

www.equilibrio
empreendedor.com.br



DESCUBRA O PODER DO EMPREENDEDOR TOTAL



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

TÉCNICA - CRIATIVIDADE - PODER PESSOAL

Luis Henrique de Souza

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

Equilíbrio Empreendedor: Técnica - Criatividade - Poder Pessoal.

Copyright © 2017 - 2019 by Luis Henrique de Souza.

Revisão ortográfica: Adriane Dias

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610, de 19.02.1998. . Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou meios ou arquivada em qualquer sistema de banco de dados sem permissão escrita do autor.

Todos os direitos reservados à:

Luis Henrique de Souza


www.luishenriquesouza.com.br

Equilíbrio Empreendedor

contato@equilibrioempreendedor.com.br

www.equilibrioempreendedor.com.br





Dedico este livro a meu avô Julio Alonso Rodriguez,
que tanto me deu amor e liberdade.

Gratidão.

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO EM UM MUNDO DIGITAL E QUÂNTICO

- Existem duas Grandes Transformações em Andamento
- O que é Ser Empreendedor?
- Destruição Criativa
- O que é o Sucesso?

PARTE I - PODER PESSOAL

- Propósito de Vida, a Paixão
- Autoconhecimento
- O Medo
- Espiritualidade
- Perseverança, a Força de Vontade
- Resiliência e Capacidade de Adaptação
- Saúde e Energia
- Amar a Si Mesmo, a Autoestima
- Relacionamentos e Inteligência Emocional
- Atitude, Comprometimento e Independência
- O Poder das Crenças, Pensamentos e Emoções
- A Felicidade como Medida para o Sucesso

PARTE II – TÉCNICA

- Negócios Tradicionais e *Startups*
- Oportunidades, Problemas e Soluções
- Modelagem do Negócio
- Descoberta e Validação de Clientes
- Gestão, Finanças e Marketing
- Execução, Metas e o Plano de Ação

PARTE III – CRIATIVIDADE

- O Grande Diferencial Criativo
- Como Funciona a Criatividade
- Os Nove Obstáculos para a Criatividade
- As Nove Chaves para a Criatividade
- Técnicas para Desenvolver a Criatividade
- Gestão da Criatividade



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

O poder do ser humano de pensar, imaginar e transformar o seu ambiente é infinito, profundo e grandioso.

O Mundo é o playground do pensamento.

Tudo o que não é natural foi criado pela mente humana.

Existem infinitas possibilidades de criação à nossa frente, aproveite cada insight, cada momento, cada oportunidade, pois não existe recompensa maior do que ver sua criação viva.

Empreender com sucesso requer equilíbrio entre a técnica, a criatividade e o Poder Pessoal.

- **O poder pessoal:** são as competências e características pessoais que sustentam e guiam uma pessoa.
- **A técnica:** são os conhecimentos e habilidades para criar e gerir novos negócios.
- **A criatividade:** é a habilidade de criar coisas novas que ainda não existem. A Criatividade é o principal ingrediente para a inovação.

O empreendedorismo nos permite usar nossos talentos e conhecimentos para gerar valor aos outros através de serviços e produtos. Para construir o seu empreendimento, você deve usar as suas ideias, os seus talentos e o seus recursos disponíveis, ou seja, todas as suas forças.

SOBRE O AUTOR LUIS HENRIQUE DE SOUZA



Administrador de Empresas graduado pela PUCRS com três grandes paixões na vida, empreender, criar e desenvolver pessoas.

Professor, Palestrante e Mentor na área de Empreendedorismo, Inovação e Propósito, já tendo capacitado mais de 500 empreendedores ao redor do Brasil.

Possui experiências em organizações como DELL, SEBRAE-RS e TOTVS. É o criador da Startup Clic Indica e da Exposul Saúde.

VOCÊ ESTÁ
PRONTO PARA
COMEÇAR
O SEU
NEGÓCIO?

ME SIGA NAS
REDES
SOCIAIS

FACEBOOK

INSTAGRAM

YOUTUBE

LINKEDIN

MEU SITE



**INTRODUÇÃO AO
EMPREENDEDORISMO EM UM
MUNDO DIGITAL E QUÂNTICO**



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR INTRODUÇÃO

NÃO EXISTE CAMINHO SEGURO

Não existe um caminho seguro, não existe uma fórmula secreta, não existe um passo a passo para o caminho do sucesso, cada empreendedor deve encontrar o seu próprio caminho, e trilhar os seus próprios desafios. Contudo, podemos apontar o conjunto de conhecimentos, características e competências necessárias para o sucesso do empreendedor, e ainda, aprender com os erros de outros empreendedores, para que não seja necessário repeti-los. Esse livro aborda as principais características, competências e conhecimentos necessários ao empreendedor de sucesso em três áreas distintas e complementares, a técnica, a criatividade e o poder pessoal, formando o tripé do empreendedor de sucesso. Procuro passar neste livro uma visão geral sobre esses elementos, mostrando o que são e a sua importância para a incrível jornada do empreendedor.

EXISTEM DUAS GRANDES TRANSFORMAÇÕES EM ANDAMENTO

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A Transformação Digital é um grande conjunto de transformações tecnológicas e do comportamento das pessoas, que cada vez mais migram suas atividades para o mundo digital. A cada momento são criadas novas tecnologias, e cada vez é mais rápido a adoção dessas tecnologias por parte das pessoas. Dentro dessa transformação insiro todas as novas tecnologias: a *inteligência artificial*, *automação*, *nanotecnologias*, *realidade virtual*, *impressão 3D*, entre outras.

Os negócios devem atender e resolver os problemas de seus clientes como e onde eles desejam ser atendidos. Com as inovações tecnológicas e a adoção massiva do uso cotidiano da internet, não é mais uma escolha estar ou não no mundo digital. A questão é pensar em como será o posicionamento digital do seu negócio.



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR INTRODUÇÃO

A TRANSFORMAÇÃO QUÂNTICA

A Física Quântica é um ramo da ciência responsável por estudar todos os fenômenos que acontecem com partículas atômicas e subatômicas, como o movimento das minúsculas partículas quânticas, que formam tudo o que existe.

A maior parte das leis da mecânica clássica e da quântica são totalmente diferentes. As descobertas mostraram que o mundo quântico é muito "estranho" comparado ao mundo da física clássica, como no caso da Não-localidade, que determina que dois objetos, mesmo distantes, são capazes de comunicação não local desprovida de sinais. Ou como o Salto Quântico, quando um elétron salta de uma posição para outra, sem percorrer um caminho, simplesmente some e aparece na outra posição.

Ela também acaba com a visão materialista de que tudo é matéria, pois objetos materiais são compostos basicamente de energia e também se comportam de maneira ondulatória.

A VISÃO CIENTÍFICA TRADICIONAL NÃO EXPLICA ESSES FENÔMENOS

Essas descobertas implicam em uma nova visão científica da realidade, de uma visão tradicional onde tudo é matéria sem consciência para a visão de realidade onde tudo tem consciência, ou seja, a consciência é tão fundamental quanto a matéria em diversas novas teorias científicas.

O que Isso quer dizer? Que a física quântica abriu espaço para o entendimento científico de antigas filosofias e religiões orientais e ocidentais, que trazem conceitos facilmente alinhados aos observados na mecânica quântica, que falam de fluxos de energia, ligações energéticas a distância, conceitos onde todos estamos conectados através de uma inteligência superior.

Essas novidades trazem luz a práticas e técnicas usadas com sucesso mas que até o momento não tinham nenhum respaldo científico, como o Reiki, a Astrologia, Homeopatia, o Feng Shui, o Poder da Mente e das Emoções, entre diversas outras técnicas. Iremos abordar e utilizar neste livro, ferramentas e métodos testados cientificamente e empiricamente, onde a eficiência dos métodos é comprovada por seus resultados práticos surpreendentes.



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

INTRODUÇÃO

COMO ISSO IMPACTA O EMPREENDEDOR?

- Se todos os seres vivos estão conectados, então devemos ser ainda mais responsáveis por tudo o que é feito em nossos negócios;
- As suas crenças, e consequentemente seus pensamentos e suas emoções influenciam diretamente o resultado de seus negócios.
- O campo energético do empreendedor, de sua empresa, e de seus funcionários impactam os resultados do seu negócio.
- Fatores subjectivo como amor, perdão, entendimento, compaixão e criatividade estão diretamente ligadas ao seu sucesso.
- Podemos influenciar clientes, fornecedores e colaboradores de modo não local e com a utilização de arquétipos.
- Se existe uma inteligência supra mental muito mais poderosa que nossa ferramenta intelectual do pensamento, devemos agir em conjunto com ela, e não na contramão.

O DESAFIO DO SÉCULO XXI

O QUE OFERECER?

A capacidade produtiva humana superou muito a nossa capacidade de saber o que construir. A grande questão do nosso tempo passou do “isso pode ser construído?” para o “isso deve ser construído?”. As taxas de insucesso para novos produtos tem estimativas atuais que variam de 50% a 90%. O que determina o que deve ser construído é o mercado, é o consumidor, e somente ele pode nos dar essa resposta. Isso nos coloca na situação de que nossa prosperidade futura depende da qualidade imaginativa dos empreendedores e sua capacidade de transformar ideias em produtos e serviços que gerem valor real ao consumidor. O empreendedor, a inovação e a criação compõem o principal capital do século XXI. Temos muitas oportunidades para empreendedores, um mercado de trabalho formal cada vez menor, novas tecnologias transformando mercados e diversas mudanças em nossa forma de viver em sociedade. Estamos prontos para enfrentar os grandes desafios de nosso século?



O QUE É SER EMPREENDEDOR?

O empreendedor é aquela pessoa que consegue transformar uma ideia inovadora em um serviço, produto, negócio ou organização. Ele pensa e age de forma inovadora, identificando e criando oportunidades, inspirando, renovando e liderando pessoas e processos, tornando possível o que parece impossível, combatendo a acomodação à rotina e assumindo riscos em favor de suas ideias inovadoras.

O empreendedor é um artista, um criador, alguém que transforma ideias e recursos em novos produtos e serviços, e nunca para em suas realizações constantes. Ele não cria e executa apenas por querer criar, ele também não o faz apenas por motivos financeiros, ele cria e executa porque sente uma grande necessidade de realização, ele sente a paixão empreendedora. Esse poder que o empreendedor tem, de transformar pensamentos em coisas concretas, é um dos principais fatores de evolução tecnológica do ser humano. Um empreendedor pode estar em qualquer lugar:

- Pode estar criando seu próprio negócio ou *startup*;
- Pode ser o funcionário inovador de uma empresa;
- Pode ser um funcionário público inovador;
- Pode atuar como um empreendedor social, inovando em questões sociais e ecológicas.

Ou seja, o empreendedor está inserido em todos os segmentos da sociedade.

ESPÍRITO EMPREENDEDOR

É a característica base de todo empreendedor, é ter a vontade de transformar visões em realidades, é a vontade de querer solucionar os problemas das pessoas, da sociedade e do meio ambiente. O espírito empreendedor está diretamente ligado à capacidade de inovar, de fazer diferente, de questionar a realidade atual e realizar evoluções diárias, de desenvolver empreendimentos inovadores, que são os motores do desenvolvimento social e econômico de uma nação.

O empreendedorismo não consiste em fazer dinheiro, embora isso geralmente aconteça, mas em atingir a necessidade de autorrealização do empreendedor. O que você quer conquistar, o que você precisa construir? Esse sentimento, essa atitude pode ser inata ou pode ser desenvolvida, despertada nas pessoas. Não existe empreendedorismo sem o espírito empreendedor.



ONDE ESTÃO OS
EMPREENDEDORES
?


DESTRUIÇÃO CRIATIVA

O empreendedor é responsável pela destruição criativa, processo que revoluciona a estrutura econômica de dentro para fora, destruindo a velha estrutura e criando uma nova, utilizando nesse processo as leis do mercado. Esse processo é a principal qualidade do capitalismo, ou seja, o empreendedor é ferramenta essencial no mundo capitalista, que em sua essência está em constante transformação. A destruição criativa é a responsável pela renovação do mercado, cai o antigo para a vinda do novo. Da mesma forma que destrói empresas e empregos, ela cria novos e adapta-se a mudanças tecnológicas e da preferência dos clientes. É o computador substituindo a máquina de escrever, é o Uber colocando em cheque os tradicionais táxis, é a livre informação colocando todo o mercado de jornais impressos em crise. As organizações devem estar prontas para se adaptar, se transformar, se revolucionar constantemente ou enfrentar o sério risco de se tornarem obsoletas e sem valor.

FUJA DO GLAMOUR EMPREENDEDOR

Existe uma tendência atual de mostrar o empreendedorismo como algo descolado, cool, onde é possível ganhar muito dinheiro e mudar o mundo de uma forma divertida, e até aparentemente “fácil”. Essa tendência mostra alguns grandes empreendedores que fizeram fortuna com aplicativos e websites, e outros gurus que prometem ensinar a atingir o mesmo nível, tudo de forma muito descontraída, alegre e rápida. Muitas pessoas vem sendo iludidas a entrarem no caminho do empreendedorismo de forma inconsequente, criando ilusões, grandes decepções e pseudo empreendedores.

Glamour, aparências, fama, status. Tudo isso faz parte de algo que não existe, que não é real. Empreender está muito mais ligado com superar dificuldades, superar a si mesmo e se auto realizar no processo, do que com algum tipo de status que possa ser atingido. Quando eu vejo alguns vídeos mostrando o mundo apaixonante do empreendedorismo, das facilidades, da riqueza fácil e dos incríveis guias para o sucesso, sinto uma profunda pena de quem segue essas informações enganosas. Infelizmente tudo isso é falso e enganador, feito apenas para atrair sua atenção e tirar seu dinheiro. Ser empreendedor está ligado à sua missão neste mundo, e o seu principal combustível deve ser a auto realização, todo o resto é apenas consequência de um bom trabalho. Mas sim, é possível se tornar milionário como empreendedor. Ao solucionar os problemas das pessoas e entregar soluções para seus desejos e necessidades, elas estarão dispostas a pagar por isso.



**PROCESSO QUE
REVOLUCIONA
A ESTRUTURA
ECONÔMICA
DE DENTRO
PARA FORA**

**O OBJETIVO
PRINCIPAL DO
EMPREENDEDOR
DEVE SER A
REALIZAÇÃO
PESSOAL**

**SER
EMPREENDEDOR
ESTÁ LIGADO
À SUA MISSÃO
NESTE MUNDO**

EMPREENDER ESTÁ LIGADO A SUA MISSÃO DE VIDA

O principal combustível do empreendedor deve ser a auto realização, todo o resto é consequência. Superar dificuldade, superar a si mesmo. Ao solucionar os problemas das pessoas e entregar soluções para seus desejos e necessidades, elas estarão dispostas a pagar por isso.

O QUE É O SUCESSO?

Algo que considero muito importante é a definição de sucesso. A maior parte das pessoas acredita que sucesso é ter dinheiro, é ter riqueza e fama, mas não é. Sucesso é algo totalmente pessoal e diferente para cada ser humano. Sucesso é atingir objetivos e realizar sonhos pessoais. Como cada pessoa tem sonhos diferentes, o sucesso é único para cada pessoa. Qual é o seu sonho? Ter sucesso não é uma tarefa fácil, e o primeiro desafio é o autoconhecimento. O que você quer ser? Quais são os seus reais objetivos de vida? Descobrir o que nos realiza, o que nos faz feliz. O autoconhecimento facilita tudo, ele é vital para quem almeja alcançar o sucesso. Para aqueles que tem como objetivo de vida o empreendedorismo, os que sentem o chamado e tem espírito empreendedor, é imprescindível ter o equilíbrio entre a técnica, a criatividade e o poder pessoal, é esse equilíbrio que torna possível atingir o sucesso, conforme abordaremos no decorrer deste livro.

O sucesso do empreendedor acontece quando ele traz ao mundo organizações, produtos, serviços e modelos de negócio inovadores, que solucionem problemas reais da sociedade e que gerem valor nas soluções criadas. E para você, o que o faria ter sucesso?

SUCESSO É
ATINGIR
OBJETIVOS
E REALIZAR
SONHOS
PESSOAIS

O QUE É
SUCESSO
PARA
VOCÊ?



PORQUE A CIÊNCIA FALHA NO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma ciência multidisciplinar e requer uma visão global da vida, da sociedade, do mercado e do indivíduo para que possa ser estudado corretamente. A ciência é muito eficaz ao analisar questões específicas e se aprofundar em seus pequenos detalhes. Isso traz avanços tecnológicos muito precisos, mas falha em trazer uma visão global lúcida, pois o foco excessivo nos detalhes, acaba restringindo uma visão mais abrangente. Os estudos atuais de administração de empresas abordam as técnicas administrativas, o planejamento e os conceitos, mas não incluem estudos sobre a criatividade e nem sobre o poder pessoal. Saber controlar nossa mente e nossas emoções, é fundamental para uma carreira de sucesso. O conhecimento técnico é extremamente importante, mas extremamente deficiente sem a criatividade e sem o poder pessoal.

Além disso, a ciência atual se perde em conservadorismo, ela agora tenta manter o seu poder sobre o conhecimento, em uma era de compartilhamento de colaboração. Elas ignoram pesquisas sobre assuntos não convencionais, acreditam ter todas as respostas, mas não as têm. Nós somos seres físicos, mentais, emocionais e espirituais. Nosso sucesso está vinculado a todos esses fatores, dos quais muitos são ignorados pela ciência. Todo conhecimento científico está baseado no intelecto, mas ele é limitado. Todas as grandes descobertas do homem vieram através do pensamento abstrato, de uma faísca criativa. O que diferencia um gênio de uma mente brilhante é a faísca da criatividade, do que ele pode criar de novo. Enquanto a ciência estiver fechada ela continuará falhando. Esse livro aborda tanto o conhecimento científico quanto o conhecimento empírico, além de abordar o poder da própria consciência humana.

**FORMADO EM
ADMINISTRAÇÃO
DE EMPRESAS
EU FUI
EMPREENDER**

**A UNIVERSIDADE
EM NENHUM
MOMENTO ME
PREPAROU
PARA ESSA
EXPERIÊNCIA**





PARTE I - PODER PESSOAL

O QUE É O PODER PESSOAL


O tripé do empreendedor de sucesso começa em seu Poder Pessoal. É o poder pessoal que sustenta as outras duas pernas do tripé, mas ele não se sustenta sozinho. É no equilíbrio que se encontra a conjuntura para o sucesso.

No empreendedorismo a técnica, a criatividade e o poder pessoal devem andar juntos, em sincronia, para que o empreendedor tenha condições de atingir o sucesso desejado. É o poder pessoal que irá levar adiante o que a mente abstrata, a criatividade e a intuição criam e o intelecto, com a técnica planeja, racionaliza e executa.

O Poder Pessoal é o conjunto das competências e características pessoais físicas, emocionais, mentais e espirituais que uma pessoa tem. É dentro do poder pessoal que encontramos a inteligência emocional, o autoconhecimento, a fé, a paixão, a perseverança, entre outras características pessoais. Cada ser humano é um universo, e suas características são criadas e fundamentadas nas mais diferentes bases culturais, morais, sociais e pessoais, o que torna o Poder Pessoal complexo e importantíssimo.

Em minha jornada empreendedora, minha principal lacuna se deu no campo do poder pessoal, eu acreditava que com conhecimentos técnicos, habilidades e criatividade eu não teria problemas em criar um novo negócio com sucesso. O que na época eu não levei em conta, pois não conhecia a sua real importância, é que eu tinha uma série de carências em meu Poder Pessoal. Essas carências foram meus maiores obstáculos para o sucesso e influenciaram negativamente o andamento de meus negócios de diversas maneiras.

É possível empreender apenas com o poder pessoal bem estruturado, mesmo tendo profundas carências na técnica e na criatividade. Esse caminho será penoso, difícil e muito provavelmente pouco gratificante. Os empreendedores desse tipo, em sua maioria, não conseguem criar um negócio de alto impacto.



**É NO EQUILÍBRIO
QUE SE ENCONTRA
A CONJUNTURA
PARA O SUCESSO**

**EM TODOS OS
EMPREENDEDORES
DE SUCESSO
ENCONTRAMOS AS
CARACTERÍSTICAS
DE PODER
PESSOAL
MUITO BEM
ESTRUTURADAS**

**CADA SER
HUMANO É UM
UNIVERSO DE
POSSIBILIDADES**

O CENÁRIO BRASILEIRO

No cenário brasileiro não são raros esses empreendedores, podemos observar milhares de negócios sendo conduzidos de maneira quase cega, sem gestão e sem inovação. Eles acabam conseguindo apenas sobreviver, sem conseguir crescer ou ter algum tipo de ambição maior. Esses negócios acabam sobrevivendo apenas em segmentos menos competitivos, onde a busca por competitividade e as exigências dos clientes não são tão grandes. Esses negócios normalmente acabam quando por algum motivo o empreendedor não consegue mais seguir adiante, e acabam não tendo uma estrutura que possibilite a sua continuidade. Esses negócios morrem, pois o empreendedor usou todas as suas forças remando contra a maré.



“Determinação, coragem e autoconfiança são fatores decisivos para o sucesso. Se estamos possuídos por uma inabalável determinação, conseguiremos superá-los. Independentemente das circunstâncias, devemos ser sempre humildes, recatados e despidos de orgulho.”

- Dalai Lama, líder religioso do budismo tibetano

Vou apresentar a seguir, durante toda a primeira parte do Equilíbrio Empreendedor, as principais características do poder pessoal necessárias para aqueles que desejam alcançar o sucesso, abordando o que cada uma delas é, e sua importância para o empreendedor. Também irei dar algumas dicas de como desenvolver as competências de poder pessoal, para que o caminho do empreendedor possa ser muito mais tranquilo e gratificante.

PROPÓSITO DE VIDA, A PAIXÃO

Só é empreendedor aquele que tem paixão por transformar ideias em realidade. Todos aqueles que tem ideias incríveis e inovadoras, mas ficam só no mundo das ideias ou apenas em projetos, não são empreendedores. O empreendedor é aquele que faz acontecer, aquele que suja as mãos, que descobre maneiras de realizar, que busca o sucesso em caminhos alternativos, caminhos inexplorados. A paixão está ligada ao espírito empreendedor, sem ela, o empreendedorismo não existe, mesmo quando se tem todas as outras características bem constituídas. É ela que move o empreendedor adiante, se você não tem essa paixão empreendedora, talvez seja aconselhável pensar em outra carreira.

Conhecer o seu propósito de vida, conhecer o porque de sua existência, é extremamente importante para empreender com sucesso. É esse propósito, essa paixão que deve guiar a escolha de sua área de atuação, do seu segmento de mercado, do seu nicho. Como eu vou saber que tipo de empreendimento devo abrir se eu ainda não me conheço bem? Começa aí um dos motivos da importância do autoconhecimento.

É possível e necessário apresentar o empreendedorismo desde cedo aos jovens como uma opção de carreira, nas escolas e em projetos educacionais. Devemos mostrar para as crianças e aos adolescentes que existe um caminho empreendedor, uma carreira empreendedora cheia de oportunidades e desafios, despertando a paixão empreendedora desde cedo.

Como você pode saber se tem essa paixão empreendedora? Pense em uma ideia que você quer tirar do papel, se você não fizer nada para que isso se realize, você vai ficar bem? A resposta empreendedora seria: “Eu preciso dar um jeito de colocar a minha ideia em prática”. Só com o autoconhecimento você pode se descobrir, saber o que quer, saber quais são seus sonhos, descobrir o seu propósito, saber se você tem de verdade a paixão por empreender.

O empreendedor não é alguém movido pelo dinheiro, movido pelo retorno financeiro como um investidor, ele realiza seus empreendimentos por paixão, por missão. O retorno financeiro é uma consequência do sucesso do empreendimento, o empreendedor é movido pela paixão empreendedora.

**QUAL É O SEU
PROPÓSITO DE
VIDA?**

**VOCÊ TEM
EM VOCÊ
A PAIXÃO
EMPREENDEDORA
?**

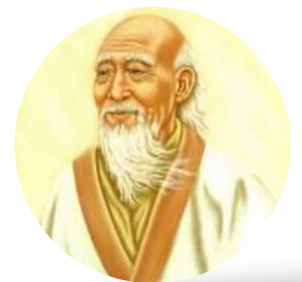


AUTOCONHECIMENTO

Se a base do poder pessoal é a paixão, antes de qualquer outra coisa, é necessário conhecer a si mesmo e ter respostas sobre quem você é e qual é a sua paixão. Essa é uma das questões mais importantes de nossas vidas, perde-se muito tempo e recursos por não sabermos quem somos, isso se aplica tanto para o jovem que logo cedo na vida tem que escolher que caminho profissional trilhar, uma escolha que repercutirá para o resto de sua vida, e muito provavelmente ele ainda não está pronto para tomá-la; quanto para o empreendedor, que ao não se autoconhecer, toma uma série de decisões erradas e acaba fracassando.

Todo ser humano é uma incógnita, ninguém nasce se conhecendo, passamos por um processo intenso de construção da personalidade fundamentado nos valores de nossas famílias e da sociedade em que vivemos. Nossas características pessoais muitas vezes ficam escondidas e bloqueadas. Um de nossos trabalhos nesse mundo é o de nos auto descobrirmos, saber o que gostamos de fazer, o que não gostamos, o que fazemos bem, o que não fazemos bem, quais são nossas qualidades e defeitos, quais são nossos objetivos, devemos descobrir quem realmente somos. É possível passar a vida toda sem se descobrir, sem saber quem você é de verdade, a maioria de nós não tem essa resposta, o que causa uma série de problemas e infelicidades na vida. Saber quem somos e quais são as áreas que devemos nos desenvolver é essencial para que possamos alcançar nossos objetivos, isso pode ser a grande diferença entre o sucesso ou o fracasso.

Cada centavo gasto em autoconhecimento tem um retorno espetacular e imensurável ao longo de sua vida. Você acha que gosta de fazer algo? Experimente! Você acha que não gosta de fazer determinada atividade? Tente fazer e confirme se realmente não gosta. Às vezes o melhor meio de nos conhecermos é tentando fazer diversas coisas, tanto o que acreditamos não gostar, quanto o que acreditamos gostar. Toda pessoa vem a este mundo com uma destinação específica – ela tem algo a cumprir, alguma mensagem tem que ser entregue, algum trabalho tem que ser realizado. Você não está aqui por acaso – há um motivo para você estar aqui. Cabe unicamente a você descobrir a sua missão.



“Quem conhece os outros é sábio. Quem conhece a si mesmo é iluminado.”

- Lao-Tsé
Antigo
filósofo chinês

**CADA CENTAVO
GASTO EM AUTO
CONHECIMENTO
TEM UM RETORNO
ESPECTACULAR E
IMENSURÁVEL AO
LONGO DE SUA
VIDA.**

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE I - PODER PESSOAL

FERRAMENTAS DE AUTOCONHECIMENTO

Para exercitar o autoconhecimento, gosto de usar algumas ferramentas autoaplicáveis distintas, além de outras técnicas que provavelmente vão precisar da ajuda de um profissional qualificado.

Minhas Qualidade e Meus Defeitos, explore seus pontos fortes e observe seus defeitos em um exercício simples mas muito útil de autoconhecimento.

