

# EMPREENDEDORISMO EM PSICOLOGIA IDEIAS, ACÇÃO E IMPACTO

**ORIENTAÇÕES PRÁTICAS PARA O DESENVOLVIMENTO  
DE PROJECTOS E INICIATIVAS NA ÁREA DA PSICOLOGIA**

4º VOLUME DA COLECÇÃO DE ARTIGOS PSICARREIRAS OPP

**TÍTULO**

Empreendedorismo em Psicologia: Ideias, Acção e Impacto  
4º Volume da Colecção de Artigos PsiCarreiras OPP

**AUTOR**

Ordem dos Psicólogos Portugueses

**COLABORAÇÃO**

Ana Leonor Baptista  
Ana Sofia Nobre  
Anita Dias de Sousa  
Joana Almeida Monteiro  
Mafalda Reis  
Pedro Félix  
Rita Tavira Santos  
Rodrigo Dumas Diniz  
Vanda Vieira

**LOCAL**

Lisboa

**DATA**

Julho 2024

# ÍNDICE

## 04 PREFÁCIO

## 05 NOTAS PRÉVIAS

## 06 OBJECTIVO DO VOLUME/MODO DE UTILIZAR

## 07 COMO ESTÁ ORGANIZADO?

## 11 PARTE 1 EMPREENDER: CONCEITOS E PRIMEIROS PASSOS

12 10 ESTILOS DE EMPREENDEDORISMO: VÁRIOS CAMINHOS PARA O SUCESSO!

15 DE PSICÓLOGO A EMPREENDEDOR: DAR O PRIMEIRO PASSO

17 EMPREENDER PARA NOVAS OPORTUNIDADES DE TRABALHO

19 EMPREENDER: DA IDEIA À ACÇÃO!

21 EMPREENDER COM (C)ALMA

23 EMPREENDEDORISMO EM PSICOLOGIA (PARA ESTUDANTES) – DA ATITUDE À ACÇÃO

25 FUGIR AO “MAIS DO MESMO”: SER MAIS EMPREENDEDOR ENQUANTO ESTUDANTE

## 27 PARTE 2 CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E PERCURSOS

28 CRIATIVIDADE: UMA COMPETÊNCIA-CHAVE

30 A ARTE DE INOVAR: COMO TRANSFORMAR IDEIAS EM REALIDADE

32 “MADE IN PORTUGAL” – VAMOS PENSAR SOBRE INOVAÇÃO?

34 QUANDO A PSICOLOGIA ENCONTRA O EMPREENDEDORISMO

36 ERA UMA VEZ... O PODER DOS TESTEMUNHOS DE PERCURSOS DE VIDA, NA GESTÃO DA NOSSA CARREIRA

## 38 PARTE 3 IMPLEMENTAÇÃO DE IDEIAS: COLOCAR NA PRÁTICA

39 COMO CHEGAR A DIFERENTES PÚBLICOS?

42 NÃO SEI SE EMPREENDER ESTÁ NOS MEUS PLANOS – NA DÚVIDA, PLANEIO.

44 SONHA “TER O SEU PRÓPRIO CONSULTÓRIO/NEGÓCIO” DE PSICOLOGIA? LEIA ISTO.

47 DE OLHO NO CLIENTE: ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA EMPREENDEDORES

50 A DESCOBERTA DE NOVOS MUNDOS, NO PROCESSO DE EMPREENDER

## 52 PARTE 4 SUPERAÇÃO DE OBSTÁCULOS E RESILIÊNCIA

53 A AUTO-SABOTAGEM NA CARREIRA: O QUE É E COMO A ENFRENTAR

55 CORAGEM PARA MUDAR: ENCONTRAR UM PROPÓSITO NA CARREIRA

57 TRANSFORMAR DESAFIOS EM TRIUNFOS: COMO O FRACASSO IMPULSIONA O SUCESSO EMPREENDEDOR

## 60 NOTAS BIOGRÁFICAS

# PREFÁCIO

Ouso começar este texto como, não raras vezes, ouvimos comentadoras/es e outras e outros entrevistados responder a uma primeira pergunta: muito obrigado pela sua pergunta, vou já responder-lhe, mas gostava de começar por...

Vou já ao prefácio deste ebook, mas gostava de começar por enaltecer o conjunto amplo e diverso de recursos **PsiCarreiras** disponibilizados pela Ordem dos Psicólogos Portugueses e o seu contributo para o apoio e suporte a processos de reflexão e tomada de decisão de carreira e de desenvolvimento pessoal e profissional de psicólogas e psicólogos. É devida uma palavra de apreço à equipa que, dia-a-dia, constrói, prepara, organiza, intencionaliza e disponibiliza todos estes produtos. Estão de parabéns e, nós, psicólogas e psicólogos, estamos-lhes gratos.

Um desses recursos corresponde ao conjunto de ebooks que, desde 2022 e de forma organizada, coerente e temática, reúnem textos e reflexões de um grupo já significativo e diverso de autoras e autores, a quem, também, muito devemos e agradecemos. Textos estes sobre diferentes temas: **“Ser Psicólogo – O Início da carreira em Psicologia Pistas para que está a dar os primeiros passos numa carreira em Psicologia”**; **“Carreira em psicologia num mundo imprevisível – Pistas para “navegar” com confiança e adaptabilidade”**; **“Guia Prático de Marketing Pessoal e Profissional – Pistas para fortalecer a marca profissional e visibilidade no mercado de trabalho em Psicologia”**, respectivamente títulos dos primeiro, segundo e terceiro volumes desta colecção.

E... Agora sim. Este quarto volume dos ebooks PsiCarreiras, em boa hora continua uma colecção que partiu do início da carreira, suas oportunidades e desafios, para pensar a carreira em psicologia, hoje, e a marca profissional e visibilidade das/os profissionais. Continua, agora, pensando o papel e a importância empreendedorisimo na profissão neste “Empreendedorismo em Psicologia: Ideias, Acção e Impacto”. Procura pensar o papel do empreendedorismo num momento-chave da profissão, onde, se por um lado a sua afirmação, reconhecimento e valorização é crescente, é-lhe também, concomitante, pedido que se adapte rapidamente a todas alterações da sociedade e necessidades, cada vez mais complexas, das pessoas, sendo-se hoje, ainda, muito mais exigente com os profissionais de psicologia, com a sustentação teórico-conceptual das suas práticas e, particularmente, com a sua qualidade e eficácia.

Este ebook é, nesse sentido, uma excelente forma de fechar um ciclo de quatro volumes, publicados durante três anos e que espero que possam, no futuro, continuar considerando a qualidade dos produtos e o impacto dos mesmos, particularmente nos processos de desenvolvimento pessoal e profissional. Que o sintam nas páginas seguintes. Que as utilizem e que dessas ideias gerem acção e impacto.



**TIAGO PEREIRA**

MEMBRO DA DIRECÇÃO DA ORDEM  
DOS PSICÓLOGOS PORTUGUESES

# NOTAS PRÉVIAS

A Ciência Psicológica, como campo de saber, tem-se moldado rapidamente para acompanhar uma sociedade em transformação, expandindo o seu campo de actuação com base em novos conhecimentos e necessidades emergentes. Este cenário abre portas para **novas oportunidades**, mas também impõe **desafios**, especialmente na **criação de ideias inovadoras** e na **integração de psicólogos no mercado de trabalho**, onde **o empreendedorismo é cada vez mais relevante**.

**Ser empreendedor** implica uma **predisposição para agir**, um compromisso com a **aprendizagem** e uma **adaptabilidade resiliente** a diferentes contextos. Este caminho começa com a identificação e valorização das nossas **competências**, seguidas da sua **implementação criativa** e disruptiva.

É com satisfação que apresentamos o 4.º volume da colecção de artigos PsiCarreiras da OPP. O e-book “Empreendedorismo em Psicologia: Ideias, Acção e Impacto” oferece uma perspectiva abrangente sobre como aplicar princípios empreendedores na psicologia, convidando os psicólogos a repensar e ressignificar as suas práticas profissionais. Pretende-se que seja um recurso valioso para psicólogos em todas as fases das suas carreiras, promovendo uma cultura de inovação e assegurando a sustentabilidade a longo prazo da profissão.

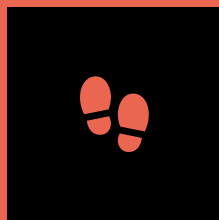
# OBJECTIVO DO VOLUME/MODO DE UTILIZAR

O objectivo deste volume é inspirar e capacitar psicólogos para que identifiquem e aproveitem oportunidades de empreendedorismo dentro das suas áreas de actuação em Psicologia. Ao ler estes artigos, espera-se que os leitores adquiram estratégias práticas para desenvolver projectos, desde a concepção de ideias até à sua implementação efectiva.

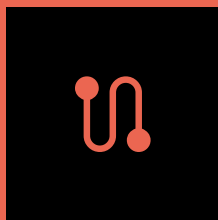
A abordagem deste volume combina teoria e prática, oferecendo conselhos e exemplos de percursos. Destina-se a psicólogos em diferentes estágios das suas carreiras, desde recém-formados a profissionais experientes, com o intuito de os guiar na integração de práticas empreendedoras nas suas actividades diárias. Através da leitura e aplicação dos princípios apresentados, os leitores serão capazes de desenvolver uma mentalidade inovadora, assegurando a relevância e a sustentabilidade da sua prática profissional a longo prazo.

# COMO ESTÁ ORGANIZADO?

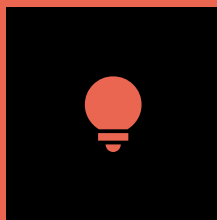
Este volume, estruturado em quatro partes, foi concebido para guiar os leitores pelos conceitos essenciais do empreendedorismo. Cada parte aborda diferentes aspectos do processo empreendedor, desde a concepção de ideias até à implementação e superação de desafios:



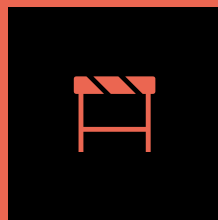
**PARTE 1**  
**EMPREENDER:**  
**CONCEITOS**  
**E PRIMEIROS**  
**PASSOS**



**PARTE 2**  
**CRIATIVIDADE,**  
**INOVAÇÃO E**  
**PERCURSOS**



**PARTE 3**  
**IMPLEMENTAÇÃO**  
**DE IDEIAS:**  
**COLOCAR NA**  
**PRÁTICA**



**PARTE 4**  
**SUPERAÇÃO DE**  
**OBSTÁCULOS E**  
**RESILIÊNCIA**

# PARTE 1 EMPREENDER: CONCEITOS E PRIMEIROS PASSOS

Ao longo da Parte 1 – Empreender: Conceitos e Primeiros Passos, convidamos o leitor a iniciar uma viagem sobre o conceito de empreender e pela forma como este se multiplica em diferentes estilos de empreendedorismo.

Assim, tem-se “a ideia” como o mote inicial, ou o primeiro passo, de um conjunto de etapas que se seguem, mas dando um particular enfoque, aos ingredientes essenciais, mais ou menos visíveis, que devem fazer parte do acto de empreender.

Tem ainda, nesta primeira parte, uma discussão sobre a importância da transformação de ideias em acções e da adopção de uma atitude empreendedora desde o início da carreira, incentivando a criação de oportunidades de trabalho inovadoras, assim como a resposta a novas necessidades e a problemas socialmente complexos.

Em suma: uma primeira abordagem ao empreendedorismo, partindo de uma ideia e incentivando a que se desenvolva uma atitude empreendedora e se passe à acção.

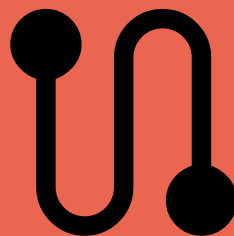


# PARTE 2 CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E PERCURSOS

Ao longo da Parte 2 – Criatividade, Inovação e Percursos, o desafio é que possa reflectir, sob diferentes perspectivas, sobre as competências que são essenciais para o empreendedorismo.

Procura-se mostrar a importância do papel da criatividade, enquanto motor de mudança, num mundo que se encontra num processo de metamorfose constante. Esta capacidade de criar diferentes soluções para os desafios já existentes, bem como para os novos desafios que surgem, leva a que a criatividade e a inovação, se mantenham de mãos dadas, assumindo um papel essencial no acto de empreender.

Com os olhos postos no contexto português, explora-se ainda a importância de fomentar a inovação, enquanto também se examina a intersecção da psicologia com o empreendedorismo. Apresenta-se experiências reais de psicólogos e do poder dos seus testemunhos, sendo estas, formas de aprendizagem e de criar conhecimento sobre caminhos já percorridos, sobre os obstáculos que surgiram e estratégias para os superar, numa ligação a uma gestão eficaz de carreira.





## PARTE 3 IMPLEMENTAÇÃO DE IDEIAS: “COLOCAR NA PRÁTICA”

Ao longo da Parte 3 – Implementação de Ideias: “Colocar na prática”, convidamos o leitor a percorrer um conjunto de artigos que o aproximam da acção, ou seja, há um aprofundamento da aplicação prática de conceitos relacionados com o empreendedorismo.

Poderá, assim, explorar orientações abrangentes sobre um planeamento eficaz, concepção de estratégias de marketing e métodos para atrair públicos diversos.

Permite ainda explorar alguns conselhos dirigidos a quem pretende abrir o seu próprio consultório/negócio e envolver-se na reflexão referente à exploração necessária de “novos mundos”. Assim, há uma aproximação a um mundo de conhecimentos fiscais, financeiros, de gestão e outros, sobre os quais teremos necessariamente de nos inteirar quando pretendemos criar um projecto próprio. Espera-se assim que se gerem insights sobre como estabelecer e gerir uma prática ou negócio, destacando-se a importância crítica de reconhecer novas oportunidades dentro do processo empreendedor.



## PARTE 4 SUPERAÇÃO DE OBSTÁCULOS E RESILIÊNCIA

Com a Parte 4 – Superação de Obstáculos e Resiliência, a última deste e-book, pretende-se abordar os desafios inerentes ao acto de empreender, focando essencialmente nos desafios internos, aqueles que temos capacidade de identificar, de trabalhar e de ajustar.

Empreender comporta riscos, é por vezes um caminho solitário, cheio de avanços e recuos; é um caminho de aprendizagem e também envolve a gestão de expectativas.

Nesta parte do e-book cobrem-se tópicos como a auto-sabotagem, a coragem necessária para mudanças, o encontrar propósito e como se pode aproveitar desafios para alcançar triunfos. Por fim, aborda-se como o fracasso pode servir como catalisador para o sucesso empreendedor.



# O QUE PROPOMOS QUE SEJA ALCANÇADO

NESTE GUIA, O NOSSO  
OBJECTIVO É FACILITAR  
O LEITOR A ALCANÇAR O  
SEGUINTE:

01.

