CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

CRISTHIAN ARAUJO RODRIGUES
DANILA GOMES DA SILVA
GISLÂINE CRISTINA DA SILVA
NATALIA JULIANA DA SILVA OLIVEIRA
PAULA NUNES BAPTISTA

A IMPORTÂNCIA DO NETWORKING EMPRESARIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Tupã – SP
2012

CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

CRISTHIAN ARAUJO RODRIGUES

DANILA GOMES DA SILVA

GISLÂINE CRISTINA DA SILVA

NATALIA JULIANA DA SILVA OLIVEIRA

PAULA NUNES BAPTISTA

A IMPORTÂNCIA DO NETWORKING EMPRESARIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho apresentado à ETEC Prof. Massuyuki Kawano, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientador: Dercílio Volpi Júnior

Tupã - SP

2012

ETEC PROF. MASSUYUKI KAWANO

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

CRISTHIAN ARAUJO RODRIGUES

DANILA GOMES DA SILVA

GISLÂINE CRISTINA DA SILVA

NATALIA JULIANA DA SILVA OLIVEIRA

PAULA NUNES BAPTISTA

A IMPORTÂNCIA DO NETWORKING EMPRESARIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dercílio Volpi Júnior
Orientador

Prof. (a).
Avaliador (a)

Prof. (a).
Avaliador (a)

Tupã, 30 de Novembro de 2012.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O (A) Professor (a) Orientador (a), a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos aos nossos pais e professores que nos incentivaram e nos deram todo apoio e suporte necessário.

Agradecemos a Deus por nossas vidas e a oportunidade de concretizar e esse objetivo.

A ETEC Prof. Massuyuki Kawano por propiciar o ambiente onde necessário para nossa aprendizagem e consequentemente por nosso desenvolvimento pessoal e profissional.

Aos Docentes do Curso Técnico Administração pela generosidade depositada em todos os momentos de compartilhamento de seus conhecimentos profissionais e humanos.

"Os milagres acontecem às vezes, mas é preciso trabalhar tremendamente para que aconteçam".

Peter Druker

Resumo

Apesar de algumas organizações conhecerem o networking ou ouvir falar dele, boa parte delas não sabe como lidar e usar esta ferramenta de maneira correta e adequada, nem usufruir de sua vantagens, sendo assim utilizou-se dos métodos bibliográfico e descritivos com realização de pesquisa com aplicação de questionário, para realização de nossa pesquisa. Neste trabalho de conclusão de curso será mostrada a importância e as vantagens do uso correto do Networking empresarial nas organizações, pois percebemos que na nossa região o tema não recebe a devida relevância, sendo que um fator a ser levado em conta é a resistência ao novo das organizações do interior. Conclui-se que o networking é uma ferramenta que merece atenção sendo assim precisa ser mais bem abordada e utilizada em nossa região.

Palavras-chave: comunicação, informação, relacionamento, contatos, inovação.

ABSTRACT

Although some organizations know about Networking or have heard about it, most of them do not know how to handle or use this tool correctly and appropriately, nor enjoy its advantages, so we use the descriptive and explanatory methods for conducting our research. From this article we intend to demonstrate the importance and benefits of proper use of business Networking in organizations because we realized that, in our region, this subject does not receive due importance, and one factor to be taken into account is the resistance to the new that some inland organizations have. We conclude that Networking is a tool that deserves attention thus it needs to be better addressed and used in our region.

Keywords: communication, information, relationship, contacts, innovation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa: World Map of Social Networks 23

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Conhecimento das empresas sobre networking. 30
Gráfico 2: Participação em eventos de networking. 30
Gráfico 3: Tipo de reunião que participam 31
Gráfico 4: Com que frequência participa dos eventos- Dos 26% que participam de eventos. 31
Gráfico 5: Modo de praticar networking. 32
Gráfico 6: Resultados do networking- Dos 42% que o utilizam networking. 32
Gráfico 7: Utilização das redes sociais. 33
Gráfico 8: Rede social mais utilizada- Dos 79% que as utilizam. 33
Gráfico 9: Tempo de retorno do networking-Dos 42% que o usam 34
Gráfico 10: Benefícios proporcionados pelo networking-Dos 42% que o usam. 34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 13
2 Networking Empresarial **14**
2.1 A origem do networking 14
2.2 Vantagens e desvantagens 15
2.3 A importância da manutenção 17
2.4 O Networking no século XX 18
3 Globalização e Networking **19**
3.1 O desenvolvimento da tecnologia de relacionamento 20
3.2 A Internet e o Networking 22
4. Maneiras de realizá-lo **23**
4.1 Networking e o Tempo de Retorno 26
4.2 Networking não é apenas dinheiro 27
4.3 Formas incorretas de se Fazer o Networking 28
5 Networking: ferramenta fundamental **29**
5.1 Como a rede de contatos é vista 35
CONCLUSÃO **36**
REFERÊNCIAS 38

1. Introdução

Networking é a técnica de criar, desenvolver e manter uma rede de contatos informais e formais, buscando criar condições para a satisfação de interesses mútuos sendo que seu objetivo é compartilhar ideias, experiências, informações dentre outros fatores.

Esta ferramenta não se trata de apenas conhecer pessoas e trocar cartões, vai muito além disso , deve ser cultivado de maneira cuidadosa, pois envolve pessoas temos que saber quem são estas que estão ao nosso redor, pois ele não é apenas quantidade, mas também qualidade.

Nos dias atuais com o desenvolvimento da globalização os contatos são muito importantes, é ai que o networking se encaixa. Ele é uma ótima ferramenta para o desenvolvimento da organização, mas mesmo aquelas que o conhecerem ou ouviram falar dele, boa parte delas não sabe como lidar e usar esta ferramenta de maneira correta e adequada.

Sendo assim, não conseguem acompanhar outras que o usam corretamente para obter sucesso. Percebemos que boa parte das organizações de Tupã e região (que é nosso público especifico) não faz networking, pois não encontram necessidades, e informações claras e objetivas a respeito a partir disto resolvemos realizar pesquisas e expor para as empresas as vantagens e a importancia de ter, cultivar e manter uma rede de contatos. Sem esta rede a empresa acaba perdendo a chance de conhecer novos contatos, ficam “sozinhos no mundo” e como vivemos em um mundo em que é quase impossível crescer sozinho, não há como uma organização viver sem fornecedor, clientes, e bons contatos, e foi justamente para suprir esta necessidade que o networking surgiu.

O networking tornou-se de vital importância nos dias atuais devido à globalização e da valorização da comunicação entre níveis hierárquicos organização-cliente e esta está cada vez mais forte.

