

«NETWORKING»

Acordar para os negócios

Empresários reúnem-se logo pela manhã (ou madrugada) para trocaram contactos / Texto Joana Madeira Pereira / Foto Clara Azevêdo

○ Dia: quinta-feira, 14 de fevereiro. Hora: seis horas e dez minutos da manhã. Temperatura: sete graus. Local: Hotel Olissipo Oriente, no Parque das Nações, em Lisboa. Começam a chegar a conta-gotas, pescocões enfiados nos casacos, para fugir ao frio. São poucos ainda, e encaminham-se para o átrio da sala de conferências. Mais perto das seis e meia da manhã, serão em maior número. Uns, menos resistentes às poucas horas de sono, bebem uma chávena de café; outros não precisam do efeito eletrizante da cafeína, estão já habituados a madrugar às quintas-feiras, quando o dia de trabalho principia cedo para estes mais de 40 empresários.

Fazem parte do BNI - Business Network Internacional, rede mundial constituída por pequenos grupos de empresários que se reúnem uma vez por semana, para criarem oportunidades de negócio. Aliam-se como parceiros empresariais ou, através da sua rede de contactos no exterior, proporcionam outras uniões empresariais lucrativas.

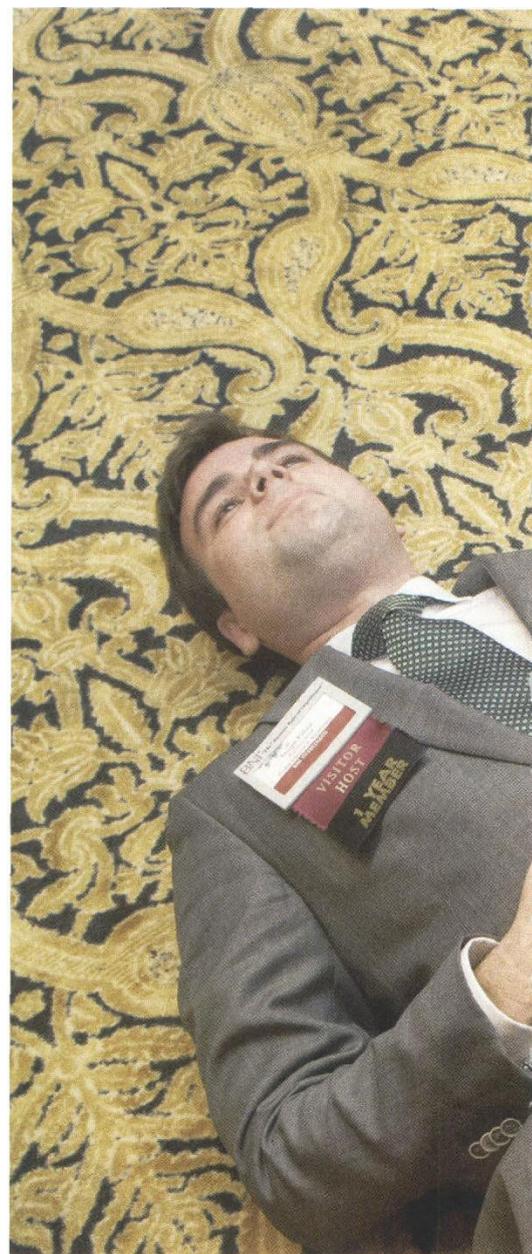
A maioria são membros fixos deste grupo, batizado BNI Resultados, um entre os 11 que existem em toda a região de Lisboa. A rede BNI foi fundada em 1985, por um empresário norte-americano, Ivan Misner, que começou a trocar contactos (prefere chamar-lhes "referências") com um grupo de amigos e passou a ser solicitado para criar outros encontros com o mesmo objetivo. Hoje, o BNI está em 50 países e liga mais de 145 mil homens e mulheres de negócios e profissionais liberais.

Entre negócios forjados dentro de cada um dos grupos e a partir de outros contactos exteriores dados pelos membros, esta rede global gerou em 2012 um volume de negócios de 3,3 mil milhões de dólares - a partir de 7,1 milhões de referências trocadas.

Avolumar referências e receitas

Começamos pelo final desta reunião, que há de acabar já com os ponteiros a bater nas nove horas. Antes de encerrarem os trabalhos, agradecem-se os negócios que cada um dos membros, com a ajuda dos colegas, fechou na última semana: desta feita, são 75.575 euros. Sentados à volta de uma grande mesa em "U", cada um dos empresários levanta-se, à vez, para contabilizar o número de referências dadas aos colegas e agradecer o volume de negócios semanal angariado através do grupo.

