

Empresários por um dia

São estudantes e não têm idade para ser empresários, mas ideias não lhes faltam. Durante um dia, 300 alunos fizeram-se empreendedores e transformaram Cascais num 'viveiro' de iniciativa

TEXTO DE CÁTIA MATEUS

O que têm em comum Jasmine Lawrence (de 15 anos), Spencer Whale (de 14) e Nathan Vanderloo (de 14 anos)? Todos são empresários. Sim, leu bem. Estes adolescentes americanos lideram a partir do seu país negócios de sucesso na área da cosmética, fabrico de suportes para transporte de soluções intra-venosas para crianças, em situação de internamento ou diversão. Uma realidade que permite traçar o perfil de um país onde o empreendedorismo é apresentado como uma questão de atitude e fomentado pelo próprio sistema educativo desde tenra idade. Em Portugal, a lei não permite que um adolescente crie a sua própria empresa ou lidere um negócio. Mas nem por isso faltam ideias aos jovens lusos. Os 300 alunos das várias escolas secundárias de Cascais que na passada semana invadiram as ruas do concelho, comprovam-no. Foram empresários por um dia e colocaram em prática os negócios que criaram nas aulas de empreendedorismo. O saldo foi, na generalidade das 'empresas', positivo. Senão pelo lucro, certamente pela experiência.

Consciente de que a atitude é tão importante no mercado de trabalho como um bom currículo, a Câmara Municipal de Cascais, através da sua Agência DNA, aceitou sem reticências o desafio lançado pela empresa GesEntrepreneur — Empreendedorismo Sustentável e deu forma ao projecto Escolas Empreendedoras. O objectivo da edilidade e do seu parceiro é criar em Cascais um ecossistema empreendedor que possa ensinar, na prática, aos jovens estudantes do concelho o que é ser empreendedor e como se constrói um negócio, mas acima de tudo, promover uma mudança de atitude perante a vida. Uma experiência que abarca 50 professores e cerca de 300 alunos do 10.º, 11.º e 12.º anos das várias escolas do concelho.

Ainda que o exercício de empreender seja, nestes casos, apenas fictício, já que as empresas projectadas não têm hipótese de criação prática, por defeito de idade, este entrave não limitou a criatividade dos alunos que surpreenderam a comunidade local com negócios à escala de muitos adultos. Tudo foi pensado ao pormenor pelos estudantes do Colégio Marista de Carcavelos, que o Expresso acompanhou nesta incursão empreendedora. O desafio era colocar em prática os conhecimentos empresariais adquiridos durante as aulas de empreendedorismo de 90 minutos. Com um investimento inicial máximo de cinco euros por cada elemento do grupo, os estudantes criaram negócios



"Tiro ao alvo em figuras públicas" foi a proposta de um dos grupos participantes, para aliviar o stresse

que se revelaram, em alguns casos, bastante rentáveis.

Cascais foi um verdadeiro viveiro empreendedor com os mais diversos negócios. Desde a tradicional venda de produtos alimentares à limpeza de quintais, passando pela lavagem de carros ou pela comercialização de artigos de artesanato fabricados pelos próprios alunos, a oferta foi variada. Alguns projectos obtiveram maior sucesso e houve mesmo equipas que aproveitaram a conjuntura política actual ou a época natalícia com grande mestria.

Gonçalo Pereira, Bernardo Azevedo, Francisco Banha e André Sarmiento fizeram sucesso com o seu negócio "Tire uma foto com o Pai Natal". A equipa munuiu-se de um computador portátil, uma impressora e uma mesa que serviu de bancada improvisada e colocou-se no meio da rua numa zona movimentada de Carcavelos oferecendo fotos com o Pai Natal (um dos elementos do grupo, devidamente trajado) ao preço de um euro. Aliando-se às potencialidades da Net, o grupo oferecia também como alternativa o envio por «e-mail», ao preço de 50 cêntimos. Para o grupo este foi um desafio ganho. "Mais do que o lucro, a experiência que tivemos e o contacto com o público foram importantes e uma boa base para, possivelmente, en-

cararmos a vida empresarial como uma alternativa".

