

## Empreendedores

# Gerir um negócio

## em tempo de crise

A época é de crise, mas isso não significa que as ideias de novos negócios tenham desaparecido. Há quem as tenha e as esteja a pôr em prática nesta fase, mantendo a persistência e o optimismo. Mas valerá a pena arriscar ou o melhor é esperar?

BLANDINA COSTA

■■■■ A palavra crise colocou-se aos negócios e alastrou a todos os sectores. Não há dia em que não se ouça notícias de que mais empresas reduziram abruptamente os lucros ou que os resultados tenham entrado no vermelho, anunciando mais despedimentos e mais reestruturações. Que fazer, então, quando se tem uma ideia de negócio ou quando se está já na fase de lançamento de uma empresa? Deve-se esperar ou arriscar?

Pedro Carradinha criou a Ortik no final de 2007. Ainda não tem os seus produtos à venda no mercado mas, segundo as suas previsões, em Março já poderão ser comprados na Internet ou estarão nas mãos de lojistas e distribuidores. Anda a trabalhar para isso. Há poucas semanas esteve na maior feira de Inverno da Europa, na Alemanha, dias depois de ter chegado

de outra feira nos Estados Unidos, onde os produtos fizeram um grande sucesso. E qual é o segredo da Ortik?

Começou por ser um produto que ganhou o nome de "Heat.it", um objecto que permite proteger e concentrar o calor de uma chama, próprio para quem faz alpinismo. Pedro Carradinha é alpinista, detectou uma necessidade e pôs mãos à obra, juntamente com aquele que viria a ser um dos seus sócios, Nuno Monge. Analisaram o mercado, contabilizaram o universo de pessoas que, em todo o mundo, praticam alpinismo e fazem actividades de "outdoor", como "trekking", escalada ou "hiking" e prepararam um conjunto de produtos para o mesmo sector, que estão a ser fabricados na China.

Desistir é palavra que não faz parte do vocabulário de Pedro Car-

radinha. "Não há que ter medo de arriscar, há que ter medo de estar parado", diz o empreendedor que chegou à Gesventure, uma empresa especializada em angariação de capital, com um protótipo do "Heat.it" numa mão e uma pasta na outra. Do outro lado, estava Francisco Banha, líder executivo da empresa, que ajudou a estruturar a ideia, a transformá-la num negócio e a obter o acesso ao capital de risco. Ele próprio acabou por entrar na sociedade como "business angel" e espera ganhar dinheiro com esta aposta.

"Os investidores continuam a ter dinheiro", diz Francisco Banha. "Não é pela crise que se investe mais ou menos, investe-se porque se acredita nos empreendedores na sua capacidade para satisfazer uma necessidade." Quanto a si, garante que está sempre pronto para ouvir boas ideias e apostar nelas.

Já José Carlos Albuquerque, "business angel" do Porto, que também tem dinheiro aplicado na Ortik, é mais cauteloso quanto ao impacto da crise. "Afecta todos os comportamentos", diz. Os investidores continuam a procurar "oportunidades especiais", mas "há mais precaução e atenção". "Acautela-se mais o risco e gasta-se menos dinheiro, porque se pensa que pode surgir um problema complicado no futuro", justifica José Carlos Albuquerque, membro da Invicta Angels, uma associação de "business angels" do Porto.

### Para onde estão a olhar os investidores?

As áreas que, nesta altura, merecem uma atenção especial por par-

continua

Nuno Monge, 32 anos. A empresa que lançou teve origem na prática do alpinismo.



## Ortik A subir montanhas

O alpinista João Garcia já testou o equipamento da Ortik, uma "start up" portuguesa que nasceu precisamente porque um dos seus fundadores é alpinista. Nas várias expedições que fazia, Pedro Carradinha, agora com 33 anos, enfrentava sempre uma dificuldade: conseguir acender uma chama e manter o calor não só para aquecer comida, mas também para conseguir fundir água para beber. A ideia que começou por ser uma forma de facilitar a sua vida nas expedições, transformou-se num negócio. Nos laboratórios da Universidade Lusófona, onde conheceu Nuno Monge, aquele que viria a ser seu sócio, desenvolveu vários protótipos. E foi com um desses protótipos que chegou à Gesventure, empresa que o ajudou a construir um plano de negócio e a arranjar o financiamento necessário para que a ideia passasse do papel à prática. A Inovacapital e vários

"business angels" acabaram por entrar no capital da empresa e, actualmente, está a ser fabricado na China não só o "Heat.it", o produto que levou à criação da empresa, mas também tendas e colchões para alpinismo, tudo com materiais e "design" inovadores. Neste momento têm quatro pessoas a trabalhar na empresa e querem manter a equipa pequena. Vão trabalhar, sobretudo, para exportação e lamentam que em Portugal não tenham encontrado ninguém com abertura para fabricar os seus produtos. "Os industriais portugueses só encontram dificuldades. Ninguém nos disse: vamos tentar." Um dos projectos que têm em mãos é a optimização dos "kits" de emergência entregues pela Protecção Civil em situações de catástrofe e está em andamento uma parceria com a Campingaz.