



Como fazer seu Planejamento Estratégico Pessoal

Elaine Maria Costa

www.vivadeproposito.com.br

Sumário

Apresentação	3
Sobre mim	4
Porque fazer um Plano Estratégico Pessoal	5
Conhece-te a ti mesmo	6
Missão	6
Visão.....	7
Valores	7
Política Pessoal.....	8
Conheça suas forças e fraquezas	9
Conheça seu mercado	11
ANÁLISE SWOT	13
Saiba aonde quer chegar	16
Metas e Objetivos	16
Definindo metas e objetivos a partir da análise SWOT	18
Descubra como chegar	20
Elaborando uma planilha para acompanhamento de metas e objetivos	21
Controle os resultados e revise as metas	24
Tenha resultados rápidos através do Coaching	26
Referências	28

Apresentação

Tempo é um conceito bastante abstrato, não é mesmo? Para alguns, a passagem do tempo é como uma reta infinita na qual não passamos por um mesmo ponto duas vezes. Para outros, o tempo é algo cíclico, na qual encontramos as mesmas situações várias vezes até aprender a lidar com elas.

Seja qual for sua visão em relação ao tempo, uma coisa é certa: a transição de um ano para outro não pode se resumir a uma explosão de fogos de artifício. Ganhamos um ano novinho em folha para promover grandes realizações em nossas vidas. Mas como evitar que essa força de começo de ano se perca no redemoinho de urgências do dia-a-dia?

Aprendendo a planejar antecipadamente o caminho

Assim como os Mapas do Tesouro, **Planos de Ação** representam o que realmente importa. Podem não estar totalmente corretos, até mesmo um pouco fora de escala, mas focam no objetivo final da jornada. E não importa se deverão sofrer revisões, ajuste e modificações. Eles garantem que não se perca o foco no que realmente interessa.

Por isso, esse ebook tem como objetivo servir de roteiro na elaboração do seu Plano de Estratégico Pessoal, que vai resultar em um Plano de Ação com objetivos, metas e prazos. Esse é um controle que vai ajudar a direcionar seus esforços, servindo de sinalizador para o seu “baú do tesouro” pessoal.

Sobre mim

Elaine Maria Costa é Coach especializada em ajudar pessoas a viver de forma mais plena e significativa a partir do reconhecimento dos seus propósitos de vida.

É Administradora, especialista em Administração Industrial, com mais de 17 anos de experiência profissional, sendo 9 deles ajudando pessoas a alavancar suas vidas a partir do reconhecimento de seus papéis nesse mundo.



Também é espiritualista (um pouco mística até), adepta da simplicidade voluntária desde 2013 e mora em meio à natureza na cidade de Embu das Artes – SP.

Descobriu sua missão pessoal em 2009 e desde então tem o sonho de ajudar o máximo de pessoal possível a encontrar as suas.

*“Minha missão é promover, difundir e inspirar o **despertar da consciência e o senso de responsabilidade individual e coletiva** por tudo o que acontece em nossas vidas e no mundo. Faço isso estudando, vivenciando e compartilhando o que tenho aprendido sobre essa antakarana* em que vivemos.”*

**antakarana: teia da vida*

Contatos:

Site: www.vivadeproposito.com.br

Email: ecosta@vivadeproposito.com.br

Facebook: <http://www.facebook.com/vivadeproposito/>

Porque fazer um Plano Estratégico Pessoal

Como se vence uma guerra? Será que apenas tecnologia, dinheiro, posicionamento ou equipe são suficientes?

A história mostra que as guerras não são vencidas no campo de batalha. Isso é apenas o resultado final.

Guerras são vencidas através de se conhecer o inimigo, conhecer a si mesmo e adotar as estratégias com maior possibilidade de atingir o resultado desejado.

Da mesma forma, subestimar qualquer um dos três pontos coloca em risco todo um trabalho bem elaborado.

Afinal, os maiores problemas que enfrentamos, em qualquer área da nossa vida, decorrem de falhas em nosso planejamento.

Aquele que nunca buscou seu propósito de vida, nunca escreveu sua missão pessoal, não conhece seus valores, não tem clareza para onde está indo e desconhece suas forças e fraquezas, nunca terá as melhores condições para identificar oportunidades e ameaças, bem como decidir o que fazer com elas.

Qual foi a última vez que parou para colocar a sua vida no papel?

Quando foi a última vez que avaliou sua situação atual, de forma detalhada como se estivesse avaliando uma empresa, e identificou suas fraquezas e oportunidades de melhoria?