Na **Linha da Vida +**, você cria a linha do tempo de sua vida, usando fotos e anotações sobre fatos importantes de cada etapa de sua vida. Ela atua em seu autoconhecimento ao fazer você olhar para o seu passado de forma visual, fazendo você enxergar a sua história de vida, para o que você já fez. Ela também trabalha com seus diferencias e com o seus objetivos para o futuro.

A terceira ferramenta, **Perguntando a Si Mesmo**, é a mais profunda e também a mais difícil de ser utilizada, pois requer certa prática em meditação. Ela consiste em silenciar a mente concreta através de meditação e perguntar diretamente a seu eu interior quem é você, qual é o motivo de sua existência. Além disso, é possível perguntar quais são suas fraquezas e quais qualidades devem ser aprimoradas. A ideia deste livro e o seu título vieram desse tipo de prática, que pode ser extremamente recompensadora se bem aplicada.



“O verdadeiro conhecimento vem de dentro.”

- Sócrates
Filósofo grego

MINHAS QUALIDADE E MEUS DEFEITOS



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE I - PODER PESSOAL

OUTRAS FERRAMENTAS

Existem outras ferramentas de autoconhecimento, algumas delas você vai precisar da ajuda de um profissional qualificado para lhe guiar no processo. A Astrologia, o *coaching*, o Eneagrama, Ikigai, as terapias e outras diversas ferramentas podem lhe ajudar muito no exercício de seu autoconhecimento.

Utilize as ferramentas ao seu gosto, o importante é ir em busca do autoconhecimento, não se prenda aos detalhes, obtenha informações relevantes sobre você mesmo, informações que façam sentido para sua vida. Tenha em mente que não existe apenas um caminho, existem diversos caminhos, todos únicos e extraordinários, e só você pode descobri-los, os outros podem apenas lhe ajudar e aconselhar.

Me descobri como pessoa, como empreendedor, como professor, como alguém que ama criar, empreender e desenvolver pessoas utilizando as técnicas mencionadas e também com a ajuda de alguns extraordinários profissionais. Hoje eu busco diariamente aprimorar qualidades importantes para a realização de meus objetivos, qualidades das quais tenho diversas deficiências. A chave é enxergar as deficiências relevantes para a conquista de seus objetivos, isso permite a realização do auto aprimoramento constante.

Não tenha receio de expor suas fraquezas, o que lhe torna forte não é escondê-las, e sim superá-las. Existe em nossa sociedade e dentro de cada um de nós um grande medo de demonstrar fraquezas, o que acaba levando as pessoas a preferir esconder suas fragilidades, esse é um dos motivos de nos tornarmos tão medíocres, infelizes e tão desconectados uns dos outros.

É impossível estar no fluxo sem se autoconhecer. Estar no fluxo é basicamente estar fazendo o que realmente gostamos de fazer, aquilo que nos dá prazer, aquilo que realmente traz impacto na vida das pessoas a quem servimos, é estarmos felizes, é cumprir o nosso propósito de Vida. Para isso, devemos aceitar quem somos e enfrentar o nosso maior inimigo, o medo. Ao ter autoconhecimento, apenas o medo pode nos distanciar de nossa missão, de sermos quem realmente somos.

NÃO EXISTE
APENAS UM
CAMINHO.
DESCUBRA O SEU



NÃO TENHA
RECEIO DE EXPOR
SUAS FRAQUEZAS,
O QUE LHE TORNA
FORTE NÃO É
ESCONDÊ-LAS, E
SIM SUPERÁ-LAS

O MEDO

O medo está presente em todos os aspectos de nossas vidas, é o medo que nos impede de ser quem nós realmente somos, é ele que nos faz usar máscaras o tempo todo. Eu sou uma pessoa no meu trabalho, eu sou outra pessoa com meus amigos e outra com a minha família. Eu ainda uso uma máscara para mim mesmo, para que eu possa esconder os meus defeitos e minhas frustrações. Cada máscara que usamos nos faz perder um pedaço de nossa essência, é trabalhoso nos esconder e ter que controlar mentalmente cada uma de nossas ações. Chegamos a um ponto em que nos perdemos quase que por completo em meio às ilusões que criamos, e ficamos completamente infelizes.

Afinal, porque usamos tantas máscaras? Pois temos medo, muito medo de tudo. Buscamos constantemente a aprovação dos outros, com isso, pensamos em como os outros nos julgarão por nossas palavras e ações, assim, acabamos nos transformando em qualquer coisa, menos em quem realmente somos. Isso gera infelicidade e mais medos em um ciclo de frustrações. A origem do medo é a impermanência, o apego ao passado. Vivemos em um mundo em constante movimento, onde nada é permanente, e como não entendemos e não aceitamos essa condição, vivemos assustados. Temos medo da escassez em mundo de natureza abundante, temos medo das doenças mas não cuidamos de nossa saúde, temos medo da solidão mas não gostamos do que vemos no espelho. Cedemos ao medo e não entendemos porque somos infelizes, ser feliz requer coragem.

Quando eu disse que iria abordar abertamente tudo o que acredito nesse livro, como as questões de espiritualidade, meditação, a importância de silenciar o intelecto, entre outras, sem usar máscaras, tentaram me persuadir a não abordar essas questões, eu deveria usar uma máscara. O fato de não usar uma máscara assustas as pessoas, a felicidade assusta as pessoas! Quando eu digo que sou feliz as pessoas se assustam, tentar colocar diversos empecilhos em minha felicidade. Resolvi nunca mais usar máscaras, eu optei pela liberdade, mas para ser sincero, volta e meia ainda me vejo obrigado a usar uma ou outra máscara para atuar na sociedade atual.



"O maior erro que você pode cometer na vida é passar a vida com medo de cometer erros"

- Elbert Hubbard
Filósofo e escritor
norte-americano

**A ORIGEM DO
MEDO É A
INSEGURANÇA, A
IMPERMANÊNCIA E
A FALTA DE AUTO
CONHECIMENTO**

**SER FELIZ
REQUER
CORAGEM**

O MEDO NO EMPREENDEDORISMO

Empreender dá medo, muito medo. Você está sozinho contra tudo e todos, talvez acompanhado apenas por alguns sócios e muitas incertezas. Sim, isso dá muito medo. O medo é cultivado por nossa sociedade, vivemos a cultura do medo. Medo de assaltos, medo de doenças, medo da pobreza, medo de ficar doente e não ter um plano de saúde, medo de ficar sem ter onde morar e virar um mendigo, medo de ficar sozinho, medo da morte, medo do ridículo, e tantos outros medos que nós enfrentamos o tempo todo.

O empreendedor tem que lidar com diversos medos, todos os dias. Além de ter que lidar com os medos comuns, ele tem diversas responsabilidades, como pagar fornecedores, funcionários, impostos, fechar vendas, dar retorno para os investidores e fazer com que o negócio todo prospere. Ele deve ser quase um super-homem em alguns momentos, mas ele é humano, e sofre com isso. O empreendedor deve saber lidar com o medo, e não viver no medo. Se o medo do fracasso, independentemente do que o fracasso signifique para você, fizer você deixar de agir, você não é um empreendedor, pois empreender é ação, é colocar em prática.

Como empreendedor tive que enfrentar muitos dos meus medos, e no momento em que você enfrenta seus mais profundos medos de frente, quando você chega no que considera ser o fracasso, você enxerga que a vida continua, o sol nasce de novo, você continua vivo. O sofrimento existe, mas é graças a ele que aprendemos grandes lições, é graças a ele que sabemos o que realmente é importante em nossa vida.



“Assim, eu sei que empreender é muito difícil. Porque é muito absurdo você ter que ir sozinho numa jornada contra tudo e contra todos. Mesmo com um ou dois sócios.”

- Gustavo Tanaka, empreendedor e escritor



“Empreender é como saltar de um penhasco e construir o avião durante a queda”.

- Reid Hoffman
Cofundador do
LinkedIn

**O QUE VOCÊ FARIA
SE NÃO TIVESSE
MEDO?**

VOCÊ DEVE ESTAR PRONTO PARA ENFRENTAR SEUS MEDOS

Sim, você deve estar pronto para enfrentar seus medos, pronto para ser cobrado, pronto para encarar os resultados de frente. Quase todo o empreendedor falha em algum momento, vai à falência, quebra, perde o rumo. Os problemas estão na falta de equilíbrio entre os elementos do tripé do empreendedor de sucesso, tanto nas carências desconhecidas, por falta de autoconhecimento, como por carências conhecidas, que ainda não foram devidamente trabalhadas e desenvolvidas. O que diferencia o empreendedor dos outros, é que ele não desiste, ele limpa suas feridas, se cura, e volta a ficar de pé, pronto para buscar o sucesso novamente. Se você não está pronto para enfrentar seus medos, é melhor buscar desenvolver-se melhor antes de começar um empreendimento.

A cura do medo está no autoconhecimento, na espiritualidade, no despertar da consciência. O maior medo deve estar na pergunta “será que eu estou no caminho certo?” e não na pergunta “será que tudo vai dar certo?”. Quando se está no caminho certo, os fracassos são muito menos relevantes. O único modo de saber sua verdadeira missão é o autoconhecimento. Quando você sabe quem é, enfrentar os medos depende principalmente de sua fé, de sua espiritualidade, o que faz você ir sempre em frente, sem hesitar.

Você sabe quais são os seus maiores medos?



"Quando há uma compreensão do medo, há um entendimento de todos os problemas relacionados a esse medo. Quando não há medo, há liberdade."

- Jiddu Krishnamurti, filósofo indiano

O QUE DIFERENCIA
O EMPREENDEDOR
DOS OUTROS, É
QUE ELE NÃO
DESISTE, ELE
LIMPA SUAS
FERIDAS,
SE CURA,
E VOLTA A
FICAR DE PÉ,
PRONTO PARA
BUSCAR O
SUCESSO
NOVAMENTE.

ESPIRITUALIDADE

Nós somos muito maiores do que apenas aquilo que podemos ver, somos seres extremamente complexos e diferentes uns dos outros, mas nossa essência, nosso propósito é bem simples, basta descobri-lo, e esse sim, é o grande desafio. Temos todas as respostas para nossos questionamentos dentro de nós, o difícil é acessar essas respostas. Mas como podemos acessá-las? Silenciando o intelecto, nossos pensamentos comuns do dia a dia, o pensamento lógico que nos é ensinado como o único caminho. A meditação, o auto conhecimento, a paz interior e os alinhamentos irão lhe ajudar muito nesse processo. A mente concreta, o intelecto, é apenas uma poderosa ferramenta, não é o que somos de verdade, não é o nosso verdadeiro eu.

Espiritualidade é acreditar, é confiar, é ter fé em você, nas pessoas, na natureza, no universo, em seu deus. No que você acredita? O que faz você acordar todos os dias cedo de manhã para tocar um negócio onde você investe seu tempo, seu dinheiro e dá tudo de si sem ter nenhuma certeza de que isso lhe trará algum retorno? Você precisa saber onde está a sua fé, o que te faz continuar quando tudo está dando errado, quando tudo está desmoronando. A espiritualidade é a base para sua força de vontade, e essa força tem o poder de mover qualquer coisa na direção desejada. É a espiritualidade que vence todos os medos. Essa fé, essa espiritualidade é diferente para cada pessoa, cada um deve achar a sua, pois é ela que vai te ajudar nos momentos mais difíceis. Todos os empreendedores passam por esses momentos, é muito importante estar pronto internamente para eles.

Quando sabemos quem somos, o que viemos fazer nesse mundo e acreditamos em nossa fé, todos os nossos medos desmoronam. Agora você serve a um propósito, ao seu Propósito de Vida, você não tem nada a temer, pois está cumprindo sua missão, você é o mestre de seu próprio caminho. Com isso o medo cessa, e todas as possibilidades do mundo se abrem a você. Pense em todos os homens e mulheres de sucesso, todos eles tinham uma fé inabalável, acreditavam em seus caminhos e em seus objetivos. O caminho de cada um era diferente, mas a confiança em seu poder pessoal e em seus objetivos tinham valores semelhantes.

Defina sua espiritualidade, tenha fé inabalável no que você acreditar. Medite, reflita, se inspire e persista, a fé é a base de sua perseverança, de sua força de vontade, e essa, indispensável para o sucesso de qualquer coisa que se faça. Conecte-se a sua espiritualidade diariamente, sinta a sua força, sinta o poder que ela lhe traz, confie.



"Porque em verdade vos digo que qualquer que disser a este monte: Ergue-te e lança-te no mar, e não duvidar em seu coração, mas crer que se fará aquilo que diz, tudo o que disser lhe será feito."

- Marcos 11:23

**O QUE FAZ VOCÊ
ACORDAR TODOS
OS DIAS CÉDO DE
MANHÃ PARA
TOCAR UM
NEGÓCIO ONDE
VOCÊ INVESTE SEU
TEMPO, SEU
DINHEIRO E DÁ
TUDO DE SI SEM
TER NENHUMA
CERTeza DE QUE
ISSO LHE TRARÁ
ALGUM RETORNO?**

PERSEVERANÇA, A FORÇA DE VONTADE

Seguir em frente sempre, mesmo quando se enfrenta as piores adversidades da vida, os maiores fracassos, as piores derrotas, quando nada parece ter uma solução. Talvez essa seja a característica mais importante para um empreendedor de sucesso. A perseverança e empreendedorismo estão diretamente relacionados, é necessário ter força de vontade para seguir em frente quando o caminho estiver bloqueado, quando os problemas parecerem insolucionáveis. Empreender com sucesso requer muita força de vontade no dia a dia do empreendedor, se você conseguir essa força e souber viver cada dia como único, com alegria, você estará muito mais perto do seu sucesso do que imagina.

A HISTÓRIA DE DASRATH MANJHI

Um exemplo de perseverança é a história de Dashrath Manjhi, um indiano da aldeia de Gahlour, aldeia que era isolada de outras comunidades por uma montanha, onde era necessário percorrer uma estrada de quarenta e três quilômetros para se chegar à escola, ao hospital e mercados próximos.

Um dia, a esposa de Manjhi adoeceu, e não houve tempo suficiente para levá-la ao hospital e ela acabou morrendo. Manjhi em seu luto, decidiu que ninguém mais de sua aldeia iria passar pelo mesmo problema que sofrera. Então, sem o apoio do governo, usando apenas um martelo e um cinzel, sozinho, por vinte e dois anos ele esculpiu a montanha até conseguir abrir um caminho. Graças a ele, habitantes de mais de sessenta aldeias usam sua estrada artesanal todos os dias, ele encurtou o caminho entre Atri e Wazirganj de cinquenta e cinco quilômetros para apenas quinze.

Talvez Manjhi, pudesse ter feito a estrada de outro modo, ele poderia ter conseguido apoio, engajado outras pessoas, vendido melhor a sua causa, mas a grande lição que Manjhi nos traz, é que a perseverança e a força de vontade faz as coisas acontecerem. Manjhi é um empreendedor, ele trouxe a sua ideia ao mundo real, criou algo que gerou valor real para sua comunidade.

Primeiro eles riram, depois aplaudiram de pé e fizeram uma estátua em homenagem ao trabalho empreendedor de Dashrath Manjhi. O que você faz quando os outros riem do seu trabalho e do seu esforço?



"Quando comecei a martelar a colina, as pessoas me chamaram de louco, isso fortaleceu a minha decisão."

- Dasrath Manjhi

"O que eu fiz está lá para todo mundo ver. Quando Deus está com você, nada pode pará-lo"

- Dasrath Manjhi



PERSEVERANÇA, A FORÇA DE VONTADE

A força de vontade está ligada à espiritualidade, a espiritualidade é o motor e a fé o combustível da força de vontade. Para Manjhi, deus e sua dor pela falecida esposa eram sua conexão com a espiritualidade, porém, cada conexão é única, cada um deve encontrar sua própria espiritualidade e fé. O combustível para a força de vontade é a sua fé, o que levaria você a abrir uma estrada na montanha dia após dia? A força de vontade faz verdadeiros milagres, pois ela leva você, seu projeto e seus sonhos adiante. Posso garantir aqui, que sem a força de vontade, nada do que você faça dará certo, pois você irá desistir antes de qualquer resultado positivo verdadeiro. Se a perseverança não for uma de suas qualidades, treine-a, faça projetos menores e execute-os do início ao fim. A ironia aqui, é que a perseverança não garante o sucesso, mas sua ausência, garante o fracasso.

O maior fracasso de um empreendedor está ligado a desistir, a não seguir em frente, a não perseverar. Eu não acredito em comparações pessoais, cada pessoa tem seu próprio caminho, seu próprio tempo, mas vou trazer alguns casos de pessoas de extremo sucesso que só o obtiveram por terem perseverado, por terem uma imensa força de vontade.



SYLVESTER STALLONE **DAS RUAS AO SUCESSO TOTAL**

Nasceu com uma paralisia facial, e em seu pior momento chegou a morar na rua. Escreveu o roteiro de “Rocky”, e queria estrear no filme como o personagem principal. Mesmo morando na rua recusou uma oferta de trezentos e cinquenta mil dólares de um estúdio por seu roteiro, pois não foi aceito que ele atuasse como personagem principal. Por fim ele conseguiu trinta e cinco mil dólares pelo roteiro e o deixaram estrear o filme. O filme “Rocky” entrou para os registros americanos da indústria de cinema como um dos maiores filmes até então feitos.

**O MAIOR
FRACASSO DE UM
EMPREENDEDOR
ESTÁ LIGADO A
DESISTIR, A NÃO
SEGUIR EM
FRENTE, A NÃO
PERSEVERAR.**



“Há mais pessoas que desistem, do que pessoas que fracassam!”.

- Henry Ford,
empreendedor

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE I - PODER PESSOAL



WALT DISNEY FUNCIONÁRIO SEM IMAGINAÇÃO

Pulou de emprego em emprego como cartunista de jornal, chegou a ser demitido por ser considerado sem novas ideias e sem imaginação. Seu primeiro estúdio faliu, foi com o segundo que levava seu próprio nome em que ele deslançou.

"Se você pode sonhar, você pode fazer."

- Walt Disney



STEPHEN KING REJEITADO TRINTA VEZES

Teve seu primeiro livro "Carrie, a estranha" rejeitado por trinta editoras. Depois disso, ele o jogou no lixo. Sua mulher o recuperou e insistiu que ele continuasse enviando-o para outras editoras até que ele conseguiu e assim abriu as portas para suas outras obras.



CHRIS GARDNER DE MENDIGO A MILIONÁRIO

Desempregado, foi abandonado pela esposa, tornando-se pai solteiro. Acabou se tornando mendigo, tendo que levar seu filho pequeno para abrigos de sem-tetos, e até para banheiros públicos, ocupados à força para que eles pudessem ter onde dormir.

"O segredo do sucesso: encontre algo que você ame tanto fazer, que você não pode esperar o sol nascer para fazer tudo de novo."

- Chris Gardner

Assista o filme "À procura da felicidade", ele conta a história de Chris.

RESILIÊNCIA E CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO

Nosso mundo é extremamente mutável e novos desafios se apresentam constantemente em nossas vidas. O que ontem era feito de uma determinada maneira, hoje não necessariamente deve ser feito da mesma maneira. O mercado muda, as pessoas mudam, mudam-se as tendências, a economia oscila entre altos e baixos. Podemos iniciar um negócio, um mercadinho em um local sem concorrentes, e uma grande rede de supermercados construir uma loja em frente ao negócio, para continuar existindo é necessário se adaptar.

Quem quer empreender deve estar sempre preparado para mudar, para se adaptar às adversidades e às diversas mudanças que ocorrerem. A resiliência, a capacidade de se adaptar a diferentes situações, é extremamente importante em uma jornada empreendedora de sucesso. A perseverança deve estar acompanhada da resiliência, não é inteligente persistir sempre no mesmo erro, é preciso perseverar adaptando-se às mudanças encontradas, entendendo os problemas e se mantendo em constante aperfeiçoamento.

A Kodak foi uma empresa responsável por vender 90% dos filmes fotográficos utilizado nos Estados Unidos e acabou falindo em 2009. Ela não conseguiu acompanhar as mudanças do mercado, que se transformou rapidamente com a chegada das máquinas digitais. A grande ironia, é que foi a própria Kodak a criadora da primeira máquina digital, mas acabou não usando sua inovação com medo de acabar com seu lucrativo mercado de venda de filmes. A Kodak não soube se adaptar ao mercado, não teve resiliência, e por isso faliu.

O empreendedor deve se comportar como uma grande árvore em um vendaval, a árvore não resiste porque é forte e rígida, ela resiste porque ela é flexível, ela se dobra ao vento e se mantém em pé. Esteja pronto para fazer isso em seu negócio, mude, adapte-se de acordo com as mudanças do mercado, antecipe as mudanças. A maior parte das pessoas prefere passar sua vida dentro de sua zona de conforto, onde elas já conhecem os processos, as tecnologias e as pessoas. Já o empreendedor gosta de estar fora da zona de conforto, ele enfrenta o desconhecido, ele se adapta constantemente, ele usa as novas tecnologias para solucionar os problemas que encontra. Essa atitude, essa falta de apego à zona de conforto, leva o empreendedor a fazer o diferente, a criar o novo, independentemente do cenário em que se encontra. O empreendedor de sucesso sabe se adaptar, ele tem resiliência.

**A VIDA É FLUXO
CONSTANTE**



“Não é o mais forte quem sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças.”

- Leon C. Megginson,
professor, escritor e
pesquisador de
administração e
empreendedorismo

**O EMPREENDEDOR
DE SUCESSO SABE
SE ADAPTAR, ELE
TEM RESILIÊNCIA.**

SAÚDE E ENERGIA

Empreender é realizar, é trazer ideias para o mundo concreto, para isso, é necessário esforço, energia, foco, dedicação e perseverança. Quando nos falta saúde, seja ela física, emocional ou espiritual, não temos forças, nem energias para levarmos nossos empreendimentos adiante. Quando se está doente, o foco de nossas vidas é invariavelmente ficar melhor, se curar. É possível empreender com sucesso estando doente? A resposta é não.

O empreendedor lida com uma carga de stress bem alta devido aos riscos, a suas responsabilidades e a sua intensa dedicação ao trabalho, o que exige muita energia. Todos esses fatores cobram cuidados redobrados com a sua saúde. Exercícios físicos, alimentação balanceada, equilíbrio emocional, tempo para meditar, refletir, tempo para sua espiritualidade, tempo para sua vida pessoal, seus hobbies e tempo para ficar com as pessoas que você ama. O que normalmente acontece é justamente o contrário, o empreendedor fica sem tempo para quase nenhum cuidado com sua saúde, o que acarreta um forte desequilíbrio. Ou você arranja tempo para cuidar de você, ou a vida irá arranjar esse tempo, não é uma questão opcional.

Muitos empresários sacrificam sua saúde física e emocional para construir seus empreendimentos de sucesso, e se arrependem profundamente de não ter resguardado tempo para uma rotina mais saudável, pois tiveram que pagar um alto preço por suas decisões. Se perde muito tempo na recuperação da saúde, é um tempo totalmente improdutivo e não opcional. Manter uma rotina saudável além de prevenir diversas doenças, aumenta sua energia, melhora sua concentração, melhora sua autoestima, entre outros diversos fatores benéficos. Investir tempo no cuidado de sua saúde pode parecer trivial, mas é de grande importância. A curto prazo aumenta a energia, e a longo prazo evita doenças e economiza o tempo que seria necessário para a recuperação da saúde. Investir em saúde é definitivamente um bom negócio.

Por fim, para manter a sua saúde, é necessário ter amor próprio. É preciso olhar no espelho e gostar do que vê, enxergar os seus olhos brilharem e amar quem você é. Muitos de nós não gostam do que enxergam no espelho e esse é um dos principais motivos das doenças. Não é possível se manter saudável sem ter amor próprio; todas as doenças tem origem em nossos desequilíbrios, sejam eles emocionais, mentais, físicos ou espirituais. Ter equilíbrio é fundamental para nossa saúde.



“Eu ainda preciso de mais descanso saudável para trabalhar no meu máximo. Minha saúde é meu capital principal e eu tenho e quero administrá-la inteligentemente.”

- Ernest Hemingway,
escritor norte americano

**OU VOCÊ ARRANJA
TEMPO PARA
CUIDAR DE VOCÊ,
OU A VIDA IRÁ
ARRANJAR ESSE
TEMPO, NÃO É
UMA QUESTÃO
OPCIONAL.**

AMAR A SI MESMO, A AUTOESTIMA

É necessário para atingir o sucesso saber se amar, se valorizar, olhar para si no espelho e gostar do que vê, não apenas a parte física, mas gostar do ser humano que você é, o que se tornou a partir de sua história de vida. Amar quem você é hoje, não o que você deseja se tornar amanhã. Sem o amor próprio, todas as outras qualidades do Poder Pessoal ficam comprometidas e o sucesso fica inalcançável.

O segredo aqui, é que você consiga confiar em você mesmo. No momento em que você não confia em si, todo o processo de tomada de decisão fica comprometido em sua vida, sua saúde se compromete e seus medos afloram. Se você não consegue confiar em si mesmo nas questões de sua vida, como irá confiar em suas decisões organizacionais, onde pessoas dependem de você e de suas decisões, é inviável, impraticável. Amar a si mesmo é ter autoconfiança, é dizer “eu consigo”, “eu posso”, “eu mereço”.

Certa vez conversei com um amigo muito talentoso, ele não se considerava um sucesso, pois ainda não havia atingido o reconhecimento e o sucesso financeiro que desejava. Então eu lhe disse: “O sucesso você já é, pois és um ser humano talentoso na atividade que exerce. Viva o seu talento desde já, seja o sucesso, pois ele não é baseado em ter, e sim em ser.” Então ele retrucou dizendo: “Mas os outros não me enxergam assim.” Então eu lhe respondi: “É verdade, eles enxergam a imagem que tu passa hoje, que é a de alguém sem sucesso, sem o devido amor próprio. Seja o sucesso hoje, você já é, ame a si mesmo, mostre ao mundo isso, e tudo virá com uma facilidade muito maior. Tenha autoconfiança.”



“Baixa autoestima é como dirigir pela vida com o freio de mão puxado.”

- Maxwell Maltz,
médico e pesquisador



“Gosto especialmente do exercício do espelho. Tenho visto muitas pessoas mudarem suas vidas apenas olhando-se no espelho e dizendo : “Eu te amo, eu te amo de verdade”.

Louise Hay, do livro
Você pode curar sua vida

RELACIONAMENTOS E INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Pode parecer radical, mas o sucesso pessoal em qualquer área depende muito de nossos relacionamentos e de como nos relacionamos com as pessoas ao nosso redor. Qualquer negócio depende de pessoas e de como ocorrem os relacionamentos entre elas, sejam elas os clientes, os colaboradores, os fornecedores, a comunidade local, o governo, entre outros agentes. Tudo depende das pessoas, dos relacionamentos e da Inteligência Emocional do empreendedor. A Inteligência Emocional é a capacidade de reconhecer, avaliar e lidar com o seus sentimentos e o das outras pessoas, e acredite, isso é extremamente importante para o empreendedor. A administração de empresas é uma ciência social aplicada e não exata, pois lida diretamente com todos os diferentes tipos de fatores humanos, o que é bem complexo.

