

Silvio Broxado



Aposentar^e Empreender

Enxergar **novas oportunidades** e
ganhar mais **significância social**

Participação especial:
**Gleide Direito e
Valdir Cavalcanti**

Aposentar e Empreender

Enxergar **novas oportunidades** e
ganhar mais **significância social**

Silvio Broxado

Silvio Broxado

Aposentar e Empreender

Enxergar **novas oportunidades** e ganhar mais
significância social
Recife, 2016

“Agradeço a Deus e aos meus pais Joanisse e Ribamar Broxado por todo afeto, carinho e chance de poder obter os conhecimentos necessários ao longo da minha vida para elaborar esse trabalho . Eles juntos com minha tia Marieta, meus irmãos Lúcia (in memoriam), Marcinha e Riba foram fontes de inspiração e todos estão acima de 50 anos, aposentados ou prestes a se aposentarem. Aos meus lindos filhos Yan e Yasmin e a minha fortaleza e paixão Fabiola Nardoto pela convicção de que temos que deixar um legado construído com base no amor e na família.

A todos colegas do SEBRAE-PE, em especial a Cleto Paixão, Roberta Andrade, Valdir Cavalcanti, Duda Maciel, Ana Dias, Oswaldo Ramos e Prof. Josias Albuquerque pelo apoio incondicional para consecução dos conteúdos.

*Grato!
Silvio Broxado.”*

Copyright© by Silvio Broxado

Revisão Alan Leal

Colaboradores

Gleide Maria da Silva Direito e José Valdir Cavalcanti

Produção Gráfica

Bagaço Design Ltda.*

Lot. Estrada de Tabatinga, 336 • Tabatinga Igarassu/PE •

CEP 53605-810
Telefax: (81) 3205.0132 / 3205.0133
e-mail: bagaco@bagaco.com.br
www.bagaco.com.br

* Endereço para correspondência: Rua Luiz Guimarães, 263. Poço da Panela, Recife-PE • CEP 52061-160

B863a

B863a

Aposentar e empreender : enxergar novas oportunidades e ganhar mais significância social /Silvio Broxado ; colaboradores Gleide Maria da Silva Direito e José Valdir Cavalcanti ; apresentação Valmir Alves Ferreira da Silva ; prefácio Prof. Josias Albuquerque. – Recife : Ed. do Autor, 2016.

200p. :il.

Inclui referências.

Inclui anexos.

1. EMPREENDEDORISMO SOCIAL – BRASIL. 2. IDOSOS – BRASIL
– APOSENTADORIA. 3. APOSENTADOS – EMPREGOS – BRASIL. 4. MERCADO DE TRABALHO – BRASIL. 5. EMPREENDEDORES
– BRASIL. 6. EMPREENDEDORISMO. 7. EMPRESAS – BRASIL – PLANEJAMENTO. 8. ENVENHECIMENTO – BRASIL – ASPECTOS SOCIAIS. 9. APOSENTADOS – BRASIL – QUALIDADE DE VIDA. I. Direito, Gleide Maria da Silva. II. Cavalcanti, José Valdir. III. Silva, Valmir Alves Ferreira da. IV. Albuquerque, Josias. V. Título.

CDU 658

CDD 658.42

PeR – BPE 16-390

ISBN: 978-85-8165-443-0

Impresso no Brasil – 2016

APRESENTAÇÃO - I *Silvio Broxado*

O livro Aposentar e Empreender trata de três temáticas muito importantes para a vida das pessoas que estão prestes a se aposentar ou que já se aposentaram e que precisam dar um novo norte às suas vidas pessoal e profissional.

As três temáticas contidas no livro são divididas em capítulos:

- i) O momento de Transição e a elaboração de um novo Plano de Ação pessoal e profissional;
- ii) Conhecendo o mercado empreendedor no Brasil; iii) Trilha para se tornar de fato um empreendedor e ter seu próprio negócio

As próximas gerações viverão muito mais anos na terceira idade que a geração dos nossos pais. E terão que ter qualidade de vida, vontade de viver, novos objetivos, metas, propósitos, ocupar o tempo e a mente, o corpo, o espírito e quem sabe ganhar dinheiro também.

O capítulo-1 define o que é empreendedorismo social e de negócios e aborda, de forma interativa com seus pequenos exercícios, o momento desafiador da transição de etapas na vida, para afirmar que viver é muito bom, que faz muito sentido termos novos planos, continuar aprendendo e conquistando sonhos. Destacamos que o tempo é um aliado quando nós determinamos novos projetos pessoais e profissionais. O leitor diante do 1º capítulo reacende a vontade de continuar ainda mais protagonista de sua própria caminhada, e aprende a elaborar um novo Plano de Ação, o qual dará mais poder pessoal, novos propósitos capazes de produzir novos resultados e novas conquistas na vida.

No capítulo-2 o leitor toma conhecimento dos desafios do empreendedorismo conhecendo números de mercado dos

segmentos da indústria, comércio e serviços, bem como adquire uma ampla noção sobre o empreendedorismo de negócios no Brasil. Lançamos mão de uma série de quadros e tabelas mostrando segmentos econômicos, tipos de empresas que mais obtêm sucesso, dados sobre mortalidade, sobre a cultura de buscar apoio para empreender no Brasil. Informação retirada dos resultados da pesquisa GEM – Global Entrepreneur Monitor/2013, 2014 e 2015 organizada por diversas entidades renomadas no mundo e organizada pelo Babson College, localizada no estado de Massachusetts
- EUA, considerada maior referência atual sobre o tema empreendedorismo de negócios.

O capítulo-3 leva o aposentado a iniciar um processo decisório no sentido de abrir o próprio negócio. Destacamos os dois autotestes disponíveis, sendo o primeiro para conferir se o leitor tem, no momento presente, o perfil empreendedor amadurecido, e o segundo, para contribuir com uma possível identificação do tipo e tamanho de empresa possível para iniciar a nova caminhada no mundo empreendedor. Apresentamos também um estudo de caso sobre erros e soluções cometidos na administração de um restaurante self-service, disponibilizando em paralelo um modelo de plano de negócio com a metodologia para que sirva de espelho aqueles que queiram de fato empreender economicamente,...ter seu próprio negócio.

APRESENTAÇÃO - II *Valmir Alves Ferreira da Silva*

Pensem no futuro: sou uma pessoa que estudou, trabalhou, sorriu, chorou, aproveitou, se divertiu, passeou, namorou, ensinou, ajudou, construiu, em suma, um cidadão que viveu intensamente e contribuiu sobremaneira para o desenvolvimento da família, comunidade, sociedade, município, estado e país. E agora? Completei

minha missão? Devo entregar-me ao ostracismo e continuar a vida apenas consumindo o que acumulei, sem mais nada a agregar?

Ora! O Brasil é um país que oferece grandes oportunidades, mas que não consegue satisfazer desejos básicos da sua população, como: saúde, educação e habitação. Esses desejos coletivos somente poderão ser atendidos se houver um maior ciclo de desenvolvimento econômico-social, que dependerá, por sua vez, de novos empreendimentos geradores de riqueza econômica e de serviços sociais.

Ademais, recrudescem os acertos sobre a previsão das expectativas de mudanças no perfil da sociedade em todo o planeta, com diminuição da população jovem e aumento da população idosa. Essa que é detentora da sabedoria e nuances da vida, agora ávida por oportunidades de lazer e serviços de saúde, e, ao mesmo tempo, com maior necessidade de recursos financeiros para manter por longo tempo essas benesses, inclusive estendendo-as aos filhos e netos.

Feitas tais considerações, fica claro que o tema aqui tratado traz à baila a necessidade de empreendedorismo, especificamente voltado a um seletor público, especialmente lapidado via aprendizagem da vida, adentrando na importância do planejamento e da gestão de negócios. Nesse contexto, afirmo com convicção, após pesquisar e identificar completa escassez de trabalhos de qualidade, cuidadosamente escritos para leitores com bastante experiência de vida, que a obra “APOSENTAR E EMPREENDER”, fruto do trabalho e do discernimento do Professor Sílvio Broxado, vem em boa hora, considerando, também, o momento de mudança de idade da pirâmide social (aumento de idosos, diminuição de jovens).

Sílvio Broxado, entusiasta, de personalidade automotivável, possui mais uma característica que eu muito admiro: descarta aspectos irrelevantes de uma situação e centra o foco no essencial. Ele consegue reunir, na obra “APOSENTAR E EMPREENDER”, visões teóricas contemporâneas de estudiosos como Vroom, José Antonio Rosa, Carl Jung e Napoleon Hill, aliando-as a sua experiência como profissional de educação e consultoria nas áreas de gestão, motivação e negócios (logo, ele próprio um empreendedor “cinquentão”), e brindar seus leitores com esse livro simples (sem ser superficial), bem fundamentado e prático. A “faca e o queijo” para os futuros empreendedores. Um verdadeiro manual. No contexto, é inspirador e atrativo, oferecendo um “risco” ao leitor: obter uma vontade compulsiva e apaixonante em se tornar um empreendedor social ou de oportunidades de negócios.

A obra “APOSENTAR E EMPREENDER”, do Professor Sílvio Broxado, desvenda as sutilezas do conceito de empreendedorismo, mostra o impacto do envelhecimento da população na sociedade, enfatizando as vantagens do envelhecer e empreender na história de vida de cada ser humano, fornecendo o importantíssimo instrumental teórico e prático para aqueles que pretendem obter sucesso na segunda etapa de sua vida adulta (destacando-se que grande parte do conteúdo desse livro pode ser substancialmente útil às pessoas de qualquer idade, que tenham interesse em seguir os meandros do empreendedorismo).

E, por conhecer há muito a qualificação, talento e dedicação do autor, que vem surpreendendo nas suas palestras, artigos científicos, entrevistas junto à mídia, bem como nas aulas e conversas com alunos e amigos, já antecipo o sucesso editorial da obra, e desejo que seja bastante apreciada pelos leitores.

Valmir Alves Ferreira da Silva
Ex-professor da Faculdade Vale do Ipojuca - FAVIP.
Contador, Administrador e Mestre em Gestão
Pública,

pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE.
Autor do livro “A importância dos Gastos Públicos no
Desenvolvimento da Sociedade”.

Auditor das Contas Públicas do Tribunal de Contas
de Pernambuco.

PREFÁCIO

Prof. Josias Albuquerque

Ao saudar o Professor Sílvio Broxado pela feliz iniciativa do lançamento deste livro que aborda o tema APOSENTAR E EMPREENDER com muita propriedade, recorro a assertiva a poetisa Cora Coralina que diz: “Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina”.

Essa colocação da ilustre poetisa vem ao encontro aos objetivos do Autor que busca trazer para o novo mercado de trabalho esse seleto grupo de profissionais experientes que, na condição de Consultores Autônomos, poderão contribuir no processo de planejamento e gestão de novos negócios.

Estudioso sobre esse importante tema, o Professor Silvio Broxado chegou a constatação que um cidadão que acumulou conhecimentos, contribuiu para o desenvolvimento da sociedade, passe a viver no ostracismo pelo fato de ser idoso.

Por essas razões, o autor desta obra se tornou um dos principais incentivadores para que essa “velha guarda” do conhecimento e experientes profissionais nas áreas de planejamento e gestão de negócios possam voltar ao

mercado de trabalho e contribuir com as novas iniciativas empreendedoras.

Parabéns ao destacado Mestre do Empreendedorismo pela brilhante obra!

Prof. Josias Albuquerque - Presidente da Fecomércio de Pernambuco; Presidente do SENAC-PE e do Conselho de Administração do SEBRAE - PE

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

.....17 50

ANOS ACIMA: etapa de transição, constatações e de novos planos de ação

Introdução

.....19

1. O impacto do envelhecimento na sociedade

..... 26

1.1 Tudo passa! Entretanto, o tempo está ao seu favor!

..... 27

1.2 Contextualização dos “novos aposentados”- mudanças de paradigmas

..... 29

1.3 A boa forma física mental e física dos cinquentões atuais. 32

1.4 Novos padrões e novos limites para viver com qualidade35

1.5 A trilha para tornar-se empreendedor

..... 39

1.6 Criando seu plano de ação para empreender

..... 57

1.7 A consciência das ações pré-empreendedoras (algumas reflexões)

.....61

1.8 Visão da experiência norte-americana sobre pessoas acima de 50 anos.

..... 64

1.9 Visão da realidade de Portugal para as pessoas idosas
..... 74

1.10 Visão geral da estatística populacional – censo 2011 – Instituto Nacional de Estatística – Portugal – XV recenseamento geral da população.
..... 79

1.11 Palavras, palavras que resumem o capítulo-1: “a escolha é toda sua”.
..... 84

Resumo do capítulo-1
..... 86

CAPÍTULO 2
..... 87

Conhecendo os segmentos de negócios e o movimento empreendedor econômico

Introdução
..... 89 2.1
No Brasil e no mundo, a faixa etária entre 50 e 70 anos é empreendedora?.....
..... 91

2.2 Qual percentual de empreendedores que buscam apoio nas entidades para abrir o negócio no Brasil?
.....95

2.3 Qual o caminho a seguir?
.....97

2.4 Tentando escolher a melhor oportunidade, qual a taxa de sobrevivência dos negócios no Brasil?
..... 101

Resumo do capítulo-2
..... 115

CAPÍTULO 3
..... 117

Perfil do empreendedor e os tipos de empresa
Modalidades de empreender

Análise de caso e dicas de plano de negócio - modelo canvas - de um restaurante self-service

Sugestões para o sucesso empresarial

Introdução

..... 119

3.1 Perguntas necessárias para entender a intenção e despertar do aposentado-empREENDEDOR

.....119 *3.2 Os tipos e modelos de empresas para iniciar um negócio* 124

3.3 Exercício para saber se você tem o perfil empreendedor 139

3.4 Exercício para saber o tipo de negócio mais adequado ao seu perfil.

.....
143

3.5 Quem vai abrir uma empresa tem de ter um diferencial em relação às outras empresas

..... 147

*3.6 Análise de um caso prático: aprendendo com erros dos outros*149

3.7 Dicas para planejar a abertura do próprio negócio 164

3.8 Sete dicas para a transição profissional 173

Resumo do capítulo - 3

..... 175

Referências

..... 177

ANEXOS

.....183

COLABORADORES

.....197 **Gleide**

Maria da Silva Direito

José Valdir Cavalcanti

| | |
|-------------------------------|-----|
| GLEIDE MARIA DA SILVA DIREITO | |
| | 199 |
| JOSÉ VALDIR CAVALCANTI | |
| | 200 |
| CAPÍTULO 1 | |

» 50 ANOS ACIMA: ETAPA DE TRANSIÇÃO, CONSTATAÇÕES E DE NOVOS PLANOS DE AÇÃO

“ ... A vida é um instinto de crescimento para sobrevivência, para a acumulação de forças e para o poder.” Nietzsche

[17] INTRODUÇÃO

Somos uma sociedade em que cresce o número de idosos. Aposentar-se deixou de ser um benefício e passou a ser um direito, significando, no passado, retirar-se e “ir embora” da vida, para os aposentos, voltar para o lar e receber um salário para sobreviver. A aposentadoria vinha aos 50 anos, e a vida restante durava apenas alguns anos a mais.

Aposentar-se nos dias atuais é abrir a “bagagem” de experiências boas que possam gerar maior prazer, levar-nos a planejar nova carreira, ter maior protagonismo pessoal, refazer planos para ganhar ainda mais significância pessoal perante outras pessoas, seja contribuindo com projetos sociais, participando de eventos e ações que resgatem crianças, jovens e os próprios idosos em situação de risco social, protegendo o meio ambiente, ou gerando renda, entendendo o significado do empreendedorismo e praticando-o.

Empreendedorismo, segundo a *Harvard University*, é a identificação de novas oportunidades de negócios, independente de recursos disponíveis ao empreendedor. Já o *Babson College*, considerada a instituição de ensino com

maior prestígio no mundo em termos da formação de novos líderes e da cultura empreendedora, localizada no Estado de Massachusetts/EUA, assim define: *empreendedorismo é uma maneira sistêmica e abrangente de pensar e agir, sempre com uma obsessão por oportunidades harmonizada por uma liderança. Segundo o Babson College e suas diretrizes quanto ao momento econômico e geração de renda pelas famílias: nesse mundo de rápidas mudanças, existe uma demanda para empreendedorismo de todas as formas.*

E o Babson College ainda ressalta: *hoje em dia os empreendedores são uma necessidade em todos os níveis, em todos os tipos de organizações, para criar oportunidades, apresentar soluções e colaborar com outros para fazer da visão do futuro uma realidade.*

Contudo, muitas dúvidas emergem em relação à verdadeira missão do empreendedorismo na fase de aposentadoria, quando é possível correr menos riscos e gerar sucesso sendo dono do próprio negócio. A seguir uma lista de dúvidas e repostas que poderão elucidar ou minimizar algumas angústias e receios para quem quer aposentar e empreender.

DÚVIDA-1: SERÁ QUE ESSE PAPO DE EMPREENDEDORISMO É CONVERSA DA MODA, EMPOLGAÇÃO OU VEIO PARA FICAR?

Segundo Prof. Timmons do Babson College , empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX.

DÚVIDA-2: E POR QUE SE FALA TANTO DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NOS DIAS ATUAIS?