Acreditamos que as possíveis hipóteses de não ocorrer interesse neste investimento são à falta de conhecimento amplo que as organizações não têm sobre a função desta ferramenta desta forma não se atualizam, o pensamento de que não trará retorno financeiro rápido, a falta de cursos para colaboradores que iram cuidar á respeito desta praticam na organização nesta região, falta de detalhes

de como o networking pode ser útil nos dias atuais e qual a sua importância ou a diferença que causa dentro da organização.

Para demonstrarmos o que foi citado acima usaremos de pesquisas descritiva e explicativa. Em relação aos meios utilizamos principalmente a pesquisa telematizada, pois como já foi dito anteriormente este tema não é muito abordado em nossa região, sendo assim torna-se mais difícil encontrar material para pesquisa em outros meios que não que seja pelas telecomunicações, mas não dispensamos a pesquisa bibliográfica e também realizaremos pesquisas sobre o conhecimento de networking dentre os empresários e comerciantes de tupã e região através de questionários, usaremos gráficos para analisarmos os dados coletados.

2. Networking Empresarial

O ser humano é um ser que necessita de contatos e como são as pessoas que fazem a empresa o mesmo se aplica a ela.

Networking baseia-se em criar, desenvolver e manter uma rede de contatos, no caso da organização está voltado para ajudar a empresa a atingir objetivos e lucros. De acordo com POLLAK, Lindsey (2008, p.142) networking defini-se como “estabelecer e manter relacionamentos mutuamente benéficos”. O tema esta em alta no momento, pois a rede de contatos vem ganhando cada vez mais espaço no mundo globalizado.

Mas o networking não deve ser apenas criado, deve ser mantido, pois nunca se sabe quando ele será necessário, networking é algo de ajuda mutua e continua, em um dia você ajuda e no outro você é ajudado.

2.1. A origem do Networking

Ao contrário do que muitos pensam as redes de contatos começou a ter importância muito antes do que se pensa. Os simples e primitivos homens das cavernas já começaram a dar valor a isso com o início da formação das sociedades por causa da tão famosa luta pela sobrevivência surgindo assim os primeiros chefes e organogramas.

O número de pessoas foi aumentando cada vez mais, e o homem se viu com a necessidade de se comunicar com outros grupos, com o objetivo de adquirir novos conhecimentos e habilidades levando-os a reorganizar os métodos de comunicação.

Isto levou ao desenvolvimento de vilas, que aumentaram a importância e a demanda da comunicação surgindo assim às praças, que facilitaram e muito a criação de contatos sendo que está se tornou um local de muita comunicação.

Então se pode concluir que o networking vem ganhando cada vez mais importância com o tempo, pois segundo MARQUES, Vitor(2008). "O NETWORKING é isso, a constante e eterna luta pela sobrevivência, qualquer que seja o nome atribuído à necessidade de relacionamento entre nós".

Ele também criou a seguinte linha do tempo:

1º homem> 2ºhomem> 3º homem> 1º Grupo> Sobreviver> Comunicar> Crescimento e Expansão> Encontro 2º Grupo> Comunicação > Sobreviver >Aldeia > Vila > PRAÇA > Cidade > sobreviver > NETWORKING > Outros planetas, outras civilizações >.

Através desta linha do tempo podemos perceber que conforme o ser humano se desenvolveu e a comunicação tornou-se cada vez mais importante, modificando assim o modo de convivência entres as pessoas e ampliando a necessidade de se manter uma rede de contatos.

Como o mundo está se desenvolvendo cada vez mais rápido pode ser possível que ele seja usado até em comunicações fora do nosso planeta.

2.2. Vantagens e desvantagens

Tudo no nosso mundo possui suas vantagens e desvantagens, e com o networking empresarial não seria diferente, ela também possui seus pontos altos e baixos.

Vantagens;

-O Networking traz benefícios como reencontrar contatos com os mesmos interesses e ideologias;

- As empresas elas podem disponibilizar suas campanhas com o custo baixo e descobrir como abordar e chegar a um cliente.

-Além de custo baixo como já foi dito a acima, o Networking pode ser menos trabalhoso com apenas uma única pessoa.

- O Networking pode ser feito a distância sem sair de casa. E com o desenvolvimento da tecnologia pode ser feito em qualquer lugar e a qualquer hora (celulares, tablets, etc.).

- Com o Networking você pode manter atualizado com as mudanças globais.

- Recebimento opiniões e idéias que possam contribuir positivamente para a organização

Desvantagens;

- maior aumento de desemprego; isto é vendendo os produtos pela internet não terá funcionários no setor de vendas.

-falta de anonimato; ou seja, fica exposto a qualquer vulnerabilidade, pois tem informações sobre nome, idade, sexo, localização entre outros. E pode ocorrer também falta de segurança tanto no contexto pessoal e profissional. Além que pode ocorrer roubo de identidade ou uso indevido de fotos, por exemplo, para outros fins.

- o cliente pode tecer comentários apreciativos como também negativos quando a imagem da empresa e esta fica exposta a comentários isto pode ocasionar algum cliente denegrir a imagem da empresa e colocá-la numa situação não muito agradável.

2.3. A importância da manutenção

O networking de cada executivo/profissional é a chave que abre o mercado de empregos e de negócios. Um trabalho de networking que gere uma rede de bons contatos pessoais e profissionais certamente facilitará a vida de qualquer pessoa em momentos cruciais, quando o relacionamento for fundamental para o sucesso na busca dos seus objetivos.

Existe varias formas de se realizar a manutenção, assim como se fosse um programa, pois como estamos em constantes mudanças o nosso networking tem que nos acompanhar. Assim como diz MINARRLLI (2001, pg. 15), "[...], no entanto, está no fato de que nossos consultores ainda precisam fazer networking em favor de nossos assessorados, pois muitos continuam a resistir ao reaprendizado do cultivo de redes de relacionamentos.".

Buscar sempre estar atualizado sobre as informações dos seus contatos como, aniversário, troca de emprego, não como um curioso, mas como forma natural, tentar promover almoços e cafés da tarde é uma excelente maneira e descobrir isso sem ser indiscreto é de vital importância. A participação em feiras, congressos, palestras e eventos relacionados à sua área de atuação. Seu cartão de visitas precisa chegar até a mão de pessoas certas, que tenham atuação no seu segmento. O objetivo maior com esta atividade não é juntar a maior quantidade possível de contatos, e sim conhecer pessoas novas e manter-se em contato com os que já têm que você possa auxiliar e possam ajudá-lo futuramente, e é o respeito e a compreensão de que, as pessoas são diferentes na sua maneira de pensar, agir e falar.

O compromisso de realizar ou tentar fazer o que prometeu, em reuniões ou em conversas particulares, é muito importante, lembrando que o discurso, podem ser apenas palavras soltas ao vento, mas, sua ação será um importante ingrediente para mostrar e intensificar suas competências, e passar confiança aos demais demonstrando que realmente se importa com o outro, um bom networking oferece expansão de sua rede de contatos, com o propósito de acreditar, que não se conhece todo mundo, mas é preciso conhecer alguém que nos leve a conhecer todo mundo.