O empreendedor que almeja o sucesso deve saber lidar com pessoas, saber se relacionar com os diversos *stakeholders* (grupos envolvidos com o negócio) para que seu negócio consiga se desenvolver. No cenário brasileiro, é ainda mais forte a necessidade de bons relacionamentos, pois por aqui tudo se obtém via contatos. Os negócios são fechados envolvendo relacionamentos e amizades, levamos os clientes e fornecedores a nossos almoços e jantares, eles se tornam parte da família do negócio. Uma indicação pode valer muito mais do que diversas competências, é fácil observar essa relação no mercado de trabalho. Com isso, posso dizer, que são imprescindíveis as habilidades sociais, os relacionamentos e a Inteligência Emocional para o sucesso do empreendedor.

A rede de contatos do empreendedor, o famoso *networking*, é extremamente importante no mundo do trabalho e também no mundo do empreendedorismo. Ter bons relacionamentos garante a abertura de importantes portas para o empreendedor. Através de seu *networking* você pode conseguir conhecimentos e habilidades, acessos a pessoas e locais normalmente inacessíveis, investimentos, entre outros importantes recursos.

Sempre invista em sua rede de contatos, desenvolva um *networking* poderoso, ele será fundamental para seu sucesso como empreendedor. Não julgue negativamente aqueles que atingem seus objetivos através de seu *networking*, crie e saiba usar você também sua rede, com certeza é um ótimo investimento.



"Pelo menos 80% do sucesso na idade adulta vem da inteligência emocional".

- Daniel Goleman,
psicólogo autor do
bestseller Inteligencia
Emocional

**O SUCESSO
PESSOAL EM
QUALQUER ÁREA
DEPENDE MUITO
DE NOSSOS
RELACIONAMENTOS**

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE I - PODER PESSOAL

PARTICIPE DE UM GRUPO

Muitas pessoas de sucesso entram em grupos, com o objetivo de apoiar-se mutuamente, compartilhar informações, compartilhar seu *networking*, compartilhar novas ideias, novas práticas e ferramentas, tudo isso pode ajudar muito o empreendedor. Participe de um grupo, apoie o sucesso dos outros e também aceite a ajuda que lhe for oferecida.

RELAÇÕES FAMILIARES

As relações familiares do empreendedor são de grande importância. É muito comum a família do empreendedor não apoiá-lo na jornada, e isso é prejudicial, se você quer empreender e seu ciclo familiar mais íntimo não estiver de acordo com seu caminho, tenha certeza de que ocorrerão conflitos. Esses conflitos são muito prejudiciais para seu negócio, pois afetam diretamente seu poder pessoal, e acontecem em um momento muito delicado para o empreendedor, o início de seu empreendimento. Nesse momento ele já tem que enfrentar tudo e todos “sozinho”, e sem o apoio do ciclo familiar tudo fica ainda mais difícil.

Meu conselho é, resolva as situações familiares conturbadas antes de empreender, saiba vender o seu projeto e a sua paixão também para a sua família, mostre que você conhece a si mesmo e que esse é o caminho certo em sua vida, mostre todo o seu autoconhecimento. Ter estabilidade familiar garante uma pedra a menos em sua jornada empreendedora. Como empreender é estar no meio de um furacão, é muito importante ter um porto seguro, fazer do seu lar um local aconchegante, onde possa se sentir seguro e renovar suas energias sempre que necessário. Estar em um relacionamento é como ter um sócio, o casal deve estar alinhado nos objetivos, nos gastos e no que é importante para ambos. É uma verdade que casais inteligentes enriquecem juntos, é necessário ter alinhamento nos objetivos do casal, sem esse equilíbrio, tenha certeza que conflitos ocorrerão.



Ninguém nunca terá sucesso sem ajudar aos outros.”

- Jay Abraham,
executivo e escritor

“Duas pessoas que perseguem juntas uma meta, tendem a alcançá-la na metade do tempo que levariam sozinhas.”

- Eduardo Cavalcanti
e Natasha Ferraz,
empreendedores

LIDERANÇA

O empreendedor não é o único responsável pelo sucesso de sua empresa, toda a equipe envolvida, todos os colaboradores, todos que trabalham junto ao empreendedor tem responsabilidade nesse processo. Com isso, o empreendedor acaba por se tornar o líder de sua organização, pois é ele quem vai motivar, organizar e dar o exemplo aos colaboradores. Em outras etapas do ciclo de vida da empresa, é o empreendedor quem deve fomentar as lideranças, dar oportunidades e espaço para que elas atuem de forma eficaz. Uma organização de sucesso necessariamente precisa de bons líderes.

O empreendedor de sucesso deve saber liderar pessoas e processos, delegar tarefas a colaboradores e parceiros. A liderança é a arte de influenciar de forma positiva a mentalidade e o comportamento das pessoas. O empreendedor muitas vezes centraliza em si diversas atividades, o que o sobrecarrega e acaba comprometendo todo o crescimento de seu empreendimento. Além disso, ele deve entender seus colaboradores, suas necessidades e seus desejos, deve saber recompensar e manter uma equipe eficaz. A liderança está diretamente ligada à Inteligência Emocional, e é fundamental para qualquer empreendimento de sucesso.

**A LIDERANÇA É A
ARTE DE
INFLUENCIAR DE
FORMA POSITIVA A
MENTALIDADE E O
COMPORTAMENTO
DAS PESSOAS**



“Uma boa liderança ocorre sobre experiências humanas. Não é uma fórmula ou programa, é uma atividade humana que vem do coração e leva em consideração os corações de outras pessoas. É uma atitude, não uma rotina.”

- Lance Secretan,
especialista em liderança, escritor e consultor

ATITUDE, COMPROMETIMENTO E INDEPENDÊNCIA

Todo o empreendedorismo é baseado em atitudes, o empreendedor deve ser pró ativo, deve ter iniciativa, deve ter coragem para fazer as coisas acontecerem. O sucesso do empreendedor depende de sua atitude e de seu comprometimento, ele precisa saber que ninguém realizará nada por ele, é ele o responsável por seu empreendimento prosperar. O empreendedor está no comando, é ele que controla as velas, o leme e toda a tripulação do seu barco.

Ninguém estará lá para cobrar se as suas atividades já estão prontas, nem para dizer quais atividades devem ser realizadas. Toda a responsabilidade, todo o comprometimento e a motivação devem estar dentro do próprio empreendedor. Existe uma grande liberdade no empreendedorismo, ao mesmo tempo que parece ser ótimo não ter ninguém para controlar suas atividades, é um grande desafio, e por vezes, pesado e solitário.

Todo o sucesso depende exclusivamente do comprometimento do empreendedor, ele é livre, ele é independente para tomar suas próprias decisões, mas ele deve se responsabilizar por cada uma delas. É por isso que o Poder Pessoal é tão importante no empreendedorismo. Responsabilize-se por seus sucessos e por seus fracassos. Se você fracassar, persevere, se comprometa com seu sucesso, só você pode assumir essa responsabilidade.



“Uma boa liderança ocorre sobre experiências humanas. Não é uma fórmula ou programa, é uma atividade humana que vem do coração e leva em consideração os corações de outras pessoas. É uma atitude, não uma rotina.”

- Lance Secretan,
especialista em liderança, escritor e consultor



Para ter um negócio de sucesso, alguém, algum dia, teve que tomar uma atitude de coragem.”
- Peter Drucker, pai da administração moderna

**EMPREENDER É
UMA ATITUDE**

O PODER DAS CRENÇAS, PENSAMENTOS E EMOÇÕES

Cada pessoa enxerga o mundo de acordo com a sua própria percepção da realidade. A questão da percepção é muito utilizada em todos os processos de marketing e vendas, onde verificamos que não existe o "real", mas sim, a percepção individual de um fato, que é diferente para cada ser humano. Eu posso enxergar o preço de um produto como muito caro, e outra pessoa como muito barato, eu posso enxergar o sonho de alguém como uma grande besteira, enquanto a outra pessoa acredita nele de todo o coração. Essa percepção da realidade é baseada nas crenças, pensamentos e emoções de cada ser humano.

Somos influenciados por nossa cultura, pelas crenças de nossos pais e de nossas famílias, pela educação que tivemos, pelo ambiente em que fomos criados, pelas emoções e pensamentos de todos os que estão em nossa volta, e ainda trazemos muitas bagagens pessoais. Somos realmente programados por tudo isso que está em nossa volta, e tudo isso forma a nossa personalidade, as nossas crenças, pensamentos e emoções.

Você acredita que uma criança criada em um ambiente muito rico e próspero financeiramente tende a ver o mundo como um lugar de recursos escassos? Muito provavelmente não, mas uma criança que nasceu em uma região muito pobre, em uma família muito pobre, onde lhe diziam constantemente que a vida é difícil e escassa, tende a ter uma percepção da vida muito diferente, olhando o mundo com a percepção da escassez e da dificuldade, isso sem falar das diferenças da formação técnica e criativa entre as duas crianças.

Cada ação que você executa, é o resultado de seus pensamentos e emoções fundamentados em suas crenças (conscientes ou subconscientes). São as nossas crenças que muitas vezes nos impedem de realizar o nosso propósito com sucesso. Muitas crenças precisam ser removidas, pois estão criando uma percepção muito longe da realidade. Podemos de diversas formas reprogramar nossas crenças, listarei algumas delas: **PNL** (programação neurolinguística), **EFT** (Emotional Freedom Techniques), **Constelação Familiar**, **Thetahealing**, **Access Consciousness**, **Ho'oponopono**, entre outras técnicas.



"Devemos simplificar
nossas vidas. Ou
aceitamos o que
somos ou mudamos
aquilo que não
conseguimos mais
aceitar."

- Ana Pedroso
Professora e
NeuroGestora
Emocional

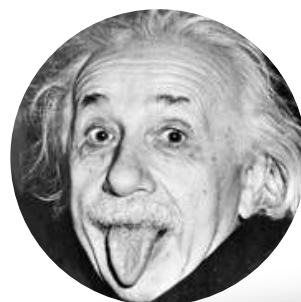
**NINGUÉM NUNCA
CHEGOU AO
SUCESSO
ACHANDO QUE
IRIA FRAGASSAR.**

O PODER DAS CRENÇAS, PENSAMENTOS E EMOÇÕES

A física quântica nos deu a base científica para poder afirmar que tudo que existe em nosso mundo é energia. Essa energia é comum aos seres humanos, aos animais, ao ar, a água, as plantas, aos objetos, a tudo que existe. Nos somos feitos de energia e não só de matéria. Toda a energia tem uma vibração e uma frequência, e como todo universo é feito de energia, tudo vibra em diferentes frequências. Sintonize seus pensamentos e suas emoções na mesma frequência de seus objetivos. Devemos transformar os nossos pensamentos em palavras, as palavras devemos transformar em ações, e são essas ações que irão definir o nosso destino. Empreendedor, não subestime a força do seu pensamento, é nele que todas as ações começam! O seu estado mental e emocional influencia diretamente as suas chances de sucesso. Organize seus pensamentos e emoções, alinhe-os com suas pretensões. Fazendo isso, o seu sucesso já está mais próximo. Visualize o seu sucesso, sinta o seu sucesso nesse exato momento. Ninguém nunca chegou ao sucesso achando que iria fracassar.

O QUE É O DINHEIRO?

Antes do dinheiro as transações eram realizadas por escambo, ou seja, por trocas de mercadorias ou serviços. Será que era difícil de mensurar o valor correto das trocas? Muito... O dinheiro é simplesmente um facilitador de trocas, uma energia de troca. O quanto vale o melhor de você?



“Tudo é energia e isso é tudo que há. Sintonize a frequência que você deseja e, inevitavelmente, essa é a realidade que você terá. Não tem como ser diferente. Isso não é filosofia. É Física.”

- Albert Einstein
Físico alemão



“O dinheiro é a coisa mais importante do mundo. Representa: saúde, força, honra, generosidade e beleza, do mesmo modo que a falta dele representa: doença, fraqueza, desgraça, maldade e fealdade.”

- Arthur Schopenhauer
Filósofo alemão

A FELICIDADE COMO MEDIDA PARA O SUCESSO

Viva cada momento de sua jornada empreendedora com felicidade. Conseguir ser feliz durante todo o caminho, e não apenas ao chegar no destino, é a garantia do seu sucesso. Se você já é feliz no agora, sua ânsia de chegar lá e todos os seus medos serão muito menores. Estar feliz significa estar no caminho certo, não é uma felicidade momentânea, mas uma felicidade constante. Acredito que podemos definir a felicidade como uma variável que pode ser observada, medida, acompanhada e levada em conta em nossas decisões. Nosso nível de felicidade nos indica o quão bem alinhados estamos com nossos objetivos, paixões e com nossa missão. Ao nos afastarmos de quem somos, ao buscarmos caminhos que não estão de acordo com nossa paixão, o nível de nossa felicidade é reduzido e assim, se o medirmos, podemos enxergar esses desvios com facilidade.

Uma maneira simples de medir a felicidade e utilizá-la em suas decisões é anotar diariamente, utilizando uma escala de zero a cem, o quão feliz você está. Não leve em consideração o nível de felicidade individual de cada dia, pois todo o ser humano tem altos e baixos. Faça uma média mensal ou semanal e utilize esse valor como medida. Esse indicador pode e deve ser levado em consideração em sua tomada de decisão. Veja como está sua felicidade no período inicial e como ela evolui no decorrer do tempo. Se ela estiver caindo, talvez você deva rever o seu caminho e as suas decisões.



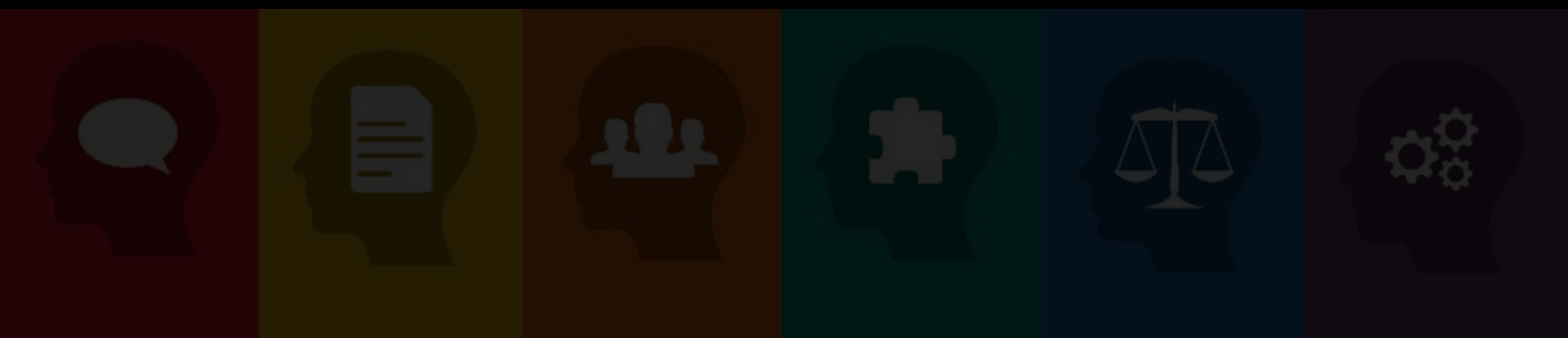
“Não existe um caminho para a felicidade. A felicidade é o caminho.”

- Thich Nhat Hanh,
mestre Zen

**ESTAR FELIZ
SIGNIFICA ESTAR
NO CAMINHO
CERTO.**



PARTE II - TÉCNICA



O QUE SÃO AS COMPETÊNCIAS TÉCNICAS

As competências técnicas do Equilíbrio Empreendedor estão diretamente ligadas ao intelecto, à ciência, ao conhecimento, à habilidade, ao saber fazer. A técnica é instrumento fundamental para que possamos utilizar as mais eficientes metodologias de criação e de gestão de empreendimentos. A técnica é o elemento chave na sociedade científica, ela é a principal competência ensinada em todo nosso processo de aprendizagem atual. A técnica é dividida basicamente em: conhecimento, que é o que aprendemos, a teoria, o saber e a habilidade, que é o saber aplicar o conhecimento no mundo real, é o saber fazer. As competências técnicas são adquiridas através de estudos, de experimentos, de treinos e das experiências práticas.

No empreendedorismo, a técnica é importante tanto na parte da criação e da gestão do negócio, quanto na parte da execução da atividade fim do negócio. São as competências técnicas que irão guiar o empreendedor durante a execução de seu negócio. Como agente de orientação empresarial do SEBRAE, tive contato com diversos pequenos empresários, e realizei diversos diagnósticos empresariais. Identifiquei na grande maioria, sérios problemas em suas competências técnicas, não na execução de suas atividades fim, mas na parte da gestão de seus negócios. Essas lacunas faziam com que seus empreendimentos não conseguissem ir adiante, eles não conseguiam crescer e se desenvolver, ficando estagnados nas fases iniciais de um negócio.

Para que seja possível construir um novo empreendimento, produto, serviço, ou modelo de negócios com sucesso, é necessário uma série de conhecimentos técnicos. São eles que tornarão possível transformar uma ideia em uma realidade que gere valor às pessoas. Esse livro apresenta as principais metodologias sobre o empreendedorismo inovador e *startups*, além de dar uma visão geral sobre as técnicas de criação e gestão de negócios tradicionais. Para empreender com sucesso, é imprescindível que o empreendedor desenvolva a suas habilidades e conhecimentos técnicos na gestão e criação de negócios.

SÃO AS
COMPETÊNCIA
TÉCNICAS QUE
IRÃO GUIAR O
EMPREENDEDOR
DURANTE A
EXECUÇÃO DE SEU
NEGÓCIO.



NEGÓCIOS TRADICIONAIS OU STARTUPS

Antes de seguir adiante, vou explicar as diferenças entre uma *startup* e um negócio tradicional, pois elas utilizavam até então, metodologias diferentes em sua construção, planejamento e execução. Em um negócio tradicional, você tem um produto, um serviço ou um modelo de negócios que já foi testado e validado por alguém anteriormente. Ao construir esse tipo de empreendimento, você utilizará um modelo de negócios que já foi aplicado com sucesso, produtos ou serviços já conhecidos e validados em mercados já explorados. Ou seja, é um clone “exato” de um negócio existente, copiando o modelo de negócio, a precificação, o cliente-alvo e o produto. Nesse cenário, é possível juntar informações suficientes para montar um plano de negócios, que é um guia operacional, financeiro e mercadológico de como o seu negócio deve ser construído e executado.

Em um negócio tradicional, o sucesso depende da excelência em seu planejamento, e principalmente, da excelência em sua execução, exatamente como vemos nos estudos tradicionais de administração de empresas. Uso como exemplo a abertura de uma farmácia, é fácil observar que as pessoas vão a uma farmácia, elas compram e consomem medicamentos, perfumaria e materiais de higiene pessoal. É possível verificarmos quantas pessoas vivem na região, quantas visitas a farmácia concorrente recebe diariamente, e até o valor do ticket médio de suas compras. As incertezas envolvendo a abertura de uma farmácia são baixas, o que levará esse empreendimento ao sucesso é o seu planejamento e a sua execução com excelência. Estudar elementos fundamentais como o ponto comercial, os concorrentes, o comportamento do consumidor, a gestão adequada, e outros fatores planejáveis são essenciais para o sucesso do empreendimento. Mas será mesmo que nos dias atuais, em plena transformação digital ainda temos espaço para negócios sem inovação?

Um negócio tradicional pode ser modelado com grande exatidão, e nesse contexto, o plano de negócios é uma ferramenta importante, mas não estamos mais em um mundo linear, mas sim em um mundo exponencial, onde tudo muda muito rápido. O maior problema dos negócios tradicionais é a falta de inovação. Como eles são basicamente a cópia de outro negócio já existente, eles são facilmente copiados e enfrentam grande concorrência e perigos de ficarem irrelevantes perante a destruição criativa dos outros negócios e *startups*. Como se diferenciar dos concorrentes nesse cenário de oceanos vermelhos? A inovação é o grande diferencial na busca de competitividade, e é na busca por inovação que as empresas tradicionais entram no mesmo cenário das startups, o cenário das incertezas.



A inovação é o que
distingue um líder de
um seguidor.

- Steve Jobs
fundador da Apple

**MAS SERÁ MESMO
QUE NOS DIAS
ATUAIS, EM PLENA
TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL AINDA
TEMOS ESPAÇO
PARA NEGÓCIOS
SEM INOVAÇÃO?**

AS STARTUPS

O cenário das *startups* é bem diferente do enfrentado pelas empresas tradicionais, elas se encontram dentro de um mar de incertezas. O empreendedor tem uma ideia, um *insight*, será que essa ideia pode se transformar em um produto? Será que esse produto gera valor ao meu “possível” cliente? Será que existem clientes interessados em comprar meu produto? Será que meu modelo de negócios funciona? Sempre que nos deparamos com essas e outras diversas dúvidas, sempre que estivermos imersos em um alto nível de incertezas, tenha certeza de que você está lidando com uma *startup*.

Uma startup não é um negócio, ou melhor, ainda não é um negócio, ela é a busca por um novo modelo de negócios, produto ou serviço sustentável, que se validado, irá se transformar em um novo negócio de alto potencial. O foco de uma startup deve ser o aprendizado validado, ou seja, testar o seu produto com clientes reais, gerando informações que validem o seu potencial.

THE LEAN STARTUP OU A STARTUP ENXUTA

A Startup Enxuta (The Lean Startup) de Eric Ries, traz ao empreendedorismo e à inovação uma nova mentalidade que muda todo o processo de criação de startups. Acredito que a Startup Enxuta entrará na história como um divisor de águas quando o assunto for a abordagem científica sobre a inovação. O Equilíbrio Empreendedor adota os conceitos da Startup Enxuta como o modelo a ser seguido na parte técnica do empreendedorismo inovador. A Startup Enxuta é uma metodologia aberta, e pode ser complementada por outras técnicas e metodologias.



"Uma startup é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza, não é um negócio, ou melhor, ainda não é um negócio, seu foco deve ser o aprendizado validado"

- Eric Ries,
empreendedor e
criador da Lean
Startup

AS STARTUPS
SE ENCONTRAM
DENTRO DE UM
MAR DE
INCERTEZAS

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE II - TÉCNICA

FOCO NO APRENDIZADO VALIDADO

A *Startup Enxuta* traz uma metodologia científica, uma nova mentalidade para a criação de produtos e serviços inovadores, baseada em um ciclo de feedback: construir - medir - aprender. A *Startup Enxuta* torna-se vital para quem busca o sucesso de uma *startup*, porque ela altera a definição dos objetivos das *startup* para o aprendizado validado, e muda a maneira de medirmos o progresso de uma *startup*. A *Startup Enxuta* é a ferramenta atual mais poderosa para o empreendedorismo inovador, ela é muito mais do que um conjunto de regras, é uma nova mentalidade. A *Startup Enxuta* se desenvolve sob diversas ideias anteriores de administração e desenvolvimento de produto: a manufatura enxuta, o *Design Thinking*, o *customer development* e o desenvolvimento ágil. A *Startup Enxuta* representa uma nova abordagem para criar a inovação contínua, vou apresentar a seguir seus fundamentos e seu processo de funcionamento.

O SURGIMENTO DE UM NOVO MINDSET

A *Startup Enxuta*, *The Lean Startup* de Eric Ries, traz ao empreendedorismo e à inovação uma nova mentalidade que muda todo o processo de criação de *startups*. Acredito que a *Startup Enxuta* entrará na história como um divisor de águas quando o assunto for a abordagem científica sobre a inovação. O Equilíbrio Empreendedor adota os conceitos da *Startup Enxuta* como o modelo a ser seguido na parte técnica do empreendedorismo inovador. A *Startup Enxuta* é uma metodologia aberta, e pode ser complementada por outras técnicas e metodologias.

A *Startup Enxuta* traz uma metodologia científica, uma nova mentalidade para a criação de produtos e serviços inovadores, baseada em um ciclo de feedback - construir -medir-aprender. A *Startup Enxuta* não é uma metodologia simples, de fácil compreensão e aplicação, mas é vital para quem busca o sucesso de uma *startup*, porque ela altera a definição dos objetivos das *startup* para o aprendizado validado, e muda a maneira de medirmos o progresso de uma *startup*. A *Startup Enxuta* é a ferramenta atual mais poderosa para o empreendedorismo inovador, ela é muito mais do que um conjunto de regras, é uma nova mentalidade. A *Startup Enxuta* se desenvolve sob diversas ideias anteriores de administração e desenvolvimento de produto: a manufatura enxuta, o *Design Thinking*, o *customer development* e o desenvolvimento ágil. A *Startup Enxuta* representa uma nova abordagem para criar a inovação contínua, vou apresentar a seguir seus fundamentos e seu processo de funcionamento.



“A maioria dos produtos não fracassa por causa da execução insatisfatória, mas sim porque a empresa está desenvolvendo algo que ninguém quer.”

- Eric Ries,
empreendedor e
criador da Lean
Startup

A VISÃO DA LEAN STARTUP

Uma startup é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza. O objetivo de uma startup é descobrir a coisa certa a ser criada, o que os clientes querem e pagarão por isso, o mais rápido possível, enfatizando a interação rápida e a percepção do consumidor. Se você desenvolve algo que ninguém quer, qual é a importância se você faz isso dentro do prazo e do orçamento?

CONCEITOS DA LEAN STARTUP

- Empreendedores estão em todos os lugares.
- Empreendedorismo é administração.
- Utiliza a contabilidade para inovação, uma nova forma de medir o progresso de uma *startup*.
- Tem como base o aprendizado validado.
- Em uma *startup* não se sabe quem é o cliente e nem se existe valor no produto oferecido.
- A *startup* é uma catalisadora que transforma ideias em produtos. À medida que os clientes interagem com os produtos, geram importantes *feedbacks* e dados.
- Os produtos da *startup* são experimentos, a aprendizagem sobre como desenvolver uma empresa sustentável é o resultado desses experimentos. Para as *startups*, tais informações são muito mais importantes que dólares, prêmios ou citações na imprensa, pois podem influenciar e reformular o próximo conjunto de ideias.
- Existe na cabeça do empreendedor algo que ele acredita ser um produto ou serviço com grande potencial. Os elementos mais importantes para o sucesso desse produto ou serviço são chamados de atos de fé, eles devem ser testados na busca de validação. Existem duas principais hipóteses que devem ser validadas:
 - Hipótese de Valor: É formulada para testar se o produto ou serviço de fato fornece valor aos clientes.
 - Hipótese de Crescimento: É formulada para testar como os novos clientes descobrirão o produto.



"Empreendedores estão em todos os lugares."

- Eric Ries,
empreendedor e
criador da Lean
Startup



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

- Ao reduzir o tamanho do lote de produção, podemos atravessar o ciclo de feedback – construir-medir-aprender com mais rapidez do que os nossos concorrentes. A capacidade de aprender mais rápido com os clientes é a principal vantagem competitiva que as startups devem ter.
- O motor de crescimento é o mecanismo que as startups utilizam para alcançar o crescimento sustentável.
- O objetivo dos esforços iniciais de uma *startup* deve ser testar as hipóteses o mais rápido possível. O primeiro desafio do empreendedor é testar essas suposições sistematicamente. O segundo desafio, como em todas as situações do empreendedorismo, é realizar esses testes sem perder de vista a visão geral da empresa.

O PROCESSO

O processo da Lean Startup é baseado no ciclo de feedback – construir-medir-aprender que abordarei a seguir.

1) Construir

Com base em suas ideias, no que o empreendedor acredita ser um novo produto ou serviço promissor, é criado um produto mínimo viável, ou MVP, é ele que fará a interação com os clientes. É com o MVP que iremos percorrer todo o ciclo de feedback - construir, medir, aprender. Devemos estar dispostos a pôr de lado nossos padrões profissionais tradicionais para começar o processo de aprendizagem validada o mais breve possível.