Nos dias atuais fala-se muito sobre como as famílias podem gerar renda sem estarem dependentes de emprego ou trabalhando de carteira assinada para terem seu sustento e a prosperidade financeira. Outra razão desse grande movimento em torno do empreendedorismo é a existência de pessoas que, mesmo trabalhando de carteira assinada, desejam completar renda familiar e assim iniciarem uma atividade empreendedora. Por outro lado, muitos especialistas e pesquisadores da cultura empreendedora apontam os seguintes fatores como sendo as maiores motivações ao empreendedorismo:

» **Estabilização da economia:** com o fim da inflação, a rápida globalização dos meios digitais, internet a partir dos anos 90 favorecendo maiores trocas comerciais, relacionamento de parcerias nacionais e internacionais, exigências dos clientes, visão de longo prazo, o planejamento de novos produtos, serviços e adesão às tecnologias, além da vontade de concretização de um sonho brasileiro, bastante arraigado no inconsciente coletivo dos brasileiros de trabalhar sem patrão e ser “dono” do próprio “nariz” (negócio).

» **Aumento da competitividade:** gerando pressão para novas soluções, redução de custos e terceirização de serviços especializados de microempreendedores, microempresas e empresas de pequeno porte.

» **Altas taxas de desemprego:** as altas taxas de desemprego estão de volta, provocadas pelas crises de descrédito político e econômico, pela desaceleração dos investimentos, pela exigência de profissionais mais qualificados, pois muitos não atendiam o perfil profissional e às novas demandas de trabalho e do mercado nos anos 90 e 2000, além de todas complexas mudanças de tecnologia e qualidade decorrentes das reestruturações administrativas e comerciais realizadas pelas empresas,

fatos que forçaram muita gente a se virar colocando-se como empreendedor para sua sobrevivência.

» **Preocupação com a criação de empresas**

duradouras : a prática da cultura e das características do empreendedorismo dentro das empresas em funcionamento vem incentivando e despertando muitos empregados e patrões para o conceito da sustentabilidade financeira, comercial, tecnológica, dos processos internos e na motivação das pessoas para que empresas em funcionamento possam cada vez mais tornarem-se perenes, crescentes e lucrativas, evitando assim também altas taxas de mortalidade empresarial.

DÚVIDA-3: EMPREENDEDORISMO É APENAS ABRIR UMA EMPRESA, TER UMA IDEIA E TRANSFORMÁ-LA EM OPORTUNIDADE VIÁVEL DE GANHAR DINHEIRO?

Não! O conceito de empreendedorismo vai além de ganhar dinheiro. Nesse sentido, o Prof. Haroldo Solberg diz que *...em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao comportamento do empreendedor:*

» *Tem iniciativa para criar, inovar e ter paixão pelo o que faz;* » *Tem capacidade de utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;* » *Sabe aceitar e assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.*

Obs-1: Todos esses perfis acima cabem no protagonismo de pessoas que não se conformam e buscam melhoria contínua, mesmo atuando na vida profissional como funcionários. Aqueles que se destacam nas empresas têm de certa forma um diferencial que podemos definir também como empreendedores. Existem também os empreendedores sociais que lutam por causas relevantes, tais quais: meio ambiente, violência contra mulheres,

consciência sobre o câncer de mama, amparo aos idosos, jovens e adolescentes dentre outras. O empreendedorismo social se manifesta através de Associações, Institutos, Fundações, também conhecidas como organizações não governamentais, apoiadas algumas vezes por políticas públicas de governo.

Segundo dados do IBGE e os registros da ABONG – Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais, existem hoje mais de 290 mil Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos (FASFIL) no Brasil, dedicadas, predominantemente, à religião (28,5%), associações patronais e profissionais (15,5%) e ao desenvolvimento e defesa de direitos (14,6%). As áreas de saúde, educação, pesquisa e assistência social (políticas governamentais) totalizavam 54,1 mil entidades (18,6%). As FASFIL concentravam-se nas regiões Sudeste (44,2%), Nordeste (22,9%) e Sul (21,5%), estando menos presentes no Norte (4,9%) e Centro-Oeste (6,5%). Dessas instituições, 72,2% (210,0 mil) não possuíam sequer um empregado formalizado, apoiando-se em trabalho voluntário e prestação de serviços autônomos.

Logo, empreender é agir para mudar qualquer realidade para melhor, com ou sem fins lucrativos.

DÚVIDA-4: SE EMPREENDEDORISMO FOR PARA DESENVOLVER UMA ATIVIDADE QUE GERE LUCROS, QUAIS AS CARACTERÍSTICAS PESSOAIS PARA SE TORNAR UM EMPREENDEDOR NO MERCADO?

Quando se trata do empreendedorismo dentro da dimensão econômica, segundo a Organização das Nações Unidas - ONU e o SEBRAE, o empreendedor dono do próprio negócio deve ser detentor das seguintes características necessárias para desenvolver e prosperar de forma efetiva:

1] O poder de persistência; 2] O poder da persuasão e de desenvolver rede de relacionamentos;

3] Sabe correr riscos calculados;

4] O hábito de manter-se informado;

5] Autoconfiança;

6] Sabe desafiar-se com a definição de metas;

7] Comprometimento;

8] Exige qualidade no que faz;

9] Sabe planejar e monitorar resultados (comparar o que foi planejado com o resultado alcançado sistematicamente); 10] Busca e enxerga as oportunidades.

Obs-2: No capítulo-3, encontra-se um autoteste, para saber se no momento atual você tem o perfil empreendedor maduro, baseado nessas características acima.

Obs-3: O SEBRAE no Brasil tem a chancela da ONU, para aplicar o curso EMPRETEC, no qual candidatos a empreendedores e empresários (os que já têm seu negócio) podem aprimorar essas dez características, durante uma semana, com metodologia interativa, participativa e motivadora, composta de muitas simulações.

1. O IMPACTO DO ENVELHECIMENTO NA SOCIEDADE

O fenômeno do envelhecimento da população tem, marcadamente, reflexos de âmbito socioeconômico, com impacto no desenho das políticas sociais e de sustentabilidade, bem como alterações de hábitos sociais, de lazer e individuais, configurando a adoção de novos estilos de vida.

O envelhecimento da população traz consequências diversificadas em vários aspectos da sociedade. No plano

econômico, o aumento contínuo do número de aposentados e a redução de pessoas na vida ativa a contribuir para a previdência social. No plano social, a necessidade de proporcionar respostas adequadas para atenderem a esse público é cada vez maior e mais exigente. No plano sócio pedagógico, *universidade sênior* seria uma resposta à ocupação do tempo livre, oferecendo atividades pedagógicas, lúdicas, de lazer e incentivo a planos pessoais para futuras ocupações.

No plano da realidade familiar, com um ou vários idosos, ocorrem atualmente diversos fatos que precisam da atenção de todos na sociedade civil e entidades públicas, dentre os quais: aumento do número de famílias de uma só pessoa (monoparentais); aumentos do número de pessoas de idades avançadas a viverem sós, com a viuvez sendo a situação mais representativa; aumento do número de casais idosos; aumento significativo do número de mulheres com 75 ou mais anos sem filhos.

No plano da saúde, exigência de mais serviços de saúde, maiores gastos com medicação e tratamento, maior ocupação de camas hospitalares e aumento de transtornos mentais na população. Os idosos “são a parcela que registra maior ritmo de crescimento”.

No plano dos recursos humanos, com a falta de renovação das gerações, as empresas terão de contratar pessoas com mais de 65 anos para seus quadros de pessoal.

Com o envelhecimento da estrutura demográfica, as empresas concentram suas atenções no constante declínio da população trabalhadora ativa, vislumbrando a necessidade de adequação às novas gestões de recursos humanos para o cenário que se apresenta. Assim, enquanto a Organização Mundial de Saúde propunha aumentar a longevidade, hoje considera -se como desafio aumentar a expectativa de vida dos

idosos, pois, nas últimas quatro décadas do século XX, esse aumento foi de mais de 10 anos para os homens e 12 anos para as mulheres, impondo agora a necessidade de uma melhor qualidade de vida, mantendo-os ativos, segundo Gleide Direito.

1.1 TUDO PASSA! ENTRETANTO, O TEMPO ESTÁ AO SEU FAVOR!

A percepção do “passar do tempo” é uma sensação vivenciada por indivíduos que muda de pessoa para pessoa e de situação para situação. Parece que quanto mais jovens, mais a sensação de demora existe. E o contrário também é verdade: quanto mais velha a pessoa, a sensação é de que o tempo voa.

Quem um dia, fazendo trajeto de automóvel, viajando para alguma localidade, não tenha ainda afirmado: *poxa, como está demorando chegar!* E, no retorno da viagem, percorrendo o mesmo caminho da ida, essa mesma pessoa, possa também ter afirmado: *poxa, como a volta foi mais rápida*. No trajeto da volta, a variável tempo aparentemente se retira fazendo surgir a percepção “da rapidez”, pelo simples motivo de não haver mais tensão, ansiedade e as “coisas terem se resolvido”, dando a sensação de fluidez do tempo.

Outro exemplo do cotidiano sobre a percepção de relativização da variável tempo é a sensação de demora quando se está no trânsito em um semáforo por 90 segundos. Parece uma eternidade! E, se alguém estiver atrasado, aí é que a percepção se robustece. Contudo, se você está de férias, curtindo um final de semana com amigos e família, parece que quatro dias “voam”.

Essas percepções estão influenciadas pela variável do tempo, pela vontade de chegar ou de alcançar o(s) objetivo(s), os quais geram ansiedade e tensão, fazendo

que cada segundo de espera exacerbe o fator emocional, gerando redução do fator racional e provocando aborrecimentos, irritabilidade e impaciência.

Com a chegada do período da aposentadoria, ocorre essa mesma sensação: a rapidez do passar do tempo, levando as pessoas a acharem que o ano e os meses estão passando mais rápido. É como se a ansiedade e o desejo de se chegar a algum lugar estivessem causando algum bloqueio na visualização da beleza da caminhada, e não só a sensação positiva do alcance da chegada.

Envelhecer é, portanto, uma mudança da percepção da utilidade do tempo, levando as pessoas valorizarem ainda mais pequenas experiências pessoais e profissionais a cada minuto do dia.

1.2 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS “NOVOS APOSENTADOS”- MUDANÇAS DE PARADIGMAS

Até pouco tempo, o processo de construção de uma história profissional e social confundia-se com o emprego que se tinha, com a rotina de trabalho e, de repente, era necessário retirar-se da vida de disciplina, horários a cumprir, jornadas de trabalho e amplo espectro de compromissos sociais e familiares. Contudo, a realidade mudou.

Hoje, no Brasil, são 23 milhões de pessoas acima dos 60 anos, com *expertise*, saúde e muito a contribuir economicamente para suas famílias e para o desenvolvimento econômico do País. Segundo dados do IBGE, na PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio/2012, na comparação entre 2009 (última pesquisa divulgada) e 2011, o grupo da terceira idade aumentou 7,6%, ou seja, mais 1,8 milhão de pessoas.

Há dois anos, eram 21,7 milhões de pessoas. Ao mesmo tempo, o número de crianças de até quatro anos no país caiu de 16,3 milhões, em 2000, para 13,3 milhões, em 2011.

1.2.1 Taxa do aumento populacional dos idosos

Para melhor exemplificar o passo do incremento do número populacional das pessoas acima de 60 anos e do envelhecimento populacional, apresentamos no Gráfico-01, a seguir, as curvas da aceleração da queda da quantidade de pessoas com idade até quatro anos de idade e o acréscimo da quota da população com mais de 60 anos, segundo o IBGE.

GRÁFICO 01: Taxa de envelhecimento da população
Crianças de até 4 anos Idosos com 60 anos ou mais

milhões de pessoas milhões de pessoas

24

16 20

12₁₆

8 12

4⁸

4 0

0

1999 2011 1990 1999 2011 Fonte: Adaptado dos dados do IBGE.

Os dois gráficos comprovam que está havendo maior crescimento no número de pessoas idosas e a redução no grupo das pessoas mais jovens, gerando “estoque” maior de pessoas idosas no País. Com isso, podemos inferir que em futuro próximo talvez o sistema de previdência nacional tenha dificuldades para fechar as contas, haja vista que haverá mais pessoas aposentadas do que o grupo de pessoas em idade de trabalho, sendo esse um dos motivos

para abrir um negócio para quem tiver disposição, planos, perfil empreendedor e quiser gerar renda complementar ou sentir-se ativo, contribuindo consigo, para sua família e para a sociedade.

No Quadro-01, apresentamos levantamento realizado pela Secretaria dos Direitos Humanos, ligada ao Ministério da Justiça do Governo Federal, o qual apresenta cenário das reclamações e denúncias anotadas pela sua ouvidoria. Pode-se observar no quadro a seguir uma diversidade de demandas com relação a pessoas idosas, pessoas do grupo LGBT, pessoas com deficiência, crianças, adolescentes etc, e os respectivos montantes dos seus registros em números absolutos e percentuais entre os anos de 2011 e 2012.

QUADRO 01: Dados da Ouvidoria da Sec. dos Direitos Humanos

Módulo Jan a Nov / 2011 Jan a Nov / 2012 % de aumento
Temático

Idoso 7160 21404 199% **LGBT** 2537 7527 197%

Pessoa com 997 2830 184% **Deficiência**

Outros 1218 2742 125% **Criança e** 75464 120344 59%

Adolescente

População em 388 489 26% **situação de rua**

Total 87764 155336 77%

Fonte: Ministério da Justiça – Boletim da Ouvidoria

Os dados acima refletem que o número da quantidade de idosos cresce no País, e esse fato se materializa pela constatação do maior crescimento percentual (199%), entre todos os módulos temáticos, um salto de 7.160 para 21.404 reclamações, no período de 2011 a 2012, acima das demandas do grupo LGBT (197%). É possível aqui outra análise mais tarde, para que se possa identificar quais os motivos reais desses números terem crescido tanto, em apenas um ano: violência doméstica, golpes financeiros de

amigos e familiares, estado de abandono, serviços de saúde pública precários etc.

1.3 A BOA FORMA FÍSICA MENTAL E FÍSICA DOS CINQUENTÕES ATUAIS.

Os “cinquentões”, “sessentões” ou os pré-aposentados dos dias atuais não lembram em nada os homens e as mulheres dos anos 80. Muitos estão em excelente forma física, capaz de fazer inveja aos próprios filhos. Esses “novos idosos” têm disposição mental, física, intelectual e financeira ainda de sobra. Muitos, a partir da percepção da qualidade de vida e do bem-estar, nessa etapa da vida, desenvolvem uma nova postura na relação familiar, na economia, no consumo e nas relações interpessoais.

Pode-se assim relacionar alguns fatores que contribuíram decisivamente com esse cenário atual:

- 1] melhoria da saúde pública;
- 2] vacinas desde a infância;
- 3] melhores condições de moradia com mais higiene;
- 4] avanço das áreas saneadas em bairros de todo Brasil;
- 5] a preocupação com nutrição;
- 6] prática de exercícios físicos como hábito;
- 7] ingestão de suplementos alimentares;
- 8] exames periódicos e de rotina;

- 9] controle de doenças crônicas, de alguns tipos de câncer e problemas do coração;

- 10] medicamentos, cosméticos e suplementos à base de componentes antioxidantes. Esses produtos estão, de fato, impactando o desempenho e influenciando assim na maior permanência no período da velhice.

Recente artigo publicado pelo *Diário de Pernambuco*¹, deu as seguintes informações, baseadas em dados do SEBRAE:

...92% das mulheres da terceira idade consomem cosméticos e 57% compram produtos de maquiagem. A pedagoga aposentada Yara de Paula Menezes Pereira, de 79 anos, gasta R\$ 300 em cremes a cada três meses para manter a pele saudável. Outros R\$ 90 são desembolsados todos os meses para retocar as unhas. A conta da beleza e da saúde inclui ainda R\$ 145 com a mensalidade da academia de ginástica e R\$ 400 em remédios e produtos de higiene pessoal. “Mamãe sempre dizia: quem não se enfeita, por si, se enjeita. Primeiro, a gente tem que gostar da gente.”

Em outro trecho desse artigo, o *Diário de Pernambuco* continua:

...Yara tem cinco filhos, oito netos e quatro bisnetos. Diz que todos os cuidados são essenciais para manter a saúde, paparicar a família e viajar pelo mundo. Quando está distante, ela usa os aplicativos do celular para trocar mensagens com os parentes. “Sou uma pessoa ativa. Faço hidroginástica, danço, além de consultar médicos regularmente. Vou ao cardiologista a cada dois meses”, conta, orgulhosa. Para o plano de saúde, são R\$ 275 por mês.

1 http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2015/01/04/internas_economia,552582/lucro-certo-no-pais-dos-idosos.shtml

Devido a todo esse conjunto de fatores, em um período de cinco décadas, a expectativa de vida do brasileiro passou de 43 para 73 anos e chegará aos 78 anos pelo ano de 2040. Toda essa conquista é diretamente fruto de pesquisas científicas nas áreas da nutrição, cardiologia, endocrinologia, cosmiatria, da fisiologia, bem como da mescla de conhecimentos da cultura milenar oriental do bem-estar com a tecnologia desenvolvida no mundo ocidental.

Sendo assim, os novos paradigmas influenciam novas atitudes na terceira idade, nos dias atuais, com as seguintes constatações: **1-) Maior tempo de vida média durante a terceira idade do que em qualquer época da história da humanidade ; 2-) O que fazer com o conhecimento acumulado que os idosos têm e dessa forma, ser repassado aos mais jovens? 3-) Quem poderá contribuir para resgatar todos esses talentos vivos da terceira idade e como executar isso?**

(Iniciativa privada, através de associações ou através políticas públicas de Estado?).

