

O PROFISSIONAL QUE FAZ A DIFERENÇA

Segredos de uma carreira
bem sucedida



FÓRUM
CRISTÃO DE
PROFISSIONAIS

O PROFISSIONAL QUE FAZ A DIFERENÇA

Segredos de uma carreira
bem sucedida

Ed René Kivitz



FÓRUM
CRISTÃO DE
PROFISSIONAIS

Uma carreira bem sucedida está necessariamente associada a uma vida bem sucedida.

[Hamilton Teixeira, DRH Talent Search]

*Eu me apresento, meu nome é Henri,
Queria muito me sair bem na vida, ser amado,
Ser bonito, ganhar dinheiro
E, principalmente, ser inteligente,
Mas, para tudo isso, eu precisaria trabalhar duro
O dia inteiro*

[Daniel Balavoine]

*Sei lá...
Tem dias que a gente olha pra si
E se pergunta se é mesmo isso aí
Que a gente achou que ia ser
Quando a gente crescer
E nossa história de repente ficou
Alguma coisa que alguém inventou
A gente não se reconhece ali
No oposto de um déjà vu*

*Sei lá...
Tem tanta coisa que a gente não diz
E se pergunta se anda feliz
Com o rumo que a vida tomou
No trabalho e no amor
Se a gente é dono do próprio nariz
Ou o espelho é que se transformou
A gente não se reconhece ali
No oposto de um vis à vis*

*Por isso eu quero mais
Não dá pra ser depois
Do que ficou pra trás
Na hora que já é!*

[Lulu Santos]

FAZER CHOVER

As listas a respeito de características procuradas e valorizadas pelas empresas na busca de profissionais que fazem a diferença são em número maior do que seria possível registrar nesse artigo. Uma breve consulta ao Google resultou em 4.230.000 referências para a expressão “o perfil do profissional que as empresas procuram no mercado”.

A *Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura* (UNESCO), por exemplo, sugere os dez mandamentos da carreira bem sucedida:

1. *Seja flexível, isto é, não se especialize demais;*
2. *Invista na criatividade;*
3. *Aprenda a lidar com incertezas;*
4. *Prepare-se para estudar durante toda a vida;*
5. *Tenha habilidades sociais e capacidade de expressão;*
6. *Saiba trabalhar em grupo;*
7. *Esteja pronto para assumir responsabilidades;*
8. *Busque ser empreendedor;*
9. *Entenda as diferenças culturais;*
10. *Adquira intimidade com novas tecnologias.*

O húngaro Ivan *Raszl*, criador do *Ads of The World*, um dos sites sobre publicidade mais populares do mundo, fez uma lista de 21 sugestões para quem deseja uma carreira bem sucedida nas áreas de marketing e publicidade. Com algumas adaptações (que você mesmo também pode fazer), a lista serve para qualquer atividade profissional.

1. Encontre o lugar certo para adquirir o máximo possível de experiência no menor período de tempo. Isso quer dizer, uma pequena agência empresa independente, uma grande multinacional ou trocar de empregos a cada dois anos com base nas opções que você tem disponíveis.
2. Trabalhe em um lugar que seja valioso para o seu tempo e seu talento. Não se acomode em qualquer trabalho.
3. Coloque mais esforço no seu trabalho do que é esperado e faça isso com empolgação.
4. Torne-se a pessoa mais positiva e entusiasmada da agência empresa.
5. Seja compreensivo consigo mesmo e com os outros. Somos todos humanos e cometemos erros mesmo quando temos apenas boas intenções. Não deixe que esses erros tirem você da busca pelos objetivos de longo prazo.
6. Seja generoso com suas contribuições ao trabalho em equipe. Não tente levar o crédito por toda ideia que teve.
7. Persistência, persistência, persistência. O grande trabalho nunca cai no seu colo. Você precisa trabalhar muito para chegar até ele. Dedique-se, refine tudo que fizer e seja perfeccionista.
8. Se você ver que está, claramente, indo na direção errada com sua estratégia, não tenha medo de parar e repensar tudo, mesmo que isso signifique começar tudo do zero.
9. Discipline-se para guardar dinheiro mesmo se tiver um modesto salário. Isso vai te dar liberdade para mudar de emprego quando as coisas forem mal e vai te permitir tirar férias capazes de renovar sua alma e seu corpo.
10. Seja comprometido com a melhoria constante. O mercado e a tecnologia estão evoluindo com uma rapidez incrível. Você não pode ficar para trás.