2.4. O Networking no Século XX

O Networking ganhou este nome a mais de 80 anos quando um homem chamado F.Rehnborg, pioneiro da história de nutrição e também que começou com esta ferramenta tão pouco conhecida através de um negócio de suplementos alimentícios. O principal objetivo de Carl era de melhorar a alimentação das pessoas com seus produtos que eram poucos conhecidos. O primeiro nome dado foi Californiam Vitamin Corporation logo após mudou para Nutrilite Products em 1930. Carl Rehnborg começou a distribuir seus produtos aos amigos e ao passar de um tempo ele ia os visitar para ver o andamento dos seus produtos, mas logo de cara ele percebeu que o seu produto ficava estacionado nas prateleiras e por isso ele começou a colocar um preço em seus produtos, pois só assim as pessoas dariam valor e, no entanto o usaria. Após este feito, Carl notou que seus amigos usaram o suplemento alimentício e começaram a recomendar aos seus "outros amigos" foi através de indicações pessoais, ou seja, boca a boca que o negócio de Carl tomou rumo. Ele então começou a ir de casa em casa vender seus produtos e explicava que seus suplementos tinham grande valor terapêutico e que era a resposta para a busca humana por uma saúde e mais qualidade de vida; também explicava que seus produtos trariam uma dieta balanceada para o corpo sem alterar os hábitos alimentares, pois seu suplemento era composto por todos os nutrientes necessários, mas percebeu que isto não lhe trazia grandes significados, pois além de cansaço ele não tinha as vendas tão alanvancadas como ele esperava.

Foi então que ele teve uma ideia, para cada amigo que vendesse seu produto a um conhecido, este mesmo teria descontos e receberia bonificações para a nova compra de novos produtos. E desta forma nasceu o primeiro sistema de vendas comissionais, pois quanto maior a ajuda maior seria o desconto.

Qualidade era e é a característica principal dos produtos. Mas a venda estourou graças ao sistema de bonificação em vários níveis que teve vários nomes como, por exemplo: Marketing Multinível ou Networking Marketing (Marketing de relacionamento), onde todos ganhavam por suas próprias compras e pelas organizações de consumidores construídas (Marketing Multinível), de fato capazes de fazer milionários em qualquer lugar do mundo.

> Se não há novidade na importância que sempre creditei ao cultivo diário da rede de relacionamentos humanos, tampouco são novas técnicas de networking. Não existe ninguém isolado. Desde que nascemos, vamos ingressando em varias redes de relacionamentos e formando o que chamo de capital social. Em suma, desde que o mundo é mundo, as pessoas relacionam-se e estão em interdependência em seus grupos sociais. (MINARELLI, 2001, pg. 14).

Hoje em dia o networking esta muito mais desenvolvido, fácil e barato de ser realizado, pois temos a tecnologia da informação que nos possibilita conseguir informações em tempo real através de celulares, internet entre outros.

3. Globalização e Networking

A globalização surgiu e nos acompanha desde década dos anos 80, e cada vez mais vem crescendo e se atualizando, com o passar dos anos vem se tornado de vital importância na vida das pessoas, é ela que gera os bons relacionamentos, pois torna estes cada vez mais preciso juntamente com a internet e proporcionado aos seus usuários um grande beneficio, pois com ela tudo o que acontece no mundo, todos ficamos sabendo em fração de segundos.

O que o networking tem haver com tudo isso? Tudo, networking, que significa manter ativa sua rede de contatos profissionais, uma ótima ferramenta para isto são as redes sociais, que ultimamente estão substituindo os tradicionais currículos, longos e exaustivos, que só fazem cansar a vista de seu futuro empregador ou cliente. Um bom networking permite que as pessoas certas conheçam suas habilidades e competências e que novas parcerias sejam firmadas. E a globalização facilita tudo isso, tornando cada vez mais fácil as vidas das pessoas que necessita dela ,esta organização pode beneficiar com o networking, pois ela terá facilidade na sua comunicação com o mundo globalizado, criando oportunidades de negócios para qualquer parte do mundo.

Com o mundo globalizado de hoje, fazer um bom Networking e essencial para qualquer organização ou gestor, é preciso adaptar-se ao mercado

globalizado e suas oportunidades através da comunicação, seja ele em sua primeira ou segunda língua.

Pessoas que não se adapta a essas mudanças com o passar de algum tempo poderão ser excluído do mercado global consequentemente fora do mercado de trabalho.

E de acordo com MINARRLLI (2001, pg. 26), “A aceleração da globalização força as organizações a tornarem-se mais exigentes em seus processos seletivos”, pois graças a ela é necessário muitas vezes um funcionário bilíngüe ou até mesmo trilingue sendo que a comunicação entre paises se tornou cada vez mais importante.

3.1. O desenvolvimento da tecnologia de relacionamento

O networking depende e muito da comunicação e esta vem evoluindo muito com o passar do tempo. Como já foi dito o relacionamento e a comunicação surgiu na pré-história quando os homens das cavernas encontraram necessidades em se relacionar com o surgimento da sociedade. Inicialmente para se comunicar foram criadas as pinturas rupestres, que foram usados por muito tempo como única forma de comunicação.

Com o descobrimento da escrita por volta de 4.000 AC pelos egípcios e mesopotâmios, a pré-história chega a seu fim, ajudando muito na comunicação, com a utilização de pergaminhos e papiros. Com isso as pessoas passaram a se comunicar de forma melhor sendo que a escrita se tornou um ótimo meio de comunicação.

A tecnologia começou a se desenvolver, em 59 AC surgiu o primeiro jornal no governo romano de Julio César, por muito tempo o jornal foi um ótimo meio de comunicação e ainda é usado nos dias atuais.

Em 1900 surgi uma inovação: o surgimento do rádio, sendo que era muito mais rápido e alcançava mais distâncias mais longínquas do que o Jornal, as pessoas conseguiam se informar e se entreter sem sair de casa, os empresários poderiam divulgar suas empresas através das propagandas- este método divulgação ainda é muito usado por empresas do interior paulista-.

Grafam Bell trouxe para o mundo uma grande inovação tecnológica com a invenção do telefone em 1876, e em 1877 fundou a primeira companhia

telefônica, com isso as pessoas podiam se comunicar com outra pessoa especifica de forma mais prática e rápida.

Uma grande evolução foi o surgimento da TV em 1924, que juntava o som do radio com as letras do jornal mais as imagens com movimento, mudando completamente o modo das pessoas se comunicaram, já que agora recebiam muito mais informações de maneira mais rápida e precisa de se entender.