1.4 NOVOS PADRÕES E NOVOS LIMITES PARA VIVER COM QUALIDADE

Quando se começa a pensar em retirar-se da vida do trabalho, muitas vezes é tempo também de filhos saírem de casa, crescidos e independentes, para quem os têm. É tempo também para visualizar e programar novos desafios correspondentes a esse novo momento, com a visão mais aguçada da vida. Tempo da madura idade, para resgatar a vontade de investir em experiências novas, tempo para cuidar melhor da saúde e tempo para conhecer o universo empreendedor e nele entrar e se desenvolver.

Uma boa ideia é tornar-se um empreendedor social, desenvolvendo projetos de melhoria ao bem-estar humano, ao meio ambiente e aos animais, sem intenção primordial em receber algum retorno financeiro. Nesse caso, o valor recebido é apenas ter maior significância na vida social. Ou tornar

-se empreendedor por oportunidade, que visa o desenvolvimento de uma atividade profissional com a finalidade de gerar renda após estudos de viabilidade e plano de negócios.

No Brasil, o SEBRAE é a instituição que detém vasto conhecimento sobre a cultura do empreendedorismo e que há mais de 44 anos vem contribuindo na formação e capacitação na gestão de novos empreendedores. Segundo Luiz Barreto – ex-presidente do SEBRAE Nacional, empreendedorismo por oportunidade é uma “viagem” que requer preparo, estudos, humildade e visão de futuro para que qualquer empreendimento se torne maduro, perene e consiga prosperar com consistência.

Empreender por oportunidade difere do empreendedorismo por necessidade. Por oportunidade, o empreendedor estuda mais, se informa melhor sobre o mercado, gestão e inovações. Ao passo que empreender por necessidade está ligado com aquelas situações nas quais as pessoas têm de buscar uma atividade econômica de imediato para poder sobreviver, e aí vale o que for possível, e não o que foi planejado.

Nessa direção, está acontecendo uma fascinante revolução do pensamento sistêmico em relação às próprias limitações dos indivíduos nos dias atuais, bem como a infinita possibilidade de se obter mais paz e equilíbrio interior.

Há uma nova demanda, há a necessidade de um novo protagonismo, para muitos idosos sentirem-se ainda mais significantes na elaboração de suas histórias de vida. Esse novo protagonismo poderá ser no campo do empreendedorismo social ou como dono de um próprio negócio.

Segundo pesquisa com 3.500 brasileiros, do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – (IBOPE), cerca de 60% das pessoas nessa faixa de idade idosa estão muito satisfeitas com a vida que tem. A pesquisa revelou, ainda, que as pessoas nessa faixa de idade consomem em torno de US\$ 2 trilhões com turismo, comida *gourmet*,

jantares, eventos de entretenimento e ainda gostam de moda fora de um padrão customizado às suas idades no uso de roupas e acessórios.

Homens e mulheres contemporâneos, em fase de aposentadoria, vestem roupas de grifes que cabem às pessoas mais jovens, tomam suplementos nutricionais, fazem atividades esportivas e empreendem mais. No Brasil, as pessoas entre 55 a 65 anos representam 8,8% dos empreendedores, segundo dados do SEBRAE. É um número de destaque e tomara que esse livro possa contribuir com o aumento desse número.

O Quadro-02, a seguir, mostra como os pré-aposentados brasileiros mudaram entre o ano de 2003 e 2012, mostrando o percentual da satisfação e da alegria com o protagonismo e com as coisas da vida de pessoas com mais de 50 anos. Poderíamos também denominar esse quadro como o Painel da Nova Significância para “cinquentões, sessentões e setentões”.

QUADRO 02 : Grau de significância e prazer com as coisas da vida

| | O TRABALHO Em 2003 | Em 2012 |
|--|--------------------|---------|
| Trabalha ainda | 65,4% | 72,9% |
| Quantidade de horas – 30 horas ou mais de trabalho | 54,3% | 62,1% |

| | Não trabalha | 27,3% | 34,6% | O QUE PENSAM DE FINANÇAS Em 2003 | Em 2012 |
|---------------------------------------|--------------|-------|------------------|----------------------------------|---------|
| Situação financeira atual está melhor | 21,1% | 46,8% | que 1 ano atrás. | | |

| | O QUE ACHAM DA VIDA Em 2003 | Em 2012 |
|-----------------------------------|-----------------------------|---------|
| Ter tempo é mais importante que | 49,6% | 77% |
| ganhar dinheiro | | |
| Eu gastaria tudo que tenho para | 22,6% | 39,3% |
| parecer mais jovem. | | |
| Eu estou muito satisfeito com meu | 55,7% | 60,7% |
| estilo de vida | | |

Adaptado dos dados do IBGE

Portanto, diante de todo esse cenário, para as pessoas em fase de aposentadoria nos dias atuais, uma certeza é clara: todos terão mais tempo na fase mais disponível da vida. Porém aposentar-se não significa mais apenas jogar dominó na praça, levar netos para escola ou viver pensando sobre algo da juventude e seus momentos inesquecíveis.

Ainda, a partir dos dados do IBGE e da UFRJ, afirma-se que existe no Brasil uma melhoria da qualidade de vida, há mais assistência médica e remédios, a alimentação está melhor, e as pessoas fazem mais atividades físicas. Isso contribui para uma população mais idosa e sadia.

1.5 A TRILHA PARA TORNAR-SE EMPREENDEDOR

Quando se trata de tomar decisões para poder entrar no mundo dos negócios, cada pessoa tem seu jeito próprio de executar tal processo. Umas se utilizam de pouca informação do ambiente externo ou dos referenciais sobre mercado, concorrentes, clientes, possibilidades de entrantes cada vez mais aportarem em um determinado segmento, nível de tecnologia e níveis de investimento, mas seguem em frente e tomam uma direção com muita criatividade, poder de realização e iniciativa.

Outras preferem prospectar o máximo de dados que, organizados, se transformam em informações, as quais podem realmente virar conhecimento e servir de atalho no caminho para o sucesso e permitir maior grau de acerto nas decisões.

Entretanto, antes de decidir qual negócio iniciar, é necessária uma reflexão sobre habilidades pessoais, uma autoavaliação sobre seu perfil empreendedor e onde buscar conhecimento para transformar as oportunidades enxergadas em projetos viáveis e realizáveis.

Como mostra a Figura-01, a seguir, sobre a trilha do caminho empreendedor, vamos sugerir e conversar sobre empreendedorismo adotando estas etapas:

- 1] sugestões sobre conjunto de habilidades pessoais e profissionais para empreendedores;
- 2] reflexões pré-empreendedoras;
- 3] como autoavaliar meu perfil empreendedor;
- 4] como buscar conhecimentos.

FIGURA 01: **Trilha para se tornar um empreendedor social ou econômico**

4

Busca de conhecimentos

3

**Reflexões
pré-empreendedoras: tarefas antes de tomar
a decisão**

2

Como autoavaliar meu perfil empreendedor?

1

**Habilidades pessoais e profissionais a
serem desenvolvidas para novos
empreendedores**

Fonte: construção própria.

Apresentamos na página a seguir as definições de algumas das várias habilidades que um empreendedor deve demonstrar no seu comportamento, servindo como balizamento de alguns perfis necessários. Quanto aos tópicos 2, 3, veremos no capítulo-3. Enquanto que a busca de conhecimentos deve ser base nutritiva para qualquer tipo de empreendimento para haja poucos erros e maior perenidade de uma nova empresa. Algumas instituições funcionam como “apoiadores” dos novos empreendedores, as quais relacionamos: SEBRAE, SENAC, (Serviço Nacional de Apoio ao Comércio), SENAI (Serviço Nacional de apoio à Indústria), SEST/SENAT (Serviço Social do Transporte (SEST) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SENAT)), universidades, secretarias de desenvolvimento econômico de prefeituras e estados, federações do comércio, indústria e agricultura, associações e sindicatos dos empresários nas respectivas atividades, dentre outras.

Especificamente, o SEBRAE tem suas ações voltadas à preparação e ao desenvolvimento do candidato a empresário e aos atuais empresários, tanto os microempreendedores individuais quanto aos microempresários e os gestores das empresas de pequeno porte. No capítulo-3, definiremos melhor como se estrutura uma empresa com perfil de microempreendedor individual, microempresas e empresas de pequeno porte.

O SEBRAE, desde 1972, oferece cursos, palestras, consultorias e desenvolve projetos de melhoria na gestão financeira, na área de pessoal, do planejamento estratégico, das vendas e do atendimento aos clientes, além de trabalhar aspectos da inovação, competitividade, qualidade e tecnologia dos pequenos negócios em mais de 200 escritórios em todo Brasil durante todo o ano.

No Anexo-01, ao final do livro, disponibilizamos alguns contatos dos diversos escritórios do SEBRAE e, no Anexo-

02, alguns contatos de organizações que apoiam a cultura do empreendedorismo. Ainda com o SEBRAE, é possível manter contato pelo www.sebrae.com.br e localizar o escritório mais perto de você.

1.5.1 Habilidades sociais e profissionais

Na “trilha para se tornar um empreendedor”, conforme Figura-01, as habilidades são sete:

1.5.1.1 Proatividade:

É capacidade individual de fazer algo que ninguém mandou ou pediu. É a ação autônoma, algumas vezes altruísta na direção de elaborar a resolução de um problema ou de criar antecipadamente uma alternativa de solução, por livre e espontânea decisão pessoal. Quando se empreende, iniciativa é um dos pilares na boa gestão de qualquer negócio, a todo instante o empreendedor tem de decidir novas ações a serem realizadas.

1.5.1.2 Poder de realização:

Quando se é empregado, deve-se obedecer muitas regras e decisões, requisitos de políticas internas das organizações. Ou seja, o poder de realização é delimitado sob a tutela dessas regras. Pessoas que trazem consigo um traço de personalidade com alto poder de realização têm perfil característico para comandar devido ao seu poder de execução e qualquer limite tende a não ser um grande obstáculo.

1.5.1.3 Criatividade:

Quando se exerce atividades empreendedoras, uma habilidade natural, também bastante valorizada, é a capacidade de abstrair e analisar cenários do mercado, perceber os desejos e necessidades dos clientes, criar soluções, produtos e serviços que encaixem nas expectativas dos clientes ou mesmo as superem. Tomemos

como exemplo o alto padrão de toda inteligência e tecnologia embarcada nos *smartphones* e a possibilidade do uso de diversos aplicativos facilitando o dia a dia das pessoas, citando, como exemplo, o aplicativo Táxi Fácil, com o qual o cliente identifica na região o táxi mais próximo, a qualquer hora e em qualquer endereço em que possa estar o cliente. Outro exemplo de criatividade nos telefones celulares (que também ainda fazem ligação) é o uso da rede social *Whatsapp*, pelo qual os usuários não pagam um centavo e nem sequer sabiam que isso era possível há dois anos atrás. Quase nenhuma pessoa imaginava que precisava tanto dessas facilidades.

1.5.1.4 Pensar e agir com ética:

Comportamentos desonestos, ilegais e fora dos padrões esperados violam leis, padrões e a confiabilidade nas pessoas. Confiabilidade é um dos maiores patrimônios pessoais para qualquer pessoa e para as organizações. Passa-se uma vida construindo uma imagem de excelência, parceria, amizade e qualidade, mas basta uma pequena situação que ponha em risco o conceito ético, e tudo construído com a imagem poderá vir a ruir. Quando se empreende, somos obrigados a construir redes de relacionamentos com fornecedores, clientes, associações de classe de empresários, CDLs, colaboradores, imprensa e a sociedade em geral. Portanto, é de extrema importância uma posição absolutamente ética em todos os momentos da atividade empreendedora.

1.5.1.5 Reconhecer, aceitar e cuidar em melhorar as imperfeições sem se estressar:

É grande a chance de frustração, se uma pessoa achar que tem de ser bom em tudo. Vai sempre existir um conjunto de certas habilidades que precisarão ser melhoradas. Imperfeições fazem parte de todos os indivíduos. O

importante é tentar sempre atingir metas e fazer melhor, mas, se não der, “relaaaaaxe”, e aprenda a lição, sem sofrer tanto assim. Não vale a pena viver e trabalhar de forma estressada o tempo todo. A vida não é só trabalho. A vida é família, lazer, qualidade de vida, amigos, ajudar a comunidade, ser voluntário, praticar esportes etc. Trabalho tem de ser alegria.

1.5.1.6 Viver no presente e a realizar tudo melhor

Quando temos 15 anos, sonhamos com a hora de fazer 18, poder dirigir um carro e sair sozinho pelo mundo. Quando temos 18 anos, sonhamos ter um bom emprego ou mesmo já ser empreendedor. Quando temos 35 anos, queremos uma bela família. Alguns podem ter a mania de falar a seguinte expressão: “... *no meu tempo*”. Ou comentamos o que ocorreu conosco no passado com certa melancolia e saudade. Por que não aprendemos a dosar sonhos, expectativas e realizações? Por que temos uma tendência ao saudosismo?

A Universidade de Sorbonne, Paris, realizou, nos anos 90, pesquisa sobre a vontade e motivação das pessoas perante suas rotinas. Ficou constatado que das 24 horas de um dia, a amostra de pessoas pesquisadas confessou que passa 70% do dia, algo em torno de 17 horas, presa a fatos e experiências do passado, com sentimentos de culpa ou saudosismo, perdendo o gosto pela vida. Nessa mesma amostra populacional, as pessoas declararam que ficam pensando no futuro 20% do tempo vivido, ou algo em torno de 5 horas de um único dia, com sentimento de incompetência para lidar com a realidade que se apresentará com muitas mudanças, transformações tecnológicas, profissionais, econômicas e dos costumes sociais. E, pasmem, nessa mesma pesquisa da famosa Sorbonne, apenas 5%, ou 1 hora e 20 minutos, de todo um dia das pessoas é que são plenamente vivenciados no aqui

e agora. Os gregos, na antiga Grécia, afirmavam que não existe o passado, não existe o futuro, o que existe é o momento presente.

Empreender significa também romper com esse tal saudosismo do passado, fazer um plano de negócios para o futuro e agir no aqui e agora com toda a coragem e foco, pois, de qualquer forma, o tempo e todas as oportunidades passam. Aliás, com o passado temos de aprender com as experiências para melhorar e para evitar novos erros. Então, prepare-se novamente!

1.5.1.7 Assumir responsabilidade e agir na curva de sigmoide:

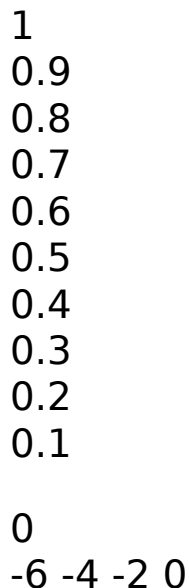
Cada vez mais as pessoas querem trabalhar menos e ganhar mais dinheiro, ter mais tempo para família – cônjuge, filhos, netos, pais e parentes idosos – lazer, cuidar da saúde, fazer ginástica, viajar etc.

Segundo o renomado consultor e cientista do comportamento, *Vroom*, as pessoas tendem a se dedicar apenas ao que gostam, colocando como prioridade de ação durante o dia a dia.

Porém, essa lógica é impossível para quem quer empreender, ao menos no início ou na chamada fase de abertura e consolidação de mercado. No Gráfico-02, a seguir, reproduzimos a curva de sigmoide consolidada no meio acadêmico e também conhecida como curva “S”, onde é possível verificar que em todo início de um projeto pessoal, empresarial ou na realização de qualquer sonho, há de se ter muito esforço e concentração na largada, assim como um foguete que gasta todo combustível para sair do alcance da gravidade e alcançar o espaço, onde não precisa mais de esforço e apenas administra a inércia da velocidade alcançada. Outros definem essa curva como a Linha do Tempo da vida das pessoas.

GRÁFICO 02: **Da Curva “S” ou Sigmoide em projetos empreendedores**

Fase de maturação em torno de 2 a 5 anos. Execução do plano de negócio.



Início do empreendimento, quando os esforços são enormes: decisão de abrir um negócio; valores e tempo a investir, conhecimentos a adquirir, plano de ação a executar etc.

2 4 6

O Gráfico-02, em formato de um “S”, tanto serve para demonstrar o que acontece com um negócio em fase inicial quanto a um relacionamento pessoal e profissional, nos quais há um início de muitos esforços para sair da inércia e fazer acontecer, para em seguida atingir o ápice do desempenho ou chegar na etapa de maturação empresarial. A seguir desenvolva um exercício que poderá contribuir com a sua capacidade de desempenho nas atividades que realizar daqui para frente.

EXERCÍCIO 1: **Linha do tempo**

Este exercício tem o objetivo de elaborar um breve levantamento de importantes conquistas que você obteve em diferentes etapas da vida. Podem ser relacionadas a quaisquer tipos de conquistas, como, por exemplo: aos 10 anos tirei boas notas e ganhei uma bicicleta; aos 15 anos ganhei disputa de natação nos jogos escolares; aos 20 recebi certificação na língua inglesa; aos 30 obtive meu título de mestre pela Universidade Federal. Podem ser tantos quanto quiser no campo pessoal e profissional.

a] Preencha quadro abaixo. Ao longo de sua vida, quais foram suas memoráveis conquistas pessoais e profissionais na linha do tempo. Não menospreze nenhuma. Considere todas que o fizeram se sentir significativo.