11. Comprometa-se com qualidade. Nunca se contente com algo que está abaixo do seu melhor. Aperfeiçoe seu trabalho dentro do que o prazo permite.
12. Sua felicidade profissional não é baseada no número de prêmios ou em quanto você ganha, mas nas relações que você tem com colegas e clientes. Trate-os com respeito.
13. Seja leal aos seus clientes e à sua agência-empresa. Isso será apreciado até mesmo pelos concorrentes.
14. Seja honesto no seu trabalho. Nunca minta ou direcione mal o consumidor cliente. Se enganar, se sentirá miserável em relação à sua profissão.
15. Seja proativo. Se identificar uma ideia, aceite a responsabilidade e faça acontecer.
16. Não culpe os outros. Se estiver infeliz em relação a algo, tome a iniciativa de mudar, em vez de reclamar.
17. Seja decisivo mesmo se isso significar alguns erros eventuais. O timing é tudo na publicidade em qualquer empreendimento.
18. Seja ousado e corajoso com o seu trabalho. Quando olhar para trás na sua vida profissional, vai se arrepender das coisas que poderia ter feito melhor ou de forma diferente.
19. Não superestime o valor da educação formal. ~~Os mais bem-sucedidos publicitários nunca tiveram formação acadêmica em publicidade. A experiência com o trabalho real tem muito mais valor.~~ O mundo está cheio de profissionais bem sucedidos que não tiveram formação acadêmica em sua área de atuação.
20. Alimente-se bem, pratique atividades físicas. Sua mente e seu corpo são as únicas ferramentas que você tem.
21. Não aceite qualquer conselho que te dão. Pegue apenas o que será útil a você. Crie suas próprias regras e mude-as de acordo com sua vontade.

Você tem que fazer chover, é o título do artigo de Maria Amalia Bernardi¹, de onde tirei (*praticamente fiz um copy-paste*) esses 12 itens a respeito de sucesso na carreira. A abordagem estava voltada para executivos, mas vale para profissionais em geral.

1- <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0656/noticias/voce-tem-que-fazer-chover-m0054175>

1. Eureka - Se você é um sujeito de sorte, é possível que apareçam em sua carreira alguns momentos nos quais as pessoas realmente importantes, dentro da organização que paga seu salário, acharão que você é um gênio. Vá lá: talvez não exatamente um gênio, mas alguém capaz de apresentar uma idéia luminosa, ou de executar uma solução salvadora, ou de ver algo que ninguém viu antes. Se essa capacidade se aplicou a questões de importância estratégica para a empresa, melhor. Se ela se manifestar mais do que uma vez, melhor ainda. Em tais momentos, aquelas pessoas que podem mudar a sua vida dirão que você é indispensável - e isso, provavelmente, é a sensação mais próxima da felicidade profissional que um executivo pode experimentar em sua carreira.

2. Decisões - Tornar-se indispensável - e essa é possivelmente a questão profissional mais importante que um executivo (na verdade, qualquer profissional) tem diante de si hoje em dia. Para isso, o essencial é um conjunto de qualidades e talentos específicos que podem ser sintetizados em algo muito preciso: a capacidade de fazer o que outros não sabem, não querem ou não podem fazer. Não se trata apenas de fazer o que deve ser feito pelo manual de boas práticas. Mais precisamente, o primeiro item daquele rol de qualidades e talentos mostra que tende a ser indispensável, hoje, quem é capaz de executar as decisões-chave de mudança. Os consultores dizem que nada é mais importante do que “a disposição para tomar decisões grandes e dolorosas”. Os poucos profissionais com real talento para tomar as decisões certas e difíceis estão numa categoria à parte - são indispensáveis, sim, pelo menos em empresas de primeira classe.

