

REDE DE NEGÓCIOS ACIF: COMO A PANDEMIA DO COVID-19 CONTRIBUIU PARA A CRIAÇÃO DE NOVO SERVIÇO PARA NETWORKING, CONEXÕES E NOVOS NEGÓCIOS

ACIF BUSINESS NETWORK: HOW THE COVID-19 PANDEMIC CONTRIBUTED TO THE CREATION OF A NEW SERVICE FOR NETWORKING, CONNECTIONS AND NEW BUSINESSES

Naina Correia de SOUSA
Escola Prática de Negócios ACIF-Uni-FACEF
naina.correia@gmail.com

Aprovado em 12/2024

Resumo

A Associação do Comércio e Indústria de Franca (ACIF) oferece, como um dos seus serviços, o Grupo Empreender, cuja finalidade é unir empresas do mesmo segmento que buscam desenvolvimento empresarial; discutir problemas em comum, em suas áreas de atuação e; a busca de soluções coletivas que atendam suas necessidades em prol do crescimento da empresa e do setor em questão. Após a pandemia do Covid-19 dos anos de 2020 a 2021 (período de atividades exclusivamente remotas) percebeu-se a mudança de postura desses empresários, pois houve uma diminuição na frequência dos mesmos nas reuniões que, antes da pandemia eram presenciais; sendo que o engajamento caiu. Em contrapartida, o que se percebeu foi o aumento de interesse por grupos de fomento ao networking e geração de negócios. Por isso, a intenção desse artigo é entender melhor o movimento desses empreendedores no pós-pandemia por meio de uma pesquisa qualitativa que busca compreender, através de questionário com alguns empresários, o que os desestimularam em continuar em grupos setoriais, como o Empreender para migrar para grupos multissetoriais, de fomento às redes de contatos, como é a Rede de Negócios, atual serviço oferecido pela ACIF.

Palavras-chave: empreendedorismo, grupos de negócios, networking, associações comerciais

Abstract

The Franca Commerce and Industry Association (ACIF) offers, as one of its services, the Empreender Group, whose purpose is to unite companies in the same segment that seek business development; discuss common problems in their areas of activity and; the search for collective solutions that meet your needs for the growth of the company and the sector in question. After the Covid-19 pandemic from 2020 to 2021 (period of exclusively remote activities), a change in the attitude of these businesspeople was noticed, as there was a decrease in their frequency at meetings that, before the pandemic, were in person; and engagement fell. On the other hand, what was noticed was the increase in interest in groups that promote networking and business generation. Therefore, the intention of this article is to better understand the movement of these entrepreneurs in the post-pandemic through qualitative research that seeks to understand, through a questionnaire with some entrepreneurs, what discouraged them from continuing in sectoral groups, such as Empreender para migrar for multisectoral groups, to promote contact networks, such as the Business Network, a current service offered by ACIF.

Keywords: *entrepreneurship, business groups, networking, commercial associations*

1 INTRODUÇÃO

A Associação do Comércio e Indústria de Franca é uma entidade local que tem como missão representar e conectar empresários do comércio, indústria e prestação de serviços ao oferecer soluções que os ajudem no fortalecimento e aprimoramento no sistema de gestão de suas empresas. Essa prática corrobora para a melhoria contínua da qualidade no atendimento e nos serviços prestados por esses associados ao consumidor final, gerando, assim, um benefício para a sociedade.

Dentre os serviços oferecidos pela ACIF é possível citar o Empreender que se trata de um setor dentro da entidade que lida diretamente com empresários, reunidos em grupos setoriais que buscam o próprio desenvolvimento empresarial e o fortalecimento do segmento que está inserido. Eles discutem problemas em comum com seus pares e buscam soluções coletivas que atendam as necessidades do setor específico em prol do crescimento das empresas e do campo de atuação dos mesmos.

Após a pandemia do Covid-19 dos anos de 2020 a 2021 (período de atividades exclusivamente remotas) percebeu-se a mudança de postura desses empresários, pois houve uma diminuição na frequência deles nas reuniões dos grupos do Empreender que, antes da pandemia eram presenciais; sendo que o engajamento caiu substancialmente e as reuniões com pautas setoriais, buscas de soluções coletivas passaram a não ser mais realizadas de forma quinzenal, como de costume, por falta de quórum por parte dos próprios empresários que passaram a não ter mais interesse pelos temas abordados.

Em contrapartida, notou-se o aumento de interesse por grupos de fomento ao networking e geração de negócios. A entidade passou a estudar esse modelo em grupos já consolidados como o Business Network International (BNI), através do Grupo BNI Imperador de Franca, primeiro grupo de negócios na cidade que completou cinco anos em 2023 e é considerada a maior equipe BNI do Brasil. Outro exemplo que fomenta essa prática e que ACIF buscou referência foi o AC Networking da Associação Comercial e Industrial de Campinas (ACIC), projeto de networking que acontece desde 2015 naquela entidade e que já tem seis grupos consolidados.

