



19º Congresso Internacional de Administração

ADM 2006

Ponta Grossa, Paraná, Brasil,
19 a 22 de Setembro de 2006

A influência da administração do tempo no marketing pessoal

Tamy Yukary Hara (UEPG) <tamy.hara@ibest.com.br>
Sérgio Escorsim (UEPG) <escorsim@uol.com.br>
Fernanda da Fonseca (UEPG) <ferdyfonseca@yahoo.com.br>
Leandro de Almeida Martins (UEPG) <leandro_uepg@pop.com.br>
Zaclis Aparecida Francisco (UEPG) <zaclis05@yahoo.com.br>

Resumo

Este documento apresenta a influência da administração do tempo no marketing pessoal. Aborda o tempo como um fator essencial para se alcançar maior rendimento e qualidade nas atividades executadas, sejam pessoais ou profissionais. O foco principal deste é a reflexão sobre a maneira de planejar e organizar as ações, distinguindo quais tarefas terão maior impacto ao objetivo principal do grupo ou de sua vida. Eliminar os desperdícios de tempo no dia a dia, mantendo suas atividades programadas e executadas com qualidade, além de refletir diretamente na sua imagem pessoal. Dessa maneira o indivíduo estará buscando e aperfeiçoando o desenvolvimento contínuo para alcançar melhores resultados. Palavras-chave: Marketing Pessoal, Administração do Tempo, Sucesso Profissional.

1. Introdução

O volume de informações e a velocidade a que somos submetidos diariamente, não dão chances para vivermos como nossos antepassados. Saber administrar o tempo é um desafio constante do homem moderno. Precisamos, cada vez mais, nos organizarmos e nos prepararmos “fisicamente” para este desafio.

Hoje parece que temos menos tempo, pois existem mais eventos para serem realizados no mesmo espaço de tempo. Tempo não pode ser poupado, expandido, recuperado: só pode ser usado. Do bom ou mau uso do tempo dependerão os nossos resultados e também nosso sucesso e reconhecimento de todos. Se o tempo de que dispomos não é suficiente, o problema não é do tempo, se faz necessário organizarmos e aproveitá-lo melhor, verificando como é que o estamos gastando. Desta forma, poderemos eliminar os desperdícios, criar novos hábitos, principalmente, orientar nossas atitudes em direção aos nossos objetivos.

Administrar bem o tempo tem sido para a maioria das pessoas uma espécie de missão impossível. Ao mesmo tempo o universo corporativo vem passando por profundas transformações. As organizações estão mais enxutas, o trabalho está cada vez mais complexo e a pressão por resultados só faz aumentar. Vivemos uma angústia permanente por não conseguir absorver o volume de informações disponível.

Qualquer um de nós pode controlar melhor o próprio tempo e deixar de fazer parte do time dos que vivem reclamando do fato de o dia ter apenas 24 horas.

Mais do que controlar as horas, os minutos e os segundos do dia, uma boa gestão do tempo exige, prioritariamente, a definição clara do rumo que você deseja dar à sua carreira e à sua vida. A gestão do tempo é uma estratégia eficiente para quem sonha em assumir as rédeas da situação.

Porém, antes de falar em planejar, administrar, otimizar nosso tempo, temos que nos perguntar o por que de ganharmos tempo. O tempo é o produto mais precioso que existe. Se não o utilizarmos imediatamente e de maneira eficaz, torna-se uma ferramenta improdutiva para execução das nossas atividades, trazendo como bagagem o fracasso e atingindo diretamente nossa imagem no que se refere ao sucesso do nosso Marketing Pessoal.

O presente artigo tem como objetivo compreender o tempo e sua utilização, destacando o resultado que pode ser alcançado utilizando a administração do tempo no marketing pessoal, conscientizando o indivíduo da importância do tempo na vida profissional e pessoal. Evitar o desperdício do uso tempo, saber priorizar as tarefas do cotidiano e os objetivos da Organização em que está inserido.

