

CARREIRAS

Férias, planejamento é a melhor viagem

Ritmo atual do executivo exige antecedência de um ano, para não continuar conectado

CAROLINA SANCHEZ MIRANDA
 SÃO PAULO

Quando serão suas próximas férias? Já sabe o que vai fazer? Não importa se vai viajar, estudar no exterior ou ficar em casa curtindo a família. Apenas uma coisa precisa estar assegurada: o tão desejado e esperado descanso. Ficar fora do escritório só vale a pena se o profissional se desconectar completamente do trabalho. Isso mesmo, desconectar — sem celular ou computador para ficar informado do que acontece enquanto está ausente, para não cair na tentação de resolver “só uns probleminhas”.

Pode parecer difícil, já que há coisas que “só você pode resolver”, mas é possível com planejamento. “Um ano é um bom tempo de antecedência para pensar o que quer fazer durante as férias. Dessa forma, o executivo vai economizar e aproveitar mui-

to mais o período”, garante Paulo Kretly, presidente e consultor da FranklinCovey Brasil.

Para outro especialista, Jorge Ferreira, coaching profissional e executivo da área de desenvolvimento de Recursos Hu-

manos da divisão industrial farmacêutica da Roche, quanto mais distante da data de saída for feito o planejamento, mais fácil será realizar o que se deseja, inclusive do ponto de vista financeiro. “Recomendo

que, ao chegar de férias, já se comece a programar as próximas.” Uma parte essencial da organização é delegar tarefas e responsabilidades a um colega que o substituirá.

“Nesse sentido, o planejamento das férias também beneficia a empresa”, afirma Rodrigo de Melo Pimenta, diretor executivo da Madis Rodbel, fornecedora de soluções de ponto e acesso. “Quando um executivo descentraliza o trabalho e faz com que mais de uma pessoa saiba realizar suas tarefas, torna possível sua substituição a qualquer momento. Pode se ausentar sem maiores preocupações, seja para tirar férias ou para resolver qualquer problema pessoal”, explica.

Segundo ele, na Madis, um mês e meio antes da saída de um profissional, outro é treinado para cobri-lo. “Não incentivamos que a pessoa fique conectada. É importante esparecer porque são nesses momentos que surgem as boas idéias”, observa Pimenta. Ele diz isso com conhecimento de causa. Foi depois de passar férias no Nordeste ao celular, resolvendo questões de trabalho que decidiu implementar esse processo na companhia.

“À época realmente eram coisas que apenas eu poderia resolver. Mas cheguei à conclusão de que era preciso evitar essa situação e a solução foi ter sempre alguém preparado para substituir quem precisa se ausentar”, conta Pimenta. “Hoje, quando saio em férias procuro me desligar ao máximo, não faço cursos nem nada que lembre trabalho.”

Kretly, da FranklinCovey, lembra que há alguns cargos, como o de presidente ou CEO, que exigem do executivo algum contato com o trabalho durante sua ausência. “Mas, de maneira programada, o profissional pode fazer uma ligação de 30 minutos de tempos em tempos — a cada dois dias, por exemplo — e retornar ao passeio, sem maiores prejuízos”, ele sugere.

Nessas situações, para amenizar a dificuldade de se distanciar da rotina de trabalho, Kretly recomenda que se opte por períodos menores de férias. “Normalmente, em 15 dias você consegue dar uma boa espairecida”, diz. “Em alguns países nem há a possibilidade de se sair por 30 dias em férias, o profissional tem apenas dez dias ou pode só descansar por alguns dias durante o ano, na ocasião de feriados e datas comemorativas”, ressalta.

Ele próprio, como presidente da FranklinCovey, encontrou a solução para recarregar as baterias sem ficar muito tempo longe do escritório. “Sempre que tenho compromissos de trabalho fora de São Paulo, no Brasil ou no exterior, me agendo de maneira a ter dois dias de folga. Assim, em uma semana fora, procuro agendar as reuniões entre segunda e quarta. Ganho então a quinta e a sexta-feiras para aproveitar o tempo com minha esposa e meus filhos”, conta Kretly.

O executivo conta que costuma levar a mulher nas viagens. “Mas já levei meus filhos. Uma

vez fui com minha filha para Brasília, que ela não conhecia. Enquanto trabalhava, ela ficava na piscina do hotel. À noite, a gente saía para jantar em lugares bacanas”, recorda. “Com planejamento dá para fazer isso sem muitos custos adicionais, afinal a pessoa que oacompanhar pode ficar no mesmo quarto que você e a passagem dela pode ser paga com milhas”, complementa.

