

Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa

Aula 16

Coisas que todo empreendedor precisa saber

Objetivos Específicos

- Complementar a base conceitual do aluno.

Temas

Introdução

1 Coisas que todo empreendedor precisa saber

2 Saia da Caixa, seja criativo

3 Fontes de Inspiração e motivação

4 Coaching

5 Mentoria

6 Networking

7 Recomece

Considerações finais

Referências

Professoras Autoras

Kênia Cristina Gonçalves dos Santos

Schirlei Mari Freder

Introdução

Ao longo de todo o processo de aprendizagem neste curso, você percorreu uma série de temas com os quais buscou assimilar a leitura com as suas práticas empreendedoras. Agora, chegou o momento de sugerirmos alguns caminhos abertos para que você continue essa trajetória, lembrando-se de que empreender requer flexibilidade e olhar atento às mudanças que acontecem o tempo todo, e sabemos que muitas delas impactam no negócio, de modo positivo ou negativo.

Por isso, nesta aula, gostaríamos de convidar você a nos acompanhar em uma série de indicações de possíveis caminhos para que você possa se reabastecer de inspiração e motivação para reinventar seu negócio sempre que necessário.

Caminharemos sob duas perspectivas, sendo a primeira o olhar atento para o “ser humano” empreendedor, ou seja, um olhar e cuidado sobre a pessoa que está idealizando determinada iniciativa empreendedora. A segunda perspectiva é o olhar atento para o negócio propriamente dito. Nem uma perspectiva nem outra deve ser deixada de lado no dia a dia do negócio.

1 Coisas que todo empreendedor precisa saber

Dos diversos conhecimentos e habilidades que um empreendedor precisa saber, escolhemos trazer para você algo que pode ser muito inspirador. É como se fosse um ciclo, que nem sempre acontecerá na ordem apontada aqui, mas certamente fará você refletir em cada etapa e contribuir com a tomada de decisão. Estamos falando dos cinco “Ps” do empreendedorismo relatados pelo Professor Fernando Gimenez em seu livro “Empreendedorismo, Sustentabilidade a vida de professor: prosa e poesia” e descritos no Quadro 1.

[...] descrever as características de cada “P” pode facilitar a análise e compreensão do modo como podemos verificar isso nas práticas empreendedoras, independente do porte ou tamanho da empresa. [...] são características que podem se tornar um padrão quando buscamos analisar o comportamento empreendedor (FREDER; FREITAS; MINGHINI, 2016, p. 5).

Em um estudo aplicado por Freder et al. (2016, p. 104) uma pergunta norteou as questões utilizadas na entrevista: “apesar das dificuldades, o que motiva o empreendedor brasileiro?” Partiram então para uma comparação entre os “cinco Ps” de Gimenez (2015) e os depoimentos do Dr Ozires Silva – fundador da Embraer e importante empreendedor brasileiro- em seu livro “Cartas a um jovem empreendedor: realize seu sonho. Vale a pena” (SILVA, 2007). Notaram que os “empreendedores brasileiros tem em comum os aspectos de liderança, protagonismo e o forte desejo de transformar suas realidades” e essas são informações recorrentes em diversas pesquisas sobre o perfil do empreendedor (FREDER; FREITAS; MINGHINI, 2016, p. 104).

Para facilitar a compreensão dessa abordagem trazemos a descrição das cinco características empreendedoras apontadas por Gimenez (2015, pp. 12-15) que constam no Quadro 1.

Quadro 1 – Descrição dos “Cinco Ps” do Empreendedorismo

Os “Cinco Ps”	Descrição das Características
Primeiro “P” - Paixão	Relaciona-se com a dedicação que devota-se a algo ou alguém; O empreendimento é um objeto de desejo; Sem a paixão pode ser difícil atender as demandas do objeto de desejo que é o empreendimento.
Segundo “P” - Propósito	O propósito é o guia da Paixão; Refere-se a motivação para empreender; Vincula-se com a razão da existência do empreendimento que é o que se oferece ao mercado ou a sociedade.
Terceiro “P” - Pessoas	Pessoas compõe o mercado; O empreendimento deve ter capacidade de atrair e ofertar algo para as pessoas; O empreendimento necessita das pessoas para existir: sócios, funcionários, fornecedores, parceiros, etc.
Quarto “P” - Práticas	Saber fazer; Vincula-se aos três papéis do empreendedor: criador, organizador e condutor.
Quinto “P” - Produto	Todo empreendimento se constrói a partir de um produto (tangível ou intangível) ofertado para o mercado ou para a sociedade; Nesse quinto “P” são materializados os outros 4 “Ps”: Paixão, Propósito, Pessoas e Práticas.

Fonte: Adaptado de Gimenez (2015, pp. 12-15) e de Freder, Freitas; Minghini. (2016, p. 104).

Notem então que “estas características fazem com que tenham coragem de superar diariamente os desafios apresentados em suas práticas empreendedoras” (FREDER; FREITAS; MINGHINI, 2016, p. 104).

O “Primeiro P” de Gimenez (2015) “[...] está relacionada com a dedicação que devotamos a algo ou alguém que nos aproxima da felicidade” (GIMENEZ, 2015, p. 13) de modo convergente vai ao encontro do que descreve Dr. Ozires Silva que é o “Sonho de Voar” e é quando “o empreendedor imagina a obra que pretende construir, e se indaga sobre a capacidade dessa obra manter-se em pé no futuro” (SILVA, 2007).