2. Compreensão do Tempo

De uma maneira simplista, “tempo é dinheiro”. Segundo esta visão, o valor do tempo tornou-se resultante dos valores produzidos e consumidos no tempo. Isso causou uma ambivalência peculiar na atitude do homem em relação ao tempo. Por um lado o tempo era dinheiro, o valor ou artigo mais precioso no mundo social. Entretanto podemos dar ao tempo uma dimensão mais ampla do que simplesmente aliá-lo ao valor econômico. O tempo é irreversível no sentido objetivo de sua dimensão, não podemos tê-lo de volta e nem torná-lo inelástico.

Segundo Renato Bernhoeft (1985, p.3), o conceito do tempo como um elemento de riqueza prevaleceu no mundo moderno. Em contraste com a perspectiva antiga e medieval, o tempo no mundo moderno tornou-se um instrumento a serviço de nenhuma outra função que não a de produzir bens para consumo e lucro. Daí a concepção de resgatar o tempo através da atividade, produção e lucro incessantes, em contraste com a idéia grega de resgatar o tempo através da contemplação de verdades e valores eternos, com a concepção medieval de resgatar o tempo através da participação na “cidade de Deus” e na obtenção da salvação eterna.

Nossa realidade ainda continua com a concepção de que o “custo” do tempo gera os resultados do indivíduo, e conseqüentemente os resultados a serem atingidos pela Organização. Porém hoje as empresas e pessoas buscam a melhor forma de transformar os objetivos em resultados de maneira em que ambas as partes ganhem. Atualmente, em sua política, as empresas visam não somente o trabalho mecânico de seus colaboradores, mas também motivam o mesmo a buscar o autodesenvolvimento e dão liberdade para planejar as atividades diárias, assim desenvolvendo seu potencial crítico.

Antes de falar em planejar, administrar, otimizar o nosso tempo, devemos refletir sobre o porquê de ganharmos tempo. Temos que reverter o tempo gasto nos processos improdutivos para atividades que gerem qualidade de vida tornando-os mais produtivos nas tarefas do dia a dia. O tempo é o produto mais precioso que existe se você não utilizá-lo imediatamente, ele se perde. Segundo Carlos Drumond de Andrade, “O tempo é a minha matéria, o tempo presente, os homens presentes, a vida presente”.

3. Administrando o Tempo

Um dos primeiros passos para administrar o nosso tempo com eficiência é começando a organizar as funções a serem atingidas. O importante das atividades é que estejam sempre alinhadas ao foco principal, ao objetivo. No trabalho é exigida a rapidez no desenvolvimento

das atividades, não deixando de lado a prioridade da qualidade. Se a tarefa foi realizada com qualidade e sem perder tempo, temos o objetivo de qualquer Organização atingido, satisfação do cliente e retorno.

Para organizar e aproveitar melhor o tempo é preciso fazer um controle de como estamos gastando-o. Desta forma, poderemos eliminar os desperdícios, criar novos hábitos, principalmente, orientar nossas atitudes em direção aos nossos objetivos.

O tempo é distribuído entre as pessoas de forma bem mais democrática que muitos dos outros recursos de que dependemos. Entretanto, apesar desse igualitarismo, uns conseguem realizar uma grande quantidade de coisas num dia, outros, ao final do dia, têm o sentimento de que o mesmo acabou e não fizeram nada. Não existe falta de tempo, mas sim falta de prioridade. Se deixarmos de fazer algo, é porque fizemos outra coisa no lugar. Prioridade é o que tem valor, o que é importante, mas, confundimos importância com urgência. Ao invés de agir na importância, reagimos à urgência. De acordo com Jorge Proença (2003, p.25-26) podemos classificar as prioridades em Alta, Média e Baixa:

- Alta prioridade: o que é necessário ou vital, ou seja, o que é importante e urgente. Faça-as agora e bem feitas;
- Média prioridade: o que é importante, mas não é urgente. Preste muita atenção para não deixá-las tornarem-se urgentes. Vá fazendo aos poucos e priorize a qualidade;
- Baixa prioridade: o que só tem urgência mais não tem efeito significativo. Faça-as agora, mas de forma rápida para não perder muito tempo com elas. Também classifique aqui as tarefas que não são urgentes e não tem valor significativo. Questione-se sobre a real necessidade de realizar essa tarefa. Se ela não é importante, nem urgente, será que precisa ser feita?