FASES DE SUA VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL RELACIONAR SUAS CONQUISTAS MAIS RELEVANTES

ATE 10

ANOS DE IDADE ATÉ 20

ANOS DE IDADE

ATÉ 30

ANOS DE IDADE

ATÉ 40

ANOS DE IDADE

ATÉ 50

ANOS DE IDADE

ATÉ 60 ANOS DE IDADE

b] Conquistas como essas podem se repetir? Como?

c] Você recebeu apoio para essas conquistas ou conseguiu tudo sozinho(a)?

d] Quais seus talentos, suas habilidades que poderão lhe ajudar na criação de uma empresa ou negócio, bem como desenvolvê-lo?

e] Quais suas carências, em que você se acha ainda incapaz no campo pessoal e profissional que possa interferir para abrir um negócio?

Obs.: *Pessoas costumam ficar na área de conforto devido a MEDOS: medo de errar, medo de não sair perfeito, medo de fazer planos, medo de ousar um outro modo de viver a vida, medo de falhar, medo de perder dinheiro, medo de fracassar, medo de correr riscos, medo de assumir novos compromissos... medo, medo, medo!*

f] O que pretende e pode fazer hoje para superar esses problemas e transformá-los em desafios a serem vencidos?

EXERCÍCIO 2: **Como você está nestes limites? Dê uma Nota de 0 a 10 para cada área de sua vida descrita nessa “pizza da vida” a seguir.**

PIZZA DA VIDA

MENTAL SOCIAL

AMIGOS ESPIRITUAL

FINANÇAS SAÚDE

CARREIRA FAMÍLIA

ÁREAS DEFINIÇÃO NOTA

Momento em que você passa consigo próprio, um hobby,

MENTAL

relaxando ou contemplando coisas comuns simples da vida: plantas, bichos, crianças etc.

Momentos que passa em serviços

SOCIAL para comunidade, vizinhança, ou em projetos sociais.

ESPIRITUAL
SAÚDE
FAMÍLIA
CARREIRA
FINANÇAS
AMIGOS

Momentos orando ou servindo a força suprema

Momentos em que você passa cuidando da alimentação,
dos

bons hábitos de saúde e atividade física.

Momentos em convívio, apoiando, ajudando,
participando e fortalecendo laços com familiares e
parentes.

Tempo investido em se desenvolver ainda mais em alguma
área

e conhecer sobre empreendedorismo.

O controle de suas contas, a satisfação com sua
remuneração ou ganhos com outras receitas pessoais.

Sua dedicação em cultivar amizades velhas e novas,
investindo em laços sociais.

*Após dar as notas às áreas de sua vida, você poderá refletir
sobre quais as notas e áreas que mais desagradaram você,
e aí sugerimos que elabore um plano de ação pessoal -
PAP, que se encontra na página 59, no Quadro-03.*

Nietzsche, filósofo alemão, também afirmou que nenhum
vencedor acredita no acaso. Segundo Carl Jung, renomado
psiquiatra suíço, o qual fundou a psicologia analítica no
século XX, escreveu sobre a não existência de

coincidências aleatórias, mas que os fatos acontecem de forma sincrônica por estarem situados no inconsciente de muitas pessoas como desejos e objetivos ardentes e semelhantes, e que encontram “válvula” de canalização, capazes mobilizar muitas pessoas em uma só direção.

Sincronicidade é o conceito desenvolvido por Carl para definir acontecimentos que se relacionam, não por relação causal, e sim por relação de significado.

Dessa forma, é necessário que consideremos os eventos sincrônicos não relacionados com o princípio da causalidade, mas por terem um significado igual ou semelhante, acontecendo em muitos lugares e na mente de muitas pessoas ao mesmo tempo, potencializando a força da realização. A sincronicidade é também referida por Jung como a **“coincidência significativa”**.

DÚVIDA-5: O QUE TEM A VER OS CONCEITOS DESENVOLVIDOS POR CARL JUNG COM FATO DE EMPREENDER APÓS APOSENTADORIA?

Quando alguém resolve mudar de profissão, ou está na direção da aposentadoria e deseja continuar desenvolvendo uma atividade profissional, mas encontra-se cheio de dúvidas e de repente, não mais de que de repente, essa pessoa “acha” um livro sobre como se aposentar e empreender ou descobre que irá acontecer uma palestra sobre mudanças na atividade profissional, isso se chama sincronicidade.

Aparentemente, é sorte! Todavia não é sorte alcançar o ápice na curva de sigmoide e chegar aos resultados financeiros, econômicos ou comerciais desejados. É sim uma mobilização do corpo e da mente. O resultado esperado acontece não por sorte, mas segundo Jung, ocorre pelo simples fato de um indivíduo poder mudar sua forma de pensar, e, em seguida, também mudar a sua

forma de sentir, desejar e de agir no ambiente na direção dos objetivos de forma inconsciente e consistentemente a todo instante.

Em síntese, relacionamos as ideias de José Antônio Rosa, 1995, na sua obra *Destino Pessoal e a Curva "S"*, fortalecendo a tese de que, para as ideias acontecerem, é preciso antes desejar fortemente e depois agir focado. Rosa faz as seguintes afirmativas:

1] Escreva uma história bonita: enxergue sua vida com positividade e entusiasmo, assim como sua mudança rumo ao empreendedorismo.

2] Esvazie sua mente dos efeitos danosos do fracasso, pois eles destroem a coragem, a vontade e seu espírito de guerreiro.

3] Preserve as suas memórias de vitórias em sua mente, pois elas trazem motivação, prazer, alegria de viver e sentimentos positivos.

4] Perdoe-se por não ter ido mais a frente. Não se espelhe apenas nos outros que obtiveram “conquistas” de forma mais rápida. Cada pessoa tem um ritmo próprio e conhecimentos distintos que ajudarão a acelerar a conquista da meta.

Pense a partir do aqui e agora, aceite seus sonhos e corra atrás, pois o problema e a escolha de solucioná-los sempre serão seus.

ATENÇÃO: Não espere pelos outros, mas aceite ajuda legítima e legal de quem vier. Ao mesmo tempo, faça sua parte. Afinal de contas, se você não acreditar em você, quem vai acreditar?

1.6 CRIANDO SEU PLANO DE AÇÃO PARA EMPREENDER

Segundo o famoso escritor americano Napoleon Hill, para que alguém fique alerta e sempre em busca de oportunidades para ganhar dinheiro ou executar um projeto social que retire meninos da condição de risco social, por exemplo, ou defenda as ararinhas-azuis na região da caatinga do Nordeste brasileiro ou lutar pela proteção do banco de corais da Austrália, o primeiro passo é determinar PROPÓSITOS para sua vida.

Propósitos são a alma, o combustível, o núcleo central de toda motivação humana. Propósitos são as principais razões, o fator que faz trepidar a inércia e o imobilismo das pessoas que têm a semente do empreendedorismo carregadas nas suas almas, corações e mentes.

Poucos empreendedores abrem um negócio pensando apenas em ganhar dinheiro ou apenas estar como voluntário em ações para proteção do meio ambiente ou pelo social. No âmago das decisões e das ações, em todas as histórias de conquista da civilização humana, existe um “porque” muito forte suportando a luta do dia a dia.

Estar imbuído de fortes propósitos que dão sentido à vida é ficar atento e enxergar oportunidades depressa e também ver as falhas que os concorrentes cometem nos seus negócios.

Como afirma a Organização das Nações Unidas – ONU, o empreendedor é alguém que enxerga oportunidades “em tudo”.

Todavia, só é possível se tornar um “descobridor” de oportunidades se na alma da pessoa houver fortes propósitos que o tornem inconformado, no bom sentido, para tomar boas decisões e seguir numa boa direção.

Nos meus seminários e workshops sobre Plano de Ação Pessoal e Profissional, elaboramos com os participantes o Plano de Ação – RPA – Resultados, Propósitos e Ação, conforme o Quadro-03, a seguir:

1.6.1 Pré-requisitos para elaborar o seu R.P.A.

R - DEFININDO OS R ESULTADOS:

Defina **o que** quer no curto prazo. (curto prazo é até 2 anos, médio prazo até 5 anos e a longo prazo, a partir de 6 anos acima.)

P- DEFININDO os P ROPÓSITOS:

Depois que definir as metas e resultados a alcançar, defina o **por quê** de você querer alcançar essa meta, qual a razão que lhe impulsionará para o objetivo? Pense que diferença faria na sua vida se você não conseguisse alcançar a meta estipulada. Qual seria a importância para a qualidade de vida da sua família e para a sua autoestima se a meta for batida?

1.6.2 Definindo o por quê.

A importância da necessidade de alcançar a meta e as consequências de não se alcançar a meta.

A - DEFININDO A ÇÕES PARA ATINGIR AS METAS: Se você definiu o que quer (as metas) e por que quer (propósito), é preciso agora definir qual a **ação** necessária para chegar aos objetivos e metas. É a tática para alcançar os resultados.

1.6.3 Definindo uma data, um prazo para atingir a meta:

Já sabe o que quer, por que quer e como chegar lá, agora é assumir um compromisso com a data. **Defina a data** para iniciar ou alcançar a meta, mas coloque uma data e

prometa a si mesmo que a tal meta será alcançada até aquela data.

LEMBRETE:

» **A racionalidade** define o resultado a alcançar. É o “**QUÊ**”, o **RESULTADO** (a meta ou o objetivo a serem alcançados).

» **A emoção** dá o combustível para você lutar e perseverar em busca da meta. É o **PROPÓSITO**. Se você não colocar propósitos muito fortes, qualquer pequeno obstáculo o fará desistir, achar que não dá e assim passar por mais uma frustração na vida.

1.7 A CONSCIÊNCIA DAS AÇÕES PRÉ EMPREENDEDORAS (ALGUMAS REFLEXÕES)

Antes de deixar o emprego e partir para a nova jornada como empreendedor, dê uma olhada na seguinte lista de ações que você precisará praticar e as persiga ou trabalhe para se aprimorar nelas, enquanto estiver ainda trabalhando:

1] Fazer a autoavaliação do próprio grau do perfil empreendedor que você possui. No capítulo-3, você encontrará o questionário da autoavaliação para identificar quanto de perfil empreendedor você tem neste exato período de sua vida.

2] Vislumbrar se seu grau de perfil empreendedor é suficientemente apropriado para o tipo de negócio que você deseja empreender – *pessoas certas na atividade empreendedora mais próxima do seu perfil pessoal e profissional*. Esclarecendo melhor esse ponto: é muito importante que, se alguém tem o perfil empreendedor para trabalhar com restaurante, que seja consciente dessa vocação, e não parta para abrir uma loja de roupa

feminina, só porque tem um bom ou melhor retorno financeiro.

3] Gostar e sentir-se apaixonado pelo que faz é essencial para o sucesso empreendedor, bem como para sua perenidade.

4] Pesquisar e decidir, quem sabe, sobre profissões empreendedoras que se enquadrem no seu perfil e que não necessitem de grande investimento para iniciar ou tocar o negócio, tais quais: **corretor de imóveis, de seguros, representantes comerciais, professor, instrutor, consultor, treinador (coaching) etc .**

5] Projetar como será o regime de emprego no futuro e a quantidade de funcionários.

6] Consultar contadores ou entidades como SEBRAE para definir a estrutura organizacional mais apropriada. 7] Verificar com um advogado ou especialista para discutir sobre logomarca, direitos autorais, marca registrada etc.

8] Elaborar um plano de negócio na fase de pré-aposentadoria para elaborar projeção de fluxo de caixa, capital de giro, receitas, despesas e ponto de equilíbrio das despesas *versus* as receitas. No Anexo-1, apresentamos um modelo de plano de negócios para um restaurante do tipo *self-service*.

9] Fazer pesquisa de mercado e elaborar lista de clientes -alvos (fixar e determinar qual tipo de cliente: faixa social, etária, religião, localização geográfica, prática de *hobby*, dentre outras modalidades de segmentação).

Observação: Para tornar-se corretor de imóveis, deve-se procurar o Conselho Regional de Corretor de Imóveis; para tornar-se corretor de seguros, deve-se procurar a FUNENSEG – Fundação do Ensino de Seguros; se quiser se

tornar representante comercial, contatar o CORE – Conselho Regional de Representantes Comerciais.

O SEBRAE também capacita empreendedores para realizarem pesquisa de mercado e desenvolverem o plano de negócio. A partir desse momento, você inicia um caminho rumo ao empreendedorismo. Reinventar-se, começar do zero, estudar, se preparar é o que você precisará para lograr novas conquistas neste novo período de sua vida.

1.8 VISÃO DA EXPERIÊNCIA NORTE-AMERICANA SOBRE PESSOAS ACIMA DE 50 ANOS.

(breve relato da minha experiência pessoal e participação como voluntário no maior congresso de aposentados e pessoas acima dos 50 anos do mundo: conferência LIFE@50+, realizada em Miami nos dias 13 a 16 de maio de 2015).

FIGURA 02: **Fotos do LIFE 50+ - Congresso da AARP em Miami Beach - maio de 2015**









Estive em Miami, no período entre 12 e 16 de maio de 2015, como voluntário no principal evento anual da AARP – American Association for Retired People – (Assoc. Americana para Pessoas Aposentadas), e posso afirmar que foi uma das mais interessantes experiências da minha vida. Em primeiro lugar, por participar de um evento para pessoas idosas, fato esse nunca imaginado por mim, antes de começar a escrever este livro. Em segundo, pelo fato de servir como voluntário, obedecendo ordens de chefes em outro país, cumprir horários e tarefas, trabalhando e ajudando pessoas acima de 50 anos em um tipo de evento tão diferente para mim.

Os objetivos ao participar do **LIFE@50+** eram quatro: 1-) entender como funciona a AARP e a comunidade que mantém essa associação por dentro; 2-) descobrir como se dá a busca por qualidade de vida, manutenção da saúde e lazer; 3-) entender qual o ritmo de inserção dos idosos no mundo digital dos computadores e *smartphones* no país mais rico e desenvolvido de todos; 4-) bem como saber como esses “*baby boomers*”, que são as pessoas nascidas

na primeira metade da década de 60 para trás, se veem como potenciais empreendedores, como enxergam sua vida financeira e as oportunidades de negócios. Foi absolutamente incrível.

A seguir, farei um relato do que presenciei na intenção de divulgar como a AARP rege os temas-eixos na elaboração anual das suas ações e eventos e como esses americanos (dos Estados Unidos) encaram o processo da transição nessa etapa da vida e o início da vivência de um novo processo na idade acima de 50 anos.

1.8.1 O bom de ser voluntário em eventos como esses

Vale explicar que a minha inscrição como voluntário foi realizada direto no *hot-site*, da AARP², voltado especificamente para o evento **LIFE@50+** de 2015 realizado no Miami Beach Convention Center.

O norte-americano tem tradicional cultura do voluntariado arraigado em todas as classes sociais, nas mais diversas áreas de atividades profissionais no país.

O voluntariado é uma prática na vida e no cotidiano da sociedade americana, uma consequência do modelo mental que surgiu no momento da colonização do país, onde os não católicos irlandeses, um dos primeiros colonizadores, saíram em fuga do seu país, devido à perseguição da Igreja Católica. Dessa forma, esses primeiros cidadãos americanos, imigrantes, se serviram da solidariedade e do voluntariado para poder criar uma nova morada na região de Boston e New York, onde chegaram os primeiros colonizadores no século XVI.

Portanto, uma dica importante para quem quer ir a eventos tais como congressos e feiras profissionais, um bom

caminho para baratear os custos da viagem é se inscrever como voluntário, e aí o evento fica praticamente de graça,

2 www.aarp.org/life50@+

dando direito a treinamentos, uniformes, material de apoio, refeição e o principal: a experiência de contribuir, de nos sentirmos significantes, mesmo bem longe de casa em um evento tão importante no contexto mundial.

1.8.2 Dados sobre o evento

1.8.2.1 Registro no evento

Realizamos a inscrição no mês de fevereiro de 2015, e, em menos de uma semana, recebemos as credenciais de voluntário. No mesmo *e-mail* que recebi minhas credenciais, veio o primeiro *Boletim dos Voluntários* (*Volunteer News*), com o objetivo de informar sobre os papéis de cada voluntário, tirar dúvidas sobre as atividades a serem desenvolvidas dentro do evento e instigar a disciplina, o foco na dimensão do servir outros. A cada mês recebemos um boletim do evento como este, conforme Figura-03 abaixo.

FIGURA 03: ***Volunteer News*** do evento “LIFE@50+”





1.8.2.2 Papéis da AARP e o temário dos pavilhões no congresso

A **AARP**, que foi fundada em 1958 por Ethel Percy Andrus, hoje possui mais de 37 milhões de associados em todo Estados Unidos e tem como lema há mais de 55 anos a seguinte epígrafe: ***servir aos outros é um elixir para a vida***.

Todos os dias, no Estado da Flórida, há mais de 4.000 voluntários dedicados às ações de responsabilidade social da Fundação AARP, ajudando pessoas com dificuldades financeiras a reestruturar orçamentos familiares, a terem mais qualidade de vida em termos de moradia, doenças crônicas, alimentação, medicamentos ou simplesmente servir como companhia em muitos lares desfavorecidos dessas condições básicas de vida.

Veja, na Figura-04, a mobilização dentro do próprio congresso da AARP, a execução da preparação de cestas de alimentação para doação em comunidades carentes da Florida nos dias do evento.

FIGURA 04: Voluntários preparando cestas de alimentação





A **AARP** ainda afirma que pessoas com mais de 50 anos que empreendem no social ajudando outros têm o seguinte significado para a sociedade: *“dar de volta às comunidades fortalece a visão dos americanos mais velhos como um exército de cidadãos úteis à sociedade”*.