Fomentar uma **mentalidade empreendedora**, abraçando uma **abordagem proactiva** que facilitará o reconhecimento e a exploração de oportunidades dentro do domínio da psicologia.

02.

**Traduzir ideias em acções** concretas, aplicando as **ferramentas e estratégias práticas** fornecidas directamente no seu trabalho diário.

03.

Estimular a **criatividade** e a **capacidade de inovação**, reconhecendo a importância destas competências para o sucesso profissional e na **formulação de soluções** eficazes e diferenciadoras.

04.

Desenvolver **resiliência** para enfrentar os desafios inerentes ao percurso empreendedor, convertendo fracassos em **oportunidades de crescimento**.

# PARTE 1



EMPREENDER: CONCEITOS  
E PRIMEIROS PASSOS



## 10 ESTILOS DE EMPREENDEDORISMO: VÁRIOS CAMINHOS PARA O SUCESSO!

Empreender, muito mais do que (só) uma atitude.

*Entrepreneur* – uma palavra originária em França, o país do lema da Revolução Francesa *Liberté, Fraternité, Egalité*. Conceito também ele revolucionário e entendido, no século XVI, como alguém que empreende algo. Com origem na palavra francesa *entreprendre*, que significa empreender ou fazer algo. ([The Oxford Review Encyclopaedia of Terms](#))

Paralelamente, segundo Howard Stevenson, Professor na Harvard Business School, a definição de ser empreendedor “é o acto constante de procura de oportunidades sem se olhar aos recursos em controlo, naquele momento.”

Boa notícia! Portugal está acima da média, no que concerne ao desempenho médio da UE, tendo em conta o [Portugal SME Fact Sheet 2021](#), sendo o empreendedorismo em Portugal, não são apenas um factor catalisador de crescimento, como um factor de transformação contínua.

Existem inúmeras línguas para falar sobre o empreendedorismo e como em tudo, cada momento, cada contexto e cada tipo de empreendedorismo, tem os seus próprios desafios. Tendo algo de muito valioso em comum – o desejo de criar algo, inovador, transformador!

Segundo a [Universidade de Nexford](#), em Washington, existem 10 tipos de empreendedorismo:

### 1. Empreendedorismo de Pequenas Empresas

Definido como um empreendedorismo de pequena escala. Assume a forma de empreendedores individuais, sociedades e/ou parcerias. Onde os(as) proprietários(as) têm maior flexibilidade e independência para a tomada de decisão.

### 2. Empreendedorismo de Grandes Empresas

Um empreendedorismo com um significativo investimento na contratação de recursos humanos e uma maior necessidade de profissionais experientes, em funções de gestão. Utilizam capital de risco, para um crescimento em massa.

### 3. Empreendedorismo Escalável

Trata-se de um empreendedorismo que consegue crescer muito rápido, com poucos recursos. Essencialmente, exequível devido à utilização da tecnologia, como o factor principal de potencialização de processos, optimização de custos e alcance de um nível significativo de replicabilidade.



ARTIGO POR  
ANITA DIAS DE SOUSA



#### 4. Intra-empendedorismo

Consiste em encontrar oportunidades de empreender e inovar dentro da própria organização, aproveitando a “prata da casa”, ou seja, os colaboradores que se interessam por empreendedorismo, criatividade e inovação. Desenvolvendo-se novos produtos, serviços ou processos.

#### 5. Empreendedorismo Social

Uma forma de empreendedorismo que tem como objetivo produzir bens e serviços que beneficiem a sociedade local e global, com foco em problemáticas sociais, gerando produtos/serviços com impactos positivos capazes de reduzir problemas sociais.

#### 6. Empreendedorismo Inovador

Procura reinventar-se e acompanhar as tendências do mercado. Este tipo de empreendedorismo move-se geralmente pelo desejo de criar algo novo e único que revolucione o mercado.

#### 7. Empreendedorismo *Hustler*

Envolve empreendedores confiantes, destemidos, com uma ética de trabalho e dedicação rigorosa, para alcançar objetivos específicos. Frequentemente associado a autossuficiência e independência financeira.

#### 8. Empreendedorismo de Investigação

Um tipo de empreendedorismo que envolve o máximo de pesquisa possível antes de desenvolver um produto ou serviço. Apostando num conhecimento profundo.

#### 9. Empreendedorismo de Imitação

Como o próprio nome indica, consiste na imitação de um produto ou serviço que já é bem-sucedido no mercado. Existe uma imitação dos aspectos de sucesso comprovados, com a inclusão de outros aspectos, com valor acrescentado. Em alguns casos, a única inovação é ajustar os detalhes de *marketing*, à região/contexto.

#### 10. Empreendedorismo de Aquisição

Focado em adquirir outras organizações promissoras. Possui uma base sólida, acrescentando apenas mudanças estruturais e de gestão que geralmente aumentam a produtividade. Focados em organizações subvalorizadas ou com baixo desempenho tornando-as lucrativos.

O sucesso de qualquer tipo de empreendedorismo depende de uma variedade de factores, incluindo as valiosas questões individuais do(a) empreendedor(a), a procura do mercado pelo produto/serviço, bem como o contexto no qual se encontra inserido.

Podemos utilizar um ou mais tipos de empreendedorismo, sequencialmente ou em simultâneo. Todos(as) temos um(a) empreendedor(a) dentro de nós. Quem não tem paixões? Quem não tem sonhos? Sede de criar



## PARTE 1 EMPREENDER: CONCEITOS E PRIMEIROS PASSOS

transformações positivas num mundo, de todos(as) nós. No empreendedorismo há lugar para muitas ideias e para cada um(a) de nós. Somos todos(as) importantes!

*Se as coisas são inatingíveis... ora!*

*Não é motivo para não querê-las...*

*Que tristes os caminhos, se não fora*

*A presença distante das estrelas!*

Quintana, Mário. Das utopias.

---

Poderá consultar o artigo no Blog Psicarreiras [aqui](#)

VOLTAR AO ÍNDICE



## DE PSICÓLOGO A EMPREENDEDOR: DAR O PRIMEIRO PASSO

O que significa, afinal, ser um empreendedor? Este termo é muitas vezes usado para descrever qualquer pessoa com uma ideia de negócio. De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor, mais de cem milhões de empresas são criadas anualmente — uma média de três por segundo. Portugal destacou-se em 2021, ocupando o quarto lugar na União Europeia com maior taxa de criação de empresas. Como diria Vasco Santana, «Negócios há muitos!»; no entanto, à luz desta dimensão, talvez seja útil começar por esclarecer o que não é um empreendedor:

Consideremos o Psicólogo A, que trabalha numa clínica e identifica uma necessidade não atendida: falta de apoio psicológico para cuidadores informais de pessoas com doenças neurodegenerativas. Ele sugere um programa de apoio, que a clínica rapidamente implementa, resultando em melhorias no bem-estar psicológico e suporte social percebido por estes cuidadores. Apesar da sua mentalidade empreendedora, não se pode dizer que o Psicólogo A seja um empreendedor, já que os riscos do projecto — seja o investimento sem garantia de retorno, a utilização de espaços ou a eventual falta de participação — foram assumidos pela clínica.

Agora, contrastemos com a Psicóloga B que, ao perceber a mesma necessidade, decide agir por conta própria. No seu tempo livre, desenvolve um programa de apoio e, recorrendo aos seus próprios recursos, implementa e testa o programa. Após alcançar resultados positivos, propõe o seu projecto a várias clínicas. Por fim, com o aumento da adesão, vai ajustando continuamente o programa através do *feedback* recebido. Esta psicóloga é, sem dúvida, uma empreendedora, pois assumiu riscos pessoais e financeiros para satisfazer uma necessidade identificada.

O mundo está cheio de exemplos de pessoas que, como a Psicóloga B, desafiam o *status quo* para criar algo inovador. Como pode, então, um psicólogo tornar-se empreendedor? A maioria dos conselhos práticos centram-se em (1) elaborar planos de negócios, (2) obter financiamento, (3) constituir uma equipa ou (4) desenvolver estratégias de divulgação. No entanto, diria que um primeiro passo para empreender consiste em tornar-se um especialista em compreender as necessidades humanas. Cada projecto empreendedor pretende, em última análise, encontrar soluções que respondam a necessidades específicas. Quanto mais inovador e abrangente for o problema, maior será o potencial de sucesso do empreendedor.

À primeira vista, pode parecer que todos os grandes desafios em psicologia já foram abordados. Para identificar oportunidades ainda não exploradas, devemos perguntar: quais são as necessidades da Psicologia ao dia de hoje? É a acessibilidade? É a redução do estigma? É a educação e a sensibilização? E, se olharmos para áreas específicas, quais são as necessidades da Neuropsicologia, Psicologia Comunitária e Psicologia Educacional? Cada problema apresenta uma nova oportunidade para a



ARTIGO POR  
RODRIGO DUMAS DINIZ



inovação.

Embora existam hoje múltiplos programas de intervenção, plataformas online de apoio psicológico, grupos de apoio e comunidades, continuamos a enfrentar desafios sociais sem resposta: o isolamento social, a pobreza, as alterações climáticas ou o acesso à saúde. Para explorar estes desafios, recomendo a Webtalk “[Empreender em Psicologia em tempos de incerteza](#)”, dinamizada por Mariana Mendonça, que aborda características empreendedoras, desafios profissionais e a importância da aprendizagem contínua e da adaptabilidade.

A nossa capacidade de imaginar futuros diferentes e agir sobre essas visões é o que nos distingue enquanto espécie. Pode-se dizer, então, que o empreendedorismo é uma extensão natural dessa capacidade humana. Dar o primeiro passo para o empreendedorismo em psicologia é aprender a identificar as necessidades e encontrar soluções inovadoras, assumindo riscos para transformar uma visão em realidade. Claro que ter uma boa ideia não será suficiente; é preciso tratar dos aspectos práticos, mas sem uma compreensão das necessidades, nada funcionará.

---

Poderá visualizar a webtalk “[Empreender em Psicologia em tempos de incerteza](#)”

VOLTAR AO ÍNDICE





## EMPREENDER PARA NOVAS OPORTUNIDADES DE TRABALHO

Ser empreendedor é ter a capacidade de transformar uma necessidade identificada, numa ideia de negócio. O empreendedor encontra soluções criativas para os problemas e dificuldades. O empreendedor é aquela pessoa inovadora, capaz de correr riscos, que visualiza uma resposta diferente e integrada, onde os outros só conseguem ver entraves.

Nem todos nascemos empreendedores, mas o empreendedorismo também se trabalha. São diversos os programas dirigidos a potenciais empreendedoras/es, presenciais ou online, baseados na análise de casos concretos e com recursos a metodologias activas. São espaços de partilha e de reflexão sobre técnicas para estimular a criatividade, o empreendedorismo e a inovação.

O foco da próxima [Webtalk](#) é perceber qual o contributo dos Psicólogos em Pequenas Organizações, de que forma conquistam o seu lugar. Participe na sessão de dia 29 de Abril e descubra quais as melhores estratégias, como identificar novos projectos e novas oportunidades de emprego neste mundo em mudança e desenvolva o seu “*soft power*”!

Contribuir para melhorar a sua capacidade de projecção, a sua criatividade, a sua capacidade de inovação, de força, de influência. Na empregabilidade, o uso da capacidade de projecção quando bem estimulada, contribui para a construção de uma nova *persona*: renovada, singular, mais equilibrada e adaptada às exigências do mercado de trabalho. Este é um dos focos das nossas iniciativas de desenvolvimento de carreira! Contribuir para novas oportunidades de trabalho das/os psicólogas/os!

As/os psicólogas/os devem ser estimuladas/os a promover o **Empreendedorismo Responsável** (ER) de forma a adoptar atitudes que visem valores e preocupações socialmente responsáveis.

Seja em organizações de pequena ou de grande dimensão, é fundamental reunir conhecimento estratégico e competências práticas para empreender com responsabilidade social, na vertente ambiental, social e económica; e também na dimensão interna (melhoria de competências), na vertente externa (melhoria das relações com as partes interessadas).

E o nosso trabalho pode ser determinante este a nível:

- Para identificar tendências e orientar as organizações sobre princípios básicos de empreendedorismo e responsabilidade social, evidenciando as vantagens competitivas de trabalhar em ambientes criativos, que estimulem a inovação, a cooperação e o trabalho em rede;
- Para identificar os potenciais obstáculos às práticas empreendedoras nas organizações, colmatar a falta de conhecimentos práticos de pares, de colaboradores, de parceiros, através de iniciativas de sensibilização



ARTIGO POR  
VANDA VIEIRA



e (in)formação para o tema;

- Para activar e envolver todos com as questões das práticas empreendedoras alinhadas com os ODSs – Objectivos de Desenvolvimento Sustentável e a Estratégia Europeia, no âmbito do Pacto Ecológico Europeu, um roteiro que pretende tornar a economia da União Europeia sustentável.
- Para potenciar redes de profissionais/psicólogos/as que contribuam com medidas concretas para o roteiro europeu, apoiando a transformação dos desafios climáticos e ambientais em oportunidades para o trabalho dos psicólogos/as, nos mais diversos domínios de acção, desde a prevenção, à intervenção, à mitigação de riscos, à avaliação do impacto e sustentabilidade.

Para apoiar o conhecimento estratégico, a formação e o desenvolvimento pessoal e profissional dos psicólogos/as no que concerne às competências de empreendedorismo socialmente responsável.



## EMPREENDER: DA IDEIA À ACÇÃO!

*“Empreender não é ter uma empresa, é uma atitude”*

— Liliana Dias

O mercado de trabalho ao longo do tempo tem sofrido inúmeras alterações e actualmente muito se tem falado nesta necessidade de sermos empreendedores. Sendo cada vez mais evidente, a importância de sermos capazes de empreender ao longo da nossa carreira, mesmo que estejamos integrados numa organização.

Apesar de muito se ouvir falar de empreendedorismo, creio que há muitas ideias pré-concebidas acerca deste conceito e por isso mesmo começo este artigo por o enquadrar utilizando a definição da Liliana Dias, no decorrer da [WebTalk “Da Ideia à Acção: Dê vida ao seu projecto de Psicologia”](#). O empreendedorismo é a “competência de desenvolver e **gerir ideias, mobilizar e gerir recursos** não só referentes a iniciativas de criar e implementar novos negócios, mas também referentes a implementação de mudanças num serviço/produto/empresa já existente, com o objectivo de **gerar algum tipo de valor**, obter ganhos, acrescentar algo. Sendo assim necessário ter a disponibilidade de correr riscos, inovar, diferenciar-se dos outros e criar proposta de valor. É uma atitude!”.

