



**FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI
CURSO DE BACHARELADO EM ONTOPSICOLOGIA**

ROSÂNGELA NABARROS

**A EDUCAÇÃO EMPRESARIAL NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE
GESTORAS**

RECANTO MAESTRO - RESTINGA SÊCA

2019



ROSÂNGELA NABARROS

**A EDUCAÇÃO EMPRESARIAL NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE
GESTORAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Ontopsicologia da Faculdade Antonio Meneghetti como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Ontopsicologia.

Orientador: Prof. Ms. Wesley Lacerda e Silva.

RECANTO MAESTRO - RESTINGA SÊCA

2019

ROSÂNGELA NABARROS

**A EDUCAÇÃO EMPRESARIAL NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE
GESTORAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Ontopsicologia da Faculdade Antonio Meneghetti como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Ontopsicologia.

Orientador: Prof. Ms. Wesley Lacerda e Silva.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Ms. Wesley Lacerda e Silva
Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso
Faculdade Antonio Meneghetti

Prof. Dra. Helena Biasotto
Instituição
Membro da Banca Examinadora

Prof. Almir Foletto
Membro da Banca Examinadora
Instituição

RECANTO MAESTRO - RESTINGA SÊCA

2019

AGRADECIMENTOS

Ao término desse trabalho, me sinto gratificada pelo meu crescimento integral, graças aos aprendizados que tive o privilégio de experienciar no curso de Bacharelado em Ontopsicologia na Antonio Meneghetti Faculdade.

Em primeiro lugar quero agradecer ao patrono dessa instituição prof. Antonio Meneghetti (*in memoriam*), que observou, compreendeu e amou o humano e compartilhou o seu conhecimento trazendo a sua contribuição para um mundo melhor, que se perpetuará através do legado que nos deixou.

Meus agradecimentos também: a todos os professores, especialmente ao meu orientador prof. Ms. Wesley Lacerda e Silva pela sua inesgotável paciência; à coordenadora do curso, Dra. Patricia Wazlavick pelo seu empenho e dedicação para que tudo e todos estivessem sempre bem; um especial agradecimento a minha filha Vanessa Nabarros, parceira na empresa e no bacharelado, que provocou-me a ressignificar o meu posicionamento frente a tantas coisas; à minha colega e amiga Maria Adamoli que me apresentou o Recanto Maestro e esta maravilhosa ciência; à empresária Cláudia Vicentini, colega e companheira das viagens internacionais, pelas longas conversas e trocas de experiências, sem falar nas horas de descontração com muitas risadas nas nossas idas e vindas para as aulas no Recanto; quero agradecer a minha família, especialmente ao meu marido Heitor Nabarros pela compreensão nas ausências nos finais de semana, muitas vezes em datas especiais; a minha filha Luiza Nabarros, por estar sempre me incentivando a desafios; ao meu filho André Nabarros, por assumir a empresa com maestria, levando adiante o projeto familiar com o muito amor; aos meus funcionários, porque aprendemos e crescemos juntos no cotidiano. Enfim a todos aqueles cujas palavras e ações me inspiraram nessa caminhada. Simplesmente obrigada.

DEDICATÓRIA

Ao meu marido Heitor Nabarro, que por meio do seu espírito empreendedor, me desafiou a engajar no seu projeto para que em parceria, confiança e apoio pudéssemos torná-lo realidade.

A EDUCAÇÃO EMPRESARIAL NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE GESTORAS¹

Rosângela Nabarro²
Wesley Lacerda e Silva³

RESUMO

Para vencer os desafios do cotidiano, a empresa necessita que as gestoras estejam alinhados com o projeto do empresário, que neste trabalho será tratado como o líder. A formação de profissionais é uma necessidade nas empresas, necessidade esta, que motivou na autora a possibilidade de desenvolver as gestoras na própria empresa. Com o conhecimento da ciência Ontopsicológica, adquirida no Bacharelado de Ontopsicologia da Antonio Meneghetti Faculdade, a autora fez uso desse conhecimento, que é interdisciplinar, e no âmbito empresarial tem como base a intuição criativa do líder. A autora formulou as premissas básicas para formação de pessoas na própria empresa, que se caracteriza em alinhar o proceder das gestoras em conformidade com a identidade da empresa, ou seja, a mente do líder. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, básica e aplicada, de caráter descritivo e abordagem qualitativa.

Palavras-Chave: educação empresarial; gestoras; Ontopsicologia.

ABSTRACT

To overcome the daily challenges, the company needs that the managers are aligned with the entrepreneur's project, which in this work will be treated as the leader. The training of professionals is a necessity in companies, a need that motivated the author to develop managers in the company itself. With the knowledge of Ontopsychological science, acquired in the Bachelor of Ontopsychology of Antonio Meneghetti Faculty, the author made use of this knowledge, which is interdisciplinary, and in business is based on the creative intuition of the leader. The author formulated the basic premises for training people within the company, which is characterized by aligning the conduct of managers in accordance with the identity of the company, that is, the mind of the leader. It is a bibliographical research, basic and applied, descriptive and qualitative approach.

Key words: business education; managers; Ontopsychology.

¹ Trabalho de Conclusão do Curso de *Bacharelado em Ontopsicologia* da Antonio Meneghetti Faculdade.

² Acadêmica do Curso de *Bacharelado em Ontopsicologia*, da Antonio Meneghetti Faculdade.

³ Orientador, Docente da Antonio Meneghetti Faculdade.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Quem é a Feira de Calçados	10
2.2 Como se deu a formação de gestoras na Feira de Calçados	12
2.3 O que é a Educação Empresarial.....	13
2.4 A metodologia ontopsicológica no âmbito empresarial	16
2.5 O papel de líder no âmbito empresarial.....	18
3 METODOLOGIA	20
4 RESULTADOS.....	21
4.1 A Identidade Empresarial Feira de Calçados.....	22
4.2 Perfil desejado para gestoras Feira de Calçados.....	24
5. CONCLUSÃO.....	26

REFERÊNCIAS

1 INTRODUÇÃO

O líder empreendedor impulsiona o mundo crescer, tem uma inquietação interior que o motiva, contudo, para que consiga operar no contexto do seu projeto, necessita delegar a execução de parte desse projeto para outros, que são as pessoas de apoio do seu projeto. Para tanto, é necessário que os mesmos estejam em sintonia com o modo de pensar e agir do líder, e tenham capacidade de refletir a identidade empresarial do idealizador do projeto.

Na empresa Feira de Calçados, até o momento, a visão do empresário foi alinhada à dos colaboradores por meio de um conhecimento tácito, isto é, está presente apenas na mente do profissional. Entretanto para se manter em desenvolvimento a empresa precisa ordenar seus métodos e procedimentos, transformando o conhecimento tácito em conhecimento explícito para colocá-lo em disponibilidade para todos. Esse trabalho se justifica pelo fato de que para a empresa continuar o seu crescimento no ramo do varejo de calçados, as gestoras que estão à frente de cada loja necessitam estar em constante formação.