Este e-book visa ajudar você a sair do zero, sem missão, visão e valores, para ser alguém com conhecimento de suas forças e fraquezas, que identificou oportunidades e ameaças, e com um plano de ação definido, prático e realizável.

Bem-vindo a esse fantástico caminho que é o autoconhecimento.

Conhece-te a ti mesmo

A primeira etapa para elaborar um **Plano Estratégico Pessoal** passa por uma reflexão sobre quem somos, com o que nos identificamos e como nos vemos daqui a alguns anos. Dessa reflexão serão extraídas as bases para criação da missão pessoal.

Missão

Imagine que possui todos os recursos necessários para realizar qualquer coisa na sua vida. Não existem limites para se preocupar.

1. O que você escolheria para a sua vida?
2. Que tipo de trabalho realizaria?
3. Que tipo de família teria?
4. Qual conquista desejaria obter?

Agora pare 5 minutos e imagine-se realizando todas essas possibilidades.

Refleta, anote e responda:

1. O que mais chamou sua atenção?
2. Qual foi o contexto que lhe permitiu experimentar maior realização pessoal?

Por exemplo, você pode sentir que ajudar os outros lhe traz imensa alegria; ou que administrar sua própria empresa é a realização mais importante para você no momento.

Nós já sabemos o que precisamos; o que falta é reconhecer esse sentimento dentro de nós.

O mundo em que vivemos é reflexo de nossas escolhas. Por isso, o que você vai escolher daqui para frente? E não tente abafar seus desejos em função de sua situação atual.

O potencial do Ser Humano é imenso e capaz de transformar tudo aquilo que desejar. Passo-a-passo, dia-a-dia, você poderá alcançar seus objetivos mantendo o foco e a disciplina.

Visão

Refleta e responda:

1. Como você se vê daqui a 5 ou 10 anos?
2. Como você se vê com 80 anos?
3. O que deseja ver realizado?
4. O que deseja ter mudado?
5. Como espera ser visto pelas pessoas de sua convivência?
6. Que tipo de exemplo deseja ser?

Valores

Refleta e responda:

1. Quais valores fazem você parar e pensar antes de agir?
2. E quais você gostaria de inserir na sua vida?

São exemplos de valores: honestidade, respeito às pessoas, às lei e ao meio-ambiente, liberdade, fé, boa vontade, fidelidade, amor próprio, entre outros.

Política Pessoal

A sua política pessoal é a maneira pela qual irá colocar em prática a sua missão, visão e valores. São algumas regras que você estabelece para si mesmo, de forma a se manter firme no caminho traçado.

Por exemplo: suas regras de como administrar as finanças, a metodologia que adota na educação dos filhos, os limites que estabelece entre os amigos e a esposa / o marido.

Acredite: estabelecer regras que orientem suas decisões não só facilita o alcance dos objetivos, como também permite liberar sua mente para coisas mais importantes.

Conheça suas forças e fraquezas

A segunda etapa para elaborar um **Plano Estratégico Pessoal** é composta pela identificação dos pontos fortes e pontos fracos, ou pontos com oportunidade de melhoria. Para isso é necessário analisar a sua visão sobre si mesmo e como as outras pessoas se relacionam com você.

Assim, indico abaixo vários itens que podem representar **forças ou oportunidades de melhoria** (OM). Sugiro que avalie cada um deles (e outros que achar pertinente) e classifique como força ou OM.

Conhecimentos

- Sobre quais atividades / conhecimentos as pessoas procuram você, seja no trabalho, na família, com os amigos ou na faculdade?
- Quais assuntos você domina? Você pode usar esses conhecimentos para desenvolver novas atividades?

Relacionamentos

- Como você é conhecido pelas outras pessoas? As pessoas o(a) procuram ou o(a) evitam?
- Como estão seus relacionamentos? Você costuma cultivar amizades ou só conhece muitas pessoas?
- Como está seu relacionamento com as pessoas mais próximas?

Finanças

- Como é o seu relacionamento com o dinheiro? Você costuma fechar no vermelho, manter as finanças equilibradas ou gastar menos do que ganha e poupar?
- Como estão seus hábitos de consumo? O que você usa como parâmetro para fazer suas compras? Você concorda com eles?

- Você está satisfeito com sua condição financeira atual, considerando a relação receitas x despesas?

Saúde

- Você está satisfeito com a sua saúde em geral? O que gostaria de mudar?