No segundo “P”, o Propósito “[...] se refere à motivação para empreender. [...] tem a ver também com a razão da existência do empreendimento, o que é oferecido ao mercado se for uma empresa, ou a sociedade, se for outro tipo de organização” (GIMENEZ, 2015, p. 13). Nesta etapa, geralmente o empreendedor enxerga um propósito e cria métodos e processos que contribuirão para viabilizar sua ideia, seu produto ou serviço e dessa forma vemos o nascimento de um novo negócio.

O terceiro “P”, as Pessoas, mostra que o “empreendimento, em geral, necessita de outras pessoas para existir: empregados, sócios, fornecedores, parceiros, etc. Para cada tipo de público há interações que precisam ser estabelecidas” (GIMENEZ, 2015, pp. 13-14). Nesse item, já notamos que sem dúvida, mesmo que no início do seu negócio ainda não tenha funcionários contratados, desde sempre o empreendedor se relacionará com diversas pessoas e, saber fazer isso de forma eficiente, garantido bons resultados, é uma importante habilidade a ser desenvolvida.

Após a formalização e com o negócio em funcionamento, as diversas relações e experiências do empreendedor serão as que contribuirão para as Práticas, o quarto “P”, afinal, empreender:

[...] requer um saber fazer que é direcionado por três eixos: imaginar uma nova organização, buscar e articular recursos e tecnologias em um modo de operação e estimular e conduzir pessoas visando atingir objetivos. [...] Em essência, dizem respeito ao exercício de três papéis empreendedores: criador, organizador e condutor (GIMENEZ, 2015, p. 14).

Até aqui, você deve ter percebido que além dos “Ps” uma série de outras habilidades vão se somando na prática empreendedora, entre elas as citadas acima: criador, organizador e condutor. Podemos dizer até mesmo que o empreendedor é como se fosse um compositor que faz uma música e depois ensaiará sua música com uma grande orquestra, se tornando o maestro. Para que o som seja perfeito, tudo deve estar em harmonia e equilíbrio, da mesma forma como ocorre nas empresas.

Seguimos agora para o último “P”, o Produto. Gimenez (2015) nos diz que

Todo empreendimento se constrói em torno da capacidade de entregar um produto, tangível ou intangível, para a sociedade, de forma mais ampla, ou mercado, de forma mais estreita. É no produto que surge o resultado de Paixão, Propósito, Pessoas e Práticas (GIMENEZ, 2015, p. 14).

Diante disso Freder; Freitas; Minghini (2016) apresentam uma sugestão de ciclo onde podemos visualizar a criação e realimentação de processos dentro de um empreendimento pois é bem possível que os negócios de fato necessitem “um ciclo que [...] se reinicia de tempos em tempos” conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Ciclo dos 5 Ps do Empreendedorismo



Fonte: Gimenez (2015, pp. 12-15); Freder; Freitas; Minghini. (2016).

Por fim, mesmo com os “Cinco Ps”, Freder; Freitas; Minghini (2016) abordam algo interessante quando dizem que “tem um comportamento no empreendedor que chama a atenção em nossas pesquisas: a inquietação”. Ao trazerem essa questão, finalizam seu estudo dizendo que “os 5 “Ps” podem ser caracterizados como um tipo de ciclo que se reinicia em um novo projeto na empresa, ou até mesmo em uma nova empresa” FREDER; FREITAS; MINGHINI (2016).

A intenção de apresentar os 5 “Ps” foi para mostrar mais uma possibilidade de visualizarem uma espécie de processo ou ciclo que acontece numa iniciativa empreendedora. Essa mesma forma de visualização pode ser percebida no seu negócio ou em suas atividades intraempreenderas. Quando observamos dessa forma, parece que fica mais fácil compreender a importância dos ciclos.

Nesses ciclos, temos a oportunidade de avaliar as ações e, desse modo, corrigir eventuais erros e também realimentar os processos organizacionais. E essa orientação também vale para o processo contínuo de formação, pois será a partir dessas vivências que você alimentará suas ideias e sua motivação. E tudo isso veio sendo abordado em diversos conteúdos ao longo do curso, não é mesmo? Note, então, que é possível aplicar diversas técnicas e métodos, escolhendo a que esteja mais adequada à sua realidade empreendedora, tudo isso para possibilitar o sucesso em seus negócios.

2 Saia da Caixa, seja criativo

Em diversos momentos, o empreendedor é desafiado a utilizar a criatividade para **sair da caixa**, inovar em algum processo, produto ou serviço para, dessa forma, conseguir estabilizar seus negócios. Esses desafios surgem de vários agentes, sejam clientes, concorrentes, por novas regras tributárias, entre outros, e em alguns casos, várias dessas questões podem

surgir ao mesmo tempo.

Quando isso acontece, de fato, alguns movimentos são exigidos do empreendedor, afinal, ele é o condutor, o maestro da orquestra. Lembra da comparação que fizemos no item anterior? A orquestra é conduzida e espera essa atitude do maestro.

Nessa sociedade contemporânea repleta de interatividade, novos modelos de negócios, tecnologia e inovação, existem novas áreas a serem exploradas pelo empreendedor. Podemos imaginar uma situação onde um determinado empreendedor não consegue criar uma solução para um problema do seu cliente. Após sondar possíveis soluções em sua própria cidade, pois é muito frequente que isso possa ser constatado, consegue identificar uma outra empresa que presta um serviço complementar ao da sua empresa e desse modo resolve sua pendência junto ao cliente. Vamos ver isso de modo mais claro no exemplo a seguir.

