

Cassio Grinberg

Fundador da Grinberg Consulting.
Economista
Mestre em Marketing pela UFRGS.
Conselheiro de Administração formação IBGC
Formação no ecossistema de inovação de Israel a convite do Ministry of Foreign Affairs.
Especialista em Business pelo London City College.

GRINBERG

Clientes:

Marcopolo, Sicredi, Claro, Itaú, Banrisul, Bistek, Apsen, CMPC, Hospital de Clínicas de Porto Alegre, Coprel, Estapar, Icatu Seguros, Hospital Moinhos de Vento, Rio Grande Seguros, Sulgás, NIdeias, Insi, Grupo HTB, Cimento Guaíba, Fundação Família Previdência, Irani, Nelogica, Hangar33, Gente Seguradora, ABRH/RS, Lebes, Fiasul, CCG Saúde, Sebrae, Di Solle, Fruki, Silveiro Advogados, Souto Correa Advogados, Pequena Casa da Criança, Educandário São João Batista, Hidrosul, Unimed Porto Alegre, Clínica Todos, Capacità Eventos, Ronaldo Rezende Arquitetura, Neobus, Volare, Mônica Guazzelli Cerutti Santa Maria Advogadas, Maiojama, ADVB/RS, TGD, Foz do Iguaçu, Grupo RBS, 4T, Grêmio, Grupo S7, FIRS, Instituto Cultural Marc Chagall, Prêmio Exportação, Lubianca Arquitetos, Renata Hoff Eventos, SBT, Conib, Cyrela Goldsztein, Construtora Tedesco, Moove, Escala, Global, HOC, Chwartzmann, Prefeitura de Caxias do Sul, Senac, Vinhos Salton, Docile, Native IP, Crédito Real, Lojas Colombo, Melnick, @15coisaboa, Clicante.com, Empório das Locações, Exhimia, Unisinos, PUC/RS, Panvel, Maxicon, Abensur/Enris, HappyHouse, Arcadia ME, Sindilojas, CDL/POA, Sindaergs, Find, Unisc, Kresil, Plaques, Hector Studios, Paleta Atlântida, Trip, Grupo Recicla, Sistema Ocergs, Colnaghi, Vera Zaffari

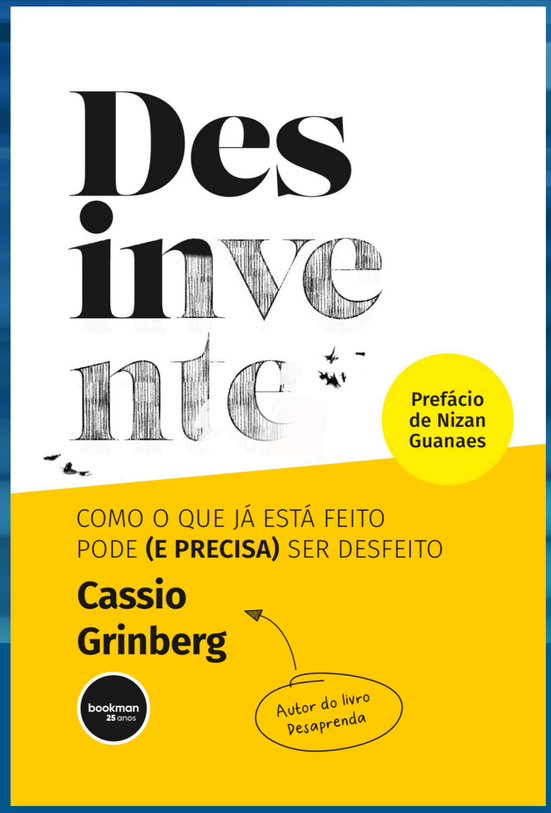
GRINBERG
CONSULTING



Articulista no Estadão e Zero Hora.

Autor dos livros DESAPRENDA e DESINVENTE





GRINBERG
CONSULTING

DESAPRENDENDO&
DESINVENTANDO



POR QUE



A TRANSFORMAÇÃO VEM DE FORA PARA DENTRO, E NÃO O CONTRÁRIO?



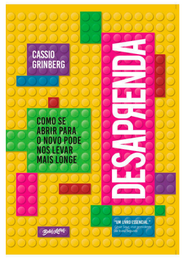
“O ANALFABETO DO SÉCULO XXI NÃO SERÁ AQUELE QUE NÃO CONSEGUE LER E ESCREVER, MAS AQUELE QUE NÃO CONSEGUE APRENDER, DESAPRENDER E REAPRENDER.”

