

O VALOR DO PROPÓSITO



A satisfação genuína é uma questão do coração, de compromissos sentidos. De acordar todas as manhãs para algo maior que as nossas ambições. Pense nos seus propósitos de vida pessoal e profissional, responda ao nosso questionário, e veja até que ponto os dois estão alinhados

Toda a organização é constituída por pessoas. Indivíduos que têm objectivos e que são levados a definirem as suas prioridades, os seus propósitos. Traduzido por “pura energia”, o propósito é a essência daquilo que é mais importante e significativo para uma pessoa, equipa ou organização. A sua expressão encontra-se nas decisões tomadas pelos indivíduos, pela equipa ou organização no dia-a-dia, acções e contribuições. Combustível que mantém as pessoas em movimento, mesmo nos períodos mais críticos ou difíceis, o propósito é intrínseco a cada um de nós, embora nem todos tenhamos consciência desse facto. Senão repare. Pense, por breves instantes, nas figuras-chave da história mundial e o que as teria motivado a descobrir, a criar, a influenciar, a envolver e mesmo a mudar alguns aspectos ou curso da História. Imagine, por exemplo, os descobridores portugueses e o propósito que os levou a aventurarem-se por um mar desco-

nhecido. Será que cinco séculos depois a nossa necessidade de ter um propósito é de alguma forma menor? Não estaremos também nós a navegar em águas desconhecidas quando caminhamos para o nosso local de trabalho? E como nos sentiríamos relativamente ao nosso trabalho se o relacionássemos com o nosso propósito pessoal?

O PROPÓSITO PESSOAL

Um propósito individual pode ser articulado em dois níveis: o pessoal e o nível profissional. De modo a que alinhe os dois propósitos deverá examinar os dois níveis. E, quanto mais alinhados estiverem os propósitos – pessoal e profissional – mais energia e satisfação pessoal o indivíduo obterá.

Considere o exemplo de um chefe de vendas que se questiona sobre a sua satisfação no desempenho da função. Propósito pessoal: “desafiar as atitudes e assunções e ser mais aberto a novas ideias e a novas formas de fazer as coisas”. Propósito profissional:

O propósito, é a essência daquilo que é mais importante e significativo para uma pessoa, equipa ou organização

“aumentar a credibilidade da minha equipa de vendedores junto dos nossos clientes, contribuindo assim para a melhoria das pessoas e da organização”. Ambos os propósitos deste chefe de vendas prometem satisfação com sucesso. A satisfação genuína é uma questão do coração, de compromissos verdadeiramente sentidos. De acordar todas as manhãs para algo maior que as nossas ambições.

Assim, gostaríamos de sugerir que pense nos seus propósitos de vida pessoal e profissional. Que os alinhe. Verá que quando existe uma razão para acordar de manhã a vida toma outras proporções.

O PODER DO PROPÓSITO

Tendo o actual trabalho (emprego) em mente, coloque um “1” na coluna que melhor represente a sua realidade (Sim; Maior parte das vezes; Não). No final faça a soma de cada coluna.

1. É para mim fácil acordar todos os

EMPREGO DA SEMANA



PAULA BARRADINHAS

Empresa: Wolters Kluwer Portugal
Sector: Serviços e produtos editoriais de informação
Cargo: Responsável de marketing

Teve sempre uma ideia clara de até onde pretendia chegar?

Longe disso! Quando era miúda queria ser bailarina, a única paixão que me acompanha até hoje... No secundário pensei em enveredar pelo jornalismo, dado o enorme gosto pela escrita, e foi isso que mais tarde impulsionou a decisão de fazer carreira na área editorial, onde exerço há já oito anos. A opção pelo marketing surgiu na universidade e teve a ver com a minha veia criativa.

Qual foi a sua melhor ideia?

Até agora posso dizer que foi ter aceite o convite para ingressar na Wolters Kluwer Portugal, entre outras coisas, pela visão de negócio, virada para o

futuro e para o cliente, e pela política de retenção de talentos que mantém.

Há alguém em particular que tenha influenciado a sua carreira?

Acima de tudo o meu pai, que me ensinou a lutar por chegar mais longe, independentemente de ser mulher ou de outras circunstâncias. A “pressão” exercida para fazer um curso de gestão permitiu-me ter uma visão mais ampla das necessidades de uma empresa, que é valiosíssima pela transversalidade que qualquer função tem nos nossos dias.

Que qualidades pessoais lhe permitiram ter sucesso?

Creio que o meu brio profissional, a capacidade de



dias de manhã?

2. No trabalho, os meus dias passam a correr?
3. No trabalho, perco a noção do tempo, imergido nas minhas tarefas?
4. O meu trabalho dá-me energia?
5. No trabalho, obstáculos e barreiras parecem mais "lições" do que erros?
6. Mesmo num dia mau, sinto que o que faço está certo?
7. Sinto que os meus talentos são resolver problemas ou necessidades, com os quais adoro trabalhar?
8. Sinto-me apoiado pelos meus colegas no trabalho? São pessoas que também trabalham sobre um propósito?
9. Tenho uma atitude positiva quando falo sobre o meu trabalho a terceiros?

