



PSICÓLOGO EMPREENDEDOR

**TUDO O QUE VOCÊ NÃO
APRENDEU NA FACULDADE!**

BRUNO LIMA SOALHEIRO

editora
SANAR 

Sumário

Capítulo 1	11
Entendendo a Psicologia como um negócio	
Capítulo 2	33
Posicionamento de Mercado	
Capítulo 3	63
Construindo suas bases	
Capítulo 4	93
Desenvolvendo seus Produtos e Serviços	
Capítulo 5	147
Preparando sua plataforma de lançamentos	
Capítulo 6	181
Manifestando conhecimento e gerando credibilidade	
Capítulo 7	231
Um plano de ação para você	
Capítulo 8	263
Um recado final...	



Capítulo 1

Entendendo a Psicologia como um negócio

Seja muito bem-vindo ao primeiro capítulo do livro *Psicólogo Empreendedor: Tudo o que você não aprendeu na faculdade!*

Nesta primeira parte, digo com muita certeza e segurança que você não vai aprender a fazer nada.

Você não leu errado, é isso mesmo.

Não vou te dizer aqui como montar seu consultório, conquistar clientes, aumentar sua receita, nem mesmo planejar ações para uma carreira mais bem sucedida a longo prazo.

Absolutamente nada.

Ainda assim, este capítulo apresenta conhecimentos essenciais para que você possa aproveitar ao máximo tudo o que o livro oferece.

Meu convite aqui, neste ponto de partida, é para trabalharmos o aspecto mais importante de toda sua jornada rumo ao sucesso como psicólogo: seu *mindset*.

Mindset é uma palavra da língua inglesa que poderia ser traduzida como “estado mental” ou estado de espírito, se preferir, e tem a ver com a forma como você percebe o mundo e se posiciona em relação aos acontecimentos ao seu redor.

Neste caso específico, quando falo em *mindset*, me refiro à sua forma de enxergar a realidade contemporânea do mercado, percebendo a psicologia dentro dela.

Mas não só isso. Me refiro também à forma como você enxerga suas possibilidades nesta profissão.

Melhor dizendo, neste negócio.

E meu objetivo imediato é exatamente este: apresentar à você a psicologia como um negócio.

Mas não um negócio qualquer. E sim um negócio do bem, com estratégias claras, possibilidades maravilhosas e resultados palpáveis.

Tudo, obviamente, dentro de uma postura totalmente ética.

A maneira como enxergo a psicologia – e que vou compartilhar com você ao longo de todo o livro – é como sendo uma profissão eminentemente voltada para a saúde e o desenvolvimento das pessoas.

E prego, com veemência, que a melhor forma de a psicologia promover esta saúde no mundo é se formatando como um negócio arrojado e inteligente.

Atenção para o que eu disse: não é apenas um negócio. É necessariamente um negócio do bem.

Para você que vai começar a entrar no mundo do empreendedorismo, enxergar a psicologia desta forma é fundamental, por uma razão bem simples: você precisa se sentir muito à vontade em mostrar seu trabalho para conseguir empreender de maneira efetiva. Precisa sentir que está fazendo algo totalmente ético, honesto e justo.

O tempo todo, durante suas ações empreendedoras, a sensação tem que ser a de que você está agregando valor à vida das pessoas, e não forçando a barra para vender algo que elas não queiram ou de que não precisem. Por isto a importância do *mindset*.

Nas próximas páginas, o que farei é compartilhar conhecimento para que você comece a pensar desde já como um “empreendedor do conhecimento” e, principalmente, para que você fique totalmente confortável com isso.

Mas existe um segundo objetivo para começarmos o livro de maneira tão reflexiva: **dar embasamento à proposta e permitir que você defenda suas convicções.**

Em sua jornada pelo empreendedorismo e pela construção de sua imagem – pode anotar aí – muitos colegas vão aparecer para criticar suas ações e iniciativas.

Alguns serão mais educados e tentarão argumentar, outros vão apenas fazer cara feia, mas haverá até quem te chame de mercenário.

Outro dia, eu estava conversando com um psicólogo recém-graduado que me disse estar sendo chamado de “prostituto” da psicologia, pelo fato de pregar abertamente que devemos divulgar nosso trabalho.

Triste, mas esta é a realidade que nos cerca.

Nossa profissão, infelizmente, carrega até hoje um forte ranço de assistencialismo misturado com filantropia, que embora faça sentido em um determinado contexto, nos prejudica muito como profissionais.

Por isso é tão importante começarmos com estas reflexões. Para que você esteja “inteiro e consciente” nesta nova etapa de sua vida profissional.