Segundo a metodologia ontopsicológica, a empresa é o resultado da inteligência humana, de um líder, de um homem que teve uma intuição realizadora. No Bacharelado em Ontopsicologia da Antonio Meneghetti Faculdade a autora pôde compreender a responsabilidade do líder como elemento principal para os outros, porque a atividade da empresa se desenvolve, segundo os modos do líder. Daí parte a intenção de formar e desenvolver o seu corpo de ação na própria empresa.

Buscando um modelo técnico para desenvolver as gestoras na Feira de Calçados, a autora se utilizou do conceito de Educação Empresarial, que tem por base a cultura da aprendizagem contínua com as mais diversas formas de obter conhecimento. A educação empresarial traz ganho para o empresário na qualidade do serviço e baixo custo como também para o colaborador que tem a oportunidade de se desenvolver pessoal e profissionalmente. Mas o que é educação empresarial ou corporativa? No entendimento de Meister:

(...) entende-se por educação corporativa a concretização de ações educacionais que a empresa desenvolve a fim de assegurar que todos os participantes da sua cadeia de valor (funcionários, parceiros, fornecedores, clientes) possam desenvolver as competências profissionais necessárias voltadas para a concretização da estratégia organizacional, o foco do negócio (MEISTER, 1999).

Considerando que as gestoras da Feira de Calçados conduzem o processo produtivo, é importante que a empresa desenvolva ações educacionais visando à formação continuada e integral dessas gestoras. Portanto o tema a que estudo se propõe é sobre a formação de gestores na Feira de Calçados.

Diante das considerações descritas, o problema da pesquisa que se busca responder é de como formar gestores na Feira de Calçados? Porque acredita-se que uma gestão de qualidade, contribuirá positivamente para que a empresa alcance seus objetivos de estar sempre em evolução. Este estudo, mesmo que tenha validade apenas interna poderá contribuir para a compreensão de que quando o líder reconhece o potencial dos seus gestores e os incentiva a buscar aperfeiçoamento, estes se tornam uma extensão do próprio líder.

A relevância deste trabalho se dá porque diante do atual cenário social e econômico, a perspectiva é desenvolver o próprio corpo de ação, dar a devida atenção ao principal componente psicológico, o ser humano, para capacitá-lo à realização do projeto empresarial e como consequência produzir vantagem social, porque todos crescem juntos.

Partindo dessa perspectiva, para responder ao problema da pesquisa propõe-se como objetivo geral: ***Perfil desejado para gestoras Feira de Calçados***. Especificamente busca-se, identificar, descrever e analisar: a) Quem é a Feira de Calçados; b) Como se deu a formação das gestoras Feira de Calçados; c) O que é educação empresarial; d) Metodologia Ontopsicológica no âmbito empresarial; e) O papel do líder no âmbito empresarial. Com base nesse escopo, a seguir apresentamos o referencial teórico que será em base aos objetivos específicos desta pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Quem é a empresa Feira de Calçados

O sonho de um casal com a ambição de transformar um pequeno atacado de calçados em um grande atacado de calçados se depara com um plano econômico (ocorrido no Brasil, 1990-1992), que afetou a economia nacional em diversos segmentos. Este negócio que atendia pequenos varejos no interior do Rio Grande do Sul e Santa Catarina deparou-se com um grande estoque e o desaparecimento dos seus clientes. O que fazer diante de uma adversidade involuntária ao projeto?

O pouco dinheiro que dispunham e poderiam sobreviver até reorganizar o negócio, estava confiscado no banco. A esposa teve uma intuição de abrir as portas, para o público, e fazer as vendas a preço de custo. Foi assim que surgiu a loja Feira de Calçados (nome escolhido de acordo com o contexto), com o slogan “preços de fábrica”.

Fundada em 1992, uma pequena loja de bairro, a Feira de Calçados, era um varejo do ramo de calçados com um pequeno *mix* de produtos.

Hoje as lojas possuem modelo “sapataria” e um leque de produtos femininos, masculinos, esportivos e infantil, para atender os clientes em todas as suas necessidades, ou seja, moda, conforto e preço justo. Grande parte dos clientes são de classe média. Atualmente, conta com cinco lojas, sendo três no centro da cidade de Passo Fundo, uma na cidade de Marau, distante 30 km de Passo Fundo e uma no Centro de Convivência da Universidade de Passo Fundo.

A loja que tem maior fluxo de clientes, a primeira no centro da cidade de Passo Fundo, nasceu de uma intuição. Ao passar em frente a uma peça abandonada, que por meio de uma cortina de ferro vazada poderia se observar um local que estava sendo utilizado para descartar lixo (ali havia funcionado uma agência da Caixa Econômica Federal por muito tempo, logo muito dinheiro girou nesse local), o líder teve um *insight*: vou colocar uma loja aqui. Ao se dirigir ao responsável para alugar a peça, este argumentou que estavam desgostosos com aquele ponto, pois depois que a CEF saiu, nada dava certo ali, mesmo assim o líder insistiu: “quero colocar uma loja aqui”, então o responsável argumentou: “vou fazer um precinho bom, pois só mantendo o local ocupado para livrá-lo dos vândalos já me basta”. E assim nascia a segunda Feira de Calçados, que permanece há quase 30 anos neste local.

Quando a família decidiu investir na cidade vizinha de Marau, realizou um passeio no centro da cidade para escolher um ponto, ao conversar com o proprietário ele argumentou: “eu alugo, mas não permito que façam modificações, porque as empresas vem aqui mudam tudo e em cinco ou seis meses se vão, não sei o que tem esse ponto, ninguém para aqui”, e então mais uma vez a intuição se fez presente “queremos do mesmo jeito”. O espaço foi totalmente modificado e a loja permanece lá há mais de dez anos, com sucesso.

A Feira de Calçados que está localizada no Centro de Convivência da UPF foi indicada em pesquisa entre professores, alunos e funcionários como a loja do segmento de calçados que deveria compor o *mix* de lojas do Centro de Convivência da UPF. Por quê?

Nessa época era feita mídia de fortalecimento da marca na RBS-TV, com alcance em toda a região. A UPF recebe muitos alunos de pequenas cidades vizinhas que trabalham em horário comercial e estudam à noite, estes quando chegavam em Passo Fundo e queriam comprar os produtos anunciados nas mídias da RBS-TV, a loja já estava fechada, olhavam a vitrine e permanecia o desejo de compra.

A loja do Centro de Convivência UPF, proporcionou aos alunos, principalmente dos cursos noturnos, professores, motoristas de ônibus de que vem trazer os alunos, a oportunidade de satisfazer as suas aspirações de compra de calçados. Muitos, no dia seguinte após exibir a aquisição na pequena cidade de origem voltam à loja para buscar encomendas de seus familiares, amigos e vizinhos. Professores, funcionários e comunidade tem a oportunidade de comprar nos intervalos, sem o problema de estacionamento no centro da cidade. Atualmente a Feira de Calçados é a loja âncora do Centro de Convivência UPF.

