

Especial Novo Rumo a Norte

Primeiras das 64 sessões coletivas do projeto Novo Rumo a Norte estão a decorrer

DA IDEIA AO NEGÓCIO ATRAVÉS DO "MENTORING" E DO "COACHING"



Com a participação de 102 empresários e empreendedores, estão a decorrer as primeiras das 64 sessões coletivas de "mentoring" e "coaching" previstas no projeto Novo Rumo a Norte (NRN), do qual a Associação Empresarial de Portugal é entidade beneficiária. Até final do projeto, no próximo ano, estas ações aproveitarão a cerca de 800 pessoas que têm um propósito comum: transformar num negócio a ideia que valorizam como ativo de vida.

Estas sessões são de participação gratuita e têm lugar em vários municípios das oito sub-regiões NUTS III norte-nordestes. Pelas primeiras opiniões, os participantes estão a passar por uma experiência "surpreendente" e de "descoberta". Veem-se-lhes abrir novas perspetivas e estão a aceder a um conjunto de técnicas essenciais à materialização ou consolidação, com sustentabilidade, das suas ideias de negócio.

Cidália Ribeiro participa nas sessões que decorrem em Guimarães. Chegou com algumas dúvidas, mas, agora, reconhece o mérito da iniciativa e que "tudo faz sentido" na experiência de valorização pessoal que a si própria decidiu oferecer. Aos 40 anos, tem o sonho de criar um "spa urbano" e desenvolver um modelo de negócio diferenciador. Até aqui, nunca sentira grandes apoios para pôr as suas ideias em prática. Porém, a participação nestas sessões tem-se saldado por "uma agradável descoberta". Já está familiarizada com as características que um líder deve reunir e identificada com uma diversidade de técnicas a que deve recorrer para pôr de pé o seu negócio.

A pessoa na base da sustentabilidade do negócio

Um percurso de capacitação, centrado na pessoa, na descoberta das suas competências e no apurar da sua visão empreendedora foi o desafio lançado a Sérgio Almeida, o coordenador desta atividade do projeto NRN. Por isso, explica, estas sessões coletivas de "mentoring" e "coaching" "assentam numa abordagem diferenciadora, centrando-se, antes de mais, na pessoa e



Nas sessões coletivas de "mentoring" e "coaching" realizadas em Guimarães, Cidália Ribeiro confirmou que há um "conjunto de técnicas para gerir o meu negócio que posso e devo adquirir".

na sua individualidade enquanto empreendedor". A seguir, "há uma progressão para o domínio de técnicas indispensáveis ao sucesso de qualquer negócio".

Na opinião deste coacher, o empreendedor deve interiorizar que "a sustentabilidade do negócio envolve duas componentes". A emocional, onde "os gostos pessoais e a forma de sentir o mundo prepondera" e a ideia vale por si só; e a técnica, "mais estruturada e onde se reflete sobre como tornar a ideia num negócio, sobre como é que faço a minha ideia acontecer". E é aqui que se torna necessário o domínio de técnicas associadas ao marketing, à liderança e aos estudos de mercado, entre outras, que são discutidas nestas sessões.

Segundo Sérgio Almeida, o formato das sessões permite que o empreendedor conclua este percurso de 52 horas de desenvolvimento pessoal com uma visão a cinco anos do que será o seu negócio.

Cidália Ribeiro reconhece que, depois das primeiras sessões, ficou "com uma mente mais aberta e esclarecida", mais desperta para as "responsabilidades" de ser empreendedora, cliente da importância de ferramentas como o marketing e a gestão na definição de um modelo de negócio bem-sucedido. "Eu achava que não conseguiria ser líder, mas hoje percebo que há um conjunto de técnicas para gerir o meu

negócio que posso e devo adquirir", afirma.

Marketing e estudos de mercado em destaque

Antecipar, prever e descobrir o que cada participante será depois de abrir e manter um negócio é uma das mais-valias que Rui Manuel Mourão destaca nesta atividade do NRN. Rui é arquiteto e nos últimos 15 anos acumulou uma vasta experiência profissional, até que decidiu abrir a sua empresa, no início do ano. Com esta ação, tem vindo a ganhar "consciência de que, para além do projeto, o 'eu' é fundamental".

Nesta sucessão de descobertas, o arquiteto diz que a partilha tem sido essencial. Por exemplo, para encontrar as melhores estratégias "para explicar aos clientes o meu modelo de negócio". Ferramentas como o marketing empresarial ou os estudos de mercado são, no entendimento de Rui Mourão, "estruturantes".

A passar por um processo de sedimentação das suas ideias de negócio, Cidália e Rui consideram que, depois das primeiras sessões de "mentoring" e "coaching", estão mais autoconfiantes e mais bem preparados para serem empresários. O mesmo reconhece José Carlos Guimarães, que há dois anos abraçou um projeto de turismo de natureza. "O domínio de mais técnicas que contribuam para o sucesso é mu-

to importante para a autoconfiança de quem se quer lançar como empresário", diz.

Ações por toda a região Norte

No programa das sessões coletivas de "mentoring" e "coaching" do NRN estão calendarizadas 13 novas ações, nas quais podem participar empreendedores e empresários com uma nova ideia de negócio. Gratuitas, requerem apenas prévia inscrição, que é obrigatória e está acessível em novorumoa-norte.pt.

Amanhã e sábado, Viana do Castelo acolhe duas sessões. Sábado há ainda ações em Vila Pouca de Aguiar e Chaves. Na terça-feira, 26, é a vez de Bragança. Em de outubro, há sessões no dia 4, na Póvoa de Varzim e em Macedo de Cavaleiros, seguindo-se a Maia, no dia 9. Em Braga, os interessados podem contar com duas ações, nos dias 11 e 19. Também Mirandela, no dia 11, Paredes, no dia 14, e Ponte de Lima, no dia 18, são outros municípios na agenda do NRN.

O NRN é uma iniciativa da AEP, sendo operacionalizado por uma rede de 140 parceiros agregados numa rede colaborativa apostada em valorizar o ecossistema empreendedor da região Norte. É cofinanciado pelo NORTE 2020, através do Portugal 2020 e do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, contando com o apoio do Banco EuroBic. ●

Estudo de mercado - primeiros passos

Nenhuma ideia pode ser transformada em (bom) negócio sem um estudo de mercado prévio.

1. Conheça e quantifique o mercado potencial

Os seus potenciais clientes precisam da solução que tem para lhes oferecer? Será que podem pagar um produto premium? Possuem atividade profissional e família? As redes sociais serão um bom canal de divulgação?

2. Conheça a concorrência

Tendo identificado uma necessidade de mercado, conheça as empresas que já a satisfazem e são suas potenciais concorrentes. A seguir, pense na diferenciação: por que motivo os clientes devem comprar o produto/serviço à sua empresa e não a outrem?

3. Analise a informação disponível

Trabalhe com dados sobre o seu mercado potencial fornecidos por consultoras, associações empresariais ou outros agentes de mercado.

4. Questione potenciais clientes

Elabore um questionário simples, claro e conciso. Obtidas as respostas, faça um follow-up e agradeça aos respondentes. Poderá, até, oferecer descontos no seu serviço/produto.

5. Analise

Esteja aberto a novas opiniões. Pondere todas as respostas obtidas e o seu impacto na estratégia que tinha definido, no produto, na comunicação, etc. Adapte-se!

JOANA BARBOSA AEP PROJETOS