Dessa forma, a intenção desse artigo é entender melhor o movimento desses empreendedores no pós-pandemia, já que mudaram de interesse e

buscaram grupos e movimentos de networking, rede de contatos e geração de negócios. Assim, a intenção foi realizar uma pesquisa de natureza aplicada, com objetivos exploratórios, de abordagem qualitativa, com procedimento bibliográfico e de campo, através de entrevistas com pelo menos cinco empresários que desestimularam em continuar em grupos setoriais, como os do Empreender para migrar para grupos multissetoriais, de fomento às redes de contatos, como é a Rede de Negócios, atual serviço oferecido pela ACIF, cujo intuito é buscar compreender os motivos que os fizeram mudar de comportamento e aprimorar os serviços oferecidos pela entidade aos grupos de empresários.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 O que é Empreendedorismo?

Sem nenhuma pretensão em criar quaisquer teorias do que seja empreendedorismo, pretende-se, de forma sucinta, pensar sobre conceitos e reflexões de estudiosos e entidades que falam com maior propriedade sobre o tema.

Primeiramente, quando não se tem muito conhecimento sobre o que seja empreender, empreendedorismo, empreendedor, pensa-se rapidamente no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Entidade, essa, privada, cujo foco de atuação é promover a competitividade e o desenvolvimento de empreendimentos micro e pequenos que faturam até 4,8 milhões de reais brutos ao ano (SEBRAE, 2021a).

O SEBRAE atua de forma a incentivar o fortalecimento do empreendedorismo; a orientação para a formalização da empresa; a capacitação e educação empreendedora; o estímulo à inovação e ao associativismo; a

orientação para o acesso ao crédito; a promoção de feiras, eventos e rodadas de negócios. Tudo com o intuito de promover as competências empreendedoras desde a pessoa que pretende abrir o seu próprio negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam se posicionar melhor no mercado (SEBRAE, 2021a).

Dessa forma, conforme o SEBRAE é possível dizer que empreendedorismo é “a habilidade para solucionar problemas, gerar oportunidades, criar soluções e investir na criação de ideias relevantes para seu público e sociedade” (SEBRAE, 2021b).

Ainda, no intuito de refletir sobre o significado de empreendedorismo, buscam-se outras referências, como a do consultor e palestrante internacional, criador da metodologia Oficina do Empreendedor, Fernando Dolabela (2008, p.36) que entende que “empreender significa identificar oportunidades e inovar permanentemente”.

Recorrendo a um estudioso clássico e, um dos principais economistas do século XX, Schumpeter (1982) já conceitua que empreendedor não é apenas aquela pessoa que empreende, mas sim que aquela que tem iniciativa, é ousada, ativa e arrojada.

Fundamentado em três definições diferentes sobre empreendedorismo é plausível dizer com mais clareza que as características empreendedoras citadas são: busca por soluções e/ou resolução de problemas; olhar para novas oportunidades, ideias relevantes; iniciativa; inovação; ousadia; ser ativo, arrojado.

Assim é possível dizer que o sujeito que é empreendedor vislumbra oportunidades no mercado que atua, traz novas ideias, novas soluções para os problemas, se arrisca, toma iniciativa de fazer, de buscar, de empreender.

2.2 O Programa Empreender da ACIF

O Empreender é um programa da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), juntamente com o SEBRAE, cujo objetivo é fortalecer as micro e pequenas empresas, do mesmo segmento, de um mesmo município que se reúnem em núcleos setoriais para discutir problemas em comum e busca soluções conjuntas, com o apoio de um gestor vinculado à entidade comercial para orientação das ações. Esse programa está ativo no Brasil há mais de 20 anos e já atendeu uma média de pelo menos 100 mil empresas no país (CACB, 2017a).

O pilar do Empreender é o desenvolvimento da cultura associativista do nucleado. Os empresários não são obrigados a participar, eles são orientados a entrar no programa para buscar parcerias e entender que o concorrente não é um competidor, mas um cooperador que, juntos, conseguem evoluir na própria empresa e o setor se profissionaliza, cresce (CACB, 2017b).

Para a implantação do programa, existe uma preparação da associação comercial e dos profissionais que irão atuar no mesmo, através de um treinamento do funcionamento do Empreender, da postura e da condução do gestor, bem como, da sua implantação e manutenção. Na prática, a constituição dos núcleos setoriais é o ponto de partida para o trabalho com os empresários e o que dá subsídios e resultados para a realimentação do processo (CACB, 2017b).

Assim, com o trabalho junto aos núcleos setoriais que surgem as demandas de ações de seus integrantes, permitindo que a entidade, através de seus parceiros como: SEBRAE, SENAI, SENAC, CIESP, Universidades, Centros de Pesquisas, Instituições Financeiras, Prefeituras e Órgãos do Governo contribuam com consultorias, treinamentos, workshops, palestras, soluções, essas, que atendam às micro e pequenas empresas (CACB, 2017b).

Dessa forma, com as reuniões periódicas dos núcleos setoriais na entidade comercial, os empresários, junto aos seus pares, se qualificam, tornam-se mais fortes, economicamente mais viáveis, tecnicamente mais atualizados, gerencialmente mais competitivos. Com as orientações recebidas nas palestras, treinamentos, consultorias, eles geram equipes mais eficazes; desenvolvem uma maior capacidade de liderança; seus produtos e serviços passam a apresentar maior qualidade e valor agregado; os empresários aumentam seu raio de visão e conseguem expandir mercados atendidos, gerando empregos, satisfazendo clientes e aumentando a movimentação da economia local (CACB, 2017b).