Em 1943 surge um grande avanço, o aparecimento do primeiro computador, tão grande que ocupava uma sala inteira, que só era usado para fazer cálculos, mas não servia para se comunicar; ninguém poderia imaginar que esta maquina dominaria mundo no próximo século.

Desde então o homem não cessou, em 1973 surge o primeiro celular criado pela Motorola -um tijolão que pesava aproximadamente 1 kg- mas não era tão popular além de ter um alto custo. Por volta dos anos 60, durante a guerra fria, surgiram os primeiros vestígios de internet, a rede se chamava ARPANET-Advanced *Research Projects Agency-usada* para salvar informações sobre a guerra em caso de ataque e em 1969 o primeiro e-mail é enviado.

Na década de 90, o modo de se comunicar muda completamente, surgiu os PCs (Personal Computers) e a internet começa a se tornar popular, tudo graças a Bill Gates- Criador do Windows, e Steve Jobs- criador da Apple. Um meio de comunicação muito rápido e prático, onde se podia comunicar com pessoas com diversas partes do mundo quase que instantaneamente, gerando assim uma grande revolução para o mundo, modificando completamente o modo de se comunicar,

Nos dias de hoje, os celulares e computadores se tornaram comuns e essenciais para a sociedade. O homem criou muitos métodos para se manterem comunicados de se, com um simples aparelho celular você é capaz de se comunicar com o mundo inteiro, com o desenvolvimento rápido das tecnologias a comunicação ficara cada vez mais fácil manter sua rede de contatos, ajudando e muito o networking e ninguém sabe o que nos aguarda futuramente, apenas temos algumas idéia de que a tendência é nossa necessidade de tecnologia somente aumente, como diz EINSTEIN, Albert(1945) “Tornou-se chocantemente óbvio que a nossa tecnologia excedeu a nossa humanidade.” ·.

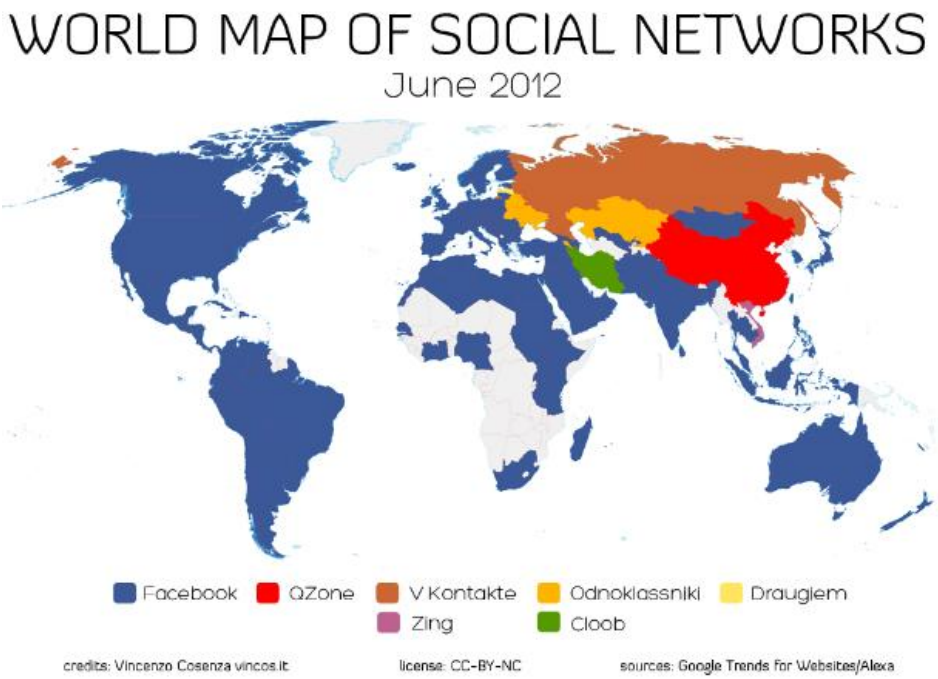
3.2. A Internet e o Networking

O Networking Empresarial, esta sendo cada vez mais fortalecido pelas redes sócias, são ambientes virtuais que proporcionam uma exposição interessante tanto para sua manutenção e para a busca de novos contatos. Desde que surgiram as redes sociais vem ganhando relevância no mundo e a tendência é aumentar,

Em pesquisas sobre os hábitos dos brasileiros mostram que boa parte da população tem acesso as redes sociais, utilizando isso se cria uma rede imensa de contatos. Sendo aplicada de forma correta no Networking empresarial podem-se receber resultados satisfatórios e aumentando sua lista de contatos e trocando informações e experiência em tempo real, podendo torna isso mais próximos marcando reuniões e encontros, com o mesmo objetivo, ajudar e ser ajudado, pois essa troca de informações vão se alastrando de uma forma rápida em apenas um clice, pois conhecendo um, você já tem contato com outro e assim sucessivamente.

As redes sócias mais utilizadas hoje pelos empresários são Facebook, twitter, Linkedin- usada especialmente para divulgação de perfis profissionais-, MSN e também é importante ressaltar a rede social publica como ferramenta de uso profissional Myspace, mas o Facebook ainda domina como visto na imagem abaixo

Figura 01: Mapa: World map of social networks



Fonte: Uol – Tecnologia

Isso se tornou hoje mais fácil, com as tecnologias como por exemplos os tablets e notebooks com grandes funções e os sinais de internet (WI-FI) que podemos usar em ambientes de encontro como, restaurantes, shopping, praças de alimentação podendo fazer networking a qualquer hora e lugar.

4. Maneiras de realizá-lo

Para ser ter um bom networking o profissional dos tempos atuais além de ter características tradicionais, ele deve agregar valores e acrescentá-los para obter novos conhecimentos. Segundo MINARELLE (2001, Pg. 74), “Os valores fundamentais para o networking são: reciprocidade, reputação e altruísmo”.

É necessário que para desenvolvê-lo e ter bons resultados não depende apenas lançar apenas um site e pronto mais sim; dependem de um esforço pessoal em que se dedique e que se tenha um comprometimento efetivo a ele, com

isso você traçará suas metas estabelecerá uma rotina e assim atingirá seus objetivos. Mesmo se você não tenha o resultado esperado logo de momento, não se desespere, pois se terá muitos desafios e adversidades para então atingi-los.

É de grande importância à empresa em geral, deixar claro tudo o que expõem, pois transparência é fundamental, além de ser ético com a empresa e com os demais.

Tenha sempre bons contatos, ou seja, se relaciona bem para criar parcerias efetivas de sucesso. Ter domínio das disciplinas referentes a finanças como, por exemplo, (Contabilidade, Controladoria, Consolidação, Reporting/Relatórios, Tesouraria, Auditoria, Matemática, Legislação Específica, Tributos, Processos Internos), também voltados para o conhecimento à informática (TI) e é claro lembrando o idioma, pois o mundo esta globalizado com as multinacionais e desta forma se interliga com o mundo todo e por isso ele também é fundamental.

