

16/05/2017 às 09h25

Executivos fazem dupla jornada em associações e entidades de classe

Por Jacilio Saraiva | Para o Valor



Desde o ano passado, Jorge Santos Carneiro divide o tempo entre duas salas de presidência. Responsável pelas operações no Brasil e América Latina da multinacional britânica Sage, de softwares de gestão empresarial, ainda comanda a Câmara Britânica de Comércio e Indústria no Brasil (Britcham). O executivo engrossa a lista de líderes que, além de desempenharem pesadas horas de trabalho à frente de corporações, encontram tempo – e disposição – para pilotar associações de classe e comunidades de negócios.



Freddy Rabbat, da Tag Heuer e Abrael: ganho de conhecimento e mais informação

Para especialistas em recursos humanos, essa dupla jornada pode ser exaustiva, mas traz benefícios no curto prazo. É uma boa forma de ampliar o olhar sobre mercados de atuação, antecipar tendências e contribuir para a defesa de diversos setores da economia, garante Fernando Goes, sócio da Ockam Consultoria. A atividade ajuda a ampliar a rede de contatos, estimula a troca de experiências sobre gestão e ainda devolve, para a sociedade, parte do que aprendem na liderança de grandes empresas.

Carneiro, que assumiu a Sage no Brasil em 2014, era presidente da companhia em Portugal, onde nasceu. No ano passado, aceitou o convite para liderar a Britcham, com escritório em São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. “Minha principal tarefa é incrementar o comércio bilateral e os investimentos entre o Reino Unido e o Brasil”, diz. Há cem anos em terras brasileiras, a Câmara Britânica tem cerca de 150 associados, como a aérea British Airways e a Rolls-Royce. Uma das primeiras decisões de Carneiro ao assumir foi contratar um levantamento da KPMG, também do quadro de sócios, para descobrir os novos rumos da Britcham em fase pré-Brexit (separação do Reino Unido do bloco europeu).

“Temos a obrigação de dar um ‘bocadinho’ de nós mesmos a outras causas e não somente àquelas que nos pagam o ordenado no fim do mês”, diz o executivo, que dedica, em média, um dia por semana para o trabalho voluntário, além de seguir uma programação extensa de eventos e reuniões. Recentemente, recebeu o ministro do Comércio e Investimento do Reino Unido, Greg Hands, em visita ao Brasil. “O que mais me motiva é ver novos membros entrarem no grupo.”

No dia a dia do escritório, a motivação do executivo é a obtenção de resultados em escala, mesmo em um cenário recessivo. Com 3 milhões de clientes em 23 países, a Sage conseguiu crescer 7% no Brasil no último ano fiscal. O salto se deu pela maior adesão de usuários, principalmente entre contadores, e pela demanda de softwares de folha de pagamento.

No comando da Sage, Carneiro também usa o trabalho na Britcham para inspirar os colegas do escritório. “Dar o exemplo do tempo investido em algo não remunerado pode incentivar outros funcionários a fazer o mesmo.” A multinacional de tecnologia mantém a Sage Foundation, que apoia a prática de voluntariado do quadro em ações sociais.

Para José Roberto Marques, presidente do Instituto Brasileiro de Coaching (IBC), a melhor forma de conciliar o papel de líder empresarial com uma associação é montar um planejamento que explore melhor as brechas na agenda corporativa. “Independentemente do cargo, o trabalho em uma entidade de classe só será 100% eficiente se houver dedicação”, avisa.

É o que pensa também o empresário Freddy Rabbat, representante da marca de relógios suíços Tag Heuer no Brasil. “Não tem jeito. É preciso organizar os compromissos e arranjar tempo”, diz ele, no segundo mandato como presidente da Associação Brasileira das Empresas de Luxo (Abrael). “É uma atuação que exige entrega.”

Rabbat, que separa meio período por semana à entidade e tem, no mínimo, uma reunião mensal com os sócios, afirma que o expediente duplo só traz vantagens. “Recebemos informações importantes do mercado e ganhamos unidade. Uma marca sozinha não tem a força de uma associação com mais de 50 companhias.” A Abrael também realiza workshops com palestrantes internacionais e estudos setorializados. “A participação dos executivos nos fóruns gera conhecimentos que nunca seriam obtidos individualmente, com cada um fechado no escritório.”

Uma das bandeiras da organização, que reúne integrantes como a Audi e a Tiffany & Co., é evitar que o consumidor compre produtos de alto padrão somente no exterior. Rabbat atua no mercado de luxo desde 1989, com marcas como Dupont e Dunhill. Entre 1991 e 2012, representou a Montblanc no Brasil. “Temos de orientar o comprador sobre as vantagens de manter o consumo no país e fazer o governo entender a nossa atividade, com necessidades de investimentos e de capacitação de mão de obra.”

No escritório da distribuidora em São Paulo, ele também revela novos planos para a Tag Heuer. “Estamos prestes a abrir uma nova loja no Rio de Janeiro”, adianta. De acordo com a consultoria Euromonitor International, o mercado de relógios de luxo movimentou R\$ 673,4 milhões em 2015, com a venda de 121,2 mil unidades. Em receita, houve um salto de 12,9% ante o ano anterior.

