

Na era da empresa portátil

Reportagem de capa da Revista PEGN/ MAR 2001

Patrão e o empregado: cada vez mais profissionais partem para o empreendimento individual. O capital é seu know-how. Computadores, celulares e terceirização são as ferramentas

por Cláudia Bergamasco e Ana Cecília Americano

Marina Pontual, Antônio Carlos Pasqualini, Ana Cristina Léis e Edison Simão são profissionais que têm algo em comum: empresas portáteis. Eles são empreendedores autônomos, trabalham sozinhos em áreas diversas e assumem simultaneamente o papel de patrões e empregados, com o apoio das duas mais poderosas ferramentas de negócios do novo milênio: capital intelectual e tecnologia. Aparatos como celulares, computadores (de mesa e portáteis), Internet, e-mail, fax, secretária eletrônica, serviços inteligentes de telefonia, além de escritórios virtuais que oferecem verdadeiros arsenais de serviços empresariais, permitem que esses empresários carreguem a empresa quase que literalmente no bolso. Parceiros terceirizados, criteriosamente selecionados, completam o trabalho que eles não conseguem fazer sozinhos.

Esse modelo de empresa individual, também chamado de auto-emprego, vem sendo adotado em todo o mundo por uma crescente legião de empreendedores e resulta em prósperos negócios nos mais diferentes ramos. É fruto do casamento entre avançadas tecnologias de informação (que reúnem informática e telecomunicações) e as grandes mudanças no mercado de trabalho, as quais reduziram significativamente a oferta de empregos formais.

Estudo realizado em julho de 2000 pelo instituto norte-americano Gartner aponta essas transformações e divide o modelo de trabalho em quatro grandes eras: a dos escritórios na base industrial nos anos 50; a dos escritórios informatizados nos anos 80; a da migração do sistema centrado no espaço físico para outro centrado em redes de computadores, nos anos 90, e a época das empresas virtuais nos anos 2000, com o teletrabalho ocupando a cena.

Domínio do saber — "A produção e o trabalho vêm sendo rapidamente descentralizados no mundo inteiro", explica o professor José Pastore, especializado em sociologia do trabalho. "Isso é facilitado pelas novas tecnologias. Nos últimos 20 anos, as máquinas ficaram muito baratas e bastante inteligentes". No passado, lembra Pastore, ser moderno era sinônimo de ser grande. "Hoje, a modernidade tem pouco a ver com o tamanho. Tem a ver com o domínio dos conhecimentos." Portanto, o desafio dos empreendedores hoje é a inteligência.

Inteligência é o capital desses novos empreendedores. Know-how é seu produto e seu negócio. Além de muita iniciativa e capacidade de correr riscos, eles precisam ter grande qualificação na área em que atuam, seja ela a consultoria especializada em Internet ou a prestação de serviços básicos, como reforma de telhados. "A carreira desse tipo de empresário depende de criatividade, automotivação, autoconfiança, coerência, poder de liderança, uma boa rede de contatos, uma grande capacidade de viver com renda oscilante e muita disciplina", resume Fernando Lohmann, vice-presidente e sócio da Korn Ferry International, empresa de seleção e recolocação de executivos (leia o quadro "Desafios do vôo solo").



Ana Cristina Léis, da Posithiva: terceirização de tarefas que não são sua especialidade.

Eternos alunos¹ — De modo geral, esses empreendedores têm noções de marketing, administração e finanças, sabem pensar estrategicamente o negócio, conhecem bem o mercado em que atuam e sabem tirar o melhor partido da informática e das telecomunicações. Grande parte deles possui formação universitária e praticamente todos se voltam para a prestação de serviços. Muitos atuam em consultoria, mas, segundo Loris Temer, sócia-diretora da Trevisan Recursos Humanos, há oportunidades nos mais diferentes campos. De turismo a telecomunicações, e também para corretores de imóveis ou cabeleireiros e professores de idiomas que atendem em domicílio. "Não podemos abrir mão do conhecimento. É preciso aprimorar sempre", diz Ana Cristina Léis, perita em treinamento de profissionais de venda e atendimento na área de call center. "Nesse tipo de trabalho, a exigência é cada vez maior e há necessidade de uma formação multidisciplinar", afirma Antônio Carlos Pasqualini, consultor de qualidade industrial e ambiental, que pensa em incrementar a sua formação com um MBA em gestão executiva internacional.