Vamos analisar um caso de uma empresa **A**, que estava com dois desafios colocados por clientes: precisava de uma solução mais eficiente para pequenas entregas na área central da cidade e era questionada para adotar processos mais sustentáveis. O serviço de entrega não fazia parte do coração do seu negócio (core business) mas era necessária a busca por alguma solução para melhorá-lo uma vez que impactava na percepção que o cliente tinha da empresa. Até aquele momento, o serviço era feito por motociclistas. Ao conversar com outras empresas, soube do novo serviço de entrega com bicicletas, oferecido pela empresa **B**, que além de apresentar indicadores de entregas mais rápidas, era mais eficiente nas medições ambientais.

Notem, então, que a solução veio de fora e acabou incentivando um outro micro-empREENDEDOR a ofertar seus serviços e com isso a empresa **A** resgatou a confiança e o prestígio junto aos seus clientes, e a empresa **B** conseguiu um novo cliente, que possivelmente se tornará fiel, especialmente porque também atendia a região central da cidade onde se concentravam as demandas por entregas da empresa **A**.

Outro exemplo que podemos trazer é relacionado à economia colaborativa, muito vinculada aos serviços ofertados pela internet, que tem sido apontada como um novo modelo de fazer negócios com base na colaboração. Entendemos que é um desdobramento da economia criativa, mas que traz novos aspectos e exige dos participantes um novo comportamento vinculado/voltado também para a confiança e colaboração.

Em uma de suas pesquisas, Costa (2014) busca explicar o que seria a economia colaborativa, pois é um conceito ainda em construção: “[...] fenômeno que também aparece com outras denominações, como “consumo colaborativo”, “economia da partilha”, “economia *peer-to-peer*”, entre outras (COSTA, 2014, p. 3).

É importante destacar que as empresas e iniciativas que fazem parte dessa modalidade são empresas que visam lucro como qualquer outra. Costa (2014, p. 20) explica que

[...]iniciativas dessa prática econômica dita colaborativa são organizadas por empresas capitalistas, que funcionam de maneira centralizada visando o lucro, mas que ganham dinheiro investido em valores diferentes dos que o sistema capitalismo parece ter

comumente investido.

No Quadro 2, descrevemos alguns componentes da economia colaborativa e percebam que se aproximam das expressões comentadas acima: consumo colaborativo, economia da partilha e economia *peer-to-peer*.

Quadro 2 – Descrição dos principais componentes da economia colaborativa

Componente	Descrição
Consumo	Refere-se à perspectiva colaborativa, priorizando a utilização de bens e serviços por meio de modelos de redistribuição e de acesso compartilhado, marcado pela partilha de bens ociosos de pessoa-a-pessoa – conforme aparece nos entendimentos de economia da “partilha” e “peer-to-peer”.
Produção	Tem relação com a maneira como as experiências dessa prática econômica se organizam, em geral de maneira coletiva, descentralizada e com contato direto entre as pessoas.
Educação	Faz referência às experiências de aprendizagem nas quais pessoas compartilham recursos e conhecimentos para aprenderem juntas e solucionar problemas de interesse comum.
Financiamento	Trata dos empréstimos e investimentos realizados por grupos individuais e fora das instituições financeiras tradicionais.

Fonte: Adaptado de Costa (2014, p. 8).

Notem, então, que os componentes da economia colaborativa – produção, consumo, educação e financiamento – ambos possuem características que priorizam a oferta de bens, conhecimento e investimentos, que estão de certo modo ociosos e assim esses usuários – que sentem a necessidade de se utilizar dessa prática econômica – usufruem de momentos e aprendizagens vividas de modo coletivo.

Trata-se de uma lógica econômica e de convívio social bem diferente dos moldes vivenciados nos sistemas mais tradicionais, nos quais compra e venda são decisões individualizadas. Outro ponto interessante é que o usuário, não é somente usuário ou cliente, é alguém que acaba sendo envolvido e sensibilizado para perceber o negócio sob outro ponto de vista.

Quem diria que poderíamos ter negócios com esse formato, não é mesmo? A criatividade nos negócios vai muito além do que podemos imaginar. A partir da observação das mais diversas oportunidades, o empreendedor criativo não tem medo de errar, vê as oportunidades nesses ambientes diversos e cria negócios a partir disso. Por isso, esse item é tão importante para provocar em você a necessidade sair e pensar fora da caixa, ousar e ir além!

Para saber mais

Para exemplificar o caso trazido na economia colaborativa, sugerimos que conheçam o website e o serviço do “Airbnb”. É uma plataforma de hospedagens que foge da acomodação tradicional onde pessoas comuns que possuem um imóvel, ou até mesmo um cômodo, e disponibilizam para locação. Os maiores interessados são viajantes, turistas, estudantes, enfim, quem se sentir à vontade para utilizar esse serviço. Ambos os interessados devem possuir cadastro na plataforma e o próximo passo para quem quer utilizar um imóvel, é só acessar a cidade e escolher os diversos imóveis à disposição. Os usuários avaliam o imóvel e dessa forma fica mais confiável para um próximo usuário decidir qual imóvel irá escolher.

Visite a Midiateca da disciplina acessar o link e saber mais sobre este assunto.

