

Imprimir

Na Garagem / em casa

Seis negócios para você montar em casa

Para evitar despesas na largada, você pode trabalhar na sala, no quarto ou na garagem

Por Wagner Roque



Muita gente que decide montar o **próprio negócio** prefere fazê-lo em casa, ao menos no começo, para diminuir os riscos da empreitada. Entre outras vantagens, trabalhar por conta própria em casa permite um certo conforto e economia de tempo e de dinheiro. Mas atenção: você precisará ter muita disciplina para que isso não comprometa a sua produtividade. É fundamental delimitar o espaço físico entre a casa e o trabalho e tomar cuidado para que não haja interferência da família no dia-a-dia do negócio. Procure respeitar os horários. Nada de parar no meio do expediente para um cochilo ou para assistir à TV. Você também não deve estar 24 horas por dia à disposição dos clientes. Lembre-se de que suas horas de descanso e de dedicação à família também devem ser sagradas tanto quanto possível.

Até pouco tempo atrás, **trabalhar em casa** era algo restrito a atividades como costura, produção de comida congelada e artesanato. Com o tempo, a lista foi crescendo e hoje inclui também atividades descoladas, como **promoção de eventos**, aluguel de som e luz para festas, agência de turismo, escritório de design para sites, criação de jogos para celulares e produção de incensos, velas e aromas. Se você se interessou por alguma dessas atividades, confira a seguir algumas dicas de empresários que atuam nesses ramos para você se dar bem.

Perfumes terapêuticos

A **aromaterapia** pode ser uma oportunidade para novos negócios dentro do setor de bem-estar. O mercado ligado ao bem-estar segue em alta no país. Um número cada vez maior de pessoas busca alternativas para equilibrar o corpo e a mente e para reduzir o estresse do dia-a-dia. Muitas atividades exigem investimentos relativamente altos, como a montagem de um spa urbano ou de uma clínica de terapias orientais. Mas se você tem afinidades com o ramo e não dispõe de muito capital, pode iniciar um negócio de produção de incensos, velas, sabonetes, sachês e outros aromatizantes, em sua própria casa, sem fazer grandes investimentos.

O empresário João Pedro Hessel Filho, de São Paulo, que atua no ramo, diz que o ideal é você começar fazendo um ou outro item apenas e ir aumentando a gama de produtos à medida que for se firmando no mercado. Além de vender os produtos diretamente para o consumidor final e para as lojas, você pode formar parcerias com outras empresas do ramo, como as clínicas de terapias orientais.

Há espaço também para quem quer oferecer serviços de **aromatização de ambientes** para empresas, como faz a aromaterapeuta e psicóloga Sâmia Maluf, da By Sâmia, de São Paulo. O trabalho consiste em estudar e mapear os problemas existentes no ambiente antes de definir que tipo de aroma será utilizado. Um consultório dentário, por exemplo, pode optar por óleos cujos aromas tranquilizem os pacientes. Para uma loja de doces, um cheirinho que estimule o apetite nos clientes pode ser uma boa ideia. Há também substâncias que instigam o aumento da produtividade. Mas é preciso se precaver com possíveis casos de pessoas alérgicas.

É importante também tomar alguns cuidados com a segurança. Como a **parafina** e a glicerina, duas matérias-primas muito utilizadas na área, são inflamáveis, procure instalar o negócio num cômodo livre, bem ventilado e que não seja frequentado por crianças, nem por animais de estimação. Mesmo assim, convém manter um extintor de incêndio sempre por perto. É fundamental também conhecer bem as diferentes substâncias utilizadas na produção e seus efeitos. Algumas podem causar alergia em pessoas que têm problemas respiratórios.

Designer virtual

A expansão da **internet** como ferramenta de trabalho nos mais diversos ramos de atividade acabou por abrir boas oportunidades para os webdesigners, aqueles profissionais que criam páginas personalizadas na rede.

É um negócio promissor para quem gosta de informática e quer trabalhar em casa, já que a atividade exige apenas um bom computador conectado à internet, de preferência por banda larga. É claro, porém, que quem pretende atuar no ramo deve ter noções de programação de computador e também uma "veia artística". A criatividade é fundamental para se dar bem na área.

