



Rogério Soares: Organização em rede substitui modelo societário formal

As pequenas e médias empresas brasileiras têm uma chance muito boa de estender seus tentáculos no mercado para além de suas forças se souberem usar com inteligência as ferramentas da “organização em rede”, da qual se sobressai a modalidade broker.

É que nos dias de hoje ninguém pode se dar ao luxo de querer fazer tudo sozinho, e menos ainda os pequenos empreendedores, que precisam se dedicar com energia e afinho a sua competência central – o core business. E é só atuando de forma associada que será possível conseguir parceiros que, ao assumir aquelas atividades ditas secundárias, ainda a transformem num excelente ativo comercial.

Desta forma, as PMEs conseguem amenizar a desvantagem de serem players menores em relação a concorrentes poderosos e se manter na arena de consumo com igual presença e assiduidade.

Com a opção broker, uma pequena fábrica – se dispor de produto inovador – pode ser altamente competitiva, conquistando fatias de consumidores que seriam impensáveis se continuasse isolada na sua base territorial.

Ao contrário do que muita gente pensa, transformar o pequeno em grande não encerra nenhum milagre, já que esta opção vem sendo aprimorada desde a década de 80 do século passado nos Estados Unidos.

E os ventos do norte já provaram que podem mover moinhos, pois a “organização em rede” cresce a olhos vistos, substituindo, com vantagem, a organização societária formal, vertical, com as quais estamos acostumados a conviver.

Mas, afinal, o que é e o que faz o broker? Ora, num ambiente de fragmentação do mercado, o broker é aquele elo com personalidade jurídica própria que cuida de áreas vitais para o fortalecimento da marca e para otimizar a operacionalidade da indústria: se envolve com a representação comercial, a distribuição e a venda.

Todos estes “tentáculos” são agregados ao “corpo” da indústria por meio de um sistema de gestão de contratos. Importante: são agregados, mas não se misturam juridicamente.

Este “novo” desenho de relacionamento comercial está assentado em quatro contratos, quais sejam: de prestação de serviços; de representação comercial; de prestação de serviços de avaliação de crédito e de garantia; e contrato de comodato. Além de conseguir um varejista a seu serviço lá na ponta consumo, a modalidade significa redução de impostos em cascata. Afinal, o broker não compra nem vende nada – é um elo de governança que liga uma ponta à outra.



A pedra no meio do caminho do empreendedor – e sempre há uma – é que a legislação brasileira não é tão amigável aos negócios como nos Estados Unidos. Lá, a autonomia e a manifestação da vontade das partes são mais reconhecidas e respeitadas, e ninguém recebe tutela especial do Estado. Por aqui, o jogo é mais duro. É o custo Brasil.

Assim, é preciso conhecer muito bem a legislação sobre contratos, legislação trabalhista e, principalmente, sobre tributos, antes de seguir em frente. Senão, ao invés de conseguir uma vantagem competitiva formidável, o empreendedor poderá ser levado a um passivo administrável.

Date Created

25/05/2014