Formado em tecnologia mecânica, biologia e administração de empresas, pós-graduado em marketing e ciências ambientais, com especialização em processamento de materiais por laser na Suíça e em Portugal, Pasqualini largou, há 12 anos, uma sólida carreira como consultor de qualidade, construída por passagens em empresas de grande porte, para abrir a BRQC Desenvolvimento Empresarial, voltada para a implantação de sistemas de obtenção das certificações das séries ISO 9000 e 14000. Mais do que melhorar seu salário, ele buscava a liberdade de ação que não encontrou como empregado. "É uma atividade muito rica em contatos e permite uma renovação constante", garante.

Pasqualini usa inúmeras vezes por dia o telefone celular e o e-mail para se comunicar com seus atuais sete clientes, espalhados pelos estados de São Paulo e Paraná. Como viaja muito, contratou os serviços de telefonia de um escritório virtual em Santo André, região do ABC paulista, domicílio fiscal da BRQC. Ali, recebe ligações, mantém uma caixa postal e pode até mesmo realizar teleconferências. Com esse esquema, o consultor calcula que seu custo fixo é pelo menos 80% menor do que se estivesse instalado em um escritório próprio, com toda a infra-estrutura necessária. A vantagem financeira ele repassa aos clientes. Com custos fixos magros, pode trabalhar com preços menores e, portanto, ganhar da concorrência.

Flexível e eficiente — Exatamente como faz Ana Cristina Léis. Psicóloga de formação, Ana calcula que seus custos fixos seriam cinco vezes maiores se não usasse os serviços de um escritório virtual para operar a sua Positiva Assessoria e Treinamento, criada há pouco mais de dois anos e voltada para o treinamento e o desenvolvimento de sistemas para call center e gestão de relacionamento com clientes (CRM). "Lá, tenho toda a estrutura de que preciso: salas de treinamento e para reuniões, motoboys, serviços de secretária e de apoio, Internet, e-mail, correio tradicional, entregas rápidas, digitação e impressão de certificados e relatórios", diz. Como só paga o que usa e pelo tempo que usa, a Positiva gasta em média R\$ 400 mensais com escritório virtual. É vantagem. Manter um escritório próprio – com o aluguel de uma sala de 35 m², mais secretária, office-boy, linhas telefônicas e condomínio – custaria cerca de R\$ 2 mil por mês, calcula Ana. E esse seria um desembolso obrigatório, mesmo quando o volume de trabalho fosse menor. "Sem contar que teria de me preocupar – e gastar – com móveis, limpeza e manutenção".

¹ *Eles conhecem o mercado, são bons estrategistas, tem noções de gestão e tiram partido das novas tecnologias*

Para dar suporte à Posithiva, a psicóloga contrata profissionais autônomos. Ela ensina técnicas de vendas, atendimento, motivação e autocontrole do estresse aos funcionários de seus clientes.

Quando precisa oferecer fonoaudiologia, fisioterapia, consultoria em telemarketing, terceiriza o trabalho. "Uma das grandes vantagens da terceirização é poder trabalhar com pessoas que oferecem a qualidade que eu quero para a minha clientela", afirma a empresária. Com oito anos de experiência em call center, ela obtém hoje um faturamento bruto mensal de R\$ 30 mil, em média. Mesmo depois de pagar os custos, os terceirizados e os impostos, resta um ganho substancial.

Mas há um preço a pagar por essa aparente fartura e tranquilidade. A jornada de trabalho de empreendedores como Ana nunca é de menos que 10 horas por dia, e atinge facilmente as 16 horas diárias. Os fins de semana são tomados por trabalho ou por eventuais atendimentos a clientes. A renda é oscilante, e férias, só depois de muita programação e quase nunca antes de a empresa estar consolidada, o que significa dois a três anos de labuta ininterrupta. "Há 10 anos não tiro férias de 30 dias", revela a dona da Posithiva, que muitas vezes deixa a vida pessoal de lado em favor dos compromissos profissionais.

"O dinheiro entra conforme o volume de trabalho. Por isso, é extremamente importante saber administrar muito bem o capital", afirma a publicitária Marina Pontual. "Não dá para sair gastando ou tirar férias sem planejar tudo minuciosamente, pois um único desliz pode pôr a perder todo o negócio". Marina trabalha em casa, quase sempre madrugada adentro, para dar conta do volume de trabalho da Manu Comunicação e Design, agência de promoção de vendas e design de embalagens que abriu em São Paulo, em 1993.

