

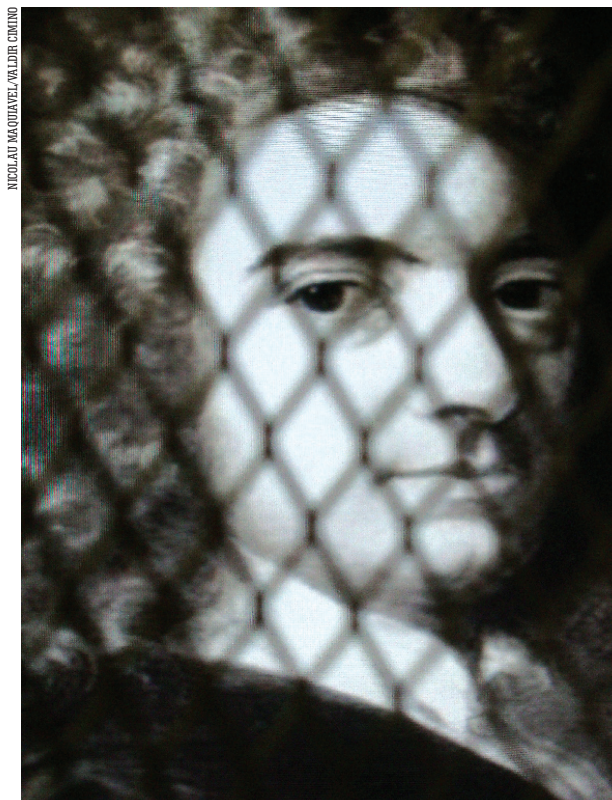
# Ser é perceber ou ser percebido

**E**stá cada vez mais claro que a qualidade dos produtos e serviços está diretamente ligada à qualidade dos profissionais que os produzem. Talento, qualificação e conhecimentos são insubstituíveis, mas a essência da pessoa do profissional é o fator principal para que ele possa ser capaz de agir através de seus valores pessoais na construção de uma sociedade sustentável para todos. Somos um acontecimento único, resultado do conjunto de muitos outros acontecimentos, mas temos por natureza a responsabilidade de darmos origem a outros tantos que representam a expressão exata da herança do nosso passado, da qualidade de nossos desejos, e a forma que manifestamos os nossos valores. Somos causa e efeito num exercício constante de razão e liberdade, mas é preciso termos a coragem de quebrar o sonho da independência e entender que 'somos dependentes'. Há de se entender em primeiro lugar o que é

interdependência, conceito conhecido a milhares de anos, mas que somente agora nos traz um ensinamento fundamental. A rede de relacionamentos que envolvem o indivíduo nos mostra que não somos um sem a soma do outro, pois somos, cada um de nós, partes do mesmo todo. É como uma partícula que existe por causa da existência de todas as outras. Mesmo assim, sendo parte deste mesmo todo, somos diferentes porque somos desiguais. Vivemos na diversidade, e por isso mesmo entendemos por que as barreiras do preconceito e das distâncias precisam ser quebradas. O antídoto para o preconceito é a procura pelo saber, da informação correta, da tecnologia inclusiva e, principalmente, pela responsabilidade pessoal. Na filosofia do imaterialismo, George Berkeley afirmou, em 1710, que tudo o que existe neste mundo é percebido pelo espírito, a existência do todo é mental, logo o que ficará para contar história serão as memórias e o pó. Em um mundo midiático, "ser é perceber ou ser



Fonte: Manual RP/ABA - Relacionamentos ideais de mercado para o desenvolvimento social.



percebido"; nos faz perceber e refletir que somos, por natureza, veículos de comunicação, onde temos o dever de produzir bons pensamentos que através de nossas atitudes construiremos um mundo melhor. O mercado procurará cada vez mais um profissional que possa ser realizador mesmo na adversidade, que saiba ser responsável por seus atos e livre por acreditar na verdade, que seja ele mesmo com o grupo e em meio às mudanças, curioso e flexível. Ao analisarmos a interdependência dessas relações, concluo que este cidadão, com caráter, trará na transversalidade de seu conhecimento o conceito de sustentabilidade para o desenvolvimento social.

## Indicadores

EMPREENDEDORISMO		
Atitudes	Atividades	Aspirações
Percepção de oportunidades	Estágio do empreendedorismo	Crescimento
Percepção da capacidade	Descontinuidade do negócio	Inovação/responsabilidade

**De acordo** com a metodologia GEM, atitudes empreendedoras geralmente são manifestadas na forma de opiniões e percepções que a sociedade desenvolve face ao fenômeno sociocultural e econômico que é o empreendedorismo. O Serviço Brasileiro de Apoio a Micros e Pequenas Empresas (Sebrae) integra o grupo GEM desde 2000, quando a palavra "empreendedorismo" não havia entrado em nosso vocabulário. Na edição de 2009 o GEM

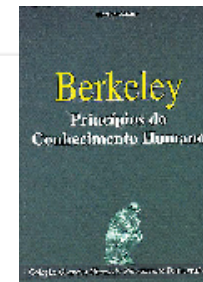
## CURSOS

### Curso de Empreendedorismo do SEBRAE

Ser um empreendedor de sucesso exige uma longa jornada de aprendizado constante, sempre buscando novas formas para aprimorar o conhecimento. O Sebrae oferece um curso para quem está ingressando nesse perfil. Saiba sobre os cursos de empreendedorismo à distância disponíveis em muitas localidades no Brasil.

## saiba mais

**George Berkeley** apresentou seu princípio de que ser é ser percebido (*esse est percipi*) na primeira parte da obra "*Tratado sobre os princípios do conhecimento humano*", um ensaio para uma nova teoria da visão.



**Fernando Trías de Bes**, em "*O livro negro do empreendedor*", provoca reflexões em cases de fracasso no empreendedorismo, um grande tabu, apreender através dos erros humanos.



analisa os impactos dos empreendedores por oportunidade, visionários que têm por vocação desenvolver nichos de mercado. O Brasil, ao longo de dez anos de pesquisa, apresentou média de 13% de sua população economicamente ativa empreendendo. Novamente foi flagrado percentual maior de mulheres empreendedoras (53%) do que homens (47%), a primeira vez que a proporção do empreendedorismo feminino por oportunidade supera a do masculino na mesma condição.

Fonte: www.comico.org/imgs/estufod/10-Pesquisa%20GEM.pdf

**VALDIR CIMINO**  
DIRETOR DA CS.Pro – ACESSORIA EM COMUNICAÇÃO SUSTENTÁVEL, PRESIDENTE DA VIVA E DEIXE VIVER E COORDENADOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA FACOM/FAAP  
www.valdircimino.com.br valdir.cimino@cspro2.com.br

