



Liderança feminina e sucesso em Napoleon Hill e as carreiras em Turismo

Amanda Luz Santos

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo – Campus Cubatão
(IFSP), Cubatão, SP, Brasil

Larissa da Silva Favoreto

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo – Campus Cubatão
(IFSP), Cubatão, SP, Brasil

Thiago Rodrigues Schulze

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo – Campus Cubatão
(IFSP), Cubatão, SP, Brasil

Resumo: O presente estudo tem o objetivo de promover uma análise dos comportamentos das líderes brasileiras, pertencentes aos setores turísticos como alimentos e bebidas, hotelaria, eventos, agenciamentos e transportes, que, em suas trajetórias profissionais, alcançaram o sucesso. Neste sentido, foram analisados os cinco segredos da obra “Quem Pensa Enriquece”, de Napoleon Hill (2009), na qual foram identificados, na fase anterior deste estudo, junto às respostas das oito líderes entrevistadas, a fim de compará-los para obter um parecer sobre a eficácia ou ineficácia dos preceitos da obra em questão. A metodologia utilizada no estudo foi a qualitativa, onde se utilizou o método de entrevista semiestruturada. Como resultado, se constatou que os preceitos denominados por conhecimento especializado, planejamento organizado, desejo, persistência e sexto sentido receberam destaque na trajetória das líderes entrevistadas, onde se aprova sua eficácia quando aplicados na busca pelo sucesso profissional no âmbito dos cargos gerenciais em turismo. Receberam destaque também as análises sobre a presença do machismo nas organizações e as percepções singulares do que é efetivamente o sucesso.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Gestão. Desenvolvimento Profissional.

Abstract: The current study has the purpose to promote an analysis about the behavior adopted by the Brazilian women leaders who belong to tourism industries known as the food and beverage industry, hotel management, events, travel agencies and transports because of their professional careers, they reached success. In this case, it was analyzed the 5 secrets of the work “Think and Grow Rich” written by Napoleon Hill (2009) that was identified in the previous phase of this study, along with the analysis of responses from the 8 interviewed women leaders, in order to compare them to know the effectiveness or ineffectiveness of the precepts of the work in question. The methodology used was qualitative research, where the semi-structured interview was used. As a result, it was found that the precepts called specialized knowledge, organized planning, desire, persistence, and the sixth sense were highlighted in the trajectory of the interviewed leaders, where their effectiveness when applied in the search for professional success in the scope of managerial positions in tourism was approved. The analyses about the presence of machismo in organizations, and the unique perceptions of what success effectively is, were also highlighted.

Keywords: *Entrepreneurship. Management. Professional Development.*

INTRODUÇÃO

O artigo é um desdobramento de atividades oriundas da iniciação científica já realizadas no ano de 2021, intitulada como "Liderança e sucesso nas carreiras de Turismo e os princípios de Napoleon Hill", em que se realizou uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se a lógica booleana para a identificação de artigos que remetiam à carreira e sucesso em turismo. Desta forma, além da palavra turismo, foram utilizados os descritores de carreira, liderança, sucesso, profissão e profissional. Após a seleção, leitura e análise dos artigos presentes nas publicações de turismo - EACH USP, se notaram semelhanças sobre o que os autores defendiam com os princípios de Hill, sobretudo o desejo, o conhecimento especializado, o planejamento organizado, a persistência e o sexto sentido.

O presente estudo busca, no geral, relacionar os preceitos do sucesso e prosperidade identificados na obra de Napoleon Hill “Quem Pensa Enriquece”, de

2009, e a atuação de sucesso em cargo de influência sob a perspectiva da liderança feminina em turismo nas áreas de eventos, hotelaria, agenciamento de viagens, transportes e alimentos e bebidas.

À luz do exposto pelo estudo, busca-se, sobretudo, investigar e descobrir as singularidades do cargo de liderança ou gestão feminina, analisando-se, em conjunto com os 13 princípios de Hill (2009), os preceitos que tiveram destaque na fase anterior a esse estudo: o desejo, o planejamento organizado, o conhecimento especializado, a persistência e o sexto sentido.

A ideia de realizar a pesquisa partiu da leitura do livro “Quem Pensa Enriquece”, focado em empreendedorismo, carreiras e sucesso profissional. A partir dele, foi considerada a possibilidade de aprofundar a leitura e entendimento sobre o tema, além de analisar seu êxito no âmbito da liderança feminina em turismo, por meio de uma pesquisa científica.

Com base nos dados coletados em pesquisas realizadas no ano de 2021, o estudo selecionou e entrevistou líderes dos segmentos mencionados, de maneira a identificar semelhanças e aproximações entre o conteúdo teórico já estudado, ou seja, a obra de Hill e os periódicos publicados na plataforma “Publicações de Turismo” e os relatos das líderes entrevistadas.

A metodologia utilizada nesta pesquisa é a qualitativa, em que foram entrevistadas as líderes dos tais setores turísticos. Além disso, se utilizou a pesquisa bibliográfica, analisando periódicos e vídeos disponíveis no YouTube com foco em carreiras em turismo.