Kretly afirma que consegue aproveitar ocasiões assim a cada dois meses. “Em um ano, são 12 dias úteis, fora a semana de Natal e ano-novo, das quais não abro mão”, afirma. Ele acredita que seja perfeitamente possível para qualquer profissional fazer o mesmo. “Normalmente se sabe com alguma antecedência de uma viagem a trabalho. Ao ser informado, o executivo pode negociar esses dias com o chefe, dizendo que podem ser descontados das férias. Duvido que lhe seja negado, afinal seria um período em que estaria ausente de qualquer forma. Além disso, conceder esse benefício é garantia de que o funcionário voltará motivado”, conclui.

Como coach, Ferreira orienta os profissionais a diferenciarem o que é importante do que é urgente para começar a aproveitar melhor as férias. “O que é importante não precisa ser feito imediatamente, mas não pode deixar de ser realizado. O que é urgente tem que ser executado já”, explica. “Tirar férias é importante, mas se torna urgente quando a pessoa não se dedica a planejá-las.”

O segundo passo para o executivo começar a se organizar melhor é relacionar o que considerava importante em sua vida. Fica mais fácil escolher a qual dos itens listados gostaria de se dedicar nas férias. “A maioria diz que é a família e percebe que passa pouco tempo com ela”, comenta Ferreira. “Junto a isso outras coisas que o profissional gostaria de fazer, como viajar, conhecer novas culturas etc. Assim, é levado a descobrir a melhor maneira de aproveitar suas férias.”

As coordenadas estão aí. Agora é só começar a planejar. Não se intimide com idéias ousadas. Apenas respeite o tempo necessário para a realização delas. O próprio Ferreira dá um exemplo de como fazer isso. “Já estou programando minhas férias de 2008, quando pretendo ir para Portugal e Espanha”, conta. “Todo mês invisto R\$ 250 para gastar nessa viagem.”

EMPREENDA

O Oscar vai para...



Ricardo Bellino*
MÔNACO — O principado está em festa. Os empreendedores de todo o mundo, além de membros

de destaque da comunidade científica e política internacional, estão reunidos em Montecarlo para celebrar aquele que é, realmente, o maior evento do empreendedorismo mundial.

Trata-se do “Entrepreneur of The Year World Summit” o tradicional encontro de empreendedores de todo o planeta organizado pela **Ernst & Young** há 20 anos. O evento culmina neste sábado, dia 10, quando, durante uma festa de gala, será revelado o nome do ganhador da edição de 2006 do prêmio Empreendedor do Ano — uma premiação que, por seu prestígio e alcance, equivale ao Oscar do empreendedorismo.

O representante brasileiro deste ano é Miguel Krigsner, o fundador e presidente da empresa de cosméticos **O Boticário**, que em março venceu a etapa nacional da premiação. Krigsner irá concorrer, junto com candidatos de outros 33 países, a este cobiçado prêmio — e vamos torcer para que ele traga esse título que é inédito para o Brasil.

Ao longo de sua existência, o “Entrepreneur of The Year” tem destacado as trajetórias de homens e mulheres que, com sua determinação e espírito empreendedor, causam um tremendo impacto positivo não apenas nas economias de seus países, mas também na economia global.

É o caso de Wayne Huizenga, presidente da **Huizenga Holdings Inc.** e ganhador da edição de 2005 da premiação. Vale a pena observar um pouco sua história. Este norte-americano descendente de holandeses é um fenômeno do empreendedorismo mundial.

É a única pessoa na história a ter seis companhias listadas na Bolsa de Valores de Nova York e a única a possuir três empresas que entraram para a lista das 500 maiores da revista Fortune: a **Waste Management**, líder mundial no setor de coleta e manejo de lixo; a **Blockbuster**, gigante da área de locação de vídeos; e a **AutoNation**, a maior revendedora de automóveis dos Estados Unidos.

Huizenga nasceu em Chicago e mudou-se para a Flórida ainda na adolescência. Depois de passar por alguns pequenos empregos, começou a trabalhar em uma empresa de coleta de lixo. Com muita persistência conseguiu, alguns anos depois, convencer o proprietário a lhe vender parte do negócio. O trabalho duro não o assustava.

Huizenga era capaz de dirigir um caminhão de lixo das duas e meia da manhã até o meio-dia e, a seguir, passar a tarde visitando clientes. Nessa época, diz a lenda que um conhecido dos tempos de escola o viu ao volante de um caminhão de lixo e compadeceu-se do “destino ingrato” de seu ex-colega. Mal sabia ele que ali estava nascendo o embrião da Waste Management, empresa multimilionária que viria a se tornar uma das maiores companhias de coleta e manejo de lixo do mundo.

