

Estadão PME

Caderno:
Uma vez por mês no Estadão

Na rádio Estadão ESPN:
2ª, 4ª e 6ª, sempre às 7h23

Na internet:
www.estadaopme.com.br

Micros apostam em secretárias 'virtuais'

Empresa que terceiriza o serviço já tem 100 clientes e prevê faturar R\$ 1 milhão este ano

Renato Jakitas

O engenheiro Alexandre Borin decidiu empreender justamente sobre o que julgava ser sua maior carência. Como diretor de uma multinacional na área de tecnologia, ele achava que perdia tempo demais com tarefas que pouco ou quase nada agregavam às suas metas mensais.

De tanto pensar no assunto, quando se deu conta, havia desenvolvido uma ideia original: oferecer o serviço de secretária virtual a outros empresários. Assim nasceu a Prestus, empresa da qual Borin é sócio.

Da mesma forma que a versão em carne e osso, que tem como atributos gerenciar a agenda e resolver tarefas burocráticas do mundo corporativo – desde a expedição de documentos via motoboy até a organização de viagens –, as secretárias da Prestus esforçam-se para abrir espaço na agenda dos microempresários ou empreendedores individuais, que representam o foco da companhia.

“As secretárias foram, com o tempo, perdendo espaço dentro das grandes corporações. Hoje em dia elas são um artigo de lu-

xo. Eu ficava angustiado com a quantidade de coisas que precisava resolver e, objetivamente, nada ou quase nada agregava ao que me era, de fato, cobrado. A empresa em que trabalhava concedia secretárias apenas aos heads (chefes) de áreas. Isso me forçou a abrir os olhos sobre a oportunidade que um negócio como o da Prestus tem”, afirma Borin.

O empreendedor precisou de quatro anos entre a concepção da ideia até o instante em que abandonou a carreira corporativa para dedicar-se exclusivamente ao negócio.

Tempo suficiente para convencer Leandro Ferrari, amigo dos tempos de faculdade – os dois são formados em Engenharia pelo Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA) –, a embarcar como sócio na empreitada.

“Ele ouviu a ideia e aceitou. Juntos, montamos um plano de negócios e desenhamos os nossos diferenciais”, diz Borin.

Por “diferencial”, ele quer dizer as facilidades oferecidas aos clientes. A que mais faz sucesso, de acordo com ele, é um modém instalado na linha telefônica do cliente e que redireciona a ligação para a equipe após um deter-



Parceria. Os sócios Alexandre Borin (E), Leandro Ferrari (D) e Rodolfo Andrade com as secretárias virtuais da Prestus

● Investimento

R\$ 650 mil

foi o valor que os sócios da Prestus investiram para desenvolver a tecnologia, patentear as inovações e abrir a empresa. Atendimento é personalizado a partir de um roteiro de perguntas combinado previamente.

minado número de toques sem atendimento.

Os dois sócios investiram R\$ 650 mil para desenvolver a tecnologia, patentear as inovações e abrir formalmente a empresa.

“Nossa assistente atende a ligação como se fosse uma telefo-

R\$ 160

é o custo mensal do serviço mais simples oferecido pela Prestus. O valor oscila conforme a demanda de trabalho pretendida pelo cliente. O serviço é mais acionado por micro e pequenas empresas.

nista ou recepcionista e tem condições de dar encaminhamento à demanda por meio de um roteiro de perguntas anteriormente combinado”, diz Borin.

Forte demanda. Nessa toada, a empresa chega ao segundo ano

de atividades (foi inaugurada em 2009) com 22 funcionários. No total, são 100 clientes, sendo 60 jurídicos e 40 físicos, e projeção de faturamento na ordem de R\$ 1 milhão para este ano.

Esse desempenho, na percepção do professor da Fundação Instituto de Administração (FIA), Alessandro Mello, não surpreende.

“Esse nicho de negócio começa a se consolidar em mercados mais maduros, como na Europa e Estados Unidos. Aqui no Brasil observo uma forte demanda, principalmente com o crescimento da formalização no setor de serviços, além do contingente maior de profissionais liberais como professores e médicos”, analisa o especialista.

Borin sabe disso, tanto que posicionou sua empresa justamente para atender empreendedores individuais ou pequenos negócios, embora observe que o serviço também pode ser adquirido em forma de pacote por grandes empresas.

“Temos a intenção de oferecer produtos específicos para negócios que, como era o meu caso, não tinham secretárias disponíveis para gerentes e diretores. Mas o nosso foco é mesmo o varejo, o dono da pequena empresa. Por isso trabalhamos com preços baixos. A ideia é ganhar na escala”, informa Borin.

O custo mensal do serviço mais simples é de R\$ 160. O valor oscila conforme a demanda pretendida pelo cliente

AYRTON VIGNOLA/AE-28/11/2011