ALVIN TOFFLER

@CASSIOGRINBERG

BE WATER.

@CASSIOGRINBERG





EM DIA

BE WATER, MY FRIEND



CASSIO GRINBERG
Economista e consultor de empresas
@cassiogrinberg

Em *The Lost Interview*, vídeo da única entrevista supostamente concedida por Bruce Lee em inglês, dada como desaparecida entre 1971 e 1994 e que atingiu milhões de visualizações no YouTube, o lutador ensina o que pode ser entendido como um movimento fundamental para qualquer empresa que deseje prosperar nestes tempos líquidos: "Seja água, meu amigo".

Reproduzindo, na entrevista, um discurso de seu personagem Li Tsung – um traficante de antiguidades que dá aula de artes marciais a um competidor cego que enfrentaria um adversário bem mais potente do que ele, Bruce Lee sugere que devemos esvaziar nossa mente. Não termos formatos nem contornos definidos. Como a água: se você colocá-la em um copo, diz ele, ela se torna o copo. Se colocar água em uma garrafa, ela se torna a garrafa. Se colocar água em uma chaleira, ela se torna a chaleira.

Enfrentamos, todos os dias, adversidades que podem nos afogar. Especialmente se nos permitimos correr riscos e investir na frente em um cenário econômico onde nossas incertezas terminam por valer mais do que a própria certeza dos agentes. No brilhante livro *A Sutil Arte de Ligar o Foda-se*, Mark Manson sugere que, além de frequentes, as derrotas também podem ser bem-vindas se sabemos como reconectar, a partir de um novo ponto de aprendizado, ao assumirmos 100% da responsabilidade. Nesse sentido, o discurso de Bruce Lee também é um ensinamento sobre derrotas inevitáveis.

> Bruce Lee sugere que devemos esvaziar nossa mente. Não termos formatos e nem contornos definidos

A água, segundo ele, pode fluir e também destruir: somos capazes de ir com a maré quando interessante e de ser agressivos quando necessário. Segundo Lee, fluir com a água é sabermos navegar a corrente e surfar as ondas da transformação incremental sem nos preocuparmos, por exemplo, com o desaparecimento repentino de nosso negócio; enquanto que destruir com água invoca a agressividade da auto-expressão: deixar que a água se molde de forma singular em nossas empresas de modo que possamos descolar o propósito do balcão do discurso e colá-lo com consistência na magia de nosso *pitch*.



1.

DESAPRENDER

DESAPRENDER É PARECIDO COM DESAPEGAR.

DESAPRENDER É DESAPEGAR DAS ORTODOXIAS DO CÉREBRO.

ESTADÃO

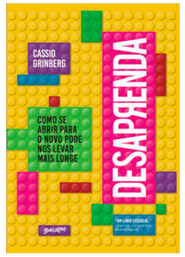
Ordem na casa

No seriado Ordem na Casa, hit do momento da Netflix, a protagonista Marie Kondo entra na casa das pessoas e convida-as a uma reorganização diferente, na qual se somam praticidade (...) **Leia mais**

*Cassio Grinberg**

20 Fevereiro 2019 | 05h00







@CASSIOGRINBERG



A GENTE ESQUECE PARA PODER APRENDER DE NOVO

SÓ QUEM DESAPRENDE APRENDE DE NOVO.



@CASSIOGRINBERG

2.