Os impactos das pesquisas de turismo esperados com o estudo são no sentido de relacionar as ideias do autor em questão com as especificidades do Turismo, focando no âmbito da liderança feminina, podendo, assim, futuramente e com os dados publicados em periódicos, inspirar novos alunos, empreendedores ou gestores das áreas aqui mencionadas a refletir sobre e a aplicar ou aprimorar os preceitos que, possivelmente, serão identificados após o desdobramento desta pesquisa, para, posteriormente, alcançarem seus objetivos profissionais no setor turístico escolhido.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

No que tange a fase 1 do projeto, o objetivo foi promover a análise bibliográfica da obra "Quem Pensa, Enriquece" (2009) e de periódicos presentes em "Publicações de Turismo", que é uma plataforma da EACH USP e conta com artigos sobre turismo publicados por docentes e discentes da universidade. Na plataforma, foram utilizadas como descritor, além da palavra turismo, as palavras carreira, liderança, sucesso, profissão e profissional. O resultado entregou 1.217 artigos, e desses, 33 foram selecionados para leitura e análise.

Com a continuidade deste projeto, que agora se encontra na fase 2, julgou-se importante refletir sobre os preceitos que mais receberam destaque na fase anterior desse projeto, elevando este estudo para a fase qualitativa. Portanto, a ênfase dessas pesquisas não se restringe aos efeitos multiplicadores do turismo em relação à geração de renda, mas aos impactos e efeitos naturais, sociais e culturais da atividade (DENCKER, 1998, p. 168).

Durante o processo de elaboração das perguntas presentes nas entrevistas, os pontos pertinentes para que a ideia principal, ou seja, os princípios de Hill, foram evidentemente notados e analisados juntamente com as considerações do estudo anterior a essa pesquisa, intitulado como "Liderança e sucesso nas carreiras de Turismo e os princípios de Napoleon Hill", que ocorreu entre março e novembro do ano de 2021.

Os resultados coletados se deram a partir de entrevistas semiestruturadas, que ocorreram por meio da plataforma *Google Meet*, que é uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas, com um grau de estruturação previamente definido, cuja finalidade é a obtenção de informações de pesquisa (DENCKER, 1998, p. 137).

Os critérios para a seleção das participantes foram: mulheres de todos os gêneros, raças, idades e religiões que fossem líderes, gestoras ou proprietárias de organizações públicas ou privadas dos setores turísticos denominados como eventos, hotelaria, agenciamento de viagens, transportes e alimentos e bebidas.

Como consequente e, para formar a realização dessas atividades, foi necessário pensar em um método de abordagem para atrair as participantes. Sendo assim, após a devida identificação e seleção, o primeiro contato feito com as possíveis

participantes aconteceu por meio do Whatsapp, Messenger ou Instagram e, após o aceite, foram enviados convites oficiais por *e-mail*, contendo as principais informações sobre o projeto e como ocorreria a dinâmica da entrevista, além do envio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa.

Sobre as entrevistas, as perguntas foram respectivamente: “como profissional do Turismo, como administrou seu desejo pelo sucesso e seus comportamentos para o alcance dele?”; “de onde partiu e como começou seu desejo por empreender no setor turístico?”; “você já passou por situações em que apenas a persistência foi a chave para o seu atual sucesso profissional?” e “você acredita em intuição? Se sim, de qual forma a sua intuição influenciou na tomada de decisões na sua vida profissional?”.

Posteriormente, se concluiu que alguns dos preceitos de Hill se destacam e se assemelham com o conteúdo dos artigos lidos, que foram: o desejo, o planejamento organizado, o conhecimento especializado, a persistência e o sexto sentido. Deste modo, o resultado da fase anterior deste estudo foi o critério mais valioso levado em consideração para a criação do questionário da entrevista.

É importante frisar que, durante o processo, todas as líderes entrevistadas tiveram liberdade para ir além das respostas esperadas nas questões, ou seja, elas puderam compartilhar suas vivências, curiosidades e até situações indesejadas e peculiares de suas carreiras, de modo que pudesse ser possível analisar também outros aspectos, além dos preceitos envoltos à liderança feminina como um todo e, especificamente, em turismo.

LIDERANÇA FEMININA

Conforme Betto (2001), no Renascimento, acreditava-se que a mulher era um ser inferior ao homem, ideia essa que era defendida por bispos e teólogos. Ainda segundo o autor, o Iluminismo, no século XVIII, trouxe avanços para as mulheres, onde foi conquistado o acesso à educação. Após isso, a Revolução Francesa, em 1789, veio para ser considerada o berço do feminismo moderno, pois foi nesse período que Olímpia de Gouges criou a “Declaração dos direitos da mulher e da cidadã” que,

de acordo com o autor, morreu guilhotinada em 1793. O parlamento recusou a proposta de igualdade, o que só no século XX foi conquistada na França.

Ainda que os fenômenos relatados tenham ocorrido na Europa, seus efeitos foram sentidos na América do Sul e, mais especificamente no Brasil, quando fatos históricos se fizeram presentes no país anos mais tarde. A parcela feminina foi interativa no período da ditadura militar e muitas brasileiras participaram ativamente da resistência, segundo Betto (2001). No entanto, é importante destacar que, entre fatos históricos e a desconstrução de “ser mulher” no país, houve também modificações e inovações na legislação que foram imprescindíveis para que fosse possível acontecer o que vivenciamos hoje nas organizações públicas e privadas, que são mulheres ocupando cargos gerenciais.