Margarida Silva, *partner* da Arisia, empresa de *software* de gestão, anunciou ganhos de 31.900 euros, à conta de um negócio que surgiu através de um contacto passado por outro membro do grupo BNI Resultados. Está no grupo desde junho de 2012 e, desde aí, não esconde que os negócios lhe correm melhor. "À medida que vamos passando referências e mostrando o nosso trabalho, ganhamos confiança uns nos outros e passamos mais contactos. Quando me apresento perante alguém que me foi referenciado por um colega do grupo e digo que pertenceo ao BNI, sinto que existe um reconhecimento da minha competência. Porque só cá podemos entrar se mostrarmos que somos eficientes



Rede BNI Empresários encontram-se às 6h30, para trocaram contactos e fazer negócio. Cada membro apresenta a empresa, em 50 segundos e de forma criativa. Neste caso, o advogado Tiago Fiúza, da Pedro Raposo & Associados, faz uma curta encenação com Ana Pacheco, da consultora WideStimulus



naquilo que fazemos. Temos de ser bons”, afiança a empresária. A bem da verdade, lembra o gestor de ativos Pedro de Sousa Mendes, presidente do BNI Resultados (o núcleo tem uma direção, eleita a cada seis meses), “é como se todos fossemos uma imensa equipa comercial. Já imaginou o que é ter a trabalhar, para si, mais de 40 comerciais, dispostos a arranjar-lhe negócio? Atuamos com vista à construção de laços de confiança entre nós. Se eu lhe

dou boas referências, vai querer responder-me na mesma moeda”, afiança. Aqui, aplica-se a lógica dos favores em cadeia: algum membro do BNI haverá de conhecer a pessoa que se procura ou alguém que a conheça. Um grande cartaz à porta da sala de reuniões lembra: “98% das empresas dependem de referências para ganhar novos negócios. Apenas 3% das empresas têm uma estratégia para referências.” Conhecer um maior número de pessoas “agi-

liza negócios”, explica Ana Pacheco, que representa a WideStimulus, consultora de gestão que trabalha na área do *coaching* e formação. “Fazemos ajuda empresarial e aceleramos os resultados, através de reuniões estruturadas, onde não se perde tempo nem foco”, explica.

Tudo se desenrola numa cerimónia que se repete semanalmente, recheada de rituais que, como alguns explicam, “são muito americanos”. Os profissionais ▶

Área: 1440cm² / 71%

FOTO Tiragem: 33.400

Cores: 4 Cores

ID: 4450786

AO PEQUENO-ALMOÇO

Os benefícios de cedo erguer

O hábito demorou a entrar num tecido empresarial com modos lusos: tratar de negócios bem cedo, pela manhã, depois de um despertar mais ou menos doloroso, parecia missão difícil. Mas o ritual tem vindo, nos últimos anos, a introduzir-se na agenda dos executivos e de empresários portugueses, antes dados a longos (às vezes dispendiosos e pouco produtivos) almoços de negócios. Rendidos à pontualidade anglosaxónica, forjam parcerias e assinam contratos logo pela manhã. Seja no Pestana Palace, no Hotel da Lapa, na pastelaria Versalhes, ou mesmo num qualquer gabinete das suas empresas.

O repasto, mais matutino e abreviado no tempo, tem as suas vantagens, a começar pelo facto de, por normalmente ter uma hora estipulada para terminar, proporcionar conversas mais focadas e uma agenda de trabalhos mais definida. Da mesma forma, não implica interrupções ao longo do dia de trabalho. Como é o primeiro compromisso do dia, a maioria dos participantes não fica retido com outros compromissos e chega, normalmente, a horas. Além disso, de manhã, por regra, estamos mais predispostos a ouvir e o ambiente tende a ser mais descontraído, criando maior proximidade ente os participantes.

Mas ao pequeno-almoço de negócios, sobretudo quando falamos de networking, não podem faltar as habituais ferramentas de networking: os cartões de visita profissionais e o foco no tema a tratar. Concisão e rapidez caem bem ao pequeno-almoço.



► que ali se encontram têm 50 segundos para usar da criatividade e apresentarem os serviços que vendem. Há quem traga panelas, balões, flores. Outros encenam rápidas peças teatrais. Tudo vale para chamar a atenção. E terminam as suas intervenções a pedir as referências que procuram para criar oportunidades de negócio: um construtor civil pede o contacto de fundos de investimento imobiliário com edifícios a necessitar de serem recuperados; uma gestora de fundos comunitários procura empresas da indústria dos plásticos; um *designer* gráfico quer referências de empresas de *rent-a-car*; um advogado pergunta por estrelas musicais, para assessorar no departamento de propriedade intelectual. No final, entre todos, não-de trocar os contactos perdidos.