APRENDER DE NOVO

SHIFT DE SOLUÇÕES QUE VENDEM

PARA

PROBLEMAS

A SOLUCIONAR

(CAMINHO

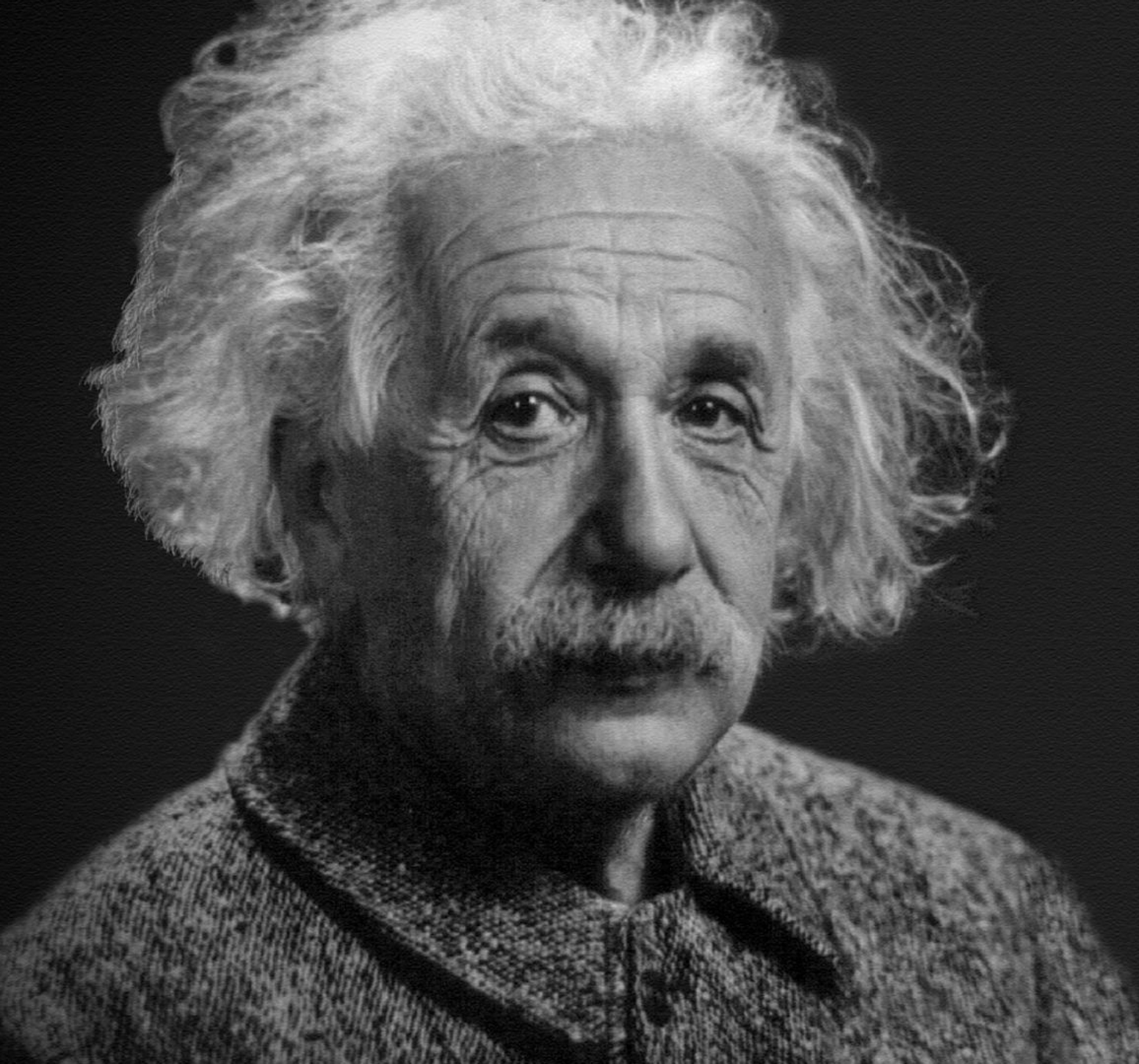
PARA ATINGIR O

CLIENTE)

POR QUE



PREFERIMOS SEMPRE BUSCAR SOLUÇÕES EM VEZ DE PROBLEMAS?



EINSTEIN
PASSAVA MAIS
TEMPO COM OS
PROBLEMAS.