Conforme estudos, apenas em 1988 foi garantida a igualdade entre os gêneros no Brasil. Discute-se, então, sobre o atraso de proporção histórica, em que as mulheres tiveram seus direitos vedados violentamente pela sociedade machista, algo que nos assombra até hoje. O poder conquistado ao longo do tempo (mesmo que muito lentamente tenha sido conquistado) foi um impulso para as mulheres se inserirem no mercado de trabalho formal, inclusive nos cargos de gerência das organizações, até mesmo como empreendedoras em diversas áreas.

No momento em que se discute a liderança feminina no país, diversas referências inspiradoras vêm à mente, como a Luiza Helena Trajano, Ana Fontes, Isis Abbud, Bianca Andrade, Cristina Junqueira e outras mulheres que fazem parte desse time. Essas mulheres dispõem de algo em comum e, ao contrário do que se acredita, suas conquistas não são oriundas de heranças. Ainda que fosse o caso, não seria demérito para elas, visto que, ao longo da história, contamos com líderes inspiradoras que chegaram ao poder como herdeiras, no caso, a Rainha Elizabeth II do Reino Unido.

Segundo Fleury (2013), as mulheres possuem algumas características de liderança que as diferenciam, como melhor processamento de informações, maior flexibilidade, maior sensibilidade com as pessoas e habilidade no que tange à união e à cooperação.

Comumente, a inclusão de mulheres no mercado de trabalho em cargos de liderança promove diversos benefícios para a sociedade e para o próprio

fortalecimento do poder feminino, segundo Amcham (2022), como: gera iniciativas de diversidade; promove desafios para as mulheres no meio empresarial; cria exemplos femininos dentro da própria empresa, compõe times mais variados; valoriza a maternidade; cria redes de apoio para a inserção crescente da mulher no ambiente de trabalho.

LIDERANÇA FEMININA EM TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER

A Organização Mundial do Turismo (1994) classifica o turismo como um conjunto de atividades realizadas pelos turistas durante suas viagens, sendo por um período menor que 12 meses, em que o ato é motivado por lazer, negócios ou outros.

A palavra “hospitalidade” vem do latim “*hospitium*” que significa receber ou hospedar um viajante e, embora haja pessoas que acreditem que a hospitalidade é o ato de acolher bem, ambas crenças são plausíveis, visto que o sinônimo da palavra é o “tratamento amável”, “gentileza”, “cordialidade”, “atenção”, entre outros. Este termo está interligado ao turismo, especialmente ao setor hoteleiro, pois se trata de um mercado dinâmico onde a relação entre anfitrião e hóspede deve ser baseada em uma troca rendosa para ambos os lados. O bom serviço de hospedagem requer, entre outros aspectos, a excelência na prática de hospitalidade do receptor e, por esse motivo, se prova que o termo hospitalidade funciona para o desenvolvimento turístico de um determinado local.

No Brasil, em 2018, os setores turísticos foram responsáveis pelo equivalente a 8,1% do produto interno bruto (PIB), segundo dados do Ministério do Turismo. Naquele ano, o país recebeu cerca de 6,6 milhões de turistas, o que rendeu cerca de US\$152,2 bilhões. Isso se dá pelos abundantes atrativos turísticos intangíveis de que o país dispõe, chamando atenção mundo afora pelo clima tropical e as paisagens naturais, além da biodiversidade e a gastronomia diversificada.

Com a grande demanda que o país enfrenta na recepção dos viajantes, nasce a necessidade de força de trabalho farta e competente que supra o mercado e garanta a satisfação dos viajantes que estão em busca de lazer. Assim, é verdadeiro afirmar que o turismo é um gerador de empregos diretos e indiretos. No entanto, estes cargos ainda são ocupados por homens. Há poucos estudos que tratam da falta de liderança

feminina em turismo no país, mas uma pesquisa abordando essa temática concluiu que:

A participação feminina no total de empregados das atividades características do turismo no Brasil é de 49%. Esse percentual é sensivelmente maior na região Sul (54%) e menor no Nordeste (45%). A proporção de mulheres cresceu 4 pontos percentuais entre 2009 e 2019. Esse crescimento foi observado em todas as regiões, sendo menos intensa na região Sul (MINASI; MAYER; SANTOS, 2022, p. 7).

Ainda segundo Minasi, Mayer e Santos (2022) apesar de os números de ocupação feminina nos postos de liderança não serem poucos, a participação delas no empresariado do turismo é minoritária e apenas 35% dos sócios de empresas de turismo no país são do sexo feminino.