Rede de franchising promissora

Desde a fundação, o BNI Resultados já gerou resultados no valor de 1,2 milhões de euros. Um dos elementos do grupo, José Borralho, trabalha na área do marketing (é o mentor de iniciativas como "O Produto do Ano") e *partner* da Cozinha Divina, empresa de *catering* do chef Chakall - a mesma que representa neste grupo -, confessa: "Quando fui convidado a participar na primeira reunião, achei um pouco esquisito, não me apetecia acordar de madrugada e achava impossível fazer negócios com um empresário que, por exemplo, instala estores e persianas. Mas,

Speed Networking ao pequeno-almoço As reuniões "um a um" têm uma duração de cinco minutos: os empresários e profissionais têm de ser concisos a vender os seus serviços e a criar confiança

no fim, percebi que as relações são duradouras e as oportunidades vêm dos lados mais improváveis. E é a prova de que os negócios não têm de ser sisudos e são divertidos", explica.

Nestes núcleos coexistem profissionais de áreas tão díspares como o imobiliário, eventos, saúde, serviços financeiros e empresariais. "Neste momento, o grupo tem 42 membros, o que quer dizer que entre todos nós se estabelecem 861 ligações. O potencial de negócio é enorme", refere Ana Pacheco, também diretora de área do BNI para Lisboa - só nesta região, existem 11 grupos BNI que, no ano passado, atingiram ganhos no valor de 10,8 milhões de euros. A nível nacional, o número de núcleos desta rede ascende aos 47 (ligando entre si perto de 1250 empresários portugueses) e, nos últimos 12 meses, geraram 41,6 milhões de euros.

A marca BNI é, já hoje, um negócio de sucesso a nível mundial: em 2008, foi considerada pelo *The Wall Street Journal*, como um dos 50 sistemas de *franchising* mais promissores. Para poderem aceder a esta rede, cada profissional paga uma anuidade de 500 euros. A marca garante o princípio da exclusividade - num grupo

Data: 01.03.2013

Título: Acordar para os negócios

Pub: **Exame**

Tipo: Revista Especializada Mensal


clipping
consultores

Secção: Nacional

Pág: 102;103;104;105

não podem coexistir empresários que prestem os mesmos serviços (os novos membros são reencaminhados para grupos onde a sua atividade seja necessária) - e oferece formação em áreas como técnicas comerciais e de *networking*.

Criar contactos a alta velocidade

Um pouco mais tarde, pelas nove horas da manhã, encontra-se outro grupo de empresários na Associação Empresarial da Região de Lisboa, em Oeiras. A empresa BIG Events está a promover mais um Pequeno-Almoço Speed Networking, em que cada participante tem reuniões individuais com outros empresários, cada uma com duração de cinco minutos. À mesa (e são várias as que estão dispostas na sala), sentam-se dois profissionais que, pelo tempo limitado de que dispõem, têm de ser concisos na apresentação dos seus serviços. Miguel Moreira, diretor da empresa que promove estes pequenos-almoços de trabalho (mas também encontros à hora

**Em Portugal,
existem quase
50 grupos BNI,
que ligam 1200
empresários.
Em 2012, geraram
um volume de
negócios de 9,1
milhões de euros**

do almoço e final da tarde, respondendo à mesma dinâmica do *speed networking*), conta que estas reuniões “dão a garantia ao participante de contactar com, pelo menos, mais 12 empresários”.

Há quem já seja repetente nestes eventos: “São um bom arranque para o dia de trabalho”, diz Paula Patola Bento, arquiteta da Absa Creative Solutions, que já frequentou estes encontros à procura “de bons contactos para negócios”. Para aqui estar, pagou 25 euros e, antes do começo das reuniões, pôde participar numa palestra sobre *copywriting*. Também já não é a primeira vez de Manuel Fernandes, da empresa Habicuidados, especializada na prestação de serviços domiciliários a pessoas idosas e dependentes: “Estes encontros podem não dar frutos imediatos, mas estabelecem relações entre empresários que, de outra forma, dificilmente seriam estabelecidas e, no futuro, podem resultar”, assevera. Para muitos empresários, não é um sacrifício acordar cedo. 

Área: 1440cm² / 71%

Tiragem: 33.400

FOTO

Cores: 4 Cores

ID: 4450786