A Feira de Calçados se tornou conhecida na cidade e região de Passo Fundo, pelo fato de que na época em que a empresa começou atuar no mercado, as lojas de calçados da cidade eram compostas por balcões de atendimento com os produtos guardados dentro das caixas, empilhados e armazenados em prateleiras atrás destes balcões, o cliente, sem acesso, dependia da vontade do vendedor em entender o que ele queria e mostrar o produto. A Feira de Calçados foi inovadora no modo de expor o produto, o sapato é exposto em stands, fora da caixa com um *tag* constando informações do produto, preço e condições de pagamento e também o cliente tem livre acesso para tocar o produto. Claro que este *layout* foi inspirado em outras lojas do segmento de grandes centros, mas para Passo Fundo foi novidade. Naquela época as lojas não abriam aos sábados à tarde, a Feira de Calçados, sim. No início, como o *mix* de marcas era pequeno, para atrair o cliente era anunciado: “preços de fábrica”. Como o espaço físico era pequeno, o proprietário permanecia em tempo

integral no salão de vendas em contato com as vendedoras e clientes, as dúvidas eram esclarecidas na hora. Em função disso, ainda existem clientes que solicitam: “quero negociar com o dono”.

Recentemente foi aplicado um questionário respondido pelas gestoras e em uma questão que se perguntava “por que as pessoas comprem em nossas lojas?”, reafirmou-se que os pontos fortes da Feira de Calçados é o atendimento diferenciado, por exemplo, às pessoas idosas são convidadas a sentar, o vendedor ajuda a calçar o sapato, todos os clientes são acolhidos do mesmo modo, comparado a outras lojas do mesmo segmento na cidade. A variedade de marcas e produtos, e o preço justo que o cliente constata nas promoções porque os descontos são reais e conclui-se que estas afirmações estão corretas porque a empresa está em crescimento.

A administração da Feira de Calçados é composta por quatro pessoas da família, o fundador e sua esposa, um filho e uma filha. O quadro de colaboradores de cada loja é composto por uma gestora que coordena de 6 a 12 vendedores e mais uma gestora que faz a supervisão geral das lojas. Destas, apenas uma não é “prata da casa”, as demais foram formadas na empresa pelos proprietários por meio do conhecimento tácito. No mesmo questionário citado acima, 83% das gestoras afirmaram que todo o conhecimento de gestão que possuem foi adquirido na empresa. Afirmaram ainda neste mesmo questionário que não procuraram um segmento específico e sim um meio de sobrevivência, no entanto, cem por cento delas reconhecem e se sentem gratas pela oportunidade que lhes foi dada e afirmam: “tudo o que sei aprendi aqui” e “gosto muito do que faço”, demonstrando amor pelo que fazem.

Pertencer à equipe Feira de Calçados significa pertencer a um projeto empresarial que valoriza a vida e o trabalho com eficiência, deve ter como resultado a excelência no serviço aos clientes. Mas para que as gestoras consigam desempenhar a sua função com maestria, a necessidade de organizar o básico se faz presente a cada dia. A formação e o aperfeiçoamento das gestoras na própria empresa irá refletir no próprio crescimento, nos clientes, nos fornecedores e nos resultados da empresa.

2.2 Como se deu a formação de gestores na Feira de Calçados

No início da atividade comercial da Feira de Calçados, os proprietários ficavam no salão de vendas e toda a administração era feita ali, na presença dos vendedores: as compras, os pagamentos, atendimento do caixa, recebimento de mercadorias das

transportadoras, se precisasse atender nas vendas, atendiam, faziam vitrine, davam orientação direta aos vendedores no boca a boca, minuto a minuto. Algumas vendedoras mais atentas prestavam atenção em toda essa dinâmica e quando os donos precisavam se ausentar por algumas horas ou dias era escolhida uma destas para ficar responsável pela loja. E assim observando como os donos agiam e recebendo orientação direta destes a cada dúvida, foram se formando as atuais gestoras.

Por muito tempo a empresa funcionou assim, até vir a necessidade dos donos terem um lugar mais reservado para a rotina diária e conseqüentemente foi preciso ter uma pessoa responsável por cada loja em tempo integral, isto é, não estar dividida entre vendas e gestão. Então foi oficializado o cargo de gestora para cada loja, o critério utilizado para a escolha da gestora de cada loja foi em base aos pontos descritos acima, sempre com a supervisão dos donos. Porém há pouco tempo uma dessas gestoras já foi promovida a supervisora de lojas.

Atualmente, temos oportunidade de obter conhecimento por muitos meios. Além dos bancos escolares, a tecnologia nos possibilita desenvolvimento e aprendizagem a qualquer hora, em qualquer ambiente. Passamos a estimular nossas gestoras a se utilizar destes meios como auxílio nas suas estratégias de gestão.

2.3 O que é a Educação Empresarial

A educação proporciona novas formas de pensar, transforma vivências repetidas tanto em situação de trabalho como na vida pessoal, em experiências que podem ser transmitidas a outros, e impactam na sociedade, porque variam de acordo com o contexto de cada cultura, estrutura social, política e econômica. “A educação tem hoje em dia legitimidade macroeconômica, pois há forte preocupação com sua implicação no desenvolvimento econômico e competitividade de um país.” (EBOLI, 2004, p. 36).

As pessoas representam a força econômica de uma empresa, de um país, a educação integral, técnica e humana irá refletir no nível de proatividade, a pessoa percebe o mundo de outro modo. A economia é um fundamento de valores, aquele que aplica a sua inteligência no seu negócio é um líder, tem sucesso, tem visão, pensa de outro modo, conhece a técnica, faz acontecer. Nesse sentido Meneghetti afirma que “a empresa é um conjunto de pessoas e coisas para um escopo econômico.” (MENEGETTI, 2013, p. 212).

As empresas podem ser grandes pequenas ou médias, não importa, o fim é o mesmo: prestar um serviço com um retorno esperado. Assim sendo “é preciso saber

configurar um corpo orgânico, a partir dos vários setores e componentes da empresa que permitam a obtenção do escopo.” (MENEGETTI, 2009, p. 19). O líder, para dispor de pessoas preparadas, deve saber identificar e formar o seu corpo de ação, dentre aqueles que querem e são capazes. Para Eboli (2004), é preciso proporcionar momentos de aprendizagem coletiva e individual, por meio da escolha das melhores práticas e tecnologias, as quais devem estar em sintonia com a realidade da empresa.

Na visão de Campos et. al. “se a aprendizagem se torna cada vez mais relevante nos diversos níveis organizacionais, no gerencial, sua importância é ainda maior. Afinal de contas, são os gestores os grandes responsáveis pela confecção das estratégias organizacionais e do processo de tomada de decisão, requerendo um conjunto complexo de habilidades gerenciais.” (CAMPOS, et. al., 2018, p. 224). O entendimento dos autores tem o seu fundamento na medida em que os gestores são os elementos centrais na articulação da estratégia com o ciclo operacional das empresas, mobilizando recursos e gerindo pessoas em prol do alcance dos objetivos.