O site de notícias Panrotas (2022) reuniu diversos grandes nomes de liderança feminina em turismo para um debate necessário sobre a representatividade e a igualdade no turismo. Entre alguns relatos, Magda Nassar, presidente da Abav Nacional questiona: “como que o mercado tem um grande chão de fábrica de profissionais femininas e a maioria das lideranças é masculina? Não faz sentido”. A líder Giovana Jannuzzel, diretora executiva da Alagev, acredita que “hoje a necessidade de inclusão está ali e não é mais uma opção, tem que ser praticada de forma verdadeira e consistente”. Viviânne Martins, sócia-diretora da Academia de Viagens Corporativas, diz que aproveita “[...] o nosso dia para encorajar as mulheres e dizer que nossa curiosidade nata pode ajudar muitíssimo a estudar o futuro e trazer bons e grandes diferenciais para nosso setor”.

Chieko Aoki, presidente da *Blue Tree Hotels*, concedeu uma entrevista ao site Panrotas em homenagem às mulheres na hotelaria. Ela ressalta que as mulheres têm talento natural para os serviços, “[...] o que requer qualidades como a sensibilidade e a capacidade de atender simultaneamente a diferentes solicitações com igual atenção e carinho, como se a pessoa a quem está atendendo seja o seu único cliente no mundo”. Ela complementa: “além da facilidade de trabalhar em equipe, condição primordial para o sucesso da operação hoteleira produtiva e de qualidade”.

Uma qualidade associada à mulher, a intuição, está também mencionada por Hill em "Quem Pensa, Enriquece" (2009). Chieko Aoki revela que "em muitas

situações do nosso dia a dia, a intuição ajuda na busca de melhores resultados e soluções, que é uma das características pelas quais a mulher é reconhecida”.

Em uma apresentação para o 19.º Fórum Panrotas, a diretora Karen Schmidt, quando questionada sobre como é ser uma líder mulher de uma rede importante como a *BWH Hotel Group*, respondeu que é importante a ocupação de mulheres em cargos de liderança e espera ver mais lideranças femininas. “Eu fico muito feliz de saber que estou encabeçando uma rede com 4 mil hotéis e espero ter mais colegas femininas para continuar esse trabalho de fortalecimento”.

Ainda que haja um longo caminho no turismo para que a igualdade entre os gêneros seja finalmente conquistada, contamos com estudos que abordam a alta capacidade feminina nos cargos de liderança em turismo. Um debate saudável sobre o tema pode gerar bons frutos para a nação, de modo que amplie os olhares sobre a capacidade da mulher em liderar com excelência. O ambiente externo, como a mudança no perfil da sociedade, tem influenciado o tipo de tratamento da empresa no que diz respeito à carreira feminina (Melo *et al.*, 2009, p. 4).

Mesmo que haja empecilhos, é relevante afirmar que uma boa formação pode ser o diferencial para os profissionais que procuram ter uma carreira de sucesso no turismo. “Encontrar mão de obra em nível de liderança está quase impossível”, afirma Marteen Van Sluys para o *site* Panrotas. Uma consequência de não haver pessoas capacitadas para os cargos importantes é o excesso de candidatura em cargos menores. “Por isso, é preciso estar sempre aprendendo, reaprendendo e até desaprendendo, em um processo constante que envolve *upskilling* e *reskilling*.”

Dessa forma, medidas de incentivo e proteção às mulheres que estão inseridas no mercado turístico ou, ao menos, tenham o desejo de se inserir, segundo Costa *et al.* (2010, p. 22), são:

Facilitar políticas para enfrentar o problema da segregação, como a prestação de assistência a crianças e outros serviços; a criação de instituições comunitárias de base para ajudar os pais a lidar com os deveres familiares e domésticos; apoio às mulheres para trabalhar por conta própria na área de turismo, principalmente através de programas de microcrédito; trabalho em rede entre as mulheres devem ser estimulados, uma vez que poderiam ajudar a promover oportunidades, contatos e conselhos de câmbio, bem como de acesso à informação e de crédito. Além disso, as mulheres devem ser incentivadas a procurar profissões não tradicionais, por exemplo, posições gerenciais. Portanto programas de treinamento e educação são necessários.

TIPOLOGIAS DA LIDERANÇA

Para Chiavenato (2004, p. 123) “o líder apresenta características marcantes de personalidade por meio das quais pode influenciar o comportamento das demais pessoas.”

No âmbito do Turismo, uma das competências procuradas em profissionais por grandes empresas é a liderança. Lacerda, Almeida e Biz (2021, p. 2) resumem que a liderança é um processo pelo qual um indivíduo influencia um grupo de indivíduos a atingir um objetivo comum. Com isso, é de entendimento que uma pessoa influenciada pelo líder consegue obter resultados positivos em suas respectivas funções.

O primeiro tipo de liderança que Napoleon Hill menciona no livro “Quem Pensa Enriquece” (2009), de forma indireta, é compatível com a liderança transformacional. Trata-se de uma teoria que enfatiza os elementos do carisma e da afetividade, incumbida de mudar e transformar os liderados (LACERDA; ALMEIDA; BIZ, 2021, p. 34). A liderança transformacional é a capacidade de conquistar a confiança das pessoas, pois Durmusoglu *et al.* (2018) mostram que líderes transformacionais envolvem ativamente os sistemas de valores pessoais dos funcionários no processo de desenvolvimento. Os comportamentos desse estilo de liderança podem ser: ética, clareza na comunicação e *feedback* construtivo de desempenho, favorecendo a efetividade e a obtenção dos retornos tangíveis e intangíveis para a empresa, gerando melhores resultados para a organização (TOMEI; RICHE, 2016; ISIDRO-FILHO; GUIMARÃES, 2008).