Muitos profissionais que já estão no mercado aprenderam o trabalho na prática, prestando serviços para a clientela, como o designer Fernando Villela, de São Paulo. Mas é possível também frequentar cursos sobre o assunto e depois estagiar com pessoas experientes no ramo. Em geral, o **webdesigner** atende profissionais liberais e empresas de pequeno e médio portes de diferentes setores.

Como as empresas encaram a internet, cada vez mais, como uma ferramenta fundamental para o crescimento de seus negócios, elas querem, hoje, ter um portal bem produzido, que funcione como um mecanismo eficaz para interagir com a **clientela**.

O preço da produção de um site no formato mais simples, com identificação do negócio, exibição dos produtos, serviços e canal para contato, varia. Quanto mais incrementado for o trabalho, obviamente, mais alto será o preço do serviço. O custo e o tempo de produção dependem do nível de complexidade dos itens que serão incluídos no site, como fotos, ilustrações e animação.

Festeiro profissional

Uma festa cuja proposta é fazer os convidados ferverem na **pista de dança** requer som e iluminação potentes. Como nem sempre os anfitriões dispõem dos equipamentos, a locação é a alternativa mais conveniente. Para você, que entende ou gosta de eletrônica, eis aí uma boa opção de negócio para começar em casa. Recomendamos que você compre primeiro equipamentos para espaços menores, como salões de festa de edifícios.

As festas de amigos e parentes são bons pretextos para testá-los e também para divulgar o negócio. A partir daí, você pode começar a cobrar pelo aluguel, como fez Maurício Szics, de Campinas, interior de São Paulo. Ele começou emprestando seus aparelhos e caixas de som. Depois, a partir de 2002, criou a própria empresa, batizada de Som Szics, em sociedade com o sobrinho, Douglas Szics. Passou a alugar até telão e chega a distribuir brindes aos convidados da festa. Você pode se encarregar do transporte dos equipamentos ou terceirizá-lo, mas precisa ter cuidado para não danificar a aparelhagem. Afinal, a reposição de lâmpadas e os pequenos consertos depois de uma

festa estão entre os principais custos de uma empresa do ramo.

Organizador de viagens

Você pode montar sua própria **agência de viagens**, cujo papel basicamente é vender passagens avulsas para pessoas físicas ou jurídicas e revender pacotes turísticos de operadoras de turismo. O negócio não requer grandes investimentos. Basta uma sala com mesa, computador e telefone. Não é obrigatório ter curso superior em turismo, mas um dos responsáveis pela empresa deve ter, no mínimo, três anos de experiência em atividades ligadas ao setor, de acordo com o Sebrae, a entidade de apoio ao micro e pequeno empresário.

A concorrência no ramo é grande. É preciso seriedade e dedicação para alcançar o sucesso. A empresária Vera Galindo, por exemplo, dona da Multi Turismo, de São Paulo, diz que, desde a abertura da empresa, em 2001, adotou o hábito de fazer extensas entrevistas com os futuros passageiros para descobrir as suas expectativas e preferências. Com um dossiê nas mãos, ela é capaz de traçar roteiros sob medida para qualquer tipo de público.

Vera optou por criar o seu **home-office** no apartamento em que mora, já que o prédio permite. O número de funcionários depende da estrutura da agência.

No começo, você pode contar com apenas um nas funções de emissor de passagens e atendente. Mas você precisa se dedicar integralmente à empresa. Nada de deixar tudo nas mãos do funcionário, por julgar que se trata de um negócio simples. Com formação superior em turismo, Vera tem como braço direito a gerente

Vera Padula, que também tem curso universitário na área, com a qual divide o atendimento ao cliente. "Em geral, fico com os serviços administrativos e as viagens aéreas; e a minha gerente, com os pacotes", diz ela.