Portanto, nesse evento denominado de **“LIFE@50+”**, pude fazer constatações do quanto empreendedor, comunitário e associativo é o americano no trato com a busca da melhor condição de vida possível para quem tem mais de 50 anos.

Os pavilhões, assim estavam assim distribuídos:

» **PAVILHÃO-1: DA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO**

Na Figura-05, é possível visualizar uma aula de como usar o *smartphone* e seus principais aplicativos em espaço dentro do próprio pavilhão. Pela grade de programação do tema

Tecnologia e Inovação , foi possível perceber a postura de alerta e de preocupação com toda mudança rápida na tecnologia para o dia a dia das pessoas com mais de 50 anos.

FIGURA 05: **Pavilhão da tecnologia - curso para uso de Smartphones e Aplicativos**



A programação na área de tecnologia foi bastante focada no tema *Conectividade para Melhoria da Qualidade de Vida*, tratando como uma necessidade para melhorar o contato com a família, com amigos, realizar serviços financeiros,

participar e incentivar pessoas em serviços comunitários, como também indicar direções em educação profissional, pessoal, viagens e entretenimento. Foram mais de 45 *workshops* e palestras em três dias. Esse pavilhão não só teve temas especificamente voltados ao uso de aparelhos como *tablets*, *laptops* e seus programas, como jogos (games), redes sociais etc. com a finalidade de melhorar a qualidade de vida e o protagonismo do idoso. Aconteceu também a palestra do renomado físico – Phd Michio Kaku, falando sobre como a tecnologia pode ajudar na saúde do cérebro das pessoas, bem como uma palestra *on-line* do professor Jeffrey Cole – Phd da Universidade de Southern California, dando dicas do que virá por aí para facilitar a vida das pessoas de todas as idades nos próximos anos.

» **PAVILHÃO 2: DA SAÚDE E BEM-ESTAR (Health e Wellness)**

O foco desse pavilhão foi tratar de três diretrizes: 1) o melhor uso do orçamento das famílias com serviços médicos privados e medicamentos; 2) o acesso a serviços de saúde que todos irão precisar; 3) ações em busca da recuperação, manutenção e aprimoramento da forma física.

Enfim, esse pavilhão resumiu a busca equilibrada e adequada por saúde como a prática de exercícios e a promoção da dieta mediterrânea baseada em peixes, azeite de oliva e vinho, um contraponto muito grande à cultura de uma geração que passou a vida comendo ovos, *bacon*, *beagles*, *donuts* e refrigerantes.

A Figura-06 mostra fotos de Ernestine Shepperd, 80 anos, a fisioculturista mais idosa, registrada no *Guinness Book*. Inacreditável a forma física e o seu poder de entreter e falar seus segredos, metas e propósitos. Estive em sua palestra na quinta-feira dia 14, e em uma sessão de *fitness* no dia 15, bem cedinho às 07h00 da manhã. A partir

desses dois momentos, mudei meu conceito de busca por uma melhor saúde, fazendo-me replanejar as minhas prioridades e hábitos em prol da saúde no aqui e agora.

Ernestine começou sua vida como atleta aos 56 anos em 1992 quando pesava em torno de 90 quilos. O ano de 1992 foi marcante pela morte por aneurisma de sua irmã mais velha, fato que a impulsionou a alcançar seus objetivos com metas, propósitos, métodos e datas. Hoje ela pesa 58 quilos e é um símbolo dessas reais possibilidades nas mãos de qualquer pessoa que não tenham impedimentos físicos severos, provando que é possível atingir um novo padrão de saúde. E a mensagem final é: nós podemos!

Outros assuntos tratados com muito destaque foram as dicas de prevenções e tratamentos referentes à perda de audição, memória, contusões dentro de casa e a participação da família como acompanhante dos parentes mais idosos e que moram sozinhos. Nesse pavilhão, patrocinado por empresas de seguro de saúde e vida, resgate e socorro 24 horas e por empresas de assessoria e consultoria em melhoria da saúde e da forma física.

FIGURA 06: **Ernestine Shepperd, 80 anos e sua aula de fitness (e Sílvia Broxado)**





» **PAVILHÃO-3:**

DINHEIRO, TRABALHO E EMPREENDEDORISMO

Esse pavilhão teve como pilar a palavra “transição”. O que fazer com dinheiro, onde investir, em que se ocupar e como se reinventar para voltar a uma antiga carreira ou iniciar uma nova. Empresas como *Linked In*, *Facebook*, *Life Reimagined* e a própria área de empregabilidade da AARP ofereceram palestras e oficinas para “replanejar carreiras” e promover o empreendedorismo como saída para manutenção do padrão de renda familiar após os 50 anos. A AARP também promoveu um feirão virtual de oportunidades para novos empregos e franquias³, oferecendo recrutamento para trabalho em lojas e *shoppings*, além de oportunidades em instituições de ensino.

Instituições financeiras como *Chase Bank*, a gigante de seguros como *Hartford*, também ofereceram palestras sobre gestão financeira e orçamento familiar, lançaram produtos criados especificamente para o evento da AARP, tais como: seguro de vida, seguro de automóvel, seguro saúde, seguro residencial atrelado à **assistência 24 horas com primeiros socorros para pessoas idosas**, cartão de crédito com descontos de 3% em restaurantes, postos de gasolina e devolução de 1% em dinheiro para todas outras despesas.

Por fim, o que mais impressionou nessa minha participação no Congresso LIFE@50+ foi a elevada independência e autonomia tanto da AARP quanto dos cidadãos participantes, associados e engajados “nesse movimento social”, demonstrando elevada autoestima, motivação e o engajamento das pessoas com mais de 50 anos, traduzindo-se numa manifestação genuína do liberalismo da sociedade organizada norte americana, que faz acontecer de forma massiva e empreendedora, quando quer, sem esperar pelas autoridades governamentais.

E todo sucesso é alcançado porque o povo é visionário, associativista e proativo. Estamos muito distantes de tudo isso aqui Brasil. Não existe uma entidade que congregue aposentados ou pessoas acima de 50 anos com ações efetivas para seus associados. Não existe qualquer instituição oferecendo um cronograma de atividades que elucide e promova temas voltados à saúde e bem-estar, dinheiro, emprego, empreendedorismo, lazer etc. Desconheço parcerias comerciais e financeiras com bancos, agências de turismo, imobiliárias, seguradoras, restaurantes, etc. em prol dos aposentados.

3 Que se realizou no endereço www.aarp.org/VirtualCareerfair

Enfim, não há qualquer programação em nível nacional para realçar a missão, valores e visão de futuro sequer parecidos com as que a AARP desenvolve nos Estados Unidos e que vivenciei nesses dias no LIFE@50+, bem como durante o restante do ano.

1.9 VISÃO DA REALIDADE DE PORTUGAL PARA AS PESSOAS IDOSAS

(Texto de Gleide Direito, psicóloga e mestre em Gerontologia Social, brasileira, residente em Portugal há 20 anos).

1.9.1 A realidade do envelhecimento em Portugal

Até a década de 1960, a demografia em Portugal caracterizou-se, de um modo geral, pelos valores tradicionais enraizados na sociedade, com destaque para o casamento. Esse fato provocava um elevado número de núpcias, resultando, conseqüentemente, em alto índice de fecundidade.

Nesse período, a população portuguesa registrava um grande número de jovens e, portanto, um país com uma população idosa muito reduzida. Era então Portugal identificado com a ruralidade, a família alargada, a mulher que obtinha papel secundário no nível social e a quase ausência de escolaridade.

Ainda em relação à natalidade e fecundidade, observa-se que desde a década de 1960 começam os primeiros indícios de recuo no número de nascimentos aqui em Portugal. No entanto, a verdadeira ruptura com o modelo tradicional se deu após a revolução de 1974, movimento de cunho socialista que visava a volta da democracia, momento que também marcou o início da expansão do número de divórcios e de famílias nucleares.

Nas décadas que se seguiram, a transição para o regime demográfico moderno foi se estabelecendo, produto de

mudanças nas estruturas e dinâmicas da população, que se processaram até o censo de 2001.

O resultado da progressiva melhoria das condições de vida, da assistência médica e da situação econômica do estatuto de reformado provocou o recuo da taxa de mortalidade, que já se verificava desde o início do século XX, se intensificando até atingir os níveis atuais. Os níveis atuais percentualmente segundo o Instituto Nacional de Estatísticas de Portugal revelam que entre 2001 e 2011 a população jovem passou de 16% para 15%. Ao passo que a população idosa foi de 16% para 19%. Com isso, o conjunto populacional começou a ter uma perspectiva de vida maior. A longevidade consagrou-se como um dos grandes desafios do século XXI. Tornou-se um dado incontornável para a humanidade. Por essa razão, o tema idoso parece abrir um leque de investigações nos contextos econômico, político, social, psicológico, biológico, e de recursos humanos.

Essa nova realidade nos impõe mais tempo de vida, levando todos a ter uma atenção por uma melhor saúde, podendo levar assim a uma melhor qualidade de vida, passando a ser este um novo direito do cidadão. Assim sendo, temos hoje em Portugal uma sociedade cada vez mais envelhecida, carregada de experiências, de histórias, muito a realizar e conquistar.

1.9.2 Inversão da pirâmide - mudanças sociais relativas à nova quantidade de jovens e idosos

1.9.2.1 Causas e consequências

Em épocas passadas, a idade proporcionava maior *status* social, tanto por razões quantitativas (havia menos idosos) como qualitativas (a opinião do idoso em assuntos importantes era mais ouvida). Valorizava-se mais a experiência do que a inovação.

Com o passar do tempo, a velhice, por si só, não mais conferia esse *status*, e o papel social perdeu seu prestígio, visto que se dava mais importância à juventude e aos valores associados a ela, característica esta das sociedades industriais desenvolvidas, nas quais não eram previstos papéis para os idosos.

Segundo a OMS (Organização Mundial de Saúde), velho é aquele que já completou 65 anos. Não obstante, essa marcação baseada unicamente na idade cronológica deve considerar a idade biológica, que representa o nível de maturidade física, o estado de saúde e a idade psicológica, relacionada com o desenvolvimento cognitivo-emotivo, com a capacidade de adaptação, de aprendizagem, de motivação e social (status, papéis e funções a desempenhar).

Até 2014, a idade para a **reforma** em Portugal (em Portugal dá-se o nome de REFORMA para a palavra aposentadoria – usada no Brasil), coincidia com a idade estabelecida pela O.M.S. (Organização Mundial de Saúde) da chegada à velhice. No entanto, com o aumento da esperança média de vida da população portuguesa, a idade para a reforma passa dos 65 anos para 66 anos, a partir de 1º de janeiro de 2015.

O Decreto-Lei 167-E/2013, de 31 de dezembro conforme Portaria 378-G/2013, de 31 de dezembro - Ministério da Solidariedade, Emprego e Segurança Social, adequando assim o sistema das pensões às modificações demográficas em Portugal.

Considerando a redução drástica do número de filhos por casal e o prolongamento da média de vida, estamos assistindo, em toda a humanidade, a um processo acelerado de envelhecimento da população, transformando

a pirâmide das idades numa inversão constante na qual no topo (velhice) passa a ser a base, até então ocupada pela infância e juventude.

Assim, temos dois tipos de envelhecimento: o da base (diminuição da percentagem de crianças e jovens), e o do topo (aumento significativo do número de idosos). Os percentuais mostram que, nos países desenvolvidos, o número de jovens baixou de 45% para 15%, enquanto o de idosos com mais de 65 anos aumentou de 5% para quase 20%. Prevê-se que no ano 2050 a situação se agrave ainda mais na Europa. Em Portugal, haverá nessa altura, menos 15% de jovens, e mais 25% de idosos. Portanto, não é que existam pessoas idosas a mais, existem sim crianças e jovens a menos.

Nesse sentido, o aumento da população idosa não se deve propriamente ao aumento da esperança média de vida ou às melhores condições de saúde etc, mas ao desequilíbrio verificado na base da pirâmide ocupada pelos novos, que continua drasticamente diminuindo. Isso se deve aos meios de controle da natalidade, a novos valores familiares contrários ao nascimento de filhos, ao individualismo, às exigências do mundo do trabalho, ao casamento mais tardio, à inserção da mulher no mundo laboral, entre outros fatores. Se o século XX foi considerado o momento do crescimento populacional, o século XXI será considerado o século do envelhecimento global. O continente europeu, como o impulsionador da transição demográfica, é a região do globo terrestre mais envelhecida.

1.10 VISÃO GERAL DA ESTATÍSTICA POPULACIONAL - CENSO 2011 - INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA - PORTUGAL - XV RECENSEAMENTO GERAL DA POPULAÇÃO.

Segundo o INE (Instituto nacional de Estatística), os resultados do último Censo, em 2011, indicam que a população residente em Portugal é de 10 561 614 habitantes, o que significa um aumento de cerca de 2% face à última década. A estrutura etária da população em 2011 acentuou os desequilíbrios já evidenciados na década passada. Diminui a base da pirâmide, a qual corresponde à população mais jovem e alarga-se o topo com o crescimento da população idosa.

Veja no Gráfico-03, como na última década, Portugal perdeu população em todos os grupos etários quinquenais entre os 0-29 anos. A partir dos 30 anos, a situação inverte-se e verifica-se um crescimento de 9% da população para o grupo dos 30-69 anos e de 26% para idades superiores a 69 anos.

O escalão etário dos 30 aos 69 anos representava 51% da população residente em 2001 e passou a representar 54% em 2011. Também no grupo das idades mais avançadas se verificou um reforço da sua importância no total da população. O grupo com 70 e mais anos representava 11% em 2001 e passou a 14% em 2011. (INE, CENSO 2011).

1.10.1 Jovens e idosos

Ainda com base no censo 2011 do Instituto Nacional de Estatística de Portugal, apresentam-se os seguintes dados:

ESTRUTURA ETÁRIA DA POPULAÇÃO 2001 2011 RESIDENTE POR SEXO

| | | | | | | | | | | |
|------------------|----------|----------|--------------|----------|----------|---------------|-------|-------|-------|-------|
| (%) Total | H | M | Total | H | M | JOVENS | 16,00 | 16,95 | 15,11 | 14,89 |
| | | | | | | | 15,93 | 13,93 | | |
| IDOSOS | 16,35 | 14,16 | 18,40 | 19,03 | 16,69 | 21,17 | | | | |

Na última década, agravou-se o fosso entre jovens e idosos. A percentagem de jovens recuou de 16% em 2001 para 14,89% em 2011. Na população idosa, assistiu-se ao movimento inverso, tendo passado de 16,35% em 2001 para 19,03% em 2011.

1.10.2 Índice de envelhecimento

(População com 65 ou mais anos e população 0-14 anos)

ÍNDICE DE 2001 2011 ENVELHECIMENTO

PORTUGAL 102,23 127,84

Fonte: INE censo 2011.

O envelhecimento da população é hoje um dos fenómenos demográficos mais preocupantes nas sociedades modernas. Isso tem ocorrido de forma generalizada em todo território e deixou de ser um dado apenas do interior do país.

Em 2011, o índice de envelhecimento da população subiu para 128% (102 em 2001), o que significa que por cada 100 jovens há 128 idosos. INE (censo 2011)

1.10.3 Índice de longevidade

(População com 75 ou mais anos)

ÍNDICE DE 2001 2011 LONGEVIDADE

PORTUGAL 41% 48%

Fonte: INE, censo 2011.

O índice de longevidade é uma medida que relaciona a população com 75 ou mais anos com o total da população idosa. Em 2011, esse índice era de 48%, contra 41% em 2001. E, dez anos antes, em 1991, esse índice era de 39% da população. O aumento da esperança média de vida reflete bem a forma como esse indicador vem progredindo nas últimas décadas.

1.10.4 Índice de rejuvenescimento da população ativa

(População 20 – 29 anos e População 55 – 64 anos)

ÍNDICE DE REJUVENESCIMENTO 2001 2011 DA POPULAÇÃO ATIVA

PORTUGAL 143,05 94,34

Fonte: INE censo 2011.

O índice de rejuvenescimento da população ativa em 2011 era cerca de 94%. Isso significa que potencialmente por cada 100 pessoas que saem do mercado de trabalho, entram apenas 94.

Em 2001, o índice de rejuvenescimento era superior a 143%, o que significa que na última década se agravaram as condições de sustentabilidade e rejuvenescimento da população ativa.

1.10.5 Índice de sustentabilidade potencial

(População 15 - 64 anos e população com 65 ou mais anos)

ÍNDICE DE 2001 2011 SUSTENTABILIDADE

PORTUGAL 4,14 3,47

Fonte: INE, censo 2011.

O índice de sustentabilidade potencial dá uma medida do número de indivíduos em idade ativa por cada indivíduo idoso. Nos últimos dez anos, agravou-se o índice de sustentabilidade potencial. Em 2011, esse índice era de 3,47% contra 4,1% de 2001. Com esses dados sobre Portugal, é possível concluir que o mundo todo envelhece e que teremos de continuar produzindo, gerando renda, significando nossas vidas, sempre!

1.11 PALAVRAS, PALAVRAS QUE RESUMEM O CAPÍTULO-1: “A ESCOLHA É TODA SUA”.

Na intenção de fecharmos a primeira parte do livro, relacionamos algumas palavras que, por elas mesmas, têm a força do tamanho dos nossos propósitos.