O outro estilo de liderança que Hill menciona em seu livro se caracteriza como liderança transacional. A liderança transacional tem por objetivo a orientação dos colaboradores, a fim de atingir a meta traçada, deixando claro o papel e os requisitos das tarefas para cada funcionário (ROBBINS; DECENZO; WOLTER, 2014). Essa forma de liderança se torna mais sistemática e não há uma preocupação com o seu seguidor, pois o líder está guiando o seu pessoal apenas para entregar o seu trabalho sem se preocupar com suas emoções e necessidades. Para Hill (2009, p. 55), a história está repleta de provas de que a liderança pela força não pode durar. A queda e desaparecimento de ditadores e reis é bem significativa. Ele revela que o povo não seguirá, indefinidamente, a liderança forçada e que os homens podem seguir

temporariamente este tipo de liderança, mas não o farão com boa vontade. Os líderes transacionais caracterizam-se por serem enérgicos, inflexíveis e sentirem dificuldade de perceber quando a mudança é necessária (CARVALHO NETO *et al.*, 2012).

O CONCEITO DE SUCESSO

Hill (2009) trouxe diversos elementos importantes para uma carreira de sucesso. Quanto mais você trabalhar na direção certa, dentro dos moldes trazidos dentro de sua obra, mais próximo estará do sucesso. Muita gente desiste quando o sucesso está ao seu alcance. Deixam-no para que outros o arrebatam, ou seja, ao continuar trilhando o seu caminho, a persistência será um dos elementos chave para este feito.

De modo geral, o real conceito de sucesso é subjetivo. Para alguns indivíduos, ter sucesso pode estar ligado diretamente à vida financeira. Para outros, pode estar ligado à vida amorosa. Há quem classifique o sucesso como um conjunto de desejos realizados e, dessa forma, precisam que vários quesitos de sua vida funcionem para que o sucesso se enquadre.

O sucesso na vida profissional significa, em muitos casos, o almejo de uma conquista, muitas vezes um cargo, onde cada indivíduo em sua particularidade se sinta realizado financeira e psicologicamente.

O CONHECIMENTO ESPECIALIZADO E O PLANEJAMENTO ORGANIZADO

“Se o primeiro plano que adotar não obtiver sucesso substitua-o por um novo; se esse também falhar, substitua-o novamente com outro, e, assim por diante, até encontrar um plano que dê certo” (HILL, 2009, p. 53). Basicamente esse preceito trata do planejamento dos atos que vão te levar até o sucesso e a prosperidade, é também o ato de pensar, somar conhecimentos, organizar e aplicar estas ações.

Sobre o preceito nomeado como “conhecimento especializado”, o autor a especifica da seguinte forma: “sua instrução é o que você faz dela; você achará o conhecimento que o conduzirá onde quer chegar. Não será preciso começar de baixo se seguir esse plano simples.” (HILL, 2009, p. 37). Sendo assim, Napoleon Hill acreditava que a sabedoria em todas as suas formas é importante para o alcance da prosperidade. Porém, é necessário aplicá-la da forma correta no dia a dia profissional.

Além disso, aplicar o aprendizado com base em suas vivências e relações interpessoais se torna um aliado muito forte para aqueles que buscam seus propósitos. Então, muitas vezes não se trata do conhecimento adquirido nas escolas e universidades, mas da compreensão adquirida com base nas experiências singulares, chamado de conhecimento empírico, e a forma como os indivíduos os aplicam no dia a dia corporativo.

A pergunta de número um da entrevista foi “como profissional do Turismo, como administrou seu desejo pelo sucesso e seus comportamentos para o alcance dele?”, que buscou identificar estes preceitos (conhecimento especializado e planejamento organizado) ao longo das especializações das entrevistadas, bem como suas percepções sobre a importância da soma de experiências profissionais que são aplicadas no dia a dia corporativo e da relevância do planejamento e boa execução dos planos.

Pelas respostas a esta pergunta, notamos diversas percepções singulares onde mesmo com as particularidades de cada uma das entrevistadas, os dois preceitos conseguiram se destacar em suas respostas:

Líder B: “A minha história com Turismo começou quando conheci a cidade que eu moro hoje, que é Itanhaém. Então, eu quis estudar Turismo porque eu sempre quis morar na praia. Esse sempre foi o meu objetivo. E o turismo apareceu como uma oportunidade para mim. Desde quando eu me conheço, eu sempre liderei alguma coisa. Então, isso foi uma coisa muito instintiva, eu sempre fui cercada de mulheres muito poderosas. Não tinha como, no meu caso, ser muito diferente.”

Líder C: “O sucesso tem diversas definições. Às vezes o que é sucesso para mim, pode ser diferente para você. Mas o sucesso, para mim, é chegar no topo da minha profissão. É chegar aonde eu realmente almejo. Eu almejo chegar a ser uma diretora, uma vice-presidente de vendas e *marketing*. Isso é o que eu luto todos os dias”.