Devemos nos focar nas atividades mais importantes, ou seja, aquelas que trarão resultados para o grupo e organização. Na maioria das situações, nos mantemos ocupados em tempo integral, por medo de “perder tempo”. Reagimos às demandas de atividades saturando nosso tempo. Nesse momento é que devemos parar e organizar as idéias priorizando aquelas em que obteremos resultados concretos, porque delas dependem o nosso sucesso.

Para ocorrer uma administração do tempo eficiente são necessários planejamento e organização, tanto na vida pessoal como profissional. Para elaborar um planejamento eficaz, podemos classificar as atividades de maneira que estejam sempre voltadas ao objetivo: **essenciais**: necessitam de imediata realização; **importantes**: devem ser a segunda ação a ser realizada; **tarefas positivas ativas**: auxiliam ao alcance do objetivo; **tarefas reativas**: surgem diariamente; **tarefas importantes**: vão de encontro ao objetivo; **tarefas de urgência**: atividades críticas em relação ao tempo de execução.

Assimile o uso do seu tempo como faria em um balanço, divida as tarefas de longo e curto prazo. As atividades de rotina são as de curto prazo, analise se necessitam de mudança para ganhar tempo, estude a melhor forma de realizá-las. As de longo prazo, identificar as áreas de problema e reserve tempo para avaliá-las e melhorar seu desempenho, destaque aquela que lhe desagrada no momento, vícios e hábitos.

Para executar seu trabalho com mais eficiência, você deve gastar cerca de 60% do seu tempo em tarefas do grupo, aquelas em que são focadas no objetivo e que realmente trazem resultado para a organização e conseqüentemente destaque pessoal, são as tarefas de prospecção. Para as atividades de projetos em andamento deve concentrar 25% do seu tempo. Para as atividades realizadas todos os dias, deveriam restar 15% do seu tempo. Porém é claramente notado que isto geralmente não ocorre, como demonstramos na figura 1.

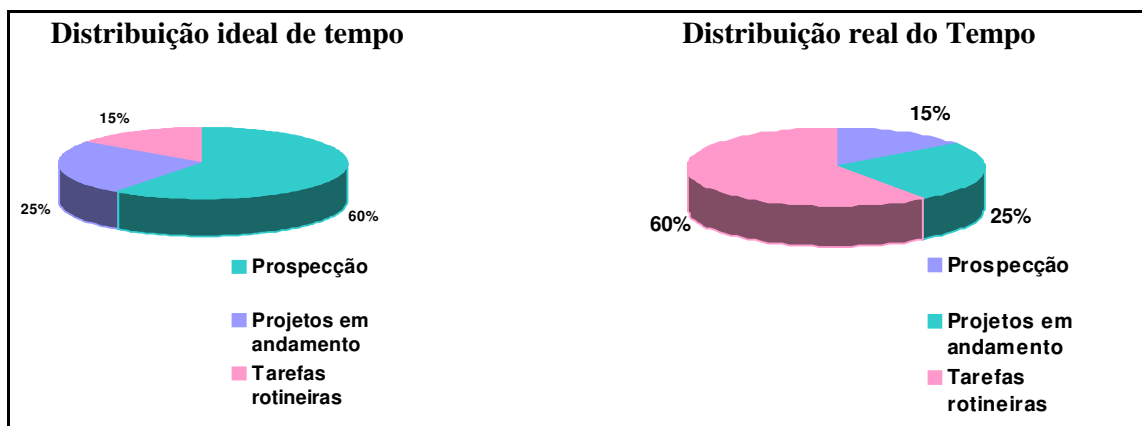


Figura 1. Como Administrar o Tempo – Adaptado de Hindler (2002).