Conhecer a política de seu país, pois existem leis a todo o momento e isto pode estar a favor ou contra sua empresa. (variáveis incontroláveis). Inovações é essencial; portanto desenvolva algo novo e que desperte a atenção das demais empresas ou ate mesmo use a prática do Benchmark isto é práticas que deram resultados satisfatórios nas outras organizações e incrementar na sua.

O Networking não é quantidade e sim qualidade, ou seja, não adianta ter muitos contatos é importante ter, que sejam poucas pessoas mais que sejam as que vão ter trazer oportunidades certas, isto é o diferencial.

A empresa BNI (Business Network Internacional), muito conceituada, postou em seu site algumas dicas de como fazer networking:

- Tenha sempre com você as ferramentas para fazer networking.

Isso inclui um crachá com seu nome, cartões de visitas, brochuras sobre seus negócios e um porta-cartão de visita de bolso com cartões de outros profissionais que você pode recomendar.

- Estabeleça uma meta de quantas pessoas você pretende encontrar.

Identifique uma meta realista com base na quantidade de participantes e no tipo de grupo. Se estiver inspirado, estabeleça como meta falar com quinze ou vinte pessoas e não deixe de pegar os cartões de todos eles. Se você não estiver tão inspirado, reduza a meta. Em todo caso, não vá embora até que tenha atingido sua meta.

- Aja como um anfitrião, não como um convidado.

Um anfitrião deve fazer coisas pelos outros, enquanto um convidado senta-se e relaxa. Se ofereça para ajudar a recepcionar as pessoas. Se você vir que há visitantes sentados, apresente-se e pergunte se eles gostariam de conhecer outras pessoas. Aja como um condutor.

- Escute e faça perguntas.

Lembre-se que para fazer um bom networking é preciso ter dois ouvidos e uma boca, e usá-los proporcionalmente. Depois que você descobriu o que a outra pessoa faz, diga a ela o que você faz. Seja específico, porém breve. Não presuma que a pessoa conheça o seu negócio.

- Não tente fechar negócio.

Estes eventos não pretendem ser um veículo para que executivos comprem seus produtos ou serviços. Networking está relacionado a desenvolver relações com outros profissionais. Encontrar pessoas em um evento deve ser o início de um processo, e não o fim dele.

- Faça recomendações sempre que possível.

As melhores pessoas em networking acreditam na filosofia de que quem dá, recebe. Se eu ajudo você, você vai me ajudar e nós dois teremos melhores resultados a partir disso. Em outras palavras, se você não tenta verdadeiramente ajudar as pessoas que você encontra você não está sendo eficaz no seu networking. Se você não consegue fazer uma recomendação sincera a alguém, tente oferecer alguma informação que possa ser do interesse da pessoa (como detalhes sobre um evento futuro).

- Troque cartões de visita.

Peça a cada pessoa que você conversar dois cartões de visita – um para ficar você e o outro para passar adiante. Isso estabelece o ambiente para que o networking ocorra.

- Gerencie seu tempo de maneira eficiente.

Passe dez minutos ou menos com cada pessoa que você encontrar e não demore conversando com amigos ou sócios. Se a sua meta é conversar com um determinado número de pessoa, tenha cuidado para não ficar muito tempo com uma pessoa só. Quando você encontrar alguém interessante com quem você queira conversar mais, marque um encontro para outro dia.

- Faça anotações nas costas dos cartões de visitas que você pegar.

Registre qualquer coisa que possa lhe ajudar a lembrar mais claramente de cada pessoa. Isso será útil quando você for dar continuidade a cada contato.

- Dê continuidade! Faça follow-up!

Você pode seguir religiosamente os nove mandamentos acima, mas se você não der continuidade de maneira efetiva, você terá perdido seu tempo. Deixe um recado ou telefone para cada pessoa que você encontrou. Certifique-se de cumprir qualquer promessa que você possa ter feito.

4.1. Networking e o Tempo de Retorno

O networking empresarial como já foi mencionado é uma ferramenta elementar para ampliar os conhecimentos e expandir os negócios.

O tempo de retorno do networking analisando como tudo na vida tem um começo e geralmente este é muito pequeno. Para ter uma arvore produtiva, linda e que faça sombra, precisamos plantar a semente depois aduba-la, e ir cuidando no decorrer do tempo para que ela possa crescer e dar bons frutos e sombra e todo este processo podem levar de um ano a cinco anos dependendo da arvore e dos cuidados que ela recebe e os demais fatores que vai fazer a diferença.

O que quero dizer com isto, é cada pessoa que você poderá conhecer ao realizar o seu networking, vão ser consideras como pequenas sementes que você terá que ir cultivando para que se torne uma grande arvore futuramente e que esta de frutos como uma: nova linha de produtos, parcerias com novas empresas etc., sistemas que acompanhe a evolução que acontece esta que acontece com freqüência, este processo pode demorar ou não, pois tudo envolve um contexto no meio onde estamos inseridos e os fatos que nunca param de acontecer em nossas vidas e podendo mudar os percursos das pessoas com as quais nos relacionamos para se ter um bom retorno temos que ficar atento a todos os acontecimentos, tanto interno e externo dentro das organizações.

O diferencial do modo de como você ira fazer o seu é que vai fazer a diferença na capacidade de retorno como citei acima tudo na vida necessita de dedicação para que possamos colher bons frutos. O networking assim como tudo na organização tem que ser colocado nos planos de negócios, mesmo sendo ele apenas uma ferramenta e não um departamento, podendo ser futuramente dependo atenção que terá dentro da sua organização e um planejamento eficaz fará a diferença, a organização tem que deixar bem claro quais são os seus objetivos e que publico deseja atingir, esta etapa já elimina boas margens de erro pois quando a organização se planeja ela consegue visualizar o seu desempenho e o que será necessário para atingi-lo e assim como MINARELLE ,Jose diz em seu livro: Se você cultivar sua rede sem sentir o prazer do convívio,os relacionamentos acabarão morrendo por falta de autenticidade. Como também citado no trabalho não adianta quantidades excessivas de pessoas mais sim qualidades. ,

4.2. Networking não é apenas Dinheiro

Quando se fala em investimento logo se pensa em altos custos e muito "sacrifício", mas na realidade as coisas não são bem assim. Como dito em capítulos anteriores, nos dias atuais tornou-se mais fácil fazer o networking empresarial, pois atualmente temos vários recursos para realizá-lo que não é tão caros quanto se pensa. Utilizar a internet para criar e manter sua rede de contatos tornou-se um jeito com custo acessível e que pode ser utilizado em quase todo lugar sendo rápido, fácil, prático e útil.