Neste capítulo você vai não apenas reforçar suas convicções sobre os benefícios de se divulgar constantemente (e de cobrar por seu trabalho), como também irá obter fundamentos para responder a quaisquer críticas que eventualmente venha a sofrer.

A verdade é que poucas profissões sofrem tanto preconceito quanto a nossa. E o mais triste é que, por incrível que pareça, grande parte dele vem dos próprios psicólogos.

Acabar com estes preconceitos e apresentar uma forma completamente nova de exercer a psicologia, estão entre os objetivos do início deste livro.

Espero que você absorva tudo que puder.

Agora vejamos os tópicos dos quais trataremos nas próximas páginas:

1. A formação dos psicólogos e suas falhas;
2. A psicologia como um negócio do bem;
3. Ética na venda de serviços de psicologia;
4. Caridade, tabu e dinheiro: Psicologia não é sacerdócio.

1. A Formação dos Psicólogos e suas falhas

Você já sentiu isso?

Aquela sensação de saber muita coisa e, mesmo assim, não saber ao certo por onde começar a agir?

Você não sabe exatamente o quê, mas sente que falta alguma coisa. Sente que existe alguma desconexão, alguma lacuna que não foi preenchida. Apenas não consegue identificar onde está o problema.

Você sente que tem conhecimento o suficiente para mudar a vida das pessoas, de comunidades inteiras, talvez até mesmo do mundo.

Mas você não sabe por onde, ou como, começar.

Foram anos fazendo faculdade de psicologia. Você estudou sobre como os seres humanos vivem, interagem e pensam.

Teorias diversas e práticas orientadas fizeram parte de sua realidade. Você até chegou a ajudar pessoas com seu conhecimento em alguns momentos, nos atendimentos supervisionados. Quem sabe, conseguiu entender e vislumbrar de que forma poderia contribuir para melhorar as organizações e empresas através do trabalho com as pessoas.

Você se dedicou, se aprofundou, tornou-se um cientista do comportamento humano e conhecedor dos complexos mecanismos por trás da forma como as pessoas sentem e agem.

Mas mesmo assim, neste exato momento, é bem possível que **você** não saiba como se comportar para fazer as coisas acontecerem em sua carreira como psicólogo.

Aí você pensa:

- Será que eu fiz o curso certo?
- Será que há mercado de trabalho para mim?

- Será que eu vou conseguir me estabelecer ou mesmo arranjar um emprego decente?
- Será que psicologia é mesmo uma profissão de gente financeiramente pobre?

Então, você começa a se sentir mal.

Começa a pensar que talvez possa fazer um concurso público para ter “estabilidade”, mesmo que isso nunca tenha sido um sonho seu. Pergunta-se de que forma começaram aqueles que conseguiram se dar bem. Sente o peito apertar e é tomado por um misto de insegurança e esperança.

Mas no fundo, bem no fundo, existe a certeza.

Você sabe que seu conhecimento é algo que pode ter enorme valor para as pessoas. E sente que, de alguma forma, encontrará o caminho pra que tudo flua.

Afinal, se muitos conseguiram, por que **logo você** não iria conseguir?

Mas será mesmo? Será que tantos assim conseguiram?

Então você pensa na maioria dos psicólogos que conhece, e se pergunta: eles estão realmente tendo sucesso em suas carreiras? Estão todos felizes com o caminho que escolheram? Estão conseguindo viver bem, financeiramente, com a escolha profissional que fizeram?

E o peito aperta de novo.

A descrição acima talvez não bata muito com sua realidade. Mas sem dúvidas bate com a realidade de muitos psicólogos, e ilustra muito bem o que eu senti quando me graduei em psicologia, no ano de 2003.

Insegurança. **Muita** insegurança.

Na verdade, nem precisei me graduar para sentir este medo e insegurança. Nos últimos anos como estudante eu já me inquietava com a coisa toda.

Você sabe como é. Depois da colação de grau você não está mais de férias. Está desempregado. (Apesar de que, como você vai ver, minha preferência é mesmo por não ter um emprego.)

A questão toda é que, trocando em miúdos e sendo bem claro: a redundância proposital dos psicólogos que atuam por conta própria vive mal financeiramente, e grande parte abandona a profissão precocemente por não conseguir sequer sobreviver com ela.

Mas por que isso acontece?

Passamos um bom tempo estudando grandes homens e mulheres, pessoas inteligentíssimas que contribuíram com o avanço do conhecimento sobre “as dores de existir”, que decifraram alguns dos complexos enigmas do comportamento e até interpretaram sonhos para chegar aos mistérios do inconsciente.