Saiba priorizar as tarefas, descreva-as e cumpra rigorosamente sua agenda. Faça escolhas, não assuma novos compromissos, novas tarefas, pois se não as conseguir executar pode manchar sua imagem. Avalie as suas prioridades. Estabeleça metas e cumpra os prazos. Sempre que possível antecipe-se aos problemas. Segundo Menconi da Revista (2005, p.84), classificou as tarefas em: Urgente é... toda a tarefa que precisa ser feita imediatamente e que pode gerar problemas se não for executada. Em geral é o que foi deixado para ultima hora. Nem sempre as urgências são prioridades. Importante é... tudo que faz diferença em sua vida, seus objetivos e sonhos pessoais ou profissionais, os momentos de lazer, exercícios. Tudo que traga bem estar e equilíbrio físico, mental, espiritual e emocional. Circunstancial é... tudo aquilo que foge ao seu controle. São as coisas que você faz em excesso ou contra vontade que não gera resultados, provocam angustias e insatisfação. São importantes para os outros, não para você.

4. Marketing Pessoal

O marketing pessoal é uma ferramenta de valorização do ser humano em todos os seus atributos e características. Podemos defini-lo como um conjunto de ações estratégicas que conduzem à trajetória pessoal e profissional para um feliz sucesso por meio de qualidades inatas ou adquiridas do indivíduo que, aperfeiçoadas, promoverão comportamentos favoráveis à realização dos seus próprios objetivos. Divulgar a imagem pessoal diante das oportunidades não é uma tarefa fácil, o marketing pessoal deve ser desenvolvido através de nossas atitudes, competências, relacionamento e capacidade de desenvolvimento contínuo. Somente uma única pessoa é responsável por seus resultados, o sucesso é consequência do que é agregado à sua imagem. O sucesso de cada um é a melhor divulgação de si mesmo.

5. Tempo – uma ferramenta do Marketing Pessoal

Encontramos em nossa vida vários recursos que podem nos levar ao sucesso profissional e pessoal, o que possibilita alavancar a nossa carreira. Um deles é o tempo, escasso e limitado. Este precisa ser gerenciado da maneira mais eficiente possível, para que não haja desperdício. Um grande erro que cometemos é o de acreditar que teremos tempo suficiente para realizar o que buscamos e por isso não organizamos o uso do tempo. Quem de nós algum dia não desejou que o tempo passasse logo, que o dia acabasse. Desperdiçamos nosso precioso tempo

como se ele fosse ilimitado, porém ele é um bem valioso que pode nos levar ao sucesso que almejamos.

Outro recurso que é de nossa propriedade e abundante são os neurônios. Não seria mais adequado utilizar nossas idéias, criatividade e capacidade de pensar para gerenciar o nosso tempo, maximizando-o. As organizações nos contratam por nossas idéias, entretanto administram nosso “recurso tempo”, preocupando-se demasiadamente com o cumprimento da jornada de trabalho, deixando de focar, no entanto, o que realmente importa - o que foi produzido durante esse tempo.

Segundo Magalhães (2001, p.14), “há empresas falindo por falta de idéias, mas gastando milhões na compra do tempo de seus funcionários”.

SLACK (1993, p. 50), afirma que tempo é mais do que dinheiro, tempo é valor. No contexto do marketing pessoal agrega valor.

Um profissional que sabe administrar bem seu tempo destaca-se entre os demais. Ele não necessita ser o mais inteligente, ou ser um líder nato e sim saber como fazer o seu trabalho.

Segundo Peters (1991, apud Brooks) “uma carreira profissional é um portfólio de projetos que lhe ensinam novas habilidades, lhe conferem novos conhecimentos especializados, aumentam seu rol de colegas e reinventam você, constantemente”. O que ele quer nos mostrar é a necessidade do ser humano não ficar parado no tempo e estar sempre investindo no seu próprio capital humano.

O planejamento e a estratégia são os pilares do Marketing Pessoal e o tempo dentro desse contexto à chave mestra da questão. Planejamos, definimos estratégias, mas se não estabelecermos prazos e não os cumprirmos, não atingiremos nossos objetivos. Para que esses prazos sejam respeitados é necessário se ter organização e disciplina, além de discernimento para distinguir as prioridades.

