

# 30 anos de Marinho Despachantes:

“Sinto como se começasse de novo a cada dia”, diz a diretora de negócios Elza Aguiar



Elza Aguiar – Diretora de Negócios da Marinho Despachantes

Ela já subiu na boléia de caminhão. Já usou macacão para falar de igual para igual com trabalhadores. Criou projetos, produtos, serviços e comanda uma das maiores estruturas do segmento de documentação no país.

Sob sua supervisão trabalham cerca de 200 colaboradores nos quais ela detectou a vontade de aprender e de crescer profissionalmente. Ela é Elza Aguiar, a vice-presidente e diretora de Negócios da Marinho Despachantes, que completa em 2010 trinta anos dentro da empresa.

Sua história, até por isso, quase que se confunde com a do escritório, localizado há mais de 40 anos no bairro do Pari. Elza está hoje à frente de uma organização que ajudou, com o seu trabalho, a projetar. Começou quando o despachante Mario Abicalam mantinha uma equipe de cinco pessoas e prestava gama muito menor de serviços.

Elza Aguiar assumiu, desde então, que venceria. Curiosa, empreendedora, cursou Secretariado e, logo depois, aconselhada pelo proprietário do escritório, Administração de Empresas. O período na faculdade gerou um acúmulo de conhecimento que a fez enxergar um horizonte de oportunidades muito mais amplo. Em pouco tempo, apoiada pelo titular da empresa, deu ao escritório um status diferenciado.

Há 30 anos era quase impossível prever que um escritório despachante pudesse se transformar na potência que hoje a Marinho é. Elza teve participação ativa no processo de expansão e criou várias frentes que permitiram que o atendimento chegasse, também, à pessoa jurídica.

O conhecimento em documentação e legislação de trânsito abriu campo para que o escritório conseguisse, também, inserção no meio social e agregasse fator de cidadania às suas atividades.

Nesta entrevista ao Panorama, Elza conta um pouco de sua trajetória, analisa as perspectivas do segmento onde atua, relembra passagens inusitadas de sua carreira e diz que se sente realizada, porém não satisfeita por “querer aprender mais”.

**Há 30 anos era possível prever que a Marinho fosse se tornar o modelo que se tornou dentro do mercado?**

Não, há trinta anos isso não era possível prever. Mesmo porque, quando eu comecei, o escritório contava com cinco pessoas, entre elas o próprio senhor Mario. Hoje a Marinho é uma empresa; antes era um escritório modesto. Nós conseguimos enxergar a Marinho crescendo, há quinze anos, quando passamos a atender a outros segmentos que não apenas a pessoa física.

**A Marinho começou operando como um despachante de documentos, mas logo ampliou sua área de atuação. Você testemunhou essa mudança e teve participação ativa nesse trabalho. Como foi essa transição, se podemos chamar assim?**

Na verdade, quando eu comecei na Marinho, fui buscando oportunidades, sempre tive muita vontade de aprender, de crescer. Sempre fui organizada, acho que isso tem a ver com o fato de ser mulher. Nós mulheres gostamos de ver tudo

acertado, no lugar. Quando terminei o colegial, optei por fazer Secretariado. Logo em seguida, por sugestão do senhor Mario, cursei Administração de Empresas. Isso fez com que eu adquirisse uma visão melhor das possibilidades. Vislumbrei, então, novas frentes para a prestação de serviços. Ampliar o leque de atividades. Quis, então, fazer dentro da Marinho algo diferente. Fugir daquele padrão comum observado em outros escritórios, muitos aqui mesmo do bairro. Eu quis, assim, trazer para dentro da empresa todo o aprendizado da faculdade. Imprimimos, aqui, uma nova filosofia, um novo conceito. Isso fez com que a Marinho se tornasse uma estrutura conhecida e respeitada. Pude contribuir para essa mudança. Ajudou, também, o perfil ousado e empreendedor do senhor Mario, que acatava nossas idéias, nossas sugestões.

**Você foi, também, a responsável por muitas das inovações ocorridas dentro da empresa. Alguns projetos, produtos e serviços hoje oferecidos pela Marinho tornaram-se referência. Como é o processo de criar novas perspectivas de trabalho?**

Quando deixamos de atuar no atendimento à pessoa física, buscando novos mercados, foi necessário criar dentro da empresa uma estrutura diferenciada. Dar um nome aos produtos da Marinho, casos do Doc Sinistros, do Doc Salvados, do Doc Frotas, nos permitiu oferecer algo a mais. Passamos a disponibilizar uma consultoria, algo que foi de encontro às necessidades daqueles a quem atendíamos e atendemos ainda hoje. Tudo isso foi feito para contarmos, dentro da empresa, com um nível maior de organização. Conseguimos segmentar nossa atuação e atender, de maneira diferenciada, os clientes. E isso não para. A todo instante, a nossa área de processos, de TI, busca novas formas de criar perspectivas, de melhorar aquilo que fazemos.

**Criar esses produtos e serviços exige conhecimento do mercado,**