Atualmente a autoconstrução das pessoas pode ocorrer nas rotinas das instituições, no contato com outros sujeitos. A educação empresarial vem colocando o homem como prioridade para que seus objetivos sejam alcançados, ou seja, é feita uma pedagogia dentro das empresas para que os colaboradores possam se desenvolver como profissionais e como pessoas.

Segundo Bernabei, “Para além de toda a tecnologia, a primeira referência de qualquer atividade é o indivíduo” (BERNABEI, 2013, p.27). Para a autora, antes de colocar em ação qualquer projeto, em primeiro lugar precisamos ter as pessoas. Seguindo essa linha ainda Bernabei (2013) afirma que é necessário, criar um novo humanismo de trabalho, que exalte a liberdade do homem, a sua criatividade e os seus dotes intelectuais e morais.

Argenta (2017, p. 142), elucida que “O maior valor está nas pessoas”, pois para ele, a garantia de sucesso empresarial é resultado de uma formação continuada de pessoas, conforme o escopo da empresa. E continua Argenta (2017, p. 142), afirmando que formar pessoas nas empresas se torna um desafio, pois, além da formação técnica, se faz necessária a motivação por parte do colaborador para o autodesenvolvimento de habilidades, atitudes e comportamento.

A inteligência do líder está na formação do seu corpo de apoio, de quem se cerca para dar suporte à realização do seu projeto e ao mesmo tempo reconhece-o possibilitando também o crescimento destes colaboradores. Conforme relata Foletto (2017, p. 119),

O líder é aquele que, ao realizar a própria ambição e a própria empresa, possibilita que as novas gerações conheçam, experimentem e dêem história ao seu propósito de vida. [...] para garantir que nossas empresas sejam também escolas, para o desenvolvimento do jovem. [...] Então nossa responsabilidade, enquanto empresários e empresárias, é fazer do nosso core business também uma escola de superioridade, em que seja possível ensinar como ser vencedor. Assim nos tornamos construtores do bem social e econômico. Educar visando a estratégia da empresa, trabalhamos competências, valores e autoconhecimento. (FOLETTTO, 2017, p. 121).

Podemos constatar que a maior preocupação dos empreendedores é a formação de profissionais compreendendo-os como seres integrais e a empresa, nesse sentido, pode ser uma grande educadora.

O *core business*, também é um aspecto que deve nortear as organizações empresariais, e o líder precisar ter isso bem claro e deve estar intimamente ligado aos colaboradores que dão efetividade a esse núcleo. Grandes empresário de sucesso discorrem sobre isto, em uma edição especial de 10 anos da Revista Performance Líder, publicação que busca descrever grandes inteligências empresariais tal como Lemann (PERFORMANCE LÍDER, 2018, p. 60), que afirma que “O meu negócio é formar gente, atrair gente boa, fazer equipes e deixá-las trabalhar. É isso que tenho feito e uma das coisas que fiz mais certo”. Também para Tramontina (PERFORMANCE LÍDER, 2018, p. 91), a “chave de ouro é acreditar nas pessoas”, é a chave de sucesso da empresa. Lima (PERFORMANCE LÍDER, 2018, p. 101), diz que as pessoas se desenvolvem com a liderança, e a liderança está no DNA.

O líder tem que estar pronto para servir, para ser função aos outros e precisa agir como uma esponja, sempre pronto para se envolver em tudo o que é importante e colaborativo, é ele quem une as pessoas. Mattar (PERFORMANCE LÍDER, 2018, p. 129) afirma: “eu sempre tive uma boa equipe, tive pessoas comigo que me ajudaram. Uma andorinha só não faz verão, então sempre nos cercamos de pessoas boas, e essas pessoas ajudaram a construir tudo isso”.

Segundo Meneghetti, “Para ter o pessoal adequado não basta dinheiro, porque para ter determinados resultados as pessoas devem ser construídas: a pessoa é o fundamento de todo o sucesso.” (MENEGETTI, 2016, p. 210). Muitos de grandes empresários, não vieram de famílias ricas, mas tiveram uma “intuição”, uma tensão a fazer algo que os levaram à realização. É notório na trajetória desses grandes a valorização do humano.

Da admiração desses notórios casos bem sucedidos, se evidencia a consideração pelo humano, verdadeiro recurso das empresas. Pode-se constatar que a presença do líder como educador e mentor de equipes cada vez mais se faz necessária. Cabe ao líder,

identificar os atributos do indivíduo que demonstra vontade e investir na sua formação para que se tornem uma unidade de ação em função da empresa. Saber servir é colocar o seu core business, o que sabe fazer de melhor em função aos outros.

2.4 A metodologia ontopsicológica no âmbito empresarial

A Ontopsicologia é uma ciência epistemológica aos outros ramos do conhecimento, já que, a partir da experiência clínica bem-sucedida realizada pelo seu fundador, Antonio Meneghetti, foi capaz de colher a elementaridade base da raça humana, a qual funciona em qualquer inconsciente e em qualquer povo. (MENEGETTI, 2012). Tendo em vista que os conhecimentos têm como elemento em comum o ser humano, a ciência ontopsicológica vai à raiz propondo uma revisão do modo de pensar e agir dos indivíduos.

Ontopsicologia é a análise do evento homem no seu fato existencial e histórico. Indaga os formais e os processos que estruturam o concreto homem no iso de natureza que lhe é próprio, individua os formais essenciais e os hipotéticos anexos fenomenológicos. (MENEGETTI, 2010, p. 19).

Essa ciência foi capaz dessas constatações a partir das suas descobertas que são o Em Si ôntico⁴, o Campo semântico⁵ e o Monitor de Deflexão⁶. A partir dessas descobertas evidenciou a constituição do ser humano no seu acontecimento histórico de acordo com a lógica de natureza que lhe é própria; que o ser humano comunica constantemente com outras individuações e com o ambiente circunstante; e que existem interferências que afastam o indivíduo da sua identidade ôntica.

A partir desse conhecimento, a ciência ontopsicológica propõe a utilização de um critério de natureza, ao invés dos critérios convencionados pelas ciências correntes. “O *critério de natureza* é uma medida que procede por evidência, responde a uma intenção de natureza, e concretiza o objeto ou campo pré-escolhido. (MENEGETTI, 2010, p. 147). Esse critério é o Em Si ôntico, que informa a todo momento a escolha ótima do indivíduo e serve como parâmetro para todas as ações humanas.

O objetivo dessa metodologia, é despertar no sujeito a consciência de que deve conhecer a si mesmo e fazer por si mesmo, identificando qual o dom que é seu desde o

⁴ Princípio ôntico existencial no homem. [...] O Em Si constitui o critério-base da identidade do indivíduo, seja como pessoa, seja como relação. (MENEGETTI, 2012, p. 84).

⁵ O campo semântico é a comunicação-base que a vida usa no interior das próprias individuações. (MENEGETTI, 2012, p. 38).