Uma regra: elimine todo recurso, processo ou esforço que não contribui diretamente com a aprendizagem que você procura. Esse MVP não precisa funcionar da maneira correta por de “trás das cortinas”, como no caso do Groupon, que os funcionários geravam os cupons manualmente, sem um sistema funcionando automaticamente como parecia existir. Ou no caso do Dropbox, que tinha apenas um vídeo em seu site como MVP, explicando o funcionamento do software e cadastrando os interessados pelo mesmo. O Dropbox usou um vídeo como MVP pois seu produto final era de grande complexidade técnica. Construa o seu MVP focando apenas nas características que possam trazer validação para sua hipótese de valor e sua hipótese de crescimento. São essas características que definirão o potencial de seu produto.

2) Medir

Com o MVP construído, ele agora deve ser disponibilizado ou vendido para clientes reais. São as interações dos clientes reais que geram as informações necessárias para medir o desempenho de uma *startup*.



O OBJETIVO DOS
ESFORÇOS
INICIAIS DE
UMA STARTUP DEV
E SER TESTAR AS
HIPÓTESES O MAIS
RÁPIDO POSSÍVEL.

COM BASE EM
SUAS IDEIAS, NO
QUE O
EMPREENDEDOR
ACREDITA SER UM
NOVO PRODUTO
OU SERVIÇO
PROMISSOR, É
CRIADO UM
PRODUTO MÍNIMO
VIÁVEL, OU MVP, É
ELE QUE FARÁ A
INTERAÇÃO COM
OS CLIENTES.

UMA REGRA:
ELIMINE TODO
RECURSO,
PROCESSO OU
ESFORÇO QUE NÃO
CONTRIBUI
DIRETAMENTE COM
A APRENDIZAGEM
QUE VOCÊ
PROCURA.

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

O maior desafio de uma *startup* é o de determinar se os esforços de desenvolvimento do produto estão levando a um progresso real. Para isso, usaremos a contabilidade para inovação, uma abordagem quantitativa que nos permite observar se os esforços de ajuste do produto estão dando resultados. Isso possibilita a criação de marcos de aprendizagem, que são úteis para avaliar o progresso de maneira precisa e objetiva. É utilizado na *Startup* Enxuta algumas ferramentas importantes como o teste comparativo A/B, Kanban e a análise de corte.

Utilizando o MVP devemos estabelecer a *baseline*, ou seja, a onde a *startup* se encontra nesse momento. Sem um quadro claro do status corrente, não importa a distância que se está do objetivo, é impossível começar a acompanhar o seu progresso. A partir de sua *baseline*, os esforços da *startup* devem ser em avançar na direção desejada, onde todas as mudanças no produto gerem resultados na otimização de mover a *baseline* rumo ao ideal, regulado constantemente o seu motor de crescimento, que é o que faz as pessoas conhecerem o produto. Não existem métricas padrão que possam ser utilizadas por todas as *startups*, as métricas devem estar relacionadas a validar a hipótese de valor e a hipótese de crescimento da *startup*. Elas devem ter três características fundamentais: ser acionáveis, acessíveis e auditáveis.

Todo desenvolvimento de produto, marketing ou outra iniciativa que uma *startup* empreenda, deve ser direcionado para a melhoria de uma das forças motoras do seu modelo de crescimento. Como por exemplo, uma mudança de sucesso no design deve melhorar a taxa de ativação de novos clientes. Após a *startup* fazer todos os ajustes e otimizações possíveis no produto para mover sua *baseline* rumo ao ideal, a empresa alcança um ponto de decisão. Pivotar ou perseverar.

3) Aprender

Toda *startup* é uma experiência, e seu objetivo é o aprendizado validado. Estamos fazendo progresso suficiente para acreditar que nossa hipótese estratégica original é correta ou precisamos fazer uma grande mudança? Ou seja, um pivô, uma correção de curso estruturada, projetada para testar uma nova hipótese fundamental acerca do produto, da estratégia e do motor de crescimento. É possível ter uma *startup* com um produto incrível, mas se ninguém o comprar, qual é a sua relevância?

Não existe uma fórmula rígida para a tomada de decisão de pivotar ou perseverar, não há maneira de remover o elemento humano – visão, intuição, julgamento – da prática do empreendedorismo, nem isso seria desejável. Cada pivô libera novas oportunidades para outras experimentações, e o ciclo se repete. Toda vez repetimos esse processo simples: estabelecer a *baseline*, ajustar o motor e tomar a decisão de pivotar ou perseverar.



O MAIOR DESAFIO
DE
UMA STARTUP É O
DE DETERMINAR
SE OS ESFORÇOS
DE
DESENVOLVIMENTO
DO PRODUTO
ESTÃO LEVANDO A
UM PROGRESSO
REAL

TODA STARTUP É
UMA EXPERIÊNCIA,
E SEU OBJETIVO É
O APRENDIZADO
VALIDADO.
ESTAMOS FAZENDO
PROGRESSO
SUFICIENTE PARA
ACREDITAR QUE
NOSSA HIPÓTESE
ESTRATÉGICA
ORIGINAL É
CORRETA OU
PRECISAMOS
FAZER UMA
GRANDE
MUDANÇA?

BUSCANDO OPORTUNIDADES

No contexto atual, onde os negócios tradicionais e as *startups* andam lado a lado, buscando inovação em ambientes cheios de incertezas, com modelos de negócio mudando com muita velocidade em um mercado instável e imprevisível, vamos utilizar o mesmo caminho para a criação de *startups* e para a criação de negócios tradicionais baseados em inovação.

OBSERVANDO O MERCADO

Tudo começa com a observação, o empreendedor busca conscientemente ou não por uma oportunidade de mercado. Enxergar uma oportunidade é criar uma hipótese. Essa hipótese usa como base os conhecimentos do empreendedor sobre um mercado alvo e sua intuição, o seu *feeling*. O empreendedor acredita que existe uma oportunidade de negócios para um determinado público-alvo, para uma determinada localidade ou para um segmento de mercado. Há diversos fatores que podem nos levar a enxergar essas oportunidades: uma experiência ruim como consumidor, as experiências corporativas, a falta de opções ou a falta de um produto em determinado local, as tendências de mercado, entre outros diversos fatores. Lembre-se de que essa oportunidade enxergada é apenas uma hipótese, e não necessariamente uma oportunidade real.

Como um problema, desejo ou necessidade pode ser solucionado de uma forma melhor? Podemos ter ideias criativas e inovadoras sobre qualquer coisa. Observe a sua casa, o seu escritório, as empresas, as pessoas, olhe para dentro de você. O que pode ser feito de maneira diferente? Quais são os problemas encontrados? O que poderia ser feito de uma maneira melhor? Todos os produtos e serviços oferecidos pelas empresas servem para satisfazer os desejos e necessidades das pessoas e das organizações. As possibilidades de inovação e de criação de novos produtos e serviços é ilimitada, e tudo começa com a observação.

QUE
OPORTUNIDADES
EU ENXERGO NO
MERCADO?

QUAIS SÃO OS
PROBLEMAS QUE
AS PESSOAS OU
AS ORGANIZAÇÕES
TÊM?

COMO EU POSSO
SOLUCIONAR
ESSES
PROBLEMAS?



“Nos negócios, as oportunidades são como um ônibus, há sempre um outro vindo.”

-
Richard Branson,
fundador do grupo Virgin

OBTENDO UM INSIGHT

Através das observações surgirão diversas ideias. A maior parte das ideias geradas serão descartadas por diversos motivos, algumas delas já falharam, outras não funcionam, outras não agregam valor. Motivos não faltarão para descartá-las, mas em algum momento você poderá ter um *insight*. O *insight* é aquela ideia “genial” que às vezes uma pessoa tem, é o estalo da criatividade, você saberá que é um *insight* quando pensar “por que ninguém pensou nisso antes”. Não vou abordar o *insight* e o processo criativo nesse momento, pois ele não pertence a parte da técnica, ele usa um processo totalmente diferente e será abordado na próxima parte deste livro, que é dedicada à criatividade. Essa grande ideia nem sempre se torna um grande produto ou serviço, e infelizmente, grandes produtos não tem seu sucesso garantido no mercado, muitos produtos fantásticos já acabaram sem mercado. Apenas os clientes podem nos mostrar se o produto terá ou não sucesso. As pesquisas de mercado não são confiáveis nesses casos, é fácil para o entrevistado dizer que o produto na teoria é bom e que o compraria, mas se você tirar o produto pronto do bolso, e tentar fazer a venda, as pessoas terão ótimas desculpas para não comprá-lo. Apenas o feedback das vendas e da utilização do produto por clientes reais podem validar o seu potencial.

EXPLORANDO POSSIBILIDADES

Depois de ter o *insight*, pegamos nossa ideia e começamos a explorar o mercado, os cenários, as possibilidades, que tipo de produto ele pode ou deve ser? Em um de meus *insights*, observei que as pessoas através de suas redes de contatos acabam sabendo o que seus amigos, parentes e conhecidos desejam comprar, ou, sabem o quão aborrecidos eles estão com um produto ou serviço que atualmente usam. A partir disso, eu comecei a explorar que tipo de serviço eu poderia criar com base nesse *insight*. Essas pessoas poderiam indicar seus amigos que estão querendo comprar alguma coisa, mas por que elas indicariam? Podemos dar a elas algo em troca, um bônus, um presente pela indicação. Que tipo de empresas gostariam de receber indicações de clientes e pagar por essas indicações que gerarem vendas? Como são feitas as indicações? Como controlar esse processo? Todas essas questões começam a ser levantadas na parte de exploração e criação do seu produto ou serviço. O *Design Thinking* é uma ferramenta importante durante essa etapa, ela será abordada posteriormente nesse livro. A Exploração é o trabalho de encontrar possibilidades do mundo real para o seu *insight*, explorar o mercado, as pessoas, o que já existe, coletar informações, e usá-las para modelar o esboço de seu futuro produto ou serviço.

ATRAVÉS DAS
OBSERVAÇÕES
SURTIÃO
DIVERSAS IDEIAS

APENAS O
FEEDBACK DAS
VENDAS E DA
UTILIZAÇÃO DO
PRODUTO POR
CLIENTES REAIS
PODEM VALIDAR O
SEU POTENCIAL.

A EXPLORAÇÃO É O
TRABALHO DE
ENCONTRAR
POSSIBILIDADES
DO MUNDO REAL
PARA O SEU
INSIGHT

O DESIGN THINKING

O *Design Thinking* é uma abordagem focada em encontrar soluções inovadoras e criativas para problemas e necessidades reais utilizando um conjunto de métodos e processos. Seu objetivo é criar soluções que tragam satisfação para o cliente, o que só pode ser atingido quando se conhece suas reais necessidades, desejos e percepções. O *Design Thinking* é baseado em nossa capacidade de sermos intuitivos, reconhecermos padrões, desenvolvermos ideias que tenham um significado emocional além do funcional, de nos expressarmos em mídias indo além das palavras ou símbolos.

O *Design Thinking* traz diversas vantagens, como a velocidade e o baixo custo para a geração de inovação de valor. Ele utiliza o trabalho em equipe e não depende de “gênios criativos”, levando em conta o conhecimento tácito das pessoas e experiências com protótipos, não dependendo de extensas pesquisas quantitativas.

O *Design Thinking* é uma importante ferramenta para a etapa de Explorar Possibilidades, Mergulhar no Problema e Criar Soluções. Acredito que o *Design Thinking* complementa com excelência os conceitos da *Lean Startup*, e pode ser utilizado em todo o processo de criação e desenvolvimento do seu negócio. Não existe uma “melhor forma” de percorrer o processo de solução de problemas com inovação. O *Design Thinking* é fundamentado no processo exploratório, sua missão é a de traduzir observações em *insights*, e estes em produtos e serviços que melhorem a vida das pessoas. O *Design Thinking* é importante para enfrentar a cultura atual da eficiência, que dificulta a criatividade e a inovação.



“A inovação se tornou nada menos do que uma estratégia de sobrevivência.”

- Tim Brown
Designer e CEO

O DESIGN
THINKING É
IMPORTANTE PARA
ENFRENTAR A
CULTURA ATUAL
DA EFICIÊNCIA,
QUE DIFICULTA A
CRIATIVIDADE E A
INOVAÇÃO.

O DESIGN
THINKING É
BASEADO EM
NOSSA
CAPACIDADE DE
SERMOS
INTUITIVOS.

CONCEITOS IMPORTANTES DO DESIGN THINKING

- Falhe muitas vezes para ter sucesso mais cedo.
- Foco no ser humano.
- É melhor assumir uma abordagem experimental: compartilhar processos, incentivar a propriedade coletiva de ideias e permitir que as equipes aprendam umas com as outras.
- Boas ideias devem ter: praticidade, viabilidade e desejabilidade.
- Em uma equipe multidisciplinar, cada pessoa defende a própria especialidade técnica. Em uma equipe interdisciplinar, todos se sentem donos das ideias e assumem a responsabilidade por elas.
- O Design Thinking busca liberar a criatividade.
- É necessário desenvolver uma cultura onde é melhor pedir perdão depois, em vez de permissão antes, que recompensa as pessoas pelo sucesso, mas lhes dá permissão para falhar, removendo assim um dos principais obstáculos à geração de novas ideias.
- O Design Thinking é uma mentalidade incorporada – incorporada em equipes e projetos, mas também nos espaços físicos de inovação.
- Flexibilidade é fundamental.
- Mudar a cultura de hierarquia e eficiência para uma de risco e exploração. As pessoas que conseguem fazer essa transição com sucesso provavelmente se tornarão mais envolvidas, mais motivadas e mais produtivas do que nunca.

FOCO NO SER HUMANO.

BOAS IDEIAS DEVEM TER: PRATICIDADE, VIABILIDADE E DESEJABILIDADE.

O PROCESSO DO DESIGN THINKING



TÉCNICAS E FERRAMENTAS DO DESIGN THINKING

PENSAMENTO VISUAL

Conceber uma imagem mental de uma ideia a partir de desenhos, gráficos, imagens ou qualquer representação visual que vá além de palavras e números.

PENSAMENTO INTEGRATIVO

Explorar ideias opostas para construir novas soluções. Ampliar o escopo de questões relevantes, buscando soluções não lineares e multidirecionais.

Conseguir extrair o fundamental em meio ao caos, ao excesso de variáveis e a complexidade das coisas. É sintetizar ideias a partir de fragmentos, é conseguir observar o todo ao invés de apenas uma parte.

INSIGHTS

Ao observar com empatia o comportamento das pessoas e como elas lidam com o seus problemas, é possível ter *insights* de soluções inovadoras para esses problemas.

O insight é a descoberta que surge depois da reflexão sobre o problema

PENSAMENTO DIVERGENTE

Pensar em muitas combinações alternativas de contextos já aprendidos.

PENSAMENTO CONVERGENTE

Manter o foco e usar a razão para organizar as alternativas encontradas pelo pensamento divergente.

MAPA MENTAL INTEGRATIVO

Ajuda na exploração do pensamento divergente, como ferramenta que possibilita a criação de um modelo mental de busca de alternativas, caminhos, soluções, respostas, possibilidades que sejam, sempre que possível; criativas, lógicas, estruturadas, estranhas, factíveis, duvidosas, de todo o tipo, para que se possa explorar e chegar às melhores soluções.

EXPLORAR IDEIAS
OPOSTAS PARA
CONSTRUIR
NOVAS SOLUÇÕES.

O INSIGHT É A
DESCOBERTA QUE
SURGE DEPOIS DA
REFLEXÃO SOBRE
O PROBLEMA



OLHAR PARA DENTRO E PARA FORA

Esse é um conselho dos mais relevantes para o seu negócio que eu posso lhe oferecer. Um conselho que a faculdade de Administração nunca me ofereceu. Olhar para fora, para todas as oportunidades do mercado sem olhar para dentro, para suas habilidades, seus recursos e suas fraquezas, é um grande passo no caminho do insucesso.

Esse é o momento de unir o seu Poder Pessoal, tudo aquilo que você viu olhando para dentro de você e de sua vida com as oportunidades de mercado observadas no lado de fora. Como as oportunidades observadas se encaixam com os seus talentos, conhecimentos, habilidades e recursos disponíveis? Quando as oportunidades não se encaixam com o seu perfil, com o seu sonho, com a sua paixão, tudo já começa de forma muito mais difícil.

As oportunidades devem estar “ao seu alcance”, ou seja, o que eu tenho a oferecer para solucionar os problemas encontrados? Os meus recursos internos e externos atendem o que é necessário para construir a solução do problema hoje? Nessa busca externa e interna, quais foram as oportunidades de negócio encontradas? Quais problemas, desejos ou necessidades você está resolvendo com a criação desse negócio? Será que a hipótese levantada realmente soluciona o problema do cliente? Vamos aprofundar essa questão a seguir.

**COMO AS
OPORTUNIDADES
OBSERVADAS SE
ENCAIXAM COM OS
MEUS TALENTOS,
CONHECIMENTOS,
HABILIDADES E
RECURSOS
DISPONÍVEIS?**



“A vida está cheia de desafios que, se aproveitados de forma criativa, transformam-se em oportunidades.”

- Maxwell Maltz
Médico e pesquisador

MERGULHANDO NO PROBLEMA

Todos os negócios são soluções para os problemas de pessoas ou organizações. Devemos entender com certa profundidade quais são esses problemas que estamos tentando solucionar com o nosso produto ou serviço.

Você deve pensar e entender que tipo de problema a sua ideia de negócio está tentando solucionar. Vejo muitos empreendedores errando nessa etapa, eles simplesmente querem montar um negócio, como por exemplo, um mini mercado, sem entender o problema que o mini mercado soluciona para o seus clientes.

Devemos investigar bem o problema, entendê-lo em seus múltiplos aspectos, e aí então podemos pensar em suas possíveis soluções. Mas antes de entrar a fundo na solução, é necessário ir a fundo no problema.

FOCO NO PROBLEMA OU NA SOLUÇÃO?

Vamos pensar em alguns fatos sobre a história da comunicação escrita dos seres humanos. A forma como era feita a comunicação foi mudando ao longo do tempo, das pedras marcadas até o papiro. Do caderno e caneta até as mais modernas formas de comunicação digital. Olhe para a onde você está lendo esse livro nesse momento.

As soluções (produtos e serviços) mudam ao longo do tempo, mas os problemas continuam existindo. O ser humano continua precisando se comunicar de forma escrita, mas não usamos mais pedras para isso. A solução antiga era a pedra, a moderna mudou, e irá mudar novamente. Devemos focar no problema, pois a solução muda, e se ficarmos presos nela, estaremos fora do mercado.

Pare e pense em alguns outros problemas humanos que tiveram diversas soluções ao longo do tempo. Comunicação (dos pombos até a internet), transporte (da roda até o foguete), alimentação (da coleta até as mais modernas produções agrícolas), etc...

O problema que o meu produto ou serviço soluciona, já mudou ao longo do tempo?

**TODOS OS
NEGÓCIOS SÃO
SOLUÇÕES PARA
OS PROBLEMAS DE
PESSOAS OU
ORGANIZAÇÕES.**

**AS SOLUÇÕES
(PRODUTOS E
SERVIÇOS)
MUDAM AO LONGO
DO TEMPO, MAS
OS PROBLEMAS
CONTINUAM
EXISTINDO**



A HIERARQUIA DAS NECESSIDADES HUMANAS DE MASLOW

A Pirâmide de Maslow nos ajuda a entender os degraus das necessidades humanas. Assim podemos identificar que tipo de problemas humanos estamos tentando solucionar com nossos produtos e serviços.



ALGUMAS DICAS PARA QUE VOCÊ POSSA INVESTIGAR O PROBLEMA QUE SEU NEGÓCIO SOLUCIONA

COMO O PROBLEMA É RESOLVIDO HOJE?

- Que problema do cliente você está resolvendo?
- Como o problema é resolvido hoje?
- Quanto o cliente gasta para resolvê-lo?
- O que impede o cliente de resolvê-lo?
- Existe algum problema maior ou mais importante a ser resolvido?
- O problema está em que degrau da hierarquia das necessidades?

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

PÚBLICO ALVO E PERSONA

Vamos definir quem sofre com o problema investigado. Como é esse cliente?

O **público-alvo** é um determinado segmento social que pode adquirir determinado produto ou serviço. Ele serve como base para uma campanha de marketing, é o *target*/alvo que queremos atingir. Possui uma definição mais genérica do perfil dos seus clientes.

A **Persona** é uma representação semi fictícia de um consumidor padrão, criado para definir o cliente ideal de um negócio. A persona acaba indo mais a fundo nos fatores psicológicos do seu cliente, e assim, é possível entender melhor os desafios e dores dessa persona.

MERCADO, SEGMENTO E NICHOS

O **Mercado** são todos os tipos de opções de um determinado produto, como por exemplo o mercado de games, de móveis, de alimentos, de educação, etc..

O **Segmento de Mercado** é um pedaço de um certo mercado, dentro do mercado de alimentos temos o segmento dos laticínios, dos grãos, pães, etc...

O **Nicho de Mercado** é uma parte muito específica de um Segmento de Mercado. Dentro do segmento de pães, podemos ser especialistas em pães sem glúten para os celíacos, ou podemos ser especialistas em alimentação Vegana. *Ter um Nicho é ser apaixonado em resolver um problema de um grupo específico de pessoas.* Ao resolver um problema específico desses clientes, eles devem lhe ver como um "especialista", e assim, podem estar dispostos a comprar os seus produtos e serviços e ainda pagar mais por eles.

QUAL É O SEU
SEGMENTO DE
MERCADO?

QUAL É O SEU
NICHOS?

CRIANDO A SUA PERSONA

- 1) Qual é o seu nome, sexo e sua idade?
- 2) Quais são os sonhos dele?
- 3) Onde ele quer chegar?
- 4) Do que ele tem medo?
- 5) O que ele acredita que vai solucionar o problema dele?
- 6) Quais são as dores dele?
- 7) Que anúncios ele vê?
- 8) Que barreiras o impedem de comprar o seu produto?

CRIANDO SEU PÚBLICO-ALVO

- idade;
- sexo;
- poder aquisitivo;
- profissão;
- classe social;
- localização;
- educação;
- hábitos de consumo.

PENSANDO NA SOLUÇÃO

Depois de investigar o problema, é hora de pensar na solução, em como o problema será resolvido por seu negócio. Busque informações sobre o segmento/nicho de mercado no qual o seu negócio estará inserido.

Busque por *insights* criativos que possam lhe mostrar novos caminhos. O *Design Thinking* visto anteriormente pode te ajudar bastante nessa etapa. A **Ideação**, a fase de *brainstorming*, no qual as ideias e sugestões fluem sem censura, sem nenhum medo de errar, lhe ajudarão a encontrar opções para a construção de sua solução. Na etapa de **Prototipação** escolhemos uma ou algumas ideias encontradas na ideação e criamos protótipos delas, ou seja, protótipos da sua solução. O Protótipo pode ser um desenho, uma maquete, uma série de *post-its*, ou algo que simule o seu produto final.

COMO SERÁ A SUA SOLUÇÃO

- 1) Como você vai resolver o problema do cliente?
- 2) Cite três diferenciais do seu negócio.
- 3) Descreva o seu negócio em uma frase.



“As pessoas não sabem o que querem, até mostrarmos a elas.”

- Steve Jobs
Empreendedor

COMO VOCÊ IRÁ
SOLUCIONAR O
PROBLEMA?

"Prototipagem é a
conversa que você
tem com suas
idéias"

- Tom Wujec
Escritor e
pesquisador



O MODELO DE NEGÓCIOS

Com o esboço da solução pronta, chegou a hora de definir alguns pontos importantes para o seu negócio. O primeiro ponto é o seu modelo de negócios., É ele que descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de sua organização. Para isso, vamos usar o *Business Model Canvas*, metodologia que desenha visualmente o seu modelo de negócios segundo uma série de itens e suas interações.

O BUSINESS MODEL CANVAS

O *Business Model Canvas* ou "Quadro de modelo de negócios", é uma ferramenta que serve para planejar e visualizar as principais funções de um negócio e suas relações. O *Canvas* auxilia os empreendedores nos processos de criação, diferenciação e inovação, aprimorando e permitindo uma clara visualização do modelo de negócios da startup. O *Canvas* é uma ferramenta de gerenciamento estratégico simples e de fácil utilização, importante para a etapa de "Definição do modelo de negócios e das hipóteses de valor e de crescimento" de uma startup. O modelo *Canvas* é dividido em nove blocos que descrevem as funções essenciais de um negócio e suas ligações, explicarei cada uma delas posteriormente. Podemos subdividir o modelo *Canvas* em quatro blocos principais, que respondem às perguntas como, o que, para quem e quanto.

COMO? Atividades-chave, Recursos-chave e Rede de parceiros.

O QUE? Proposta de Valor.

PARA QUEM? Segmentos de Clientes, Canais e Relacionamento com o Cliente.

QUANTO? Estrutura de custos e Fluxo de receita.



" Um modelo de negócios descreve a lógica de como uma organização cria, entrega e captura valor"

- Alexander Osterwalder
Criador do Business Model Canvas

Criação de valor: acontece quando uma empresa resolve problemas reais de seus clientes, melhorando suas vidas.

Entrega de valor: é chegar até os clientes com uma solução para algum de seus problemas.










Captura de valor: acontece quando a empresa consegue obter receitas após entrega valor ao cliente.

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE II - TÉCNICA

UTILIZANDO O CANVAS

Para utilizar o Canvas, o mais recomendado é imprimir o modelo base que se encontra na página a seguir, preferencialmente em uma folha A3, e preenchê-lo utilizando utilizando post-its, adesivos autocolantes que facilitam o acréscimo, remoção e realocação das ideias. Mude e reorganize o modelo quantas vezes forem necessárias, o Canvas de nenhuma maneira é um modelo fixo a ser seguido. A utilização do Canvas irá ajudar no entendimento e na análise das estratégias de negócios do empreendimento, podendo o empreendedor modificá-las e encontrar soluções criativas para seu negócio.

ESSE É O BUSINESS MODEL CANVAS

<i>Parceiros chave</i> 	<i>Atividades chave</i> 	<i>Oferta de valor</i> 	<i>Relacionamento com o cliente</i> 	<i>Segmentos de clientes</i> 
	<i>Recursos chave</i> 		<i>Canais de Vendas</i> 	
<i>Fontes de custos</i> 		<i>Fontes de receitas</i> 		

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

1) SEGMENTO DE CLIENTES

PARA QUEM GERAMOS VALOR

Quais são os diferentes grupos de pessoas ou organizações que minha empresa busca alcançar e servir. Uma empresa existe para satisfazer as necessidades e desejos de seus clientes, identifique-os. Há sempre um grupo especial de clientes para seu produto ou serviço.

CHEGANDO LÁ

- Para quem estamos criando valor?
- Quem são nossos consumidores mais importantes?

PARA QUEM
ESTAMOS
CRIANDO VALOR?

2) PROPOSTA DE VALOR

COMO GERAMOS VALOR

Descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um Segmento de Clientes específico. É a proposta de valor que define o motivo pelo qual os clientes escolhem uma empresa ou outra. É ela que soluciona o problema do cliente, que satisfaz seu desejo ou necessidade. Ela descreve o conjunto de benefícios que geram valor ao cliente.