Líder E: “Uma coisa muito importante na minha carreira é que nunca trabalhei no cargo que eu tinha, eu sempre trabalhei no cargo que eu gostaria de ter. Quando eu era estagiária, eu já me comportava do mesmo jeito que hoje. Até eu chegar aonde estou, levou 22 anos. A gente tem que ter paciência para plantar, pois teremos o momento certo de colher. Não existe outro caminho a não ser plantar, lutar e colher”.

Líder G: “Sempre fui envolvida com o Turismo. Busquei me qualificar, onde me graduei em Turismo, fiz o curso de guia (de turismo) e o de eventos. Após tanto estudo sabia que estava pronta para dar um passo adiante e abri minha agência online. Hoje, tem bastante gente no ramo de excursão, mas poucas pessoas são efetivamente guias, poucas estudaram, isso dificulta muito. É uma área que você precisa estar sempre estudando e se atualizando.”

O DESEJO

“Os sonhos se tornam realidade quando o desejo os transforma em ação concreta. Peça grandes presentes à vida e a estimulará a dá-los a você...” (HILL, 2009, p. 14). Para o autor, antes mesmo da fase do indivíduo prosperar, devemos manter um pensamento guiado e fortalecido pelo desejo ardente pelo dinheiro, tão poderoso que ele seja capaz de nos guiar e nos levar a criar planos para conquistar a riqueza.

Pode-se afirmar que a confiança é uma das vertentes do desejo, pois “você deve saber, desde já, que nunca poderá obter grandes quantidades de riqueza se não arder de desejo por dinheiro e realmente acreditar que o possuirá” (HILL, 2009, p. 16).

A segunda pergunta da entrevista “de onde partiu e como começou seu desejo por empreender no setor turístico?” buscou identificar o preceito base quando se trata de carreiras ou a fase de escolha de carreira (o desejo). Este preceito costuma ser comum na trajetória dos profissionais que possuem desde a juventude, o desejo por seguir tal vocação. Dessa forma, ele é relevante, pois costuma ser o primeiro passo para uma jornada profissional de sucesso. Sem o desejo, não é possível aplicar os outros passos, como o planejamento organizado, segundo Hill (2009).

A seguir, contamos com alguns relatos onde conseguimos visualizar na prática esse preceito quando aplicado pelas líderes de turismo:

Líder B: “Meu desejo de trabalhar com Turismo sempre foi por gostar muito aqui da região da Baixada. Eu moro em Itanhaém, eu sempre quis morar aqui, então o turismo, para mim, foi uma oportunidade de fazer hoje o que eu gosto: que é morar na praia. Hoje, eu acordo todo dia e realizo um sonho. Então, o meu objetivo era esse e eu consegui.”

Líder D: “Eu sempre gostei de viajar, de conhecer, de passear. Eu sou jornalista de formação, mas recebi um convite para fazer parte do mercado turístico por um

conhecido. Eu abandonei 20 anos de jornalismo pelo turismo. Eu sou uma mulher cristã e Deus disse para mim que o meu tempo na TV havia acabado e que o turismo era uma opção”.

Líder F: “O sucesso, para a gente, é quando estamos felizes. É o que você construiu e o que você quer construir a partir de agora”.

Líder H: "Sempre amei viajar e amo as trocas entre as pessoas, vendas em Turismo, para mim, é um amor e um desejo muito antigo. Sempre quis muito tudo isso que tenho hoje, me planejei bastante até conseguir abrir a agência e contratar os primeiros funcionários, não foi e não é um trabalho fácil."

A PERSISTÊNCIA

“A PERSISTÊNCIA É FATOR essencial no processo de transmutar o DESEJO em seu equivalente monetário. A base da persistência é o PODER DA VONTADE” (HILL, 2009, p. 80). Hill acredita que as pessoas que persistem em seus objetivos possuem um seguro contra o fracasso, pois não importa quantas vezes o indivíduo experimente a derrota, eles sempre irão persistir e alcançar seus objetivos.

O autor separa também quatro passos que podem incentivar no ato de persistir, como ter um propósito acompanhado do desejo, ter um plano, manter a mente fechada para a negatividade e se aproximar de pessoas que o incentivam a alcançar seu plano.

De acordo com ele, a persistência é um estado de espírito e está diretamente ligada ao preceito do desejo ardente. Portanto, quando ambos são cultivados e aplicados são responsáveis por trazer grandes benefícios, como o sucesso.

A terceira pergunta da entrevista “Você já passou por situações que apenas a persistência foi a chave para o seu atual sucesso profissional?”, foi responsável por abordar o preceito da persistência na carreira das líderes entrevistadas no estudo. Este preceito é bastante relevante na carreira profissional das maiorias dos líderes, ultrapassando diversas esferas como as raciais e econômicas. Torna-se então o preceito mais comum de ser observado visto que a persistência abrange o enfrentamento de diversas batalhas, onde elas podem ser tangíveis e intangíveis, universais ou particulares do indivíduo. Para a mulher líder de uma organização, a persistência vai além. Significa o enfrentamento de situações analógicas ao machismo dentro do ambiente corporativo.