3 Fontes de Inspiração e motivação

Outro tópico que trazemos para você, empreendedor, é sobre a importância de desenvolver hábitos que ajudem a trazer inspiração e motivação. Sabemos que todas as ideias que serão colocadas em prática surgem a partir das experiências que o empreendedor tem em seu dia a dia. Em muitos casos, a motivação pode vir de um *hobby*. Em outros, podem surgir *insights* em um momento de lazer e é dessa forma que a inspiração e motivação se tornam o combustível para gerar novas ideias e buscar soluções para o negócio.

Em alguns casos, os livros podem ser uma ótima fonte de inspiração, então, sugerimos uma lista de leituras baseadas nas indicações de Fernandes (2015), do website Jornal do Empreendedor:

- **Desperte seu gigante interior** - Uma das frases inspiradoras do livro: “Se você não pode, você deve, se você deve, você pode”. O livro aborda de que maneira funciona o sistema de tomada de decisões e de que forma é possível usá-lo para obter o que se deseja. Por meio de histórias, estudos de casos, testes de autoajuda e um programa, o livro busca ensinar o leitor a romper padrões de comportamento, a fim de promover mudanças pessoais (FERNANDES, 2015).
- **Somos o que pensamos ser** - Uma das frases inspiradoras do livro: “Os sonhadores são os salvadores do mundo. Como o mundo visível e sustentado pelo invisível, homens assim, através de suas provações, pecados e tendências mesquinhas, são nutridos pelas belas visões de seus sonhadores solitários”. Livros motivacionais são geralmente sobre a tomada de medidas imediatas. Por outro lado, esse clássico de 1992 de James Allen é um pouco mais do que isso. Ele explica como seus pensamentos moldam sua personalidade e, como a sua personalidade leva você a agir e determina suas ações (FERNANDES, 2015).

- **Não faça tempestade em copo d'água** - Uma das frases inspiradoras do livro: “O estresse nada mais é do que uma forma socialmente aceita de doença mental”. Uma grande parte da motivação é limpar a sua mente da desordem que te coloca pra baixo. Richard Carlson ajuda a diferenciar entre o que é realmente importante – e merecedor da sua atenção – e o que é apenas ruído (FERNANDES, 2015).
- **Motivação 3.0** - Uma das frases inspiradoras do livro: “Para os artistas, cientistas, inventores, estudantes e o resto de nós, a motivação intrínseca – é a unidade para realizar as coisas, porque é interessante, desafiador e essencial para os altos níveis da criatividade”. Motivação vem do uso criterioso de oportunidades e desafios. Segundo Daniel Pink, não é bem assim. Seu livro ilustra o fato de que a motivação vem de várias fontes, e que, no mais alto nível de desempenho, a motivação vem de seu sentido mais profundo, daquilo que você quer ser (FERNANDES, 2015).
- **O poder do pensamento positivo** - Uma das frases inspiradoras do livro: “A ação é uma grande restauradora e construtora da confiança. A inércia não é apenas o resultado, mas a causa do medo. Talvez a sua ação vai torna-lo bem-sucedido, ou talvez ela precise de ajuste. Mas qualquer ação é melhor do que não fazer nada”. Quando foi publicado pela primeira vez, psicólogos e teólogos atacaram o livro como herege e acusaram o autor Norman Vincent Peale de ser um fantoche. Hoje, a ciência tem verificado que o conceito básico do livro – ser otimista – faz você mais feliz e saudável e, portanto, mais propenso a ter sucesso (FERNANDES, 2015).

Os filmes também excelentes ferramentas de inspiração e motivação, sugerimos uma lista baseada nas indicações de Gomes (2015):

- **À Procura da Felicidade** - Principal mensagem: persistência. Baseado na história real de Chris Gardner, o filme mostra Chris em busca da carreira que acredita e do sustento da família. Ele enfrenta o pior momento de sua vida, desempregado, abandonado pela mulher e lutando para criar seu filho pequeno, acaba não tendo onde morar, mas persegue um sonho que é o que o motiva. Esse filme é exatamente o que um empreendedor precisa assistir antes de começar um negócio, pois mostra que o sucesso vem com muita persistência (GOMES, 2015).
- **Chef** – Principal mensagem: ter foco e estar aberto para aprender. A obra mostra a história de Carl, que, após perder o emprego em um restaurante, abre um trailer de comida- *foodtruck*. O objetivo é recuperar seu instinto criativo e, ao mesmo tempo, aproximar-se da família. O filme mostra um pouco esse lado de ter um foco em um negócio com o que você gosta de fazer, aprendendo sempre (GOMES, 2015).
- **Jobs** – Principal mensagem: ter coragem para apostar em suas ideias, inovar e ter paixão pelo que faz. O filme Jobs (2013), estrelado por Ashton Kutcher, conta a trajetória de Steve Jobs, fundador de uma das maiores empresas de tecnologia do mundo. Jobs teve parte de sua vida revelada neste filme. É interessante ver como

blefes podem gerar resultado, ter ambição pode trazer lucro e o lema de “vendo depois crio” é uma constante no universo dos magnatas da tecnologia (GOMES, 2015).