DESAPRENDER É NÃO PERGUNTAR APENAS PARA O GOOGLE

ESTADÃO

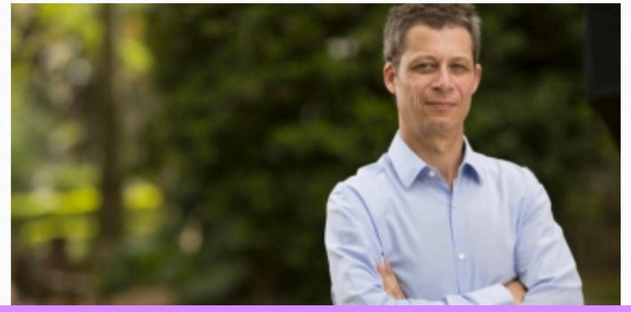
POLÍTICA

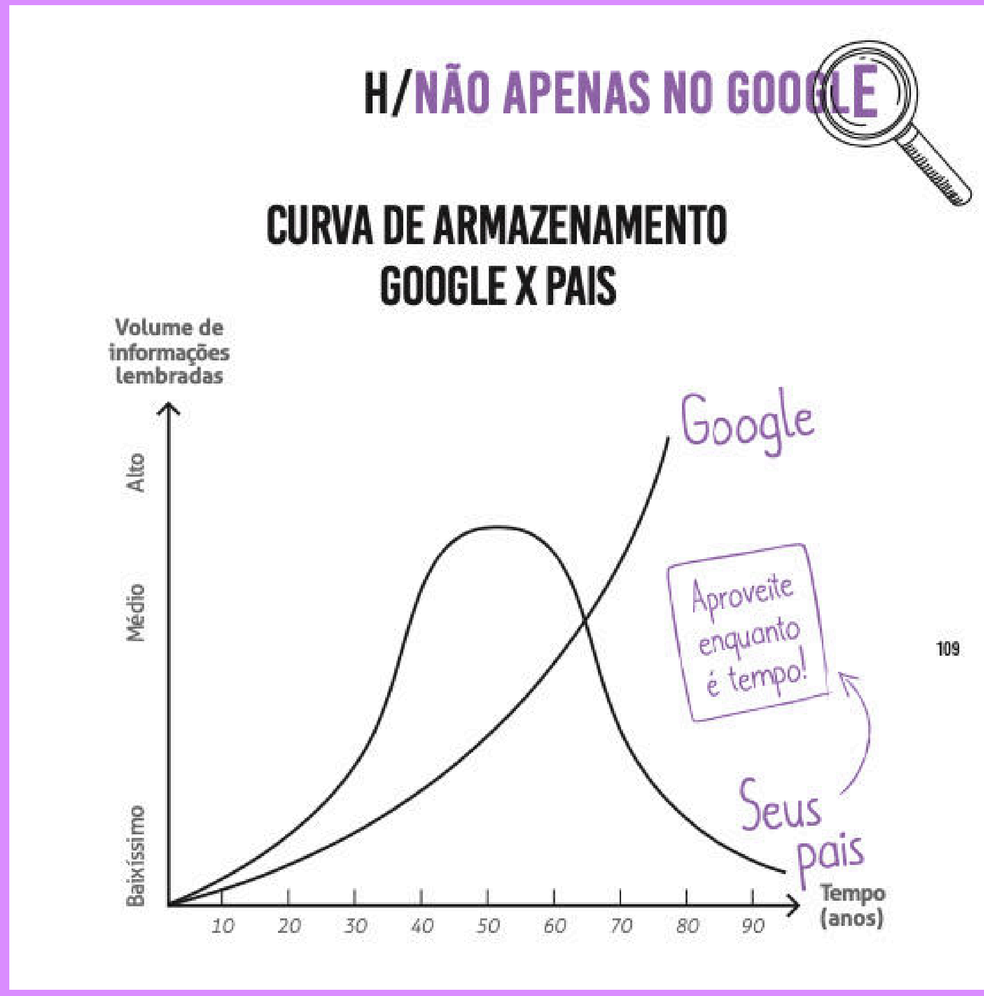
Não pergunte apenas para o Google

Na rua era um vento gelado, a chuva salpicando a janela. Dentro tocava 'Desafinado' numa estação canadense de jazz que eu escutava nas manhãs de domingo (isso foi antes dos nossos (...) **Leia mais**

*Cassio Grinberg**

17 de novembro de 2019 | 06h00





DESAPRENDER É MEXER EM TIME QUE ESTÁ VENCENDO

PARADOXO DAVID BOWIE.