Além de criativa e "antenada" – premissas de quem trabalha com propaganda –, Marina tem de ter habilidades extras para tocar a Manu, que fatura em média R\$ 30 mil mensais. Ao mesmo tempo que maneja ferramentas de programação visual e editoração eletrônica, ela cuida da prospecção e do atendimento de clientes, da escolha dos melhores parceiros para trabalhos específicos e, claro, das estratégias da empresa. "É preciso ser polivalente artística e administrativamente", resume a publicitária, que tem clientes como Colgate, La Basque e Águas Prata.

Graças às facilidades tecnológicas, Marina envia trabalhos completos para clientes num piscar de olhos. Com alguns cliques, pesados arquivos de imagens vão e voltam via e-mail quantas vezes forem necessárias, até que estejam aprovados – o que acontece com muito mais rapidez do que quando as decisões eram tomadas em longas reuniões. "Em geral, fazemos tudo on-line", conta a empresária, que paga cerca de R\$ 600 por mês para manter três celulares e um serviço de transmissão de dados via Internet de alta velocidade. Uma vez aprovados, os trabalhos são entregues aos clientes num CD-ROM gravado na própria agência.

Bons contatos — Tão importante para esses empresários quanto dominar a tecnologia é gerenciar seu uso, avisa Loris Temer, da Trevisan: "De nada adianta ter uma parafernália eletrônica se o usuário não atende ao celular, não pega os recados da caixa postal e não responde a e-mails e chamadas telefônicas". Para manter uma boa e ativa rede de relações – fundamental em carreiras solo – é preciso saber captar, cultivar e cativar clientes. "A tecnologia pode ajudar, mas também pode atrapalhar, se não se souber usá-la", diz Loris.






O advogado mineiro Edison Simão, por exemplo, cultiva "fontes" desde que era office-boy no escritório de advocacia do tio. Hoje, 15 anos depois, já com seu próprio escritório, o Simão & Andrade Advogados, montado em Belo Horizonte, Simão mantém contatos que lhe abrem portas em locais preciosos. "Meu bom relacionamento é meu marketing. Só tenho clientes por indicação", conta ele, satisfeito com os cerca de R\$ 30 mil que fatura por mês. Organizado, nunca deixa de responder aos chamados de seus clientes, seja pessoalmente ou por qualquer meio eletrônico, especialmente celular e e-mail. Antenas sempre ligadas são a mais valiosa ferramenta de negócios para empreendedores que, como Simão, transformaram seu know-how em prósperas empresas portáteis.

Ferramentas do dia-a-dia - Escritórios temporários, motoboys, serviços inteligentes de telefonia e Internet resolvem quase tudo. A locação de espaço por hora aos serviços de motoboy, passando pelos recursos de ponta oferecidos pela informática e as telecomunicações, o empreendedor disposto a trabalhar sozinho, sem sede fixa e sem funcionários, já tem à disposição um confortável arsenal de ferramentas. Quem procura um pacote completo de facilidades, pode encontrar a resposta na locação temporária de salas em escritórios de conveniência. Há dezenas, espalhados pelo país, dos quais 35 estão filiados à Associação Nacional dos Centros de Negócios (ANCN). Eles oferecem um amplo leque de serviços, alguns tão simples quanto o atendimento telefônico, outros muito sofisticados, como estações de trabalho com conexão à Internet em banda larga, ideais para a transferência de arquivos pesados.

Economia certa — Além da facilidade, um excelente motivo para se recorrer a esse modelo de escritório são as economias em custos fixos. Usando secretárias, motoboys e até máquinas xerox em condomínio, é comum que o valor pago nos contratos mensais seja 80% inferior ao que se gastaria na manutenção de um escritório fixo. Para quem tem seu próprio escritório ou usa a residência como endereço comercial, as operadoras de telefonia oferecem nas principais capitais uma extensa gama de serviços inteligentes. Entre eles, caixas postais de voz, transferência de ligações para outros números, reuniões telefônicas com três ou mais pessoas, e, por fim, a possibilidade de "dividir" a linha telefônica em dois canais, um para voz, outro para a Internet. Estar conectado ao mundo é fundamental para quem trabalha sozinho. Tanto por via telefônica quanto pela Web. A rede permite ganhar tempo em consultas, compras, operações bancárias, contatos e relacionamento com clientes, sem falar das vantagens de manter um site corporativo. E não é só. Conversas internacionais via PC, driblando contas onerosas de interurbanos, já são possíveis pela Internet. Soluções de 200 a 400 reais nas prateleiras incluem microfone e software e são uns bons motivos para que o empresário recorra às operadoras e provedores de serviços. Os ganhos de eficiência e tempo com os novos aparelhos de informática também são relevantes. Computadores de mão, de bolso e notebooks estão habilitados para executar tarefas e rotinas simples de gestão e, em sua maioria, aptos a enviar e receber e-mails. Sincronizados com PCs tradicionais, eles mantêm planilhas, agenda e documentos em dia e permitem transportá-los para onde o empresário for. Segundo Marcelo Tavano, gerente de marketing da loja de informática Plug & Use, os mais potentes computadores portáteis, notebooks e handhelds suportam aplicativos de controle de estoques e histórico de clientes e navegam pela Internet com desenvoltura.