Observa-se, portanto, que o Programa Empreender tem por objetivo qualificar o empresário, sua equipe, seus produtos. Os resultados quantitativos e qualitativos do programa dentro da associação comercial são bastante significativos e indicam que o Empreender é capaz de exercer um papel transformador na vida das comunidades, visto que ele se apresenta como uma estratégia com grande capacidade de mobilização, ao posicionar a entidade como pilar fundamental do associativismo em prol do desenvolvimento local.

2.3 A Pandemia do Covid-19 dos Anos 2020 a 2021 e a Mudança de Comportamento do Empresário

Para discorrer sobre o que ocasionou a mudança de comportamento do empresário com o advento da pandemia do Covid-19, entre os anos de 2020 a 2021 é preciso, primeiramente, descrever a respeito da descoberta de um novo vírus que assolou o mundo no final do ano de 2019.

Esse vírus é uma variação de um coronavírus preexistente, denominado novo coronavírus (SARS-CoV-2) que ocasiona, por sua vez, uma

doença com manifestações predominantemente respiratórias. Essa doença é considerada uma zoonose, ou seja, uma infecção naturalmente transmissível entre animais vertebrados e seres humanos, onde os animais não doentes hospedam e eliminam os agentes etiológicos, em outros termos, aqueles que agem na origem da doença. O animal no qual o Covid-19 se originou está sendo investigado (SOUZA, et. al, 2021).

Ainda, conforme Souza, et. al (2021), em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde – OMS foi avisada de casos de pneumonia, de origem desconhecida, identificada na cidade de Wuhan, província de Hubei, na China, sendo, posteriormente, reconhecida como uma doença infecciosa, ocasionada pelo novo coronavírus. E a cidade chinesa de Hubei foi considerada, portanto, o epicentro do Covid-19 no mundo.

Devido ao aumento do número de casos dessa doença na China e em outros países, a OMS declarou se tratar de uma emergência de saúde pública internacional no dia 30 de janeiro de 2020. Já, em 11 de março de 2020, a mesma Organização Mundial decretou estado de pandemia e sugeriu que todos os países do mundo devessem fazer planos de contingência (SOUZA, et. al, 2021).

Com o crescente número de infectados e mortes, o epicentro dessa doença foi modificando-se rapidamente, da China, para Itália, Espanha e Reino Unido. Em meados de abril e maio de 2020, para os Estados Unidos da América – EUA, país, esse, que superou o número de casos do mundo. O Brasil, por sua vez, em 28 de setembro 2020, atingiu 4.745.464 casos e 142.058 mortes, atrás apenas dos EUA (SOUZA, et. al, 2021).

Ao contextualizar a pandemia que foi instaurada no mundo inteiro por meio de uma acelerada transmissão viral do novo coronavírus (SARS-CoV-2), onde as pessoas precisaram de, num curto

espaço de tempo, mudar seu modo de viver, devido às ações de contingência sugeridas pela OMS, como o isolamento social, por exemplo, elas precisaram de uma hora para outra, aprender a conviver em sociedade e a trabalhar de um jeito, até então, pouco explorado que é a forma virtual. A tecnologia contribuiu com esse processo rápido e, da mesma forma, ditou uma tendência de mudança nas relações sociais e de trabalho que viriam posteriormente a pandemia.

Uma palavra que passou a ser usada com frequência após esse período pandêmico foi a reinvenção, visto que para sobreviver, as pessoas precisaram se reorganizar, repensar práticas, modificar processos. A capacidade humana de adaptação foi profundamente testada nesse período e no pós também. Quem não se reinventou e não se adaptou às mudanças, ou enfrentou grandes dificuldades, ou teve de fechar as portas (SEBRAE, 2023).

Seguindo esse raciocínio é preciso lembrar que em tempos de grandes mudanças e crises, como essa do novo coronavírus (SARS-CoV-2), o sucesso é resultado das decisões tomadas de forma rápida, visto que o tempo dedicado para planejar e debater no mundo normal não existe mais. No novo normal, as demandas passam a surgir de forma acelerada e o raciocínio do empreendedor necessita seguir essa velocidade para enfrentar rapidamente os desafios, se adaptar facilmente às mudanças ou se antecipar a elas (SEBRAE, 2023).

Assim, após todas as mudanças que ocorreram na saúde, economia, política, a pandemia do novo coronavírus modificou totalmente a vida das pessoas, tanto de forma pessoal, quanto profissional. Tratando-se de empreendedores, esses, que já vivem constantemente um processo de aprendizado e inovação, precisaram, repentinamente, alterar a rotina de trabalho, adotar novas formas e se respaldaram no auxílio da tecnologia para manter ou, até mesmo,

reinventar seus negócios. E a pergunta que fica é: o que a pandemia do Covid-19 dos anos 2020 a 2021 contribuiu para a transformação dos empresários e das práticas que vem sendo adotadas, em sua maioria, até os dias atuais?