Fernando Goes, da Ockam Consultoria, afirma que profissionais que participam de comunidades de negócios se sentem mais desafiados a se atualizar, para contribuir com o grupo, e ainda ampliam as redes de relacionamento. Para ele, é importante apenas ter cuidado para que a atividade não atrapalhe a rotina do gestor e que haja cautela na divulgação de informações corporativas que não podem ser abertas em reuniões de associados. “Em primeiro lugar, o executivo é um representante dos interesses de uma empresa.”

A orientação é seguida à risca por Altino Cristofolletti Júnior, sócio-fundador da rede de franquias Casa do Construtor, especializada em locação de equipamentos para construção civil, e também presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), com 1,2 mil associados. Para conciliar as duas jornadas, a receita é manter um time de profissionais engajados em diferentes frentes de trabalho. “Assim, consigo acompanhar várias atividades, tomar as decisões mais importantes e delegar outras.”

Hoje, na presidência, costuma participar de dois a três eventos por semana e despacha durante dois dias na sede da entidade. A ABF organiza seminários, missões internacionais e feiras para facilitar o intercâmbio entre franqueadoras e investidores. “Já implantamos inúmeras inovações na Casa do Construtor com o aprendizado obtido nesses relacionamentos”, diz. “A via é de mão dupla.”

Em 2016, a marca fechou o ano com 250 unidades no Brasil e faturamento de R\$ 184 milhões. “Não podemos ficar isolados no negócio. Participar de associações é uma maneira de ampliar horizontes e retribuir para a sociedade um pouco do que já aprendemos”, diz Cristofolletti, que milita na ABF há mais de 15 anos.

Luiz Valente, diretor da consultoria de recursos humanos Talenses, afirma que quando executivos da alta direção conseguem participar de grupos empresariais têm mais chances de ajudar no desenvolvimento dos setores de atuação e ainda ganhar conhecimento de mercado, lutando por interesses coletivos.

Desde o final de 2016, Raphael de Carvalho, presidente da seguradora MetLife no Brasil, também decidiu que podia ajudar seu segmento ao entrar na diretoria da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), com 70 associados. “Trabalhamos para desenvolver o mercado de seguro de vida e de previdência complementar, além de defender os objetivos do setor”, diz ele, que divide os debates com outros dirigentes de seguradoras, como Zurich Santander e Mapfre.

A empreitada de Carvalho nos dois postos não é fácil. No escritório da MetLife, comanda 700 funcionários em diferentes filiais, com carteira de 8 milhões de vidas seguradas no Brasil. Neste ano, está reforçando o apoio aos corretores com plataformas digitais de venda e programação de incentivo. “A dedicação à federação obedece à agenda, mas me envolvo com os temas da categoria por cerca de quatro horas semanais”, diz. Há, ainda, reuniões mensais que ocupam metade do dia e discussões não presenciais, por teleconferência, e-mail e WhatsApp. “Tudo isso agiliza a tomada de decisões.”

A pauta dos últimos encontros incluiu a intensificação da presença da FenaPrevi nas redes sociais e novos métodos de atendimento a clientes. Em março, foi apresentada a página oficial no Facebook. Neste ano, uma das metas mais importantes da entidade é mostrar ao consumidor o papel da previdência complementar no momento em que o país discute novas regras para a aposentadoria.

“Estar em uma associação vai muito além de ter o nome da empresa ligado a status ou reconhecimento”, diz Marques, do IBC. “Quando o executivo se dedica a uma comunidade empresarial, ele sinaliza que valoriza pessoas e um futuro melhor para a sociedade. É isso que precisa ser reconhecido.”

Carreira

[Últimas Lidas](#) | [Comentadas](#) | [Compartilhadas](#)

Talento e recessão 'exportam' publicitários
05h01

O que fazer se meu chefe me sabota?
12/07/2017 às 05h00

Proximidade física aumenta colaboração em projetos inovadores, diz MIT
10h09

Goldman Sachs libera 'dress code' dos funcionários de tecnologia
13/07/2017 às 17h27

[Ver todas as notícias](#)

Vídeos



CARREIRA EM DESTAQUE: Dá para dividir suas expectativas profissionais com o chefe?
18/07/2017



Divã Executivo



Dúvidas sobre carreira

Especialistas respondem perguntas dos leitores. Envie a sua para: diva.executivo@valor.com.br

[Visite o blog](#)

Rumo Certo



BETANIA TANURE

Os tumores que acometem o Brasil têm cura?



CLAUDIO GARCIA

Transformar culturas não é tão simples assim



RAFAEL SOUTO

A deprimente necessidade de agradecer o chefe

Vaivém

Siemens PLM Software tem novo diretor financeiro
13/07/2017 às 05h00

Ogders Berndtson tem novo sócio
06/07/2017 às 05h00

Commvault anuncia country manager
29/06/2017 às 05h00

[Ver todas as notícias](#)