Esta é de facto uma competência complexa que implica não só ter uma ideia que possa acrescentar valor, mas também ser capaz de movimentar os recursos que sejam necessários para implementar e fazer a gestão necessária, tendo sempre de lidar com a incerteza e ter a capacidade de encontrar soluções para os desafios que surgem.

Nesta mesma WebTalk, são ainda desmistificados alguns mitos acerca deste tema, existem na verdade várias ideias pré-concebidas sobre o empreendedorismo, que não passam de mitos. Por exemplo, a ideia de que empreender signifique necessariamente ter uma empresa, que para empreender seja necessário tornar-se empresário, ou que para empreender é necessário ter-se muito dinheiro.

Liliana Dias, destaca assim como competências-chave do empreendedorismo: a auto-confiança e a capacidade de assumir riscos, a iniciativa e a energia, o planeamento e a organização, a criatividade e a inovação, as relações interpessoais e a resistência à frustração.

E ao olhar para estas competências poderá ser relevante questionar quais são as que será necessário melhorar e, por outro lado, reflectir quais as competências que tem colocado em prática e que, nesse sentido, tem potenciado a sua atitude empreendedora. Ou seja, poderá já estar a empreender sem ter tido essa real noção. Tal como mencionado anteriormente, o empreendedorismo não é somente abrir uma empresa, são várias as formas de empreender, que dão vida a diferentes tipos de empreendedorismo: o empreendedorismo individual, o empreendedoris-



ARTIGO POR  
RITA TAVIRA SANTOS



mo cooperativo, o empreendedorismo em franquia, o empreendedorismo social, o empreendedorismo digital e o empreender dentro da própria entidade empregador.

Sendo que um processo de empreendedorismo passa pelas seguintes fases: Identificar e avaliar oportunidades, desenvolver um plano, determinar e captar recursos e gerir projecto. Estas não são fases estanques, é por isso necessário estar em constante avaliação e monitorização de modo a realizar os ajustes necessários. É de extrema importância cultivar a criatividade, ser curioso, estar atento às tendências e aprender com as experiências que vão surgindo.

Não há uma altura ideal, que seja possível sentir que já temos todos os conhecimentos necessários, as competências desenvolvidas e o plano “perfeito”. Por isso, e em jeito de provocação, questiono qual o projecto que não vai ser mais adiado?



## EMPREENDER COM (C)ALMA

“Empreendedorismo – refere-se ao conceito de **desenvolver e gerir uma ideia**, ao processo de iniciativa **de implementar um novo negócio ou uma mudança** num serviço/produto/empresa já existente” como nos partilha Ana Leonor Baptista, [no artigo dedicado a estudantes de Psicologia](#), mas tão actual e ajustado para todos os psicólogos e psicólogas ao longo do seu ciclo de vida, realçando ainda a importância da competência técnica, de negócio e de relação, como essenciais no acto de empreender.

No entanto, existem outros níveis/dimensões que nem sempre são falados ou tão falados nas abordagens a este tema.

Para viajarmos nestes níveis/dimensões, desafio-vos a olhar para o empreendedorismo como se de uma cebola se tratasse, conseguem visualizar a cebola, ou seja, o todo, como o conjunto de várias camadas, umas mais espessas outras que se assemelham a pequenos véus? É assim que olho para o empreendedorismo.

Pelo que dando continuidade à metáfora alimentar, é como se existissem vários ingredientes macro e por isso mais visíveis e por vezes até mais valorizados, no entanto, há todo um conjunto de micro-ingredientes, que nem sempre tão visíveis podem deitar por terra uma excelente ideia de negócio ou um projecto aparentemente exímio, a esse conjunto de ingredientes chamarei – ingredientes para **Empreender com Alma**.

Partilho alguns exemplos:

**A História**– todos os projectos/ideias têm a sua origem, a sua história. Deste modo a narrativa que construímos em torno da origem do projecto, é essencial ao estabelecimento de conexão com os outros (clientes, parceiros, financiadores, comunidade).

**Paixão**– como podemos esperar que alguém aprecie o nosso projecto e as suas potencialidades se não demonstramos paixão sobre o mesmo? A paixão que dedicamos e demonstramos sobre aquilo que fazemos e criamos tem de ser genuína e evidente, tanto na nossa linguagem verbal como não verbal. Esta capacidade de demonstrar entusiasmo, de acreditar, é um ingrediente importantíssimo, com capacidade de contagiar o meio envolvente.

**Razão**– por outro lado, a “paixão” tem de ser sempre balanceada com a “razão”. Quando criamos algo, quando damos vida a um projecto/iniciativa, criamos por vezes um vínculo emocional muito forte com o mesmo. Certamente já ouviram vários empreendedores a usar expressões semelhantes a “este projecto é quase como se fosse o meu segundo filho”. Quando a paixão não surge de forma equilibrada com a razão, podem surgir dificuldades em identificar as limitações do projecto, aspectos de



ARTIGO POR  
ANA SOFIA NOBRE



melhoria, assim como a aceitar outras visões e a equacionar novas soluções, toldando assim a capacidade de manter uma análise pragmática, que é essencial.

**Relação com os outros** – somos ser sociais, necessitamos de estabelecer ligações, no entanto, algumas formas de empreendedorismo podem ser vividas de forma muito solitária. É importante que possamos quebrar esta ideia “eu e o meu projecto”. Ganhamos todos em cooperar, em estarmos próximos dos pares, até por exemplo no estabelecimento de uma relação numa lógica de supervisão/mentoria. Ganhamos todos em ouvir várias vozes, em rodearmo-nos de diferentes visões e realidades.

Por último, gostaria de destacar o ingrediente “tempo” – ingrediente essencial para **Empreender com Calma**.

Como refere a colega Anita de Sousa [no seu artigo](#) “O tempo é, assim, um ingrediente *premium* para a promoção da inovação, que carece de uma análise constante – a falta de espaço/tempo impossibilita a criatividade – mas a falta de prazos também inibe pensamentos inovadores no trabalho”.

Para além do impacto da dimensão tempo no acto de empreender fundamentado na visão acima, para que haja uma fluidez do processo criativo e da construção constante do projecto ou desenvolvimento da ideia, empreender com calma, significa também que todos os projectos/ideias de negócio necessitam de tempo numa perspectiva mais macro. Ou seja, projectos e ideias com potencial, precisam do seu tempo de crescimento, de estabelecimento, precisam do seu caminho de tentativa e erro. Respeitar este ciclo de crescimento e desenvolvimento com foco, requer resiliência, nem sempre é fácil, mas é também um dos ingredientes mais importantes a considerar sobre o empreendedorismo.

Já dizia Pessoa... “Tudo vale a pena. Se a Alma não é pequena”.



## EMPREENDEDORISMO EM PSICOLOGIA (PARA ESTUDANTES) – DA ATITUDE À ACÇÃO

Empreendedorismo – refere-se ao conceito de **desenvolver e gerir uma ideia**, ao processo de iniciativa **de implementar um novo negócio ou uma mudança** num serviço/produto/empresa já existente. O objectivo é o **ganho** e subjacente está a **disponibilidade para correr riscos**. Associados a este conceito temos vários outros, como **inovação, diferenciação, proposta de valor** – faz sentido pensar em **acrescentar**, em **fazer diferente**, em **contribuir**, em criar novas respostas para necessidades emergentes.

Para se empreender em Psicologia, é necessário desenvolver algumas competências, sobre as quais podemos pensar em três eixos: as competências técnicas, as de negócio e as da relação.

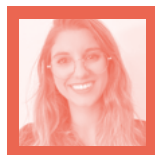
As **competências técnicas** dizem respeito ao conhecimento técnico-científico, ao domínio de ferramentas de diagnóstico e de intervenção, ao domínio de conceitos.

As **competências de negócio** remetem para a capacidade de planear um negócio, gerir projectos, pensar sobre o investimento financeiro associado à ideia que se quer desenvolver, o marketing.

Por fim, as **competências da relação** são importantíssimas – nomeadamente a capacidade de comunicação, de marketing pessoal (e profissional) e de networking. Empreender implica sermos capazes de nos desafiar, de transformar, de solucionar problemas, de correr riscos e de criar algo que – até ali – não existia.

Ou seja, em rigor, eu posso empreender de várias formas – criar o meu próprio negócio não é a única materialização de se ser empreendedor. **De facto, uma atitude empreendedora enquanto sou estudante, enquanto sou trabalhador por conta de outrem, uma atitude empreendedora noutras esferas da minha vida, pode ser uma atitude que me traz vantagem.** E interessa trazer esta compreensão à consciência pois a própria carreira não se constrói quando já se está em exercício profissional – a gestão da carreira começa cedo, enquanto estudantes. É ainda no meu percurso académico que eu vou trabalhar e investir nas competências e conhecimentos que possam ser úteis para o meu futuro percurso profissional. É ainda no meu percurso académico que eu poderei ter oportunidades para explorar e desenvolver o empreendedor que há em mim.

Mas afinal o que é isto de ter uma **atitude empreendedora**? Pode ser: ser persistente, saber analisar situações, estar disponível para aprender (e desaprender), ter boas capacidades de planeamento e de estabelecimento de objectivos (SMART), ser capaz de tomar decisões, ser capaz de estabelecer relações adequadas com os outros (networking), ser estratégico, ser capaz de aproveitar oportunidades, reenquadrar o insucesso, inovar...



ARTIGO POR  
ANA LEONOR BAPTISTA



E como é que cada um pode explorar e desenvolver estas competências (e, eventualmente, colocá-las à prova passando à acção)? Conforme supramencionado, faz todo o sentido que possamos estar atentos às oportunidades que surgem para não as deixar escapar.

A este propósito, aproveitamos para divulgar que a Ordem dos Psicólogos Portugueses tem, de momento, **duas iniciativas que pretendem trabalhar o empreendedorismo** – nas suas componentes atitudinal e comportamental, **ambas dirigidas a estudantes de Psicologia**.

A primeira é o **Prémio Inovação na Intervenção Psicológica e Summer Camp 2022**. Esta é uma iniciativa que pretende promover e premiar a inovação, o método, a criatividade e o rigor científico em projectos de Intervenção Psicológica. Em equipas de 3 elementos de estudantes (de 1º e/ou 2º ciclo de estudos de Psicologia, de Instituições de Ensino Superior Portuguesas), pretende-se que **apresentem um projecto que, reflectindo as necessidades e problemáticas decorrentes de um mundo em mudança permanente**, marcado por alterações drásticas nas formas de comunicar e de nos relacionarmos, **explorem novas formas de realizar intervenções psicológicas, propondo abordagens que respondam aos grandes desafios sociais de uma forma inovadora e custo-efectiva**, com foco para a prevenção e para a dimensão grupal e colectiva, adoptando instrumentos e recursos **inovadores** para **responder a novas necessidades** globais. As candidaturas são online e estarão abertas até 9 de junho – os 10 melhores projectos serão seleccionados para participar no **Summer Camp**, que irá decorrer a 27 e 28 de Setembro durante o Congresso OPP em Aveiro e consiste em 2 dias de actividades, com workshops, sessões de trabalho, talks inspiradoras, culminando com a apresentação dos projectos ao júri seguida da divulgação de resultados e entrega do Prémio.

Por outro lado, e pensando na componente mais atitudinal de se ser empreendedor, a Ordem está à procura de **Estudantes Embaixador@s OPP** – elementos que actuem **como elo de ligação entre a Ordem e as instituições de ensino superior**. Os/as Embaixador@s irão dar voz aos estudantes da sua faculdade, ouvindo as suas necessidades e trabalhando, juntamente com mentores OPP, na procura de soluções para as mesmas. As candidaturas estão abertas e são realizadas através de e-mail.





## FUGIR AO “MAIS DO MESMO”: SER MAIS EMPREENDEDOR ENQUANTO ESTUDANTE

Não é segredo, e foi inclusive devidamente explorado no 2º volume dos ebooks *PsiCarreiras*, o quão imprevisível, dinâmico e competitivo é o mundo em que vivemos hoje. Quem está prestes a abordar o mercado de trabalho ou quem começa a explorar o seu possível futuro compreende com relativa facilidade que não basta ter um curso de Psicologia e ter os conhecimentos técnicos e teóricos associados a um percurso de estudos que habilita para o exercício da profissão. **Fugir ao “mais do mesmo” é perceber que na unicidade e singularidade de cada percurso está o factor diferenciador que pode facilitar a inserção no mercado de trabalho.** Há muitas competências altamente valorizadas pelo mercado de trabalho (ver por exemplo este artigo e também [este](#)), mas hoje debruçamo-nos sobre as **competências empreendedoras**.

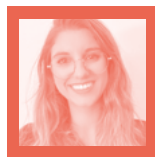
**Inovar, procurar novas soluções para problemas** (sejam estes problemas mais antigos ou mais recentes), **ser criativo**, integrar por exemplo a utilização de novas tecnologias com a Psicologia, a criação de novos serviços / produtos que respondam às necessidades emergentes da sociedade, são **competências-chave para a empregabilidade**. Ter um espírito empreendedor não é sinónimo de almejar criar um negócio ou uma empresa, falamos sim de **cultivar uma mentalidade atenta às oportunidades, focada nas soluções e resiliente face aos desafios**. Uma competência-chave desde 2020 tem sido a **adaptabilidade** – um profissional que se adapta (a diferentes contextos de trabalho, a viragens no panorama, a novos desafios) é um profissional mais apto e preparado para o mercado de trabalho do futuro. Não só a adaptabilidade, mas também a liderança, a gestão de pessoas e de projectos e a comunicação são competências e “saberes fazer” que, ligados ao empreendedorismo, são considerados cada vez mais relevantes pelos empregadores.

