



<https://doi.org/10.14211/regepe.v8i1.1291>

EMPREENDER EM PSICOLOGIA (e outros campos profissionais)

Recebido: 10/07/2018

Aprovado: 12/11/2018

¹Eveli Freire Vasconcelos

²Krisley Amorim de Araujo

³Maria Eduarda Avancini Casali

A obra a qual resenhamos, *Empreender em Psicologia (e outros campos profissionais)*, é resultado do trabalho de dois professores: Renato Cesar Marcondes e Doutor José Carlos Zanelli. A produção se dá em consoante à dissertação de mestrado do primeiro, que teve como objetivo caracterizar o comportamento empreendedor de psicólogos no contexto de sua trajetória profissional e apresentar o empreendedorismo como uma estratégia de inserção no trabalho e desenvolvimento de carreira.

Por meio de uma linguagem clara e objetiva, com uso de recursos gráficos, os autores discutem a temática do empreendedorismo em interface com a Psicologia e outros campos profissionais, expressando o alcance e a utilidade da obra para as demais áreas de conhecimento. A produção parte da constatação do baixo número de recém-formados em Psicologia que conseguem se inserir no mercado de trabalho. Assim, a partir dessas condições, os autores apontam que o comportamento empreendedor emerge como estratégia de ampliação de carreira em um ambiente instável e incerto. Nessa direção, a obra apresenta-se como uma ferramenta pedagógica para a ação empreendedora, por ser uma competência importante, especialmente diante das incertezas que marcam o presente período histórico do país e suas demandas.

No capítulo 1, intitulado “*Para iniciar nossa conversa*”, pronunciam-se sobre a inserção dos psicólogos no mercado e os empreendimentos em Psicologia. Também abordam o comportamento empreendedor como uma ação humana presente, inclusive, na história da

¹Doutora em Psicologia pela Universidade Católica Dom Bosco - UCDB, Mato Grosso do Sul, (Brasil). E-mail: rf6967@ucdb.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0001-5140-760X>

²Mestranda em Psicologia pela Universidade Católica Dom Bosco - UCDB, Mato Grosso do Sul, (Brasil). E-mail: krisley_araujo@hotmail.com Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-6457-5140>

³Graduanda em Psicologia pela Universidade Católica Dom Bosco - UCDB, Mato Grosso do Sul, (Brasil). E-mail: ucasali@uol.com.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-5614-5474>



Psicologia, por meio da criação de formas inovadoras de introdução da profissão na sociedade. Em contraposição, é apresentado o elevado número de psicólogos recém-formados que não são absorvidos pelo mercado de trabalho. Diante de tais questões, os autores questionam possíveis condições para este cenário: formação insuficiente, efeito da conjuntura econômica/social, ausência da utilização de estratégias empreendedoras pelos psicólogos. Com isto, apontam a ação empreendedora como estratégia de superação desta realidade.

“*Que significados atribuímos ao processo de empreender*”, segundo capítulo, situa o leitor em relação aos referenciais teóricos atribuídos ao processo de empreender ao longo da história. São definidos os principais constructos utilizados. No entanto, as teorias não foram somente apresentadas, mas discutidas, destacando suas implicações e tecendo críticas aos modelos individualizantes. Destacam o caráter complexo e multideterminado do empreendedorismo, relacionando-o a aspectos psicológicos, sociais, experiências pessoais, profissionais. Com isso, os autores consideram que qualquer sujeito pode empreender.

No capítulo 3, “*Trajétórias profissionais de psicólogos*”, são apresentadas condições que influenciam as trajetórias dos psicólogos, tornando-se facilitadores de novos modos de inserção profissional no mercado de trabalho. O contato com a ciência, a tecnologia e inovação são destacados como elementos que proporcionam a criação de ferramentas, serviços e estratégias que podem resultar na identificação de espaços de ocupação. É ressaltado no capítulo alguns fatores que afetam a trajetória profissional e que requerem comportamento resiliente, como a influência do mercado no funcionamento dos indivíduos, as tendências do mercado e a baixa expectativa de emprego. Desse modo, o livro aponta estratégias de como empreender e lidar com os empecilhos estruturais da trajetória profissional.

Já no capítulo 4, “*Fases e momentos do processo de empreender*”, são abordados os estágios e momentos do processo de empreender (pré-lançamento, lançamento e pós-lançamento) e são caracterizados os principais aspectos de cada fase com sua devida interlocução teórica. Nesse sentido, verifica-se que o processo de empreender é uma tarefa complexa, assim, os autores apresentam exemplos de variáveis que afetam o desempenho de cada fase.