Mas um grande empreendedor não é apenas o que cria simplesmente do nada um negócio de sucesso. Às vezes sua intuição o leva a perceber que o potencial de uma determinada empresa está sendo subutilizado. Ele então a compra e a eleva a alturas inimagináveis. Foi o que aconteceu com a famosa Blockbuster, que no ano de 1987 era um negócio de US\$ 7 milhões e 19 lojas.

Logo depois que Huizenga e dois sócios entraram na jogada, a rede de videolocadoras virou empreendimento de US\$ 4 bilhões e mais de 3.700 lojas espalhadas por 11 países. Em 1994, quando foi vendida para a **Viacom**, seu valor na bolsa era de US\$ 8,4 bilhões.

O próximo passo de Huizenga foi fundar a AutoNation, a primeira rede nacional de revenda de automóveis dos Estados Unidos. Este é apenas um breve resumo de seus negócios, que incluem, ainda, incursões na área esportiva — Huizenga é o atual proprietário do time de futebol americano Miami Dolphins.

Como ele conseguiu tudo isso? É o próprio Huizenga quem dá sua receita: “estando no lugar certo na hora certa, aproveitando oportunidades e, acima de tudo, me cercando de pessoas extraordinariamente talentosas e dedicadas. Ninguém chega lá sozinho”.

*Sócio-fundador e dealmaker da **Trump Realty Brazil** e fundador do **Inemp**, o Instituto do Empreendedor, e da **Bellino's Unlimited**. Palestrante, autor de diversos livros, também apresenta o programa “Empreenda com Ricardo Bellino”, na **BandNews FM**

MOVIMENTO

TETRA PAK CONTRATA DIRETOR JURÍDICO

Clóvis Camargo é o novo diretor jurídico da **Tetra Pak** para as Américas do Sul e Central. Esta é a segunda passagem do advogado pela companhia. Ele já havia coordenado o departamento jurídico de 1997 a 2001. Antes de assumir o cargo, o executivo atuava no **Mc Donald's Brasil**.

VETBRANDS TEM UM VETERINÁRIO NO MKT

A **Vetbrands** do Brasil, fabricante de especialidades farmacêuticas veterinárias, contratou **George Ben Josef** como gerente de marketing. Antes de assumir o novo cargo, atuava no Brasil e no exterior como veterinário, na clínica cirúrgica de equinos.

NOVOS SÓCIOS DA EUROPRAXIS

A **EuroPraxis Consulting** anuncia a nomeação dos executivos Sachin Mehta e Rui Laurentino como novos sócios-diretores, em São Paulo. Laurentino responderá também pelo escritório de Lisboa.

TREVISAN SERVICES PROMOVE EXECUTIVA

A **Trevisan Services** nomeou **Geuma Campos Nascimento** como diretora da área de outsourcing contábil e fiscal. A executiva atua na companhia há cinco anos. Entre os clientes que já estiveram sob sua responsabilidade destacam-se **HP, Wacker Química, Grupo TCI, Kodak e Maersk**.

GOUTHIER DEIXA HVA E INGRESSA NA MAESTRO

Fernando Gouthier assumiu a direção-geral da **Maestro**, agência de marketing promocional do **Grupo Newcomm**. O executivo tem larga experiência em marketing promocional. Para ocupar a nova posição, ele deixou a **HVA**, onde atuou durante 17 anos e era responsável pelas áreas de planejamento, comercial, operações, filiais e representantes. Na **Maestro**, o desafio do profissional será dirigir a equipe que hoje atende a clientes como **Batavo, Colgate, Corporate Run, Fashion Run, Mercedes-Benz, Semeg, Perdigo, Toppz e Vivo**, entre outros.



Clóvis Camargo



F. Gouthier

REGISTRO

BANCO DE EVENTOS PROCURA TRAINEES EM SP E RJ

O **Banco de Eventos** oferece duas vagas de trainee, uma em São Paulo, outra no Rio de Janeiro. Para se candidatar é necessário ser estudante do último ano de Administração ou recém-formado e ter fluência na língua inglesa. Os interessados deverão encaminhar currículo até 18 de junho. Mais informações com **Gabriela Cairés** pelo telefone (11) 3038-0100.

SENAC LANÇA NOVOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÕES

O Centro Universitário Senac lança a pós-graduação “Negociação em Eventos”. Inédita no país, é direcionada a profissionais que já atuam na área. Outra novidade é a especialização em “Gestão de Negócios”, criada para preparar quem não tem formação em Administração e pretende atuar como gestor. Os interessados podem se inscrever até 28 de julho. Mais informações pelo 0800 883 2000 ou pelo www.sp.senac.br.

LIGUE E ASSINE

revista **Propaganda marketing**
 0800 0154555

journal **Propaganda & marketing**
 0800 7044149