QUE VALOR
ENTREGAMOS AO
CLIENTE?

CHEGANDO LÁ

- Que valor entregamos ao cliente?
- Qual problema estamos ajudando a resolver?
- Que necessidades estamos satisfazendo?
- Por que os clientes comprarão de você e não do seus concorrentes?

POR QUE OS
CLIENTES
COMPRARÃO DE
VOCÊ E NÃO DO
SEUS
CONCORRENTES?

TIPOS

Novidade, performance, customização, design, status, preço, redução de custos, redução de risco, acessibilidade, conveniência, faz o que deve ser feito.

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

3) CANAIS

COMO ENTREGAMOS VALOR

Descreve como uma empresa se comunica e alcança seus Segmentos de Clientes para entregar uma Proposta de Valor. Os canais de comunicação, distribuição e vendas compõem a interface da empresa com os clientes. Eles são o ponto de contato com os clientes, e desempenham importantes papéis.

CHEGANDO LÁ

- Através de quais Canais nosso Segmento de Clientes quer ser contatado?
- Como nossos Canais se interagem?
- Qual funciona melhor?
- Quais apresentam melhor custo-benefício?
- Como estão integrados à rotina dos clientes?

TIPOS

Distribuidores, lojas parceiras, atacados, equipe de vendas, loja própria, online.

FASES

1) Conhecimento 2) Avaliação 3) Compra 4) Entrega 5) Pós-venda

4) RELACIONAMENTO COM CLIENTES

COMO ACONTECE ESSA RELAÇÃO

Descreve os tipos de relações que uma empresa estabelece com os Segmentos de Clientes. As relações podem variar desde pessoais até automatizadas. Elas podem ser guiadas pela conquista do cliente, pela retenção do cliente ou pela ampliação das vendas. Essas estratégias podem ser alteradas ao longo do tempo.

CHEGANDO LÁ

- Que tipo de relacionamento cada um dos nossos Segmentos de Clientes espera que estabeleçamos com eles?
- Quais já estabelecemos?
- Qual o custo de cada um?
- Como se integram ao restante do nosso Modelo de Negócios?

DESCREVE COMO
UMA EMPRESA SE
COMUNICA E
ALCANÇA SEUS
SEGMENTOS DE
CLIENTES PARA
ENTREGAR UMA
PROPOSTA DE
VALOR

ATRAVÉS DE QUAIS
CANALIS NOSSO
SEGMENTO DE
CLIENTES QUER
SER CONTATADO?

QUE TIPO DE
RELACIONAMENTO
CADA UM DOS
NOSSOS
SEGMENTOS DE
CLIENTES ESPERA
QUE
ESTABELEÇAMOS
COM ELAS?

5) FONTES DE RECEITA

COMO O NEGÓCIO SE SUSTENTA

Representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada Segmento de Clientes. Quais os tipos de precificação a empresa usa.

CHEGANDO LÁ

- Quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Pelo que eles pagam atualmente?
- Como pagam?
- Como prefeririam pagar?
- O quanto cada Fonte de Receita contribui para o total da receita?

**QUAIS VALORES
NOSSOS CLIENTES
ESTÃO REALMENTE
DISPOSTOS A
PAGAR?**

6) RECURSOS PRINCIPAIS

COMO O NEGÓCIO SE SUSTENTA

Descreve os recursos mais importantes exigidos para fazer um Modelo de Negócios funcionar. Cada Modelo de Negócios requer determinados Recursos Principais, eles permitem que uma empresa crie e ofereça sua Proposta de Valor, alcance mercados, mantenha relacionamentos com os Segmentos de Clientes e obtenha receita. Eles podem ser físicos, financeiros, intelectuais ou humanos.

CHEGANDO LÁ

- Quais Recursos Principais são necessários para que cada um dos seguintes itens do modelo realizem suas funções:
 - Proposta de Valor;
 - Canais de Distribuição;
 - Relacionamento com o Cliente;
 - Fontes de Receita.

**DESCREVE OS
RECURSOS MAIS
IMPORTANTES
EXIGIDOS PARA
FAZER UM MODELO
DE NEGÓCIOS
FUNCIONAR.**

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

5) FONTES DE RECEITA

COMO O NEGÓCIO SE SUSTENTA

Representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada Segmento de Clientes. Quais os tipos de precificação a empresa usa.

CHEGANDO LÁ

- Quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Pelo que eles pagam atualmente?
- Como pagam?
- Como prefeririam pagar?
- O quanto cada Fonte de Receita contribui para o total da receita?

TIPOS

Vendas diretas, pagamento pelo uso, assinaturas, aluguel, licenciamento, comissões, anúncios.

6) RECURSOS PRINCIPAIS

QUE RECURSOS PRECISAMOS

Descreve os recursos mais importantes exigidos para fazer um Modelo de Negócios funcionar. Cada Modelo de Negócios requer determinados Recursos Principais, eles permitem que uma empresa crie e ofereça sua Proposta de Valor, alcance mercados, mantenha relacionamentos com os Segmentos de Clientes e obtenha receita. Eles podem ser físicos, financeiros, intelectuais ou humanos.

CHEGANDO LÁ

- Quais Recursos Principais são necessários para que cada um dos seguintes itens do modelo realizem suas funções:
 - Proposta de Valor;
 - Canais de Distribuição;
 - Relacionamento com o Cliente;
 - Fontes de Receita.

TIPOS

Físicos, financeiros, intelectuais ou humanos.

QUAIS VALORES
NOSSOS CLIENTES
ESTÃO REALMENTE
DISPOSTOS A
PAGAR?

DESCREVE OS
RECURSOS MAIS
IMPORTANTES
EXIGIDOS PARA
FAZER UM MODELO
DE NEGÓCIOS
FUNCIONAR.



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

7) ATIVIDADES-CHAVE

O QUE SE FAZ PARA FUNCIONAR

Descreve as ações mais importantes que uma empresa deve realizar para que seu Modelo de Negócios funcione.

CHEGANDO LÁ

- Quais são as Atividades-Chave realizadas pelos seguintes itens do modelo Canvas:
 - Proposta de Valor;
 - Canais de Distribuição;
 - Relacionamento com o Cliente;
 - Fontes de Receita.

TIPOS

Tipos: produção, resolução de problemas, plataforma/rede.

8) PARCERIAS PRINCIPAIS

QUEM SÃO NOSSOS PARCEIROS

Descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o Modelo de Negócios para funcionar. As empresas criam alianças para otimizar seus modelos, reduzir riscos ou adquirir recursos.

CHEGANDO LÁ

- Quem são nossos principais parceiros?
- Quem são nossos principais fornecedores?
- Que Recursos Principais estamos adquirindo dos parceiros?
- Que Atividades-Chave os parceiros executam?

AS EMPRESAS CRIAM ALIANÇAS POR:

- Otimização e economia de escala;
- Redução riscos e incertezas;
- Aquisição de recursos e atividades de terceiros.

QUAIS SÃO AS
ATIVIDADES-
CHAVE
REALIZADAS PELOS
SEU MODELO DE
NEGÓCIOS?:

DESCREVE A REDE
DE FORNECEDORES
E OS PARCEIROS
QUE PÕEM O
MODELO DE
NEGÓCIOS PARA
FUNCIONAR.



9) ESTRUTURA DE CUSTO

QUAIS SÃO MEUS CUSTOS

Descreve os custos mais importantes envolvidos na operação de um Modelo de Negócios.

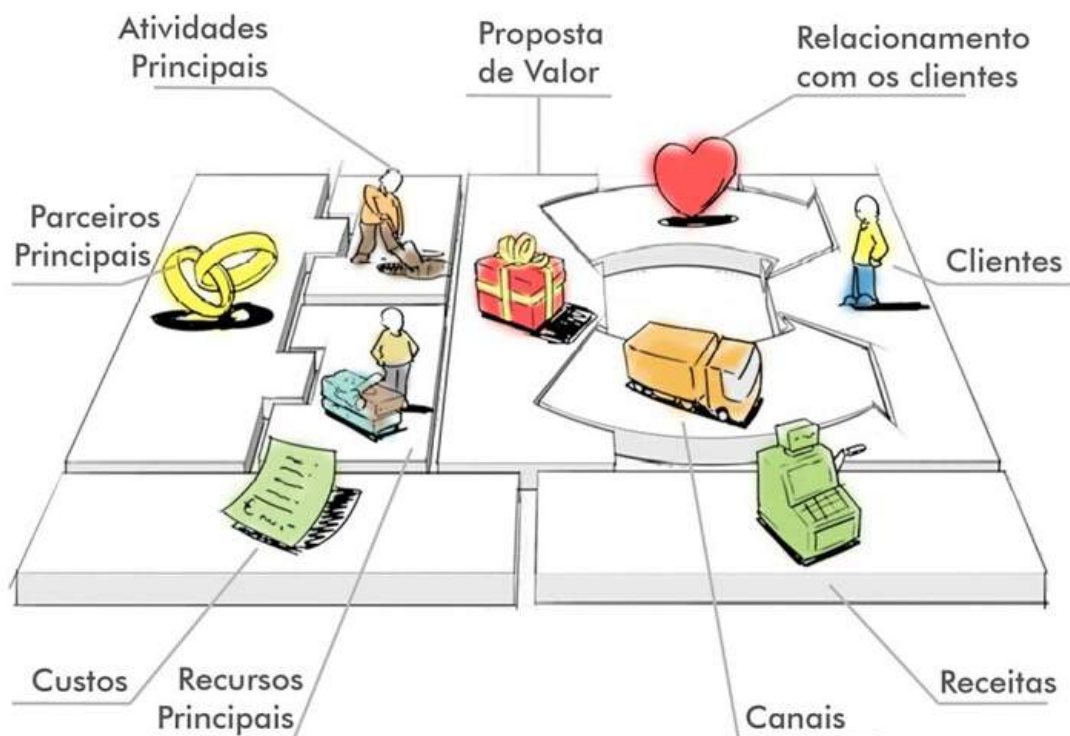
CHEGANDO LÁ

- Quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios?
- Que Recursos Principais são mais caros?
- Quais Atividades-Chave são mais caras?

QUAIS SÃO OS
CUSTOS MAIS
IMPORTANTES EM
NOSSO MODELO DE
NEGÓCIOS?

TIPOS DE FOCO NA ESTRUTURA DE CUSTOS:

1. foco em custos reduzidos;
2. foco no valor;
3. foco em custos fixos;
4. foco na escala de vendas;
5. foco em grandes clientes;
6. foco em diversidade de produtos.



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

A MATRIZ SWOT

É uma ferramenta estratégica para análise do cenário interno e externo de um negócio.

No **ambiente interno** olhamos para tudo aquilo que conseguimos controlar (Forças e Fraquezas). São fatores internos do próprio negócio.

No **ambiente externo** olhamos para tudo aquilo que não conseguimos controlar (Oportunidades e Ameaças). São fatores externos ao negócio.



“Trabalhe suas fraquezas até que elas se tornem suas forças”

- Knute rockne
Jogador e técnico de futebol americano

AMBIENTE INTERNO

FORÇAS:

- Seus pontos positivos;
- Seus recursos;
- Sua vantagem competitiva.

FRAQUEZAS:

- O que pode melhorar;
- Recursos que faltam;
- Por que os clientes escolhem o concorrente.

AMBIENTE EXTERNO

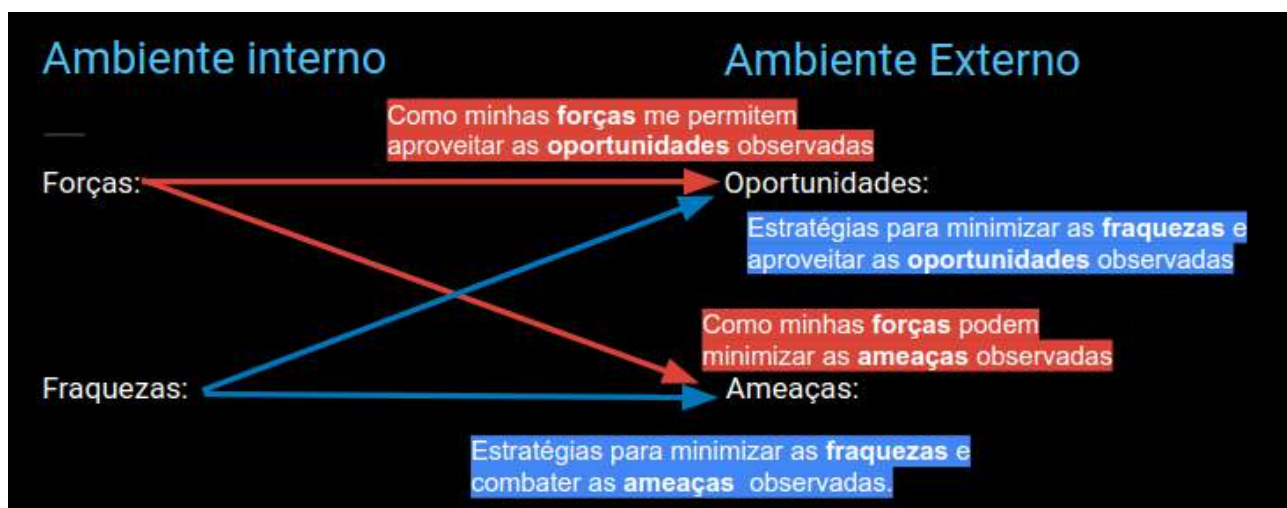
OPORTUNIDADES:

- Oportunidades de mercado;
- Tendências favoráveis ao negócio.

AMEAÇAS:

- Ameaças que podem prejudicar o seu negócio;
- Os concorrentes e suas ações.

CONSTRUINDO ESTRATÉGIAS COM O CRUZAMENTO DA MATRIZ.



MEU TIME

VOU SOZINHO OU TENHO AJUDA?

Ter um sócio é como estar em um casamento, tem o lado bom e o lado realmente complicado da relação. Em muitos momentos vocês vão ficar mais tempo juntos do que com suas próprias famílias. Os conflitos podem ser positivos, pois eles te tiram da zona de conforto e o levam a ver as coisas através de outro ponto de vista e a ter novas ideias. Mas os conflitos também podem facilmente destruir todo o negócio. Dependendo do seu negócio, é possível e pode ser até ser melhor começar sozinho, mas provavelmente em algum momento você vai precisar de uma equipe.

Um fator fundamental em qualquer negócio é a equipe de trabalho. A diferença entre o sucesso e o fracasso de seu empreendimento passa por sua equipe. O empreendedor que contar com uma equipe talentosa, que consegue unir a técnica, a criatividade e o poder pessoal; pode considerar-se no caminho certo para o sucesso de seu empreendimento. A equipe pode ser composta pelos sócios da organização, ou por profissionais contratados. Bons profissionais custam caro, por isso pode ser difícil manter uma boa equipe com profissionais contratados e tê-los como sócios pode ser uma boa alternativa.

Diferentemente de uma grande empresa, onde as consequências de contratar um funcionário errado não são tão graves, pois ele é apenas mais um dentro de uma grande equipe, uma empresa iniciante não pode cometer o mesmo erro. Quando uma empresa iniciante contrata um funcionário errado, ele pode prejudicar seriamente todo o projeto, pois o tempo de execução e o nível de engajamento são essenciais para o sucesso ou fracasso de uma organização em seus estágios iniciais. O empreendedor precisa saber exatamente o que esperar de cada membro da sua equipe, quais conhecimentos, habilidades e atitudes ele precisa ter para assumir sua função. A multidisciplinaridade na equipe também é muito importante, talentos múltiplos podem encaixar o colaborador em diversas funções. Além disso, é importante que os membros da equipe estejam alinhados com o propósito do empreendedor e da organização. São as pessoas contratadas que irão manter e espalhar a cultura da sua organização, e a cultura é algo realmente difícil de mudar depois de já estabelecida.

DICAS PARA ESCOLHA DE SÓCIO

Ele tem paixão e proatividade para solucionar os problemas?

Vocês tem valores éticos parecidos?

Ele tem visão de futuro e objetivos parecidos com os seus?

Ele possui habilidades e conhecimentos complementares aos seus?

Vocês tem um bom relacionamento?

"Contrate pessoas apaixonadas. É a única coisa impossível de ensinar."

Jack Dorsey
Fundador do
Twitter



ELEVATOR PITCH

UM MINUTO PARA CONVENCER

É a apresentação de apenas um minuto do seu negócio. Ela tem como objetivo ser persuasiva e conquistar o ouvinte nesse pequeno espaço de tempo, despertando o seu interesse. Ela deve ser interessante, memorável e sucinta.

CRIANDO O SEU PITCH

1. Pense e Identifique o objetivo do *Pitch*.
2. Se apresente.
3. Fale sobre o problema.
4. Comunique a sua Proposta de Valor.
5. Engaje o ouvinte com uma pergunta.
6. Coloque tudo junto

ALGUMAS DICAS

Tenha calma e objetividade. O tempo da oportunidade pode ser menor do que um minuto. O essencial deve ser dito em apenas 20 ou 30 segundos. Customize o seu *Pitch* para diferentes públicos. Crie e aprimore ele várias vezes. Pratique! Faça também uma apresentação teste.



“O objetivo de um Elevator Pitch é descrever uma situação ou solução tão atraente que a pessoa com quem você está quer ouvir mais, mesmo depois que a viagem do elevador terminar.”

- Seth Godin
Guru do Marketing

É A
APRESENTAÇÃO DE
APENAS UM
MINUTO DO SEU
NEGÓCIO.

PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE CLIENTES

DESCOBRINDO E VALIDANDO

Tudo o que foi feito até esse momento foi baseado em hipóteses. Antes de gastar recursos para construir uma estrutura funcional ou até mesmo contratar funcionários, é crucial testar o Modelo de Negócios com clientes reais. Para isso, passamos por duas etapas, a **Descoberta de Clientes** e a **Validação de Clientes**.

DESCOBERTA DE CLIENTES

A Descoberta de Clientes acontece através da conversa com potenciais clientes do seu negócio. É preciso identificar o problema, a real dor do dia-a-dia do cliente. Essa dor é o problema que eu acreditava existir? Será que minha solução da maneira que está resolve o problema do cliente?

A intensão aqui é validar o mergulho que demos para explorar o problema identificado, será que tudo aquilo que exploramos é real?

COMO

As descobertas começam a validar suas suposições ou é hora de pivotar?

- Entrevistas individuais online ou offline.
- Questionário via whatsapp ou em outra rede social.
- Grupo de focal;



"Regra nº 1: não existem fatos dentro do seu prédio, então vá lá para fora."

-
Steven Blank
Empreendedor e professor

TUDO O QUE FOI
FEITO ATÉ ESSE
MOMENTO FOI
BASEADO EM
HIPÓTESES.




VALIDAÇÃO DE CLIENTES

Agora que você já observou oportunidades, teve um insight, explorou o mercado, definiu um produto, definiu um modelo de negócios e as principais hipóteses da sua solução e descobriu seus clientes, chegou a hora de construir o seu produto mínimo viável, o MVP. O MVP, não é um protótipo, ele é o seu produto construído com as características fundamentais de sua hipótese de valor, que devem ser testadas e irão definir o sucesso ou fracasso do seu produto. O MVP irá testar as hipóteses de valor e de crescimento diretamente com clientes reais. O MVP não é o produto completo, com todas as características de um produto final, ele é um produto básico, onde o cliente poderá dar uma volta completa nas características fundamentais e decisivas do produto.

Ao testar suas hipóteses utilizando o seu MVP com clientes reais, você gera dados e informações importantes. Essas informações devem guiar seus esforços de aprendizagem e validação de suas hipóteses. O objetivo é dar diversas voltas no ciclo de feedback construir-medir-aprender, sempre modificando o MVP com base nos aprendizados obtidos durante o ciclo. Os aprendizados devem resultar em mudanças no MVP visando melhorias no desempenho do seu produto ou serviço.

Após a realização de diversos testes é necessário tomar uma decisão, continuar testando as hipóteses levantadas, ou realizar um *pivot*. Em caso de *pivot*, chega-se a conclusão que seu produto não tem potencial para se tornar um produto de sucesso, e ele deve ser descontinuado. Todas as informações, dados e experiências obtidas durante o processo de testes, devem se transformar em um *insight* de um novo produto, e assim, o empreendedor volta às etapas iniciais para um novo teste. Um novo MVP deve ser construído e os testes com o novo produto retomados.

A metodologia de construção e validação de produtos que a *Lean Startup* nos apresenta traz diversas vantagens. Pode parecer ruim ter que abandonar um produto no meio do caminho, mas é muito mais barato abandoná-lo na hora certa, do que investir tempo e dinheiro em algo sem grande potencial, que poucos comprarão.



O MVP, NÃO É UM
PROTÓTIPO, ELE É
O SEU PRODUTO
CONSTRUÍDO COM
AS
CARACTERÍSTICAS
FUNDAMENTAIS DE
SUA HIPÓTESE DE
VALOR, QUE
DEVEM SER
TESTADAS E IRÃO
DEFINIR O
SUCESSO OU
FRACASSO DO SEU
PRODUTO.

APÓS A
REALIZAÇÃO DE
DIVERSOS TESTES
É NECESSÁRIO
TOMAR UMA
DECISÃO,
CONTINUAR
TESTANDO AS
HIPÓTESES
LEVANTADAS, OU
REALIZAR UM
PIVOT.

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE II - TÉCNICA

O MVP

A validação de clientes acontece através da interação de clientes com o seu MVP. É necessário construir o produto mínimo viável, e depois, testá-lo com possíveis clientes reais. Nesse processo de testes você irá responder perguntas do tipo: a dor do cliente é o problema que eu acreditava existir? Será que minha solução da maneira que está resolve o problema do cliente? O cliente está disposto a pagar pela solução do problema?

Adapte a sua solução ao problema central encontrado. Existem muitas formas de resolver um problema, não foque na sua forma de solucionar, foque na melhor solução para o cliente. Se necessário, ajuste o Canvas do seu Modelo de Negócios a cada mudança que ocorrer na solução.

CONSTRUINDO

Em vez de produzir algo complexo e trabalhoso, vamos testar as hipóteses com o mínimo possível de gastos financeiros e de tempo, criando um Produto Mínimo Viável. O MVP deve possuir as principais características da Proposta de Valor, pois são essas características que queremos testar e validar.

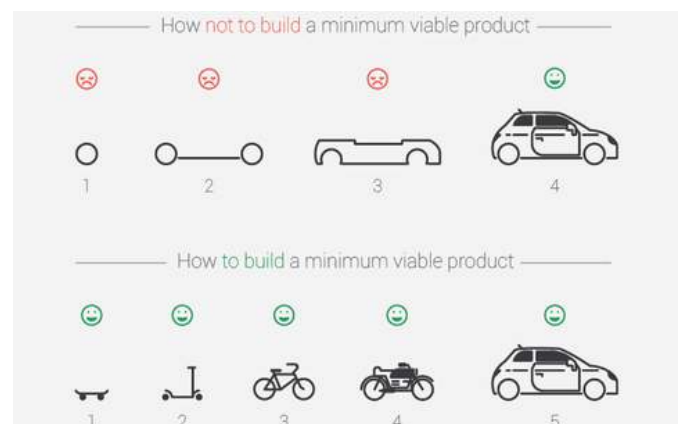
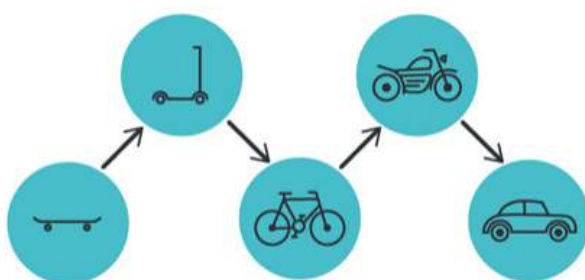
O MVP pode começar como algo bem simples e avançar para formatos mais completos. Uma experiência em pequena escala do serviço que se pretende oferecer, um vídeo explicando o produto e captando *leads*, uma *landing page* explicativa com cadastro, todos são formas simples de um MVP.

COMO SERÁ O MEU PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL?

QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS QUE DEVEM ESTAR PRESENTES?

QUAIS SÃO AS METAS DO MVP? (NÚMERO DE VENDAS, NÚMERO DE LEADS, NÚMERO DE INTERAÇÕES, OUTROS...)

Minimum Viable Product



RECURSOS

Se o empreendedor é um artista que transforma ideias em realidades, o pincel, a tinta e a tela do empreendedor são os diversos recursos financeiros, intelectuais e humanos necessários para a realização de seu empreendimento. O mais importante é fazer o seu negócio acontecer utilizando a menor quantidade de recursos possível. Aqui também entra o espírito empreendedor, pois o empreendedor dá um jeito de fazer as coisas acontecerem mesmo sem ter todos os recursos necessários disponíveis. Peça emprestado, faça parcerias, arrisque, utilize o que você já tem, seja criativo!

Qual é a versão mais simples da sua ideia? Você sabe cozinhar bem e quer matar a fome das pessoas montando um restaurante, mas não tem nem dez mil reais, e agora? Qual é a forma mais simples de matar a fome das pessoas? Quanto custa fazer a comida em sua própria casa e enviá-la como tele-entrega? Muito menos, e essa é minha dica, comece com muito menos do que você ache que precisa para iniciar o seu negócio.

O EMPREENDEDOR TAMBÉM PRECISA DE DINHEIRO PARA SI

Além dos recursos necessários para seu empreendimento, o empreendedor precisa de recursos para sua vida pessoal. Ele não terá um salário fixo ao final do mês para pagar suas contas, e dependendo do seu negócio, não terá um retorno financeiro logo no início do empreendimento. Avalie bem o quanto rápido o seu negócio lhe trará retorno financeiro. Recomendo ao empreendedor ter uma reserva financeira para suas despesas pessoais, ou ter uma segunda fonte de renda. Acho importante o empreendedor ter uma segunda fonte de renda, é muito desgastante empreender precisando de dinheiro para uso pessoal no curto prazo.

KNOW-HOW, O SABER FAZER

O *know-how*, o saber fazer, é muito importante. Ele evita uma série de erros e gastos dispensáveis que podem levar o empreendedor ao fracasso. É importante ter domínio sobre as atividades fundamentais do negócio, por exemplo, por que eu deveria abrir uma padaria sem saber fazer pães? Crie um negócio aonde você possa utilizar as suas forças e os seus recursos.

QUAL É A VERSÃO
MAIS SIMPLES DA
SUA IDEIA?

LEMBRE-SE QUE
VOCÊ NÃO TERÁ
UM SALÁRIO FIXO.

FAÇA O QUE VOCÊ
SABE FAZER.



GESTÃO DE NEGÓCIOS

EMPREENDER É ADMINISTRAR

Todo empreendedor é também um gestor empresarial. Para ser um bom gestor, é necessário possuir conhecimentos de administração e seus correlatos. O empreendedor deve buscar qualificar-se tecnicamente, para que possa conduzir de forma eficaz o seu empreendimento. Um dos principais motivos dos pequenos empreendedores falharem, é a falta de planejamento e a falta de conhecimentos em gestão empresarial. Esses conhecimentos e habilidades irão ajudar o empreendedor a tomar decisões lúcidas no nível operacional, tático e estratégico, e também, a gerir corretamente os processos operacionais do negócio, levando o empreendimento a outro nível de excelência. Os principais conhecimentos técnicos que o empreendedor deve ter serão abordados brevemente a seguir.

