

COMECE PELO PORQUÊ: A ESSÊNCIA DA LIDERANÇA E DO SUCESSO ORGANIZACIONAL

Data de aceite: 02/05/2024

Fernanda Reif Raduenz

Estudante de graduação em
Administração
Universidade Regional de Blumenau
(FURB)

RESUMO: A obra explora a importância de entender e comunicar o propósito, o 'porquê', nas organizações. Sinek argumenta que líderes e empresas bem-sucedidas são aqueles que compreendem e articulam claramente seu propósito, inspirando assim lealdade e engajamento. O livro destaca como suposições, inovação, e a biologia humana influenciam a tomada de decisão e a lealdade. Sinek introduz o 'Círculo Dourado', um modelo para alinhar o propósito com ação, e enfatiza a necessidade de autenticidade e confiança na construção de culturas organizacionais fortes e na comunicação eficaz com clientes e funcionários.

PALAVRAS-CHAVE: Propósito Organizacional. Liderança Inspiradora. Círculo Dourado. Cultura Corporativa.

RESENHA

O livro analisado, "Comece pelo Porquê", de Simon Sinek, é uma obra direcionada para líderes e profissionais de negócios que buscam entender o que torna algumas organizações e indivíduos excepcionalmente bem-sucedidos. O autor propõe que o segredo para tal sucesso não reside no 'o quê' ou no 'como', mas no 'porquê' - o propósito, a causa ou a crença que está no coração de cada ação.

A obra inicia com um olhar crítico sobre as premissas inerente às ações e decisões, especialmente no capítulo intitulado "Suponha que você sabe". Neste segmento, Sinek explora como frequentemente nossas ações são baseadas em informações que são, na melhor das hipóteses, incompletas ou meramente percebidas. Esta tendência, ele argumenta, pode desviar as estratégias de negócios de seu curso ideal. Ele enfatiza a necessidade de uma reflexão cuidadosa sobre essas suposições, incentivando os leitores a questionarem-nas profundamente

para que as decisões tomadas estejam mais alinhadas com o verdadeiro propósito da organização. Sinek destaca: “[...] nosso comportamento é afetado por nossas suposições ou pelas verdades que percebemos. Tomamos decisões com base no que achamos que sabemos.” (2018, p. 21). Este trecho estabelece o tom para a abordagem reflexiva e questionadora que permeia todo o livro.

No segundo capítulo há a abordagem a distinção entre manipulação e inspiração nas práticas empresariais, evidenciando uma lacuna comum no entendimento das organizações sobre o engajamento de clientes e funcionários. Ele defende que a lealdade autêntica surge a partir da conexão com o propósito fundamental, ou ‘porquê’, da empresa. Essa ideia é ampliada na discussão sobre aspirações e inovações, onde Sinek diferencia inovações verdadeiras, com potencial de transformar a sociedade, de meras novidades de impacto limitado. Esta análise é aprofundada pela observação de que “a maior parte das empresas não consegue explicar por que seus clientes são seus clientes. [...] Se as companhias não sabem por que seus clientes são seus clientes, há uma boa chance de elas também não saberem por que seus funcionários são seus funcionários” (Sinek, 2018, p. 26), ressaltando a importância de uma compreensão profunda do propósito organizacional.

No terceiro capítulo de sua obra, Simon Sinek apresenta o conceito central do ‘Círculo Dourado’, um modelo estruturado em três níveis: ‘porquê’ (propósito), ‘como’ (processos) e ‘o quê’ (resultados). Ele propõe que, diferentemente da maioria das organizações que priorizam o ‘o quê’, as mais influentes e bem-sucedidas focam no ‘porquê’, operando de dentro para fora. Este modelo é ilustrado com exemplos de líderes notáveis como Martin Luther King Jr. e empresas inovadoras como a Apple, que se destacam por comunicar primeiramente seu propósito.

Sinek explica que ‘O Círculo Dourado’ acha ordem e previsibilidade no comportamento humano. Em outras palavras, ele ajuda a compreender por que fazemos o que fazemos. [...] O que: toda companhia e organização no planeta sabe o quê faz. [...] Como: algumas companhias e algumas pessoas sabem como elas fazem o quê fazem. [...] Por quê: muito poucas pessoas ou companhias conseguem articular com clareza por quê fazem o quê fazem” (Sinek, 2018, p. 51). Este trecho ressalta a importância de entender o propósito subjacente às ações e decisões das organizações.

Além disso, o autor enfatiza que a qualidade e os recursos são importantes, mas não suficientes para gerar a lealdade obstinada que as companhias mais inspiradoras e seus líderes conseguem mobilizar. “Boa qualidade e recursos importam, mas não são o bastante para produzir a obstinada fidelidade que todas as companhias e os líderes mais inspiradores são capazes de mobilizar. É a causa representada pela companhia, pela marca, pelo produto ou pela pessoa que inspira fidelidade” (Sinek, 2018, p. 61). Este ponto reforça a ideia de que o sucesso duradouro está atrelado à capacidade de uma organização em articular e viver seu ‘porquê’.

Nos capítulos subsequentes, Sinek explora como a clareza do 'porquê' é essencial para manter a autenticidade e a consistência em todas as ações da organização. Ele discute como a autenticidade não é apenas sobre acreditar no que se diz, mas também sobre agir de acordo com essas crenças. Isso leva à construção de confiança e valor, tanto internamente entre os funcionários quanto externamente com os clientes.

Outro aspecto explorado na obra aborda a cultura organizacional, destacando seu papel na performance e satisfação dos funcionários. O autor argumenta que as pessoas tendem a ter um desempenho superior em ambientes que ressoam com seus valores e crenças pessoais. Sinek enfatiza a necessidade das organizações em cultivar uma cultura onde os funcionários se sintam integrados a algo maior, alinhando-se com o 'porquê' da empresa. Esta perspectiva é particularmente evidente no capítulo dedicado à confiança, onde ele explica que a confiança nasce de um senso comum de valores e crenças, sendo essencial para o sucesso sustentável de qualquer organização.