Apresentação

- Você está satisfeito com a sua imagem ou como as pessoas o(a) veem?

Organização e Trabalho

- Você se acha produtivo? Precisa melhorar suas técnicas de organização?
- Você cumpre os compromissos assumidos?
- O método que usa para se organizar está atendendo suas necessidades?

Cidadania e voluntariado

- Como você contribui para a melhoria da nossa sociedade? Está satisfeito com essa participação?
- Você participa e se manifesta em relação aos assuntos e decisões que influenciam sua vida e a das outras pessoas?

Esse processo é conhecido por **análise SWOT** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) ou **FOFA** (Pontos Fortes, Oportunidades, Pontos Fracos e Ameaças), e é de extrema importância na elaboração das estratégias de marketing.

Conheça seu mercado

A terceira etapa para elaborar um **Plano Estratégico Pessoal** é composta pela identificação das oportunidades e ameaças existentes no ambiente externo. Para isso, é preciso **observar o ambiente** em que se vive e avaliar os fatos que mudaram ou estão mudando, de forma a decidir como agir em relação a eles.

Abaixo relaciono algumas perguntas para reflexão e identificação de oportunidades ou ameaças. A mesma pergunta pode ajudar a identificar tanto uma oportunidade como uma ameaça.

Por exemplo: no caso da pergunta “como está o mercado em que trabalho?”, se o mercado está estagnado ou em declínio, é uma ameaça à sua carreira, o que necessita de ações como investir em novas oportunidades de trabalho. Se o mercado estiver em crescimento, deve-se refletir em como aproveitar para evoluir profissionalmente.

Conhecimentos

- O que há de novo na sua área profissional e no ramo de atividade da sua empresa?
- Como garante que recebe todas as informações e conhecimentos que precisa para manter-se competitivo?

Relacionamentos

- Como está a sua reputação perante as outras pessoas? Consegue descobrir o que as pessoas pensam sobre você?

Finanças

- Existem novas regras, leis e outras informações sobre finanças que podem aumentar os rendimentos?
- Como sabe quando é o melhor momento para realizar certas despesas ou poupar?

Saúde

- Você administra os fatores externos de forma a evitar que o stress do dia-a-dia se transforme em doenças e outros problemas?

Apresentação

- Como você administra a imagem que passa para o mercado e para as pessoas? De que forma monitora essa imagem?

Organização e Trabalho

- Como está o seu mercado de trabalho? Existe tendência para crescimento, estagnação ou declínio?
- Existem ramos de atividade em crescimento nos quais você pode atuar?
- Existem mudanças nas necessidades da empresa ou mercado? Como você acompanha as mudanças?

Cidadania e voluntariado

- Você acompanha o que está acontecendo na sociedade e na política? Existem novos fatos que precisam da sua participação?

ANÁLISE SWOT

Com o levantamento de nossas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, resta elaborar a **matriz SWOT**, que permite visualizar todos os elementos e encontrar / criar vantagens competitivas pessoais. Abaixo apresento um modelo de matriz focado na área dos conhecimentos:

Forças	Oportunidades
Já sou referência entre meus colegas, amigos e familiares quando o assunto é marketing e vendas.	Existe cada vez mais demanda no mercado sobre informações e profissionais especializados em marketing digital.
Fraquezas	Ameaças
Tenho pouco conhecimento sobre marketing digital.	Se não começar logo a me inteirar sobre essa área, vou perder o momento de crescimento e ficar para trás.

Seguindo a metodologia proposta por Ferrell e Outros (2000), precisamos “avaliar cada célula da matriz combinando as forças com as oportunidades e convertendo fraquezas em forças e ameaças em oportunidades”. Cada um dos elementos devem ser avaliados segundo os critérios magnitude e importância, sendo que:

- **Magnitude** é a sua classificação sobre o item. Para forças e oportunidades usamos a classificação 3 (alto), 2 (médio) e 1 (baixo). Para fraquezas e ameaças usamos -1 (baixo), -2 (médio) e -3 (alto).

- **Importância** é a classificação do item para o mercado, empresa ou pessoas que fazem parte da nossa vida. Classificamos cada item como 3 (muito importante), 2 (média importância) e 1 (pouca importância).

Após avaliação, multiplicamos a magnitude pela importância para obter a avaliação final do item (R).