Então, milhares de nós se formam espelhando-se nessas pessoas, e o máximo que conseguem – dando graças aos céus – é uma vaga no programa de assistência social da prefeitura para ganhar pouco mais de três salários mínimos.

Passsei cinco anos em uma faculdade de psicologia, e nesse tempo todo não me foi dito, uma única vez, que se eu quisesse realmente ter sucesso precisaria desenvolver uma série de competências que vão **muito além** do meu conhecimento em psicologia.

E estou falando de sucesso no sentido mais amplo da palavra. Não só me sentir realizado, mas também poder ter uma vida financeiramente próspera com a receita gerada pela profissão.

Nunca tive uma matéria que fosse, sobre como organizar e vender os diversos serviços que eu poderia oferecer. Nem mesmo alguma dica sobre como montar um simples consultório, caso quisesse atuar na clínica.

É uma total e completa alienação mercadológica.

Confesso que, mesmo depois de formado, eu ainda não entendia a gravidade da situação em que me encontrava.

Só me dei conta do quanto a coisa é feia quando fui ao *shopping* comprar uma calça jeans nova, e uma das vendedoras era uma colega da faculdade que havia se formado antes de mim.

“Ah, desisti da profissão, talvez eu volte um dia”.

Não me julgue mal. Acredito que todo trabalho é digno.

Ser vendedor em um *shopping* é um trabalho que exige habilidades bem claras e distintas. A questão não é essa. A questão é que muitos psicólogos saem de sua área por falta de escolha, e não porque desejaram. Não porque sonharam com isso.

Na verdade, devo confessar que não é exatamente falta de escolha. É falta de outra coisa mesmo: **habilidades mercadológicas**.

A psicologia é uma ciência – embora haja quem discorde disso – e é também uma profissão.

A maioria das pessoas que se graduou em psicologia, pagou para receber um tipo de conhecimento que supostamente seria usado para estabelecer uma carreira de sucesso. Claro que existem aqueles que fizeram o curso por curiosidade ou porque têm tempo e dinheiro sobrando. Mas esses são exceções.

A maior parte quer uma carreira. E uma carreira de sucesso.

Ninguém faz faculdade pensando que vai ser um fracasso, ou apenas “mais um” na multidão.

Ah, e se você estudou – ou estuda – em universidade pública, sem pagar mensalidade, parabéns. Seu curso foi pago por mim, por você mesmo e por todas as pessoas que você consegue ver agora ao seu redor. Somos chamados de contribuintes.

Mas voltemos ao raciocínio.

A não ser que você tenha feito o curso, como eu disse acima, por curiosidade científica, para se divertir, ou porque não tinha mais nada pra fazer mesmo, suponho que você deseje viver da psicologia.

E viver bem. O que inclui, necessariamente, a perspectiva financeira.

Só que para conseguir viver bem com a psicologia – sem depender de um concurso ou de um emprego – é preciso entender de muito mais do que apenas de psicologia.

Objetivamente falando, você precisa saber como transformá-la em um negócio.

E é aqui que está a maior falha na formação acadêmica dos psicólogos. Uma falha que se reflete mais fortemente na realidade daqueles que querem abrir suas clínicas e consultorias, ao invés de vender sua capacidade de trabalho para os outros.

Quase não existem matérias que preparem os alunos para fazerem negócios com o conhecimento que obtiveram. Absolutamente nada que os mostre como se articular no mercado e conquistar clientes.

Então, o que ocorre é uma espécie de ruptura. Uma falta de encaixe.

A pessoa se forma com muito conhecimento na cabeça, mas sem saber exatamente o que fazer com aquilo. É como ter um carro e não saber dirigir.

A psicologia é ensinada nas faculdades praticamente como se fosse uma “ciência pura”, sem que sejam considerados os aspectos contextuais de mercado no qual ela se insere como profissão.

E isto é nada menos que um absurdo.

A grade curricular de nossos cursos de formação deveria contemplar pelo menos algumas matérias voltadas ao aspecto mercadológico da profissão.

Que matérias seriam estas? Veja algumas:

1. Como definir seu posicionamento no mercado: fundamental para você conseguir se diferenciar. Criar um posicionamento é definir a forma como você será visto pelos outros, deixando claro o valor que você oferece.
2. Como construir uma imagem sólida através de marketing: sua ciência é a psicologia, mas se quiser sobreviver como profissional liberal, entenda que você está no negócio de marketing. Como é possível que você passe cinco anos em um curso e não tenha ao menos uma matéria sobre como vender seus serviços? É filantropia?
3. Como constituir uma empresa de consultoria ou treinamento com outros colegas: custa levar um contador para dar **uma** aula pro pessoal sobre como abrir uma empresa? Custa explicar alguns aspectos legais básicos, que vão facilitar **muito** a sua vida? Custa fazer e distribuir um manual com orientações básicas?