⁶ Engenho Psicodélico deformador das projeções do real à imagem. (MENEGETTI, 2012, p. 175).

nascimento, saber selecionar dentre os modelos de comportamento que aprendeu na família, na igreja, na escola, na política e de tantos outros modos, o que ainda é útil e funcional para o próprio desenvolvimento e construção da própria identidade. Identificar os meios para se movimentar no contexto social, respeitando as leis, cuidando da vida privada, se relacionando com as pessoas que interessam ao seu plano e assegurando os meios econômicos com o fim de realização do seu projeto de natureza, aquele que carregamos desde o nascimento.

A Ontopsicologia “vai à fonte da mente dos operadores de qualquer ciência, porque regula o homem em conformidade com a racionalidade de natureza” (MENEGHETTI, 2013.1, p. 28). E também é aplicável no âmbito empresarial, pois como fenomenologia da inteligência humana, a empresa também possui normas precisas, com causas e fenômenos delineados por uma ordem de natureza.

No que se refere ao âmbito empresarial, dentre outros assuntos, a Ontopsicologia destaca a figura do líder. Trata-se da verificação da *forma mentis* daquele que conduz um empreendimento e o leva adiante como projeção da própria personalidade.

O líder é uma pessoa que, estabelecido um escopo, busca e cria os meios e as pessoas funcionais ao escopo. Todas as relações que dependem dele são somente instrumentos causais ou causas instrumentais; ele é a mente de tudo o que acontece em referência ao seu contexto. (MENEGHETTI, 2008, p. 23).

Para Meneghetti, “o líder não é o resultado de uma carreira, mas é uma predisposição de natureza, que é aperfeiçoada através da experiência. Então de certo modo, líder se nasce, mas também líder se torna.” (MENEGHETTI, 2010, p. 339). Desse modo, resta claro que as lideranças, têm um aspecto intrínseco à constituição individual de cada ser humano, porém também necessita de um aspecto formativo no sentido de atuar plenamente as suas características liderísticas, as quais é dotado por dom natural.

O ato de formar pessoas, nesse sentido, é uma contribuição à formação de potenciais lideranças, sobretudo na empresa, em que a primeira escola é o fazer. Também para aumentar o seu raio de ação, a formação de líderes é imprescindível, pois o empresário, quanto mais cresce, mais tem que delegar.

*Os empresários têm a responsabilidade de uma atividade que os constringe a delegar. Não se pode fazer tudo sozinho. Colaboradores, funcionários, sócios, profissionais de apoio, operadores, consultores *ad interim* têm relações com um termo em comum: delegação. O empresário deve delegar uma parte do próprio projeto a outros operadores que estejam em uníssono com o seu interesse e com o projeto. Nenhum de nós pode operar sem delegar a outros a realização de um projeto da empresa. (MENEGHETTI, 2013, p.159).*

Porém, para que haja a possibilidade de delegação de atividades, é necessário que existam pessoas competentes o suficiente para atender a tais atribuições. No entanto essa formação não se faz num piscar de olhos, mas sim, leva um determinado tempo histórico, em consonância com algumas escolhas e decisões no sentido de tornar-se líder.

O líder deve saber buscar os meios e quais as pessoas que são funcionais ao seu projeto, e através da metodologia ontopsicológica, que tem a novidade das três cobertas, é possível utilizar o conhecimento do Em Si ôntico, do campo semântico e do inconsciente (parte desconhecida do homem, mas que contém vida e inteligência) para que o líder possade identificar os ganhos ou a causa de resultados insatisfatórios, tanto no que se refere ao plano operacional, quanto ao âmbito da gestão e relacionamento.

A Feira de Calçados tem o escopo de formar continuamente seus gestores para que possam contribuir mais e de modo mais qualificado com os objetivos da empresa. Para isso é importante que esses gestores estejam capacitados de modo que, possam a eles ser delegadas atribuições de grande responsabilidade. Nesse sentido a Ontopsicologia contribui imensamente, pois evidencia de modo minucioso o homem e seus modos de ação, desvios, problemas, sucessos, etc. tanto em âmbito individual, quanto no ambiente empresarial e o seu conhecimento é extremamente efetivo para o desenvolvimento e formação de lideranças dentro de uma empresa.

2.5 O papel do líder no âmbito empresarial

Muitas pessoas não andam sozinhas, precisam de uma bússola, e essa bússola é o líder. Para extrair dos gestores a eficácia, responsabilidade e resultados, a presença do líder é indispensável. Nos dias de hoje, o líder não é mais o chefe, e sim, um guia, um educador, um modelo a ser seguido. Antonio Meneghetti, na obra “Dicionário de Ontopsicologia” assim define o líder:

O líder é aquele que sabe servir, que sabe fazer funcionar a harmonia das relações entre os operadores do contexto empresarial ou outro, para que exista o máximo de produção específica ou resultado integral. O líder é o centro operativo de diversas relações e funções, é aquele que sabe individuar a proporção de como se movem as relações da vida e sabe aplicar, a cada situação, a fórmula justa para resolver e realizar, econômica, política e socialmente. (MENEGETTI, 2012, p. 150).

O líder é o elemento principal para os outros, toda a atividade da empresa, se desenvolve segundo os modos do líder. Segundo a metodologia ontopsicológica, o critério é o próprio líder, por meio do corpo, é possível saber perfeitamente o que é agradável ou

não no contato com outras pessoas ou quem está ou não em sintonia com a própria identidade.

O líder quando pratica o training de autenticação ontopsicológica tem condições de obter diretivas por meio da intuição. Conhecendo os princípios da ciência ontopsicológica, a autora pode compreender que a solução para todos os percalços do dia a dia se encontra dentro de cada um.

O Em Si ôntico, como critério fundamental, possui a exatidão, mas é necessário que a consciência reflita essa exatidão, todo o indivíduo tem capacidade de identificar a manifestação do inconsciente. A metodologia ontopsicológica permite ao líder realizar a sua história mudando, a si mesmo e o seu entorno. Com essa técnica, o líder pode se utilizar de todos os modelos e criar um novo modelo diferente de todos os anteriores, ou seja, estar aberto à criatividade.

A autora, depois deste conhecimento pode dar um novo significado ao seu papel de líder na empresa. Parou, traçou a linha do tempo da sua trajetória empresarial. O que antes era executado como mera rotina, passou a ser compreendido e ter significados.

Por não haver um modelo racional para a tomada de decisões, essas sempre foram tomadas intuitivamente e contemporaneamente ao problema, acredita a autora que na maior parte foram corretas porque como resultado tinha o crescimento da empresa. No entanto essa intuição nunca foi considerada porque até conhecer a ciência ontopsicológica, em concordância com a visão de Grishna, a intuição era algo mais místico, sem cientificidade: “A intuição como reguladora do comportamento cotidiano, como fator do processo decisional nas diversas situações da vida, sem dúvida, não se tornou ainda o objeto principal de estudo e de interesse da psicologia científica”. (GRISHINA, 2013, p. 264).