3. Primus inter Pares - A noção do “executivo indispensável” soa quase como uma blasfêmia para as melhores teorias de gestão vigentes nesta virada de século. Dez entre dez homens de empresa estão prontos a jurar que a era do indivíduo providencial acabou. O que importa hoje, acima de tudo, é o trabalho em equipe. O que se valoriza é o conjunto. O que vale é a multiplicação das competências. Tudo bem. Mas uma equipe, é sempre bom lembrar, é a soma das pessoas que a integram. Uma equipe formada por pessoas que fazem diferença é uma grande equipe. Formada por pessoas que não fazem diferença, é outra história.

4. Fazer acontecer - “O que se procura hoje é o executivo que faz acontecer”, diz Oscar Motomura, da Amana Key. Falar inglês, ser formado numa excelente escola, ter bons conhecimentos da área em que trabalha, manter a atitude correta, superar metas. Tudo isso é indispensável, sem dúvida, mas não é suficiente para tornar você indispensável. Pessoas com essas mesmas condições podem até ser difíceis de encontrar, mas existem. Também não adianta apenas ser uma pessoa que saiba tomar as decisões certas no meio de um

bando de incompetentes e indecisos. (É inútil brilhar sozinho. Quem se vê nessa situação provavelmente está trabalhando numa organização a caminho da falência.) O fator decisivo é fazer aquilo que os bons acham certo, mas por alguma ou várias razões não conseguem pôr em prática.

5. Dar lucro - Para o executivo Clemente Nóbrega, autor de *Em Busca da Empresa Quântica*, o executivo que faz diferença tem uma virtude audível. Ele produz aquele “plim-plim” que é o som do dinheiro que entra na empresa.

6. Uau! - Para se tornar uma das pessoas que as melhores companhias não querem perder é preciso ter muito mais, no atual mercado de trabalho, do que um excelente currículo e competências técnicas sólidas. “Qualidade, hoje em dia, não é suficiente”, diz o consultor americano Tom Peters. “Qualidade é um pressuposto. Em situações em que tudo funciona como deveria funcionar, você precisa achar alguma outra maneira de levar as pessoas a olhar o que você está fazendo e exclamarem: Uau!” Aí está: a chave para a diferenciação é ter um desempenho profissional capaz de deixar claro que você vai fazer falta.

7. Coragem - “O grande cenário do universo de negócios nos anos 90 conta a história daqueles que têm e daqueles que não têm esse traço dourado”, diz o então diretor editorial da Fortune, Geoffrey Colvin. “A virada histórica que estamos vivendo no mundo empresarial exige respostas maciças, e portanto difíceis e desagradáveis, por parte das empresas. A questão é quem está e quem não está disposto a suportar as mudanças necessárias.” O ser humano, até por razões ligadas ao funcionamento dos mecanismos cerebrais, tende naturalmente a defender-se da dor emocional da mesma maneira que tem repulsa à dor física. Ao ser confrontado com a necessidade de tomar decisões emocionalmente dolorosas o profissional geralmente se recolhe a uma posição defensiva. Ou contesta agressivamente a necessidade de adotar aquelas decisões, ou então procura fugir do confronto fechando os olhos aos problemas à sua volta.

8. Protagonismo - Muitos executivos poderiam dizer (e dizem) que nada disso tem muito a ver com eles, já que não ocupam postos no topo da organização e por isso dispõem de poderes limitados para decidir. Errado. A necessidade de entender o que deve ser feito, enfrentar conflitos e tomar decisões difíceis se estende a todos os níveis da empresa. Ela talvez seja até mais premente, na verdade, nas áreas que ficam na base da companhia. Isso é tanto mais visível nas empresas, hoje em número cada vez maior, que passam a autonomia para baixo, distribuem responsabilidades e orientam

sua gestão pelo trabalho em equipes. Assim, para o profissional que queira efetivamente fazer diferença, não é o caso de se refugiar na hierarquia e ficar dizendo “não posso fazer nada nesse cargo limitado que eu tenho”. Ao contrário: por mais modesta que seja a área sob sua supervisão, um profissional capaz de transformá-la num real núcleo de excelência por meio da sua competência em decidir tem ótimas chances de fazer-se notar e ser incluído na lista dos que não podem ser perdidos. A possibilidade de fazer diferença está ao alcance de todos. E, na verdade, é até mais fácil para aqueles que estão nos escalões mais baixos. “Fazer diferença nada mais é que conseguir deixar sempre a sua marca nas coisas que você faz, fazer coisas que as pessoas não vão esquecer que foi você que fez”, diz um empresário. “É, entre outras coisas, ter a capacidade de operar com muitas variáveis ao mesmo tempo e identificar rapidamente quais são as mais importantes”.