- **A Grande Virada** – Principal mensagem: mantenha seus valores éticos e morais. A Grande Virada (“Jerry Maguire”, 1996) é um filme estrelado por Tom Cruise que interpreta um agente esportivo que é afastado dos negócios por acreditar que os agentes deveriam dar um tratamento mais humano aos atletas. Ele é demitido e começa a perder seus clientes, tendo de recomeçar. O filme mostra a dificuldade de montar um negócio em um mercado competitivo e, que é possível vencer depois de um fracasso, e que independente das consequências imediatas que isso possa acarretar, sempre mantenha seus valores éticos e morais (GOMES, 2015).
- **Decisões Extremas** – Principal mensagem: a importância de um propósito para as empresas. O filme Decisões Extremas (2010) é um exemplo de empreendedorismo. Os filhos do casal Aileen e John Crowley têm uma doença degenerativa. Marcados pela falta de esperança, suas trajetórias mudam quando descobrem um cientista que pode trazer a cura. Mas para isso, John precisa abrir uma empresa para fabricar os remédios. O filme mostra que as empresas precisam ter um propósito para serem criadas e o empresário tem que acreditar nela e no que produz. A partir de problemas pessoais, o personagem encontra uma saída, que é a abertura de uma startup (GOMES, 2015).

Outra dica importante é visitar feiras e participar de eventos em áreas diferentes de seu ramo de atuação. Em uma sociedade cada vez mais interdisciplinar, é cada vez mais recomendado que possamos estar atentos a outros olhares, a outras formas de perceber o mundo dos negócios. E também é a oportunidade de observar de que modo outros empreendedores tem buscado soluções para seus negócios, de que forma se relacionam com a tecnologia, qual o modo que utilizam para melhorar o relacionamento com o cliente, entre tantas outras questões que permeiam o dia a dia do empreendedor.

Para saber mais

Por fim, para se manter atualizado, você pode utilizar as mais variadas fontes (impressas e eletrônicas) para consultas e até mesmo inspiração. Deixamos algumas dicas a seguir:

- Blogs e sites que tratam dos temas inovação, empreendedorismo e mercado;
- Assinar Revistas impressas sobre empreendedorismo e também da área do seu negócio;

Visite a MEDIATECA da disciplina para ter acesso a algumas dicas de sites.

4 Coaching

Continuar investindo em seu desenvolvimento pessoal é algo imprescindível para o empreendedor e a utilização dos processos de coaching são transformadores na vida de um empreendedor. Embora essa prática não seja comum para a maioria dos empreendedores brasileiros, os que incluem essa dinâmica entendem que isso acaba se tornando um diferencial que impactará positivamente em seus negócios.

Abordaremos a seguir três possibilidades de desenvolvimento pessoal. Uma delas é o coaching. A palavra vem do inglês e indica a atividade de formação pessoal onde um “coach” (instrutor) ajuda seu coachee (cliente) a se desenvolver em alguma área da vida, profissional e pessoal. Mas percebam que uma área não se separa da outra.

No coaching são desenvolvidos processos que irão auxiliar o indivíduo a desenvolver suas competências para que, desse modo, ele consiga realizar suas metas e objetivos melhorando o desempenho em sua vida e em sua carreira.

Pinheiro (2013) destaca que o Coaching chegou ao Brasil no final da década de 1980, sem fazer alarde, por meio da demanda de algumas multinacionais e também de algumas empresas atentas em investir, de forma especial, no desenvolvimento de seus profissionais.

O processo de coaching consiste em explorar as competências do profissional para que ele alcance um determinado resultado e desenvolva suas capacidades para resolver problemas. Vejamos algumas definições:

Aplicar o coaching não significa dizer às pessoas o que fazer, mas sim ajudá-las a controlar suas vidas, a avaliar o que estão fazendo em um determinado momento, levando em consideração seus objetivos, sonhos, valores e intenções. Isto lhes dá novas chances e conduz a mudança. O coaching ajuda uma pessoa a ir além de seus bloqueios mentais, a ir além do que acreditava possível. (SANTOS; SILVA, ALCALDE, 2016, pp.2-3).

O coaching é um processo estruturado que utiliza ferramentas e metodologias desenvolvidas cientificamente para desenvolver múltiplas competências pessoais, elevando assim a performance do coachee. Além disso, o processo é fundamentado em conceitos e conhecimentos oriundos de diversos campos do saber humano. Dessa forma, o coach torna-se um profissional altamente preparado para atuar com eficácia em diversos aspectos, respeitando, é claro, princípios éticos minuciosos, compilados no Código de Ética e de Conduta do Coach (SBCoaching, 2016).

O coaching é um trabalho colaborativo, feito à quatro mãos, onde para o seu sucesso é imprescindível o desejo de desenvolvimento do coachee, bem como a celeridade do coach em utilizar as melhores técnicas, de forma ética no desenvolvimento pessoal do seu coachee. Nós não paramos apenas para ouvir o coachee. Nós passamos tarefas em todas as sessões, aplicamos as técnicas necessárias para aquele resultado e sempre fazemos muitas perguntas.

Para Tellez (2012) o coaching é, antes de tudo, uma metodologia de apoio ao autodesenvolvimento, que esclarece para o cliente cinco pontos fundamentais: quem ele é, o que está fazendo, por que o está fazendo, aonde ele quer chegar e como chegar lá.

No processo de entendimento do coaching, algumas definições são imprescindíveis. O IBC¹, apresenta as seguintes definições:

- Coaching - Trata-se de um processo que produz mudanças positivas e duradouras em um curto espaço de tempo de forma efetiva e acelerada. Coaching significa tirar um indivíduo de seu estado atual e levá-lo ao estado desejado de forma rápida e satisfatória.
- Coach - Trata-se do profissional capacitado e habilitado a aplicar os processos de Coaching em pessoas e organizações.
- Coachee - Também chamado de cliente, trata-se das pessoas que se submetem aos processos de Coaching.
- Coaches - Trata-se do plural de Coach, ou seja, todos os profissionais que exercem a profissão de Coach em qualquer contexto.

