

EMPREENDEUR

Evento europeu conta com participação de empresas portuguesas

Três empresas portuguesas apresentaram o seu negócio ecoinovador no evento europeu ECOLINK+ que decorreu no Business and Innovation Centre de Málaga, EURONOVA, S.A. Com o apoio da NET – Novas Empresas e Tecnologias, S.A, Business and Innovation Centre do Porto, estas foram as únicas participações portuguesas. A ViGIE Solutions, a Advanced Cyclone Systems e a Green Fiber Tech foram as empresas portuguesas participantes pelas suas características.

Culturgest recebe Fórum Empresarial das Mulheres Portuguesas



A Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (APME) organiza a 4ª edição do Fórum Empresarial das Mulheres Portuguesas. Um evento que decorre no dia 7 de novembro, em Lisboa, na Culturgest. “Empresas e Negócios: Enfrentar a Mudança Soluções e Apoios à Gestão” é o grande tema em debate.

Aluno da UAL ganha prémio Secil Universidades 2010

O prémio Secil Universidades 2010 foi entregue ao aluno João Carmo Simões, da Universidade Autónoma de Lisboa, pela sua proposta urbana de projetos de banhos e piscinas para a zona ribeirinha de Lisboa, cuja orientação ficou a cargo da professora Inês Lobo. Este prémio, promovido pela Secil, com o apoio da Ordem dos Arquitetos, foi criado com o objetivo de incentivar a qualidade do trabalho académico e dos jovens profissionais formados nas escolas nacionais de arquitetura e de engenharia civil.

RESPONSÁVEL DA JOSÉ GOURMET ADIANTA

“Temos produtos de todo o país e damos preferência a produtores mais pequenos”

Normalmente só valorizamos o que temos quando o perdemos. Foi isto que aconteceu com Adriano Ribeiro, piloto de aviões que por algum tempo viveu fora do país. Nessa altura sentiu falta de alguns produtos tipicamente portugueses. Esta necessidade e a consciência que alguns produtos tradicionais de outros países tinham um mercado atrativo deram substância a uma ideia que já há algum tempo andava a germinar na cabeça de Adriano – criar uma gama de produtos típicos de qualidade com uma imagem moderna e apelativa. Nasce assim a José Gourmet em meados de 2008.

MÓNICA MONTEIRO
empreendedor@vidaeconomica.pt

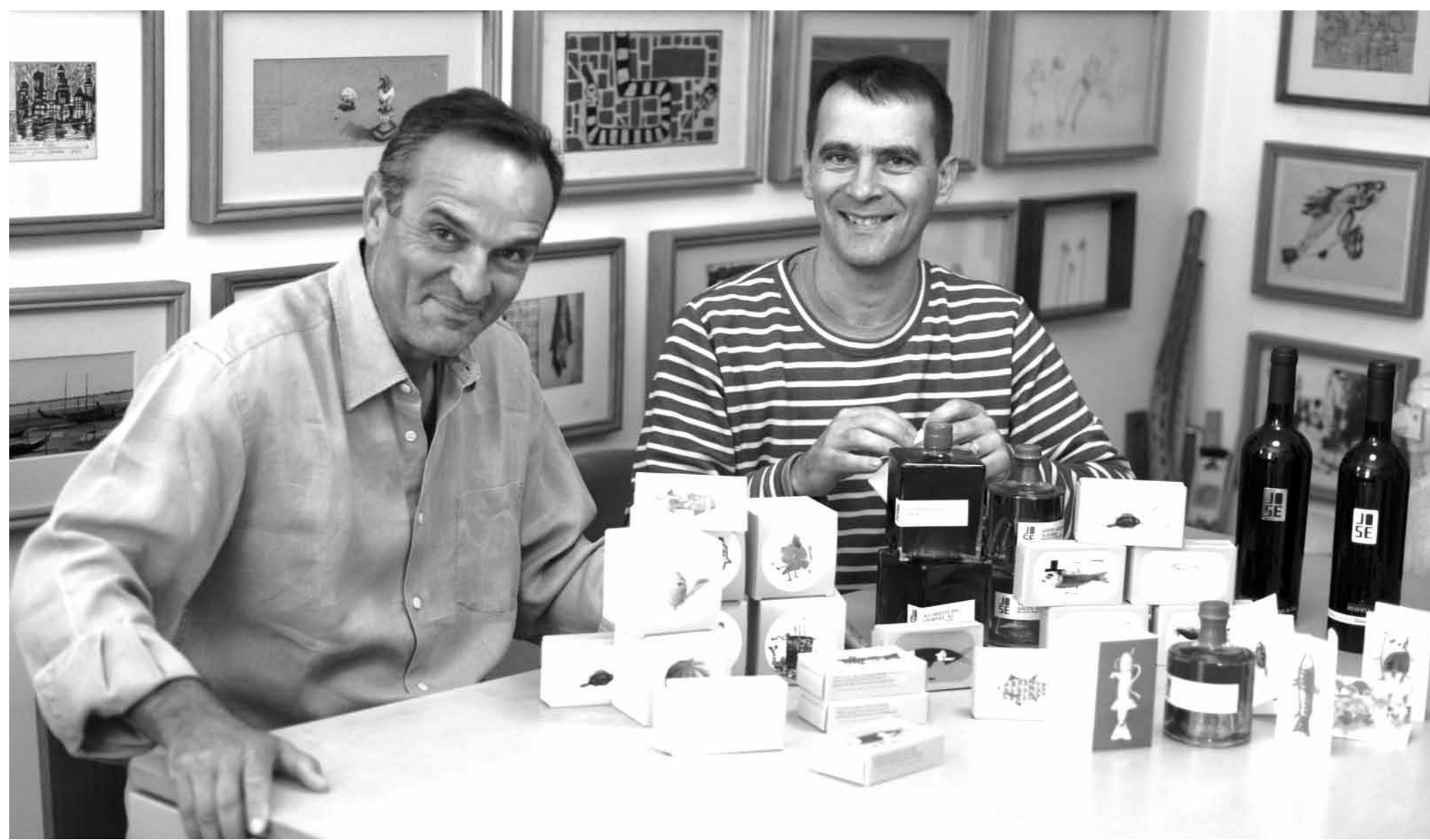
O arranque desta aventura aconteceu com um produto de Azeitão porque havia um amigo produtor. A mais recente aposta desta empresa foi nas conservas portuguesas. ARTE foi o nome escolhido para a coleção de latas de conservas de formato tradicional mas com uma imagem contemporânea.