Como é que um estudante pode desenvolver competências empreendedoras durante o seu percurso académico? Partilhamos algumas ideias:

— Envolvimento num programa de **mentoria**: inscrever-se/integrar um destes programas como mentor de outros estudantes, auxiliando-os a gerir melhor o seu tempo, fornecendo dicas de estudo para a época de exames, etc.;

— Propor um **projecto de investigação inovador**: porque não aproveitar o momento da dissertação de mestrado para explorar “fora da caixa”, conduzindo um projecto de investigação sobre uma área ou um tópico emergente no âmbito da psicologia (e.g.: inteligência artificial na psicologia, o uso de realidade virtual no âmbito do acompanhamento psicológico, riscos psicossociais, psicologia e o ambiente)?;

— Criar um **blog/perfil numa rede social/podcast sobre Psicologia**: por exemplo, criar um ciclo de entrevistas com profissionais, discutir com outros estudantes sobre teorias da Psicologia, fazendo uso das redes e



ARTIGO POR  
ANA LEONOR BAPTISTA



canais de comunicação mencionados;

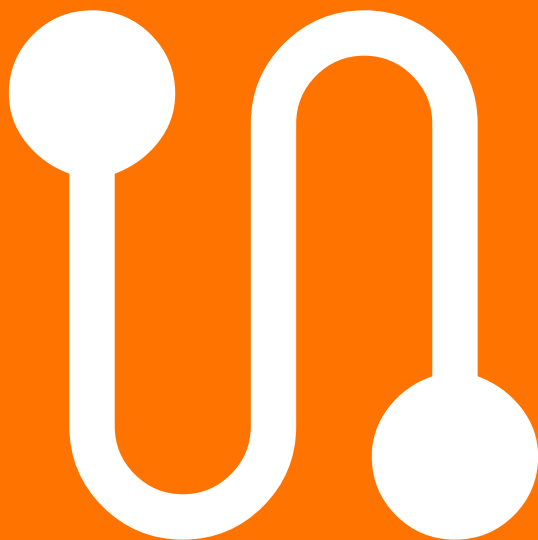
— Investir no **desenvolvimento pessoal e profissional contínuo**: fazer cursos, participar em eventos ou projectos que se alinhem com os interesses do estudante (mesmo que os mesmos não se circunscrevam, apenas, à Psicologia);

— Criar **algo novo**: pode ser um evento, pode ser um ciclo de workshops ou webinars, focado por exemplo numa área de Psicologia que seja do interesse do/a estudante. Podem ser estabelecidas parcerias com os núcleos/associações de estudantes ou com a própria instituição de ensino superior, de forma a colocar em prática o plano, o que simultaneamente apoia a criação de redes de contactos;

— Ponderar **candidatar-se para ser o/a próximo/a Estudante Embaixador@ OPP: em breve vamos divulgar a abertura das candidaturas para seleccionar a 2ª geração de Embaixador@s OPP!** Uma iniciativa que visa criar mais uma referência próxima e disponível para apoiar na mediação da comunicação entre a Ordem e os/as estudantes, facilitar a divulgação de iniciativas e informações relevantes sobre a profissão e o acesso à mesma, dar mais voz aos/às estudantes de Psicologia junto da OPP e promover mais conhecimento sobre a profissão. Muito em breve atualizaremos o nosso site e anunciaremos nas redes sociais a abertura de candidaturas, mas até lá ficamos disponíveis para qualquer dúvida através do endereço [academiaopp.embaixador@ordemdospsicologos.pt](mailto:academiaopp.embaixador@ordemdospsicologos.pt).

Em suma, a integração de competências de empreendedorismo no percurso de estudos potencia o desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas e prepara-as melhor para uma carreira em Psicologia, permitindo-lhes fugir do “mais do mesmo” e sair fora da caixa, assumindo a singularidade do seu percurso e aproximando cada um da sua proposta de valor.

# PARTE 2



CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO  
E PERCURSOS



## CRIATIVIDADE: UMA COMPETÊNCIA-CHAVE

A crise pandémica em que actualmente vivemos tem mudado de forma profunda o modo como nos relacionamos, como convivemos e as nossas rotinas nas mais variadas áreas das nossas vidas. **À boleia desta pandemia, mergulhámos de forma rápida, num processo urgente de mudança, levando-nos a fazer um caminho, enquanto pessoas/ Psicólogos/as em contra-relógio, num contexto de proximidade distante, em direcção a um futuro também ele pouco previsível.**

**A certeza da incerteza cria-nos uma necessidade de nos adaptarmos rapidamente** a novas formas de trabalho, olhar de frente para novos problemas complexos, estar aberto e contribuir para novas soluções. Partir dos nossos conhecimentos e da evidência científica, das nossas experiências já existentes e encontrar novas formas de intervenção psicológica em diferentes contextos, contornando os obstáculos criados pela COVID-19.

Nesta realidade, torna-se essencial dar destaque ao equilíbrio entre as *hard-skills* (competências técnicas) e as *soft-skills* (competências de relação e interacção baseadas na inteligência emocional, que se desenvolvem ao longo das nossas vidas, nos mais variadíssimos contextos).

De acordo com o Fórum Económico Mundial, o “Top 10” das competências mais valorizadas no mercado de trabalho em 2020 são: 1) Resolução de Problemas Complexos; 2) Pensamento crítico; 3) Criatividade; 4) Gestão de pessoas; 5) Capacidade de coordenar-se com os outros; 6) Inteligência emocional; 7) Tomada de decisão e discernimento; 8) Orientação para o serviço; 9) Negociação; 10) Flexibilidade cognitiva.

Esta projecção, muito embora realizada num período em que no nosso vocabulário não constava a palavra COVID-19, à luz dos nossos dias continua a fazer todo ou mais sentido. Quando comparado com a listagem de competências mais valorizadas pelo mercado de trabalho em 2015, **a alteração mais evidente, e que gostaria de destacar, prende-se com a valorização da Criatividade**, que ocupava em 2015 a 10ª posição e que **em 2020 é considerada como uma das competências mais importantes para o mercado de trabalho.**

Esta “subida” remete-me para uma questão: Qual o papel da criatividade e a importância da mesma no desempenho das nossas funções enquanto Psicólogos/as?

Sabemos que a criatividade não é do domínio específico das profissões artísticas e que não é uma competência exclusiva a génios como o Einstein ou o Leonardo Da Vinci, resulta da necessidade de novas formas de ser e agir, logo trata-se de uma competência transversal a todos nós.

**O desenvolvimento da criatividade está relacionado com várias dimen-**



ARTIGO POR  
ANA SOFIA NOBRE



**sões.** Como o **contexto**, com aspectos relacionados com a **personalidade**, como por exemplo, vontade para ultrapassar obstáculos, assumir riscos de forma sensata, tolerar ambiguidades. Com **competências cognitivas**, por exemplo, a flexibilidade, a imaginação e a visualização. Envolve também a capacidade de ver os problemas de novas formas, afastando-se dos constrangimentos de um pensamento convencional.

Na hora de resolver problemas, é através do **pensamento criativo** que identificamos na nossa prática diferentes caminhos, diferentes soluções, **o que nos permite enquanto Psicólogos/as, em momentos de crise, como a que vivemos, trazer alternativas singulares para a nossa prática profissional.**

Todos/as os/as Psicólogos/as, sem excepção têm, na sua prática, utilizado as limitações com as quais se têm confrontado como ponto de partida para a criatividade e é através deste esforço colectivo que surgem grande soluções para grandes problemas, permitindo que a Psicologia continue a assumir o seu papel na promoção, manutenção de saúde e desenvolvimento positivo dos cidadãos.



## A ARTE DE INOVAR: COMO TRANSFORMAR IDEIAS EM REALIDADE

Onde nascem as nossas ideias mais brilhantes?

Foi com esta pergunta que dei início ao segundo dia do Prémio Inovação na Intervenção Psicológica – Innovation Hub, uma iniciativa OPP que premiou a inovação e a criatividade. Sob os olhares atentos de uma plateia de estudantes de Psicologia, comprometi-me a, no final do discurso, partilhar um modelo personalizado de ‘ideias inovadoras’ a cada um dos presentes.

Ao pensar na questão inicial, apercebi-me que muitas vezes esperamos por um momento iluminação súbita, um ‘*Eureka!*’ epifânico, que reduza a criatividade a algo simples. A realidade é, no entanto, diferente: o processo criativo é feito de idas e vindas, de um ziguezaguear de pensamentos onde as ideias crescem devagar.

Inovar em psicologia requer, antes de mais, perceber duas partes: (1) a interna, que somos nós — o que imaginamos, o que sabemos, como agimos; e (2) a externa, que é o mundo em que vivemos — o nosso ambiente, os recursos que dispomos e a cultura em que nos inserimos. Assim como apresentei naquela meia hora da passada sexta-feira, partilho hoje esses seis pontos para estimular a inovação:

### 1. Desafiar o convencional e combinar ideias.

A imaginação é o ponto de partida para a inovação; leva-nos a ver para além do que está à vista, a questionar as verdades que nos são servidas como inquestionáveis. No que imaginamos, há uma força capaz de transformar o mundo — não como ele é, mas como pode vir a ser. Incentivar a imaginação é cultivar uma mentalidade onde o ‘impossível’ é simplesmente algo que ainda não foi feito.

### 2. Utilizar o conhecimento para alavancar inovações.

O conhecimento é a base das ideias que nos levam adiante. Não basta imaginar; é necessário ter uma compreensão aprofundada do que queremos inovar. Há várias formas de criar saber: pode vir de fontes tradicionais, como as universidades, ou de fontes menos óbvias, como prestar atenção ao que nos rodeia. Acontece que, não raras vezes, falhamos em prestar atenção e, por isso, perdemos oportunidades de identificar problemas e soluções que estão mesmo debaixo dos nossos olhos.

### 3. Adoptar uma mentalidade aberta e orientada para a solução.

Por mais ricos que sejamos em imaginação e conhecimento, sem a atitude correcta, a inovação manter-se-á adormecida. Geralmente, quando confrontados com um desafio, comportamo-nos como se estivéssemos a resolver um *puzzle*, empenhados em encontrar o lugar para cada peça.



ARTIGO POR  
RODRIGO DUMAS DINIZ



Na vida, porém, se nos faltar uma peça, o puzzle fica incompleto. Os verdadeiros inovadores agem como se fossem artistas plásticos (como o Bordalo II, por exemplo): olham para tudo o que os rodeia e utilizam esses recursos. Vêem em cada problema um convite à solução. A inovação nasce desse ciclo de experimentar, falhar, aprender e, acima de tudo, persistir.

#### **4. Criar ambientes que inspiram a inovação.**

Chegados à parte exterior do nosso modelo, deparamo-nos com outra realidade: pessoas que, por não estarem num ambiente que estimule a inovação, não conseguem alcançar o seu potencial criativo. Pensemos, por exemplo, nos jardins-de-infância, com as suas cores vivas e brinquedos espalhados; um ambiente onde a imaginação não conhece limites. Transportemos agora essa imagem para as salas de aula tradicionais e para muitos escritórios típicos; Filas de mesas e cadeiras, onde a interação é vista como distração. Esta mudança de ambiente tem um efeito real na forma como pensamos e criamos. Os ambientes transmitem uma mensagem sobre o nosso papel; como nos devemos comportar.

#### **5. Mobilizar recursos para concretizar ideias.**

Os recursos são como os ingredientes de um prato – sem eles, não é possível fazer milagres na cozinha. Tentar inovar sem recursos é como tentar fazer ‘omeletes sem ovos’. Irá sempre faltar alguma coisa para cozinhar, por isso, a melhor opção é utilizar os recursos que temos. Um dos melhores recursos intangíveis são os recursos humanos. Veja-se o caso da criação da Internet, fruto da combinação sinérgica de conhecimentos e pessoas de diferentes áreas. A inovação surge da capacidade de usar recursos limitados de maneiras extraordinárias.

#### **6. Cultivar uma cultura que veja o fracasso como aprendizagem.**

A cultura tem influência na forma como as ideias são recebidas, como o risco é percebido e como lidamos com o fracasso. Uma cultura que valoriza a inovação não tem medo de falhar. O fracasso é visto como um passo no caminho da aprendizagem. Por outro lado, uma cultura que castiga o fracasso e se agarra à “forma como sempre foi feito”, sufoca a inovação. A mudança começa em pequena escala – nos nossos grupos de trabalho, nas equipas e até em nós próprios. É com pequenos passos que se cultivam as grandes transformações.

A inovação é nada mais nada menos do que a união entre aquilo que trazemos connosco e o que recebemos do mundo. As ideias nascem de nós, mas são modeladas e alimentadas pelos contextos que nos rodeiam. Quando estes seis pontos se juntam, formam um ecossistema propício à inovação, onde que ideias podem surgir e crescer. A melhor parte é que podemos começar por qualquer ponto, seja reforçando a nossa base de conhecimento ou partindo de uma paixão para resolver um problema. O importante é lembrar que a inovação é um processo, não um destino. E a capacidade de dar vida à inovação reside em cada um de nós.



## “MADE IN PORTUGAL” – VAMOS PENSAR SOBRE INOVAÇÃO?

*“A inovação consiste em ver o que todos viram e em pensar no que ninguém pensou”*

— Albert Szent-Györgyi

Os dados mais recentes mostram que Portugal é o 12º país mais inovador na UE27. A inovação tem sido um dos elementos que tem contribuído para posicionar Portugal a nível internacional. Em consequência, segundo o *European Innovation Scoreboard*, desde 2016 Portugal foi o quarto país da União Europeia com um maior desenvolvimento ao nível da inovação, sendo agora considerado um país “fortemente inovador”. Decorrente do processo de globalização e das crescentes dinâmicas de concorrência internacional, a economia portuguesa tem enfrentado diversos desafios e consideráveis transformações estruturais impostas pela abertura a novos mercados, pela alteração dos padrões de consumo, e pelo processo de transformação digital e ambiental.

O conceito de inovação segundo *O Manual de Oslo* é (p.22):

“... um processo ou produto novo ou melhorado (ou a combinação dos dois) que diferem das suas versões anteriores e que tenham sido disponibilizados a potenciais utilizadores (produto) ou trazidos para dentro da unidade (processo).” Isto é, a inovação refere-se a algo para além de uma nova ideia ou uma invenção – traduz-se em actividades dinâmicas, que ocorrem em todos os sectores de uma economia. Falamos de empresas e inúmeros perfis de indivíduos que dão o seu contributo. São as pessoas que geralmente promovem as alterações a produtos e processos, recolha e distribuição de novos conhecimentos.

Podemos também pensar, que a inovação se baseia num equilíbrio entre segurança e liberdade – num espaço para a autonomia e pensamentos criativos. Um ambiente seguro, para a (co)criação, como se fosse a configuração das nossas próprias soluções desejadas, como um usado *cappuccino* de soja, com notas de canela, chocolate e, quem sabe, caramelo salgado. Ou seja, actualmente uma abordagem com “tamanho único” torna-se desactualizada. Falamos sim, de flexibilidade, de adaptação a necessidades individuais, de horários flexíveis, de oportunidades de trabalhar fora do escritório, mas também de “permanência no trabalho” – isto é, poder expressar livremente o seu estilo de trabalho, de apresentação, de hábitos, de formas de pensamento. Promovendo uma crescente harmonização do trabalho e tempo livre.

