

Veículo: O País

Secção: Sociedade

Jornalista: Redacção

Pág: 12

Assunto: Corporativo - Fidelidade

Data: 14/05/2018

O País

Quinta edição do MozTech encerra com garantias de continuidade em 2019

Texto: António Frades
Fotos: Roberto Paquete

O director executivo da maior feira de tecnologias de Moçambique - MozTech, Enoque Jerónimo, garantiu que em 2019 será realizada mais uma edição do evento. Falando no encerramento da quinta edição da MozTech, Jerónimo aproveitou a oportunidade para agradecer o apoio concedido por diferentes entidades.

" Vim para dizer 'khanimambo'. Esta audiência faz-nos acreditar que vale a pena apostar neste projecto que lançámos há cinco anos. O projecto continua graças a todos aqueles que desde a primeira hora acreditaram nele. Nós continuaremos a fazer o melhor, continuaremos a inovar, para que o projecto possa continuar. Agradecer ao Governo, a todos os parceiros, que num ano muito complexo como este disseram sim, MozTech tem de acontecer. Agradecer em especial à MCNet, que apostou como parceiro estratégico do projecto; agradecer à CTA, que apostou como parceiro institucional do projecto; agradecer à Fidelidade, ao Millennium bim, ao INCM, ao Barclays Bank, à Novabase, Standard Bank, Oracle, Tv Cabo, Internet Solutions e a todas as empresas que de uma forma directa ou indirecta apoiaram a MozTech. MozTech continua, próximo ano há mais", disse, para depois acrescentar que "a partir de segunda-feira (hoje),



Primeiro painel do último dia da Conferência MozTech

todos aqueles que quiserem participar na edição de 2019 podem contactar-nos. Caso contrário, nós iremos contactá-los".

Antes, o radior principal do painel, Bruno Santos, director do departamento Omnicl da empresa portuguesa Fidelidade, e o seu colega Carlos Leitão, director-geral da Fidelidade em Moçambique, não esconderam a sua fidelidade às tecnologias. Santos, que começou a sua intervenção mostrando o impacto das tecnologias na empresa onde é director, disse que a experiência da Fidelidade é exemplo de que as tecnologias

podem ser capitalizadas para colocar várias pessoas, empresas e organizações a interagirem entre si, com o objectivo de desenvolver projectos, formando um ambiente de aprendizagem e criação inovadora.

Tendo em conta a plateia, composta sobretudo por jovens que buscavam experiências para os seus negócios, Santos alertou para a necessidade de os empreendedores serem mais atrevidos e procurarem descobrir novos produtos para vender, aliando isso às tecnologias que o mundo oferece. Carlos Leitão reforçou a ideia di-

zendo que as novas startups devem sempre procurar o que ainda é pouco explorado, capitalizar isso e desafiar o mercado. Aliás, para Leitão, os empreendedores devem sempre procurar solucionar problemas e não se apegarem à alegada falta de financiamento. De acordo com Leitão, é altura de os jovens começarem a apostar em empreender nas zonas rurais ou em locais pouco ou não explorados.

Porque o espaço era de troca de experiências, dois empreendedores tiveram oportunidade de fazer parte do painel principal. Trata-

se do português Jean Lucas e da moçambicana Gércia Sequeira, directora-geral da ITIS, empresa vocacionada ao desenvolvimento de softwares. Apesar de viverem em contextos diferentes, os empreendedores defenderam que, no mundo de negócios, é preciso identificar-se com uma causa, ter persistência e perceber a dinâmica no mundo, com destaque para as tecnologias.

Já os espectadores, maioritariamente jovens empreendedores, além de colocarem várias questões sobre como prosperar nos negócios, queixaram-se de pouca abertura ao financiamento das startups no mercado nacional.

STARTUP?

Diz-se que qualquer pequena empresa em seu período inicial pode ser considerada uma startup. Mas há quem defenda que startup é uma empresa com custos de manutenção muito baixos, que consegue crescer rapidamente e gerar lucros maiores. Entretanto, há uma definição mais actual: uma startup é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza, segundo a revista Exame.



Bruno Santos
Dir./Omnicl Fidelidade

"Eu penso que o principal desafio é mesmo encontrar um problema para resolver. É fundamental neste processo de desenvolvimento de negócios no ecossistema da startup consultar o mercado e interagir com outras empresas ou instituições, de modo a perceber as suas preocupações e, por conseguinte, procurar encontrar soluções para as suas necessidades. A interacção com outros intervenientes do mercado é um elemento indispensável, mas actualmente é preciso associar ao uso das tecnologias."



Carlos Leitão
Dir./Fidelidade Moçambique

"Nós como Fidelidade sempre procuramos pensar sobre o que podemos portar de valor face ao mercado actual. A nossa ideia sempre foi reflectir sobre o que não existe ainda e o que nós podemos trazer para sermos diferentes no mercado. E, com isso, sempre procuramos respostas para corresponder às necessidades do cliente. Eu penso que as startups nacionais podem ter ideias, mas é preciso desafiar o mercado. É importante ainda abraçar novos desafios e novas ideias, evitando ideias preconcebidas."



António Pinto
Dir. IT/Fidelidade Angola

"Temos que começar por criar um problema, para depois procurar uma solução em termos de negócio. É preciso procurar perceber qual é o trabalho que deve ser feito e em que devemos investir. Depois de encontrar respostas a estas questões, aí temos um ponto de partida. Se os empreendedores pensarem numa forma de trazer tecnologias às pessoas, proporcionando serviços inovadores que agregam valor para as comunidades, isso pode avançar as startups. Mas, para isso, é preciso ser mais ousado com persistência."



Gércia Sequeira
Directora-geral da ITIS

"Temos todos - operadores das TIC e pessoas interessadas em negócios - que começar a criar mercados novos. A juventude precisa de perceber que Moçambique não é só Maputo. Neste sentido, precisa de ir a outras zonas não exploradas. Precisamos de reflectir sempre sobre como alcançar outros mercados e como devemos fazer as pessoas gostarem dos nossos serviços. Se conseguirmos transformar a mente de alguns, de modo aderirem aos nossos serviços e produtos, é sinal de que podemos transformar o mercado até certo ponto."



J. Pereira
Empreendedor português

"Tudo tem a ver com gestão de expectativas, nós procuramos sempre reinventar. Sempre procuramos aproveitar os grandes eventos para vender os nossos produtos, mas antes mostramos até que ponto podemos ser a solução dos problemas dos clientes. Por isso, não vamos directamente à porta do cliente e das grandes empresas. E, para manter esses clientes, tratamos de criar sempre serviços inovadores. Mas, para isso, é preciso assumir novos desafios e arriscar no pensamento, de modo a trazer coisas que se ca-lhar o mercado ainda não tem."