Planilhas de bolso — Fazer entregas também não é problema para empresários que não têm funcionários. É só recorrer aos serviços de motoboys ou a um correio expresso. Em São Paulo, empresas como a Ellite Transportes cobram R\$ 11 a hora avulsa do motoqueiro ou R\$ 1.450 pelo serviço mensal – o contrato cobre prejuízos com roubo e danos durante o transporte. Já no balcão da Post Net, que reúne serviços dos principais couriers (Federal Express, DHL e UPS), o envio de documentos de 250 gramas para qualquer país do mundo custa a partir de US\$ 23. Sob o ângulo da relação custo-benefício, as contas somadas desses serviços e ferramentas acabam valendo a pena. Manter uma estrutura física fixa e mais uma folha de pagamentos não só sai muito mais caro. Sua administração consome um tempo precioso do empresário.

 DESAFIO DO VÔO SOLO ² – o que você precisa saber para tocar um empreendimento sozinho
DISPOSIÇÃO ... para colocar seus sonhos em prática
CAPACIDADE ... de correr riscos
LIDERANÇA ... criatividade, autoconfiança e automotivação
CAPACITAÇÃO ... profissional.
VONTADE ... de estudar e assimilar novas tecnologias.
ALTO NÍVEL ... de exigência consigo mesmo e com terceiros.
DISCIPLINA ... espartana, nos campos pessoal, financeiro e administrativo.
DISPONIBILIDADE ... para jornadas de muitas horas diárias, inclusive nos fins de semana.
DOMÍNIO ... dos princípios básicos da administração de empresas.
SABER ... conviver com a incerteza, sem o apoio nem de um empregador nem de empregados.
HABILIDADE ... para enfrentar flutuações do mercado em que atua, sem desorganizar as finanças.
INICIATIVA ... para formar parcerias/terceirizar, de modo a manter a qualidade à medida que cresce
PERSISTÊNCIA ... para criar e manter uma boa rede de contatos profissionais.

Fontes: Korn Ferry International e Trevisan Recursos Humanos.

² o único lugar onde o sucesso vem antes do trabalho é no dicionário ☺

NA ERA DA EMPRESA PORTÁTIL**BOA SORTE ☺****1 – SITUAÇÃO GERAL**

Vocês acabaram de fazer a leitura individual do artigo “Na Era da Empresa Portátil” e puderam perceber como a Tecnologia da Informação (TI) torna-se importante aliada do gestor, haja vista as facilidades produzidas por equipamentos e sistemas informatizados.

2 – PEDIDO

Considerando as idéias apresentadas no artigo e as conclusões finais do GRUPO, elaborem um relatório segundo a seguinte orientação:

(a) Vocês deverão se reunir de acordo com os grupos preestabelecidos e traçar uma estratégia para responder às questões formuladas abaixo.

(b) Posteriormente, segundo a Agenda da Disciplina e a estratégia de resposta definida, o LÍDER DO GRUPO enviará para **o e-mail do professor da disciplina** o relatório final produzido.

(c) Identifique o relatório enviado com o nome do grupo, os componentes, a data e o Centro Regional.

QUESTÃO 1 - Vocês concordam com a indicação do “capital dos novos empreendedores no mundo atual” mencionado no texto? Justifique.

QUESTÃO 2 - Além das 13 (treze) características citadas no quadro “Desafio do Vôo Solo”, que outra, na opinião do grupo, mereceria ser acrescentada? Redija uma frase que defina o valor da nova característica.

QUESTÃO 3 - Façam uma única síntese *(em torno de cinco linhas)* sobre a contribuição do texto para a vida profissional de vocês.

Por gentileza, apresentem a indicação de uma atividade/artigo interessante para ser incluído em nossa disciplina nos próximos semestres Obrigad☺☺☺.

Querer ser do seu tempo é estar já ultrapassado-(Ionesco) ☺