Observa-se que a pandemia permitiu, primeiramente, a flexibilidade nos horários e locais de trabalho. O home Office, ou trabalho em casa, foi uma alternativa para o momento e continuou após o período de isolamento social, pois foi constatado que a produtividade não caiu nesse modo de trabalho, pelo contrário. A forma de atendimento ao cliente também se alterou, as empresas passaram a se aproximar mais do público, interagindo, dialogando, oferecendo conteúdo relevante, se diferenciado (ORGFELIX, 2023). Relacionamento, interação com o consumidor são as palavras do momento para quem deseja reter e fidelizar o cliente.

Da mesma forma, as empresas precisaram se adaptar a transformação digital para situações cotidianas como compras e vendas, pois o mercado online favorece que as empresas expandam seus negócios e mercados, tanto que vários segmentos passaram a investir em e-commerce, entregas, drive-thru, ou seja, a venda online é uma nova modalidade promissora para os empreendedores (ORGFELIX, 2023).

2.4 O que são Grupos de Networking? Conheça a Rede de Negócios ACIF

Antes de falar de grupos de networking e de sua relevância para a geração de negócios, é preciso conceituar o que seja network. Ao buscar o sentido literal da palavra, em inglês, observa-se que a mesma é a junção da palavra net que significa rede e work que significa trabalho. Dessa forma, network é uma rede de relacionamentos ou rede de contatos e networking é a ação que você faz para construir essa rede. Isso quer dizer

que fazer networking é trabalhar a sua rede de contatos, trocando informações importantes, contribuindo com eles e apresentando pessoas também.

Ao buscar na bibliografia o significado científico de networking, não há referências que tratem o tema de maneira específica, mas alguns autores o citam como uma ferramenta que auxilia e oferece suporte às redes de contatos e interesses pessoais. As citações encontradas sobre dada abordagem, nas palavras de Souza (2003, p. 67), foram:

Networking, ou rede de relacionamentos, é um conjunto de técnicas e atitudes cuja aplicação requer um comportamento natural de solidariedade e de ajuda recíproca de todos aqueles que tomam consciência de que estamos em permanente interdependência nas redes de relacionamento – grupo, sociedade ou humanidade.

Nahuz, (2002, apud PASSOS, 2007, p. 11), por sua vez, conceitua networking da seguinte maneira:

(...) uma rede de contatos pessoais, através da qual pode-se estabelecer parcerias, os network partners que poderão apresentá-los, indicá-los ou efetivamente persuadir e influenciar as pessoas responsáveis pela decisão de quem contratar, quer seja em se tratando de emprego fixo quer de um contrato de serviço.

Dessa forma, ao entender os conceitos citados acima, é possível dizer que networking nada mais é que uma rede de relações pessoais e profissionais onde prevalece o relacionamento entre os pares, através da troca de ideias e ideais, conselhos, recursos, referências, indicações, informações, interesses, conhecimentos, contatos. É uma relação de troca e ajuda mútua, visto que as pessoas utilizam sua influência nos

círculos de amizade e negócios para beneficiar os parceiros e a si próprios, onde a intenção maior é o ganha-ganha.

Ao entender o significado de networking, surgiu a necessidade de conhecer um pouco mais a funcionalidade dos grupos de empresários que se reúnem periodicamente com o intuito de fazer network, trocar indicações e gerar negócios entre si, por isso, o interesse de estudar a metodologia de dois grupos de relacionamento para lançar a Rede de Negócios ACIF, sendo eles: o Business Network International (BNI) e o AC Networking.

O primeiro, BNI, é uma organização de rede profissional e empresarial de 37 anos que permite que apenas uma pessoa de cada ramo ou profissão participe de uma equipe. O BNI tem mais de 291 mil membros em todo o mundo, em 76 países diferentes, de mais de 300 diferentes tipos de profissões, todos os quais se beneficiaram do aumento dos negócios através das referências qualificadas, ou seja, dezenas de profissionais qualificados recomendando uns aos outros. A filosofia desta organização baseia-se na ideia do Givers Gain que significa que ao dar negócios a outras pessoas, irá obter negócios em troca (BNI, 2020).

O grupo BNI agrega, no mínimo, de 20 a 30 empresários e profissionais liberais que se reúnem uma vez por semana para passar referências, assim como, conhecer e entender os negócios representados no grupo, aprender valiosas habilidades de marketing e desenvolver fortes relações pessoais que levam à confiança e a consequente geração de significativos negócios para todos (Misner et al., 2010).

Os membros se reúnem uma vez por semana, antes das 7 horas da manhã, onde cumprem um cronograma que compõe: café informal para trocas entre si, apresentação das regras e deveres do grupo, cerimônia de apresentação de novos

membros, pitches de apresentação da empresa que variam de 20 segundos a 1 minuto, dependendo da quantidade de pessoas no grupo, palestra e apresentação dos convidados. Todos os membros BNI encontram-se para reforçar relações e procurar novas oportunidades de negócio.