Forças	Oportunidades
<p>Já sou referência entre meus colegas, amigos e familiares quando o assunto é marketing e vendas.</p> <p>Magnitude: 3 * Importância: 3</p> <p>Relevância = 9</p>	<p>Existe cada vez mais demanda no mercado sobre informações e profissionais especializados em marketing digital.</p> <p>Magnitude: 2 * Importância: 3</p> <p>Relevância = 6</p>
Fraquezas	Ameaças
<p>Tenho pouco conhecimento sobre marketing digital.</p> <p>Magnitude: -2 * Importância: 3</p> <p>Relevância = -6</p>	<p>Se não começar logo a me inteirar sobre essa área, vou perder o momento de crescimento e ficar para trás.</p> <p>Magnitude: -3 * Importância: 3</p> <p>Relevância = -9</p>

Para fazer a classificação acima, hipoteticamente considerei:

- A pessoa objeto da análise SWOT acima é referência em conhecimentos sobre marketing entre amigos e familiares – em forças, a importância do item é 3.
- Ser referência é algo muito importante para a pessoa, embora não tenha muitos conhecimentos sobre marketing digital – em forças, a magnitude do item é 3.

- A pessoa trabalha na área de marketing e está vislumbrando novas oportunidades na área de marketing digital, embora não seja sua área de especialização – em oportunidades, magnitude 2.
- Marketing digital é uma área em crescimento – em oportunidades, importância 3.
- A pessoa tem pouco conhecimento sobre marketing digital – em fraquezas, magnitude -2.
- Marketing digital é uma área em crescimento – em fraquezas, importância 3.
- A pessoa tem pouco conhecimento sobre marketing digital – em ameaças, magnitude -3.
- Existem outras pessoas no mercado já atuando na área – em ameaças, importância 3.

Em resumo: **magnitude** é a nossa classificação sobre um item e **importância** é como o mercado está avaliando o mesmo item no momento.

Os itens que apresentam os maiores valores, tanto para forças e fraquezas quanto para oportunidades e ameaças, representam aqueles que podem / devem ser transformados em vantagem competitiva.

Saiba aonde quer chegar

A quarta etapa para elaborar um **Plano Estratégico Pessoal** é composta pela definição de metas e objetivos mensuráveis. Nessa etapa usaremos todo o autoconhecimento obtido nas etapas anteriores para definir onde chegar.

Metas e Objetivos

Para escrever suas metas e objetivos é importante saber que “**metas** são as realizações gerais desejadas, enquanto os **objetivos** fornecem referências específicas, quantitativas, que podem ser usadas para mensurar o progresso em relação aos objetivos de marketing” (Ferrell e Outros, 2000, grifo meu).

As **metas** indicam quais são as prioridades ou conjunto de prioridades a serem alcançadas. Elas devem sempre ser atingíveis, pois, de outra maneira, podem acabar por desmotivar sua realização.

Por exemplo, uma pessoa deseja fazer o **Caminho de Santiago de Compostela**, mas está em péssimo condicionamento físico e sem dinheiro guardado. Nesse caso, não adianta a pessoa querer fazer a caminhada no mês que vem, já que muitas coisas precisam ser resolvidas antes.

Agora, se a pessoa decide dividir as etapas de preparação ao longo de um ano, a meta torna-se atingível.

Os **objetivos** refletem as várias etapas de uma meta até sua conclusão, apresentando indicadores que ajudam a mensurar o progresso da meta. Devem ser realistas e com um período de tempo definido.

Continuando o exemplo do Caminho de Santiago, para realizar essa meta pode ser preciso:

1. Melhorar o condicionamento físico (talvez até perder peso).
2. Buscar informações sobre o roteiro, como fazê-lo, o que esperar e como se proteger de eventuais problemas.
3. Guardar dinheiro para as despesas da viagem.
4. Tirar o passaporte e conseguir vistos.
5. Comprar euros para a viagem.
6. Estudar o que deve ser levado para a caminhada, entre outras coisas.

Definindo metas e objetivos a partir da análise SWOT

A interpretação das **forças e fraquezas** nos diz que essa pessoa tem grande conhecimento sobre marketing e considera muito importante ser referência entre amigos e familiares em relação a essa área, embora esteja pouco familiarizado com marketing digital.

Na análise das **oportunidades e ameaças** foi detectado um aumento na demanda por pessoas qualificadas em marketing digital, o que exige uma ação para evitar que essa pessoa fique obsoleta em relação a outros profissionais. Para isso, pode-se definir o seguinte tipo de meta:

Meta ➤ Ser considerado referência em marketing digital em meu trabalho e no meu círculo de amizades.