**O tempo é, assim, um ingrediente *premium* para a promoção da inovação, que carece de uma análise constante – a falta de espaço/tempo impossibilita a criatividade – mas a falta de prazos também inibe pensamentos inovadores no trabalho. Simultaneamente, o trabalho em equipa também promove o pensamento criativo. Onde todos os elementos têm um papel activo e significativo, funcionando**



ARTIGO POR  
ANITA DIAS DE SOUSA





**em mutualidade. Não só os génios têm ideias inovadoras, nem estas caem do céu – (co)construem-se!** Com muito empenho e flexibilidade. Uma cultura de trabalho criativa e inovadora, não requer necessariamente gerentes de inovação, mas simplesmente uma cultura corporativa com certa liberdade. Colaboradores altamente motivados, criativos e inovadores que descobrem pontos cegos, trazem uma lufada de ar fresco para estruturas incrustadas e resolvem problemas. Porque não transformar os colaboradores existentes em impulsionadores da inovação e torná-los ainda mais felizes? Mais liberdade e responsabilidade pessoal, que anda de mãos dadas com muita confiança por parte do empregador, que num cenário de sucesso também se traduz numa grande percentagem de satisfação global.

**A cultura de inovação é também uma cultura de erro, elemento saudável e essencial para beneficiar dela a longo prazo.** Onde se trabalha em conjunto e naturalmente, ideias sobre problemas que antes tínhamos dificuldade em resolver vão nascendo. Assim, um ambiente dinâmico e a capacidade de inovação de uma empresa são factores-chave que fortalecem significativamente o sucesso económico e, portanto, a sobrevivência sustentável de uma empresa. A propósito, um dos conceitos de inovação mais conhecidos é o conceito dos “20% de tempo”. Introduzido pela Google, para incentivar os colaboradores a dedicar 20% do seu tempo (neste caso, um dia por semana), a ideias inovadoras. Produtos de sucesso, como o *Google Maps*, o *Gmail* ou o *AdSense* foram criados neste contexto. Só porque vários colaboradores tiveram uma pequena ideia e o espaço para implementá-la.

**Ambientes promotores de inovação são maravilhosos, são espaços de crescimento, de evolução!** Dessa forma convidamo-lo a conhecer a iniciativa da Ordem dos Psicólogos Portugueses, actualmente na sua 5ª edição – [O Prémio Inovação na Intervenção Psicológica](#), destinado a estudantes de Psicologia em Portugal (1.º e 2.º ciclos). Onde o objectivo é promover e premiar a inovação, o método, a criatividade e o rigor científico em projectos de Intervenção Psicológica. Onde são construídas soluções através da ciência psicológica para problemas dos indivíduos, sistemas ou comunidades, relacionados com os principais desafios sociais que enfrentamos, enquanto sociedade.

Esperamos que este artigo vos tenha inspirado tanto, quanto a nós!



## QUANDO A PSICOLOGIA ENCONTRA O EMPREENDEDORISMO

*“Se tentou e falhou, parabéns. Tem gente que nem tenta”*

**Quem nunca teve uma ideia brilhante, daquelas que parecem destinadas ao sucesso, mas que, por um motivo ou outro, acabam por nunca se concretizar?**

O empreendedorismo está cheio de desafios e a minha experiência na criação de uma *startup* na área da psicologia não foi excepção. Neste relato, partilho as lições que aprendi ao aliar a psicologia ao empreendedorismo e o valor subjectivo das boas ideias. Não pretendo lamentar as razões que fizeram de mim um mau empreendedor, mas sim mostrar como esses contratempus me ajudaram a crescer na carreira.

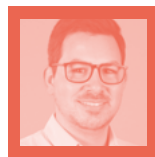
Desde que me lembro, sempre me interessei por explorar novas ideias. Enquanto estudante de Psicologia, idealizava projectos, não movido pela ilusão de ser o próximo Steve Jobs, mas pelo processo criativo que envolvia. Foi durante a minha formação inicial de Psicólogo Júnior que aproveitei a oportunidade de combinar os meus conhecimentos em psicologia com um antigo interesse pela tecnologia. Assim nascia a Tangoo — uma start-up que reunia cinco psicólogos, em início de carreira.

Ter a ideia foi, talvez, a parte mais simples de toda a história; mas à medida que essa ideia ganhava forma, desafios como a falta de financiamento, de conhecimentos ou experiência necessários em matéria de gestão de projectos surgiam. Embora a *start-up* tivesse um conceito convincente, não escapava a um problema comum a muitos empreendedores: a dificuldade em prever quando se tornaria ou não rentável. A equipa original, até então entusiasmada com o módulo de empreendedorismo da formação, acabaria por se dissipar.

Alguns meses mais tarde, descobri uma incubadora de start-ups em Lisboa, uma réstia de esperança que me levaria a formar uma nova equipa com talentos diversos: Marta, uma gestora de projectos; Edgar, um programador experiente; e Luís, um criativo do marketing. O desafio consistia em dar vida à visão adormecida da Tangoo; mas, infelizmente, à medida que a necessidade de capital financeiro se tornava mais urgente para avançar, a motivação do grupo ia enfraquecendo. Com o tempo, outras responsabilidades da vida, insistentes e implacáveis, foram afastando cada membro da equipa, um a um.

Persisti na criação da Tangoo, mesmo equilibrando-a com outros compromissos profissionais enquanto psicólogo. Após quase dois anos em tentativa e erro, decidi avançar com o que tinha, adoptando a estratégia de procurar as peças em falta ao longo do caminho. Apesar do esforço, a ideia projectada em meados de 2019 nunca chegaria a ver a luz do dia.

Não tardou muito até ser eu a enfrentar uma escolha difícil: continuar



ARTIGO POR  
RODRIGO DUMAS DINIZ



com um projecto que se recusava a avançar ou dar luz verde a novas oportunidades profissionais que me oferecessem mais segurança e certezas. Optei pela última opção e, embora a *start-up* nunca tenha alcançado o sucesso esperado, aprendi algumas lições que aqui partilho:

**(1) Uma ideia brilhante**, não importa quão promissora ou inovadora, será apenas um rascunho até que seja colocada em prática.

**(2) Ter motivação** é um combustível essencial para arrancar qualquer projecto; mas será a persistência que vai ditar o verdadeiro sucesso e crescimento ao longo do caminho.

**(3) O empreendedorismo** é um processo que envolve sinergia e cooperação entre diferentes profissionais e talentos; ninguém atinge o sucesso de forma isolada.

**(4) Empreender** é abraçar o risco e a incerteza, compreendendo que o fracasso é um degrau importante na escada da aprendizagem.

**(5) Ser humano** implica falhar de vez em quando, mas a maior falha está na incapacidade em extrair lições valiosas dos erros cometidos.

No rescaldo do desaparecimento prematuro da Tangoo, vem-me à memória uma simples frase que uma colega me disse e que haveria de me ajudar repetidamente em contexto profissional: “o óptimo é inimigo do bom”.

A mensagem desta história sem final feliz é o testemunho de que, **mesmo no meio do fracasso, somos capazes de encontrar uma fonte inesgotável de crescimento. Como a citação nos lembra, há gente que nem tenta.**



## ERA UMA VEZ... O PODER DOS TESTEMUNHOS DE PERCURSOS DE VIDA, NA GESTÃO DA NOSSA CARREIRA

Se és, tal como eu, adepto/a da leitura, deixo a seguinte questão:

Por quantos “mundos” já viajaste, quando te encontras sentado/a a ler um livro?

A leitura tem este poder, de nos permitir viajar por mundos que não conhecemos, por realidades que nunca equacionámos. Com recurso à nossa imaginação, e com base na descrição do autor, a nossa cabeça dá cor e vida a cenários, a personagens, a vidas, sem que existam limites, nesta relação de construção.

E os ganhos destes momentos são imensos, mas começemos pela premissa mais básica- sempre que saímos do “nosso mundo” e entramos, ou cruzamo-nos com “outros mundos”, saímos transformados.

Assim acontece também na construção da nossa carreira, ao longo do nosso percurso profissional, a sua construção beneficia do cruzamento do “nosso mundo”, com “outros mundos” e este cruzamento permite que os indivíduos realizem novas aprendizagens e desenvolvam competências, sobre si e sobre o mundo, auxiliando-os na adaptação a transições de carreira importantes, tal como tem sido reforçado por vários investigadores que se têm centrado no estudo da exploração vocacional, como estádio do desenvolvimento que ocorre ao longo de todo o ciclo de vida.

Este explorar contínuo, à medida que vamos construindo o nosso percurso profissional, aumenta o nosso campo de visão acerca das oportunidades que estão ao nosso redor e simultaneamente prepara-nos, dá-nos um sentimento de controlo interno sobre a nossa carreira, reforça positivamente a nossa auto-estima. É como se espreitássemos sobre o muro, para o quintal do nosso vizinho, onde decorre uma festa fantástica, cheia de animação e galhofa e desejássemos estar numa realidade similar. Então, nada melhor do que, perceber junto dele, os passos que deu previamente para preparar a sua festa, certamente que com essa informação, será mais fácil organizar um momento próximo daquele que assistimos.

Por isso, devemos espreitar sobre o muro, para conhecer a carreira de outros colegas psicólogos, esta abordagem prepara-nos, como se nos dissesse ao ouvido, olha com atenção para os caminhos já percorridos, com conhecimento, tu também podes planear de forma bem-sucedida, situações futuras.

Na webtalk “Navegar os mares do empreendedorismo social – desenvolvimento e gestão de projectos” dinamizada por João Esteves, temos a oportunidade de explorar, através da partilha do dinamizador, o seu percurso profissional, a transição no ensino superior para o mercado de trabalho, a gestão de expectativas associada a esta fase de transição, o aparecimento de oportunidades e a validação de que cada oportunidade



ARTIGO POR  
ANA SOFIA NOBRE



permite, mesmo que mais distante do projecto concebido inicialmente (que para o João passava pela prática clínica, aprender e descobrir “nóvos mundos”.

Claro que o sucesso no nosso percurso profissional, não depende exclusivamente do conhecimento sobre outras trajectórias de carreira, este conhecimento dá-nos um maior controlo, mas sabemos que existem imensas variáveis sobre as quais não conseguimos exercer controlo, mas o que é certo é que seguimos assim mais preparados.

Em suma, imaginemos que é meu desejo enquanto psicóloga criar um projecto próprio, empreender, quais as mais valias de conhecer trajectórias de carreira que possam ser próximas do caminho que pretendo fazer?

Permite conhecer o modo como alguém alavancou determinado projecto, facilidades, dificuldades necessidades de apoio, etc.

Antever barreiras e previamente, equacionar alternativas;

Compreender quais as competências que já tenho desenvolvidas e que poderão ser transferíveis para esta nova fase de carreira;

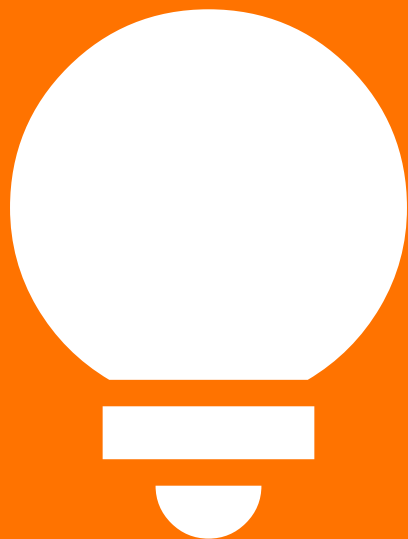
Equacionar, quais as competências que devo reforçar para esta nova fase de carreira;

Aprender, com os erros dos outros;

Estabelecer relações próximas, com quem tem objectivos de carreira similares aos meus, importante para o estabelecimento de sinergias, mas simultaneamente para que o acto de empreender por conta própria seja partilhado e menos solitário.

Estes são apenas alguns exemplos. Que outras vantagens considera que possa ter, o conhecimento de percursos de vida?

# PARTE 3



## IMPLEMENTAÇÃO DE IDEIAS: COLOCAR NA PRÁTICA



## COMO CHEGAR A DIFERENTES PÚBLICOS?

Quantas vezes já tivemos uma ideia? E quantas vezes já a deixamos de lado? Ou quantas vezes pensamos que seria uma grande ideia, mas quando a desdobramos percebemos que afinal não tinha viabilidade?

Estas são questões que surgem também, associadas à nossa realidade diária. E por ser um tema recorrente na minha vida pego nele como exemplo, quantas vezes já idealizámos uma viagem fantástica, no entanto, não a realizamos porque nos faltaram recursos. Podemos pegar nesta ideia, e transportá-la para a nossa realidade profissional, não basta ter uma excelente ideia, é preciso analisar as várias vertentes – há conhecimento suficiente para a implementar? Há os recursos necessários? É possível estabelecer parcerias que possam apoiar nesta construção? O que será necessário para transformar esta ideia em algo real e sustentável?

É de facto necessário percorrer várias etapas para que haja viabilidade na implementação de um projecto. Para quem tenha interesse em explorar este tema, sugiro que assistam à webTalk “Potenciar o meu Negócio: Como Chegar a Diferentes Públicos?”, dinamizada por Teresa Rebelo Pinto. Na sua partilha identifica as seguintes estratégias/passos a ter em consideração para alavancar projectos de empreendedorismo:

### - Defina o público-alvo

Para ser possível chegar de forma eficaz a diferentes públicos, é necessário ter os **objectivos claramente definidos**. E estes objectivos não se definem pela quantidade, mas pela sua clareza e simplicidade.

Definidos os objectivos, segue-se a **definição do público-alvo**. Deverá ter em consideração, quais são os seus principais interesses; aliar os interesses às competências; seleccionar as parcerias que ajudem a intervir nessa área/população específica; procurar os recursos necessários e responder a uma necessidade real. Estes são aspectos que irão facilitar a chegada de forma eficaz a um determinado público.

### - Conheça os destinatários

Se por um lado, a aprendizagem contínua é fundamental para o sucesso dos projectos em Psicologia. Por outro lado, é muito importante **investir tempo em conhecer as pessoas** ao redor, que estejam de alguma forma envolvidas ou a participar nos próprios projectos. É necessário aliar a parte formativa, à prática e compreender/adaptar ao que o terreno necessita, utilizando os conhecimentos que vêm da teoria.

### - Desenvolva uma Atitude relacional e interactiva

Adoptar uma postura de **comunicação mais relacional**, é na óptica da



ARTIGO POR  
RITA TAVIRA SANTOS



Teresa um aspecto-chave para que a comunicação seja genericamente mais eficaz: empatia; escuta activa; preocupação com a parte não verbal mais do que com a comunicação verbal; ter atenção os *timings*; atitude honesta e de clareza; respeito pelos outros, questões éticas e de confidencialidade; questionar mais e interpretar menos, ou seja estar atento. Quanto se trata de adequar estes aspectos-chave a diferentes públicos, torna-se fundamental: conhecer bem público; adequar a linguagem; integrar o contexto sociocultural; ouvir e observar; adoptar uma abordagem interactiva e participativa; promover inclusão, sensibilidade e identificação.