Sinek observa: "As grandes organizações tornaram-se grandes porque as pessoas dentro delas se sentem protegidas. **A forte percepção de uma cultura cria um sentimento de pertencimento e funciona como uma rede**" (Sinek, 2018, p. 117, grifo nosso). Esta afirmação indica a importância de uma cultura organizacional robusta, que não apenas protege, mas também promove um senso de comunidade e segurança entre os funcionários.

Além disso, Sinek afirma que "Nós nos saímos melhor em culturas nas quais nos encaixamos, em lugares que refletem nossos próprios valores e crenças. [...] Uma companhia é uma cultura. Um grupo de pessoas que se reúnem em torno de um conjunto de valores e crenças. [...] Quando funcionários se identificam com a sua causa, eles garantem o seu sucesso" (Sinek, 2018, p. 102). Essa citação ressalta a ideia de que a identificação dos funcionários com os valores e a missão da empresa é fundamental para o sucesso organizacional, criando um ambiente onde cada indivíduo contribui ativamente para a realização dos objetivos comuns.

Nos capítulos finais, Sinek discute a implementação do 'porquê' na prática. Ele argumenta que, embora seja essencial começar com o 'porquê', as organizações também precisam saber 'como' realizar suas visões e 'o quê' precisa ser feito para alcançar seus objetivos. Ele destaca a importância de líderes que podem traduzir a visão em ações concretas, criando uma ponte entre o propósito inspirador e a realidade operacional. Sinek enfatiza que, sem uma compreensão clara do 'como', mesmo o mais poderoso 'porquê' pode se perder.

Outro aspecto explorado na obra é a importância da comunicação eficaz do 'porquê' de uma organização. O autor defende que não é suficiente apenas possuir um propósito; é crítico que esse propósito seja comunicado de maneira que crie ressonância tanto com os clientes quanto com os funcionários. A eficácia dessa comunicação é fundamental para que o propósito da organização seja percebido e valorizado por aqueles a quem se destina.

Para ilustrar esse ponto, Sinek utiliza o exemplo da Apple Inc. Ele demonstra como a comunicação da marca transcende a mera promoção de produtos e serviços, refletindo profundamente o 'porquê' da empresa. A Apple não se limita a vender produtos tecnológicos; ela comunica uma mensagem poderosa que influencia seus consumidores em um nível mais profundo, relacionado aos valores e à missão da empresa.

Sinek ressalta que

O comercial é uma das muitas coisas que a companhia (Apple Inc.) fez ou disse ao longo dos anos para demonstrar ou revelar ao mundo no que ela acredita. Toda a publicidade e as comunicações da Apple, seus produtos, suas parcerias, suas embalagens, o design das suas lojas, são todos os 'o quês' para o 'porquê', prova de que a companhia desafia ativamente o pensamento do status quo, para dar força ao indivíduo (Sinek, 2018, p. 167).

Esta citação ressalta como todos os aspectos da comunicação da Apple, desde sua publicidade até o design de suas lojas, são manifestações do seu 'porquê', demonstrando um compromisso contínuo em desafiar o convencional e empoderar o indivíduo.

O livro também explora a ideia de que as organizações devem ouvir ativamente seus *stakeholders* para manter seu 'porquê' relevante e autêntico. Sinek sugere que, ao se concentrar em ouvir e entender os valores e crenças dos clientes e funcionários, as organizações podem adaptar seu 'porquê' de maneira que continue a inspirar e motivar.

Finalmente, Sinek discute os desafios que as organizações enfrentam ao manter seu 'porquê' claro e consistente ao longo do tempo. Ele alerta sobre o perigo de perder o foco no 'porquê' à medida que as organizações crescem e se tornam mais complexas. Para combater isso, ele recomenda uma constante reavaliação e reafirmação do propósito central.

CONCLUSÕES

A leitura é envolvente e as ideias apresentadas sobre a importância do propósito na liderança e no sucesso organizacional são interessantes. Sinek argumenta de forma convincente que as organizações com um senso claro de propósito não só alcançam maior sucesso, mas também cultivam maior lealdade e comprometimento entre funcionários e clientes. O modelo do 'Círculo Dourado' que ele propõe, que enfatiza começar com o 'porquê', fez sentido para originalidade nas ideias, a coerência e consistência do argumento e a atualidade das referências são pontos fortes claros do livro.

Pessoalmente, achei a aplicabilidade prática do livro extremamente valiosa. O autor explora de maneira abrangente todos os aspectos do mercado, desde a percepção do consumidor até o comportamento das empresas. A parte que mais me marcou foi a comparação entre clientes e colaboradores, evidenciando como ambos se relacionam com as organizações, seja como consumidores ou como parte da força de trabalho. A abordagem de Sinek quanto à importância de identificar o propósito desde a criação da empresa e

a necessidade de uma base sólida de princípios para a liderança foram particularmente esclarecedoras.

No entanto, acredito que a clareza e objetividade do livro poderiam ser aprimoradas. Embora Sinek apresente os conceitos de maneira clara, em alguns momentos senti que a exposição poderia ser mais direta, sem tantos rodeios. Isso não diminui a riqueza do conteúdo, mas acredito que uma abordagem mais concisa poderia tornar o livro ainda mais acessível.

Concluindo, “Comece pelo Porquê” é uma obra essencial para líderes e profissionais de negócios que buscam compreender o impacto do propósito na construção de organizações bem-sucedidas.

REFERÊNCIAS

SINEK, S. **Comece pelo porquê**: como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.