Inicialmente, de acordo com o Behavioral Coaching Institute (2011), o coach realiza uma avaliação detalhada da situação atual do cliente e, então, orienta a elaboração de um plano de ação com objetivos e metas tangíveis, que possam ser monitoradas no processo. Coaching, dessa forma, representa foco, ação, resultado e melhoria contínua.

Já Marques (2012) acredita que, com o decorrer dos encontros, o Coachee entende que o Coaching está além de realização de metas. Trata-se de uma filosofia que garante uma percepção natural na melhoria e aumento da qualidade de vida, a partir da qual, a busca por respostas para as dúvidas do futuro começam a ser respondidas no presente. E tudo isso, por meio da ação e do seu esforço individual.

Tirando o foco do desenvolvimento pessoal, o coaching também tem suas aplicações no âmbito das organizações, Pinheiro (2013) acredita que o Coaching nas empresas veio instaurar a democracia, pois, pela primeira vez, investem-se nos talentos de cada um, em lugar de se fazer treinamentos iguais para todos, decididos arbitrariamente; pela primeira vez, a palavra desenvolvimento ganha status nas organizações e tem seu espaço garantido por muitos anos.

O IBC, indica as seguintes situações onde o Coaching pode fazer diferença na vida das pessoas:

- Desmotivação na profissão; Melhora de desempenho e produtividade; Mudança de emprego ou de função exercida; Desenvolvimento de novas habilidades; Crescimento

1 Instituto Brasileiro de Coaching.

pessoal e profissional; Aumento de resultados; Busca por novos desafios; Desejo de uma nova profissão, a de Coach; Desenvolvimento de liderança e equipes; Busca por reconhecimento profissional; Mudança ou criação do próprio negócio; Auxílio no processo de emagrecimento; Melhoria e melhor controle da vida financeira; Melhoria nos relacionamentos amorosos ou sociais; Métodos para auxiliar nos estudos para concursos; Quebra de comportamentos e crenças limitantes e Desejo por uma promoção dentro da empresa.

Sendo então uma oportunidade de alavancagem pessoal, alinhando suas metas e valores no desenvolvimento e busca do profissional de alta performance que existe em cada um.

Mais uma vez, reforçamos a importância da busca continuada pelo desenvolvimento pessoal que irá se refletir no sucesso profissional. Levar em consideração a necessidade de contratar um processo de coaching certamente irá contribuir para você ter clareza em seus propósitos pessoais e do seu negócio. Boa sorte!

Para saber mais

Para entender um pouco mais sobre Coaching, recomendamos que você busque por vídeos que abordam o assunto como o vídeo que selecionamos para você conhecer. Visite a Mideoteca da disciplina acessar o link.

5 Mentoria

A outra possibilidade de dar continuidade em seu desenvolvimento pessoal é a mentoria. O termo originou de *Mentoring*, um termo inglês que geralmente é traduzido como “tutoria”, “mentoria”, “mentorado” ou “apadrinhamento”. O *mentoring* é uma ferramenta de desenvolvimento pessoal e, explicando de modo mais simplificado, consiste na ajuda oferecida por um profissional mais experiente a outra pessoa menos experiente.

O processo de mentoria acontece quando esse profissional mais experiente serve de modelo oferecendo apoio, direcionamento pessoal e de carreira contribuindo para o desenvolvimento do mentorado e onde é comum ambos adquirirem experiência ao longo do processo (KRAM, 1985; NOE, 1988; CARVALHO, 2003).

Para compreender melhor o que seria esse processo de mentoria, elencamos algumas explicações propostas por Ferreira (2008, p. 21)²:

- O mentor tem o propósito de aconselhar e apoiar quando necessário, além de compartilhar conhecimento e experiências profissionais;

² Adaptado a partir do Quadro 4 de Ferreira (2008, p.21).

- O processo de mentoria não exige uma educação formal e sim, tem como base as habilidades informais adquiridos ao longo da trajetória profissional;
- A mentoria é um processo que ocorre, geralmente, num prazo mais longo com sessões flexíveis;
- Na mentoria o processo de interação pode ocorrer de modo presencial, por telefone ou e-mail;
- O foco principal na abordagem da mentoria é o presente e o futuro;
- Por fim, o resultado que se espera ao se concluir o processo de mentoria é a ascensão na carreira e desenvolvimento pessoal.

Quanto ao período de duração de um processo de mentoria, pode variar de dois a cinco anos. Em geral, o período de dois anos já proporciona condições onde a pessoa que recebe o processo tem condições de se sentir mais confiante em relação a si mesmo e consegue iniciar um “vôo solo”. Consegue tomar decisões com mais clareza e diminui as incertezas em relação aos passos a serem dados em sua carreira e também em seu negócio (FERREIRA, 2008, pp. 25-26).

Embora a mentoria ainda seja pouco popular no Brasil, é um processo que oportuniza uma abordagem diferente para o desenvolvimento pessoal e de carreira e dentro da perspectiva que estamos reforçando ao longo desse módulo, esse é mais um método importante para o empreendedor. Lembre-se da importância da formação continuada, nas diversas formas, sejam cursos, coaching ou mentoria.