Quase todos os pequenos negócios quebram por um desses dois motivos, Marketing ou Finanças. Ou faltam clientes para o negócio, ou falta gestão financeira adequada no negócio. Iremos abordar a gestão de pequenos negócios da forma mais simples e prática possível, com dicas importantes para a gestão de um negócio real.

FINANÇAS

A administração financeira lida com a gestão do fluxo do dinheiro de uma organização. Operação de fluxo de caixa, transações financeiras, operações de crédito, pagamentos, entre outras, são tratadas pela administração financeira. As finanças de curto prazo são uma questão de vida ou morte para qualquer empresa, quando não se tem mais dinheiro em caixa para arcar com os seus custos operacionais, a empresa quebra. Isso torna a gestão financeira de curto prazo essencial para qualquer empreendedor. O controle do fluxo de caixa, da ciclometria, das contas a pagar e a receber, são essenciais para o gerenciamento da saúde financeira de uma empresa.

QUASE TODOS OS
PEQUENOS
NEGÓCIOS
QUEBRAM POR UM
DESSES DOIS
MOTIVOS,
MARKETING OU
FINANÇAS

“Os
empreendedores
acreditam que o
lucro é o que mais
importa em um
novo
empreendimento.
Mas o lucro é
secundário. O fluxo
de caixa é mais
importante.”

-Peter Drucker
Professor e
consultor
administrativo



INVESTIMENTO INICIAL

O NECESSÁRIO PARA COMEÇAR

Quais são os recursos que eu preciso para começar o meu negócio? Lembre de pensar em coisas que você pode conseguir como empréstimo ou doação através do seu *networking*. Otimize ao máximo os recursos que você já tem, reduza ao máximo o investimento inicial.

- Qual é o custo de cada item?
- Em que quantidade eu preciso?

QUAIS SÃO OS
RECURSOS QUE EU
PRECISO PARA
COMEÇAR O MEU
NEGÓCIO?

Investimento Inicial			
Tipo	Custo unitário	Quantidade	Custo Total
Cadeiras	R\$ 80,00	13	R\$ 1.040,00
Mesas	R\$ 100,00	11	R\$ 1.100,00
computadores	R\$ 700,00	10	R\$ 7.000,00
Ar condicionado	R\$ 800,00	1	R\$ 800,00
Projektor	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
Quadro Branco	R\$ 400,00	1	R\$ 400,00
Longarina executiva	R\$ 250,00	2	R\$ 500,00
Balcão Atendimento	R\$ 1.000,00	1	R\$ 1.000,00
central telefônica	R\$ 200,00	1	R\$ 200,00
Segurança	R\$ 410,00	1	R\$ 410,00
Cafeteira	R\$ 50,00	1	R\$ 50,00
Utensílios de rede	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
Marketing	R\$ 3.000,00	1	R\$ 3.000,00
Capital de Giro	R\$ 2.500,00	1	R\$ 2.500,00
Materiais diversos	R\$ 500,00	1	R\$ 500,00
Impressora Multifuncional	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
Outros	R\$ 400,00	1	R\$ 400,00
Investimentos na sala	R\$ 3.500,00	1	R\$ 3.500,00
Total			R\$ 24.200,00

Exemplo de investimento inicial - pequena escola de informática

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE II - TÉCNICA

CUSTO FIXO

O NECESSÁRIO PARA COMEÇAR

São os custos que devem ser pagos todo o mês, como a conta de luz, o aluguel, o telefone, a internet, entre outros. Não devemos misturar o custo fixo do empreendedor, como pessoa, com o custo fixo do negócio. O empreendedor pode ter um pró-labore, basicamente um salário para pagar seus custos pessoais. O Custo fixo deve ser visto como um vilão, pois obtendo receita ou não, vendendo bem ou não, ele sempre deverá ser pago.

Custos Fixos do Negócio

Tipo	Valor
Aluguel	R\$ 850,00
Recepcionista	R\$ 1.200,00
Luz	R\$ 200,00
telefone + internet	R\$ 150,00
Material escritório	R\$ 50,00
Instrutor	R\$ 2.000,00
WebSite	R\$ 30,00
Material de Limpeza	R\$ 50,00
Pró-labore	R\$ 2.040,00
Total	R\$ 6.570,00

Exemplo de Custos Fixos - pequena escola de informática

SÃO OS CUSTOS
QUE DEVEM SER
PAGOS TODO O
MÊS

O GRANDE VILÃO

EXEMPLO DE CUSTO FIXO DO EMPREENDEDOR E DO NEGÓCIO

Custos Fixos do Empreendedor		Custos Fixos do Negócio	
Aluguel	R\$600,00	Aluguel	R\$850,00
Luz	R\$80,00	Recepcionista	R\$1.200,00
telefone + internet	R\$120,00	Luz	R\$200,00
Supermercado	R\$500,00	telefone + internet	R\$150,00
Cartão de Crédito	R\$240,00	Material escritório	R\$50,00
Roupas	R\$120,00	Instrutor	R\$2.000,00
Diversão	R\$180,00	WebSite	R\$30,00
Transporte	R\$200,00	Material de Limpeza	R\$50,00
Total	R\$ 2.040,00	Pró-labore	R\$2.040,00
		Total	R\$ 6.570,00

CUSTO VARIÁVEL E PREÇO

O QUANTO ME CUSTA CADA PRODUTO

O Custo Variável varia em torno da quantidade de vendas realizadas. Se eu vender 100 pedaços de bolo eu vou ter um certo custo, se eu vender 10.000 pedaços de bolo o meu custo será bem maior. O quanto me custa cada produto ou serviço que eu entrego? Esse valor em dinheiro de custo variável não é meu, é o que eu tenho que pagar para o meu fornecedor. Esse também não é o preço final para o cliente.

Vamos ver três tipos:

- Eu fabrico um produto; Eu revendo produtos; Eu presto um serviço.

DEFININDO O PREÇO

Depois de obter o custo variável do produto, podemos definir o seu preço. Vamos incrementar o custo variável com uma margem de 100%. Metade do valor do preço vai pagar o seu custo variável, e a outra metade (margem de contribuição) serve para pagar o custo fixo, e o restante que sobrar ao atingirmos o ponto de equilíbrio será o lucro.

LEMBRAM DA
REGRA DE TRÊS
USADA NA
ESCOLA?

EXEMPLO DE CUSTO E PREÇO 1: COM FABRICAÇÃO DO PRODUTO

Produto: Bolo de Chocolate					
Item	Qtd	Custo compra	Qtd Und	Custo unitário	
Chocolate amargo	100gr	R\$ 35,00	1000gr		R\$ 3,50
Açúcar	660gr	R\$ 2,00	1000gr		R\$ 1,45
Farinha de trigo	500gr	R\$ 2,10	1000gr		R\$ 1,05
Cacau em pó	210gr	R\$ 12,90	500gr		R\$ 5,42
Ovos	3und	R\$ 3,99	12und		R\$ 1,00
Sal	6gr	R\$ 1,00	1000gr		R\$ 0,01
Bicarbonato	10gr	R\$ 4,20	80gr		R\$ 0,53
Baunilha	5gr	R\$ 9,00	30ml		R\$ 1,50
Óleo	300ml	R\$ 4,00	1000ml		R\$ 1,20
Fermento	4g	R\$ 4,50	100gr		R\$ 0,18
Leite	250ml	R\$ 3,00	1000ml		R\$ 0,75
Pote	1 pote	R\$ 31,00	100 potes		R\$ 0,31
Total					R\$ 16,89

Cobertura Ganache					
Item	Qtd	Custo und	Qtd Und	Custo unitário	
Chocolate meio-amargo	150gr	R\$ 35,00	1000gr		R\$ 5,25
Chocolate ao leite	150gr	R\$ 32,00	1000gr		R\$ 4,80
Creme de leite	150gr	R\$ 3,00	200ml		R\$ 2,25
Manteiga	10gr	R\$ 7,00	200gr		R\$ 0,35
Total					R\$ 12,65

Custo unitário total	R\$ 29,54
Preço (100%)	R\$ 59,08
Preço (130%)	R\$ 67,94

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE II - TÉCNICA

EXEMPLO DE CUSTO E PREÇO 2: REVENDA DE PRODUTOS

Produto: Camiseta de algodão masculina				
Compra via internet (frete)				
Item	Qtd	Custo unidade	Custo total	
Camiseta (preço de compra)	10	R\$ 18,00	R\$ 180,00	
Frete	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00	
Total				R\$ 200,00

Custo unitário total	R\$ 20,00
Preço (100%)	R\$ 40,00
Preço (130%)	R\$ 46,00

Produto: Camiseta de algodão masculina				
Compra com viagem a outra cidade/estado				
Item	Und	Custo und	Custo total	
Camiseta (preço de compra)	200	R\$ 12,00	R\$ 2.400,00	
Passagens	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00	
Hotel	1	R\$ 140,00	R\$ 140,00	
Alimentação	4	R\$ 20,00	R\$ 80,00	
Uber	3	R\$ 25,00	R\$ 75,00	
			R\$ 0,00	
			R\$ 0,00	
Total				R\$ 3.195,00

Custo unitário total	R\$ 15,98
Preço (100%)	R\$ 31,95
Preço (130%)	R\$ 36,74

AQUI NÃO FABRICAMOS O PRODUTO, APENAS COMPRAMOS DE ALGUÉM E O REVENDAMOS. TEM OS O CUSTO DE AQUISIÇÃO DE CADA UNIDADE, E O CUSTO DE TRANSPORTE. A FORMAÇÃO DE PREÇO OCORRE DA MESMA FORMA DO PRODUTO FABRICADO.

EXEMPLO DE CUSTO E PREÇO 3: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Na prestação de serviços a forma de calcular o preço muda. Calculamos o custo variável da mesma forma da fabricação de um produto. Além disso, devemos responder a seis perguntas do Checklist.:

Custo Variável Material: Massagem Modeladora				
Item	Qtd	Custo und	Qtd Und	Custo unitário
Creme redutor	25gr	R\$ 140,00	1000gr	R\$ 3,50
Rolo de papel	1,90m	R\$ 11,90	50metros	R\$ 0,45
Total				R\$ 3,95

[1] Quanto você gostaria de ganhar por mês com sua agenda lotada?	R\$ 3.500,00
[2] Quantos dias por mês você trabalha?	22
[3] Quantos clientes você consegue atender em um dia?	7
[4] Máximo de Clientes atendidos por mês	154
[5] Custo variável com o máximo de clientes atendidos	R\$ 608,64
[6] Qual é o seu custo fixo? (do negócio)	R\$ 1.200,00

Preço do serviço: R\$ 34,47

Preço do serviço =

$$([1] \text{Valor agenda lotada} + [6] \text{Custo Fixo} + [5] \text{Custo Variável}) \text{ DIVIDIDO POR } [4] \text{Número máximo clientes atendidos}$$

PROJEÇÃO DE VENDAS

O QUANTO EU ESPERO VENDER

A projeção de vendas é uma planilha com a quantidade de vendas que acreditamos que iremos realizar. Com ela vamos saber o nosso FATURAMENTO, o quanto entra de dinheiro em um dia, semana, mês e ano de trabalho. Com ela podemos prever e comparar os números com os resultados reais do negócio.

Podemos projetar as vendas em vários cenários, pessimista, moderado, otimista. Vamos adotar o cenário pessimista na projeção de vendas, ou seja, vamos começar por baixo, como o meu negócio funciona em um cenário de poucas vendas.

EXEMPLO DE PROJEÇÃO DE VENDAS

Projeção de Vendas (semanal)																
PRODUTO Item	Preço	Und	2ª feira		3ª feira		4ª feira		5ª feira		6ª feira		Sábado		Total Sem	
			Und	R\$	Und	R\$	Und	R\$	Und	R\$	Und	R\$	Und	R\$	Und	R\$
Bolo Musse Choco	R\$ 70,00	4	R\$280,00	2	R\$140,00	6	R\$ 420,00	0	R\$ -	8	R\$560,00	8	R\$560,00	28	R\$ 1.960,00	
Docinhos	R\$ 0,36	200	R\$ 72,00	100	R\$ 36,00	200	R\$ 72,00	0	R\$ -	300	R\$108,00	400	R\$144,00	1200	R\$ 432,00	
			R\$ -		R\$ -		R\$ -		R\$ -				R\$ -		R\$ 0,00	
			R\$ -		R\$ -		R\$ -		R\$ -				R\$ -		R\$ 0,00	
Total															R\$ 2.392,00	

Vendas primeiro mês		
Item	Und	R\$
Bolo Musse Choco	112	R\$ 7.840,00
Docinhos	4800	R\$ 1.728,00
Total mês		R\$ 9.568,00

Vendas Mensais					
Janeiro	Fev	Março	Abril	Mai	Junho
R\$ 9.568,00	R\$ 10.046,40	R\$ 10.548,72	R\$ 11.076,16	R\$ 11.629,96	R\$ 12.211,46
Julho	Agosto	Set	Outubro	Novembro	Dezembro
R\$ 12.822,04	R\$ 13.463,14	R\$ 14.136,29	R\$ 14.843,11	R\$ 15.585,26	R\$ 16.364,53

Vendas Anuais	
Crescimento mês:	5%
Sazonalidade R\$:	R\$ 3.000,00
Total Ano:	R\$ 152.295,07

MARKETING

PRÁTICAS DE MERCADO

É a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor. O marketing mix é composto de 4 P's: Produto, Preço, Praça e Promoção. o conjunto de atividades que englobam as relações de um negócio com o mercado e com os seus clientes. É no marketing que se desenvolvem atividades de planejamento, execução e supervisão do posicionamento da marca, das pesquisas de mercado, dos produtos e serviços, das definições de público-alvo, da comunicação, da precificação, dos canais e das vendas.

MARKETING MIX - OS 4 P'S

PRODUTO

É a solução que damos ao problema do cliente. É a Proposta de Valor do Canvas. Já abordamos o problema, quem sofre com esse problema, já modelamos e validamos a solução do problema.

PREÇO

É o preço que o cliente paga pelo produto. Já não vimos isso em finanças? O que definimos lá foi o preço mínimo, será que podemos cobrar mais? Será que você gera valor suficiente para aumentar seu preço?

PRAÇA (CANAIS)

A onde o cliente pode encontrar o nosso produto? Pode ser tanto online quanto offline. Todas as questões de logística também entram aqui.

PROMOÇÃO (COMUNICAÇÃO)

Como comunicamos o nosso valor para o cliente? Como o cliente nos descobre? Precisamos dizer ao mundo que estamos aqui, pronto para servi-lo.

MARKETING É A
CIÊNCIA E A ARTE
DE EXPLORAR,
CRIAR E ENTREGAR
VALOR.



Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados.

Philip Kotler
Renomado escritor e professor de Marketing

MARKETING E COMUNICAÇÃO

ESTAMOS FALANDO DE COMUNICAÇÃO

Sua marca precisa ser vista e lembrada.

Marca: nome e símbolo representando uma organização ou produto.

Logotipo: é a parte escrita de uma marca.

Slogan: frase de efeito, fácil de memorizar que resume as características do produto ou negócio.

EXEMPLOS DE MARCAS, LOGOTIPOS E SLOGANS



JUST DO IT.

SEU NEGÓCIO
PRECISA DE UMA
MARCA



JÁ PENSOU EM
COMO SERÁ A SUA
MARCA?



“Marketing é um concurso para obter a atenção das pessoas”

Seth Godin
Guru do Marketing

DIVULGAÇÃO TRADICIONAL

COMUNICAÇÃO OFFLINE

Ainda é amplamente utilizada e pode ajudar bastante o seu negócio. Não existem regras, nem certo ou errado sobre quais opções utilizar.

Os contras da comunicação offline:

- Custo financeiro alto;
- Baixa segmentação;
- Baixa customização;
- Difícil de Mensurar.

EXEMPLOS DE MARCAS, LOGOTIPOS E SLOGANS

- Banner e cartaz;
- Flyer, panfleto e convite;
- Cartão de visita, cardápio;
- Outdoor, busdoor e totens;
- Carro de som;
- Caneta, imã, adesivo, calendário;
- Camiseta, boné;
- Faixada de loja;
- Feiras, eventos e ações promocionais;
- Revista e jornal;
- Rádio;Televisão.

VENDA BENEFÍCIOS, E NÃO CARACTERÍSTICAS DO SEU PRODUTO

Lembre-se que as pessoas compram algo pois querem solucionar problemas, dores e realizar desejos. As pessoas querem um carro porque elas tem um problema de deslocamento e precisam de um transporte, ou querem um carro como uma BMW por terem desejos de poder e estima. Olhe novamente para a Piramide de Maslow e entenda o problema do seu cliente.

Vejo terapeutas holísticos tentando vender serviços de Reiki, uma terapia energética, divulgando o próprio Reiki e como ele funciona, não faça isso! Divulgue os benefícios que a terapia ira trazer ao seu cliente. "Você tem problemas para dormir? Eu tenho a solução, e leva apenas 30 minutos, ligue agora e descubra."

**COMO EU VOU
DIVULGAR O MEU
NEGÓCIO?**

**SEM CLIENTES UM
NEGÓCIO NÃO
EXISTE**



MARKETING DIGITAL

ESTAMOS VIVENDO A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A internet está incorporada a nossa vida diária, como pedimos uma pizza? Como pesquisamos algo? Como encontramos um produto? Como nos conectamos? Bem vindos a Transformação Digital. Nos dias de hoje, todos os negócios devem estar na internet.

Obter novos clientes, fazer vendas e até criar produtos e serviços digitais são possibilidades dessa transformação.

VANTAGENS

O marketing digital hoje é parte essencial do Marketing de qualquer negócio.

Vantagens:

- Fácil segmentação;
- Pode ser gratuito ou de baixo custo;
- Sem distâncias geográficas; Interativo;
- Fácil de mensurar o retorno. (ROI)

UM RESUMO DO QUE VAMOS ABORDAR A SEGUIR

- Inbound e Outbound Marketing;
- Site, blog ou Landing Page;
- Geração de Leads;
- Marketing de Conteúdo;
- O Google é seu amigo;
- E-mail Marketing;
- Marketing de Mídias Sociais;
- Marketing de Afiliados;
- Plataformas de vendas;



“Marketing Digital é o conjunto de táticas digitais que negócios (ou pessoas) utilizam para atingirem seus objetivos de marketing.”

Nail Patel
Guru do Marketing Digital

**A
TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL MUDA A
FORMA COMO AS
PESSOAS SE
RELACIONAM COM
O MERCADO**

**O MARKETING
DIGITAL HOJE É
PARTE ESSENCIAL
DO MARKETING DE
QUALQUER
NEGÓCIO.**

OS DOIS MODELOS DE MARKETING DIGITAL

INBOUND MARKETING

Conquistar o cliente de forma orgânica e espontânea utilizando o funil de vendas. Atrair o cliente utilizando conteúdo relevante, e fazendo com que ele mesmo procure adquirir produtos e serviços do seu negócio.

- Foco em criação de conteúdo relevante, educar ou entreter;
- Cliente vai até a empresa;
- A empresa escuta o cliente;
- Custo de aquisição menor;
- Marketing de permissão;
- Listas segmentadas.

A
TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL MUDA A
FORMA COMO AS
PESSOAS SE
RELACIONAM COM
O MERCADO

OUTBOUND MARKETING

Marketing mais tradicional, ofertando o produto e serviço diretamente. São basicamente os anúncios pagos que aparecem ao cliente.

- Foco na propaganda ativa, divulgação direta do produto (anúncios);
- Empresa procura o cliente;
- O cliente apenas escuta;
- Custo de aquisição maior;
- Sem valor agregado;
- Marketing de interrupção;
- Listas não segmentadas.

O MARKETING
DIGITAL HOJE É
PARTE ESSENCIAL
DO MARKETING DE
QUALQUER
NEGÓCIO.



“Marketing Digital é o conjunto de táticas digitais que negócios (ou pessoas) utilizam para atingirem seus objetivos de marketing.”

Nail Patel
Guru do Marketing Digital

WEBSITE, BLOG E LANDING PAGE

O QUE É UM WEBSITE

É um conjunto de páginas oferecendo informações sobre o seu negócio. Quem somos, produtos ou serviços, contato, etc... Serve como uma vitrine virtual para o seu negócio.

Domínio: é o nome do site, usado para acessar uma página como **Google.com**.

UMA VITRINE
VIRTUAL PARA SEU
NEGÓCIO.

O QUE É UM BLOG

Um blog pode ter páginas como um website, mas sua função principal é ter postagens com conteúdo (texto, imagens e vídeo). As pessoas podem descobrir o conteúdo através do Google ou por sua divulgação em Redes Sociais. São ótimas fontes de tráfego online.

FOCO EM
CONTEÚDO
RELEVANTE.

O QUE É UMA LANDING PAGE

É uma página com o objetivo único de converter visitantes em Leads. Ela dá apenas uma opção para o visitante, como se cadastrar ou realizar uma compra. A internet é anônima: esse detalhe é importante, você não sabe quem acessou o seu site ou blog. Para manter um contato futuro é necessário capturar o contato do visitante.

UMA PÁGINA PARA
CONVERTER
VISITANTES EM
LEADS.

O QUE NÃO PODE FALTAR

Objetivo: Por que a Landing Page existe?

Proposta de Valor: Deixar a proposta clara e exposta.

Call to Action: O que usuário deve fazer depois de ver as informações (Ex: Botão com link de cadastro)

Ser responsiva: Funcionar em diferentes resoluções de tela e dispositivos.

GERAÇÃO DE LEADS

De forma geral é o processo de transformar visitantes anônimos em Leads, e depois Leads em clientes. O Lead é um cliente em potencial que tem interesse em seu conteúdo/negócio. Que tipo de contatos podemos você pode capturar? Os mais comuns são Nome, E-mail e telefone (whatsapp). O objetivo é estabelecer um canal de comunicação direto com o Lead.

SER ENCONTRADO -> CONVERTER -> VENDER.

ISCAR PARA CONVERSÃO

A maior parte dos visitantes na internet não quer dar os seus dados de contato, eles não querem ser incomodados. Eles podem informar espontaneamente o seu contato como no caso de um botão cadastre-se, ou é necessário elaborar uma isca para capturá-lo. De a ele algo em troca do seu contato.

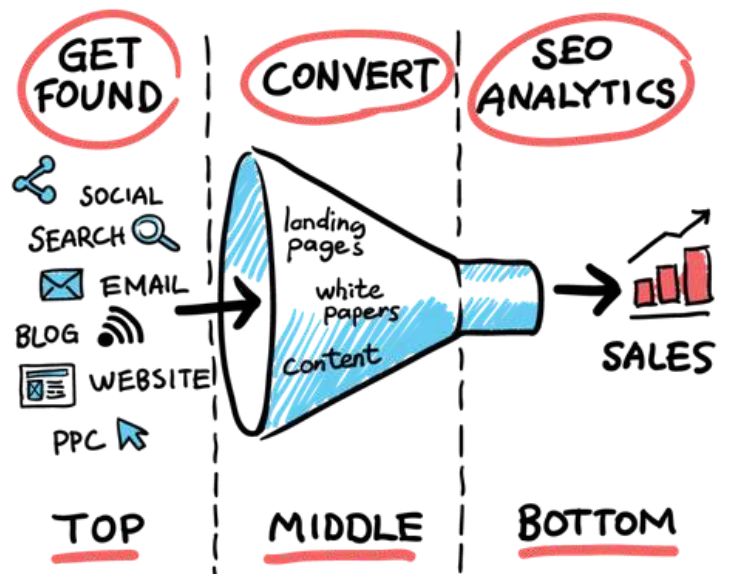
TIPOS DE ISCAS

- Um e-book;
- Acesso a um webinar;
- Um template;
- Uma ferramenta;
- Acesso a uma pesquisa ou a estudo;
- Um Infográfico;
- Acesso a uma Série de Conteúdos;
- Um quizz;
- Ganhar um Kit.

COMO A VENDA ACONTECE

Mantenha o interesse do lead vivo com:

- 1) Conteúdo personalizado e altamente relevante;
- 2) Comunicação constante;
- 3) Faça ele amar o que você faz;
- 4) Oferte seu produto ou serviço.



**CRIE ISCAS
PODEROSAS PARA
CONVERTER
VISITANTES EM
LEADS**

MARKETING DE CONTEÚDO

CRIANDO CONTEÚDO RELEVANTE

Crie conteúdo relevante para seu público-alvo. Esse conteúdo deve estar em seu site/blog, e pode ser divulgado nas redes sociais e através de e-mail marketing. O conteúdo deve ser relevante, ele tem que fazer a diferença na vida do usuário. Lembre-se:

- **SER ENCONTRADO -> CONVERTER -> VENDER.**

O GOOGLE É SEU AMIGO

O Google possui diversas ferramentas gratuitas que podem ajudar muito a sua vida no marketing digital. O Google é realmente um poderoso amigo se bem utilizado.

ANALYTICS, SEO E ADWORDS

Google Analytics: Uma ferramenta gratuita INDISPENSÁVEL com informações sobre as visitas em seu site ou blog.

Google Search Console: Uma ferramenta que indica o desempenho do seu site nos sistemas de busca. Ajuda no SEO, Search Engine Optimization.

Google AdWords: Apareça nas pesquisas do Google pagando por clique (PPC).

MEU NEGÓCIO E MAPS

Já pesquisou por restaurantes e viu o Google Maps exibindo diversas opções? O Google Meu Negócio possibilita o cadastro do negócio local, aparecendo no mapa e nas buscas do Google. Negócios não locais também podem ser cadastrados, mas irão aparecer apenas na pesquisa normal do Google.



“O marketing de conteúdo é o único marketing que resta.”

Seth Godin,
Guru do Marketing

O GOOGLE É UM
PODEROSO AMIGO
SE BEM UTILIZADO

E-MAIL MARKETING

MAILCHIMP.COM

Mantemos contato com os Leads gerados através do Whatsapp ou do E-mail. O MailChimp é uma ferramenta poderosa de e-mail marketing. Ele é gratuito: até 2000 contatos e 12.000 envios por mês. Mantenha o Lead alimentado com informações relevantes. Faça-o se apaixonar pelo seu trabalho. Crie sequências de e-mails. Envie novos artigos, novidades, seus cases de sucesso, e nunca se esqueça de enviar junto um Call-to-Action para tentar convertê-lo em cliente (fechar uma venda).

CRIE ANÚNCIOS
VISUAIS
PROFISSIONAIS DE
FORMA FÁCIL
UTILIZANDO O
CANVA.COM

REDES SOCIAIS

	Compartilhe conteúdo <ul style="list-style-type: none">→ Páginas;→ Grupos;→ Eventos;→ Mensagem direta.		Conteúdo em vídeo <p>Vídeos com conteúdo relevante. Informações, tutoriais, explicações...</p>
	Conteúdo visual <ul style="list-style-type: none">→ Stories;→ Feed;→ Mensagem direta. <p>Não esqueça de usar #</p>		Público corporativo <ul style="list-style-type: none">→ Blog para posts;→ B2B.
	O blog de 144 caracteres <p>Apenas configure a réplica automática do Facebook</p>		Relacionamento e vendas <ul style="list-style-type: none">→ Lista de transmissão;→ Grupos;→ Mensagem direta.