Mesmo demorando algum tempo o networking trará algum retorno financeiro, mas o dinheiro não é o único beneficio gerado pela rede de contatos, o conhecimento e as experiências resultantes dela são muito favoráveis.

O conhecimento nos dias de hoje vale muito, principalmente no século XXI onde as concorrências estão cada vez mais agravantes, segundo Peters (1999), "A economia emergente baseia-se no conhecimento, na imaginação, na curiosidade e no talento.". No mundo hoje tudo se atualiza mais rápido que podemos acompanhar o conhecimento torna-se de vital importância, quem não o possui e não tenta adquiri-lo, provavelmente não conseguirá se garantir no mundo contemporâneo, podendo se tornar o diferencial para guiar sua empresa ao sucesso, sendo que o conhecimento é o único bem que não poderá ser tomado de você. Pois como diz o filosofo inglês Francis Bacon, "conhecimento é poder" e querendo ou não o conhecimento pode levá-lo a conseguir dinheiro, tento novas ideias, ajudando a gerar inovações, sendo assim o conhecimento se torna multi-lucrativo.

4.3. Formas Incorretas de se Fazer o Networking

- Como se foi dito o Networking não é só a quantidade em números de contato mais sim qualidade. Existem várias maneiras de se fazê-lo, mas para isto precisa estar ciente de que ele feito incorretamente atrapalhará e prejudicará ao seu objeto que, no entanto é promover sua organização.

- Primeiro nunca pense que ele lhe trará retorno de imediato, pois ele leva tempo e muito esforço. Não pense que é só coloca numa rede social e pronto, consequentemente ele não se aperfeiçoará sozinho.

- Não exponha sua vida em particular, pois além de antiético de sua parte pode comprometer a imagem da empresa e isto é o que se mesmo deseja.

- Nunca pense que todos que estão na sua rede de contatos o apoiaram ou até mesmo divulgaram seu trabalho.

- Não fale mentiras, falsas promessas, ou até mesmo invenções tudo o que se coloca na internet mesmo delatado uma vez posto nela nunca mais se apagará.

- Ir atrás de amigos só quando á necessidade própria.

- Não ter apenas os “cartões de visitas” e não usá-los.

- Não estar atualizado com a globalização, hoje tudo é voltado para informação e comunicação.

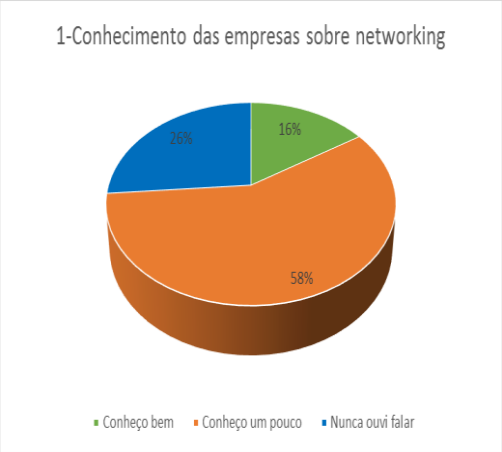
- Não apenas fale, aprenda também a ouvir novas idéias podem te favorecer muito; isto é o famoso Benchmark, novas ideias podem incrementar seu negócio.

- Não saia fechando negócio logo de cara, pois, podem aparecer novos e diferentes ideais que poderiam ser mais viáveis do que aquele que você fechou.

5. Networking: ferramenta fundamental

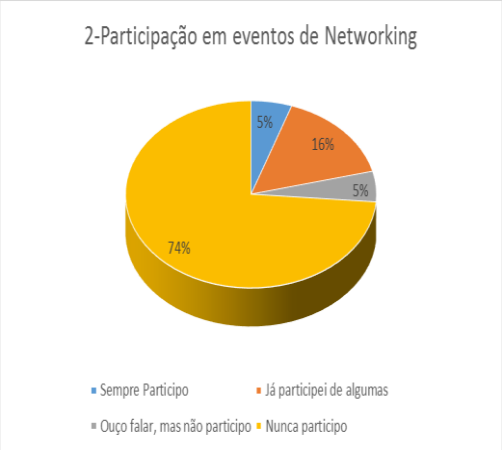
Para analisarmos e percebermos como o networking empresarial é tratado em nossa região, foi apurada uma pesquisa de campo com 30 empresas de Tupã e região, a partir dos resultados pode-se construir os seguintes gráficos:

Gráfico 1: Conhecimento das empresas sobre networking



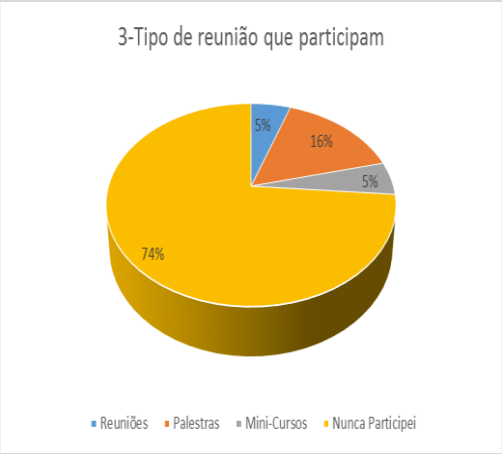
58% dos entrevistados conhecem um pouco sobre networking;26% Nunca ouviram falar sobre ele;16% o conhecem bem

Gráfico 2: Participação em eventos de networking



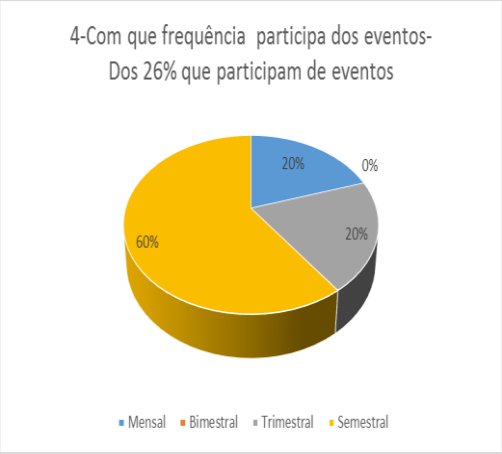
74% Nunca participam de reuniões;16% Já participaram de algumas;5% sempre participam;5% Ouvem falar mas não participam;

Gráfico 3: Tipo de reunião que participam



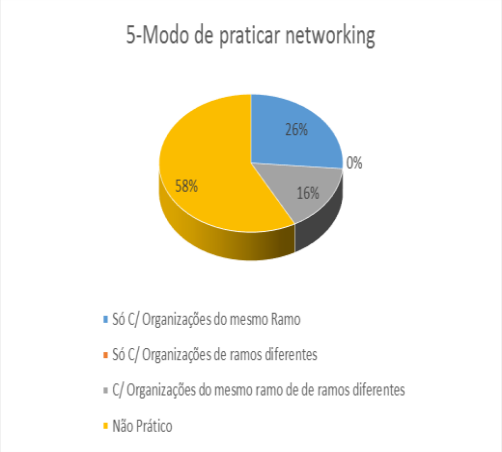
74% Nunca participam de reuniões sobre networking;16% já foram em paletras; 5% participararam de mini-curos; 5% participaram de reuniões.