6 Networking

Por fim, uma outra possibilidade de estabelecer canais que oportunizem seu desenvolvimento pessoal e profissional que recomendamos, que inclusive deve se tornar um hábito é o networking. Essa palavra em inglês significa uma rede de contatos, ou seja, refere-se às pessoas que conhecemos e com as quais estabelecemos nossos relacionamentos pessoais, comerciais, profissionais, acadêmicos e outros.

Mais do que nunca, o networking é uma necessidade no mundo dos negócios e certamente é muito importante a construção de uma rede de relacionamento sólida e de valor e isso vale para empresas, indivíduos e empreendedores.

Essas práticas vêm sendo discutidas no âmbito das empresas pois possibilitam refinar e aprimorar a visão de negócios.

As práticas de networking com vistas à agregação de valor por parte das organizações vêm merecendo a atenção de pesquisadores na medida em que em alguns casos, por conta dos relacionamentos em rede, determinadas organizações descobriram novos elementos competitivos no mercado, ou mesmo, visões diferentes sobre atuação interna e/ou externa (BEZERRA E ALVES, 2008, p.3).

E, no âmbito pessoal, a prática do networking melhora a percepção de vida em relação às várias dimensões que compõe nossas visões de mundo, desde familiar, amizades, espiritualidade, hobbies, etc.

Fazer networking é proporcionar o estabelecimento de uma rede de relações pessoais, que permite a troca de idéias, conselhos, informações, referências, contatos e sugestões, onde os recursos, habilidades e talentos são compartilhados e agregados. E, nesse processo, tornados públicos (LÈBRE, 1999, p. 10).

Em uma sociedade cada vez mais interligada, onde empresas e indivíduos têm condições de se conectar rapidamente, aprimorar as ferramentas e oportunidades de networking acaba se tornando uma espécie de questão imprescindível para a sobrevivência de negócios e da carreira empreendedora. Portanto, faça uma autoanálise e tente responder algumas questões:

- Como andam suas conexões?
- O que você tem feito para mantê-las, aprimorá-las e até mesmo ampliá-las?

Responder essas questões ajudará você a perceber em quais aspectos você deve investir na melhoria ou manutenção desse importante canal de divulgação do que você faz e produz, afinal, a propaganda e a divulgação do que somos e fazemos, é a *alma do negócio*!

7 Recomece

Acreditamos que o agente empreendedor utiliza alguns mecanismos, mesmo inconscientes, que o motivam no dia a dia. Um deles pode ser visualizado como um ciclo com começo meio e fim, ou podemos dizer também que é como se fosse um ciclo onde ao final do processo há a realimentação de todos os fluxos. Esse ciclo pode ser visualizado em várias situações que vamos relatar a seguir.

No âmbito do negócio ou da empresa, é importante realinhar o modelo de negócio, seja na perspectiva de atualizar algum software, seja na atualização de *layout* da loja ou da fábrica, ou até mesmo na reformulação do site. Tudo isso fará com que a produtividade e a comunicação com seus clientes, internos e externos, sejam aprimorados.

Podemos pensar nesse mesmo ciclo de realimentar os processos no âmbito de um determinado projeto, produto ou serviço que a empresa esteja desenvolvendo. Ter essa visão de atualizar e realimentar a cadeia trará oxigenação para as dinâmicas internas e externas da empresa tornando-a competitiva e sempre atual sob os olhos do cliente e dos fornecedores, além de melhorar o relacionamento interno, com seus funcionários, sócios e colaboradores.

Desenvolver essa capacidade de recomeçar em diferentes momentos do empreendimento pode significar a sobrevivência da empresa ao longo dos anos. Em alguns momentos esse recomeçar pode significar um esforço diário de estratégias para vender determinado produto,

por exemplo. Em outros momentos, isso pode estar atrelado ao esforço, por exemplo, ao longo de anos para se adaptar a um novo software. E em outros casos mais difíceis de serem conduzidos é quando há a necessidade de rever as estratégias do próprio negócio, desde a escolha de um novo produto até a escolha de uma nova sede para a empresa.

Um outro aspecto importante para considerarmos e que faz parte da vida de vários empreendedores é o processo de falência. Sim, não gostamos de falar sobre isso, mas mesmo que exista todo um processo de planejamento, cálculos e todos o esforço colocado para que o negócio funcione, pode acontecer a situação inversa, ou seja, falência. E o que se discute atualmente é a importância dos erros nesse maravilhoso processo de aprendizagem no mundo dos negócios, pois dificilmente você cometerá os mesmos erros.

Portanto, admitir os erros faz parte desse processo empreendedor. Uma das principais características do verdadeiro empreendedor é a capacidade de recomeçar e correr atrás do seu sonho, do seu propósito. E você já viveu ou presenciou experiências assim?

Ambas as visões de recomeçar podem e devem ser desenvolvidas como habilidades do empreendedor para que ele consiga manter-se motivado e alinhado com sua missão empresarial perante o público que o acompanha: seus funcionários, sócios, fornecedores e clientes.

Considerações finais

Estamos chegando ao fim deste curso. Nesta última aula, você viu dicas de possíveis caminhos para que você possa se reabastecer de inspiração e motivação para reinventar seu negócio sempre que necessário. Além disso, independentemente da área em que você atua, essas dicas também podem ser aplicadas pelos intraempreendedores que desenvolvem uma carreira dentro de uma empresa.