Na cidade de Franca-SP, o BNI contempla três grupos, sendo eles: Imperador, Maior e Ello. O Imperador é, atualmente, a maior equipe BNI do Brasil. Em seu lançamento, em 2018, bateu o recorde nacional da quantidade de membros por grupo, totalizando 63. Já, o Maior, foi a segunda equipe a ser lançada na cidade de Franca em 2019 e, em três meses de reunião, o grupo já atingiu 1 milhão de negócios fechados (BNI, 2020).

O AC Networking, por sua vez, é um programa de networking da Associação Comercial e Industrial de Campinas (ACIC), com metodologia estratégica e foco em resultados, voltado para pequenos e médios empresários de Campinas e região. Os encontros acontecem semanalmente, a partir da 8h da manhã e intercalam de forma online e presencial. Atualmente eles possuem seis grupos, sendo eles: Insigth, Endurance, Strategy, Evolution, Collab e Connect. Esses grupos, juntos, possuem mais de 110 membros, eles recebem mais de mil convidados por ano em suas reuniões e já geraram mais de 37 milhões em negócios fechados, desde a fundação do primeiro grupo em 2015. Da mesma forma que o BNI, os grupos possuem exclusividade no segmento (ACNETWORKING, 2023).

No que tange à Rede de Negócios ACIF, a entidade estudou a metodologia e o formato dos grupos de contatos e de negócios, tanto do BNI, quanto da AC Networking para lançar esse serviço em fevereiro de 2023. A Rede de Negócios, portanto, é a reunião de grupos, mutissetoriais, com exclusividade de segmento que se reúnem

semanalmente pelas manhãs para geração de negócios em curto prazo, utilizando a metodologia do networking, especificamente por meio da indicação referenciada (ACIF, 2023).

Os pilares que sustentam a Rede de Negócios são: a compreensão dos participantes em relação ao método do network como processo e da estratégia por trás da indicação referenciada; o sucesso ou o fracasso de cada empresa está diretamente ligado ao seu próprio comportamento diante dele, bem como, a postura dos demais participantes do grupo: para que os negócios aconteçam, todos devem ter assiduidades nas reuniões, cooperar e colaborar com o grupo e trocar contatos/recomendações; esse projeto possibilita a melhoria constante da gestão/processos/produtos das empresas em razão das indicações e do feedback dos indicados, assim como, da constante troca de informações (ACIF, 2023).

Nas reuniões, são discutidos temas como: empreendedorismo; marketing; vendas; finanças; relações com funcionários e as regras, diretos e deveres do colaborador/empregador; temas jurídicos; análise do mercado nacional e local e a implicação direta disso em seus negócios. Também são proporcionadas trocas de contatos, dicas de atuação, conforme a experiência de cada empresário e, indicações entre empresas de diferentes segmentos, a fim de promover novos negócios e o natural aumento de faturamento, vendas e novos contratos.

O que impera nesse modelo de negócios da ACIF é a relação de confiança criada entre os membros, visto que, a partir da assiduidade nas reuniões e com o constante contato entre os empresários, eles passam a criar laços, segurança e confiança para indicarem uns aos outros, compartilharem suas redes de contatos o que, conseqüentemente, passa a gerar negócios entre eles de maneira orgânica.

Com 10 meses em atividade dentro da entidade, esse serviço já conta com três grupos: Conecta, Prospera e Humanize, com uma média de 75 membros dividida entre eles e que já movimentou uma média de 500 mil de contratos fechados nesse ano corrente.

3 MÉTODO DE PESQUISA

No desenvolvimento do presente artigo, foi realizada uma pesquisa de natureza aplicada, com objetivos exploratórios, de abordagem qualitativa, com procedimento bibliográfico e de campo, através da interpretação das informações colhidas nos questionários elaborados, via Google Forms – à luz do referencial teórico que trata os temas empreendedorismo, grupos de negócios, networking, associações comerciais – e encaminhados aos entrevistados por meio do aplicativo Whatsapp.

No total, a pesquisa foi enviada para 25 empresários e respondida por 20, representando uma taxa de retorno de 80%. A amostragem utilizada foi por conveniência. A intenção foi averiguar os possíveis motivos que os desestimularam em continuar em grupos setoriais, como os do Empreender para migrar para grupos multissetoriais, de fomento às redes de contatos, como é a Rede de Negócios, atual serviço oferecido pela ACIF aos empresários associados.

Deste modo, o intuito dessa pesquisa foi buscar compreender os motivos que os fizeram mudar de comportamento, averiguar as possíveis tendências de reuniões com grupos de empreendedores para poder, assim, aprimorar tanto os serviços do Empreender, quanto da Rede de Negócios, ambos oferecidos pela entidade aos grupos de empreendedores.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

A dada pesquisa foi realizada para entender melhor a mudança de comportamento do empresário, associado da ACIF que migrou dos grupos do Empreender para a Rede de Negócios, após a pandemia do Covid-19, entre os anos de 2020 a 2021. A mesma foi de natureza aplicada, com objetivos exploratórios, de abordagem qualitativa, com procedimento de campo, através da interpretação das informações colhidas nos questionários elaborados, via Google Forms. A mesma continha 10 perguntas abertas que foram respondidas de maneira anônima e o entrevistado discorria sua resposta, expondo sua opinião.