Menos felizes com o sucesso do seu negócio estiveram os líderes da empresa 'Limpa Folhinhas', Ana Gomes, Maria Gomes e Carlos Monteiro. A equipa propunha-se limpar os quintais das moradias da zona, mas "apanhámos pouca gente em casa e não tivemos o cuidado de fazer um contacto antes ou divulgar o nosso serviço". A equipa considera que falhou no plano de «marketing» e embora não tenha desanimado com este fracasso inicial, considera que "é um bom começo para percebermos que o nosso projecto tem arestas a limar". Ainda assim, acreditam na utilidade do seu serviço e acham que com a correcta divulgação, o sucesso é garantido.

Para aliviar o stresse, Francisco Henriques, Carlota Seladas e João Pires propuseram um exercício de "Tiro ao Alvo a Figuras Públicas". A ideia para o negócio surgiu a partir da constatação de que "as pessoas estão descontentes e não o manifestam". O negócio valeu apenas dez euros pois "pouca gente parava para atirar setas às figuras públicas que seleccionamos", lamentam.

E mesmo nos negócios mais tradicionais como o comércio alimentar os alunos demonstraram criatividade e diferenciação. Diogo Açafrão, Luís Santos

e Yassir Khalid, venderam na Feira de Carcavelos bolos americanos. Para cativar clientes utilizaram uma máscara do presidente Bush. A sua empresa lucrou 14 euros que dividiram com uma banda que actuava no local para angariar dinheiro. Isto porque asseguram, "um negócio tem de ser socialmente responsável". Graças à iniciativa destes alunos foi ainda possível sair da Feira de Carcavelos com os prendas de Natal já devidamente embrulhadas ou tomar um pequeno-almoço com direito a leitura do horóscopo.

Glória Reyno, uma das professoras que acompanha os alunos neste projecto "o balanço desta iniciativa é bastante positivo e materializa a ideia de que a melhor forma de aprender é fazendo". Através deste modelo de aprendizagem, seguido pela CGI Internacional, pelo qual os professores também passaram, "os alunos perceberam que fazer um negócio no papel é muito giro e muito fácil, mas no terreno é tudo diferente e as ideias mais elaboradas nem sempre são as mais lucrativas". A professora não tem dúvidas de que o principal contributo desta iniciativa para a vida dos estudantes é em termos de atitude e posicionamento perante a vida, já que "aqui aprendem a gerir conflitos de grupo, fazer opções e ter iniciativa".

Uma ideia partilhada por Miguel Gonçalves, «managing director» da GesEntrepreneur. Para o responsável "ainda que cá as barreiras legais não permitam a um adolescente ter o seu próprio negócio, o fomento da atitude empreendedora é um exercício essencial que deve ser feito cada vez mais cedo e de forma sustentada pelo sistema de ensino". Miguel Gonçalves salienta que este projecto, que se iniciou na Madeira, teve como primeiro parceiro no continente a Câmara de Cascais mas "a ideia agora é ir abrangendo cada vez mais escolas e zonas do país".

Há um interesse crescente dos professores e alunos por esta temática, garante Miguel. De tal forma que a GesEntrepreneur prepara já para as próximas férias da Páscoa um Campo de Férias Empreendedor para os alunos possam aprofundar os seus conhecimentos e debater ideias. O passo seguinte, ainda que o considere embrionário, é "trabalhar rumo à criação de um banco de ideias onde o adolescente possa patentear a sua ideia e receber direitos de autor pela sua utilização". Um projecto que pode ser o princípio da inversão de uma mentalidade onde o fracasso ainda não é visto com uma perspectiva pedagógica e onde é urgente encarar o empreendedorismo como uma questão de atitude.