Na metodologia ontopsicológica, a intuição é objeto de estudo, assim definida por Meneghetti (2008), Intuição significa: onde está o ponto-causa do evento realizador. É o conhecimento fenomênico e único do Em Si ôntico. A intuição chega em um momento, é um flash que não se pensa, sabe-se. Para colocar o seu projeto em ação, o líder precisa reconhecer os recursos que possui e utilizá-los. A intuição é um desses recursos, então a partir deste conhecimento, a autora reconsiderou o seu modelo de trabalho e o aperfeiçoou.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada no presente trabalho é a pesquisa bibliográfica, básica e aplicada, onde a autora busca transformar os seus conhecimentos empíricos de gestão de pessoas para definir de modo explícito as premissas básicas para formação das gestoras na Feira de Calçados.

A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos busca-se conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema. (CERVO, et. al, 2007, p.60)

Por sua vez podemos definir pesquisa básica e aplicada como sendo aquela com o objetivo de “gerar conhecimentos, para a aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais” (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 35). Ou seja, restringindo-se inicialmente às gestoras da Feira de Calçados.

A autora acredita que este tipo de pesquisa, mesmo que utilizada apenas internamente trará crescimento pessoal para as pessoas envolvidas e para o fortalecimento empresarial, porque visa a compreensão e valorização do trabalho e também desenvolve uma técnica que possui utilidade econômica e social.

É de caráter descritivo pois observa, analisa e descreve os fatos de uma empresa que resulta em uma nova visão a respeito desses fatos. Também a autora considera de caráter educativo, porque teoriza e explica os processos para aplicação prática.

Trata-se, além disso, de abordagem qualitativa tendo em vista que a autora estuda particularidades e experiências individuais, de modo subjetivo. Extraí a identidade da Feira de Calçados para identificar as necessidades das gestoras e obter melhor desempenho da função, a partir de um questionário respondido pelas mesmas. Nesse questionário as perguntas foram do tipo; “opinião” e “expressão de sentimentos”.

O questionário com o título “Quem é a Feira de Calçados?”, aplicado as gestoras teve o intenção de identificar:

- Quem é a gestora Feira de Calçados?
- Como ela vê a Feira de Calçados?
- Como ela percebe que o cliente vê a Feira de Calçados?
- O que a empresa poderia fazer para que a gestora gerisse melhor a sua equipe?

Para dar início à construção da resposta ao problema desta pesquisa “Como formar gestoras na Feira de Calçados?”, foi solicitado à cada uma que descrevesse a sua rotina diária detalhadamente.

4 RESULTADOS

Da análise das questões do questionário “Quem é a Feira de Calçados”, conclui-se que as gestoras Feira de Calçados possuem entre 23 e 36 anos de idade; A maioria começou trabalhar entre 12 e 17 anos de idade, como babá, ajudante e outros; 83% delas tiveram seu primeiro emprego com registro na carteira de trabalho (CTPS) na Feira de Calçados e afirmam que tudo que sabem de gestão aprenderam na empresa com os proprietários; 100% demonstram amor pelo que fazem e reconhecem a oportunidade que tiveram.

Neste mesmo questionário, quando perguntadas sobre a ambição todas solicitaram maior evolução técnica em relação à gestão de pessoas, conhecem a função, mas muitas vezes encontram dificuldades em tomar decisões. Quando perguntadas sobre o que é sucesso em nossas lojas, as respostas foram unânimes: “temos ótima localização”, “nossos preços são ótimos”, “temos variedade de produtos”, “nosso atendimento é diferenciado”. Em relação aos clientes: “os clientes saem satisfeitos”, “estamos melhorando a cada ano”, “temos clientes de várias cidades”. Quando perguntadas sobre o que a empresa poderia fazer para facilitar o desempenho de cada uma na sua função: “precisamos formalizar os procedimentos de modo explícito, para termos um apoio na tomada de decisão”.

Por meio deste questionário veio a confirmação da “Identidade Feira de Calçados”, que até então era conhecida de modo tácito.

Da descrição da rotina diária elaborada por cada gestora, foram analisados e padronizados, passo a passo como deverá ser a postura de cada uma referente a cada processo a ser executado.

Para dar início ao processo de “Como formar gestoras na Feira de Calçados”, em concordância com Eboli (2004), citada no referencial teórico deste trabalho “proporcionar momentos de aprendizagem [...] os quais devem estar em sintonia com a realidade da empresa”, dentro desta perspectiva, foi disponibilizado um curso online de gestão de pessoas, com encontros presenciais para discussões e esclarecimentos e também a criação de um grupo de WhatsApp para troca de ideias entre as gestoras. Neste curso além de conhecer técnicas básicas de gestão de pessoas, as gestoras tiveram a oportunidade, por

meio de testes e dinâmicas de grupo de evidenciar qual o estilo de aprender, agir e reagir de cada uma.

Baseada nos conhecimentos que obteve no Bacharelado de Ontopsicologia, a autora, por meio de reuniões e conversas informais, orienta as gestoras da importância do papel de cada uma como guia, educadora e modelo para os seus geridos. Estas também são orientadas a buscar o autodesenvolvimento por meio da consciência que “fazer a si mesmo é também fazer para muitos”. Este modelo é pautado no conhecimento prático e funcional descrito pelas mesmas e visa o crescimento pessoal de cada gestora paralelamente ao crescimento da empresa e vice-versa. Os resultados de uma empresa dependem daqueles aos quais confiamos a participação na realização do projeto.

Do resultado de todo esse processo acima descrito, entre o líder e as gestoras, foram implantados: a “Escola do vendedor”, “categorias de gratificação para todos os níveis de colaboradores”, “premiações em parceria com fornecedores” e com o objetivo de estreitar mais o relacionamento com os clientes, foi criado o “cadastro de clientes”.

O perfil desejado para as gestoras Feira de Calçados, tem a finalidade de aprimorar o bem servir o cliente e foi elaborado a partir da evidência da “Identidade Feira de Calçados”.

4.1 A Identidade Empresarial Feira de Calçados

A Feira de Calçados é uma empresa familiar, que começou como um pequeno varejo de calçados. O conhecimento empresarial tanto dos proprietários como dos colaboradores aconteceu de modo tácito. Com o crescimento veio a necessidade de delegar para que outros ajudem a tocar o projeto.

A escolha dos colaboradores da Feira de Calçados é por meio de entrevista pessoal feita pela sócia proprietária da empresa, autora deste trabalho. Nesta entrevista o candidato é avaliado “olho no olho”, é investigada a disponibilidade do candidato a ser “proativo”. O candidato é levado a compreender que muito além das interferências externas de sindicatos, opiniões de amigos, familiares, leis, igreja, etc., está sendo disponibilizada para ele uma oportunidade de crescimento dentro da empresa, desde que haja a consciência de que quer estar ali. É preciso que estejam dispostos a trabalhar para um único fim, não importa para qual setor foram contratados da limpeza à gerência, devem estar em sinergia, demonstrar vontade de conhecer e participar ativamente na empresa. As gestoras que hoje atuam na empresa contemplam o critério acima descrito.