A primeira pergunta abordada era se o empresário já havia participado do Programa Empreender da ACIF. Dos 20 questionários retornados, 16 responderam que sim, uma taxa de 80% do público entrevistado. E para quem participava desse modelo de grupos empresariais foi questionado o que os motivava a estar presente nessas reuniões.

As respostas recebidas foram no sentido de adquirir mais conhecimento, conteúdo; fazer novas amizades e parcerias; buscar apoio de outros empreendedores; trocar experiências; dar visibilidade à marca; se promover profissionalmente; obter mais clientes. Uma ou outra resposta citava fazer networking, o que indica que a busca por qualificação era o que pautava o modelo do Empreender, o que vai ao encontro com o próprio objetivo desse serviço.

Ainda no empenho em entender o papel do Empreender na entidade, foi levantado como esse Programa contribuiu na jornada empreendedora do entrevistado, o que ele evoluiu, enquanto empresário, ao participar das reuniões dos grupos setoriais?

O retorno às questões foram que o Empreender permitiu que eles tivessem acesso a cursos, oficinas, congressos, viagens, feiras, eventos, missões empresariais, conhecimentos/ações em conjunto com outros empresários, que talvez sozinhos, não conseguiriam; conhecer novas pessoas/empresárias de outros setores, compartilhar experiências; ouvir as dores e dificuldades e quais caminhos utilizaram nessa jornada, o que ajudou a formar conceitos e reflexões sobre o negócio, oportunidades e direções.

Também houve uma resposta a essa pergunta que, pessoalmente, considero uma resposta significativa: empoderamento. Isso permite refletir que o Empreender foi importante para o empreendedor aprender a ser, a se sentir e a se comportar como empresário. Não que o programa seja uma receita de bolo, mas que a troca e a vivência entre os pares, nesse modelo de reunião, os fizeram evoluir e enxergar as próprias dificuldades, ter consciência de que não está sozinho nesse processo e a ter clareza para tomar decisões, ao adquirir mais segurança, através dessa troca.

Evoluindo a pesquisa para a pauta da pandemia do Covid-19, entre os anos de 2020 a 2021, foi questionado se a mesma influenciou na mudança dos grupos setoriais do Empreender. O retorno ao questionamento foi de 17 respostas afirmativas, ou seja, 89,5% das respostas. Na sequência, buscou-se entender quais fatores contribuíram para essas mudanças dos grupos setoriais do Empreender.

O ponto positivo levantado desse contexto foi que, embora tenha sido penoso se adaptar ao modelo de trabalho em home office (em casa) inicialmente, os empresários se habituaram as novas tecnologias, a mesma contribuiu para alavancar os negócios através da internet; para buscar conhecimento em novos modelos de

negócios, como o e-commerce (comércio eletrônico); para criar novas formas de chegar/atender os clientes; as reuniões virtuais se tornaram mais acessíveis e populares.

O contraponto das consequências da pandemia no formato de reuniões do Empreender foi que houve um afastamento do network e a falta de presença dos empresários; alguns disseram que passaram a priorizar o que realmente acrescentava ao negócio, deixaram de frequentar esses encontros, pois eram apenas bate papo e não agregavam; passaram a buscar por mais objetividade e maior aproveitamento do tempo.

Por outro lado, os entrevistados citaram que, embora a pandemia os permitisse reaver o próprio negócio, buscar novas frentes de atuação, através do mercado online, além de passarem a ganhar tempo com as reuniões online, eles sentiram falta do contato humano que adivinha das reuniões presenciais.

Eles acreditam que essa troca é fundamental e precisa ser valorizada, visto que se isolaram, buscaram por soluções sozinhos nesse contexto de crise, o que fez que muitos grupos do Empreender se extinguissem. Os empresários ficaram com medo do contato presencial durante o período pandêmico e perderam a interação com outras pessoas, mudaram o padrão de comportamento, especialmente em sociedade.

Seguindo com a pesquisa para o serviço lançado na ACIF em 2023, a Rede de Negócios, perguntou-se para os 20 entrevistados se o conheciam e 19 pessoas ou 95% da amostra disseram que sim. Desses, 14 são membros frequentes de um dos três grupos de networking da entidade: Conecta, Próspera e Humanize.

Ainda nesse tema, questionou-se qual a motivação desses empresários em participar de um dos grupos da Rede de Negócios e as respostas obtidas foram que, as reuniões, nesse

formato de grupo, favorecem outro nível de relacionamento e intenção, já que a participação se dá principalmente para fortalecer os relacionamentos e buscar, através das empresas, uma saudável rotina de indicação e troca de oportunidades.

Também foi citado que, além de expandir a rede de relacionamentos, houve evolução nas abordagens e objetividade nas apresentações de cada membro, isso significa que eles entendem que esse modelo de reunião os profissionaliza em suas apresentações comerciais, já que na metodologia das reuniões, cada membro tem 1 minuto de pitch de vendas para se apresentar com nome, empresa, produto ou serviço e pedir indicação.