Da perspectiva com que trabalhamos, dedicamos um olhar sobre a importância de investir no cuidado com o indivíduo empreendedor ou intraempreendedor - essa pessoa que está à frente dos negócios e da empresa ou à frente de um cargo de gestão. Outra perspectiva que abordamos foi a de manter a capacidade de observar o negócio, a empresa e sua dinâmica para que possa ser reabastecida com ideias e dessa forma não fique estagnada perante o mercado.

Embora o senso comum afirme que o empreendedorismo é um caminho solitário, podemos ver que não precisa e não se recomenda que seja assim. O empreendedor deve estar em constante atualização no seu campo pessoal e profissional por meio de cursos, treinamentos, processos de coaching e mentoria, interagindo com empresas do mesmo ramo e até mesmo se abastecendo de inspiração em outras áreas empresariais, artísticas e culturais. Tudo isso influenciará a sua prática empreendedora.

Por fim, desejamos que você possa seguir os passos e dicas que deixamos e desejamos muito sucesso em sua trajetória!

Referências

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo** – Uma Visão do Processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BEHAVIORAL COACHING INSTITUTE. **Management Coaching**: Turning your managers and leaders into coaches to coach themselves and their staff. Disponível em: <<http://www.1to1coachingschool.com/manager-as-coach.htm>>. Acesso em: 18 set. 2016.

BEZERRA, Wesley dos Reis; ALVES, João Bosco da Mota. **O networking como facilitador no processo de agregar pessoas**. E-Tech: Tecnologias para competitividade industrial, Florianópolis, v.1, n. 2, p. 24-34, 2º Sem., 2008.

CARVALHO, Mônica Gonçalves de. **O fenômeno da mentoria na vivência dos médicos residentes**: o caso dos hospitais universitários de Pernambuco. Dissertação (mestrado em administração). Departamento de Ciências Administrativas UFPE, Recife – PE, 2003.

COSTA, Ramon Bezerra. **Economia colaborativa**: por uma compreensão processual. 38º Encontro Anual da Anpocs. Caxambu, MG, 2014. Disponível em: <http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=9159&Itemid=456>. Acesso em: 11 set. 2016.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor, prática e princípios**. São Paulo: Thomson-Pioneira, 2003.

FERREIRA, Marcos Aurélio de Araújo. **Coaching, um estudo exploratório sobre a percepção dos envolvidos**: organização, executivo e coach. Dissertação (mestrado em administração). Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo – SP, 2008.

FERNANDES, André Bartholomeu. **Jornal do Empreendedor**: 2015. Disponível em <<http://www.jornaldoempreendedor.com.br/destaques/lideranca/os-10-maiores-livros-motivacionais-de-todos-os-tempos/>>. Acesso em: 10 set. 2016.

FREDER, Schirlei Mari; FREITAS, Vinicius Zamboni; MINGHINI, Luciano. **Os 5 Ps do Empreendedorismo**: um estudo de caso. Revista Cátedra Ozires Silva de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis. V. 1, N 1, 2016, p. 103-110. Disponível em <<http://revista.isaebrasil.com.br/index.php?journal=revise&page=article&op=view&path%5B%5D=9>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. **Empreendedorismo, Sustentabilidade a vida de professor**: prosa e poesia. Curitiba: Edição do Autor, 2015.

GOMES, Veronica. **20 filmes inspiradores que todo empreendedor deve assistir**. Ano 2015. Disponível em <<http://www.revistamktnews.com/2015/07/20-filmes-inspiradores-que-todo.html>>. Acesso em: 10 set. 2016.

HUME, David. **Investigação Acerca do Entendimento Humano**. in Hume – Vida e Obra. São Paulo: Nova Cultural, 1990.

IBC Instituto Brasileiro de Coaching. **Coaching**. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/o-que-e-coaching/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

KRAM, Kathy E.; ISABELLA, Lynn A. **Mentoring Alternatives**: The Role of Peer Relationship in Career Development. Academy of Management Journal, vol. 28, n.1, p.110-132, 1985.

LÈBRE, Andrea. **Networking**: como criar, manter e usufruir de sua rede de contatos. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.

MARQUES, José Roberto. **Curso de Formação em Professional Self Coaching**: Módulo I - Goiânia: IBC, 2010, apostila de curso.

MENEZES, Robert Kalley Cavalcante de. **Identificação de oportunidades para inovação através de grupos criativos**: jogo educativo para formação empreendedora do engenheiro. Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia- COBENGE. 2008. Disponível em < <http://www.abenge.org.br/CobengeAnteriores/2008/artigos/1721.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

NOE, Raymond A. **An Investigation of the Determinantes of a Successful Assigned Mentoring Relationship**. Personnel Psychology. v. 41, p. 457-479, 1988.

SAMPAIO, Mara. **Atitude Empreendedora**: descubra com Alice seu País das Maravilhas. São Paulo: Editora Senac, 2014.

SANTOS, Idalina Silva; SILVA, Valeria Bomfim da; ALCALDE, Elisângela de Aguiar. **Coaching como ferramenta profissional e pessoal**. Revista Conexão Eletrônica, Três Lagoas, MS. Vol. 13, nº 1, 2016.

SILVA, Ozires. **Cartas a um jovem empreendedor**: realize seu sonho, vale a pena. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TELLEZ, Glória. **Coaching na prática** – Ajudando você a chegar lá rapidamente, seja lá onde for.