Gráfico 4: Com que frequência participa dos eventos- Dos 26% que participam de eventos.



60% participam semestralmente dos eventos; 20% participam trimestralmente; 20% participam mensalmente; 0% participam bimestralmente

Gráfico 5: Modo de praticar networking

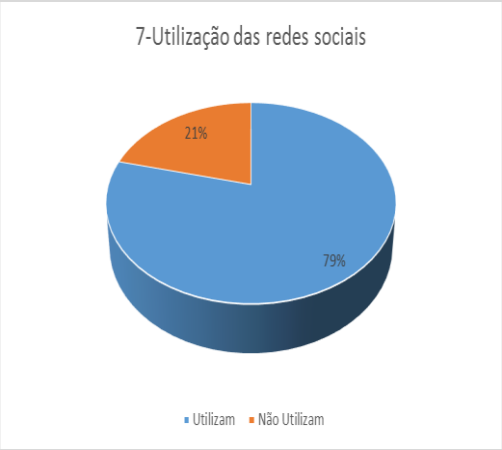


58% das organizações não praticam networking; 26% só praticam com empresas do mesmo ramo; 26% praticam tanto com organizações do mesmo ramo quanto de ramos diferentes; 0% praticam somente com empresas de ramo diferentes.

Gráfico 6: Resultados do networking- Dos 42% que o utilizam networking.

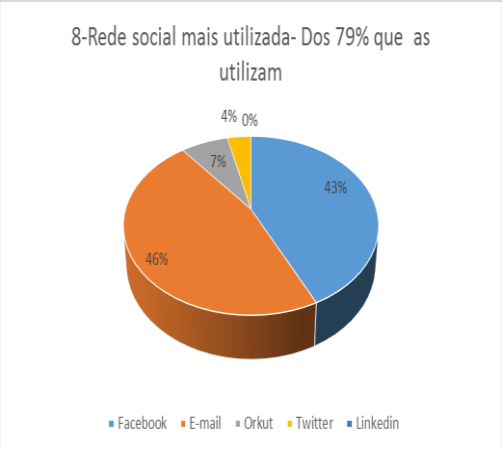
63% consideraram a satisfação moderada; 38% o consideraram satisfatório.

Gráfico 7: Utilização das redes sociais.



79% das organizações utilizam redes socais; 21% não as utilizam.

Gráfico 8: Rede social mais utilizada- Dos 79% que as utilizam.

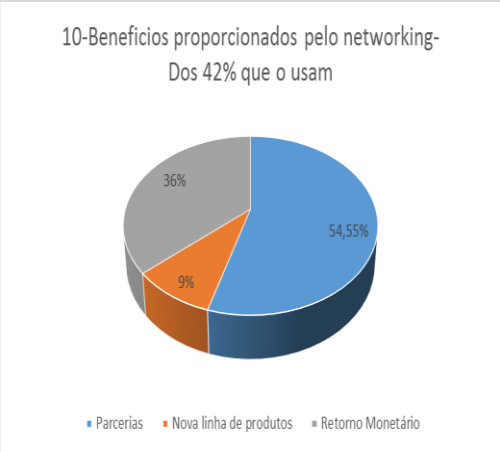


46% utilizam e-mail ;43% das entrevistadas utilizam o Facebook; 7% utilizam o Twitter; 4% utilizam twitter; 0% utilizam o LinkedIn.

Gráfico 9: Tempo de retorno do networking-Dos 42% que o usam.

86% obteram resultado no período de 1 à 5 anos; 88% obteram resultados de 6 à 10 anos.

Gráfico 10: Benefícios proporcionados pelo networking-Dos 42% que o usam



54,55% obtiveram parcerias; 36% conesguiram retorno monetário; 9% obteram uma nova linha de prodrutos.

Pode-se inferir através dos gráficos que o networking é conhecido por mais da matade das empresas assim como visto no gráfico 1, mas como vemos no 2º gráfico poucos deles participam de eventos , somente 21% das organizações entrevistadas participam de eventos voltados para networking, mostrando que mesmo conhecendo sobre o assunto poucos vão atrás de informações

Támbem percebemos que dos eventos pesquisados, as reuniões são as que ocorrem mais participações e que a maioria-60%- os visitam semestralmente. Em relação a quantidade de praticantes percebe-se que menos da

metade das organizações pratica o networking, mesmo 74% deles conhecendo sobre ele.

A maior parte dos entrevistados que praticam networking consideraram que o retorno do dele é moderadamente satisfatório.

A rede soca, o meio de comunicação mais utilizado pelo networking, também fez parte de nossa pesquisa, existem algumas empresas que ainda não utilizam as redes sociais-21% das organizações pesquisadas não utilizam nenhuma rede social, pode-se perceber que o e-mail é o mais utilizado pelos entrevistados, a rede social da atualidade o Facebook ficou em segundo lugar, um ponto relevante foi que o Linkedin, rede social com foco em relações profissionais não é utilizada por nenhuma das organizações pesquisadas.

Para a maioria dos entrevistados o netwoking levou de um a cinco anos para demonstrar retorno, e é perceptível que a maioria das organizações conseguiu retorno na forma de parceria ou monetária.

5.1. Como a rede de contatos é vista

A partir da pesquisa realizada podemos perceber que nos dias atuais, o networking é visto por boa parte dos gestores como uma coisa apenas teórica sendo que muitos deles sabiam de sua existência, participaram de eventos sobre o conceito, mas poucos tiveram a atitude de colocá-las em prática. Muitas delas podem fazer networking até mesmo sem perceber, mas para consegui obter resultados mais satisfatórios, o networking deve ser feito com mais empenho.

A visão do networking no mundo atual, merece atenção, esta visão se for mudada poderá trazer diversos benefícios que já foram citados em capítulos anteriores. O medo de arriscar junto com a resistência de algumas pessoas às mudanças podem ser os principais fatores para a pouca realização do networking na nossa região, já que estes são muito comuns nela, mas as empresas devem começar a mudar sua visão para que possam conseguir crescer e se desenvolver mais.