No capítulo 5, “*A fase do pré-lançamento*”, descreve-se com clareza as características da fase. Nesse momento, os autores começam a trazer relatos dos psicólogos brasileiros empreendedores em diálogo com os elementos presentes na oportunidade de empreendimento e características individuais. A oportunidade de negócio aparece influenciada por fatores como: demográficos, desconhecimento da psicologia pela população, *networking* e observar aspectos de outros empreendimentos. Acerca das características individuais influentes na identificação de oportunidades, sobressaíram a importância das



experiências profissionais, a autoeficácia, conhecimento formal, informações privilegiadas e vivências familiares na infância, além de estar disposto a enfrentar dificuldades. As informações confirmam os dados da literatura e esse é um trabalho contínuo no desdobrar do livro, ou seja, a articulação dos resultados com a face teórica. Dentre as variáveis presentes na decisão de prosseguir com o empreendimento estão: variáveis financeiras, apoio dos familiares, reconhecimento social. A reunião de recursos, formação da equipe e *stakeholders*, envolveram a busca por informações legais, busca por pessoas com ideias similares que colaborariam com o empreendimento, oportunidades a jovens profissionais. Já o contato com os *stakeholders*, envolveu o conhecimento dos clientes, concorrência e profissionais afins.

“A fase do lançamento”, capítulo 6, discute o estágio e destaca como os empreendedores lidaram com o aspecto jurídico, marketing e definição de estratégias. Os formatos jurídicos contemplados em sua maioria foram: Sociedade Limitada e Associação sem Fins Lucrativos. Nesta direção, os autores deixam clara a necessidade de os empreendedores conhecerem sobre o seu contexto de atuação. A estratégia utilizada foi a oferta de novos serviços, criando novas maneiras de se relacionar com o cliente, promover o acesso de novas populações a serviços de Psicologia. Para isso, os entrevistados evidenciam a importância da fundamentação teórica e tecnológica e a inserção em mídias impressas e digitais, internet, redes sociais, websites, contatos pessoais, documentos escritos, como estratégias de desenvolvimento do marketing. No entanto, não foi encontrado entre os empreendedores entrevistados práticas de registro de propriedade intelectual.

No capítulo 7, *A fase do pós-lançamento*, são analisadas as características da etapa, dividida em: gestão do empreendimento, amadurecimento do novo negócio e saída dos fundadores. Assim, esse momento envolve o crescimento das organizações e práticas de gestão. No que tange à liderança, a obra traz a identificação de dois tipos de liderança: centralizadora e pelo exemplo. Foi esclarecido que esses modelos não são estanques, mas passíveis de modificação conforme o contexto e o desenvolvimento do negócio. Os sinais de amadurecimento do empreendimento verificados foram: o fortalecimento dos serviços no mercado por meio do reconhecimento, expansão física e geográfica, aumento quantitativo de sócios, parceiros, funcionários, clientes e faturamento. A busca pela formação complementar e o conhecimento de gestão facilitou o planejamento e a organização do empreendimento. O amadurecimento do empreendedor foi expresso por indicadores, como novas formações profissionais, delegação de tarefas e responsabilidades, reconhecimento do mercado e de outros profissionais, percepção de sucesso na carreira e satisfação com o cotidiano. Já na saída dos fundadores emergem elementos como venda ou transferência a familiares, pessoas próximas, agentes externos, a possibilidade de iniciar um novo empreendimento ou se aposentar. Esses dados se aproximam da concepção de que os empreendimentos possuem um ciclo vital.



No último capítulo, *Recapitulando*, os autores retomam pontos principais discutidos ao longo do livro e efetuam questionamentos acerca da inserção profissional em Psicologia e os caminhos oportunizados por meio da adesão do empreendedor em suas trajetórias. Com isso, são efetuadas críticas à formação em Psicologia no país, sobretudo em relação à ausência do ensino do empreendedor na grade curricular (apesar de estar preconizada na legislação), a distância entre as disciplinas eletivas e as demandas atuais do mercado de trabalho, a dificuldade do psicólogo no seu contexto de trabalho em apresentar suas atividades, serviços e medir os resultados de seu ofício.

A obra finaliza algumas concepções abordadas ao longo dos capítulos ao fundamentar que o processo de empreendedor não é resultado de características de personalidade. Nesse ponto, a visão construída ao longo do livro se refere ao acesso comum do empreendedor para profissionais de qualquer campo, em suas áreas de conhecimento. Nesse sentido, a necessidade de elaboração de empreendimentos se mostra eficaz, a fim de construir carreiras, inovar na oferta de novos produtos e serviços, consolidar seu campo profissional e beneficiar a sociedade em geral.

Com isso, o presente livro apresenta-se como uma pesquisa inusitada na área da Psicologia, mas extremamente correlacionada às demandas contemporâneas e com o futuro da Psicologia, como ciência e profissão, e demais campos profissionais. Possui teor crítico acurado, na medida em que aponta condições estruturais em suas discussões e as considera no sentido de indicar caminhos de sucesso para a trajetória profissional por meio do empreendedor. Portanto, a obra contribui com a produção do conhecimento teórico-prático em Psicologia Organizacional e do Trabalho, diante dos imensos desafios na constituição e consolidação de uma trajetória profissional e das oportunidades que encontramos nesse campo de atuação.

REFERÊNCIAS

Marcondes, R. C., & Zanelli, J. C. (2016). *Empreender em Psicologia* (e outros campos profissionais). Curitiba: Juruá.

Para citar este artigo:

Freire Vasconcelos, E., Amorim de Araujo, K., & Avancini Casali, M. (2019). Empreender em Psicologia (e outros campos profissionais). *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(1), 219-222. doi:<https://doi.org/10.14211/regepe.v8i1.1291>