

Como sobreviver (bem) atuando como freelancer

Para formar uma carteira de clientes, é preciso suar a camisa

ARQUIVO PESSOAL



Henrique. Muitos se lançam ao mercado sem uma formação que ajude a gerenciar o trabalho autônomo

Em meio a orçamentos mais enxutos e à necessidade de redução do quadro de funcionários, pequenas e médias empresas estão optando pela contratação de freelancers como forma de sobreviver a esse período de crise. A startup Multiplicação Digital, por exemplo, tem cinco funcionários fixos e 12 freelancers que são como ‘cartas na manga’ para os momentos em que a empresa precisa dar conta de um ‘job’.

A busca por profissionais autônomos foi intensificada quando a sede da companhia saiu de Belo Horizonte para a cidade de Tocantins, também em Minas, com 20 mil habitantes. A falta de mão de obra especializada no local levou o sócio Hugo Gariglio a procurar em plataformas on-line os serviços de designer, programador e de produtores de conteúdo que atuam por conta própria. A necessidade de reduzir custos de admissão também foi um fator determinante na opção por esse modelo de contratação.

A formação da base de freelancers da startup, porém, não foi fácil. A seleção foi rigorosa, com muitas entrevistas, negociações e avaliação de portfólios, para que a escolha estivesse de acordo com o tipo de trabalho que a empresa esperava do profissional.

— Esse processo tem que ser bem-feito, por que uma decisão errada pode fazer com que a empresa perca a credibilidade perante o cliente que a contratou para o job. A princípio você não conhece o trabalho do freelancer, não sabe se ele cumpre prazo e se realmente tem talento para executar o serviço. É preciso feeling e uma avaliação detalhada para fazer a escolha certa — diz Gariglio.

PONTOS A FAVOR

Para conseguir uma carteira de clientes fixa, os freelancers devem suar a camisa, mostrar trabalho e ficar atentos à qualidade do aten-

“

“Quando comecei a fazer ‘freelas’, foi bem difícil conquistar clientes, pois esse mercado é muito competitivo.”

Tiago Monteiro
Analista de web

dimento, avalia o gerente da plataforma Troptal, Alejandro Rigatuso. Comunicação clara e simples, preço competitivo, qualificação, acessibilidade e flexibilidade contam muitos pontos a favor desses profissionais.

— O freelancer que faz um bom trabalho pode ser indicado para outros clientes e assim vai angariando cada vez mais projetos. O volume de tarefas é instável, por isso, é preciso ter um grau de profissionalismo acima da média para sempre ser lembrado — ressalta Rigatuso.

Para Camila Pires, diretora da Rede Indigo, as empresas estão mais abertas à contratação de freelancers, mas esperam envolvimento. O profissional que, além da competência técnica, tem postura profissional e alia comprometimento e flexibilidade pode estabelecer relações de longo prazo.

— A reputação é um dos instrumentos de trabalho do freelancer. É importante compreender as preferências do cliente, conhecer suas necessidades e oferecer soluções alter-

nativas. Quando a demanda é pensada sob a ótica do cliente, é mais fácil se antecipar a possíveis necessidades e até gerar novos trabalhos — salienta.

MERCADO COMPETITIVO

O analista de web Tiago Monteiro concilia trabalhos como freelancer com um emprego fixo há cinco anos e confirma que esse ano realmente houve um boom de empresas requisitando ‘freelas’ nas plataformas on-line de contratação. Tanto que a remuneração por projetos específicos tem superado a média de R\$ 10 mil mensais que ele estipulou para 2015.

— Mas nem sempre foi assim. Quando comecei a fazer ‘freelas’, foi muito difícil conquistar clientes, pois esse mercado é bastante competitivo. Para construir uma base sólida, trabalhei bem alguns pontos além da entrega do trabalho, como o suporte e a atenção diferenciada às empresas.

Na avaliação do designer gráfico Henrique Pochmann, a postura de Tiago não é comum entre os freelancers brasileiros. Autor de um blog que dá dicas para quem quer se aventurar nesse modelo de atuação, ele diz que a maioria não tem muita noção da atenção necessária à construção de uma relação de longo prazo com cliente. Muitos se lançam ao mercado sem uma boa formação na faculdade, que ajude a gerenciar um trabalho autônomo.

— Somos educados e formados para ser funcionários de empresas, dificilmente uma faculdade ensina a atuar no mercado de outra forma. Há também a questão da valorização, não se deve jogar o preço para baixo na intenção de pegar o job. Ser freela não significa falta de talento ou de competitividade. Ao contrário, é preciso se valorizar. ●