**APRESENTAR-SE, E NÃO APOSENTAR-SE
RELAXAR UM POUCO E DEPOIS EMPREENDER**

**APOSENTAR E EMPREENDER RESSIGNIFICAR E
CONTINUAR**

**RECOMEÇAR! 3 D'S - DISCIPLINA, DEDICAÇÃO E
DETERMINAÇÃO**

RESPIRAR E REFAZER É DANDO QUE SE RECEBE!

REPENSAR E AGIR CADA DIA IMPORTA!

SUPERAR INCONFORMADO E LUTADOR

**QUERER E BUSCAR SONHAR MAIS E ALCANÇAR OS
SONHOS**

REPLANEJAR E AGIR CONTINUAR EM UMA TRILHA

NOVO CAMINHO CONHECER GENTE E COISAS NOVAS

NOVAS ATITUDES, NOVOS PROJETOS

SAIR DA MOITA

**MESMA EMOÇÃO DO 1º DIA SER AUDACIOSO E
NAMORAR**

APROVEITAR CADA MINUTO HUMILDADE

SAÚDE: FAZER GINÁSTICA E TER UMA BOA

ALIMENTAÇÃO CONTINUAR UM APRENDIZ

SER ÚTIL E SERVIR AOS OUTROS!

...ENSINAR TAMBÉM

SER INTENSO CRENÇAS POSITIVAS

**INSPIRAR OUTROS AFINAR UM INSTRUMENTO DE
DENTRO PRA FORA**

DESCANSAR E TRABALHAR NO QUE GOSTA PAZ E AMOR AO PRÓXIMO!

RESUMO DO CAPÍTULO-1

O Capítulo-1 teve como foco o momento desafiador da transição de etapas na vida, para afirmar que viver é muito bom, que faz muito sentido termos novos planos, continuar aprendendo e conquistando sonhos. Abordamos a condição humana de poder continuar querendo, de manter-se significativa na sociedade, na família e para si próprio. Destacamos que o tempo é um aliado quando nós determinamos novos sonhos, projetos pessoais e profissionais. Ressaltamos que o poder pessoal e a força dos propósitos são capazes de produzir as ações que precisamos para alcançar os novos resultados que determinamos na vida. Apresentamos também um pouco da visão do povo norte-americano em relação ao protagonismo na terceira idade. Fizemos um breve relato da nossa participação como voluntário em maio de 2015, no Miami Convention Center na maior conferência do mundo para pessoas aposentados produzido pela AARP – American Association for Retired People (Associação Americana para as Pessoas Aposentadas), a qual existe desde 1958 e hoje tem mais de 37 milhões de associados. Concomitantemente tratamos sobre a conjuntura das pessoas idosas em Portugal, cujos dados foram coletados e organizados pela nossa amiga e extraordinária profissional Dra. Gleide Direito, psicóloga e gerontóloga, brasileira, a qual atua profissionalmente na cidade de Torres Novas em Portugal.

CAPÍTULO 2

» CONHECENDO OS SEGMENTOS DE NEGÓCIOS E O MOVIMENTO EMPREENDEDOR ECONÔMICO

“Refire, do not retire!” - Reapresente-se, e não se aposente! Ken Blanchard

[87]

INTRODUÇÃO

Este capítulo tem o objetivo de explicitar as condições de mercado, mostrar os segmentos dos negócios que mais obtém sucesso e colocar o futuro empreendedor de frente com dados de desempenho e opções de atividades empreendedoras possíveis de serem adotadas para iniciar o próprio negócio.

Antes de se aposentar e assim partir para uma nova jornada como empreendedor, dê uma olhada na seguinte lista de 02 atividades fundamentais, a seguir, e trabalhe para seu aprimoramento, enquanto estiver na ativa:

1] FAZER A AUTOAVALIAÇÃO DO PRÓPRIO GRAU DO PERFIL EMPREENDEDOR QUE VOCÊ POSSUI

Autoavaliar o grau do perfil empreendedor, a fim de saber se é suficiente para o tipo de negócio que você deseja empreender – *peessoas certas no empreendimento certo* . Esclarecendo melhor esse ponto: é muito importante para alguém que tem o desejo de trabalhar com restaurante que esteja consciente da parte boa e ruim desse tipo de empreendimento. Outro ponto importante é não tomar a iniciativa de abrir uma loja de roupa feminina só porque uma loja de roupa pode ter retorno financeiro acima do retorno financeiro do restaurante, a não ser que o empreendedor esteja cercado de informações sobre os esforços que terá de empreender em ambos desafios, tornando-se um empreendedor por oportunidade, o qual investe muito em conhecimento sobre a atividade econômica a ser praticada. Gostar e se sentir apaixonado pela atividade empreendedora que faz é essencial para iniciar, manter e tornar o negócio perene. Existem cursos

especializados que ajudam pessoas a descobrir se são ou não empreendedoras e qual o grau de empreendedorismo que possuem.

2] PROCURAR APOIO

Após se certificar do seu potencial empreendedor, o ideal é se cercar quanto antes de conhecimentos sobre o negócio a ser desenvolvido e procurar entidades como SEBRAE, as quais podem dar informações necessárias para montar um negócio. E nesse sentido você agirá na direção de:

- » Decidir sobre os produtos ou serviços que você vai oferecer;
- » estimar quantas linhas de produtos ou serviços que serão oferecidos;
- » definir o nome da empresa;
- » escolher a melhor localização onde o negócio será estabelecido;
- » projetar como será o regime de emprego e a quantidade de funcionários;
- » consultar contadores para definir a estrutura organizacional mais apropriada;
- » verificar com o INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial ou advogado especialista para discutir sobre logomarca, direitos autorais, marca registrada etc ;
- » elaborar um Plano de Negócio para projeção de fluxo de caixa, capital de giro, receitas, despesas e ponto de equilíbrio das despesas versus as receitas, fontes de financiamento;
- » fazer pesquisa de mercado e elaborar lista de clientes-alvos (fixar e determinar qual tipo de cliente: faixa social, etária, religião, localização geográfica, prática de hobby, dentre outras modalidades de segmentação).

2.1 NO BRASIL E NO MUNDO, A FAIXA ETÁRIA ENTRE 50 E 70 ANOS É EMPREENDEDORA?

Após a autoinvestigação do parágrafo anterior, é necessário, também, conhecer os números de quem já está estabelecido e de quem vai ainda empreender na faixa etária de 50 a 70 anos de idade, a qual representa o momento em que mais acontece o rito da aquisição de aposentadoria pela população em fase final produtiva-laboral, segundo a pesquisa GEM-2013.

Na Tabela-01, apresenta-se a quantidade percentual de pessoas que empreendem por faixa de idade, em vários países distintos economicamente, como os EUA, Alemanha, China, México e Índia.

TABELA 01: **EMPREENDEDORES POR FAIXA ETÁRIA - DIVERSOS**

Faixa Países

etária **Brasil Alemanha China EUA Índia México**

| | | | | | | | |
|----------------|------|-----|------|------|------|------|------|
| 18-24 | 16,2 | 3,0 | 14,3 | 12,3 | 7,2 | 14,8 | anos |
| 25-34 | 21,9 | 6,8 | 21,3 | 14,9 | 13,7 | 15,9 | anos |
| 35-44 | 19,9 | 5,6 | 16,5 | 16,5 | 9,8 | 15,7 | anos |
| 45-54 | 15,2 | 6 | 10,5 | 11,7 | 8,6 | 15,9 | anos |
| 55 a 64 | 8,8 | 2,7 | 5,9 | 7,7 | 8,1 | 8,9 | anos |

Fonte: GEM Brasil 2013

Segundo Tabela-01, a faixa de idade com maior propensão a empreender estar entre 25 e 54 anos, totalizando 41,8% (a soma de 21,9% mais 19,9%). Na mesma tabela, a faixa com menor propensão a empreender é a das pessoas exatamente na faixa de idade entre 55 e 64 anos, quando o ritual de passagem da vida laboral como empregado para a aposentadoria se consolida. No Brasil esse percentual atinge 8,8%, na Alemanha, os impressionantemente pequenos 2,7%, na China, 5,9%.

Nesse sentido, cabe aí uma reflexão: por que a faixa etária dos 55-64 anos empreende menos em relação a outras faixas etárias, como podemos ver na Tabela-01, nos mais variados continentes e países? A resposta a essa pergunta é variada e pode ser uma fonte inicial para estudos de pesquisa posteriores. Todavia, é possível fazer algumas inferências generalistas quanto as causas desse fato, conforme lista a seguir:

» não querer de fato ser empreendedor; » medo de errar e perder dinheiro; » problemas de saúde;

» aposentar-se e querer apenas cuidar de afazeres familiares, já que a renda é suficiente para manter um padrão necessário, na aquisição de alimentos, medicamentos e lazer dentre outros gastos;

» não ter o perfil empreendedor ou a motivação empreendedora;

» não ter informações técnicas e comportamentais do que é necessário para empreender;

» falta de consciência do quantitativo de tempo na aposentadoria versus o potencial pessoal junto com as qualificações profissionais que poderiam ser aproveitadas para iniciar uma nova carreira ou um novo desafio profissional;

» desconhecer entidades de apoio como o SEBRAE, SENAT, SENAI, SENAR, SENAC, que podem prestar valiosas informações, instrutorias, cursos e consultorias a preços bem acessíveis, viabilizando, com consistência, muitos projetos individuais, familiares e associativos;

Na Tabela-02, a seguir, é possível verificar um amplo painel sobre o perfil dos empreendedores por idade, classe social, gênero e grau de educação.

2.2 QUAL PERCENTUAL DE EMPREENDEDORES QUE BUSCAM APOIO NAS ENTIDADES PARA ABRIR O NEGÓCIO NO BRASIL?

A partir da pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* 2013, verifica-se um dado relevante: apenas 15,4 % dos empreendedores buscam apoio de instituições como o SEBRAE (com 9,2%) e Senai com (1,8%), configurando, assim, uma baixa quantidade de empreendedores que procuram entidades de apoio para orientar o desafio de ter o próprio negócio, como podemos verificar na Tabela-03, a seguir:

Como se pode ver, a faixa de empreendedores com idade entre 35 e 44, bem como empreendedores das regiões Norte e Nordeste são os que mais procuram a entidades apoiadoras.

Nesse sentido, veja na Tabela-03 que a quantidade de pessoas que não procuram apoio de nenhuma entidade voltada ao desenvolvimento efetivo das empresas atinge percentual de 84,5%.

TABELA 03: QUANTIDADE PERCENTUAL DE PESSOAS QUE NÃO BUSCAM APOIO

Órgãos de apoio

Brasil

Regiões Brasileiras

Norte Nordeste Centro Sudeste Sul Oeste

Não

procurou nenhuma

Associação comercial

SENAC SEBRAE SENAI SENAR SENAT Sindicato

Endeavor Outro

84,5 84,1 83,0 87,6 83,9 88,0
0,6 0,5 0,0 1,1 1,0 0,3

1,4

9,2

1,8

0,2

0,2

0,2

0,1

1,8

1,4 2,1 1,1 1,2 0,7 10,6 10,7 7,1 8,7 8,4 1,4 1,5 1,9 2,2 0,9

0,2 0,2 0,1 0,3 0,2 0,0 0,4 0,0 0,1 0,0 0,0 0,4 0,5 0,1 0,3

0,0 0,3 0,0 0,0 0,0 1,8 1,4 0,6 2,4 1,1

2013.

É evidente que 84.5% é um grande contingente de empreendedores que não procuram entidades de apoio. Esse dado se reflete diretamente na quantidade de empresas abertas que no médio prazo poderão apresentar quadro financeiro e de gestão com probabilidade de não obterem a solidez e continuidade no seu funcionamento, impactando a taxa de sobrevivência dessas empresas. Vale ressaltar que hoje no Brasil o total de empresas abertas é em torno de 11 milhões.

2.3 QUAL O CAMINHO A SEGUIR?

O aposentado que deseja empreender, e ainda não sabe o tipo de negócio em que deve investir seu tempo, competências, dinheiro e habilidades, deve inicialmente começar a refletir sobre o que realmente o atrai como atividade profissional a desenvolver com os questionamentos abaixo descritos, para começar a vislumbrar a oportunidade que mais lhe afeiçoa, motiva e pode gerar renda efetiva para o empreendedor.

Segundo Minarelli (2010), quem está interessado em se tornar empreendedor deve utilizar as seguintes técnicas para descobrir o que implementar, caso ainda não saiba o que desenvolver como nova atividade econômica:

1] ANALISE A SUA TRAJETÓRIA DE VIDA E PROFISSÃO: Leve em conta sua *expertise* e conhecimentos acumulados para que talvez sirvam para iniciar um negócio próprio.

2] RELACIONE O QUE GOSTA DE FAZER POR ENTRETENIMENTO: Descubra o que mais lhe dá prazer, inclusive sem ganhar dinheiro, e de repente algo que é um lazer poderá virar uma chance de ganhar dinheiro e ser bem-sucedido.

3] VISUALIZE-SE FAZENDO MELHOR QUE O CONCORRENTE: Dentre as coisas que você gosta de fazer e o atraem, descubra um fator de competitividade e diferencial que seus concorrentes hoje não possuem.

4] VISUALIZE-SE SURPREENDENDO OS CLIENTES: Descubra o que atrai os clientes, como, quando, quanto, que preço eles querem e podem pagar, e sempre pense em surpreendê-los, cativá-los, fidelizá-los, resolver seus problemas e criar soluções, antecipando as suas demandas e assessorando-os como política de relacionamento de longo-prazo.

Em seguida, responda às seguintes indagações sobre suas próprias possibilidades e motivação:

a] **Em todas as atividades que trabalhei, qual a que mais me motivou para que pudesse empreender e um dia ser “próprio dono” de algo parecido?**

b] **Supondo que você só tenha vivenciado uma atividade profissional específica, por exemplo: foi funcionário público durante toda a vida profissional,**

qual da pergunta está mais relacionada com seu perfil?

b.1] Será que você poderia se tornar um consultor, um *coach* ou especialista no tipo de negócio na área do conhecimento adquirido ao longo de sua carreira? Você domina com maestria e poderia oferecer às organizações o que precisam desses conhecimentos?

b.2] Será que você poderia se tornar um professor de cursos técnicos e de especialização, oferecidos por diversas escolas técnicas e faculdades dentre outras entidades que trabalham com ensino? Quais?

b.3] Se você quer investir em outra área totalmente diferente da que atuava, então responda: qual o grau de conhecimento você tem **sobre as desvantagens** de abrir esse determinado tipo de negócio?

Se você respondeu ao item 2.3, então a nova pergunta é:

c] **Essas desvantagens lhe desanimam e desmotivam mais do que impulsionam, apesar de haver potencial de mercado e perspectivas comerciais crescentes? Faça uma tentativa de poder listá-las e relacione o máximo de desvantagens possíveis.** Exemplo: você quer abrir um restaurante à *la carte* ou *self-service* .

No Quadro-04, a seguir, relacionamos algumas “desvantagens” aparentes de possuir esse tipo de negócio:

QUADRO 04: **Lista de algumas possíveis desvantagens e dificuldades aos empreendedores na área de restaurantes**

1

Ter de comprar alimentos frescos quase todos os dias na central de abastecimento durante a madrugada.

Pessoal da Vigilância Sanitária em constantes 2 fiscalizações e vistorias sobre exigências e procedimentos em manipulação e estocagem de alimentos.

Contratação de boa mão de obra para cozinha e 3 atendimento.

Ter de trabalhar em todos os momentos enquanto 4 todos se divertem. Exemplo: finais de semana, feriados, festividades anuais etc.

Criar um bom cardápio e acertar na preferência que 5 possa atingir o público-alvo para fazê-lo voltar, lotar o restaurante e divulgar a empresa.

2.4 TENTANDO ESCOLHER A MELHOR OPORTUNIDADE, QUAL A TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DOS NEGÓCIOS NO BRASIL?

E, se você ainda não decidiu o caminho a percorrer como empreendedor, é necessário que pelo menos saiba qual taxa de sobrevivência das empresas por tipo de negócio, nas diversas regiões e estados do País, segundo dados da pesquisa GEOR – Gestão Estratégica Orientada para Resultados - SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS NO BRASIL - Coleção estudos e pesquisas, Brasília – DF 2013.

A título de esclarecimento, taxa de sobrevivência ou mortalidade são apuradas de duas formas, segundo o SEBRAE: 1-) através de visita no local de funcionamento das empresas para auditar com base em banco de dados de instituições oficiais com Secretaria de Fazenda, juntas comerciais, Secretária da Receita Federal etc.; 2-) através apenas de consulta a banco de dados oficiais, em cima de banco de dados de empresas com 2 anos de abertura.

O Quadro-05 apresenta período de três anos, no qual a taxa de mortalidade é decrescente para as empresas, no

segmento da indústria, construção, comércio e crescente no segmento de serviços.

QUADRO 05: **Taxa de mortalidade por tipo de segmento**

36,6% 32,0% 27,5% 23,3%

21,6% **20,1%**

25,9%

23,6% 22,3%

27,2% 26,7% **27,8%**

Indústria Construção Comércio Serviços

Empresas constituídas em 2005

Empresas constituídas em 2006

Empresas constituídas em 2007

Fonte: GEOR – Gestão Estratégica Orientada para Resultados - SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS NO BRASIL - Coleção estudos e pesquisas, Brasília – DF2013.

Pela análise do Quadro-05, podemos perceber que a cada ano há uma queda da mortalidade, sendo que o segmento de serviços não conseguiu repetir a performance dos outros segmentos, a cada ano entre 2005 e 2007. Portanto, para empreender em empresas nas atividades de serviços é preciso que os investidores estudem melhor o diferencial a apresentar no mercado, além de ter maior atenção em planejamento e conhecimentos técnicos e comerciais para trabalhar nesse segmento.