Ainda foi mencionado: realizar negócios, obter lucro, fazer novas parcerias e amizades; a possibilidade de expandir horizontes, realizar novos e bons contatos; conexão e troca de experiências; possibilidade de conhecer pessoas com o mesmo objetivo de crescer.

Motivos não faltam, mas o principal é o aprendizado e, através do networking, receber indicações mais qualificadas, potencializar o crescimento da empresa e gerar bons negócios.

Independente do grupo de contatos ou relacionamento disponível no mercado, as últimas perguntas da pesquisa buscaram entender se os entrevistados, enquanto empresários, acham importante sua participação nesse formato de grupo de networking. Da mesma forma, foi solicitado que descrevessem o porquê da importância em participar desses grupos de geração de negócios.

Eles responderam que só veem coisas positivas em grupos de empresários, pois neles, é possível dar e receber informações, obter conhecimentos e dicas de mercado, trocar indicações de clientes; aumentar a rede de contatos; evolução do

ecossistema, parcerias de sucesso, proximidade de pessoas em busca de soluções rápidas e inovadoras; melhorar o conhecimento, atendimento, aumentar o faturamento; poder falar, ouvir, se aperfeiçoar, aplicar técnicas e experimentar os conceitos obtidos nas várias reuniões.

Em cada encontro, surgem sempre novas ideias; mostrar o seu produto/serviço para o maior número de pessoas; ter a possibilidade de acessar pessoas e negócios que dificilmente conseguiriam convivendo apenas em seu círculo de convivência cotidiana. Não menos importante: realizar negócios e vender, obter lucro; aumentar o faturamento; geração de negócios; novos negócios com novas possibilidades; indicações relevantes para o negócio e visibilidade da empresa; fazer indicações com mais segurança; fazer contatos e, acima de tudo, estreitar laços para futuros negócios.

E, uma resposta que considero que resume todas as outras mencionadas: networking é uma ferramenta essencial no sucesso de qualquer negócio. Aqui o entrevistado resume o objetivo dos encontros de empresários: criar uma rede de contatos é essencial para o sucesso, uma vez que ao conhecer pessoas novas semanalmente, se conectar, criar laços de confiança, a geração de negócios é natural e orgânica.

5 CONCLUSÃO

Ao estudar a problemática envolvida acerca o tema do presente artigo, ao tentar entender o movimento dos empresários, ligados à Associação do Comércio e Indústria de Franca (ACIF) no período pós-pandemia do Covid-19, entre os anos de 2020 a 2021, que os fizeram mudar de interesse, no que tange se reunir em grupos

setoriais para migrar para grupos multissetoriais, de fomento às redes de contatos.

Para tal, foi realizada uma pesquisa de natureza aplicada, com objetivos exploratórios, de abordagem qualitativa, com procedimento bibliográfico e de campo, através da interpretação das informações colhidas nos questionários elaborados, via Google Forms para 25 empresários e respondida por 20, representando uma taxa de retorno de 80%, cuja amostragem utilizada foi por conveniência.

O intuito da pesquisa em questão foi buscar compreender os motivos que fizeram os associados desestimularem em continuar em grupos do Empreender, mudar de comportamento no período pós-pandêmico ao migrar para grupos da Rede de Negócios para, assim, poder aprimorar os serviços oferecidos pela entidade aos empresários.

Dessa forma, o entendimento obtido foi que o programa Empreender da ACIF é importante para àqueles empreendedores que estão começando seus negócios e não têm muito conhecimento ligado ao tema, visto que o objetivo desse serviço é fortalecer as micro e pequenas empresas, do mesmo segmento, de um mesmo município que se reúnem em núcleos setoriais para discutir problemas em comum e buscar soluções conjuntas.

Assim, os gestores, ligados à entidade e que lideram esses grupos, vão buscar ações que permitam qualificar o empresário, sua equipe, seus produtos, sejam por meio de cursos, oficinas, congressos, viagens, feiras, eventos, missões empresariais, ações junto a outros empresários. Tudo no intuito de compartilhar experiências entre eles, ouvir as dores e dificuldades e quais caminhos utilizaram nessa jornada, o que os ajuda a formar conceitos e

reflexões sobre o negócio, enxergar oportunidades e novas direções.

No que tange à Rede de Negócios ACIF, percebe-se que a procura para esse novo formato de reuniões veio daqueles empresários que já haviam passado pela jornada do Empreender: eles fizeram cursos, consultorias, participaram de palestras, visitas técnicas, viagens para feiras e eventos, se profissionalizaram.

Somado à questão que esse perfil de empresário já estava maduro, se é que assim pode-se dizer, de ações de qualificação junto à associação, por meio do Empreender. Com o advento da pandemia, onde eles passaram olhar para dentro dos próprios negócios de outra forma, com a alteração de rota de mercado, eles precisaram aderir rapidamente à tecnologia para atuação em seu setor, do mesmo modo, sua busca contínua não era mais para programas de qualificação e profissionalização e, sim, para ações que os permitissem acessar novos mercados.