Dentro dessa realidade, a Feira de Calçados, escolheu dentre as suas colaboradoras aquelas que mais se identificavam com o projeto e demonstravam vontade de crescer juntamente com a empresa, o que originou o perfil das gestoras Feira de Calçados. Destas, apenas uma possui curso superior; todas iniciaram no mercado de trabalho bem jovens, com objetivo de obter o próprio sustento; aprenderam com os proprietários e vislumbraram a oportunidade de crescimento e profissionalização na própria empresa.

A Feira de Calçados é reconhecida na cidade e região, como referência no varejo de calçados. A qualidade dos produtos e preços competitivos são fatores determinantes para a credibilidade e transparência na relação com os clientes que resulta no bom atendimento.

Em base às afirmações dos parágrafos anteriores, foi evidenciada a identidade da Feira de Calçados.

Como um dos pontos que identifica a Feira de Calçados é o preço justo, a gestora deverá demonstrar credibilidade na argumentação que faz com os clientes. Nas promoções o preço da Feira de Calçados é real, porque não é superfaturado para dar mais desconto, o lucro está na negociação da compra e não sai do bolso do cliente.

A empresa trabalha com diversidade de produtos, para cada situação existe o produto ideal para todos os públicos, do infantil ao adulto, masculino e feminino. A gestora deverá ter habilidade para identificar a necessidade do cliente e procurar a melhor forma para satisfazer as suas necessidades. Portanto, precisa conhecer bem todos os produtos que existem na loja. Então, no momento em que a gestora recebe o produto do fornecedor, deve abrir, procurar na própria embalagem informações sobre o que está recebendo, experimentá-lo ou pedir para outro colaborador experimentar e demonstrar para os vendedores da equipe. Quando não encontra informações na própria embalagem, deve procurar na internet, pois hoje em dia a maioria das fábricas disponibilizam essas informações, e, caso não encontre pode solicitar na administração. Também as fábricas têm pessoal especializado para treinamentos sobre seus produtos, nos quais é indispensável a participação da gestora.

Quanto aos clientes a gestora deve estar preparada para orientar o vendedor quanto à identificação das necessidades de compra deste. Existem as pessoas que já vem com a compra definida na mente, outros precisam de uma explicação detalhada sobre o produto, ou sobre condições de pagamento e até uma orientação sobre as doenças que afetam o pé, por exemplo: fascite plantar, joanete, odor e outras.

Concluimos que a Feira de Calçados se caracteriza: de modo interno, por formar as suas gestoras na própria empresa. De modo externo, possui variedade de produtos, preços

competitivos e bom atendimento. Sob esse critério ficou definida a identidade Feira de Calçados.

Explicitando a identidade Feira de Calçados, foi possível elaborar o perfil desejado para uma gestora Feira de Calçados.

4.2 Perfil desejado para uma gestora Feira de Calçados

Em conformidade à identidade Feira de Calçados, para estar alinhada com o projeto empresarial do líder a gestora precisa dar suporte necessário ao desempenho da sua gestão. É coordenada por uma supervisora que está ligada diretamente com os proprietários.

Para estar alinhada com o projeto empresarial Feira de calçados, a gestora deverá possuir o seguinte perfil:

- Ter capacidade de compreensão do projeto e responsabilizar-se em desenvolver as habilidades necessárias para que o objetivo do projeto seja alcançado.
- Dar importância a pequenas atitudes do cotidiano, como o modo de se alimentar, de se vestir, das amizades, das informações que recebem, o que publica e compartilha na Internet.
- Estar consciente de que gerenciar a si mesma lhe dá autonomia, poder de decisão em todos os setores da vida.
- A preservação da sua imagem diante dos clientes e da sua equipe, deve ser exemplo dentro e fora da empresa, porque a equipe mesmo de modo inconsciente, observa-a o tempo todo, o modo de agir, de resolver conflitos, as atitudes, tudo reflete o que ela é.
- Os problemas da vida pessoal devem ser administrados de modo que não interfiram no seu desempenho na empresa.
- Como educadora, é provocada a ganhar um ponto de crescimento a cada dia, na medida em que realiza as suas ações do cotidiano
- Não pode ter problemas de assiduidade, deve estar comprometida em atingir as metas estabelecidas, da loja e de cada vendedor da sua equipe preenchendo e acompanhando as planilhas de desempenho.
- Assiduidade nos treinamentos, reuniões e confraternizações oferecidos pela empresa.
- É responsável pela abertura e fechamento da loja.

- Manter em condições e zelar pelo uso adequado de portas, fechaduras, chaves, controles remotos, alarme, lâmpadas, computadores e ar condicionado.
- Fiscalizar a higienização do salão de vendas, para que tudo esteja em perfeito estado para o conforto de todos, colaboradores e clientes.
- Estar no salão de vendas, quase que em tempo integral, incentivando, auxiliando, estimulando os vendedores.
- A orientação da vitrine com ênfase em datas comemorativas, produtos de lançamento, produtos promocionais.
- Conferir o caixa diariamente, antes da abertura e depois do fechamento deste e comunicar a administração qualquer irregularidade.
- Supervisionar a chegada de mercadorias por transportadora e comunicar qualquer irregularidade à administração.
- Supervisionar as transferências de mercadorias entre as outras lojas e comunicar qualquer irregularidade à administração.
- O conhecimento técnico deverá ser aperfeiçoado a cada dia, pois, a todo momento chegam novas informações que dizem respeito ao negócio da empresa.
- Desenvolver o hábito de buscar as novidades que possam contribuir com o desempenho e enriquecer a bagagem de conhecimento.
- No varejo de calçados, o “*fast fashion*” é rotina e a cada dia são lançados novos modelos, novos materiais e existem clientes muito bem informados, a gestora precisa estar atualizada.
- Conhecer e saber explicar, todos os produtos existentes na loja, de todas as marcas, masculinas, femininas, infantil, esportivas, bolsas e acessórios.
- Saber distinguir couro de material sintético e conhecer todos os outros materiais usados nos produtos da empresa.
- Conhecer e orientar clientes e vendedores quanto à política de preços da empresa, assim como a política de trocas e devoluções, vales-presente, trocas e evoluções, reservas de produtos, condicionais de venda.
- Saber usar o sistema de informática da empresa, contatar o suporte do sistema quando necessário, o suporte das máquinas de cartão de crédito e da Internet.
- Estar em constante aprendizado, buscar os recursos disponíveis para enriquecer as habilidades de bem servir.
- Buscar as informações que grande parte das fábricas disponibilizam na Internet.

- Ser atenciosa e prestativa com o cliente, ter habilidade para contornar e resolver problemas.
- As lojas interagem o tempo todo, todas as equipes trabalham para o mesmo fim, não é possível haver rivalidade entre as lojas.
- Praticar a empatia ao se relacionar com a colega gestora, com respeito e espírito de equipe.