9. Projetos - Saber tomar decisões é o primeiro grande passo do executivo para tornar-se indispensável, mas não é o único. Um atributo fundamental, sem o qual dificilmente alguém pode alimentar a expectativa de ser um profissional que faça falta à empresa, é a capacidade de comprometer-se pessoalmente com tarefas concretas e envolver-se a fundo na sua execução. “Uma das coisas de que as empresas mais precisam, hoje em dia, é do campeão de causas. As organizações, na vida real, vivem de projetos. Mas para que eles realmente aconteçam e apresentem resultados é vital a atuação de alguém que acredite intensamente em cada projeto, alguém que se aproprie dele, transforme-o numa coisa sua. Sem isso não acontece nada”. Um profissional capaz de apropriar-se de um projeto (e, logicamente, capaz de levá-lo a bom termo) será, sempre, alguém que faz idéias se materializarem em resultados. Não há boa empresa que possa prescindir de gente assim. “Se você tem um grupo de líderes que discute, discute e fica sempre discutindo, sem decidir muita coisa, a organização fica emperrada”, diz um consultor.

10. Humildade - Outra característica essencial das pessoas que fazem diferença é, também, uma das mais difíceis de encontrar (verdadeiramente) num executivo: a genuína disposição de admitir os próprios erros. Tanto quanto uma virtude de ordem moral, trata-se de uma ferramenta imprescindível para quem pretenda ser imprescindível. Talvez você não erre nunca. Nesse caso seu lugar não é exatamente a escada executiva de uma empresa, e sim alguma gerência sênior no céu. Mas caso você seja um ser humano normal é certo que cometa erros - e a resistência em reconhecê-los significa apenas a demora, às vezes fatal, em corrigir o que está fazendo de errado. Se você pretende ser um profissional destinado a fazer falta numa organização, tem que admitir que não está certo o tempo todo ou, talvez, nem mesmo a maior parte do tempo. “Alguém que só aprende errando não

é um bom executivo”, diz Luiz Lobão, ex presidente da Coca-Cola do Brasil. “Mas não tenho dúvida de que uma pessoa está crescendo quando consegue entender por que o erro aconteceu”.

11. Comunicação - Saber comunicar-se é outro atributo indispensável para quem pretende ser também indispensável. Oscar Motomura lembra que isso é tanto mais importante numa época em que predomina a gestão participativa. “Na gestão participativa, o profissional é freqüentemente chamado a expor suas idéias”, diz ele. “Se ele não souber como expô-las com clareza, seu horizonte pode se limitar.” Por boa comunicação deve-se entender também a capacidade de trabalhar bem com outras pessoas. Ser gregário. “Um profissional que a empresa deseja reter por ser um talento que agrega valor à organização precisa dominar o processo de comunicação”, diz um consultor. “Não é preciso ser o melhor amigo da turma. O que é necessário é ter um bom sistema de comunicação com a equipe”. Outro aspecto da boa comunicação é a acessibilidade: “Não existe profissional realmente valioso que não saiba estar disponível, permanentemente, tanto para o mundo interior quanto para o mundo exterior”, comenta um empresário.

12. Integridade - Por fim, há uma qualidade que, apesar de básica, foi apontada por todos os executivos entrevistados na reportagem de Maria Amalia Bernardi como sendo fundamental para qualquer profissional que pretenda fazer diferença: integridade. “Antes de pensar em ser ou fazer alguma coisa, o profissional deve ser uma pessoa confiável, absolutamente verdadeira, alguém em quem os outros não questionem as intenções por trás das suas palavras e atitudes”, diz um dos consultores.