De destacar que nem sempre o mesmo produto/serviço serve exactamente igual consoante o público, embora possa ser o mesmo, é necessário estar atento a possíveis ajustes que possam ser necessários.

#### - Identifique necessidades reais

Para que seja possível a **definição de necessidades reais**, é importante que antes de mais se faça uma reflexão das seguintes questões: “O que quero fazer?”, “Que tipo de intervenção/serviços quero vender?”

E depois é fulcral ouvir o mercado, estudar as possibilidades de sucesso, pois a ideia pode ser muito boa mas nem sempre corresponde, ou não existem os recursos necessários ou não é o timing adequado. É fundamental procurar parcerias de forma estratégica para aplicar de forma mais eficaz os objectivos.

#### - Estabeleça Parcerias

Para **definir as parcerias** pode começar-se pela resposta às seguintes questões: “Quem é que me acrescenta valor?”, “Quem trabalha de forma compatível com a minha?”. É importante que haja coerências e consistência e que as parcerias reflectam a identidade que se definiu para o projecto.

Ao nível das parcerias, a Teresa destaca por diversas vezes a importância do trabalho em equipa. O trabalho em equipa permite promover melhores resultados, melhor satisfação, uma atitude mais preventiva, a identificação precoce de questões que podem requerer intervenção e intervir a diferentes níveis. Além do retorno mais pessoal, pela possibilidade de se aprender muito quando se trabalha com outros.

#### - Não perca a identidade

É ainda necessário **definir qual é a identidade** e que tudo o que se desenvolve reforce essa identidade, sendo esta uma construção contínua e por isso é necessário que haja uma reavaliação e ajuste constante.

É através desta identidade que é possível o reconhecimento por parte dos pares e dos que procuram o projecto, porque será único e diferenciador, e isso permite que se distinga no seu âmbito de intervenção.

Destaco, por fim, duas ideias desta WebTalk, a importância de não se baixar o rigor das intervenções, independentemente da credibilidade que





### PARTE 3 IMPLEMENTAÇÃO DE IDEIAS: COLOCAR NA PRÁTICA

o negócio ou projecto poderá ter atingido. E a importância de existirem pessoas/equipas que ajudem a suportar e a fazer crescer. Como referiu a Teresa “ter pessoas à minha volta que são melhores do que eu nas suas áreas”!

---

Poderá visualizar a webtalk [“Potenciar o seu negócio, como chegar a diferentes públicos”](#)

VOLTAR AO ÍNDICE



## NÃO SEI SE EMPREENDER ESTÁ NOS MEUS PLANOS – NA DÚVIDA, PLANEIO.

*“Esta é uma dúvida [...] que acabamos todos por ter um pouco: Será que eu sou capaz de [...] desenvolver o meu projecto? Será que eu sou empreendedor?”*

— Marcos Christi Fernandes

Ter uma atitude empreendedora é algo que nos ajuda, mesmo que a nossa intenção possa não passar por abrir um negócio próprio. Desenvolvermos conhecimentos e competências relacionados com o empreendedorismo pode facilitar a criação de novos projectos dentro no nosso local de trabalho, apoiar-nos a organização de ideias com vista a criarmos um projecto paralelo ao nosso emprego, ou contribuir para que possamos ir preparando um objectivo de carreira mais ambicioso e ancorado no futuro.

Uma das dificuldades frequentemente relatadas por colegas de Psicologia é a passagem de uma ideia a acções concretas (por exemplo, *acho que o serviço de Psicologia XPTO faz falta na localidade H, creio que tenho meios para o concretizar, mas... fico-me por aí*). Outra é, tendo-se passado à concretização de algumas acções, compreender-se a falta que fez ter um plano global (por exemplo, *alugámos um espaço para dar consultas, divulgámos com flyers e criámos uma página de instagram, mas não temos carteira de clientes e o projecto revelou-se inviável*).

Ter um plano, passar das ideias e intenções à concretização escrita das mesmas é um passo muito importante. Especialmente porque, no processo de o fazer, surgem mais questões que nos impulsionam em direcção a um plano mais robusto.

Na [Masterclass PsiCarreiras #3 “Autoconhecimento e Projectos Profissionais: Modelo Canvas para Psicólogos/as”](#), dinamizada pelo colega [Marcos Christi Fernandes](#), podemos familiarizar-nos com o modelo canvas, um modelo de negócios que, pela sua simplicidade e por já ter sido tão usado (e melhorado ao longo do tempo), se revela bastante útil e fácil de apoiar a reflexão e planeamento em torno de uma ideia.

Podemos até sentir que algo que nos impede, por vezes, de avançar com o planeamento em torno de um serviço/projecto. Pode haver várias razões para tal; por exemplo, não estamos, a maioria de nós, “programados” para adoptar esta postura empreendedora – podemos não ter tido formação suficiente para tal, ter um estereótipo da nossa própria profissão que é incompatível com este papel, ou crenças pessoais de que não somos capazes de o fazer.

Para mim, **a grande mais-valia de assistir a esta masterclass é acompanhar um caso prático, em que se compreende o modo como se preenche o modelo de negócios CANVAS e, conseqüentemente, como se estrutura um projecto, de forma alicerçada num exemplo que nos**



ARTIGO POR  
JOANA ALMEIDA MONTEIRO



**ajuda a passar do teórico à prática.** Deste modo, conseguimos perceber o quão exigente pode ser planificar com rigor e verdadeira preparação um projecto, mas também ajuda a compreender como, com preparação, tal pode ser alcançável. Em suma, **empreender exige preparação, mas é possível.**

Ao longo da masterclass, além da inspiração e conhecimento que vem de se acompanhar o caso prático (neste caso, uma psicóloga que pretende abrir um consultório com consulta de neuropsicologia) e, pelo exemplo, se perceber como se preenche o modelo canvas (e, com isso, ter um projecto delineado). Além disso, o dinamizador deixa várias sugestões de fontes de informação (ex., IAPMEI – Instituto de Apoio a Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento), de ferramentas práticas (ex., Análise PESTLE) e de modelos teóricos de enquadramento da reflexão que “alimenta” os vários pontos em que é preciso pensar.

No fundo, se para definir um qualquer projecto/serviço de Psicologia precisa de definir a sua proposta de valor, caracterizar os seus clientes, explorar como vai comunicar os seus serviços, pensar sobre a sua estrutura de custos e fontes de rendimento, esta masterclass é um bom ponto de partida para esse plano.



## SONHA “TER O SEU PRÓPRIO CONSULTÓRIO/NEGÓCIO” DE PSICOLOGIA? LEIA ISTO.

*“Primeiro Sonhamos, a Oportunidade nós Criamos”*

– Júlia Vinhas

Projectarmo-nos no futuro é saudável e desejável no âmbito do *design* de carreira – é por isso que, para um/a Psicólogo/a, é natural e frequente que o imaginar de um dos “futuros self” possa ter uma faceta mais empreendedora e ter um espaço/negócio próprio, no âmbito da Psicologia.

Não sendo nada que não possa ser alcançado pela maioria de nós, a realidade é que, de certo modo, podemos olhar para essa ambição como correr uma maratona. É irreal pensar que uma criança, mesmo que já saiba correr, possa correr uma maratona. Mas não é descabido pensar que um dia o possa fazer, se quiser. A questão é que existe um conjunto de “tarefas” a concretizar até esse ponto, sendo que algumas requerem, até, a maturidade de um conjunto de competências. E, fazendo o paralelismo com essa metáfora, é semelhante ao que acontecerá com o “sonho de abrir o meu espaço/negócio” desde o início da carreira em Psicologia.

Tal como para correr uma maratona, é necessário não “queimar etapas”, ou seja, será importante construir a carreira ao longo de algum tempo, com passos necessários e/ou sequenciais, que nos vão preparando (a vários níveis) para chegarmos a um ponto em que estamos preparados.

Na [WebTalk PsiCarreiras nº 38 “Da Ideia à Realidade em Psicologia: Como Criar um Espaço Próprio?”](#), a colega Júlia Vinhas, falando do seu próprio concretizar de sonho (abriu a sua própria clínica de Psicologia após 25 anos de carreira), partilha um conjunto de “requisitos” que, somados, acabam por constituir a realização de algo que um dia idealizou.

Inspirada por essa partilha, resumiria nos seguintes pontos algumas reflexões, associadas a passos sequenciais e necessários para (eventualmente) se alcançar o pretendido:

**Vá com calma e tenha paciência.** Sendo frequente e natural que se possa, logo desde o início da carreira, sonhar “mais alto”, é também natural e desejável que haja um conjunto de tarefas importantes a cumprir até chegarmos onde idealizamos. Alcançar o estado óptimo para avançar para altos vãos pode implicar vários anos de preparação, com muitas acções intencionais de crescimento profissional (e pessoal).

**Some aprendizagens.** É preciso ter uma atitude activa face à aprendizagem, aceitando e compreendendo que esta tem de acontecer ao longo de toda a vida profissional. A Ciência Psicológica está em constante evolução e o mundo também. O conhecimento, além de nos permitir fazer um trabalho de maior qualidade e impacto positivo em quem ajudamos, contribui para uma maior autoconfiança. Seja a fazer formação, a receber intervenção e supervisão, ou através das experiências profissionais, por



ARTIGO POR  
JOANA ALMEIDA MONTEIRO



exemplo.

**Alargue contactos e cuide da rede profissional.** Como diz um famoso provérbio africano “*se quer ir rápido, vá sozinho; se quer ir longe, vá em grupo*” – a rede de colegas e contactos, quando se trata da construção da carreira ao longo da vida, é fundamental.

**Deixe a sua marca, crie uma carteira de clientes.** Se o objectivo é, ao fim de um par de décadas de carreira, ter clientes que nos procuram, que conhecem o valor do nosso trabalho, então temos de ir “construindo nome”, a nossa marca profissional tem de ser consistente e o valioso “passa a palavra” virá do impacto positivo que vamos deixando em vários momentos e contextos profissionais (e até pessoais).

**Reúna fundos.** Além da poupança pessoal, poder explorar fontes de financiamento do projecto que queremos alavancar, é sem dúvida algo que não deve ser deixado apenas para o momento de avançar, pois pode implicar a preparação ao longo de vários anos.

**Experiência profissional.** Procurar o aumento de responsabilidade e exigência, de forma progressiva, que nos permite desenvolver competências, dar provas do nosso valor, conhecer pessoas, alargar interesses profissionais.

**Planeie.** Que não se deixe a ideia “no ar” e o delinear do plano apenas para a altura em que temos as restantes condições para avançar. É possível ir passando para o papel as ideias, sendo que isso ajuda a identificar “o que falta”. Tal como partilhado pela Júlia Vinhas na WebTalk, usar o modelo canvas ou fazer uma análise SWOT são boas ideias. E depois, claro, é ao longo do tempo, ir melhorando e actualizando o plano.

**Encontrar o “momento certo” e enfrentar o medo.** E, por fim...

### Avançar!

- a. Constituir empresa
- b. Fazer a inscrição na ERS – Entidade Reguladora da Saúde (*se aplicável*)
- c. Arranjar um/a bom/boa contabilista
- d. Procurar um bom espaço (*se aplicável*)
- e. Contratar e subcontratar. Constituir uma equipa técnica, definir um conjunto de serviços que poderão ser necessários, tais como apoio administrativo, limpeza, informática, manutenção, tratar de seguros, etc.
- f. Investimento em materiais técnicos. Na área da psicologia, em particular, tal pode implicar o investimento em materiais e programas de intervenção, bem como provas e testes para a avaliação psicológica.

No fundo este “sonho” é um objectivo de médio/longo prazo, e só ganhamos em encará-lo como tal. Para alcançar X dentro de Y tempo, do que irei precisar? De que forma o que vou fazer hoje, na próxima semana, no



### PARTE 3 IMPLEMENTAÇÃO DE IDEIAS: COLOCAR NA PRÁTICA

próximo mês/trimestre/ano, vai contribuir para este objectivo?

Parece-me que, em suma, passa por não perder de vista o destino, aproveitando a viagem.

É, por isso, que acho da maior importância assistir a [esta WebTalk](#), pois além de resumir passos que exemplificam o caminho que é preciso percorrer, é inspirador escutar uma colega que, com preparação e ponderação, conquistou algo com que muitos/as psicólogos/as sonham. Nesta reflexão podemos até concluir (ou reforçar a ideia prévia) que este caminho não é o que desejamos, mas não deixa de ser uma muito rica aprendizagem, e importante essa constatação.

---

Poderá visualizar a webtalk [“Da ideia à Realidade em Psicologia: Como criar um espaço próprio?”](#)

VOLTAR AO ÍNDICE



## DE OLHO NO CLIENTE: ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA EMPREENDEDORES

Para bom empreendedor, meia palavra não basta.

As redes sociais oferecem hoje um alcance sem precedentes para aumentar a visibilidade de negócios e o envolvimento com o público-alvo; mas para desenvolver estratégias de marketing bem-sucedidas em plataformas como Instagram, TikTok e Facebook, é preciso compreender a ‘jornada do comprador’. Este processo implica conhecer os passos que os clientes dão desde o primeiro contacto até à obtenção dos serviços, alinhando assim as estratégias com as suas expectativas e necessidades. Este artigo pretende explorar as cinco fases deste percurso utilizando um projecto fictício de empreendedorismo em Psicologia.

### **Ora: O futuro da saúde mental, Agora.**

A Ora é uma plataforma digital que utiliza a terapia online para facilitar o acesso a serviços de saúde mental. Surge da necessidade de oferecer acesso a profissionais de psicologia, especialmente para portugueses que vivem no exterior, residentes de pequenas cidades com oferta limitada de psicólogos, e habitantes de grandes centros urbanos que preferem evitar deslocação para consultas. Para os psicólogos, a Ora oferece planos com diferentes taxas de adesão, apoiando na gestão do consultório através de ferramentas como gestão financeira e consultório virtual.

### **Fase 1: Reconhecimento**

*“Quando é que o meu público-alvo está mais receptivo ao serviço?”*

Após fazer um estudo de mercado, prevê-se que o público-alvo da Ora seja mais receptivo em períodos de necessidade emocional ou cognitiva, transições significativas (mudança de emprego, divórcio, luto) e outras questões de saúde mental. Eventos sazonais, como o início do ano, ou o regresso ao trabalho após férias, aumentam também a procura por soluções de saúde mental. A criação de conteúdo que ressoe com experiências actuais e presença digital nesses momentos pode posicionar a Ora como uma solução acessível, aumentando a receptividade aos serviços oferecidos.