À luz do exposto, destacam-se os relatos que debatem essa questão:

Líder A: A persistência não vai poder acabar nunca, não é? Acho que não só a persistência. A persistência é um dos itens importantes, mas um dos mais importantes é mostrar o seu trabalho. Você tem que estar sempre mostrando, você não pode parar de mostrar.

Líder C: “Com certeza. (risos) Primeiro que ser mulher em qualquer profissão é difícil, não é? Mas o mais difícil hoje também é você achar pessoas qualificadas. Mas, a gente sabe que muitas vezes, quando tem um homem e uma mulher, eles vão escolher o homem, acontece muito isso. E provar para as pessoas que você é boa naquilo que você faz, e que você é proativa, e que você realmente vai correr atrás e que você está com vontade, tem pessoas que não vão acreditar nisso. Então, você precisa ficar persistindo, persistindo, persistindo, sabe? Cansa, mas você tem que batalhar. Mas, eu sempre persisti muito na minha vida.”

Líder D: “Hoje eu estou aqui pois fui persistente. Sofri muito, mas tudo foi aprendizado. Eu sofri machismo o tempo inteiro. Eu era a única mulher presente nas reuniões. Então, imagina eu em uma mesa, 17 homens me cercando, aquele machismo ridículo do tipo: “Nossa, você viu aquela fulana gostosa?”, como se eu não estivesse na mesa. Recentemente, eu estava numa reunião e, do nada, começou um assunto similar onde eu escutei “E aí? Você transou com a fulana na máquina de lavar roupa?”, bem assim. Eu questionei e me pediram desculpa. Mas é persistência o tempo inteiro, pois sem a persistência você não atinge o sucesso.”

Líder F: “O que aconteceu muito na minha carreira é que as pessoas nunca acreditavam que eu era gerente geral. Sempre me confundiam com *hostess*. Isso era uma coisa que eu sentia muito, era como se uma mulher não pudesse ser gerente de um hotel. A minha persistência é nesse sentido, de nunca desistir e me deixar abalar.”

O SEXTO SENTIDO

“Sexto sentido é a porção do subconsciente a que nos referimos como imaginação criadora. Foi também chamada de “aparelho receptor”, através do qual ideias, planos e pensamentos passam na mente” (HILL, 2009, p. 115)

O autor classifica o sexto sentido como a intuição capaz de nos livrar de perigos iminentes. Ainda que não haja nenhuma ligação com crenças religiosas, o autor usa

o termo "anjo da guarda" para ilustrar o poder do sexto sentido quando utilizado para o alcance do sucesso profissional.

A quarta e última pergunta da entrevista: "Você acredita em intuição? Se sim, de qual forma a sua intuição influenciou na tomada de decisões na sua vida profissional?", buscou abordar o sexto sentido na esfera profissional e a percepção das entrevistadas do que efetivamente é a intuição para elas. Este preceito de Hill (2009) costuma ser bastante comum na trajetória profissional de líderes de grandes organizações que precisam tomar decisões relevantes, onde se encontram num "beco sem saída" e não lhes restam nada, a não ser sua intuição. Muitas vezes baseadas já em vivências profissionais adquiridas com o tempo, sendo essa forma de intuição a mais utilizada por pessoas de cargos gerenciais. Entre alguns relatos sobre a intuição ou o sexto sentido, destacam-se:

Líder B: "Acredito muito. A gente tem que ter intuição. A mulher é um ser intuitivo mais do que o homem, muito mais, eu diria. Às vezes, a gente tem uma sensibilidade de perceber coisas que, de repente, os homens talvez não percebessem".

Líder E: "A minha intuição é baseada em vivências, eu gosto de entender onde estou, quais são os indicadores que eu tenho para poder tomar decisões. O que ajuda a intuição são as relações interpessoais, eu acho que muito do que eu consegui foi por conta desse tipo de intuição e, principalmente, por saber lidar com as pessoas."

Líder G: "Eu uso intuição para tudo, desde o começo da minha graduação e carreira. A intuição foi a responsável por eu ter inaugurado minha própria agência."

Líder H: "Já passei por muitas situações que usei a intuição para decidir algo na minha carreira. Eu usei a intuição para seguir a carreira em Turismo, onde foi uma ideia que meus pais detestaram, mas eu decidi seguir mesmo assim."

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim, para elucidar as considerações finais deste estudo, resgatou-se a pergunta-problema chave: "Os preceitos de Napoleon Hill em 'Quem pensa, Enriquece' (2009) são efetivos quando aplicados na busca pelo sucesso no âmbito da liderança feminina em Turismo?" e, como resposta, consta a identificação dos cinco preceitos descritos no estudo como conhecimento especializado, planejamento

organizado, desejo, persistência e sexto sentido, diante da perspectiva das oito líderes de turismo entrevistadas nesta pesquisa.

No entanto, estes preceitos de Hill (2009) apareceram em suas carreiras de modo muito singulares, como no caso do sexto sentido, em que se analisou que o significado dessa palavra, para algumas, possuía explicação religiosa e, para outras, a intuição era baseada em vivências profissionais anteriores que são importantes na tomada de uma decisão.