Conforme a pesquisa mostrou, os empresários buscavam ações dentro da ACIF que os colocassem em situações agregadoras, onde pudessem expandir o raio de atuação, conhecer novos possíveis clientes e fazer negócios. Para tanto, apenas se qualificar não era mais atrativo, já era considerado perda de tempo, eles queriam conhecer pessoas, trocar informações, contatos, indicações, obter lucros.

Deste modo, o lançamento da Rede de Negócios veio sanar essa necessidade do associado da entidade, por isso, em 10 meses, o serviço já conta com três grupos e aproximadamente 75 membros movimentando em torno de 500 mil entre si.

Contudo, nota-se que os fechamentos de contratos não se deram nas primeiras reuniões. Assim como no Empreender, os membros da Rede precisam amadurecer para fechar negócios.

Através da assiduidade nas reuniões semanais, com as trocas constantes de informações e conexões foi possível criar um vínculo e um círculo de confiança entre eles que os permitissem fazer as indicações e realizar negócios.

O desafio que fica para esse formato de reunião é que a mesma não caia na rotina. Um empresário qualificado e maduro torna-se exigente e, como tal, tem necessidade de ações que agregam. Assim, entende-se que ele só vai sair da sua empresa em uma manhã por semana para ir à entidade comercial se conectar com outros empresários, fazer indicações se aquilo continuar a fazer sentido e trazer resultados, sejam por meio de aumento de faturamento, novos clientes ou contatos potenciais.

Dessa forma, é preciso sugerir que a associação tenha uma equipe de gestores que conduzam a reunião madura, com perfil de liderança, qualificada, com visão de mercado, criativa, flexível para fazer adaptações nas reuniões, se necessário, para reter esse perfil de associado que é formador de opinião e exigente. Pois, não basta conduzir reuniões com empresários, é preciso retê-los e ser a figura central que os motive constantemente a se reunirem toda semana para se fortalecerem e, da mesma forma crescerem em seus segmentos.

REFERÊNCIAS

AS MPE e o programa Empreender. Brasília, 9 set, 2017b. Disponível em: http://www.ensinocacb.org.br/_mod03/topico3-abertura.php. Acesso em: 13 nov. 2023.

COMO ficará o empreendedorismo no pós pandemia. Rio de Janeiro, 3 set. 2023. Disponível em: <https://orgfelix.com.br/como-ficara-o-empreendedorismo-no-pos-pandemia/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

EMPREENDEDORISMO e inovação. Sebrae, Sebrae, Brasília, 8 dez, 2021b. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/empreendedorismo-e-inovacao,a680ce1f53b9d710VgnVCM100000d701210aRCRD#location-modal>. Acesso em: 14 nov. 2023.

EMPREENDER é adaptar-se rapidamente às mudanças. Sebrae, Brasília, 8 mar, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreender-e-adaptar-se-rapidamente-as-mudancas,37155f0d5e2c6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 15 nov. 2023.

ESTATUTO social do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Sebrae, Brasília, 27 mai, 2021a. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Resolu%C3%A7%C3%A3o_CDN_N%C2%BA_372-21_Altera%C3%A7%C3%A3o_do_Estatuto_Social_do_Sebrae.pdf. Acesso em: 14 nov. 2023.

FERNANDO Dolabela: biografia. Porto Alegre, 3 fev, 2017. Disponível em: <https://institutomillennium.org.br/fernando-dolabela-biografia/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

HÁ 20 ANOS fazendo com que a micro e pequena empresa seja forte. Brasília, 9 set, 2017a. Disponível em: <https://cacb.org.br/empreender-cacb/programa-empreender/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

INDICAÇÕES qualificadas: expandindo seus negócios com parcerias estratégicas. Campinas, 13 jul. 2023. Disponível em: <https://www.acnetworking.com.br>. Acesso em: 15 nov. 2023.

MISNER, et al., (2010) Networking like a pro, Entrepreneur Press, 1ª Edição.

O QUE É O BNI. São Paulo, 12 dez, 2020. Disponível em: <https://bnibrasil.net.br/pt-BR/sobreBNI>. Acesso em: 14 nov. 2023.

PASSOS, S. dos. Networking profissional: a percepção dos funcionários do MBA em Gestão Financeira do Banco do Brasil sobre a influência das redes de relacionamento nos processos de seleção interna. 2007. 29 f. Trabalho de conclusão de curso de Especialização em Administração – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

REDE de negócios ACIF. Franca, 7 mar. 2023. Disponível em: <https://www.acifranca.com.br/news.php?param=rede-de-negcios-acif>. Acesso em: 14 nov. 2023.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma instigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SOUZA, D. L. O. Ferramentas de Gestão de tecnologia: um diagnóstico de utilização nas pequenas e médias empresas industriais da região de Curitiba. Curitiba, 119 p. Dissertação (Mestrado em Tecnologia). Programa de Pós-graduação em Tecnologia- PPGTE, Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná- CEFET, Curitiba-PR, 2003.

SOUZA, et. Al. Aspectos gerais da pandemia de Covid-19. Rev. Bra. Saúde Mater. Infant. Recife, v. 21, p. 47-64, fev. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbsmi/a/8phGbzmbBsSynCQRWjpXJL9m/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 nov. 2023.