Essa meta é geral, passa uma ideia de continuidade, e precisa ser complementada por várias outras etapas para ser considerada concluída. Para essa meta podemos ter os seguintes objetivos:

- Objetivo 1 ➤ Fazer especialização em marketing digital.**
- Objetivo 2 ➤ Trabalhar como voluntário em ações de marketing digital junto a instituições.**
- Objetivo 3 ➤ Criar um blog pessoal para escrever sobre marketing e criar uma seção para contar suas experiências com marketing digital.**

Esses três exemplos de objetivos tratam de itens específicos dentro da meta, que permitem mensurar seu progresso. E, para que essa mensuração seja feita da forma mais adequada, é preciso definir quais ações serão necessárias para atingir o objetivo e em quanto tempo.

Descubra como chegar

A quinta etapa para elaborar um **Plano Estratégico Pessoal** é composta pela definição de ações para cada objetivo e pelo estabelecimento de prazos.

É nessa etapa que criamos uma **planilha de acompanhamento de metas e objetivos pessoais**, no qual precisamos estabelecer:

Alvo ➤ aquilo que, ao ser atingido, vai indicar que o objetivo foi atingido.

Item de controle ➤ forma pela qual um objetivo será monitorado.

Período ➤ período ou data para realização do objetivo.

Ações ➤ o que será preciso fazer para atingir o objetivo.

Pode até parecer um pouco redundante as **metas compostas por objetivos e, por sua vez, objetivos compostos por ações**.

De fato, essa riqueza de detalhes pode nos dar a sensação que fazer e usar uma planilha para acompanhamentos de metas e objetivos vai tomar muito tempo. Mas isso não é verdade.

Inconscientemente, na maioria dos casos nós sabemos o que precisa ser feito. Por isso, desdobrar uma meta só vai facilitar o monitoramento de seu progresso e sua realização. Dito isso, passemos à ação.

Elaborando uma planilha para acompanhamento de metas e objetivos

Vou exemplificar como completar a elaboração do acompanhamento de metas e objetivos. A meta a ser usada é:

Meta ➤ **Ser considerado referência em marketing digital em meu trabalho e no meu círculo de amizades.**

E o primeiro objetivo que desdobra a meta é “**fazer especialização em marketing digital**”. A seguir, demonstro um exemplo de desdobramento desse objetivo.

1. Como consideramos que o curso de especialização foi concluído?
 - Geralmente, quando recebemos entregamos o trabalho de conclusão e recebemos o certificado, que será o **alvo**.
2. Como fazemos o acompanhamento para garantir que o alvo será atingido?
 - Em algumas instituições, garantindo notas nas disciplinas maiores do que sete ou oito (mais audaciosa). Esse será o **item de controle**.
3. Já o **período**, nesse caso, é o tempo em que normalmente se conclui o curso.
4. E o que deve ser feito para que o objetivo seja atingido? Nesse caso, podemos considerar as seguintes etapas:

Ação 1 - Procurar um curso de especialização reconhecido pelo mercado

Ação 2 - Fazer a matrícula no curso

Ação 3 - Estabelecer rotina de estudo semanal de, no mínimo, 4 horas

Ação 4 - Concluir todas as matérias no tempo normal.

Assim, essas etapas serão incluídas no plano como **ações**, que deverão ter prazos estipulados dentro do período para conclusão do objetivo.

Veja o exemplo a seguir, com todos os objetivos relacionados a uma meta:

Meta	Ser referência em marketing digital dentro da empresa que trabalho		
Objetivo	Fazer especialização em marketing digital	Alvo	Ser aprovado com nota acima de 9 no TCC
Item de controle	Notas das disciplinas acima de 9	Período	Até dez/2016
Ações	<ol style="list-style-type: none">1) Identificar os 10 melhores cursos de especialização do Brasil – até out/20152) Avaliar requisitos para ingressar nos cursos – até outr/20153) Definir o curso com melhor custo / benefício – até out/20154) Providenciar matrícula – até dez/20155) Estabelecer rotina de estudo – 4 horas / semana6) Concluir todas as disciplinas no tempo normal		

Esse é o modelo que eu sigo para fazer a minha planilha de acompanhamento, e que você pode [baixar clicando aqui](#).

Não existe certo ou errado em planejamento pessoal. O que existe é a prática e a sensibilidade que se adquire com o passar do tempo.

Além disso, todas as etapas para elaboração do plano, bem como a planilha de acompanhamento de objetivos e metas podem (e devem) ser revisadas periodicamente, a fim de se ajustarem a novas situações.