### **Fase 2: Interesse**

*“Como posso tornar o serviço relevante para as necessidades do meu público-alvo?”*

Nesta fase, as pessoas que conheceram a Ora avaliam se o serviço atende às suas necessidades. Podem visitar o website ou comparar com outros concorrentes no mercado. O foco deve centrar-se em destacar as vantagens: agendar sessões a qualquer hora e lugar, ferramentas para seleccionar psicólogos por especialidade, tipos de terapia e/ou disponibi-



ARTIGO POR  
**RODRIGO DUMAS DINIZ**



lidade. Além do conteúdo informativo, a criação de e-books gratuitos para quem se regista na newsletter pode ser um bom indicador de interesse. Oferecer sessões gratuitas sobre temas relevantes aumentará a percepção de valor do serviço.

### **Fase 3: Desejo**

*“Como posso mostrar ao meu público-alvo que o serviço realmente se encaixa na sua vida?”*

Para transformar o interesse em vontade de comprar, devemos ilustrar como o serviço se integra nas rotinas diárias e beneficia os seus compradores. Apresentar histórias e testemunhos de pessoas reais a utilizar o serviço em diferentes momentos do dia demonstra como é simples agendar e participar numa sessão com a Ora. Isto humaniza o serviço e permite que as pessoas se imaginem a utilizá-lo. Divulgar depoimentos que atestam melhorias no seu bem-estar também servirá como prova emocional da eficácia do serviço.

### **Fase 4: Conversão**

*“Como posso fazer com que o meu público-alvo tome uma atitude?”*

Para converter interesse em acção, a Ora deve focar-se em remover barreiras e facilitar o processo de inscrição e agendamento. Publicações e um site intuitivo com chamadas para acção claras são essenciais. Implementar campanhas específicas, como ‘primeira sessão grátis para novos utilizadores durante o mês de janeiro’, capitalizando as resoluções de Ano Novo, são exemplos concretos de conversão. Utilizar campanhas de remarketing para alcançar visitantes que mostraram interesse sem concluir agendamento pode recuperar clientes potenciais. Mostrar que o processo é simples e sem complicações aumenta a probabilidade de conversão.

### **Fase 5: Fidelização**

*Como posso transformar o meu público-alvo em defensores do negócio?*

Para transformar clientes em defensores do negócio, deve-se manter uma comunicação contínua e de valor. Programas de fidelidade são eficazes para incentivar a retenção, oferecendo benefícios para clientes regulares. A criação de uma comunidade online pode ajudar a criar um sentimento de pertença. Incentivos para referir novos clientes, como descontos ou sessões gratuitas, ajudam a expandir a base de utilizadores. A estratégia é estabelecer um ciclo de feedback positivo, onde os clientes se sentem parte do crescimento da Ora.

Uma vez compreendidas as diferentes fases do percurso do cliente, é possível orientar os esforços de divulgação, guiando os utilizadores desde a descoberta até à promoção do serviço. Naturalmente, nem todos avançarão a cada fase; muitos desistirão pelo caminho. Nem todos que conhecem o serviço se vão interessar, e nem todos os interessados vão avançar para a compra. De igual forma, nem todos os que compram recomendarão o serviço. Compreender esta progressão é importante para





### PARTE 3 IMPLEMENTAÇÃO DE IDEIAS: COLOCAR NA PRÁTICA

formular mensagens e alcançar os clientes no momento mais oportuno. Isto só será possível com uma abordagem centrada no cliente e com a informação que temos do nosso público-alvo.

---

Poderá visualizar as webtalks "[Comunicar Psicologia a Não Psicólogos](#)" e "[Gerir Redes Sociais Profissionais \(para Psicólogos\)](#)"

[VOLTAR AO ÍNDICE](#)



## A DESCOBERTA DE NOVOS MUNDOS, NO PROCESSO DE EMPREENDER

*“Um dia... vou ter o meu próprio projecto em Psicologia!”*

Muitos de nós, já verbalizámos ou pensámos nesta frase, diria ainda, que muitos de nós tem um/a psicólogo/a empreendedor/a dentro de si.

Mas se há casos em que este psicólogo empreendedor entra em acção, dá um salto cá para fora e começa um caminho dando vida à sua ideia, em tantos outros, ele não passa de um pensamento, que ali permanece ao longo dos dias, mantendo essa mesma condição ao longo da nossa carreira.

Fala-se muito de empreendedorismo e houve alturas em que quase parecia moda ser empreendedor, não temos todos de ser psicólogos empreendedores, ou melhor, podemos e devemos desenvolver competências empreendedoras, são essenciais inclusive na gestão da nossa carreira e por forma a darmos respostas, aos problemas societários complexos que nos rodeiam, que implicam o “sair da caixa” e inovar, mas não temos todos de empreender na criação de projecto próprio.

Rui Manuel Carreteiro, na Webtalk “Contabilidade e gestão financeira-ferramentas para uma gestão autónoma”, diz-nos “não se deve iniciar uma actividade de ânimo leve”. Com esta partilha, quer o nosso colega alertar-nos para que o processo de criar um projecto próprio e de lhe dar vida é complexo e não vive apenas do sonho, vive da preparação, e ainda assim, existirão um certo número de variáveis que não equacionámos ou que não controlamos.

Pelo que um dos passos essenciais quando pretendemos criar um negócio próprio, passa também por compreender o que é essencial para o projecto, nomeadamente perceber que competências tenho de desenvolver para garantir que no arranque do projectos o “essencial” está assegurado e dar espaço a que possamos previamente, preparar-nos a este nível.

Se iniciássemos o nosso próprio projecto com um capital avolumado, talvez pudéssemos logo ter um técnico de comunicação e marketing, um contabilista, um informático, entre outros profissionais, mas essa não é a realidade da maior parte dos projectos de psicologia, que começam muitas das vezes, unicamente com o psicólogo que ousou, transformar a ideia em realidade, o que implica que este psicólogo, tem de adquirir conhecimentos e desenvolver competências, para alavancar este projecto, inicialmente talvez de forma mais solitária.

Um dos maiores desafios tem a ver com a dimensão contabilística e de gestão financeira.

Passivo, activo, capital próprio, sociedade comercial, sociedade por quotas, entidades sem fins lucrativos, tributação, matéria colectável, factura-



ARTIGO POR  
ANA SOFIA NOBRE



ção, incidência contributiva...

E poderia continuar esta lista, são algumas palavras que para muitos de nós, ficariam guardadas num saco, cujo rotulo diria, “coisas para gestores e contabilistas”, mas que quando pretendemos criar o nosso próprio negócio, não podemos fugir das mesmas e temos sim de as compreender e dominar.

Assim, se a frase *“Um dia... vou ter o meu próprio projecto em Psicologia!”*, for algo recorrente no seu pensamento, lembre-se que para dar vida ao sonho é preciso preparação e compreender previamente estes conceitos, enquadramentos e obrigações legais, relacionados com a dimensão contabilística e financeira.

# PARTE 4



SUPERAÇÃO DE  
OBSTÁCULOS E  
RESILIÊNCIA



## A AUTO-SABOTAGEM NA CARREIRA: O QUE É E COMO A ENFRENTAR

Responder a anúncios sem critério, fazer uma dezena de candidaturas espontâneas por dia, poderá dar-nos a falsa sensação de que estamos a fazer algo de bom. Mas **pensando racionalmente sobre essas acções, podemos pensar porque é que elas não só não dão o resultado que pretendemos, como ainda podem jogar contra a nossa imagem profissional**. Uma candidatura mal preparada, ou que não acrescenta valor, é muito improvável de se converter numa reunião ou chamada para entrevista. Além disso, do ponto de vista do empregador, o nosso nome ou perfil pode ficar associado a uma atitude irreflectida ou pouco adequada.

Diz a sabedoria popular que “ninguém é bom advogado em causa própria”, e tal também se pode aplicar aos Psicólogos, e ao modo como não terão de, necessariamente, ter capacidade para olhar para si mesmos sob a “lente” de Psicólogos.

Concretamente no que se refere à carreira, isso não é excepção. O que creio que **podemos usar a nosso favor é a maior sensibilidade para reconhecermos os fenómenos e procurarmos actuar sobre eles**.

Algo que acontece a muitos de nós, Psicólogos, é o irmos auto-sabotando (consciente ou, mais provável, inconscientemente) as nossas acções de carreira – seja a pesquisa de emprego, o aproveitar oportunidades de progressão ou a mudança de funções e/ou entidade profissional.

- **O que é isto de auto-sabotagem?** Explicando de uma forma simples, é o modo como as nossas acções de carreira são condicionadas negativamente por nós próprios. Pode acontecer de diferentes formas, e para o identificarmos deveremos estar atentos a **alguns sinais**, tais como:
  - **Culparmos os outros pelo que acontece de mau (ou por algo de bom não acontecer)** – *a culpa é da crise, a culpa é do entrevistador que embirrou comigo, a culpa é do governo, a culpa é da OPP, a culpa é... [preencher com outro motivo qualquer externo a nós].*
  - **Evitar as situações quando não correm como desejávamos** – *recebi uma resposta negativa à minha candidatura, nem vou responder.*
  - **Procrastinar** – *não me vou candidatar ainda porque ainda tenho de acabar esta formação sobre [tema da formação] pois vai enriquecer o meu CV [reflecta sobre como a procrastinação pode estar a afectar a sua carreira assistindo à webtalk 12 “Passar à Acção – Evitar a Procrastinação na Carreira”].*
  - **Dificuldade em afirmar claramente o que pretendemos** – a falta de foco acaba por jogar contra nós, pois não sabendo exactamente o que pretendemos acabamos por ter acções de carreira pouco direccionadas



ARTIGO POR  
JOANA ALMEIDA MONTEIRO



e, como tal, pouco eficazes.

- **Culpabilizarmo-nos ou praticarmos outras formas de discurso interno negativo** – *devo ter um perfil desinteressante, a minha falta de experiência estraga sempre tudo, se esta entrevista correu assim imagino as próximas.*
- **Entrar em conflito com colegas, chefes, entrevistadores, empregadores** – devemos reflectir sobre a forma como estamos a relacionar-nos com os outros, procurando identificar se o modo como o fazemos não poderá deixar uma impressão errada e por isso não obtermos as recompensas para as quais estamos a trabalhar (achamos nós); podemos por exemplo, ver se o nosso comportamento nas redes sociais abona a nosso favor, enquanto profissionais.

**Porque nos auto-sabotamos** na carreira? Podem existir várias causas e podemos nem ter bem consciência delas. Poderá envolver receio de falhar, necessidade de sentir controlo sobre a incerteza, uma auto-estima mais frágil, ou...

Como podemos **enfrentar a auto-sabotagem**:

- Ganhar **consciência** sobre o problema e **identificar os meus comportamentos** de auto-sabotagem.
- Perceber **o que desencadeia** a minha auto-sabotagem.
- Aprender a **aceitar o fracasso como parte do processo**, e **aprender** com ele [sugere-se a consulta da gravação da WebTalk 11 “Falhar melhor – O Poder dos Fracassos na Aprendizagem em Gestão de Carreira”].
- **Assumir e falar** sobre esta dificuldade.
- Identificar muito claramente os meus **objectivos de carreira**, a minha proposta de valor.
- **Procurar ajuda** (na minha rede pessoal, na minha rede profissional, ou mesmo procurar ter apoio especializado de um Psicólogo Vocacional e de Desenvolvimento de Carreira).

E, como bons Psicólogos, sabemos que a nossa reflexão activa sobre este tema, o facto de nos tornarmos mais conscientes do modo como estamos a potenciar ou, neste caso, a contribuir para sabotar a nossa carreira, é meio caminho andado para fazermos mudanças positivas no modo como fazemos a nossa gestão pessoal de carreira.



## CORAGEM PARA MUDAR: ENCONTRAR UM PROPÓSITO NA CARREIRA

Quando era criança, não sabia o que responder à inevitável pergunta dos adultos: **“O que queres ser quando fores grande?”** — Era um quebra-cabeças, uma provocação à minha compreensão ainda imatura das profissões.

Crescer fez-me ver as coisas de outra perspectiva: não se tratava de uma simples escolha entre *‘isto’* ou *‘aquilo’*: entre a profissão A ou B. Para responder, entendi, era necessário encontrar um equilíbrio entre o que me inspirava, o que me motivava e, não menos importante, o que era realmente bom a fazer.

Esta compreensão não foi imediata; desenvolveu-se pouco a pouco, à medida que a mudança se tornava uma companheira inevitável de percurso. Os meus primeiros empregos trouxeram-me aprendizagens importantes, deram-me competência, mas deixaram um vazio onde deveria morar um propósito. *“Será que isto é suficiente?”* — comecei a questionar-me.

Lembro-me claramente do momento em que decidi dar os primeiros passos como psicólogo. Depois de anos a trabalhar numa área completamente diferente, era como se estivesse a abandonar o conforto do familiar para me aventurar no desconhecido. A ideia de deixar para trás o que tinha conseguido até então trazia consigo uma certa hesitação. E, como se um desafio não bastasse, surgia a pandemia, imprevisível, alterando o que pensávamos ser inalterável.

Três anos, foi o tempo que passou desde que o assunto principal deixou de ser a natureza da minha profissão, para procurar o momento certo para mudar. Hoje, como alguém que recorre ao retrovisor para entender a estrada percorrida, reconheço que as decisões – certas ou erradas – foram passos que me conduziram até aqui.

Destas mudanças, retirei três lições valiosas sobre como aceitar os momentos em que tudo é passageiro e onde não existem respostas imediatas:

### (1) **A vida profissional é um processo de aprendizagem contínuo.**

Quando sentimos menos entusiasmo em aprender coisas novas, pode ser um sinal de que chegou o momento de procurar novas experiências. Esta procura não deve ser motivada apenas pelo desgaste, mas também pela capacidade de identificar o momento certo para a mudança.

### (2) **O desconforto temporário não deve ser um obstáculo à progressão.**

A mudança significa, muitas vezes, começar do ‘zero’. É normal sentir algum desconforto inicial, seja na forma de diminuição salarial ou na falta de reconhecimento. No entanto, evitar o desconforto pode ser tão



ARTIGO POR  
RODRIGO DUMAS DINIZ



prejudicial como tomar a decisão errada. Aqui, podemos ouvir duas vozes: a da nossa intuição e a de pessoas que já passaram por situações semelhantes. Graças às redes sociais e à tecnologia, hoje é mais fácil que nunca comunicar com novas pessoas. Porque não tentar um: *“Estou a ponderar uma transição para a área X da Psicologia. Vejo que tem experiência em X, teria cinco minutos para conversarmos?”*. A iniciativa e a curiosidade atraem pessoas dispostas a oferecer bons conselhos.

### (3) Mudar não significa necessariamente dar um salto em queda livre.

Por vezes, é como semear uma semente e esperar, com paciência, pelo seu crescimento. Se ainda não for o momento certo para dar o salto, considere outras opções: Voluntariado, job shadowing, ou estágios numa nova área podem oferecer a possibilidade de descobrir em primeira mão se realmente gosta do que procura. Ao embarcares nesta nova viagem, não te esqueças de levar a bagagem do que aprendeste nas experiências anteriores. Estas competências e experiências serão certamente úteis nesta nova fase e tornarão a transição mais suave.