TUDO ISSO É RELATIVO

Dia desses eu estava aconselhando um profissional muito bem sucedido, daqueles que têm quase tudo, mas ainda assim carrega no peito um profundo senso de insatisfação. Acredito que chegou naquela fase da vida que o rabino Kushner definiu como “quando tudo não é o bastante”. Lá pelas tantas ele me sai com essa: “É mais fácil ser feliz sendo pobre do que sendo rico”. Pedi que ele desenvolvesse o raciocínio. “É verdade”, disse ele, “há duas coisas que acontecem com o pobre e que não acontecem com o rico. A primeira é que o pobre está resignado a um horizonte de vida, sabe que os degraus que poderá subir são poucos e, portanto, encontra sua felicidade ali mesmo onde está. O rico não, está sempre querendo mais, pois sabe de suas possibilidades e potencialidades, vive se comparando com os outros e desejando subir mais um degrau, e mais outro, e mais outro”. Perguntei pela segunda coisa. “A segunda coisa é que pequenas conquistas ou pequenos valores fazem muita diferença

no seu ‘nível de felicidade’”. Em seguida, ele me disse que um trabalhador que consegue comprar um carro popular zero km experimenta uma alegria (ou pico de felicidade) que um rico não experimenta quando compra sua terceira Ferrari. “O que precisa acontecer, ou o que o rico precisa conquistar, para experimentar a mesma alegria de um pobre que finalmente, depois de muito esforço, comprou seu barraco na periferia da cidade?”.

Fiquei chocado com a conversa. E fiquei com mais compaixão desse tipo de rico. Aquele homem que abria o coração pra mim estava certo: poucas coisas acarretam mais infelicidade do que viver se comparando com os outros e medindo seu próprio sucesso o tempo inteiro.

Pense na seguinte situação. Dois advogados que se formaram na mesma turma. Um deles se tornou sócio proprietário de um grande escritório e ficou milionário. O outro se tornou associado de um escritório mediano e tem uma retirada mensal na casa dos 20 mil reais, com algumas variações. A possibilidade desse segundo ser mais infeliz com seus 20 mil mensais do que a senhora que faz o café do escritório, e ganha pouco mais do que um salário mínimo, é muito grande. Por quê? Seguindo a lógica daquele homem que eu aconselhei, por uma simples razão: o advogado não se conforma que seu amigo de turma seja milionário, e ele não. Seu padrão de sucesso profissional é definido pelas conquistas de terceiros, e não pela sua própria consciência. Ou pior, seu padrão de sucesso está única e exclusivamente relacionado a uma carreira profissional mais bem sucedida em termos de conquistas e resultados financeiros, e não a uma vida bem sucedida.

São duas coisas bem diferentes: vida bem sucedida e carreira profissional bem sucedida. E agora chegamos a uma conclusão óbvia, ou duas, ou três: quem disse que você precisa correr atrás de uma carreira profissional bem sucedida? E mais, quais são os seus critérios para definir uma carreira profissional bem sucedida? E ainda, o que isso tem a ver com uma vida bem sucedida?

CRITÉRIOS

Como se pode definir uma carreira profissional bem sucedida? Quais seriam os itens que deveriam ser levados em consideração?

- [] posição na hierarquia da empresa ou da categoria
- [] formação acadêmica, títulos
- [] salários, resultados financeiros
- [] reputação, respeito e admiração dos pares e do mercado
- [] realizações, contribuição à sociedade
- [] oportunidade de fazer o que gosta
- [] fama, popularidade

- [] feitos extraordinários
- [] integridade e ética
- [] equilíbrio entre entrega e recompensa
- [] supremacia em relação aos pares
- [] auto-realização
- [] histórico de superação
- [] senso de vocação
- [] _____

A lista de critérios sugere perguntas. Quantos fatores devem constar do conjunto que determina o sucesso profissional? Por exemplo, é possível considerar bem sucedido o profissional satisfeito e realizado em sua atividade, mas ainda assim mal remunerado, que convive com dificuldades financeiras? Estaria na lista de bem sucedido o profissional que realizasse feitos extraordinários às custas do sacrifício das outras dimensões de sua vida, como família, saúde ou caráter? É razoável a sabedoria dos pára-choques de caminhão: “nenhum sucesso compensa o fracasso no lar”?