Para detalhar por região, apresentamos a Tabela-04, que descreve por região a taxa de sobrevivência, com o prazo de 02 anos, desde a abertura.

TABELA 04 **RESULTADOS POR SEGMENTO (SETORES DE ATIVIDADES)**

Segmento

de negócio Norte **Regiões** Nordeste

Indústria 71,1% Comércio 56,3% Construção 56,3%
Serviços 58,9% TOTAL 68,9%

74,1%

63,5%

63,5%

62,9%

71,3% Sudeste Sul^{Centro} Brasil_{Oeste}

83,2% 81,4% 76,5% 79,9%

77,3% 74,2% 70,1% 72,5%

77,3% 74,2% 70,1% 72,5%

75,7% 71,8% 70,5% 72,2%

78,2% 75,3% 74,0% 75,6% Fonte: SEBRAE NA

Como se pode verificar, a região e o segmento da economia que mais mantêm empresas “vivas” são a região Sudeste e o setor industrial, com um desempenho de 83,2 % de empresas que sobrevivem. E a região que menos sobrevivência gera é a região Norte nos segmentos construção e comércio, com 56.3%, ambos os setores.

Na sequência, apresentamos as Tabelas 05, 06 e 07, as quais detalham **a sobrevivência** por **TIPO DE NEGÓCIO** , nos segmentos da indústria, comércio, construção e serviços, para que os futuros empreendedores possam identificar atividades de maior risco em termos de sobrevivência.

TABELA 05 SOBREVIVÊNCIA POR TIPO DE NEGÓCIO NO SEGMENTO INDÚSTRIA

Indústria Total de empresas Taxa de constituídas em sobrevivência 2007 (2 anos)

Fabricação de produtos de borracha e de material plástico

Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigos para viagem e calçados

Metalurgia

Fabricação de produtos diversos

Confecção de artigos de vestuários e acessórios

1.167 82%

1.885 81%

284 81%

1.392 81%

8.677 81%

Indústria Total de empresas constituídas em 2007
Taxa de sobrevivência (2 anos)

Fabricação de produtos alimentícios

Fabricação de celulose, papel e produtos de papel

**Coleta, tratamento e disposição de resíduos;
recuperação de materiais**

Extração de minerais não metálicos

Fabricação de produtos químicos

Manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos

Fabricação de bebidas Outros segmentos

3.969 80%

420 80%

859 74%

740 74%

806 73%

2.843 69%

300

846

59%

-

Fonte: SEBRAE NA

É possível ver na Tabela-05 que o tipo de negócio com mais sobrevida e que tem percentual de 83,2% é o da indústria de borracha e plástico, itens importantes em toda cadeia produtiva da economia. Por outro lado, o tipo de negócio que menos sobrevida tem é o de fabricação de bebidas, com 59% apenas de permanência no mercado. Nesse segmento há um elevado grau de dificuldade para os novos entrantes, caso não tenha competitividade em logística, tecnologia, abrangência geográfica, suprimento de canais e entrega de valor com produtos diferenciados aos clientes.

A seguir, apresentamos a Tabela-06, onde consta parcialmente a taxa de sobrevivência no comércio até dois anos.

TABELA 06 SOBREVIVÊNCIA P/ TIPO DE NEGÓCIO NO SEGMENTO COMÉRCIO

Comércio Total de empresas Total de instituídas em sobrevivência 2007 (2 anos)

Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios

314 89%

Comércio varejista de material elétrico

1.892 86%

Comércio varejista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário

6.966 86%

Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para uso industrial; partes e peças

571 86%

Manutenção e reparação de motocicletas

268 85%

Comércio varejista de vidros 1.345 85%

Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos não especificados anteriormente; partes e peças

334 85% 2007 (2 anos) Comércio varejista de tintas 1.132 85% e

materiais para pintura

Comércio varejista

especializado em móveis, 5.715 85% **colchoaria e artigos de iluminação**

Comércio varejista de calçados 4.301 84% **e artigos de viagem**

Comércio varejista de artigos 1.975 84% **de óptica**

Comércio atacadista de

instrumentos e materiais 507 83% **para uso médico, cirúrgico, ortopédico e odontológico**

Comércio varejista de

ferragens, madeira e materiais 15.572 83% **de construção**

Comércio varejista de joias 1.032 83% **e relógios**

Comércio atacadista de

máquinas, aparelhos e 279 83% **equipamentos para uso**

agropecuário; partes e peças

Comércio atacadista de 267 83% **ferragens e ferramentas**

Comércio varejista de artigos 4.446 82% **recreativos e esportivos**

2007 (2 anos) Comércio varejista

especializado de peças e

acessórios para aparelhos 1.794 82% **eletroeletrônicos para uso**

doméstico, exceto informática e comunicação

Comércio varejista de artigos 892 82% **médicos e ortopédicos**
Comércio de peças e acessórios 13.703 82% **para veículos**
automotores

Comércio varejista de
mercadorias em geral, com
predominância de produtos 2.300 81%

alimentícios - hipermercados e
supermercados

Comércio varejista de
cosméticos, produtos de 5.906 79% **perfumaria e de**
higiene pessoal

Comércio varejista de 270 79% **lubrificantes**

Comércio varejista de
mercadorias em geral, sem 2.396 78% **predominância de**
produtos

alimentícios

Comércio varejista de
combustíveis para veículos 2.037 78% **automotores**

Fonte: SEBRAE NA

Pela Tabela-06, é possível concluir que há uma maior variedade de atividades especializadas dentro do segmento comércio, e que um percentual maior desses de tipo de negócio sobrevive mais do que no segmento da indústria. Verifica-se que para o setor do comércio, o de maior sobrevida é o de instrumentos musicais, perfazendo 89% de sobrevivência em dois anos em 2007.

Curiosamente, um tipo de comércio que se destaca pela quantidade de aberturas (6.966 novos negócios) e de sobrevivência (86%) é o negócio de medicamentos para humanos e animais, como sinalização da busca maior por bem-estar e qualidade de vida por parte da população.

Na Tabela-07, a demonstração é para a sobrevivência por tipo de negócio no segmento construção civil, uma das áreas do segmento indústria, mas que obedece a condições de outras demandas da sociedade nas diversas classes sociais, bem como à finalidade e categoria das construções (novas moradias, reformas, instalações elétricas, obras públicas etc).

TABELA 07 - SOBREVIVÊNCIA POR TIPO DE NEGÓCIO NO SEGMENTO CONSTRUÇÃO

Total de

**Construção
empresas instituídas em 2007**

Incorporação de 2.921 empreendimentos imobiliários

Instalações hidráulicas, de

sistemas de ventilação e 814 refrigeração

Instalações elétricas 1.506 Obras de acabamento 2.376

Montagem de instalações 407 industriais e de estruturas

Obras de instalações em

construções não especificadas 494 anteriormente

Obras de terraplenagem 616 Construção de edifícios

4.974 Obras de engenharia civil não 502 especificada

anteriormente

Serviços especializados para

construção não especificados 1.926 anteriormente

Obras de urbanização - ruas, 351 praças e calçadas

Obras para geração e

distribuição de energia elétrica 253 e para

telecomunicações

Total de sobrevivência

(2 anos)

84%
 82%
 76% 73%
 72%
 71%
 71% 69%
 67%
 63%
 62%
 62%

Fonte: SEBRAE NA

Na análise da Tabela-07, conclui-se facilmente que as incorporadoras têm melhor *performance* na sobrevivência (84%), ao passo que obras para urbanização e geração de energia têm o pior desempenho de sobrevivência (62%), talvez por depender de processos de concorrência pública em licitações, haja vista que esses tipos de negócios são bastante dependentes de órgãos governamentais federais, estaduais e de prefeituras.

Na Tabela-08, está a lista das atividades de serviços, que é muito variada, podendo muitas vezes, devido ao baixo grau de investimento por parte do empreendedor, como também pela alta demanda de serviços de manutenção, transporte, lazer e entretenimento etc.

TABELA 08 **SOBREVIVÊNCIA POR TIPO DE NEGÓCIO NO SEGMENTO DE SERVIÇOS**

Total de Total de **Serviços** empresas **sobrevivência**

instituídas (2 anos)em 2007

Reparação e manutenção de equipamentos de informática e 7.152 81% comunicação e de objetos

personais

domésticos

Correios e outras atividades de 2.181 79% entrega

Alojamento 2.636 79%

empresas

em 2007^(2 anos)

Atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas 1.666 79% de televisão; gravação de som e edição de músicas
Agências de viagens, operadores 2.299 78% turísticos e serviços de reservas

Atividades jurídicas, de 5.073 77% contabilidade e de auditoria
Transporte terrestre 19.029 76%

Aluguéis não imobiliários e gestão de ativos intangíveis não 6.864 76% financeiros
Alimentação 39.577 75% Armazenamento e atividades 3.403 75%
auxiliares dos transportes
Edição e edição integrada à 1.841 74% impressão
Serviços de escritório, de apoio administrativo e outros serviços 16.041 74% prestados principalmente às

empresas

Outras atividades de serviços 7.345 72% pessoais

Serviços de arquitetura e engenharia; testes e análises 5.773 72% técnicas

empresas

em 2007^(2 anos)

Atividades de atenção à saúde 11.605 72% humana
Atividades dos serviços de 8.927 71% tecnologia da informação
Educação 8.889 71% Serviços para edifícios e atividades 2.477 71%
paisagísticas

Atividades imobiliárias 5.277 71% Atividades de rádio e televisão 271 68%
Atividades de prestação de serviços 3.982 68% de informação

Atividades de serviços financeiros 3.683 67% Atividades artísticas, criativas e de 2.191 67% espetáculos

Atividades esportivas e de recreação e lazer 6.012 66%
Atividades de sedes de empresas e de consultoria em gestão empresarial 6.926 65%
Atividades veterinárias 440 64% **Outras atividades profissionais,**
 5.641 63% **científicas e técnicas**
Atividades de vigilância, segurança e investigação 1.266 62%
Transporte aquaviário 203 61%
empresas
em 2007 (2 anos)

Atividades auxiliares dos serviços financeiros, seguros, previdência 3.411 60% **complementar e planos de saúde**

Publicidade e pesquisa de mercado 3.666 59% **Seguros, resseguros, previdência** 248 56% **complementar e plano de saúde**

Atividades de atenção à saúde humana integradas com assistência social prestadas em residências coletivas 288 55%

Telecomunicações 1.099 54% **Seleção, agenciamento e** 1.125
 44% **locação de mão de obra**

Fonte: SEBRAE NA

Pela Tabela-08, o melhor desempenho em termos de taxa de sobrevivência (81%) é o setor de serviços de reparação de material de informática. Por outro lado, a menor sobrevivência é para empresas de terceirização e locação de mão de obra, das quais apenas 44% consegue manter-se em funcionamento.

RESUMO DO CAPÍTULO-2

O Capítulo-2 teve como foco fazer uma apresentação das demandas, exigências, ameaças e oportunidades no mundo do empreendedorismo ao futuro empreendedor. Lançamos mão de uma série de quadros e tabelas mostrando segmentos econômicos, tipos de empresas que

mais obtêm sucesso, dados sobre mortalidade, sobre a cultura de buscar apoio para empreender no Brasil etc., informações retiradas dos resultados da pesquisa GEM – *Global Entrepreneur Monitor* /2013 e 2014, organizada por um conjunto de instituições nacionais e internacionais tais como:

Coordenação do GEM-Internacional

» Global Entrepreneurship Research Association – GERA »
Babson College, Estados Unidos

» International Development Research Centre
(IDRC), Canadá

- » London Business School, Reino Unido
- » Tecnológico de Monterrey, México
- » Universidad del Desarrollo, Chile
- » Universiti Tun Abdul Razak, Malásia
- » Coordenação do GEM-Nacional
- » Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)

Parceiro Master no Brasil

» Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

Parceiro Acadêmico no Brasil

» Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)

Parceiros no Paraná

» Universidade Federal do Paraná (UFPR), Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar)

De uma forma geral, o Capítulo-2 teve o papel de mostrar o contexto atual, o cenário das oportunidades no Brasil e como o futuro empreendedor pode começar a imaginar a trilha da caminhada empreendedora.

CAPÍTULO 3

» PERFIL DO EMPREENDEDOR E OS TIPOS DE

EMPRESA

» MODALIDADES DE EMPREENDER

» ANÁLISE DE CASO E DICAS DE PLANO DE NEGÓCIO - MODELO CANVAS - DE UM RESTAURANTE SELF- SERVICE

» SUGESTÕES PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

*É incrível a força que as coisas parecem ter quando
precisam acontecer*

[Caetano Velozo]

[117]

INTRODUÇÃO

Neste capítulo, abordaremos as questões de autoconhecimento, para que seja possível identificar, no momento presente, se cada um tem, realmente, uma tendência comportamental a se tornar empreendedor.

Outro objetivo do capítulo é tentar compreender e identificar as possíveis alternativas, tipos e modelos de empresas, simular a construção de um plano de negócio. Com isso tentaremos colocar o propenso candidato a empreendedor, de frente a algumas das possíveis alternativas de modelo de negócio em sintonia com seus conhecimentos acumulados na vida pré-aposentadoria, agregando em motivação com seu grau de preparação profissional.

Entretanto, muitas perguntas ainda podem estar pairando sem respostas, logo, elaboramos um rol de questões-chaves para caminharmos no fortalecimento da elucidação em ser ou não um empreendedor, conforme sequencia de perguntas a seguir.

3.1 PERGUNTAS NECESSÁRIAS PARA ENTENDER A INTENÇÃO E DESPERTAR DO APOSENTADO-EMPREENDEDOR

O aposentado que deseja empreender precisará responder às quatro perguntas a seguir sobre qual o tipo de negócio é o mais apropriado para ele(a).

PERGUNTA-1: Em que tenho conhecimento, qual minha expertise e o que gostaria de fazer?

Essa pergunta tem o objetivo de tentar descobrir quais as áreas com maior propensão a servir como direção para que o empreendedor possa unir sabedoria sobre uma área profissional, com a motivação e a emoção de trabalhar. Se ele consegue juntar esses três fatores, as chances de sucesso aumentam.

Por outro lado, alguém que trabalhou a vida inteira em uma determinada área profissional e, de agora em diante, não pensa mais continuar na mesma área, por diversos motivos, deve buscar o máximo de informações para entender tanto as vantagens quanto as desvantagens de empreender na nova área. E, a partir dessa decisão e informações, determinar o diferencial que a empresa irá apresentar em relação aos atuais concorrentes. Qualquer negócio, para ser competitivo, deve remeter o EMPREENDEDOR a refletir sobre qual sua *expertise*, seus conhecimentos acumulados nas experiências profissionais anteriores, para catalisar a motivação, além de exigir que ele tenha o conhecimento, a preparação empresarial, que saiba o que a concorrência faz e o que não faz, bem como as necessidades dos clientes.

A Figura-07, a seguir, representa a Tríade da Congruência Cognitiva e Emocional para que pessoas em processo de aposentadoria possam iniciar a busca de uma nova experiência profissional.

FIGURA 07: **Tríade da congruência cognitiva e emocional**
CONHECIMENTO MOTIVAÇÃO PREPARAÇÃO ACUMULADO EMPRESARIAL

PERGUNTA-2: Quem poderá me apoiar? Quem poderá ser meu cliente? Quem será meu fornecedor? Terei funcionários?

Essas dúvidas têm o objetivo de facilitar os contatos profissionais para quaisquer tipos de apoio que sejam prováveis no início da jornada empreendedora, tais como colegas, chefes, possíveis parceiros, o rol de fornecedores que poderiam ser do interesse do negócio, e até possíveis funcionários e quem serão os clientes, onde eles estão e como atraí-los. A seguir, na Figura-08, encontra-se a Tríade do Relacionamento Humano, que dá sustentação a qualquer tipo de negócio.

FIGURA 08: **Tríade do relacionamento humano organizacional**
CLIENTES **FUNCIONÁRIOS**

PERGUNTA-3: Qual o montante que tenho e quanto posso gastar com custos, despesas e investimentos?

Essa pergunta tem o objetivo de responder ao aposentado-empREENDEDOR qual será a capacidade de investimento e para auxiliar o empreendedor a planejar as finanças do negócio a abrir, já que, no início de todos os empreendimentos, existe um período de tempo para que a empresa comece a decolar e dar lucros. A seguir, na Figura-09, apresentamos a Tríade dos Gastos, que permite a visualização mais objetiva para o entendimento da importância da organização das obrigações financeiras e, dessa forma, realizar uma administração do empreendimento de forma organizada, efetiva e com os pés no chão.

FIGURA 09 - **Tríade dos gastos eficientes**

CUSTOS **DESPESAS** **INVESTIMENTOS**

GASTOS EFICIENTES

ELUCIDAÇÕES:

Existem três tipos de gastos em uma empresa, que são:

» **DESPESAS:** são gastos que estão relacionados com o funcionamento da empresa vendendo muito ou pouco. Sempre ocorrerão os gastos como energia, telefone, aluguel (quando ponto não for próprio), salários, material de consumo etc.

» **CUSTOS:** são gastos que estão relacionados com a produção de bens e serviços. Exemplo: se uma lanchonete tem venda garantida de 1000 sanduíches para festa de determinada empresa que fez encomenda, logo seu custo será diferente quando comparamos com um dia normal, quando ela vende em torno de 130 sanduíches. A lanchonete terá de comprar mais pães, verduras, queijo, ovos, embalagens etc. Logo, a empresa terá de gastar mais (custos) para atender essa encomenda.