É importante ressaltar que o Marketing Pessoal vai além da divulgação da nossa imagem para os outros, ele consiste em nos tornarmos pessoas melhores, em agregarmos valor a nós mesmos. Precisamos crescer profissional e pessoalmente. Isso significa dizer que devemos administrar também nosso tempo livre para que ele tenha mais qualidade.

Uma pessoa com uma vida pessoal bem estruturada e organizada tem menos preocupações e pode se concentrar melhor quando estiver em seu horário de trabalho. Da mesma maneira, um profissional que aproveita seu tempo de forma produtiva pode dedicar-se mais intensamente ao seu tempo livre. Esse equilíbrio resulta numa imagem positiva, a imagem de uma pessoa bem sucedida na vida profissional e pessoal sem precisar fazer uso da propaganda enganosa.

6. Considerações finais

Na filosofia japonesa o tempo é o bem mais precioso que existe. O tempo que passou jamais volta. Aquilo que deixamos de fazer hoje, podemos fazer amanhã, mas nunca recuperaremos o tempo passado.

Saber administrar o tempo é ter clareza cristalina sobre o que, para nós, é mais prioritário, dentre as várias coisas que precisamos e desejamos fazer - e tomar providências para que essas coisas mais prioritárias sejam feitas.

Investir na gestão do tempo é investir em qualidade de vida. Quando o tempo é mal gerenciado, o desequilíbrio impera: ansiedade, tensão, “stress”, fadiga, somatização. O gerenciamento do tempo é uma arma poderosa e eficaz para combater esses sintomas que roubam a tranquilidade, alteram o humor e interferem no prazer e na alegria de viver.

Tempo é uma dádiva, e o gerenciamento do tempo, uma habilidade. Saber como administrar o tempo efetivamente nos dá a oportunidade de gastarmos um recurso valioso da maneira como bem entendermos.

Administrar o tempo de que dispomos é essencial para nos tornarmos pessoas de sucesso. Essa administração influencia diretamente em nosso Marketing Pessoal, procuramos tornar nosso tempo produtivo, evitando ao máximo seu desperdício.

Devemos fazer uso do tempo na busca incessante pelo nosso crescimento, desenvolvimento e aperfeiçoamento. Buscar o aprimoramento constante na construção de uma imagem positiva. O profissional que sabe administrar corretamente seu tempo é uma pessoa mais feliz, sem stress e satisfeita consigo mesma.

Um dos grandes desafios do administrador moderno passou a ser, então, planejar seu tempo de forma adequada, fazer com que seu tempo gere frutos não só para empresa, mas também para si próprio. Neste contexto é que notamos a importância da influência da administração do tempo no marketing pessoal.

Referências

- BERNHOEFT, Renato. **Administração do Tempo**. 10. ed. São Paulo: Livraria Nobel S/A, 1991
- BISSOLI, Maria Ângela M. A. **Artigos**: administração do tempo com novas tecnologias. Campinas. 2000.
- BROOKS, William T. MULLINS, Terry W. **Administração do Tempo de Alto Impacto**. Makron Books do Brasil Editora Ltda, 1991.
- DRUCKER, Peter F. **O Gerente Eficaz**. Zahar Editores, 1968.
- HINDLE, Tim. **Como Administrar o Tempo**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2002.
- MAGALHÃES, Dulce. Novos paradigmas para uma antiga questão. **Gestão Plus**, n. 23, p.14-17, nov./dez. 2001
- MENCONI, Darlene. Em busca do tempo perdido. **Isto É**, p. 80-86, 30 de março de 2005.
- PROENÇA, Jorge. **Planejamento Pessoal e Administração do Tempo**. São Paulo: Editora e Gráfica Vida e Consciência, 2003.
- SILVEIRA, Mauro. Como fazer seu tempo render mais. **Especial Você S/A**. 1. ano, 2. ed. p. 30-35, nov.2002.
- SLACK, Nigel. **Vantagem Competitiva em Manufatura**: atingindo competitividade nas operações industriais. 1. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1993.