Outro aspecto interessante a ser considerado: quem é o avaliador do sucesso profissional, isto é, aos olhos de quem o profissional é considerado bem sucedido? Deus entra na banca avaliadora? Pode ser considerado bem sucedido o profissional que recebe o bônus prometido pelos acionistas, mas é odiado e hostilizado pelos colaboradores da empresa? Vale a pena ser capa de revista e vergonha para os filhos?

A verdade é que a carreira profissional bem sucedida é medida por um cardápio de variáveis que depende das crenças, valores e prioridades pessoais. Qualquer que seja o conjunto de critérios, certamente implicará a harmonia e a integralidade de todos. Não se mede sucesso por um quesito somente. Cada profissional é responsável por fazer sua própria lista de critérios, sob pena de delegar a vida e o futuro às expectativas de terceiros.

UMA SUGESTÃO

O profissional bem sucedido é aquele que desenvolve uma atividade alinhada com sua identidade, seus valores e causas, oferecendo à sociedade serviços e ou produtos de maneira sustentável.

#1 Identidade

Isso tem a ver pelo menos com sua história, seus talentos, habilidades e competências, sua vocação, e seu perfil pessoal. Dificilmente um profissional que vivencia seu trabalho como algo para o que não se considera adequado será bem sucedido. Sua atividade não resultará em benefícios plenos para si mesmo nem para aqueles que dele necessitam. A qualidade

do resultado do seu trabalho será sempre aquém do melhor potencial que existe em cada pessoa. Todas as pessoas têm um conjunto de características, inatas e desenvolvidas, capaz de gerar algo excelente em benefício comum. Encontrar esse conjunto de características e alinhar a uma atividade rentável é imprescindível para o êxito de qualquer profissional.

#2 Valores

Toda e qualquer atividade profissional deve ser desenvolvida dentro dos limites de uma moldura ética e moral. Ética é o universo de valores axiomáticos, isto é, que se tem por verdadeiros independentemente de justificativas e argumentos. Por exemplo, para a consciência cristã são axiomas as seguintes afirmações:

- Todo ser humano é igual perante Deus, pois todos indistintamente são portadores da imagem e semelhança de Deus, segundo a qual foram por Ele criados;
- A vida humana é o valor máximo a ser promovido e defendido em qualquer estrutura social;
- A justiça e paz social são critérios pelos quais os sistemas ideológicos, culturais e econômicos devem ser julgados;
- O amor a Deus e ao próximo são ao mesmo tempo alvos e caminhos da plena felicidade humana;
- A finalidade suprema da vida é glorificar a Deus e alegrar-se nEle para sempre. [*Breve Catecismo de Westminster, Século XVII*]

A moral, por sua vez, é o conjunto de costumes e comportamentos aceitos por uma sociedade. Todo profissional deve caminhar alinhado com a cultura de sua empresa e sua sociedade. Evidentemente, alguma flexibilidade será sempre necessária, mas dificilmente pessoas que trabalham com a consciência pesada ou culpada, quer por desajustes éticos, quer por incompatibilidade moral, serão bem sucedidas em sua atividade.

#3Causas

Pessoas esclarecidas já descobriram que as compensações do trabalho extrapolam a remuneração financeira e exigem mais do que a condição para mera sobrevivência. Peter Drucker disse que um ser humano não sobrevive sem ar e uma empresa não sobrevive sem lucros, mas seria absolutamente equivocado afirmar que uma empresa existe para dar lucro, assim como seria equivocado dizer que um ser humano vive para respirar.

Como diz o poeta popular, “a gente não quer só comida”. O ser humano é aberto para o transcendente. Não cabe no domínio das coisas, e não se satisfaz plenamente no horizonte do contentamento material. Somos vocacionados para a utopia (do grego u+topos, ou não+lugar): o que não cabe nesse mundo, o que ainda não encontrou lugar aqui, o que ainda não é, o que ainda não se realizou.