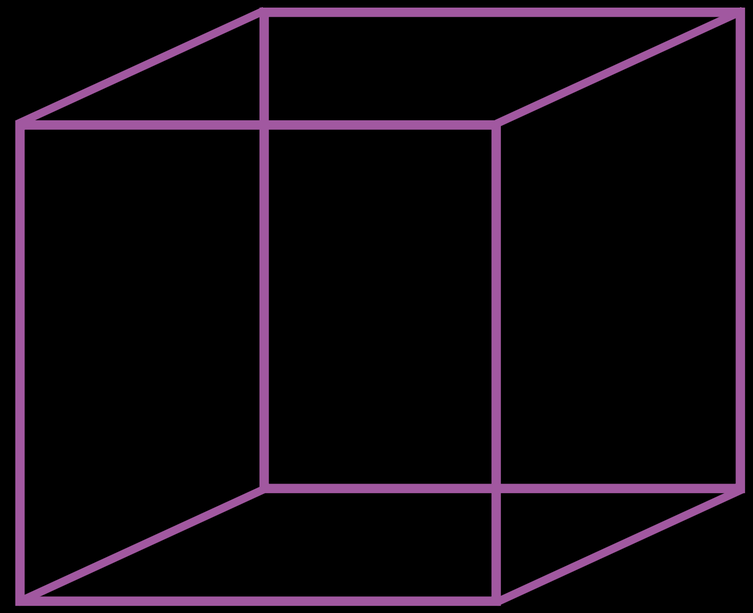


DAVID BOWIE PASSOU TODA A SUA CARREIRA SE REINVENTANDO. ELE FOI:

- **ASTRONAUTA, EM 1969**
  com "Space Oddity", um dos cinco singles mais tocados na Inglaterra.
- **NARRADOR DE CONTOS DE TERROR**
  com "The Man Who Sold the World" em 1970.
- **SURREALISTA**
  com "Life on Mars", em 1971.
- **CAMALEÃO**
  com "Changes", em 1971.
- **APOCALÍPTICO**
  com "Ziggy Stardust", em 1972.
- **SALVADOR**
  com "Starman", em 1972.
- **CROONER**
  com "Wild is the Wind", em 1976.
- **ROQUEIRO ALEMÃO**
  com "Heroes", em 1977.
- **NOVO ROMÂNTICO**
  com "Ashes to Ashes", em 1980.

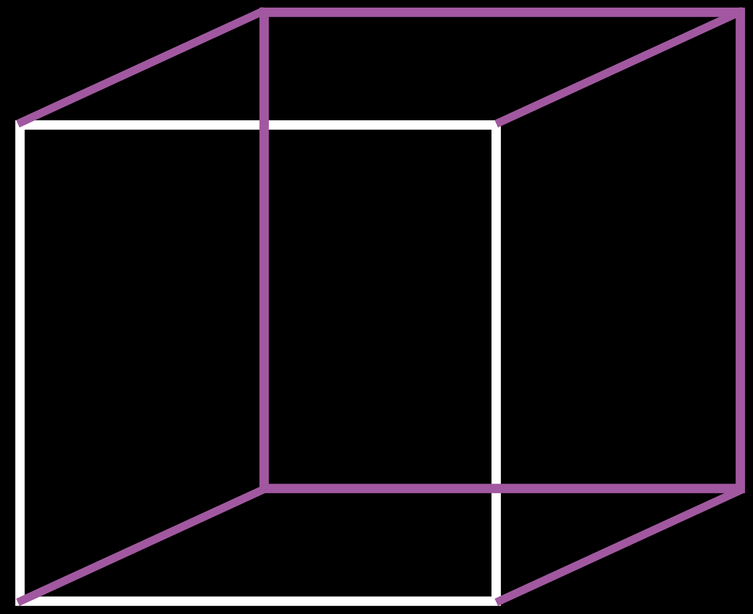


DESAPRENDER: CONCILIAR VISÕES DIFERENTES.



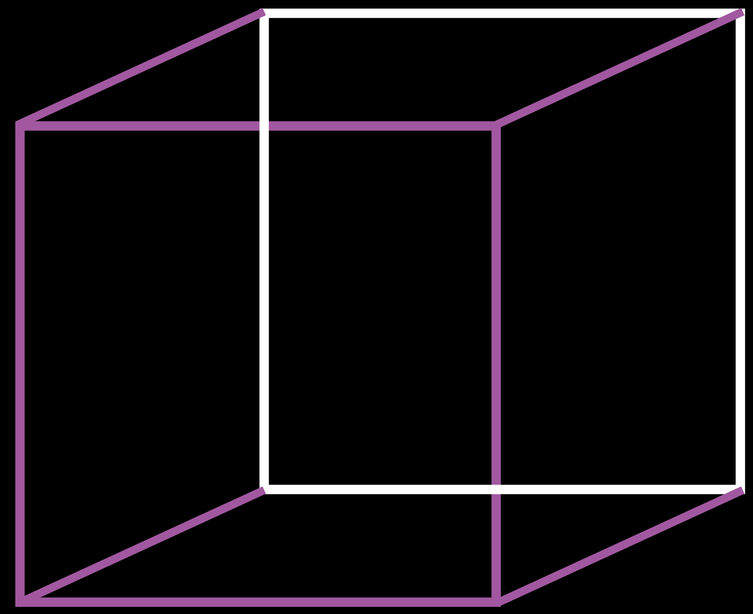
@CASSIOGRINBERG

DESAPRENDER: CONCILIAR VISÕES DIFERENTES.