4. Como captar e fidelizar clientes sem ser antiético: na cultura que transmitem na faculdade, a expressão “captar clientes” parece algo quase demoníaco. Não se fala em mercado consumidor para os serviços, não se discute estratégias, possibilidades, modelos de negócio.
5. Como fazer a gestão financeira de sua vida profissional: pode parecer algo bobo, mas não é. No Brasil, não temos uma cultura de educação financeira, e se graduar e começar a atuar profissionalmente sem esta noção é algo que atrasa muito nossas vidas.

Estes são apenas alguns pontos importantes, mas que fariam muita diferença na capacidade dos psicólogos se estabelecerem e terem sucesso.

Mas, o curso não é de psicologia?

– Sim. É de psicologia. Mas não só como uma ciência.

O curso é ensinado como uma profissão. E como tal, deveria ter uma conexão clara com o mercado de trabalho.

Saber tudo sobre psicologia sem conhecer sobre negócios não vai te ajudar muito se quiser atuar por conta própria.

Você até pode tentar engrenar. Mas vai dar trancos, fazer manobras imprecisas, bater pelo meio do caminho e talvez, quem sabe – como muitos fazem – desistir.

E o mais irônico é que o ensino do tipo de conhecimento mostrado acima, poderia ser feito com uma matéria por semestre ao longo do curso. E nem precisaria ter uma carga horária pesada.

Aprender sobre negócios não é difícil, nem mesmo leva tanto tempo.

Diante da complexidade dos fenômenos que estudamos no curso de psicologia, as regras de funcionamento do mercado são conceitos simples de serem apreendidos e colocados em prática.

Acredite em mim, é preciso muito mais energia e raciocínio para entender meia página de Lacan, Freud, Rogers ou Skinner, do que para aprender como fazer um bom marketing de seu trabalho.

Ainda assim, as pessoas não só não aprendem isto na faculdade de psicologia, como também não fazem ideia de que isso é determinante para suas carreiras. Algumas, para meu horror, acham que fazer marketing é antiético.

O resultado?

Psicólogos cada vez mais decepcionados com a carreira.

Mas ao mesmo tempo, há boas notícias.

Diante das dificuldades que têm enfrentado, os próprios psicólogos já estão tomando consciência da lacuna que existe, e começando a fazer questionamentos pertinentes, do tipo:

1. Como atrair os primeiros clientes?
2. Como me tornar conhecido?
3. Como faço para abrir uma consultoria?
4. Devo criar um site? Se sim, como faço isso?
5. Por que não estou conseguindo atrair clientela?
6. Como expandir o alcance de meu trabalho?
7. O mercado está saturado?

Esse tipo de pergunta é totalmente pertinente. Ainda assim, não se encontra respostas objetivas para elas dentro das universidades ou mesmo nos Conselhos Regionais.

É como se te dessem o conhecimento e te soltassem no mundo. Você que se vire para descobrir como construir sua reputação e vender seus serviços.

Um destino injusto, não acha?

No entanto, ele pode ser mudado.

Como?

Dedicando-se ao máximo durante a leitura deste livro, que foi preparado justamente para preencher as lacunas deixadas pela faculdade no que diz respeito ao conhecimento de mercado.

O que será compartilhado com você ao longo dos próximos capítulos é um conjunto amplo de conhecimentos, habilidades e atitudes que não te ensinaram – nem vão te ensinar, caso ainda seja um estudante – em nenhum curso de psicologia.

Você vai aprender a se posicionar no mercado, estabelecer seu nome como uma autoridade em sua área de conhecimento e gerir sua carreira de forma segura e independente.

Vai finalmente parar de se sentir perdido e enxergar um caminho claro para colocar em prática todo o conhecimento que obteve na faculdade.

Se você colocará tudo em prática ou não, a escolha é sua. Mas o mapa estará em suas mãos.

2. A Psicologia como um negócio

No fim dos anos 1990, a *American Psychological Association* (APA), órgão de classe máximo da psicologia na América do Norte, fez uma pesquisa interessante, que tinha como objetivo descobrir se os norte-americanos sabiam o que realmente os psicólogos faziam.

Como resultado, descobriram o que já parecia previsível: a maioria das pessoas não fazia a menor ideia.