Controle os resultados e revise as metas

A última etapa do **Plano Estratégico Pessoal** consiste em controlar os resultados e revisar as metas, o que significa adotar uma rotina periódica para revisão das metas e objetivos, seja para atualizar o progresso das ações, complementar metas com novos objetivos, e até incluir novas metas.

Até aqui, não tem mistério. Mas, quando falamos de lembrar de fazer essas revisões, temos que contar com algum recurso tecnológico que nos sirva de fiel escudeiro.

Assim, para ajudar na realização dessa tarefa, fiz uma pesquisa sobre sites na internet que prestam serviço gratuito que ajudam a controlar projetos, ações, prazos e outros. Esses aplicativos são de grande ajuda pois podem ser acessados de qualquer lugar e enviam alertas de tarefas por e-mail, evitando que esqueçamos o principal. Assim, relaciono em seguida cinco serviços que mais gosto:

Evernote – embora ele não seja focado em gestão de projetos, é totalmente possível usar seus lembretes, cadernos e tags para criar itens a serem atendidos durante o ano, sendo muito fácil de pesquisar através das tags criadas. A principal vantagem é ter ideias, anotações, fotos, arquivos e outros todos no mesmo lugar. Mas se quiser um pouco mais de sofisticação, talvez prefira um gerenciador de tarefas.

Remember the Milk – é uma excelente opção para gerenciar tarefas de forma fácil e rápida, inserindo itens diretamente no site, por e-mail e até via celular. Pode-se incluir a localização física de eventos, compartilhar tarefas entre um grupo de pessoas e até sincronizar eventos com o Google Calendar. Ele também não deixa esquecer tarefas e compromissos, pois usa vários canais de comunicação para

enviar lembretes. Sua interface é muito flexível, que permite a cada usuário configurar sua página conforme a necessidade.

Wunderlist – outra ótima opção para gerenciar tarefas e projetos. Faz o básico, que é criar listas e agendar compromissos, e também permite compartilhar itens com outras pessoas. Está disponível para todos o tipo de dispositivo, móvel ou não.

The Big Picture – é um gerenciador de projetos super fácil de usar. Com um visual *clean*, permite inserir metas, objetivos e ações, todas com prazos e descrições, além de ter a opção de receber seus lembretes por e-mail.

Zoho Project – com a opção de fazer login usando seu usuário do Google, a versão gratuita do serviço permite cadastrar um projeto, sem limites de usuários, com até 10 mb de armazenagem. Com ele é possível cadastrar o seu plano de ação incluindo tarefas, calendário, reuniões, arquivos, fóruns e uma página wiki, além de acompanhar sua realização através de gráficos e relatórios de desempenho. Esse é o serviço gratuito mais completo.

Esses cinco aplicativos são muito bons para controlar planos de ação. Vale a pena fazer uma avaliação e optar por aquele que mais se encaixa às suas necessidades.

Não pule essa etapa. Manter-se no caminho é mais importante do que apenas escolher um caminho.

Tenha resultados rápidos através do Coaching

Se você está comprometido a sair da sua zona de conforto e ir à luta para alcançar seus objetivos, o Coaching atua como um fermento que vai potencializar suas ações para que elas tragam resultados realmente excepcionais, **e que você nunca achou ser possível!!!**

O meu trabalho como Coach visa ajudar você a encontrar equilíbrio e harmonia, em todas as áreas de sua vida, inspirando sua **MELHOR VERSÃO.**



Você vai se aprofundar em si mesmo para descobrir sua missão, visão e valores pessoais, identificar crenças limitantes, até chegar no desejo de **deixar um LEGADO pessoal** para as futuras gerações.

Por fim, ajudo você a aumentar seu autoconhecimento e autoconsciência, permitindo que entenda melhor o seu mapa da realidade e faça as escolhas corretas para viver uma vida plena e significativa.

Você deseja sair da zona de conforto, tomar as rédeas da própria vida e viver uma vida que vale a pena?

Acesse o meu site agora e descubra como posso ajudar. [Clique aqui.](#)

Coach Elaine Maria

<http://www.vivadeposito.com.br>

“Quer você pense que pode, ou que não pode, você está certo.” - Henry Ford

[Clique aqui](#) para saber como o Coaching pode ajudar você a ir além e ser a pessoa que sempre quis ser.

Referências

FERRELL, O. C. e Outros. *Estratégia de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.