Por fim, incentivamos o fortalecimento das nossas gestoras e proporcionamos condições para que possam ser agentes de solução no cotidiano da empresa. As características aqui descritas serão sintetizadas no Manual de Procedimentos da Feira de Calçados, porque entende-se que toda a equipe, desde a gestora, devem ser orientadas para um mesmo fim.

5 CONCLUSÃO

Em resposta ao problema desta pesquisa, “Como formar gestoras na Feira de Calçados”, concorda-se com todos os autores citados no referencial teórico deste trabalho no que se refere à Educação Empresarial e segundo a interpretação da autora, este modelo de formação de pessoas é uma ferramenta que permite à própria empresa desenvolver o seu corpo de ação em conformidade com a sua realidade.

A empresa precisa de braços de apoio e precisa fazer esse papel pedagógico, porque não existem modelos prontos. No entanto, é necessário um método que não se perca a lógica do idealizador do projeto e que possibilite o crescimento integral das pessoas, tanto técnico como pessoal.

A presença da empresa na formação da própria retaguarda de apoio garante não só uma formação objetiva na parte técnica como também muitos têm a oportunidade de realizar seus projetos de vida e dar história à própria existência. As vivências em situação de trabalho podem ser transformadas em experiências pessoais e ter um impacto positivo na sociedade. A empresa precisa de pessoas preparadas e a educação na própria empresa tem essa função, uma educação continuada que reverterá na garantia do sucesso do projeto do líder.

Em conformidade com a metodologia Ontopsicológica, quando o líder, que neste trabalho se refere à autora, compreende que é dele a responsabilidade de todas as situações, tanto de ganho como de perda, este encontra a estratégia para resolver qualquer situação. Portanto, o líder deve estar atento, conhecer a si próprio, seus sentimentos, seus complexos,

suas ideologias. Tudo isso é possível desde que, por meio de uma consultoria de autenticação Ontopsicológica, o líder reorganize os modos mentais e formalize as ações em conformidade com o seu projeto de natureza. Desse modo, o líder encontra os meios para formar o seu corpo de ação e atingir suas metas empresariais. A Ontopsicologia é uma ciência que tem o homem como centro, como tantas outras ciências, mas esta por meio do seu fundador evidenciou os modos desse homem, por isso é aplicável no âmbito empresarial, porque a empresa é a extensão de uma inteligência humana. Portanto esta ciência destaca a figura do líder porque este por meio das técnicas da metodologia Ontopsicológica, é capaz de tomar decisões ótimas.

A fundamentação teórica, aliada à análise e coleta de dados, bem como o diálogo com as profissionais da Feira de Calçados foram elementos valiosos para o escopo do presente trabalho. A partir do conhecimento da metodologia Ontopsicológica, a autora compreendeu que o líder é o elemento principal no processo empresarial. O líder deve observar sempre quem ele escolheu para interagir consigo na empresa. As pessoas de valor devem ser consideradas e qualificadas.

A empresa é uma unidade de ação, se assemelha a um organismo onde todos os órgãos, cada um na sua função, se mantém em ação individual para manter o organismo. Assim também, funciona o organismo empresa. Desse modo, como foi analisado, é imprescindível o investimento na formação das pessoas que fazem parte do empreendimento nas funções de gestão, por meio da Educação Empresarial, não somente através do conhecimento tácito (que é de suma importância), mas também através de formação específica, a partir da compreensão do humano como vem sendo feito na Feira de Calçados.

Compreender a lógica das gestoras e alinhá-las de acordo com a lógica do líder, explicitada por meio do “Perfil desejado para uma gestora Feira de Calçados”, é contar com braços de apoio para desenvolver um projeto empresarial nascido de uma intuição do líder e considerado vencedor.

Os resultados se demonstram nas atitudes e comportamentos das gestoras, que tem sempre o foco em servir do melhor modo o cliente, alinhadas ao escopo das lideranças, fazendo constante crescimento da empresa e conseqüentemente de si mesmas.

A pesquisa permitiu alinhar o modo de pensar e agir das gestoras em conformidade com a “Identidade empresarial Feira de Calçados”, e consolidou no “Perfil ideal para uma gestora Feira de Calçados”, tornando possível a todas as gestoras conduzir as suas equipes em “unidade de ação”, sustentadas pelos três pilares da ciência ontopsicológica: ser, saber e

fazer. Para a Feira de Calçados esses três pilares significam: ser - estar alinhado ao projeto empresarial do líder, saber - estar em constante aprendizado e fazer - trabalhar com prazer e alegria.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ONTOPSICOLOGIA (org.). **Cultura e Educação: uma nova pedagogia para a sociedade futura – PRONAC nº 149154**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2015.

CAMPOS, Ronaldo Araújo; SOUZA-SILVA, Jader Cristiano; SANTOS, Marcos Gilberto dos. Habilidades Gerenciais e Modalidades de Aprendizagem de Gestores Industriais. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. São Leopoldo, v. 15, n.3, p. 223-237, jul/set 2018.

CERVO, Amado Luiz, BERVIAN, Pedro Alcino, SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

EBOLI, Marisa. **Educação Corporativa no Brasil: mitos e verdades**. São Paulo: gente, 2004.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

PERFORMANCE LÍDER. **Edição especial de 10 anos**. Restinga Sêca: Recanto Maestro 2018.

FUNDAÇÃO ANTONIO MENEGHETTI (org.). **Ontopsicologia Ciência Interdisciplinar** vol. I – Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2015.

FUNDAÇÃO ANTONIO MENEGHETTI (org.). **Ontopsicologia Ciência Interdisciplinar** vol. II – Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2016.

FUNDAÇÃO ANTONIO MENEGHETTI (org.). **Ontopsicologia Ciência Interdisciplinar** vol. III – Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2017.

FUNDAÇÃO ANTONIO MENEGHETTI (org.). **Pedagogia Contemporânea: Responsabilidade e formação do jovem para a sociedade do futuro**. Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2017.

MEISTER, Jeanne C. **Educação Corporativa: a gestão do capital intelectual através das universidades corporativas**. São Paulo: MAKRON Books, 1999.

MENEGHETTI, Antonio. **A Psicologia do Líder**. Ontopsicológica Editrice, Recanto Maestro, 2008.

MENEGHETTI, Antonio; *et.al.* **Atos do Congresso Business Intuition**. FOIL, São Paulo, 2013.

MENEGHETTI, Antonio. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. rev. e atual. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.

MENEGHETTI, Antonio. **Residence Ontopsicológico**. Ontopsicológica Editora Universitária, Recanto Maestro, 2016.

MENEGHETTI, Antonio. **Manual de Ontopsicologia**. Ontopsicológica Editora Universitária, Recanto Maestro, 2010.

MENEGHETTI, Antonio. **O Projeto Homem**. Ontopsicológica Editora Universitária, Recanto Maestro, 2011.

MENEGHETTI, Antonio. **Psicologia Empresarial**. FOIL, São Paulo, 2013.