@CASSIOGRINBERG

DESAPRENDER: CONCILIAR VISÕES DIFERENTES.



@CASSIOGRINBERG

CONCILIAR VISÕES É ACEITAR O ERRO

QUE É DIFERENTE DE PERSEGUIR O ERRO

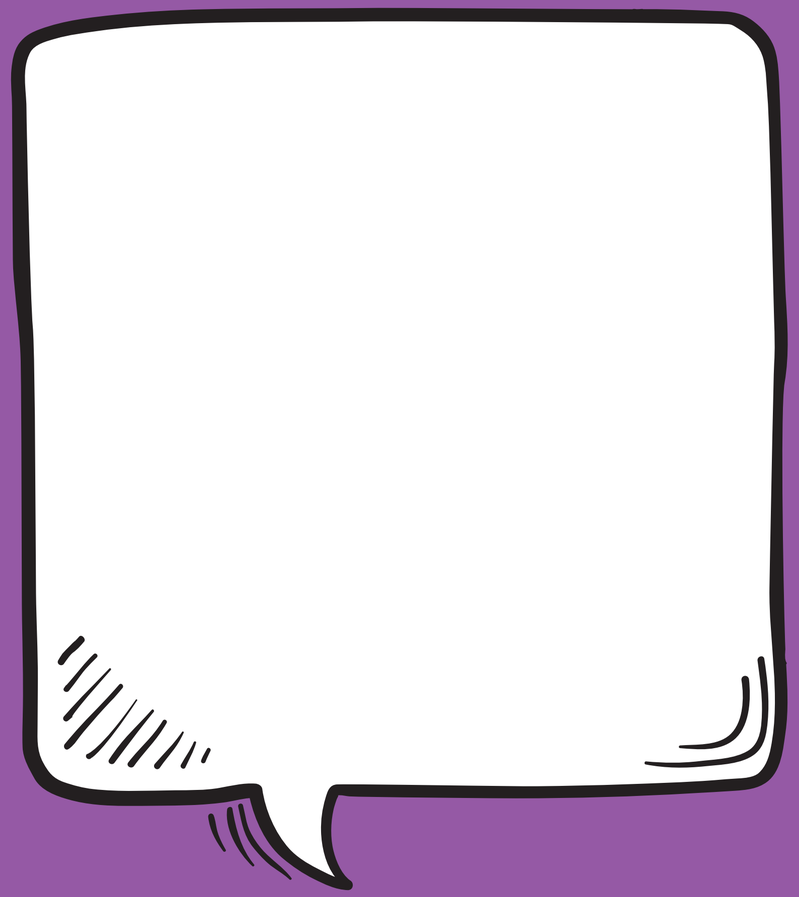
NÃO PROCURE O ERRO. ELE VAI TE ACHAR.

NÃO TENHA COMO META ERRAR. TENHA COMO META APRENDER DE NOVO.

@CASSIOGRINBERG

SE NÃO DERMOS A DEVIDA IMPORTÂNCIA A ENTENDER O PRESENTE, ELE TRATA DE COLOCAR NOSSO FUTURO NUM PRETÉRITO BEM MENOS QUE PERFEITO.

ANOTE AQUI O PRINCIPAL PROBLEMA QUE VOCÊ/SUA EMPRESA ESTÃO RESOLVENDO HOJE:



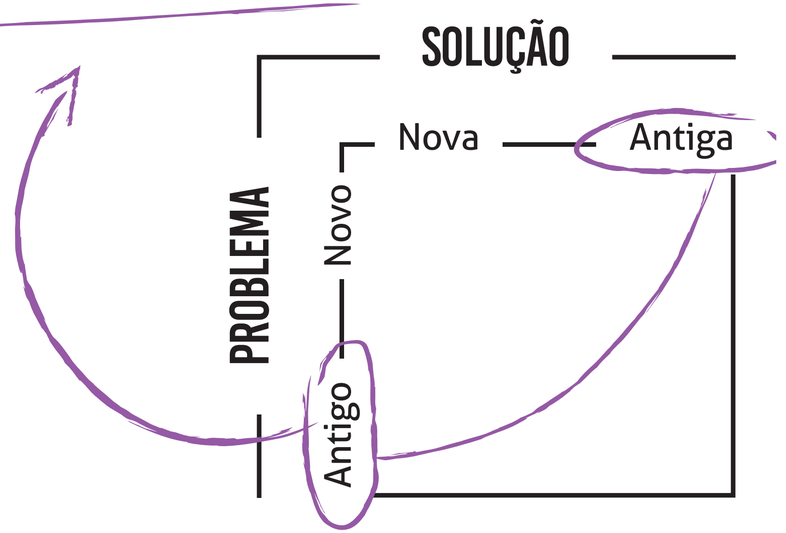
NÃO TEM PROBLEMA SE VOCÊ AINDA ESTÁ PENSANDO NO QUE COLOCAR. A RESPOSTA NEM SEMPRE É AUTOMÁTICA:

MUITAS EMPRESAS GRANDES AINDA NÃO TÊM CLAREZA DO PROBLEMA QUE ESTÃO RESOLVENDO.

O Viagra foi uma solução nova para um problema antigo.

Desligar o celular é uma solução antiga para um problema novo.

Preste atenção se você não está oferecendo uma solução muito antiga para problemas antigos: alguém pode estar repensando o seu negócio.



2.2 Como desinventar?

a Dando cinco passos

Depois de estudos para este livro, de projetos realizados na cultura de desaprendizagem para o *onboarding* e a construção do intraempreendedorismo, de aprofundamento nos modelos de desinvenção, de imersões em outros ecossistemas e realidades, e de mais de uma centena de planejamentos estratégicos com foco na reinvenção, reuni aqui o que me parecem ser os maiores desafios para o processo de desinventar:

1. Assumir que o atual modelo está ultrapassado

Uma dificuldade importante tanto dos CPFs quanto dos CNPJs (que nada mais são do que a soma dos CPFs) é admitir que é hora de mudar. Tenho um cliente que costuma dizer que o começo da cura é pelo reconhecimento de que estamos doentes, e quanto mais cedo agirmos, menos deixaremos o novo tomar distância. Não tenha receio de pedir ajuda, nem seja orgulhoso.

2. Não confundir desapego com perda de *status*

Muitas vezes, nos sentimos "autoridades" em nosso mercado, ou mesmo em certos temas, e a simples menção à mudança gera um impacto direto em nossa percepção de segurança: temos medo de nos sentirmos inseguros caminhando em uma estrada nunca antes percorrida. Compreensível; no entanto, sem desconforto não existe desinventar.

3. Identificar um novo parâmetro para a estratégia

Admitimos que precisamos desinventar, que o antigo modelo não funciona, estamos dispostos a desapegar: mas qual deve ser o novo modelo? Existem importantes ferramentas do ponto de vista do planejamento estratégico que podem auxiliar neste momento, e uma análise das curvas de valor pode nos ajudar a definir qual deve ser nosso novo modelo de oferta.