Conclusão

Concluímos nosso trabalho com a visão do tema Networking como sendo um tema pouco abordado em nossa região, muitas vezes não à falta de informação mais sim a falta do interesse dos interessados, como já citado muitos até sabem do que se trata, mas não o põe em prática e nem o passa a diante, existe vários fatores que bloqueiam estas pessoas, sendo o “fantasma do networking”, como por exemplo, o medo de tentar e se prender a ideia de que necessita somente de dinheiro, e como geralmente a resistência humana em nosso meio são muito forte, muitos até pensam a respeito, mas acaba abortando a ideia e continuando com a prática realizada na sociedade onde estão inseridos.

Em nossa pesquisa percebemos que o networking é tratado como marketing empresarial na nossa região, por este motivo ele é tão pouco abrangido e trabalhado, pois o veem como algo muito complexo. Como a maioria das empresas entrevistadas são de médio e pequeno porte, não tendo recursos financeiros para tentar esta nova prática e medo de perder o que foi investido, e esquecendo que o networking não necessariamente utiliza somente dinheiro, o capital na realidade é mais para iniciar a prática e deixando de pensar na outras possibilidades de realiza-lo sem custo algum, como por exemplo, através da utilização de redes sociais dentre outras ferramentas gratuitas. As empresas da nossa região tem aversão ao novo e ainda tem em suas mentes que as outras organizações são concorrentes em tudo até mesmo hoje em dia que estamos em uma era em que à comunicação está cada vez mais valorizada e assim abrindo novas portas.

Analisamos também que a informação sobre o networking existe ainda é muito pouco, pois tivemos muitas dificuldades em encontrar livros, ou outros meios palpáveis na nossa região, sendo o trabalho realizado através da internet em sites científicos, que hoje e um meio mais comum e acessível para quem necessita de informações para mudanças e atualização.

Então visualizando o contexto de tudo, sugerimos que em bibliotecas ou outras unidades públicas ou privadas tenham estes conteúdo disponíveis para aqueles que ainda resistem à internet assim podendo aplicar informações e inserir o networking no nosso meio. E que também, algumas unidades competentes responsáveis pelo desenvolvimento da cidade procurem dar mais atenção, promovendo reuniões, eventos, debates, para tirar as “vendas” dos olhos dos

empresários e empreendedores, para que eles possam ter uma visão de que para sua organização ter mais sucesso é necessário contatos com pessoas, sejam eles físicos ou via internet, pois este é a denominação do networking fazer e manter contatos que faça a diferença.

Então concluímos que as empresas devem mudar seu modo de pensar e comessem a utilizar o networking ativamente, esperamos que nosso trabalho ajude os gestores a conhecer essa ferramenta que nos dias de hoje com tanta concorrência pode se tornar o diferencial para alcançar seu sucesso.

REFERÊNCIAS

ABREU, Willians Marcelino Fernandes de**. A importância do networking nas redes sociais digitais**, 2012-Disponível em http://www.slideshare.net/willpubli/a-importancia-do-networking-nas-redes-sociais-digitais, acesso em 05/10/2012.

ALMEIDA, Afonso. **Como ser ético em network de negócios**, 2010, Disponível em. http://www.comofazertudo.com.br/carreiras/como-ser-%C3%A9tico-em-network-de-neg%C3%B3cios, Acesso em 21/09/2012.

CAMPOS, Augusto. **O que é networking**, 2008, Disponível em: http://www.efetividade.net/2008/09/09/networking/, Acesso em 13/09/2012.

COSTA, Diogo. **(mais) Internet, Twitter e Networking**, 2010 Disponível em. http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/mais-internet-twitter-e-networking/42895/, acesso em 19/10/2012

CRUZ, Carlos João. **Afinal, o que é networking**. 2008, Disponível em http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/afinal-o-que-e-networking/21044/ Acesso em 13/09/2012.

FALCÃO, Huélder. **Cultive seu conhecimento em networking empresarial**, 2007, Disponível em: http://www.via6.com/topico/64014/cultive-o-seu-conhecimento-em-networking-empresarial- Acesso em 31/08/12

GOMES, Cláudio. **Como surgiu network Marketing**. 2010, Disponível em: http://harmonianatureza.com.br/como-surgiu-network-marketing/, Acesso em 10/08/2012.

LSTEVES, Nadia. **Networking Empresarial**, 2011, Disponível em: http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Networking-Empresarial/113055.html Acesso em: 14/09/2012.

MAIORIA dos profissionais prefere networking à internet na hora de procurar emprego, 2012. Disponível em http://www.administradores.com.br/informe-se/carreira-e-rh/maioria-dos-profissionais-prefere-networking-a-internet-na-hora-de-procurar-emprego/51728/ Acesso em 19/08/2012

MARQUES, Vitor. **Networking-Das cavernas a outros universos**, 2008, Disponíveis em: http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/networking-das-cavernas-a-outros-universos/23255/ Acesso em 15/09/2012.

MENTOR, Fernando. **As vantagens do Network Marketing**, 2010, Disponível em: http://www.blog.mentornegocios.com.br/index.php/2010/07/20/as-vantagens-do-network-marketing/ , Acesso em 24/08/2012

MINARELLI, José Augusto. **Networking como utilizar a rede de contatos na sua vida e na sua carreira**- São Paulo: Editora Gente,2001.

MISNER, Dr. Ivan. **Os 10 mandamentos do networking de negócios**, 2012, Disponível em http://www.bnibrasil.com/business-networking.php. Acesso em 17/08/2012

OHL, Rodolfo. Networking: Relacionamento social e mercado de trabalho, 2010, Disponível em: http://www.rh.com.br/Portal/Carreira/Artigo/6468/networking-relacionamento-social-e-mercado-de-trabalho.html. Acesso em: 13/09/2012

OURIVES, Almeida de Paulo, **Vantagens e desvantagens da internet e intranet no meio empresarial**, 2008, Disponível em: http://pt.shvoong.com/humanities/1746842-vantagens-desvantagens-da-internte-intranet/#ixzz22vlbcamu ,Acesso em 04/08/2012

RIGHETTI, Sabine. **Inovação Tecnológica pressupõe networking empresarial**, 2008, Disponível em: http://www.inovacaotecnologica.com.br/noticias/noticia.php?artigo=inovacao-tecnologica-pressupoe-networking-empresarial, Acesso em 21/09/12.

SILVA, **Saudade Mafalda e. Social Networking-oportunidade ou ameaça**, 2009, Disponível em http://visaocontacto.blogs.sapo.pt, Acesso em 19/08/2012.

SOUZA, Flavio. **Networking Executivo-Gestão de rede de negócios**, 2010, Disponível em: http://www.vocevencedor.com.br/artigos/artigos/networking-executivo-gestao-de-redes-de-negocios. Acesso em 31/08/2012

UOL. **Mapa das redes sociais**: Facebook é líder em 126 países, diz site, Disponível em http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/06/12/mapa-das-redes-sociais-facebook-e-lider-em-126-paises-diz-site.htm Acesso em 14/09/2012