### O que queres ser agora que és adulto/a?

No fim de contas, qualquer que seja a mudança que procuramos, é essencial lembrar que há sempre espaço para recomeçar e aprender com os erros. Há sempre uma oportunidade para tentar algo novo, seja em pequena ou grande escala. Voltando à ideia de equilíbrio: quando alinhmos as nossas paixões e competências, abrem-se portas para um percurso único e diversificado, onde cada experiência contribui para o todo. Para isso, é preciso estar disponível para novas experiências, pronto/a para aprender e correr riscos.

Lembra-te que a viagem é tão importante quanto o destino. Nas palavras de J.R.R. Tolkien, “Nem todos os que vagueiam estão perdidos”. Eu acrescentaria: **Nem todos os que procuram um novo caminho estão desorientados. Por vezes, é na procura que encontramos a direção.**





## TRANSFORMAR DESAFIOS EM TRIUNFOS: COMO O FRACASSO IMPULSIONA O SUCESSO EMPREENDEDOR

Neste artigo quero explorar um tema que me diz muito, que é o fracasso. **O fracasso tem sido o meu melhor amigo e professor** enquanto pai, filho, psicólogo, empreendedor, ...

Enquanto psicólogo que trabalha com empreendedores e enquanto empreendedor que sou, **entendo o fracasso como um poderoso aliado do desenvolvimento pessoal e profissional** e utilizo os fracassos como uma ferramenta poderosa no caminho para o sucesso.

Ora, para começar, importa definir o que significa fracassar no contexto do empreendedorismo. Fracassar não é “apenas” falir uma empresa, perder dinheiro ou falhar num negócio. É também as pequenas derrotas diárias, as decisões que se revelam erradas, as ideias que não funcionam, os serviços ou produtos que não vendem, as metas que não são alcançadas, ... **O fracasso faz parte do percurso de qualquer profissional, especialmente daquele que é empreendedor, seja empreendedor por conta própria, seja empreendedor por conta de outrem.**

Quando penso em fracasso e sucesso, penso imediatamente no famoso Steve Jobs, que foi despedido da própria empresa, a Apple, para depois regressar e transformar a empresa numa das mais reconhecidas marcas do mundo. Também me vem à memória Walt Disney, que foi despedido de um jornal, por incrível que pareça, por ‘falta de imaginação’ e teve várias falências antes de criar a Disney. Ou Thomas Edison, que foi considerado pelo seu professor da primária como incapaz, sendo expulso da escola, e que falhou milhares de vezes antes de inventar a lâmpada eléctrica.

As mais recentes estatísticas mostram que cerca de 90% das start-ups falham. Mas esses números impressionantes não devem ser desmotivadores, pelo contrário, devem-nos lembrar que **o fracasso é comum e que, invariavelmente, pode ser um passo necessário para o sucesso.** A história e o (aparente) caminho de um empreendedor de sucesso pode parecer, à primeira vista, glamorosa, mas a verdade é que sem os desafios que ultrapassaram e sem os fracassos que tiveram, esse caminho seria insonso, sem o tempero necessário de aprendizagem que leva ao crescimento e desenvolvimento pessoal e profissional a que obriga essa jornada.

Olhando para o tema de um ponto de vista psicológico, para muitos empreendedores, **o fracasso pode ser uma experiência devastadora.** Pode afectar a auto-estima, causar ansiedade e até levar a consequências mais graves para a saúde mental. Por isso, é crucial que nós, psicólogos, tenhamos presente o possível impacto do fracasso e consigamos lidar positivamente com ele, assim como apoiar os nossos clientes nesta jornada.

**O fracasso pode activar sentimentos de inadequação ou de vergonha.** No entanto, é importante reestruturar esses sentimentos. Em vez de ver



ARTIGO POR  
PEDRO FÉLIX



o fracasso como um reflexo da nossa competência pessoal, deve ser visto como uma parte de um processo de aprendizagem.

**A resiliência é uma competência chave.** No nosso desenvolvimento pessoal, assim como agentes de promoção do desenvolvimento pessoal de outros, devemos trabalhar e intervir no sentido do desenvolvimento dessa resiliência, assumindo os fracassos como oportunidades de crescimento, e não como o “fim da linha”. Importa, por isso, reestruturar pensamentos negativos e desenvolver uma mentalidade de crescimento.

Ou seja, considero indiscutível que **podemos e devemos aprender com o fracasso**, pois é uma oportunidade valiosa para aprender e fazer diferente, fazer melhor ou, como escreve James Knowlson no título de um dos seus livros, “Falhar Melhor”. Quando algo não corre bem, temos a oportunidade de analisar o que correu mal, entender os erros e evitar repeti-los no futuro. Isso desenvolve, não só a nossa resiliência, como competências centrais para se ser um empreendedor de sucesso.

Além disso, o erro e o fracasso obrigam-nos a adaptar e a inovar. **São muitas vezes os obstáculos e os erros que nos levam a pensar “fora da caixa” e encontrar novas soluções.** Por exemplo, muitas ideias e empresas de sucesso mudaram de direcção após um fracasso inicial e, só assim, encontraram um modelo de negócio mais eficaz.

Todo este processo **é um processo de desenvolvimento pessoal**, pois enfrentar e superar o fracasso fortalece a nossa mentalidade e o nosso carácter e leva-nos a ser mais persistentes, pacientes, a manter a calma sob pressão e a desenvolver a nossa autocompaixão.

Não poderia terminar este artigo sem deixar algumas dicas, **3 estratégias práticas:**

- 1. Análise de erros:** Depois de uma falha, há que analisar cuidadosamente o que correu mal. Há que perguntar: O que aprendi com isto? Como posso fazer melhor da próxima vez?
- 2. Feedback contínuo:** Procurar feedback constantemente dos outros (clientes, mentores, colegas, ...). Recolher e usar este feedback vai permitir a melhoria e o ajustamento da nossa estratégia.
- 3. Mentalidade de crescimento:** Adoptar uma mentalidade de crescimento, vendo os fracassos como oportunidades de aprendizagem e crescimento, e não como derrotas permanentes, é imprescindível.

E como, normalmente, um empreendedor não está sozinho, é importante criar à sua volta um ambiente onde o fracasso seja visto como uma parte natural do processo de crescimento. **Líderes que promovem uma cultura de experimentação e aceitação do erro tendem a ter equipas mais inovadoras e mais envolvidas.**

Resumindo, **“Mares calmos não fazem bons marinheiros”**. O fracasso não é o fim, mas sim um passo necessário no caminho para o sucesso. Há que encarar os desafios com uma atitude positiva e aprender com cada experiência. Empreendedores têm de navegar pelos altos e baixos



#### PARTE 4 SUPERAÇÃO DE OBSTÁCULOS E RESILIÊNCIA

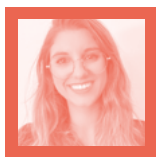
do empreendedorismo, transformando o fracasso num trampolim para o sucesso.

---

Poderá consultar o artigo no Blog Psicarreiras [aqui](#)

VOLTAR AO ÍNDICE

# NOTAS BIOGRÁFICAS



ARTIGO POR  
**ANA LEONOR BAPTISTA**

## ANA LEONOR BAPTISTA

Psicóloga Especialista em Psicologia Clínica e da Saúde, mestre em Psicologia Forense pela Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação na Universidade de Coimbra e pós-graduada em Intervenção Psicológica no Desenvolvimento da Carreira. É formadora certificada e possui formação complementar em Gestão de Projectos. Trabalha na Ordem dos Psicólogos Portugueses, no departamento de Desenvolvimento Profissional Contínuo, onde planeia, implementa e avalia projectos de promoção de competências de empregabilidade, empreendedorismo e gestão de carreira dirigidos a estudantes e diplomados em Psicologia.



ARTIGO POR  
**ANA SOFIA NOBRE**

## ANA SOFIA NOBRE

Psicóloga especialista em Psicologia da Educação. Mestre em Psicologia da Educação e da Orientação pela Universidade de Lisboa. Pós-graduada em Coaching Psicológico e em Intervenção Psicológica no Desenvolvimento de Carreira. No seu percurso profissional tem estado ligada a áreas como a educação, intervenção comunitária, formação e gestão de carreira, ao nível do design, coordenação e implementação de projectos. Ao longo do seu percurso manteve sempre uma ligação muito próxima com o movimento associativo, é actualmente membro do Concelho Fiscal de uma IPSS, colaborou durante mais de uma década com o Serviço à Comunidade da FPUL, na área de aconselhamento vocacional, tem integrado o júri dos processos de candidatura de Maiores de 23 através da Reitoria da Universidade de Lisboa. É actualmente gestora da área de Excelência & Sustentabilidade da Ordem dos Psicólogos Portugueses.



ARTIGO POR  
**ANITA DIAS DE SOUSA**

## ANITA DIAS DE SOUSA

Psicóloga. Desempenha funções na área do Desenvolvimento Profissional Contínuo da OPP e é co-responsável pelos projectos: Da formação protocolada, com organizações externas, para a melhoria da qualidade dos serviços dos/as psicólogos/as que as integram; Das iniciativas de desenvolvimento profissional, com estudantes de psicologia em Portugal, no âmbito da Academia OPP. Com experiência em Gestão de Projectos, de âmbito Governamental e Não Governamental, na área da Empregabilidade, Inclusão e Mobilidade Internacional; Recrutamento e Selecção; Gestão de Formação. Iniciou a sua carreira na psicologia, nas áreas da Psicologia Clínica, em contexto de Clínica Privada e Hospitalar; da Psicologia Comunitária, em contexto Escolar, na inclusão educativa e social, para a promoção da igualdade de oportunidades.



ARTIGO POR  
**PEDRO FÉLIX**

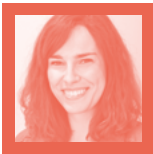
## PEDRO FÉLIX

Licenciado em Psicologia com Pré-especialização em Psicologia Organizacional e do Trabalho pela ULHT e Mestre em Tecnologias e Metodologias e-learning pela FCUL e IEUL.

Desde 2004 que dedica a sua carreira ao desenvolvimento pessoal, profissional e organizacional e ao desenvolvimento e implementação de estratégias educacionais e de formação. O seu percurso profissional integra vasta experiência na coordenação e gestão da formação, no desenvolvimento profissional e de carreira, na formação profissional, no desenho instrucional, na consultoria organizacional e educacional, no coaching psicológico, na docência no ensino superior, na educação de adultos e reconhecimento e validação de competências e na mediação pessoal e social.

Especialidades Gerais: “Psicologia do Trabalho, Social e das Organizações” e “Psicologia da Educação”.

Especialidades Avançadas: “Psicologia Vocacional e do Desenvolvimento de Carreira” e “Coaching Psicológico”.



ARTIGO POR  
**JOANA ALMEIDA MONTEIRO**

## JOANA ALMEIDA MONTEIRO

Psicóloga e Formadora, Especialista em Psicologia Vocacional e de Desenvolvimento de Carreira e Psicologia da Educação. Actualmente, integra a equipa de Excelência e Sustentabilidade na Ordem dos Psicólogos Portugueses, onde coordena projetos de Empregabilidade e Apoio na Gestão de Carreira. Colabora também com a Reitoria da Universidade de Lisboa, sendo responsável por entrevistas de avaliação dos candidatos pelo contingente Maiores de 23 anos. O seu foco é capacitar pessoas, permitindo-lhes construir percursos de vida e carreira com sucesso. Desenvolver competências e promover o empowerment são o denominador comum das suas actividades profissionais.



ARTIGO POR  
**RITA TAVIRA SANTOS**

## RITA TAVIRA SANTOS

Psicóloga e formadora, mestre em Psicologia da Educação pela Universidade do Algarve. Pós-graduada em Intervenção Psicológica no Desenvolvimento de Carreira. Desempenhou funções na área da empregabilidade para pessoas com deficiência e/ou incapacidade e na área do acolhimento residencial com crianças e jovens. Actualmente exerce funções na Ordem dos Psicólogos Portugueses, na Equipa de excelência e sustentabilidade, sendo responsável por projectos relacionados com a empregabilidade e desenvolvimento profissional, especialidades em Psicologia e acreditação de acções formativas.



ARTIGO POR  
**RODRIGO DUMAS DINIZ**

## RODRIGO DUMAS DINIZ

Psicólogo e Formador. Desempenha funções na área de Excelência e Sustentabilidade, incidindo na valorização da Psicologia enquanto profissão e consolidação da identidade profissional dos psicólogos. Actua na dinamização e divulgação de acções para o desenvolvimento de competências de empregabilidade e gestão de carreiras. Colabora com a Delegação Regional do Sul, no apoio à realização de projectos e actividades de proximidade com membros da região. Iniciou a carreira em psicologia, nas áreas de Psicologia Forense, em contexto prisional; e Neuropsicologia, em contexto hospitalar. Tem experiência na coordenação de livros técnicos, investigação e publicação de artigos científicos em revistas internacionais.



ARTIGO POR  
**VANDA VIEIRA**

## VANDA VIEIRA

Psicóloga, Especialista em Psicologia da Educação e do Trabalho, Social e das Organizações, em Psicologia Vocacional e de Desenvolvimento da Carreira. É Licenciada em Psicologia pela Faculdade de Psicologia e Ciências de Educação da Universidade de Lisboa e Mestre em Ciências da Educação – Especialização em Informática Educacional pelo Instituto de Psicologia e Educação, da Universidade Católica Portuguesa.

Interesses de I&D: literacia, educação e formação profissional; aprendizagem ao longo da vida (formal, não formal e informal); responsabilidade social, empreendedorismo e desenvolvimento comunitário.

Desde janeiro de 2022, integra o Gabinete de Apoio à Direcção da OPP, no Apoio ao Desenvolvimento e Acompanhamento de Projectos. Até janeiro de 2022 foi Gestora de Excelência e Sustentabilidade.

De 2003 a 2021, trabalhou no CECOA na Unidade de Inovação e Negócios, na gestão de projectos nacionais e europeus, tendo integrado redes de referência como a ReferNet Portugal, Rede RSO PT, etc.

CONSULTE O 1º EBOOK

**SER PSICÓLOGO O INÍCIO DE CARREIRA EM PSICOLOGIA**

CONSULTE O 2º EBOOK

**CARREIRA EM PSICOLOGIA NUM MUNDO IMPREVISÍVEL**

CONSULTE O 3º EBOOK

**GUIA PRÁTICO DE MARKETING PESSOAL E PROFISSIONAL**

