esse é um “*drive* inspirador”.

Outra ilação que sobressai da primeira temporada, diz Ricardo Paes Mamede, é que “falarmos sobre este tipo de atividades empresariais nos ajuda a perceber que precisamos mesmo de dar atenção

às condições que são necessárias para acentuar e acelerar esta transformação que o país está a ter”. Em vez de gastarmos tempo a discutir a legislação do trabalho ou impostos, é discutir política de inovação.

Isabel Rocha guarda ainda duas outras marcas desta temporada. Uma é o facto de mais de metade das empresas que passaram pelo podcast terem contactos

A China está a tornar-se uma potência, também nas tecnologias. Para concorrer, Portugal tem de ser bom em tudo

muito próximos com as universidades: “Os novos produtos, novos processos, novos serviços, vêm desse contacto próximo, seja com a investigação aplicada, seja com estudantes que lá estão a fazer as suas dissertações”, aponta. Outra marca positiva é a forma como várias empresas integraram a responsabilidade social no centro da sua estratégia. “As empresas atuam como núcleos a partir

dos quais se estabelece uma comunidade. Há grandes e médias empresas que conseguem ser âncoras, contribuindo para a formação, a cultura, a própria coesão social.”

A China aqui tão perto

António Costa Silva introduz mais um elemento sobre as empresas que passaram pela “Liga dos Inovadores”: a importância da aposta na comunicação e do marketing. “Ainda há em Portugal muitas empresas que não querem ser expostas ao espaço público, mas, nos dias que correm, espaço público e o ciberespaço são fundamentais. Multiplicam a economia, criam redes de conectividade, não só no país mas no mundo, e isso alavanca o desenvolvimento das empresas”, considera o antigo ministro da Economia. “Se nós olharmos para a Itália e para os Estados Unidos, provavelmente dos países do mundo que melhor marketing e design fazem, eles ainda não criaram o produto e já estão a publicitá-lo. O marketing não deve estar ligado ao produto final, é um processo interativo e que tem que funcionar em múltiplas dimensões”, sublinha.

“

Há grandes e médias empresas que conseguem ser âncoras na comunidade, contribuindo para a formação, a cultura, a própria coesão social. É inspirador

Isabel Rocha
Vice-reitora da Universidade Nova de Lisboa

Um empresário inovador assemelha-se a um artista ou cientista: tem sede de fazer diferente, de fazer coisas que marcam, e esse é um *drive* inspirador

Ricardo Paes Mamede
Professor associado do ISCTE

O povo português tem impregnado na alma o minifúndio: trabalhar uns com os outros é muito difícil, falta uma mentalidade coletiva forte

António Costa Silva
Antigo ministro da Economia

Para o marketing funcionar são, contudo, precisas marcas fortes, e aí Portugal tem ainda um longo caminho a fazer. António Costa Silva dá o exemplo da Feedzai, empresa de Coimbra por cuja plataforma “passam 30% dos processamentos financeiros que há no mundo” e que se tornou já uma marca global — “temos de arrastar outras marcas”, diz. Mas, Ricardo Paes Mamede está cético: “A China está a tornar-se uma potência, não é com base na mão de obra barata, é nas tecnologias.” “A China hoje está a fazer *têxteis* técnicos com mais produções do ponto de vista de patentes e de artigos científicos do que todo o mundo ocidental junto”, pelo que “já não é suficiente sermos bons a inovar tecnologicamente. Nós precisamos ser bons do ponto de vista de custos, do ponto de vista tecnológico, do ponto de vista de marketing, do ponto de vista da organização”. O trabalho é hercúleo, e só se consegue com uma estratégia clara e um plano bem definido. O tema transita para a segunda temporada da “Liga dos Inovadores”, que regressará em maio.

ELISABETE MIRANDA e PEDRO LIMA
emiranda@expresso.imprensa.pt