Se você quiser entrar no ramo, terá que registrar obrigatoriamente o negócio na **Embratur**, o órgão do governo federal que regulamenta o setor. A filiação à Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav) é opcional. A vantagem para quem se associa à entidade é poder frequentar os cursos que ela promove, geralmente ministrados pelo Fórum das Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais (Favecc), pela Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa) e pelo Sindicato das Empresas de Turismo (Sinditur). Para o segundo semestre de 2006, estão programados cursos de iniciação em turismo para novos empresários, venda de produtos e serviços, marketing, qualidade no atendimento, legislação, gestão e finanças. As aulas são dirigidas tanto aos empresários como a seus funcionários.

O setor também oferece oportunidades para agências especializadas em **viagens ecológicas**, de negócios e para os praticantes de esportes de aventura. Todos esses nichos registram demanda crescente nos últimos anos. Mas a especialização exige cuidados redobrados na formação dos funcionários, na escolha dos roteiros e constante atualização sobre as novidades do mercado.

Promotor de eventos

Da produção dos convites à contratação dos manobristas do estacionamento, dos garçons ao bufê. E mais: atrações musicais, brindes, cenografia, performances teatrais e tudo o que o cliente desejar.

Uma agência de **organização de eventos** eficiente deve estar sempre preparada para oferecer toda a estrutura que a atividade exige. E, para começar, você não precisa mais do que um telefone, um computador e uma boa rede de fornecedores. Você pode atender pessoas físicas ou organizar eventos corporativos, que são, em geral, mais lucrativos. A concorrência em ambos os casos é grande. Mas, como em todas as atividades, sempre há espaço para quem faz o serviço com eficiência. A Lumac Criação e Desenvolvimento, dos sócios Maurício Moraes e Lucas Aguiar, por exemplo, que nasceu em 2002, em São Paulo, tem o objetivo ambicioso de oferecer o máximo de serviços para eventos, sem custos elevados para os clientes.

Com pouca experiência no ramo e quase nenhum dinheiro para investir, a dupla começou apenas com o que tinha no momento: computadores, fax, carros próprios e um espaço livre no apartamento de Aguiar, que acabou se transformando em escritório. Os primeiros clientes chegaram por meio do site que eles criaram na internet. Outros

foram indicados por amigos, parentes e ex-colegas de trabalho. Uma pequena parcela retornou o contato que a dupla tinha realizado para **divulgar o negócio** antes de abri-lo. Um alerta importante para não colocar o caixa em risco: os profissionais terceirizados devem ser sempre contratados de acordo com a demanda de trabalho.

Mas você precisa ficar atento à qualidade da mão-de-obra e à agilidade de execução dos serviços. Um evento que começa atrasado com certeza pode colocar todo o trabalho a perder.

Entretenimento de bolso

Há dez anos, os telefones celulares serviam somente para fazer e receber ligações e eram bem maiores e mais pesados do que hoje. Felizmente, a tecnologia evoluiu e agora basta um aparelho minúsculo para receber e enviar **mensagens de texto**, tirar fotos, ouvir música, brincar com jogos eletrônicos e navegar na internet em alta velocidade. Na esteira da revolução tecnológica que acontece no mundo dos celulares, surgiu uma nova atividade, que promete bons lucros para quem está no ramo: o desenvolvimento de jogos eletrônicos, com gráficos, imagens e som de alta qualidade.

Uma das pioneiras no ramo no país é a Devworks, de São Paulo, que iniciou as atividades em 1999. A Devworks fornece os programas para grandes companhias de telefonia, que incluem dezenas de jogos, e divide a receita com elas. Quem começar agora no ramo dificilmente vai vender os produtos diretamente para as **grandes operadoras**.

É mais provável, segundo André Penha — da Délirus, de Campinas, interior de São Paulo, que também desenvolve jogos para celular —, que você venda os produtos para as chamadas publicadoras, que selecionam, divulgam e colocam os jogos no mercado. Penha diz que, para atuar no ramo, é preciso contar com profissionais de arte e de computação gráfica, utilizar softwares específicos e investir no maior número possível de aparelhos para testar os jogos, mas ele afirma que dá para fazer tudo de casa porque a equipe não precisa ser grande.

Imprimir

Fechar