O ilustrador Gémeo Luís, que desde o início tem colaborado com Adriano Ribeiro no desenvolvimento da imagem dos produtos, desafiou 11 colegas a reinventar a imagem das latas de conserva. Ao designer residente associaram-se André Letria, Marta Madureira, Cristina Valadas, Teresa Lima, Madalena Matoso. Juntos decoraram as «velhinhas» latas de conserva transformando-as em produtos do século XXI.

Mas a este projeto juntou-se também o Chef Luis Baena que preparou receitas, para adultos e crianças, que acompanham as conservas, revelando métodos de utilização das sardinhas, lulas, atum em conserva. «O Chef Luis Baena tem conhecimentos alargados sobre este setor», comenta Pedro, filho de Adriano e que é atualmente o responsável pela empresa, uma vez que Adriano mantém a sua profissão de aviador.

Mas esta reinvenção dos produtos nacionais, não se limita aos queijos ou às conservas. Também as garrafas de azeite, vinagres e licores são empilháveis. Com o fundo oco, encaixam umas sobre as outras através dos gargalos. «Acho que é importante mostrar que com alguma inovação é possível fazer coisas diferentes como que é português», reflete Pedro Ribeiro.

A atividade da empresa concentra-se única e exclusivamente ao desenvolvimento da embalagem e imagem dos produtos e a comercialização dos mesmos. O sucesso



“O mercado preferencial é mesmo o mercado externo onde está a saudade do que é português e também o maior poder de compra”, afirma Adriano Ribeiro, mentor da empresa José Gourmet.

“Dentro da José Gourmet estamos a desenvolver novos produtos e alargar a rede de vendas”

Vida Económica - Que projetos tem a José Gourmet para o futuro?

Adriano Ribeiro - Dentro da José Gourmet estamos a desenvolver novos produtos e alargar a rede de vendas. Começamos a exportar este ano e já estamos presentes em oito países. Vamos internacionalizar ainda mais. Vender até à exaustão e ter uma trading de produtos de Portugal é o nosso objetivo. Vender em hotéis de uma forma inovadora desenvolvendo conceitos de venda integrados.

Fora da José Gourmet vamos participar em novos projetos no desenvolvimento de novos negócios na área do merchandising e design e de Portugal aproveitando as enormes oportunidades de termos um ADN próprio há 500 anos. Em breve, vamos participar num novo negócio original de

grande potencial. À semelhança do que fizemos com as conservas pretendemos desenvolver estratégias blue ocean para outros setores de atividade. Sabonetes, lápis, cortiça, mobiliário, joalharia são exemplos de áreas onde poderemos estar no futuro como consultores e promotores.

VE - De que forma a situação de crise profunda que vivemos atualmente no nosso país de atinge o vosso projeto e os vossos planos para o futuro?

AR - Mantemos a crise fora do pensamento. Estamos a triplicar vendas e com crescimento exponencial. Estamos no sitio certo à hora certa. Comprar Portugal, qualidade, produtos artesanais, comércio justo, generosidade, design, inovação, não vivermos de subsídios nem os procurámos,

são conceitos nossos desde sempre e agora valorizados. O mundo não vai voltar à idade da pedra. Vemos oportunidade de reinventar e criar valor em muitos negócios. É nisso que concentramos a nossa energia.

VE - Que conselhos daria aos que agora são obrigados a empreender para poder ultrapassar esta situação que vivemos?