Dedicar a vida a atividades que são fins em si mesmas, que não apontam para um horizonte de transformação da realidade, que não concorrem para um novo mundo, uma nova sociedade, um novo jeito de ser gente e viver coletivamente, dificilmente pode ser fonte de realização para qualquer pessoa. Todo profissional deve estar comprometido com alguma realidade que lhe dê sentido e significado para a existência: “o que faço é útil”, “o que faço contribui para o bem comum”, “o mundo seria mais caótico caso não existisse alguém para fazer o que faço”, são afirmações de profissionais que experimentam um senso de sucesso em alguma dimensão.

#4 Sociedade

Trabalhar com motivação egoísta, apenas para si mesmo e os seus mais próximos, como família e filhos, por exemplo, é mesquinho. Somos todos chamados a devolver ao mundo, à vida, ao próximo e, em última instância, a Deus, o que recebemos. Profissionais bem sucedidos sabem que não serão capazes de mudar o mundo, nem mesmo de fazê-lo necessariamente melhor. Mas também são motivados a afetar seu horizonte de influência da maneira mais positiva possível. Sabem que não trabalham apenas para si mesmos. Sabem que riqueza sustentável é riqueza coletiva.

#5 Sustentabilidade

A atividade sustentável, em termos simples, é aquela que paga a conta de quem a faz, quanto da estrutura necessária para que seja feita. Dificilmente um profissional mal remunerado terá consciência de êxito e senso pessoal de realização. A Bíblia Sagrada ensina que o trabalhador é digno de seu salário, ao que poderíamos acrescentar que é digno de um salário digno. Considerando que algo vale a pena ser feito, e que isso resulta em benefícios coletivos, é justo que a sociedade se ocupe em remunerar dignamente quem o realiza, bem como remunerar de maneira a permitir que o que é feito continue sendo feito.

TOMS SHOES

- *Você não precisa ser rico para contribuir, e não precisa esperar se aposentar para gastar seus dias fazendo o que gosta.*
- *Você pode encontrar lucro, paixão e significado de uma vez só.*
- *Ame seu trabalho, trabalhe para o que você ama, e transforme o mundo – tudo ao mesmo tempo.*

Essas são ideias de Blake Mycoskie. Parecem extraídas de um livro de auto-ajuda, mas, no caso dele, descrevem exatamente a maneira como vive.

Mycoskie é o visionário fundador da TOMS Shoes – Tomorrow’s Shoes, ou “sapatos para um amanhã melhor”, uma empresa lucrativa baseada no conceito de “one for one”:

para cada par de sapatos vendido, outro par de sapatos é doado. Seu modelo de negócios já distribuiu mais de 400.000 pares de sapatos para crianças pobres ao redor do mundo.²

Antes de completar seus 30 anos, Mycoskie fez a si mesmo três perguntas:

- *O que você faria se não precisasse se preocupar em ganhar dinheiro?*
- *Que tipo de trabalho você gostaria de fazer?*
- *Qual a causa que você gostaria de servir?*

Diante da necessidade que percebeu entre as crianças dos bairros pobres da Argentina, Mycoskie não pensou em uma obra assistencial ou um projeto filantrópico. Antes, se comprometeu a desenvolver uma atividade sustentável, que fosse ao mesmo tempo fonte de riqueza coletiva (sapatos doados), lucros pessoais e para re-investimento na própria atividade, isto é, Mycoskie pensou em desenvolver um business ético, competitivo e cheio de significado para os que nele estivessem envolvidos. Mycoskie é um entre milhares de exemplos de êxito profissional. Por essas e outras é que sua experiência vale a pena ser conhecida.³

2- Para saber mais: <http://www.toms.com>

3- MYCOSKIE, Blake. Start Something that matters. New York: Spiegel&Grau, 2011



Local e mais informações:

Igreja Batista de Água Branca | Rua Robert Bosch, 116
Barra Funda | 01141-010 - São Paulo - SP

fcpi@ibab.com.br | www.forumcristaoprofissionais.com

twitter.com/forumcristao

facebook.com/forumcristao