Com o actual emprego em mente, responda às questões e verifique se o seu alinhamento se encontra

10. Sinto-me "atraído" de forma positiva para o meu trabalho, mesmo que seja fim-de-semana ou tempo de lazer?

TOTAIS:

Mais de cinco respostas "sim" – significa que tem um propósito de trabalho e que se sente satisfeito com o que faz. Agora pergunte a si mesmo por que se sente bem perante o seu trabalho e conseguirá "tocar" o seu sentido de propósito.

Menos de cinco respostas "Sim" revela que, em termos gerais, tem uma baixa satisfação com o seu trabalho. Pode querer articular o seu propósito pessoal para, de forma consciente, procurar outras oportunidades. Pergunte a si próprio o que é mais importante para si e para aqueles a quem serve quando desempenha a sua função.

Wilson Learning Portugal
info@wilsonlearning.com.pt

auto-motivação e a forma como "visto a camisola" são os pilares fundamentais que me permitiram ser rapidamente reconhecida em todas as empresas onde trabalhei.

Qual foi a sua maior conquista?

Conseguir no prazo de um ano ganhar a confiança da direcção-geral de uma empresa onde trabalhei para assegurar a substituição na sua ausência.

Como se descreveria profissionalmente?

As pessoas que trabalham connosco são as melhores para nos descrever. Dizem-me que sou responsável, dedicada, rigorosa, ... e eu assino por baixo!

Como mede o seu sucesso?

Pelo reconhecimento que recebo por parte dos membros da minha equipa, de colegas, superiores e até mesmo de fornecedores.

Onde espera estar daqui a cinco anos?

A fazer uma volta ao mundo! Viver em diferentes culturas é a melhor forma de alargar os horizontes, o que é fundamental na área de marketing.

Qual seria o seu emprego de sonho?

Um que me permitisse cumprir a resposta anterior: viajar, conhecer e aprender continuamente...

Fazer carreira na



Descrição geral da empresa: Agência de comunicação que opera nas áreas de branding, acções especiais e tecnologias de informação, através da Volume Comunicação e da Volume Tecnologias

Tipo: (pública, privada, multinacional): Privada

Número de países onde está presente: 1

Número total de trabalhadores: 16

Número total de quadros recrutados anualmente: 2

O PROCESSO de recrutamento na Volume é realizado através do contacto directo. "Ou seja, é identificado o perfil e, junto da equipa, avalia-se se existe algum contacto com o perfil pretendido. Depois são realizadas algumas entrevistas de onde saem os potenciais candidatos", explica João Alvim, CEO da empresa. "Como é lógico, o perfil muda perante as áreas pretendidas. De qualquer forma, o candidato tem de ser jovem (nem sempre de idade mas de espírito), tem de ter empenho e tem de vestir a camisola da empresa". Regra geral os candidatos entram na Volume "com contrato com período experimental associado". Em relação aos níveis que terão de progredir até chegarem a quadro de primeira linha (d direcção), "é difícil avaliar a progressão dessa forma. O que posso afirmar é que numa pequena/média empresa como a nossa será certamente mais fácil progredir com maior rapidez". João Alvim prossegue, referindo que cada manager avalia "a sua equipa. E, por sua vez, os managers também são avaliados, tanto pelo CEO como pelos colegas. As avaliações são mostradas

pelo avaliador ao avaliado e discutidos alguns itens essenciais". A avaliação do desempenho está organizada num modelo, "dentro do qual temos cinco áreas específicas de acção. Acima de tudo, a grande mais-valia para a nossa empresa é que este modelo assenta no diálogo dentro da avaliação. Isto faz com que estejamos sempre a crescer e a aprender em conjunto". O CEO adianta que "somos uma empresa pequena, pelo que não temos propriamente nenhum caso de não integração ou de má avaliação de candidato. O que pretendemos é que quem venha seja a pessoa certa para pertencer ao nosso "grupo". Todos os que têm vindo têm ficado". Em termos de rotatividade, "neste tipo de empresas não faz muito sentido. No entanto, se houver esse pedido específico por parte de qualquer colaborador, desde que seja para o benefício da pessoa e da empresa, não temos qualquer problema". A formação "é fundamental. É solicitado a cada colaborador que avalie quais os projectos, acções ou formações onde gostaria de participar ou estar presente. Posteriormente é avaliado o projecto e tomada a decisão em conjunto de avançar ou não", explica João Alvim. Quanto aos incentivos dados aos colaboradores, "criamos objectivos comerciais, com prémios associados para que os nossos colaboradores sintam que são peça fundamental para o crescimento da empresa".