AR - Empreender é stressante e gratificante. Muitos empreendedores ‘forçados’ vão ser muito felizes no futuro. Viajar, ganhar mundo, observar, estudar, trabalhar muito, envolver novas pessoas (ganhar escala) são algumas das coisas que praticamos, recomendamos aos nossos filhos e poderíamos recomendar a todos.

deste negócio está em primeiro lugar na qualidade dos produtos e na relação estabelecida com os diferentes produtores. «Temos produtos de todo o país e damos preferência a produtores mais pequenos», diz Pedro Ribeiro. «Por exemplo nos vinhos trabalhamos com produtores com baixa produção, que têm dez a 20 mil garrafas por ano. Assim temos um produto quase exclusivo», acrescenta o empresário.

Esta é uma parceira vantajosa para ambos, pois garante qualidade e exclusividade à marca, mas permite também que os produtores consigam colocar os seus produtos em novos mercados onde de outra forma não seria possível.

A estreita relação entre a José Gourmet e os seus fornecedores/parceiros também se dá ao nível do desenvolvimento de novos produtos permitindo também aos próprios fornecedores a utilização deste know-how nas suas marcas próprias.

Os produtos José Gourmet estão presentes em mercearias finas de todo o país, onde a qualidade e originalidade é um fator distintivo. “Preocupamo-nos em ter o melhor. Mesmo que as margens de lucro ainda sejam pequenas. Seguimos a política do fair trade [comércio justo]”, afirma Adriano Ribeiro. Acrescentando que o mercado preferencial é mesmo o mercado externo onde está a saudade do que é português e também o maior poder de compra. Neste momento já estão na República Checa e no Luxemburgo. Sob a designação “Take away Portugal” são exportados queijos, azeites, vinagres, vinhos, licores, conservas, compotas e outros. “Queremos dentro da marca Take away Portugal criar take away açores, take away dourado. Enfim para aplicar a marca às diferentes regiões e dentro dela incluir todos os produtos de cada região» afirma Pedro.

[HTTP://VE-EMPRESARIO.BLOGSPOT.COM/](http://ve-empresario.blogspot.com/)

Empreender à 5ª debateu o empreendedorismo na infância



A educadora da Caminhar, Sara Cardoso, e o professor João Rocha Alves, mostraram a importância de educar para o risco.

“Os portugueses são criativos, têm é dificuldade em colocar essas ideias em prática”, afirmou o professor da Escola de Negócios Eudem, Joao Cesar Rocha Alves, no último Empreender à 5ª, que teve como tema “Empreendedorismo – Ensinar Empreender”. Aliás como relembra o convidado, o ecobarómetro sobre o empreendedorismo diz-nos que 62% dos portugueses teriam preferência por ter o seu próprio negócio se pudessem optar. Em 2009, esta percentagem passou para 71%. Contudo comparando estes números com a média europeia, o nosso país encontra-se abaixo.

O professor define empreendedorismo como “a capacidade que cada um tem de levar a cabo uma ideia e transformá-la em negócio”. Contudo Rocha Alves adianta que o estímulo que se dá aos alunos do ensino básico e secundário é quase ZERO. “Urge uma criação de cultura que potencie predisposição para o risco, inovação e autonomia para iniciarem os seus próprios projetos”, refere. Acrescentando que o facto de os portugueses se contentarem com pouco reprime a sua capacidade iniciativa.

O orador quebrou ainda três dos mitos mais comuns: Os empreendedores são natos, nascem para o sucesso; os empreendedores são “jogadores” que assumem riscos altíssimos e que são “lobos solitários” e não conseguem trabalhar em equipa.

“Enquanto a maioria dos empreendedores nasce com um certo nível de inteligência, empreendedores de sucesso acumulam relevantes habilidades, experiências e contatos com o passar dos anos”, adianta o docente. Além disso,

evitam riscos desnecessários e são ótimos líderes.

Durante o encontro, foi dado a conhecer o caso de sucesso do jardim de infância Caminhar, uma empresa familiar que nasceu há três anos através do sonho de duas irmãs. Com formação superior em Educação de Infância, e com o apoio incondicional dos seus pais decidiram criar um projeto que respondesse aos desafios de uma sociedade moderna e cada vez mais exigente.

Preparado para receber crianças desde os quatro meses até aos seis anos de idade, o Caminhar encontra-se atualmente completo, existindo já uma lista de espera. As instalações primam pela qualidade, pela estética mas, acima de tudo, privilegiam a segurança das cerca de 80 crianças que diariamente animam o dia destas duas empresárias e da sua equipa de colaboradores.

Mas a preocupação por estarem a participar na formação da próxima geração de cidadãos e conscientes da importância do respeito pela liberdade e valores dos outros levou à criação de dois clubes que contam com membros muito ativos. O Clube da Pegada Verde, destinado às crianças mais velhas e que se dedica a trabalhar as temáticas ambientais. O Clube dos Pequenos Filósofos, aberto à participação das crianças a partir dos três anos, tem como principal preocupação levar as crianças a entenderem que tem que respeitar os outros e as diferentes opiniões.

Como referiu a educadora Sara Cardoso durante o debate, a creche tenta “encontrar o melhor de casa um, vindo na criança um ser capaz, com ideias, opiniões e necessidades”. Daí que o Caminhar defenda “a aprendizagem pela ação”.