“Uma marca não é mais o que dizemos ao consumidor
- é o que os consumidores dizem uns aos outros”

Scott Cook
Diretor do eBay e da Procter & Gamble

MARKETING DE AFILIADOS

UM TIME DE DIVULGADORES

Tenha pessoas divulgando e vendendo o seus produtos em troca de uma comissão. Para produtos digitais existem plataformas coma a Hortmart, Eduzz, Monetizze. O marketing de afiliados pode ser uma ótima ideia para produtores de conteúdo digital.

PLATAFORMAS DE VENDAS

Anuncie seus produtos e serviços em plataformas de vendas que facilitam a conexão entre vendedores e compradores.As duas maiores são o Mercado Livre o OLX.

POR SEGMENTO

Existem outras plataformas em segmentos específicos que podem te ajudar a vender mais. Por exemplo, se você trabalha com eventos pode usar o Sympla ou Eventbrite. Diversos tipos de serviços podem ser anunciados no GetNijas. Pesquise por plataformas na sua área de atuação.

A MELHOR PROPAGANDA É A QUE VEM DO PRÓPRIO CLIENTE

PEÇA INDICAÇÕES

A propaganda feita pelo próprio cliente é o maior objetivo do marketing. Quando o próprio cliente indica para outras pessoas o seu produto, as chances de venda são muito maiores e o custo é zero. Você pode pedir que ele lhe passe o contato de um amigo ou familiar que possa ter interesse.

PEÇA DEPOIMENTOS

Para não depender das indicações, o que podemos usar e passa muita confiança são os depoimentos dos clientes. O depoimento do cliente é muito importante, principalmente em compras feitas online, onde o contato direto é menor e a credibilidade muito importante. Use os depoimentos em páginas de vendas e nos Hotsites.

**TENHA UMA
EQUIPE DE VENDAS
PAGANDO APENAS
COMISSÃO**

**UTILIZE
PLATAFORMAS
PARA ALAVANCAR
SUAS VENDAS**

**GANHE NOVOS
CLIENTES COM
CUSTO ZERO.**

**GANHE
CREDIBILIDADE
COM
DEPOIMENTOS DO
SEUS CLIENTES.**

VENDAS B2B

VENDENDO PARA OUTROS NEGÓCIOS

O início das vendas B2B é a prospecção de clientes. O perfil do cliente e os seus problemas devem estar muito bem definidos. Crie uma lista com os possíveis compradores. Qual é o departamento da organização que compra o meu produto? Depois de identificar a pessoa-chave, é hora de ligar e enviar o material de vendas. Se der tudo certo, se inicia uma relação, talvez você consiga agendar uma visita. Mantenha o *Lead* informado, e mantenha o relacionamento de pé. Foque no relacionamento e não pressione o cliente para fechar a venda.

A PALAVRA CHAVE
É PROSPECÇÃO E
RELACIONAMENTO

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Algumas ferramentas sem custo inicial de utilização para um negócio iniciante.

GUARDANDO SEUS ARQUIVOS   Google Drive	GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (CRM)  	
PLANILHAS, TEXTOS, APRESENTAÇÕES   Google docs	COMUNICAÇÃO  	SISTEMA OPERACIONAL 



“A tecnologia da informação e os negócios estão se tornando inextricavelmente interligados. Eu não acho que alguém possa falar de forma significativa sobre um sem falar sobre o outro.”

- Bill Gates
Fundador da Microsoft

EXECUÇÃO, METAS E O PLANO DE AÇÃO

HORA DA AÇÃO

Chegou o momento de executar tudo o que criamos e planejamos até agora. Hora de colocar o negócio para funcionar. A execução é parte fundamental de qualquer negócio, todo o seu foco deve estar aqui,

SEJA AGIL

É se adaptar aos cenários e as transformações rapidamente, com o foco no aprendizado e na evolução constante. É saber executar o planejamento feito mas não ficar preso a ele. É conseguir tomar decisões rapidamente, tendo vantagem em cima dos concorrentes maiores que não conseguem ter a mesma agilidade.

ADMINISTRAR É

Planejar, Dirigir, Controlar e Executar.

Todas as atividades dentro do contexto da administração devem ter uma direção, devem ser executáveis em um determinado espaço de tempo e seus resultados precisam ser mensuráveis. Precisamos medir o quanto estamos avançando na direção desejada, precisamos de metas.

DEFININDO METAS

Para que possamos atingir nossos objetivos, definimos metas mensuráveis e executamos nossas ações estruturadas em um plano de ações. As metas serão nossos guias até nossos objetivos. Para atingir os objetivos definidos, deve haver clareza e passos específicos. Um dos mais conhecidos modelos de definição de metas é chamado S.M.A.R.T



“Estabelecer metas é o primeiro passo para transformar o invisível em visível”

Tony Robbins
Palestrante motivacional

" Para mim, as idéias não valem nada a menos que sejam executadas. Eles são apenas um multiplicador. A execução vale milhões"

Steve Jobs
Criador da Apple



CRIANDO METAS S.M.A.R.T

S – ESPECÍFICA

Uma meta específica tem uma chance muito maior de ser realizada do que uma meta geral. Podemos usar o modelo 6W:

[Who] Quem: quem está envolvido?

[What] O que: o que eu quero realizar?

[Where] Onde: Identificar um local.

[When] Quando: estabeleça um período de tempo.

[Which] Qual: Identificar requisitos e restrições.

[Why] Por que: razões específicas, finalidades ou benefícios da realização do objetivo.

META =
OBJETIVO +
VALOR +
PRAZO

A – ALCANÇÁVEL

Deve ser possível realiza-lá, ela deve ser aceitável e ela deve ser orientada para a ação.

M – MENSURÁVEL

Estabeleça critérios concretos para medir o progresso em direção à realização de cada objetivo que você definiu. Quando você mede o seu progresso, você fica no caminho certo, você segue as datas definidas e experimenta a alegria da realização, isso gera motivação!

R – REALISTA

Para ser realista, uma meta deve representar um objetivo para o qual você está disposto e é capazes de trabalhar em seu progresso. Uma meta pode ser grande e realista; é você quem deve decidir o quanto grande deve ser a sua meta. Mas certifique-se de que cada meta representa um progresso substancial em uma direção.

T – COM TEMPO ESPECÍFICO

Uma meta deve ser fundamentada dentro de um período de tempo. Até quando?

O PLANO DE AÇÃO

AÇÕES PARA ATINGIR METAS

O plano de ação é o conjunto de ações necessárias para que se atinja uma meta. São as ações que não fazem parte da rotina operacional do negócio. Que ações devemos executar para atingir as metas do negócio?

OS 3 NÍVEIS DE PLANEJAMENTO

Estratégico: foco no médio e no longo prazo, define as direções que determinam para a onde o negócio deve ir (diretoria).

- Exemplo: Aumentar o faturamento em 25% até Dezembro desse ano.

Tático: define as ações de uma área do negócio, de um departamento, o que ele deve fazer para atingir os objetivos estratégicos traçados (gerência).

- Exemplo: Elevar o engajamento nas campanhas de marketing em 30% até

Operacional: são as ações operacionais para atingir um objetivo do plano tático.

- Exemplo: Criar 3 novos post no Instagram todos os dias que gerem engajamento.

O MODELO 5W2H

Esse é o modelo que utilizaremos para a construção de nosso plano de ação. É um checklist com 7 perguntas para se obter o máximo de clareza e eficiência em cada ação do plano.

5W: What (o que será feito?) – **Why** (por que será feito?) – **Where** (onde será feito?) – **When** (quando?) – **Who** (por quem será feito?)

2H: How (como será feito?) – **How much** (quanto vai custar?)

* As ações podem estar em qualquer um dos três níveis de planejamento.

META =

"Um objetivo sem um plano, é somente um desejo."

Antoine de Saint-Exupéry
Escritor, ilustrador e piloto francês, Autor do livro O Pequeno Príncipe





PARTE III - CRIATIVIDADE

O GRANDE DIFERENCIAL CRIATIVO

O que diferencia o ser humano de outras espécies é sua capacidade de pensar, imaginar, criar e modelar a natureza. É o fogo criador que todo ser humano carrega dentro de si. A criatividade é a capacidade de criar o novo, o que ainda não existe em nosso mundo físico. É esse poder que transforma toda a vida humana, onde moramos, o que comemos, como nos comunicamos, tudo tem influência direta de nossa criatividade, de nosso poder de criação. Todo ser humano nasce criativo, enquanto crianças vivemos imersos em criatividade, e ao longo de nosso crescimento, somos guiados a abandoná-la e a seguir padrões.

No cenário atual, onde se pode produzir “qualquer coisa”, a criatividade, mais do que em qualquer outro momento, tem um papel fundamental no mundo do empreendedorismo. É através de nossa criatividade que iremos modelar, projetar, construir e testar novos produtos e serviços. Como podemos fazer diferente? O que podemos fazer diferente? É através de nossa criatividade que podemos achar essas respostas e solucionar diferentes tipos de problemas. A criatividade está ligada a todas as áreas de atuação do ser humano, nas artes, na ciência, nos negócios, na filosofia, na sociedade, entre outras; cada qual se conecta à criatividade de um modo diferente.

Toda a destruição criativa do empreendedor vem de sua criatividade, de sua capacidade de solucionar problemas e criar soluções que gerem valor. Essas soluções, produtos e serviços que tem o poder de derrubar modelos de negócio tradicionais, são desenvolvidas com base na criatividade humana. A maior parte dos grandes negócios surgiu e se mantêm graças às ideias criativas, o Google quer organizar todas as informações do mundo, a Apple quer transformar tecnologia em arte. É possível dizer que o empreendedorismo e a criatividade andam de mãos dadas, sendo a criatividade uma importante força para o equilíbrio do empreendedor de sucesso.

A criatividade utiliza todo o potencial emocional, mental e espiritual do ser humano. O processo criativo começa individualizado na mente concreta e acaba conectado à correntes universais através da mente abstrata, de onde vêm todos os *insights* criativos mais poderosos. O indivíduo criativo tem, diante de si, duas opções: seguir a multidão – e repetir conceitos – ou trilhar um rumo completamente diferente, na direção oposta, na direção de um dos mais poderosos dons humanos, o da criatividade.

Nessa terceira parte do Equilíbrio Empreendedor, abordarei como funciona o processo criativo, obstáculos e chaves para a criatividade. Além disso, vou mostrar algumas ferramentas que poderão ajudar a sua criatividade.

O QUE DIFERENCIA
O SER HUMANO DE
OUTRAS ESPÉCIES
É SUA
CAPACIDADE DE
PENSAR,
IMAGINAR, CRIAR
E MODELAR A
NATUREZA.

"A criatividade não é
um talento, é uma
forma de operar"

John Cleese
ator e comediante



COMO FUNCIONA A CRIATIVIDADE

A criatividade é capacidade do ser humano de criar soluções e coisas que ainda não existem. Essa técnica pode ser aplicada a qualquer atividade humana. Como colocar a criatividade em prática, buscando solução para problemas reais? Podemos dividir o processo criativo em quatro etapas estratégicas para a solução de problemas. Essas etapas nem sempre seguem uma sequência linear, é possível avançar e voltar livremente diversas vezes no processo criativo.

ELA NÃO É VERIFICÁVEL

A criatividade é Heurística.

CRIATIVIDADE, do latim creare, capacidade de criar, produzir ou inventar coisas novas.

HEURÍSTICA, do grego heuriskein (descobrir), não verificável, baseado em tentativa e erro.

1) PREPARAÇÃO

Na primeira etapa do processo criativo buscamos identificar o problema. Que tipo de problema deve ser resolvido? O que queremos resolver? Quando pensamos em um problema, seja ele cotidiano ou científico, em primeiro lugar o enunciemos mentalmente, o criamos em nosso pensamento concreto. É nesse momento que nosso intelecto deve ficar solto, observando e buscando oportunidades. Deixe sua mente explorar sua imaginação, use toda sua curiosidade em seu favor. Na preparação fazemos uma profunda reflexão sobre o problema, montamos esquemas, modelos mentais, rabiscamos e pensamos ativamente. Buscar ter uma visão ampla sobre a questão com liberdade mental para explorar diversas opções.

A CRIATIVIDADE É
HEURÍSTICA,
NÃO VERIFICÁVEL,
BASEADO EM
TENTATIVA E
ERRO.

NA PREPARAÇÃO
FAZEMOS UMA
PROFUNDA
REFLEXÃO SOBRE
O PROBLEMA.



“Criatividade é a capacidade de formar mentalmente ideias, imagens e coisas não-presentes ou dar existência a algo novo, único e original.”-

Duailibi & Simonsen Jr.
Autores do livro Criatividade e Marketing

2) INCUBAÇÃO

Na fase de incubação observamos as reações e associações de ideias que o problema produz em nossa consciência, e tentamos verificar se essas derivações trazem alguma luz para a solução do problema. O processo de incubação se desenvolve em sua maior parte no plano do inconsciente, ou na faixa do pré-consciente. Nem sempre a solução é encontrada, então, é preciso descansar e voltar a trabalhar posteriormente na solução. Nessa pausa, o processo lançado no subconsciente não se detém, e de forma silenciosa, de acordo com a intensidade do delineamento e do desejo de encontrar a solução, estabelece-se uma atividade correlata em nossa mente abstrata. É nesse momento que devemos deixar nosso intelecto de lado, silenciar nossa mente concreta, e irmos em busca da iluminação de nossa ideia.


3) ILUMINAÇÃO / INSIGHT

A etapa de iluminação é basicamente involuntária do ponto de vista intelectual. Depois de algum tempo, que pode variar de dias, meses até anos, através dos Lampejos de Inspiração, a solução do problema se apresenta subitamente, surge o *insight*. O *insight* é aquela ideia “genial” que surge quando menos esperamos, é o “*Heureka*”, é o estalo da criatividade, processado pela mente abstrata, ligada a nosso eu universal. É a súbita compreensão das relações entre meios e fins. Aparece em geral sem esforço consciente. É necessário estar aberto à mente abstrata para que se possa receber um *insight*. Essa abertura se dá quando estamos com a mente concreta em silêncio e com isso podemos nos conectar à mente abstrata, para receber o tão desejado insight criativo.

CASOS FAMOSOS

Einstein descobriu certos elementos da teoria da relatividade ao observar que do sobrado de uma casa caía um homem que se segurava em uma corda.

Newton há muitos anos tentava resolver alguns problemas, e foi quando relaxava embaixo de uma macieira e uma maçã caiu no chão que ele teve o insight da teoria da gravidade.



NA FASE DE
INCUBAÇÃO
OBSERVAMOS AS
REAÇÕES E
ASSOCIAÇÕES DE
IDEIAS QUE O
PROBLEMA
PRODUZ EM
NOSSA
CONSCIÊNCIA

A SOLUÇÃO DO
PROBLEMA SE
APRESENTA
SUBITAMENTE,
SURGE O INSIGHT.

4) ELABORAÇÃO E VERIFICAÇÃO

Na última etapa do processo criativo, depois que já tivemos o *insight* sobre problema, e o julgamos satisfatório, inicia-se a etapa de elaboração. Nessa etapa elabora-se a solução do problema a partir do *insight* obtido, retomamos o uso de nosso instrumento intelectual para que possamos refinar, aprimorar e moldar a solução do problema. É preciso também verificar se a ideia adotada como solução do problema representa, de fato, a sua verdadeira solução. Essa é a etapa do trabalho duro, onde a solução do problema deve ser explorada e transportada para o mundo real. Independentemente do que seja, ela agora fará parte do mundo físico e seu sucesso ou aceitação dependerá de como o *insight* será trabalhado e transformado em solução.

REFINAR,
APRIMORAR E
MOLDAR A
SOLUÇÃO
ENCONTRADA

CRIATIVIDADE NA VISÃO TEOLÓGICA

INSIGHTS DIVINOS

Inspiração, algo ou alguém que inspira, que incita a capacidade de criação.

Entusiasmo, do grego "*enthousiasmos*", estar possuído por Deus, infusão do poder da inspiração no homem.

No teto da capela sistina a pintura de Michelangelo, o homem recebendo um *insight* da mente de deus.



CRIATIVIDADE NA VISÃO MECANICISTA

RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS

A criatividade consiste na resolução de problemas pela combinação de ideias antigas para se fazer algo novo, ou seja, os computadores também podem ser criativos como os seres humanos e até mais. Você deve tentar várias combinações de velhos contextos já utilizados.

Pensamento divergente: pensar em muitas combinações alternativas de contextos aprendidos

Pensamento convergente: Manter o foco e usar a razão para organizar as alternativas encontradas pelo pensamento divergente.

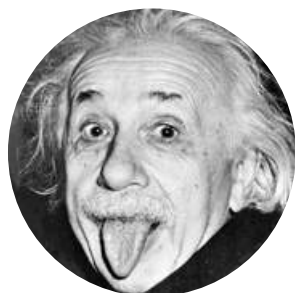
CRIATIVIDADE NA VISÃO QUÂNTICA

PROCESSAMENTO CONSCIENTE E INCONSCIENTE

Teoria criada pelo físico Ph.D Amit Goswami, que utiliza a física quântica para explicar o processo criativo. A criatividade é fruto da combinação de processamento consciente e inconsciente.

A criatividade é intencional, a vontade e a motivação são fatores cruciais na busca criativa. Experiências interiores, sensações, pensamentos, emoções e intuição são partes essenciais do processo.

Processamento inconsciente é processamento quântico - um processo simultâneo de muitas possibilidades. Ideias criativas encontram-se inativas, como possibilidades da mente e do supramental. Todos podem ser criativos.



"Eu não descobri a relatividade só com o pensamento racional"

Albert Einstein
físico



PROCESSAMENTO
INCONSCIENTE É
PROCESSAMENTO
QUÂNTICO - UM
PROCESSO
SIMULTÂNEO DE
MUITAS
POSSIBILIDADES.

ALGUNS CONCEITOS IMPORTANTES

Supramental: Inteligência além da mente, de onde surgem poderosos *insights*.

Não localidade: comunicação não local desprovida de sinais. Como nos casos de pessoas que vivem em locais diferentes, nunca se viram e tiveram o mesmo insight.

Descontinuidade: Não segue o passo-a-passo do pensamento lógico, ele surge repentinamente na mente consciente através do insight descontínuo.

Objetos quânticos existem em dois níveis, no transcendente (inconsciente), como possibilidades, e no nível imanente (consciente) como percepção consciente.

Mudanças de contexto são necessárias para a criatividade existir. Funcionam como no exemplo a seguir: é possível fazer um vestido de tijolos? Saia da caixa, tenha liberdade mental.

O processamento inconsciente é a geração na mente não local de ondas quânticas transcendentais de muitas possibilidades.

FAZER - SER - FAZER - SER - FAZER - SER
PROCESSAMENTO CONSCIENTE E INCONSCIENTE
VONTADE E ENTREGA



"Com um longo jogo de fazer-ser-fazer-ser-fazer, alternando-se vontade e entrega, persistência e relaxamento, processamento consciente e inconsciente."

- Amit Goswami
Físico

SUPRAMENTAL É A
INTELIGÊNCIA
ALÉM DA MENTE,
DE ONDE SURGEM
PODEROSOS
INSIGHTS

OS NOVE OBSTÁCULOS PARA A CRIATIVIDADE

Se um dia já fomos imaginativos e criativos, por que deixamos de ser? Vou apresentar a seguir, os nove principais obstáculos para uma mente criativa. Todos os obstáculos são contornáveis, e a recuperação da criatividade é uma opção para qualquer um.

1) RECONHECIMENTO E AMBIÇÃO

Por que você faz o que faz? Ser criativo está ligado à auto realização, a o que você faz, e assim você será criativo. A criatividade está ligada a amar tudo o que você faz, não importa se lhe elogiarão por isso, não importa se isso lhe trará fama, não importa se isso lhe trará riqueza. Se a fama vier, se a riqueza vier, ótimo. Se não vier, ótimo, pois o seu motor deve ser a auto realização. Quando a ambição aparece, a criatividade desaparece. Somos ensinados que somente se tivermos reconhecimento seremos alguém, nosso trabalho por si só é irrelevante. O trabalho não é importante, mas o reconhecimento é – isso é uma inversão de valores.

Quanto mais nos importamos com as opiniões das outras pessoas, menos criativos ficamos. Ser criativo está diretamente ligado a pensar diferente, em ser diferente do “normal”. Se você precisa “ser” alguém para os outros, dificilmente você será criativo; pois estará muito preocupado com o que os outros irão pensar sobre o que você pensa, imagina e cria, perdendo assim, sua essência criativa e sua originalidade. Seja você, faça por você.



“Todos desejamos ser pessoas famosas – e no momento que desejamos ser alguma coisa, não somos mais livres.”

jiddu krishnamurti
Filosofo e educador

“As águas do intelecto têm de estar completamente tranquilas, para que a mente superior se reflita nelas.”

J. J. Van Der Leeuw
Teosofista



EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE III - CRIATIVIDADE

2) O INTELLECTO

O intelecto, é uma excelente ferramenta, e se usado como tal, tem um imenso potencial. Mas se o intelecto for visto como a base do ser humano, como quem coordena o nosso ser, e não como uma ferramenta, ele se torna uma prisão e já não podemos mais ser criativos. A mente concreta pode apenas conectar fatos e dados já vistos, ela não tem poder de abstração, ela não enxerga o todo, apenas as partes. A mente concreta pode apenas reproduzir, o que é uma atividade mecânica, mas ela não pode criar. Criar significa trazer à existência aquilo que é novo; abrir caminho para que o desconhecido penetre o conhecido, e isso apenas a mente abstrata pode fazer.

Apenas acessando a mente abstrata é que podemos ser realmente criativos, e para isso, é necessário silenciar o intelecto. A mente concreta pode conectar informações, se o Uber pode conectar motoristas com quem precisa se locomover, eu posso ligar manicures a quem precisa fazer as unhas. Esse tipo de criatividade, de ligar os pontos, é possível através da mente concreta, podemos programar computadores para realizar a mesma tarefa. Já a mente abstrata é aquela que ajudou Steve Jobs a transportar arte para dentro de máquinas computacionais, um dom intransferível e exclusivamente humano.

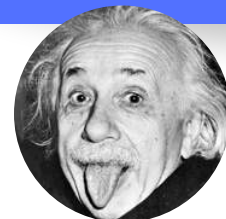
3) O MEDO E A DÚVIDA

Quase todo adulto vive cercado por medos e dúvidas, diferente das crianças, que são livres, sem medos até serem instigadas, e suas dúvidas são na verdade questionamentos sobre o mundo. As dúvidas do adulto são sobre sua própria capacidade, e se transformam em medo. As ideias criativas acabam deixando de existir, pois talvez elas não sejam boas o suficiente, ou até tolas ou imaturas. O que os outros iriam pensar dele se suas ideias fossem consideradas assim? É melhor não arriscar e calar.

O indivíduo criativo não pode ter medo de errar, ele deve arriscar, ele deve ser aquele que levanta a mão em uma aula e faz perguntas, mesmo que elas sejam ridículas para os outros. Ele não teme o julgamento, não tem medo de parecer um idiota na frente dos outros. O medo nos leva a agir de forma coerente com nosso meio, de forma não questionadora, se ninguém faz esse tipo de questionamento eu também não devo fazer. O criador não tem esse tipo de medo, ele vai atrás do diferente, ele faz perguntas: “por que se faz dessa maneira?”, “Não podemos fazer diferente?”.

“Devemos tomar cuidado para não fazer do nosso intelecto nosso deus; ele tem, é claro, músculos potentes, mas não tem personalidade.”

Albert Einstein
físico



“Tais dúvidas são traiçoeiras, e nos fazem perder o bem que muitas vezes poderíamos alcançar pelo temor que temos de tentar.”

William Shakespeare
Poeta e dramaturgo



4) O PERFECCIONISMO E AS COMPARAÇÕES

Existe uma neurose moderna onde se acredita que tudo deve ser perfeito. Nosso trabalho deve ser perfeito, nossa vida deve ser perfeita, nos comparamos constantemente com os outros, e queremos ser “melhores”. Essas atitudes tiram o foco de nosso lado criativo, nos deixando presos ao perfeccionismo, não deixamos nossa intuição e nossa inspiração nos guiar, comprometendo o processo criativo. Os que buscam a perfeição nunca serão perfeitos. A criatividade está ligada com a espontaneidade, com a originalidade e não com a perfeição. Uma parte de você pode estar condenando-o, criticando-o, reprovando-o, você está dividido e não pleno. Seja você mesmo, busque em seu interior a plenitude, a originalidade e não a perfeição. Uma obra de Picasso é perfeita? Assuma riscos, não tenha medo de errar.

5) SER PRODUTIVO O TEMPO TODO

A sociedade atual menospreza o ócio, temos que estar sempre fazendo algo produtivo o tempo todo para sermos considerados úteis. Estar simplesmente parado, contemplando, desprovido de pensamentos é algo inaceitável, mas é extremamente importante para quem busca ser criativo. É necessário silenciar a mente concreta para acessar nossa mente abstrata, para que possamos nos inspirar, para que os *insights* possam surgir. Deve ser possível ficar em silêncio, “parado”, sem a preocupação de estarmos jogando nosso tempo fora. Esse processo é importante para que não sejam fechadas as portas da mente abstrata, da intuição e da criatividade. A ociosidade também é produtiva.

“O maior inimigo da criatividade é o bom senso...”

Pablo Picasso
Pintor e artista



"Criatividade exige gestão do tempo, ela se nutre do ócio. Idéias precisam de tempo para introspecção".

Domenico De Masi Sociólogo italiano

6) A EFICIÊNCIA

Atualmente louvamos a eficiência e a produtividade, devemos regrar cuidadosamente nossas agendas, nossos horários, fazer cada vez mais coisas usando menos tempo e recursos. Isso é ser eficiente, infelizmente, quanto mais eficiente somos, menos criativos ficamos. As empresas querem funcionários altamente eficientes e produtivos, e querem, na teoria, que eles também sejam criativos. Como podemos ser criativos se lutamos contra o relógio para produzirmos mais e mais rápido? Como podemos silenciar nossas mentes concretas, explorar novas oportunidades, contemplar e nos inspirar se não temos tempo para isso?

Acredito que um dos grandes dilemas de um futuro não muito distante será a luta da eficiência contra a criatividade. Todas as atividades repetitivas poderão ser realizadas por computadores e máquinas. À medida em que os computadores automatizarem cada vez mais as tarefas repetitivas, caberá ao homem as atividades criativas, abstratas e intuitivas, que só podem ser realizadas por seres humanos.

7) A EDUCAÇÃO

O modelo educacional atual distancia o aluno de seu potencial criativo, ele apresenta um problema e apenas um caminho já pronto para se chegar na solução. A educação reforça o julgamento, e quanto mais julgamos, menos criativos ficamos. A partir do jardim de infância, aprendemos basicamente a usar apenas um lado do nosso cérebro, o esquerdo, que abriga habilidades analíticas, fatos e o pensamento racional e lógico. Mais de noventa por cento do que aprendemos na escola tende a exercitar-nos as faculdades de julgamento. “Faça desse modo”, “pense dessa maneira”, “não vá querer inventar a roda”.