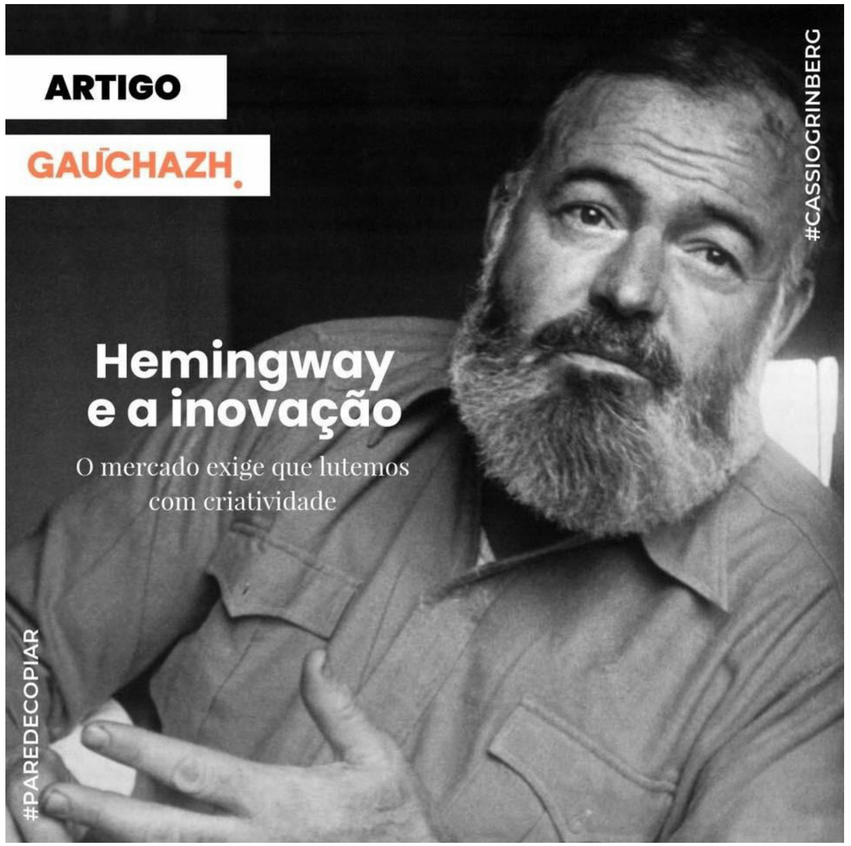
4. Enxergar novos modelos através de novas lentes

Muitas vezes incorporamos um novo modelo de atuação, mas continuamos a aplicar velhos hábitos. Einstein costumava dizer que não podemos resolver problemas com o mesmo pensamento que usamos para criá-los, e, portanto, é preciso lembrar que queremos obter novas percepções. A velha tentativa e erro ajuda bastante neste momento.

5. Disciplina para manter novos hábitos

É como fazer regime, ou mudar o estilo de vida: agora que você desaprendeu a fumar, beber demais, ser sedentário, se estressar por tudo ou culpar todo mundo por escolhas suas que não deram certo, você precisa ter disciplina para não voltar atrás.

NÃO IMPORTA A SUA IDADE: VOCÊ TERÁ QUE APRENDER DE NOVO.

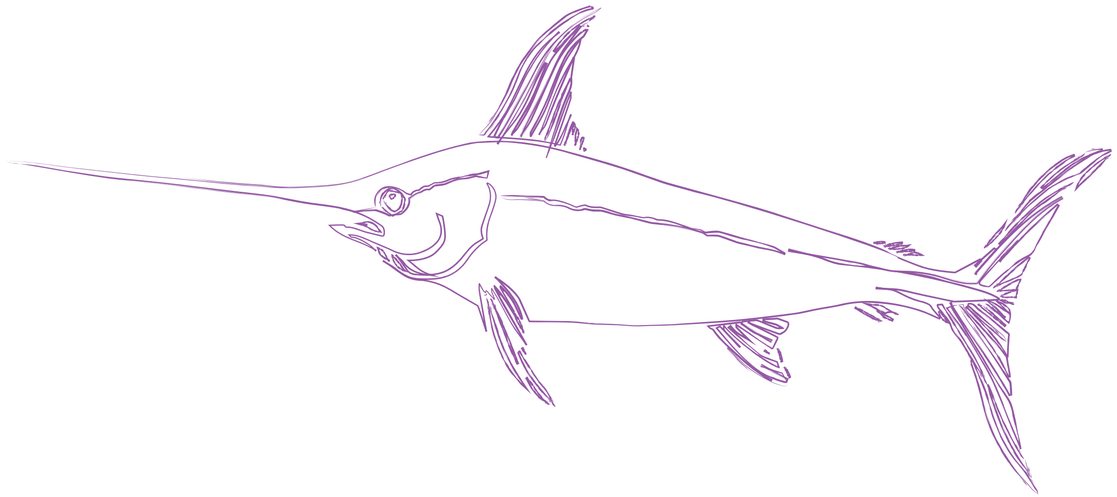


@CASSIOGRINBERG

NÃO IMPORTA A SUA IDADE: VOCÊ TERÁ QUE APRENDER DE NOVO.

"Peixe, de qualquer modo você tem que morrer. Acha que precisa matar-me também?".

Experimente inverter e pôr esta frase genial na boca do peixe.



@CASSIOGRINBERG

OBRIGADO

@CASSIOGRINBERG

CASSIO SCLOVSKY GRINBERG

CASSIO GRINBERG

GRINBERGCONSULTING.COM.BR

GRINBERG
CONSULTING