Sobre o conhecimento especializado, se concluiu que a formação em turismo é relevante para as líderes entrevistadas e houve protestos sobre a falta de pessoas qualificadas na área, em que se abre uma discussão sobre a qualidade, acesso e interesse ao ensino em turismo no Brasil. Além dessas observações, se notou que o conhecimento empírico adquirido durante suas carreiras foi um forte alicerce para o sucesso, aliando-se às crenças de Napoleon Hill em sua obra.

Da mesma forma, o planejamento organizado teve bastante relevância na carreira dessas mulheres visto que o planejamento de suas ações foi relevante de acordo com seus planos profissionais.

O desejo destaca-se na carreira dessas mulheres pelo fato de que todas elas já possuíam um interesse e uma vocação desde a juventude para seguir a área, afirmando que a paixão por viagens e outras culturas foi o combustível para a inserção delas neste mercado. Embora não recebessem o apoio dos familiares na escolha do curso, o desejo ardente e a paixão pelo turismo a fizeram insistir neste mercado.

E a denominada persistência trouxe relatos relevantes sobre as dificuldades sofridas pelas mulheres no mercado de trabalho enquanto propriamente mulher, mãe e esposa. Somaram-se alguns relatos sobre o machismo nas organizações, e se percebeu que é um problema mais do que comum em suas rotinas, o que necessita de um olhar mais apurado de autoridades competentes.

Ademais, se analisaram outros fatores importantes, como as suas percepções individuais sobre o que é efetivamente o sucesso e os sacrifícios que as mulheres ainda enfrentam quando decidem se inserir no mercado de trabalho.

Por fim, se conclui que o estudo é relevante para inspirar jovens, especialmente a comunidade feminina, a seguir carreira em cargos gerenciais em turismo ou outras áreas existentes. Além disso, se conclui que os cinco preceitos de Hill (2009)

identificados no estudo são eficazes quando aplicados na busca pelo sucesso, dessa forma os futuros líderes poderão utilizar estes como aliados em suas trajetórias. Ainda que haja preconceito e machismo, é certo afirmar que essas mulheres venceram em suas carreiras e isso significa que outras podem obter o mesmo êxito.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Artur Luiz. Habilidades profissionais na hotelaria podem durar menos de 5 anos. **PANROTAS**. 27 de julho de 2021. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/hotelaria/mercado/2021/07/habilidades-profissionais-na-hotelaria-podem-durar-menos-de-5-anos_183209.html. Acesso: em 10 out. 2022.

BETTO, F. **A marca do batom** - Como o movimento feminista evoluiu no Brasil e no mundo. Disponível em <http://alainet.org/active/1375&lang=es>. Acesso: em 10 out. 2022.

CARVALHO NETO, A.; TANURE, B.; SANTOS, C. M. M.; LIMA, G. S. Executivos brasileiros: na contramão do perfil deificado da liderança transformacional. **Revista de Ciências da Administração**, [S. l.], v. 14, n. 32, p. 35-49, 2012.

CHIAVENATO, I. Teoria Geral da Administração. **ELSEVIER**. 7. ed. Chiavenato, 2004. p. 123/446.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DURMUSOGLU, S. S., NAYIR, D. Z., CHAUDHURI, M., CHEN, J., JOENS, I., & SCHEUER, S. *Barriers to firm service innovativeness in emerging economies*. **Journal of Services Marketing**, [S. l.], v. 32, n. 7, p. 925-944, 2018.

FLEURY, Maria Teresa Leme. **Liderança feminina no mercado de trabalho**. CE, Agora é com elas. v. 12. GV Executivo, 2013.

HILL, Napoleon. **Quem Pensa Enriquece**. Curitiba: Editora Fundamento, 2009.

LACERDA, L. L. L. de; ALMEIDA, C. J. C. de; BIZ, C. & A. A. Liderança para Inovação nos Setores de Hospitalidade e Turismo: Revisão Integrativa da Literatura. **Rosa dos Ventos**, [S. l.], v. 13, n. 1, jan – mar, 2021.

MELO, K; APARÍCIO, I; OLIVEIRA, P. C. & CALVOSA, M.V. D. Desenvolvimento de carreira: o papel das mulheres nas organizações. **Revista Cadernos de Administração**, [S. l.], 2009



MINASI, S., MAYER, V., & Santos, G. E. de O. (2022). Desigualdade de gênero no turismo: a mulher no ambiente profissional no Brasil. **Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo**, [S. l.], v. 16, p. 2494, 2022. Disponível em: [//doi.org/10.7784/rbtur.v16.2494](https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2494). Acesso: em 10 out. 2022.

ROBBINS, S. P.; DECENZO, D. A.; WOLTER, R. M. **A nova administração**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

SCHAPOCHNIK, Claudio. Mulheres na Hotelaria: Chieko Aoki (Blue Tree). **PANROTAS**. 7 de março de 2014. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/hotelaria/2014/03/mulheres-na-hotelaria-chieko-aoki-blue-tree_97939.html. Acesso: em 10 out. 2022.

TOMEI, P. A.; RICHE, L. Estilo de liderança e desempenho organizacional: uma descrição comparativa entre duas empresas. **Contabilidade, Gestão e Governança**, Brasília, v. 19, n. 1, p. 108-125, 2016.