O processo criativo precisa de liberdade de julgamento, de pensamento livre, de curiosidade, de abertura para que seja possível buscar soluções alternativas. Toda criança nasce criativa, e do jardim de infância à universidade, nossa educação estimula apenas o nosso pensamento concreto, lógico e julgador. Esse modelo nos força a sermos repetitivos e não estimula em nada a nossa mente abstrata, a nossa criatividade. Agora, com sua mente cheia de memorização, você pode repetir e produzir, é para isso que somos educados. Albert Einstein não conseguiu passar em seu exame admissional. Seu intelecto criativo não permitia que ele se comporta-se padronizadamente como os outros, ele foi punido por isso. Einstein era extremamente criativo, ele não se encaixava nos padrões. A capacidade de Einstein de resolver problema diminuiu à medida que seus conhecimentos aumentaram.

"Nos processos de seleção, as empresas descartam os criativos e ficam com as pessoas sem imaginação. Depois as mandam fazer cursos de criatividade."

Domenico De Masi
Sociólogo italiano

“O conhecimento muitas vezes é o maior obstáculo para a criatividade quando se trata de resolver problemas, porque a ideia de abrir mão de todo esse conhecimento em favor de uma lousa em branco parece absurda.”

Eric Wahl
A Lógica do
Pensamento Criativo



8) A ZONA DE CONFORTO

Os esforços criativos encontram fortes resistências das pessoas em geral e do mundo externo. A maior parte das pessoas gosta de estar em sua zona de conforto, fazendo coisas que já sabem fazer, elas não gostam de mudanças. As convenções e os padrões são grandes inimigos da originalidade. Como ser criativo se devo apenas seguir processos e padrões? O pensador criativo não gosta de estar na zona de conforto, não gosta de pensar dentro da caixa, ele está sempre buscando o diferente. As pessoas tentam inibir os esforços criativos, elas foram treinadas para isso, além do mais, o novo as tiraria de sua zona de conforto. A maior parte dos grandes criadores sofre com a zombaria às suas ideias. É necessário ao criador não cair em desânimo, enfrentar as dificuldades sem perder o foco em sua criação.

9) O JULGAMENTO

As pessoas tendem a ser menos criativas com a idade, o fato é que elas se tornam vítimas de velhos hábitos. Esses são consequências de sua educação e de suas experiências, elas tendem a desenvolver inibições, o que torna rígido o ato de pensar. O importante para o pensamento criativo é questionar e não julgar. Se você quer ser criativo, deve se desfazer de muito do que os seus pais, seus professores e a sociedade o ensinaram. Libertando-se das coisas que o reprimem e o fazem um julgador, pense livremente, questione. A criatividade pode ser desencadeada por uma limpeza constante de suas ideias antigas.

**A MAIOR PARTE
DAS PESSOAS
GOSTA DE ESTAR
EM SUA ZONA DE
CONFORTO,
FAZENDO COISAS
QUE JÁ SABEM
FAZER, ELAS NÃO
GOSTAM DE
MUDANÇAS.**



“A forma mais elevada da inteligência humana é a capacidade de observar sem julgar.”

Jiddu Krishnamurti
Filosofo e educador

AS NOVE CHAVES PARA A CRIATIVIDADE

Depois de termos observado as nove principais barreiras que inibem nossa criatividade, vou apresentar as nove chaves que nos permitem desenvolvê-la e levá-la a outro nível. **Como eu posso ser mais criativo?**

1) SEJA UM SONHADOR

A criatividade é um subproduto do ato de sonhar, de imaginar. Tudo começa com um sonho, com um vislumbre de algo. É preciso entender que a possibilidade de imaginar, e as fantasias espontâneas que o imaginário humano possui, são fundamentais para a criação do mundo real. É a imaginação que molda o mundo, tudo o que o homem cria é baseado em sua imaginação. Todos somos imaginativos, as crianças são extraordinariamente sonhadoras, e isso quer dizer que todos nascemos com a habilidade de sonhar e de imaginar. Normalmente perdemos essa capacidade ao longo de nossas vidas. Volte a sonhar, tente ficar um tempo sozinho, mergulhe cada vez mais fundo em sua imaginação, em suas criações, em seu ser. Divirta-se consigo mesmo, ame a si mesmo, você perceberá que existe uma grande alegria crescendo em você sem nenhuma causa externa, é a sua reconexão criativa.

2) ESTEJA ABERTO AO NOVO, EXPERIMENTE

O pensador criativo deve estar sempre aberto a novidades, ao novo. Ele deve ter uma visão aberta e não estruturada das informações. A abertura envolve a suspensão dos julgamentos, pois julgar é estruturar, e a criatividade gosta da liberdade, do caos, da falta de estruturas definidas. É preciso suspender os julgamentos e as interpretações habituais, a fim de ficar aberto à novas experiências. Esteja aberto a novas ideias, à arte, à ciência, à espiritualidade, basicamente a tudo que possa ser novo e diferente do comum. Aquele que se mostra disposto a aprender em qualquer circunstância, sempre abre caminhos para a criatividade. A pessoa criativa deve estar disposta a modificar sua visão sobre antigos conhecimentos e experiências, dando abertura a novos e extraordinários caminhos.

“A maior das calamidades cairá sobre a humanidade no dia em que todos os sonhadores desaparecerem.”-

Friedrich Nietzsche,
Filósofo alemão



**O PENSADOR
CRIATIVO DEVE
ESTAR SEMPRE
ABERTO A
NOVIDADES, AO
NOVO.**

EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR

PARTE III - CRIATIVIDADE

3) SEJA CURIOSO

A criatividade e a curiosidade estão diretamente ligadas. A criatividade nasce no mistério, e a curiosidade é parte importante na busca pela solução dos mistérios. Uma pessoa criativa sempre tem curiosidade, ela quer saber como as coisas funcionam, por que elas funcionam dessa maneira, ela quer saber se é possível fazê-las funcionar de um modo diferente. A mente curiosa está sempre inquieta, atrás de novidades, ela quer entender as coisas, ela quer conhecer o novo. A criatividade vai aos extremos do ser humano, da curiosa inquietude mental, até os momentos da mais profunda paz e reflexão da mente abstrata. A criatividade usa todo o potencial do ser humano.

4) VOLTE A SER CRIANÇA

Todos nós nascemos criativos, toda criança é criativa e extremamente imaginativa. Sufocamos e matamos a sua criatividade quando começamos a ensinar a maneira “correta” de fazer as coisas. Tudo deve ser feito da maneira correta, da maneira mais eficaz, por que buscar formas alternativas se já lhe ensinamos a maneira correta? As crianças inventam brincadeiras, elas conseguem imaginar estar em qualquer lugar do mundo, em meio a extraordinárias aventuras enquanto descansam em suas camas. Nossas experiências e nossa educação nos fazem perder essa condição imaginativa e criativa. Volte a pensar como uma criança, se perguntarmos “aonde você vai?”, há necessidade de ir a algum lugar? Para uma criança essa pergunta é irrelevante, para um adulto ela é importante. Para um adulto, uma atividade é relevante apenas quando ela leva a algum lugar. O indivíduo criativo deve conseguir recuperar a sua criança interior, a sua condição inata de criador. Uma criança nunca está pensando em sua respeitabilidade, ela não tem medo de parecer boba, ela não tem medo de brincar e imaginar. A criatividade precisa da libertação – libertação dos grilhões da mente, do conhecimento, dos preconceitos, de modo em que possamos voltar a pensar como uma criança, livre e despreocupadamente.



“O número de pessoas que se tornam adultas é grande demais. Esse é o verdadeiro problema do mundo – o número de pessoas que deixam de ser crianças é grande demais. Elas esquecem. Não se lembram como é ter doze anos.”

Walt Disney
produtor e empreendedor

“Curiosidade é a chave para a criatividade.”

Akio Morita
Co-fundador da Sony



5) TENHA DISCIPLINA

Criar não é a penas ter um *insight*, mas sim transformá-lo em uma solução, seja ele um produto, um serviço, uma obra de arte, uma nova teoria, ou qualquer outra coisa. O criador deve circular muitas vezes pelas etapas do processo criativo e aprimorar diversas vezes a sua criação. O processo de transformar o *insight* em um produto é trabalhoso, requer foco e concentração intelectual. Não importa qual é a atividade criativa, a disciplina é fundamental para uma criação de sucesso. As competências técnicas irão ajudar muito nessa parte do processo, pois utilizando as técnicas corretas, o processo será mais rápido e muito menos trabalhoso. O equilíbrio é essencial em qualquer atividade humana. Como foi dito anteriormente, as crianças são extremamente criativas, mas o que elas fazem com essa criatividade? Elas brincam e se divertem, mas não tem condições de utilizar a criatividade para criar soluções reais para o mundo. A maturidade, as habilidades, a disciplina e o conhecimento dos adultos permitem transformar a criatividade em soluções reais. O problema é adquirir essas competências sem perder a criatividade.

6) TENHA ATITUDE POSITIVA

A criatividade é positiva e ativa, uma pessoa não positiva não será uma pessoa criativa. Ser criativo está ligado a ser positivo, alegre, confiante, atrevido e curioso. É preciso estar animado ao ponto de confiar em si mesmo para ser criativo. Um pessimista nunca será uma pessoa criativa. Você deve confiar no potencial de sua ideia e no seu potencial para que ela possa se transformar em algo real. Uma pessoa sem atitude positiva tende a ver apenas o lado negativo das coisas, a pensar que as novidades não irão funcionar e essa atitude destrói o seu lado criativo. Uma pessoa criativa está sempre fora da sua zona de conforto, sempre buscando novas opções de forma ativa e positiva.



“Tente mover o mundo - o primeiro passo será mover a si mesmo.”

Platão
Filósofo e matemático

“As conquistas dependem de 50% de inspiração, criatividade e sonhos, e 50% de disciplina, trabalho árduo e determinação. São duas pernas que devem caminhar juntas.”

Augusto Cury
Médico e escritor



7) SILENCIE A MENTE

Ao contrário da curiosidade, que está sempre buscando o novo, sempre buscando conhecer melhor as coisas, é necessário para que possamos ter um *insight*, tranquilizar a mente concreta, e nos conectar à mente abstrata. Apenas abra um pequeno caminho, uma pequena passagem, para que o *insight* venha até você. Isso é criatividade – permitir que o eu universal se manifeste em você. Torne-se receptivo. O único modo de alcançar o seu eu universal é se elevar até ele e ficar receptivo, isso acontece quando o seu intelecto está em silêncio. Quando você desliga sua mente concreta e começa a ouvir, você abre as portas da criatividade real, a criatividade que traz ao mundo as coisas que ainda não existem nele.

8) SEJA ORIGINAL

Ser original é ser único, é ser o que apenas você pode ser. Se você apenas seguir a multidão, provavelmente não irá mais longe do que a multidão. A pessoa que caminha por si, tem a possibilidade de chegar a lugares onde ninguém mais chegou. Misture-se ou diferencie-se. Observe que as pessoas mais criativas fogem ao “normal”, elas são o que são, elas não deixam as ideias da sociedade moldá-las. Nosso comportamento normalmente é o inverso, fugimos de tudo que seja diferente e falamos “isso não é normal”, queremos ser “normais”. Por quê? Porque somos treinados para isso, porque aceitamos o que nos ensinam, aceitamos os moldes que a sociedade nos aplica. Seja diferente, seja você mesmo, acredite em seu potencial, em sua originalidade, dance a dança da vida no seu ritmo. Tenha ousadia, liberte-se de seus medos e tenha liberdade para trilhar o seu próprio caminho. Deixe suas máscaras de lado e acredite no milagre da vida. A real criatividade só existe na originalidade.



“O estudo confere ciência, mas a meditação,
originalidade.”

Marquês de Maricá
Filósofo e escritor brasileiro

“A verdadeira
inteligência atua
silenciosamente. A
calma é o lugar onde a
criatividade e a
solução dos
problemas são
encontrados.”

Eckhart Tolle
Escritor alemão

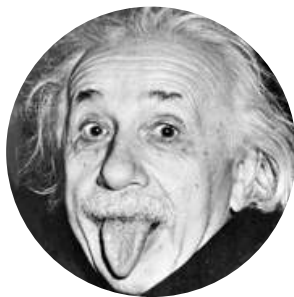


EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR PARTE III - CRIATIVIDADE

9) DIVIRTA-SE

A criatividade está ligada ao bom humor, à positividade, à aventura, à exploração, à imaginação. O ato de brincar diminui o estresse, aumenta os níveis de energia, aguça a percepção, aumenta o otimismo e promove a criatividade. O ato de brincar é o catalisador supremo da criatividade. Liberte-se! Gostamos muito de nos divertir, pois são nesses momentos que exercemos nossa criatividade, o dom mais humano de todos. Quando nos divertimos tiramos nossas máscaras, abraçamos nosso verdadeiro eu e criamos. Observe como as crianças se divertem com tudo, pequenos objetos se transformam nas mais criativas experiências imaginativas. Elas conseguem ir à lua e voltar usando apenas sua imaginação, e você, também consegue? Aposto que não. Divirta-se, brinque, sorria, de gargalhadas, inspire-se e desperte seu poder criativo inato. VOCÊ É CRIATIVO!

O ATO DE BRINCAR
É O CATALISADOR
SUPREMO DA
CRIATIVIDADE;



"A criatividade é a inteligência se divertindo."

Albert Einstein
Físico alemão

TÉCNICAS PARA DESENVOLVER A CRIATIVIDADE

Existem inúmeras atividades que podem lhe ajudar a redescobrir e desenvolver a sua criatividade. Utilize as técnicas que lhe forem mais agradáveis e divertidas, na criatividade não existe um caminho certo e muito menos apenas um caminho. As técnicas a seguir são apenas alguns exemplos, cabe a você encontrar o caminho que melhor irá lhe ajudar a redescobrir a sua criatividade.

INSPIRE-SE

Tudo o que fizer os músculos da sua face se movimentarem e formarem um sorriso em seu rosto, vale a pena. Observe, escute, experimente. Pode ser uma paisagem, pode ser o estar na praia, na cidade, estar com seu amor, pode estar dentro de você em uma meditação, em uma música, em um quadro, em um símbolo ou em uma atividade. Não importa o que lhe inspire, o que lhe liberta, acesse o seu santuário sempre que possível, aproveite cada momento, inspire-se. Uma prática interessante é criar uma “caixa da inspiração”. Coloque nela fotos, recortes, imagens, perfumes, símbolos, ou qualquer outra coisa que lhe de inspiração. Agora esse é o seu recanto inspirador: abra a caixa sempre que precisar de inspiração para alguma atividade, sempre que se sentir bloqueado criativamente.

MEDITAÇÃO

A mente concreta está sempre se movendo, é difícil parar e pensar em apenas um assunto. Para se tornar mais criativo é necessário em alguns momentos, silenciar esses pensamentos, e a meditação é a melhor ferramenta para isso. Esteja em meditação, seja a meditação, ser Zen é ser a meditação. Meditar é sentar-se sem fazer nada – não usar seu corpo nem sua mente. É tornar-se um observador. Onde a mente acaba a meditação começa. A prática de meditação é um excelente aliado da criatividade e de todos os elementos do Equilíbrio Empreendedor.

**NÃO IMPORTA O
QUE LHE INSPIRE,
O QUE LHE
LIBERTA, ACESSE
O SEU SANTUÁRIO
SEMPRE QUE
POSSÍVEL,
APROVEITE CADA
MOMENTO,
INSPIRE-SE.**

**ONDE A MENTE
ACABA, A
MEDITAÇÃO
COMEÇA**





ATIVIDADES ARTÍSTICAS

Todas as atividades artísticas estão ligadas a imaginação e a criatividade, qualquer atividade escolhida irá lhe ajudar na retomada de sua criatividade. Existem diversas opções, escolha a que mais lhe agrada: pintar, esculpir, desenhar, colorir, dançar, tocar um instrumento, fazer origami, entre outras. Pratique-a pelo menos uma vez por semana, não é necessário “ser bom” na atividade escolhida, o importante é pensar menos e criar mais. Deixe seu instinto guiar você, livre-se das amarras da mente concreta, pratique, relaxe e divirta-se!

IMAGINE

Nossa imaginação pode nos levar a qualquer lugar, só que estamos presos ao que chamamos de “real”, ao mundo concreto. Lembre-se de que tudo o que chamamos de “real” hoje, não existia anteriormente, e existe hoje graças à imaginação e aos sonhos de alguma pessoa. Tudo começa em nossa imaginação, ela é uma grande porta para a criatividade. Imagine o que você quiser! Imagine como você gostaria de ser, se transporte para onde você gostaria de estar agora, imagine o mundo como você gostaria que fosse. Apenas imagine e aproveite a viagem.

**TUDO COMEÇA EM
NOSSA
IMAGINAÇÃO, ELA
É UMA GRANDE
PORTA PARA A
CRIATIVIDADE**

ESCUTE MÚSICA

Ouvir música altera a frequência vibracional de quem escuta e aprimora seu pensamento criativo. Tente ouvir músicas que te façam “viajar”, que façam sua imaginação voar e que combine com o tipo de atividade que você for executar. Para meditar e me concentrar, ouço músicas suaves, que elevam a minha frequência sem interferir em minha atividade. Para ativar minha criatividade eu descobri o Jazz, onde me perco nos improvisos e viajo criativamente.

**OUVIR MÚSICA
ALTERA A
FREQUÊNCIA
VIBRACIONAL DE
QUEM ESCUTA E
APRIMORA SEU
PENSAMENTO
CRIATIVO**

BRINCAR E JOGAR

Conte piadas, sorria, dê gargalhadas, jogue um jogo divertido, desenvolva o seu bom humor, volte a ser criança por alguns instantes e retome a sua criatividade. A brincadeira libera o espírito criativo, porque ela não tem nenhum propósito real ou objetivo final, sem um objetivo, não há estresse, e assim a criatividade pode fluir. Para mim, o Lego é o brinquedo mais completo e criativo que existe. Nele, você tem total liberdade de construir o que quiser, o limite é a sua imaginação. Construa um foguete, o centro de comando e os veículos auxiliares. Cansou? Destrua tudo o que construiu e agora construa um castelo, as muralhas, as torres, uma igreja e algumas casas. Nessa brincadeira quem manda é a sua criatividade, destrua e reconstrua os limites de sua imaginação e divirta-se.


STORYTELLING

Contar histórias relevantes, que transmitam sentimentos e informações e que prendam a atenção do leitor, isso é *storytelling*. Crie histórias, invente personagens, desenvolva narrativas, improvise situações, se ponha no lugar de outras pessoas. Desenvolva mentalmente uma história, use toda a sua imaginação, crie soluções, desenvolva diferentes personagens. *Storytelling* é um ótimo exercício para unir a imaginação com a criação de histórias. Ele faz você explorar diversos caminhos para a solução dos problemas encontrados e por diversos pontos de vista. Conte a sua aventura mental para seus amigos, faça a brincadeira com outras pessoas. Aprende a criar narrativas poderosas e extremamente criativas.

MÚLTIPLAS IDÉIAS NA PRÁTICA: O BRAINSTORMING

Pode ser usada Individualmente ou em grupos. Com base em um problema definido e enunciado, os participantes vão dando diversas idéias que tentam solucionar o problema. As melhores ideias então são selecionadas e apresentadas em uma lista final. As quatro regras do *Brainstorming* são:

- Sem críticas! Todas as ideias devem ser aceitas.
- Toda criatividade é bem-vinda! Ideias malucas ou ruins são um bom começo para se chegar em boas ideias.
- A quantidade é necessária.
- Combinações e aperfeiçoamentos são necessários.



A BRINCADEIRA
LIBERA O ESPÍRITO
CRIATIVO, PORQUE
ELA NÃO TEM
NENHUM
PROPÓSITO REAL
OU OBJETIVO
FINAL, SEM UM
OBJETIVO, NÃO HÁ
ESTRESSE, E
ASSIM A
CRIATIVIDADE
PODE FLUIR.

CRIE HISTÓRIAS,
INVENTE
PERSONAGENS,
DESENVOLVA
NARRATIVAS,
IMPROVISE
SITUAÇÕES, SE
PONHA NO LUGAR
DE OUTRAS
PESSOAS.

AS 4 RÉGRAS DO
BRAINSTORMING

INOVAÇÃO E A GESTÃO DA CRIATIVIDADE

Uma organização só é criativa se os seus dirigentes fomentarem e permitirem que a criatividade e a inovação aconteçam dentro dela. A gestão da criatividade em uma organização se inicia no momento em que se opta pela criatividade. É preciso que a organização possibilite que seus funcionários possam exercer a criatividade, isso requer que eles tenham tempo e liberdade para exercitar sua criatividade, e tenham permissão para errar. A mentalidade do “esse é o jeito que fazemos as coisas por aqui” é uma das atitudes gerenciais que mais inibe a criatividade em uma organização.

Uma estatística reveladora afirma que 96% dos executivos consideram a criatividade essencial para suas empresas, surpreendentemente, apenas 23% deles tiveram êxito em torná-la parte integrante da empresa. A gestão da criatividade deve permitir em primeiro lugar, que a criatividade possa existir dentro da organização, em segundo, que essa criatividade gerada seja transformada em inovação. A inovação é um processo desordenado, difícil de mensurar e difícil de administrar. A criação da cultura da criatividade e da inovação é de responsabilidade da direção da empresa. É ela que deve decidir abraçar essa cultura, e criar ferramentas para que ela possa existir.

PERMITIR A CRIATIVIDADE

É fazer com que todas as pessoas de uma organização produzam novas ideias. É ter na organização uma cultura que permita a criatividade dos colaboradores e a valorize. Se os colaboradores de uma empresa não propõem novas ideias, é porque algo está inibindo-os de criar e imaginar novas soluções. O ambiente organizacional deve permitir e recompensar a criatividade dos colaboradores.



“Sem criatividade não há inovação.”

Philip Kotler
Professor e escritor
especialista em marketing

A GESTÃO DA
CRIATIVIDADE EM
UMA
ORGANIZAÇÃO SE
INICIA NO
MOMENTO EM QUE
SE OPTA PELA
CRIATIVIDADE

CANALIZAR A CRIATIVIDADE PARA A INOVAÇÃO

A criatividade por si só não gera valor, ela deve ser canalizada para a inovação, que gera valor ao utilizar as ideias criativas na criação novas soluções. Empresas como a IBM e a 3M tem isso bem claro em sua visão organizacional, transformar ideias em lucro, em novas linhas de negócios. Isso é inovação.

INIBIDORES ORGANIZACIONAIS DA CRIATIVIDADE

Medos: o principal inibidor da criatividade está ligado aos diversos medos. O medo de errar e o medo de sofrer retaliações são os principais medos que inibem a criatividade nas organizações. É necessário erradicar a cultura do medo, dando liberdade à iniciativa, criando um ambiente onde errar seja permitido.

Prazos finais e pressão: a pressão por prazos apertados reprime a criatividade. As pessoas são menos criativas quando lutam contra o relógio. É necessário equilíbrio entre prazo de entrega e tempo suficiente para a realização dos processos, para que sobre tempo para a criatividade.

Exagerada concorrência interna: a criatividade diminui quando as pessoas em um grupo de trabalho competem em vez de colaborar. É necessário confiança para se debater ideias e chegar a soluções inovadoras. Mais colaboração e menos competição é igual a mais criatividade organizacional.

Downsizing e a crise: a ameaça da perda eminente do emprego afeta a comunicação aberta, a disposição para cooperar e o sentimento de liberdade e independência. As pessoas começam a buscar apenas o que é seguro e evitam todos os riscos, deixando de lados as novas ideias.

Falta de método e processo: a criatividade foi erradicada do sistema educacional ocidental. As pessoas “não sabem mais” como ser criativas, elas esqueceram. É necessário treinamento para desenvolvê-las no processo criativo e na retomada criativa.

“Invenção é
transformar dinheiro
em ideias, inovação é
transformar ideias em
dinheiro”

Larry Hirst
Ex presidente da IBM
Europa



A CRIATIVIDADE
POR SI SÓ NÃO
GERA VALOR, ELA
DEVE SER
CANALIZADA PARA
A INOVAÇÃO

MOTIVADORES ORGANIZACIONAIS DA CRIATIVIDADE

Comunicação: comunicar aos colaboradores a estratégia e os projetos de inovação da empresa. Reconhecer os protagonistas da inovação, comunicar os resultados obtidos pela inovação e dar feedback sobre as ideias rejeitadas. O colaborador deve saber que as ideias dele não foram simplesmente jogadas no lixo, que existe um processo de inovação e projetos em andamento.

Multiculturalismo e interdisciplinaridade: reunir pessoas de diferentes culturas, especialidades e áreas de trabalho. Isso possibilita enxergar as ideias de diferentes pontos de vista, abrindo novas possibilidades de criação.

Proximidade do cliente: ter contato com o usuário real do produto, ter a visão de fora para dentro. Tudo é desenvolvido para o cliente, e a sua visão e opinião são fundamentais para o sucesso das iniciativas de inovação.

Espaços comuns e animados: ambientes que promovam a colaboração e o trabalho em equipe, aproximando setores e pessoas diferentes.

Atmosfera: atmosfera propícia para inspirar a criatividade. Locais para relaxar, beber café de graça, com jogos, música, arte, etc. Vale tudo para despertar e manter a cultura criativa da organização. Ambientes divertidos são favoráveis à criatividade e a inovação, inspirando e descontraindo os colaboradores.

Tempo: a criatividade requer “tempo livre”. O Google deixa 20% do tempo de seus colaboradores como tempo livre para projetos pessoais. Desses esforços surgiram produtos como o Gmail, Google Earth e o AdSense. As pessoas não conseguem pensar a respeito de novas maneiras de fazer as coisas enquanto tentam fazê-las bem.

INCENTIVOS E RECOMPENSAS:

- **Incentivos financeiros:**

- Dinheiro;
- Ações da empresa;
- Parcela das vendas;
- Benefícios.

- **Incentivos não tangíveis:**

- Reconhecimento público;
- Acesso a círculos restritos;
- Tempo;
- Recursos para pesquisa.

TER CONTATO COM
O USUÁRIO REAL
DO PRODUTO, TER
A VISÃO DE FORA
PARA DENTRO.

A CRIATIVIDADE
REQUER “TEMPO
LIVRE”.



PARABÉNS POR TER CHEGADO
ATÉ AQUI, E CONTE COMIGO

CONHEÇA OS MEUS PRODUTOS E SERVIÇOS



Luis Henrique de Souza

Administrador de Empresas graduado pela PUCRS com três grandes paixões na vida, empreender, criar e desenvolver pessoas.

Professor, Palestrante e Mentor na área de Empreendedorismo, Inovação e Propósito, já tendo capacitado mais de 500 empreendedores ao redor do Brasil.

PARA CONTINUAR TRILHANDO O CAMINHO DO EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR:

Descubra o Seu Propósito: Posso te ajudar a descobrir o seu Propósito de Vida, mapear suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, entender sua história e traçar a melhor rota para uma vida cheia de propósito.

Curso 100% Online Equilíbrio Empreendedor: Desperte o seu Poder Empreendedor e prepara-se para abrir o seu próprio negócio utilizando a metodologia Equilíbrio Empreendedor de forma 100% online.

Curso Presencial Equilíbrio Empreendedor: Desperte o seu Poder Empreendedor em curso presencial transformador, intensivo e imersivo.

Workshops presenciais por todo o Brasil: Vivencie o Equilíbrio Empreendedor de forma prática:

- **Despertar Empreendedor**
 - **Caminho Inovador**
 - **Da Gestão à Ação**
 - **Redescubra sua Criatividade**

MANTENHA
CONTATO:

FACEBOOK

INSTAGRAM

LINKEDIN

YOUTUBE

WHATSAPP