» **INVESTIMENTOS:** são gastos que estão relacionados com a expectativa de retorno financeiro, como a compra de equipamentos, utensílios, moveis etc. Esses gastos irão proporcionar o efetivo funcionamento da empresa e servirão por um bom tempo para a empresa.

PERGUNTA-4: Quanto devo crescer para ganhar

mais? A pergunta leva o aposentado-empreendedor a refletir

em termos do capital para abrir o negócio, bem como, quanto

quer e pode ganhar? Se alguém quer investir pouco no valor

da compra de equipamentos, insumos e estrutura de uma forma geral para venda de algum produto e com o

resultado que fique no máximo em torno de R\$ 5.000,00, então uma carrocinha de cachorro quente pode ser o ideal, portanto é possível que a decisão seja na direção de ser um microempreendedor individual. O microempreendedor individual é uma figura jurídica que foi criado pelo Estatuto da Microempresa, Lei 123/2006, para quem fatura até R\$ 5.000,00 por mês.

3.2 OS TIPOS E MODELOS DE EMPRESAS PARA INICIAR UM NEGÓCIO

Após a primeira reflexão, realizada como discorrido no item anterior sobre as 4 perguntas vitais, agora apresentamos um painel que ajudará o aposentado- empreendedor a visualizar os formatos jurídicos possíveis, características principais tais como facilidades e dificuldades operacionais no que se refere a questões comerciais, administrativas, de encargos trabalhistas e o pagamento de taxas, impostos e contribuições federais, estaduais e municipais para conscientização ainda maior no que o aposentado- empreendedor se encaixa.

3.2.1 MEI - MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

» Grau de especialização

DESCRIÇÃO: Muitos podem pensar que ser um microempreendedor individual não requer nenhuma expertise técnica e que o empreendedor pode ser superficial no comprometimento com o sucesso. Engano! Essa modalidade requer conhecimento, prática, experiência e evolucionismo visceral do próprio empreendedor.

» Foco na evolução

DESCRIÇÃO: Muitos empreendedores se tornaram MEI, infelizmente, apenas pensando no recolhimento da aposentadoria, sem ter vendido um centavo sequer de qualquer coisa. Outros realmente desejam permanecer MEIs e não pensam em migrar para o padrão

microempresa. Porém, para quem é realmente empreendedor de verdade, deve sempre estar buscando conhecimento para inovar e vender mais e melhor que os concorrentes, participando de palestras, cursos e congressos, muitos deles oferecidos por entidades como o SEBRAE em todo Brasil. Se fôssemos pontuar o foco na evolução de 1 a 5, esse fator teria nota 3.

» **Correr riscos**

DESCRIÇÃO: O MEI, em sua grande maioria, é conservador e não gosta de correr riscos, configurando-se um contraponto à vontade de querer crescer, definida no item anterior “Foco na evolução”. Paradoxalmente talvez esse tipo de sentimento seja decorrente da quantidade de pessoas, famílias envolvidas, o que colabora para aumentar o receio de insucesso.

» **Valor dos relacionamentos**

DESCRIÇÃO: Alguns MEIs dão pouca importância aos relacionamentos com clientes, fornecedores e pares. Porém, investir em relacionamentos é sempre uma boa estratégia para repetir vendas aos mesmos clientes, consolidar futuras abordagens de vendas e propagar no longo prazo uma boa imagem no mercado, o que atrairá novos clientes.

» **Outras observações e vantagens**

DESCRIÇÃO: Segundo Marcia Aurani, coordenadora da Business School de São Paulo, a maioria dos pontos de venda dos MEIs são em casa (48,6%); em lojas (30,2%); no local-empresa do cliente (10,7) e na rua (8,9%). Os impostos, contribuições municipais, estaduais e federais, além do INSS são pagos via único carnê por 12 meses cada ano, emitido pela Receita Federal, conhecidos como DAS, que gira em torno de R\$ 40,00 por mês. A faixa máxima de faturamento definida pela Lei do Simples para o MEI é R\$ 60.000,00 ao ano. O MEI que ultrapassar esse limite será

reenquadrado para o patamar de microempresa no próximo mês de janeiro. O MEI também só pode contratar um único funcionário. A formalização é gratuita, e o empreendedor como toda sua família recebem os benefícios do INSS. Mais informações no www.portaldoempreendedor.gov.br.

3.2.2 MICROEMPRESA

» Grau de especialização

DESCRIÇÃO: O grau de especialização exigido para essa modalidade é um pouco maior do que o do MEI, pois a gestão operacional, *expertise* técnica e financeira são um pouco mais complexa, mas podem ser partilhadas com os sócios e os funcionários.

» Foco na evolução

DESCRIÇÃO: De uma maneira geral, o empreendedor de microempresa tem uma motivação para o crescimento, até mesmo pela influência da vontade dos outros sócios e colaboradores. Se fôssemos pontuar o foco na evolução de 1 a 5, esse fator teria nota 3.

» Desejo de correr riscos

DESCRIÇÃO: De uma forma geral, o empreendedor dessa modalidade é bastante conservador quando se trata de correr riscos. Geralmente se associa com alguém que conhece mais do que ele próprio ou que complementa suas competências, poder de capital de giro e suporte técnico.

» Valor dos relacionamentos

DESCRIÇÃO: Muitas MEs entendem bem a importância das ações que devem ser desenvolvidas nas empresas para manter clientes que já consomem produtos e serviços, bem como para atrair novos clientes. Não é raro vermos um *self-service* ou um mercadinho com campanhas promocionais de ofertas exclusivas para quem tem o cartão fidelidade daquela determinada empresa. Como a Lei 123/2006,

conhecida como estatuto da microempresa, afirma que uma ME pode ter até 09 funcionários com carteira assinada, é fácil de ver que o custo com encargos trabalhistas, por si só, pode vir a ser um motivo que naturalmente leve os empresários a pensarem em faturar mais com os mesmos e conhecidos clientes. Nesse sentido, a criatividade para vender sempre mais a um mesmo cliente é bastante trabalhada. Investir em relacionamentos é sempre uma boa estratégia para repetir vendas aos mesmos clientes, consolidar futuras abordagens de vendas e propagar no longo prazo uma boa imagem no mercado, o que atrairá novos clientes.

» **Outras observações e vantagens**

DESCRIÇÃO: Se o empreendedor tem em mente abrir uma empresa com faturamento entre R\$ 60.000,01 a R\$ 360.000,00 por ano, precisará, naturalmente, como assim permite a lei, de constituir sócios e funcionários para iniciar o empreendimento. Poderá também abrir a microempresa no sistema de tributação Simples, pois pode recolher imposto de maneira escalonada a partir do faturamento. Entre os anos 2007 e 2015, a quantidade de empresas no Simples Nacional cresceu 300%.

A microempresa tem três modalidades de registro:

1] **Empresário Individual:** A característica principal dessa modalidade é que o proprietário da empresa responde com todo seu patrimônio aos riscos inerentes à condução do empreendimento. Não há sócios.

2] **Eirelli:** A principal característica dessa modalidade é que ela se encaixa em profissionais liberais como médicos, advogados, arquitetos, consultores, artistas etc, que devem registrar um capital social acima de R\$ 70.000,00. Não admite sócios, mas protege bens pessoais em caso de dívidas.

3] **Sociedade Limitada:** Precisa de dois ou mais sócios, e a responsabilidade é restrita às cotas declaradas no contrato social.

3.2.3 EPP - EMPRESA DE PEQUENO PORTE

» Grau de especialização

DESCRIÇÃO: O nível de complexidade na gestão é maior, em comparação com as outras modalidades, descritas anteriormente, fato esse que demandará um grau de especialização mais avançado nos conhecimentos em vendas, logística, tecnologia e valor do capital humano. Segundo a Lei do Simples Nacional, uma empresa de pequeno porte deve ter faturamento anual enquadrado entre R\$ 360.000,00 e R\$ 3.600.000,00. O lado menos complicado desse tamanho de empresa é que o(s) dono(s) pode(m) 'REPARTIR' a necessidade de conhecimentos especializados e generalistas com seus colaboradores, já que é praticamente impossível só uma pessoa ser hábil em todas as áreas da empresa. Esse tipo de empresa pode ter entre 10 e 49 funcionários se for empresa de comércio e serviços ou entre 20 e 99 empregados se for indústria.

» Foco na evolução

DESCRIÇÃO: Claro que essa característica é na maioria das vezes intrínseca a todos empreendedores. Muitos têm desejo de crescer. Se isso acontecer, e o faturamento ultrapassar R\$ 3.600.000,00 por ano, a empresa será desenquadrada do Simples nacional, passando ao modelo de tributação denominado lucro real ou lucro presumido. Em ambos os casos é preciso uma assessoria contábil para definir o caminho a seguir.

» Desejo de correr riscos

DESCRIÇÃO: Nesse patamar de faturamento, a empresa já tem certa robustez operacional e sua curva de risco se acentua de forma natural. Segundo a Teoria dos Riscos em

empreendimentos, todas empresas desse porte convivem com os seguintes tipos de risco: **1) de mercado** : onde estão presentes as demandas maiores ou menores de determinados produtos/serviços definidos por alguma sazonalidade, pelo fator cultural ou financeiro, bem como a ações de combate geradas pelo concorrentes; **2) de câmbio** : pela valorização ou desvalorização da moeda nacional perante o dólar norte-americano, fato que pode alterar a importação ou exportação de produtos/ serviços; **3) financeiro** : que é definido como o aumento da taxas de juros de financeiras e bancos, impactando capital de giro(que significa o dinheiro para as despesas de manutenção, salários, água, energia, água, aluguel do dia a dia), ou investimentos, como a compra de novos equipamentos ou bens que podem melhorar as operações da empresa.

» **Valor dos relacionamentos**

DESCRIÇÃO: Nesse tamanho de empresa, é cabível a existência de um setor dedicado à divulgação, campanhas semanais de ofertas de produtos com redução de preço, bem como campanhas sazonais para liquidação de produtos que ficaram encalhados. Produtos encalhados são aqueles que não tiveram uma boa saída e foram ficando no estoque ou nas prateleiras sem o cliente levar. Outra definição importante é entender que um evento de liquidação é uma ação de redução de preços sempre sobre produtos que tem muita sobra em estoque após um longo período sem vender. Ao passo que promoção é uma redução de preços realizada em cima de produtos que vendem bem e que podem até servir para atrair os clientes, possibilitando assim a venda de outras mercadorias ou serviços.

» **Outras observações e vantagens**

DESCRIÇÃO: As empresas de pequeno porte que mais geram empregos são do setor de comércio, absorvendo

38,1% dos empregos existentes, enquanto que serviços totalizam 28,8%, indústria fica em 24,1% e construção em geral com 9%.

3.2.4 STARTUPS - (pronuncia-se “estartaps”)

» Grau de especialização

DESCRIÇÃO: Há necessidade de um elevado grau de especialização. *Startups* é uma palavra da língua inglesa, a qual significa empresa que está começando a operar.

Startups ganharam certo *glamour* na mídia contemporânea, pois o termo se tornou designação prioritária de novos negócios voltados a aplicativos de celular, jogos de computadores, produção de *softwares* e empresas voltadas a inovações no segmento de informática e internet em geral. Como é campo restrito a poucas pessoas que detêm conhecimentos globais e aplicados em ciência da computação, programação de computadores, atrelados, muitas vezes, a conhecimentos em *marketing*, vendas e negócios em geral, ganhou certa notoriedade, pois em alguns casos surgiram empresas de sucesso formadas por jovens em período de faculdade ou recém-formados. Tais empreendedores têm de ter natural “jogo de cintura” para testar diferentes ideias, protótipos de projetos a fim de achar a solução mais adequada e que possa facilitar uma atividade humana pessoal e profissional diária, além de ter viabilidade comercial. Viabilidade comercial em síntese é: mercado comprador, canais de distribuição dos produtos e margens de lucro.

Exemplos bem conhecidos de produtos/serviços que começaram como *startups* são: 1-) O *Waze*, um programa de computador adaptado para telefones celulares *smartphones*, criado pelo israelita Uri Levine, já baixado por mais de 50 milhões de pessoas e adquirido pela Google, que ajuda os motoristas no trânsito a descobrir no exato instante se na sua rota há qualquer tipo de problema de logística capaz de atrasar o prosseguimento do

itinerário. Outro aplicativo de sucesso que começou como *startup* é o *Easy-Taxi*, criado em 2012 pelo brasileiro Tallis Gomes, com mais de 300 mil taxistas, em 30 países, cujos usuários não ficam mais reféns de cooperativas de táxis ou sem atendimento urgente em momentos específicos no dia a dia das pessoas em qualquer localidade de uma cidade onde taxistas e usuários de *smartphones* estejam utilizando as facilidades de se chamar um táxi.

» **Foco na evolução**

DESCRIÇÃO: Os empreendedores de *startups* têm em mente a melhoria da rotina das pessoas no ambiente social, doméstico e profissional, sempre na expectativa de poder gerar uma forma mais fácil das pessoas lidarem com o cotidiano. Outro fato bastante provocador de aprimoramento do foco é um contingente de possíveis concorrentes tentando aperfeiçoar o que já foi lançado, causando uma tendência a um rápido desgaste das empresas e seus produtos e serviços.

» **Desejo de correr riscos**

DESCRIÇÃO: Os empreendedores de *startups* são por natureza automotivados, pois, na dimensão do psicossocial do universo empreendedor, criar empresas a partir de uma ideia única, própria, com o “DNA” do próprio empreendedor talvez seja capaz de promover um desejo mais aguçado de levar adiante um projeto, não só pela chance de ganhar muito dinheiro, mas pela chance de poder mostrar a amigos e familiares que foi capaz de criar algo que alcançou certo sucesso, promovendo certa distinção social e profissional, fato este que aumenta a capacidade de correr riscos.

» **Valor dos relacionamentos**

DESCRIÇÃO: Geralmente as *Startups* precisam de apoio financeiro para que possam ajudar a finalizar e lançar o projeto, transformando-o em realidade prática, testado e

retestado dentro do próprio mercado consumidor. Existem em muitas cidades, sobretudo nas capitais, as incubadoras que acolhem *startups* e ajudam a maturar o projeto. Incubadoras são organizações, muitas vezes, ligadas às organizações que possuem fundos financeiros para pesquisa e desenvolvimento de ideias. Outras “pessoas” também ajudam com dinheiro empreendedores de *startups*, como investidores anjos, que entram com dinheiro e participam dos lucros; aceleradoras, que oferecem mentoria e capital inicial para lançamento; capitais sementes oferecidos por fundos como o CRIATEC, ligado ao BNDES, para aumentar a escala das *startups* que já estão no mercado; fundos de venture capital, que parecem com os investidores anjos, mas que aportam maiores verbas de investimentos que estes.

» **Outras observações e vantagens**

DESCRIÇÃO: Segundo *The Start-upEcosystemReport 2012* as *startups* apresentam características genuínas, tais como: 96% dos empreendedores são homens; 90% têm mestrado; 8,8 horas é a jornada diária de trabalho; 23% tornam-se empreendedores em outras frentes.

3.2.5 FRANQUIAS

» **Grau de especialização**

DESCRIÇÃO: Não há necessidade de se ter alto grau de especialização para ser empreendedor nesse modelo de empresa. Franquia é um tipo de atuação no mercado no qual uma empresa consolidada econômica e comercialmente, ao invés de abrir filial, oferece a terceiros a oportunidade de serem donos de uma unidade de negócios em parceria, e sob a tutela de um contrato formal de direito e deveres. Franquia é por conseguinte uma modalidade de negócio que possui, na grande maioria das vezes, uma marca bastante conhecida, testada e aprovada, que seja capaz de gerar atração de pessoas sem

experiências anteriores em determinado segmento. Exemplo de franquia de sucesso: Boticário, Spoletto, Multicoisas, Engraxataria, Help (Franquia de crédito consignados, consórcio, conta corrente e pagamentos), dentre outras.

» **Foco na evolução**

DESCRIÇÃO: Empresas franqueadoras como a Help Serviços Financeiros têm um alto grau de profissionalização na sua cadeia de estrutura operacional, logística e treinamentos para manutenção da rede de franqueados, possibilitando assim amadurecimento e crescimento de todos os parceiros da franquia.

» **Desejo de correr riscos**

DESCRIÇÃO: Quando o aposentado-empREENDEDOR tem perfil conservador e algum dinheiro disponível, ele deve investigar quais das empresas operantes no padrão franquias mais se aproximam do seu perfil, a fim de que a escolha a ser tomada atenda suas necessidades e seja capaz de gerar motivação em gerir o negócio a longo prazo. O empreendedor em franquias tem pouca propensão para arriscar e começar algo do zero, porém deve ter capital disponível para integralizar os valores exigidos pela empresa franqueadora.

» **Valor dos relacionamentos**

DESCRIÇÃO: Ser franqueado é participar de uma rede de pessoas relacionadas na dimensão franqueador -franqueado, franqueado-cliente, obedecendo um código de regras que visa ao crescimento dos empreendedores. Ser franqueado é cumprir diversas obrigações contratuais e de postura comercial com clientes. A empresa dona da franquia determina um código de conduta comercial, no *layout* da unidade/loja do franqueado, na gestão de estoques, na divulgação, promoções, nas liquidações etc.

Veja a seguir os prós e contras de ser um franqueado:

PRÓS (VANTAGENS) Suporte do franqueador na gestão
Nome reconhecido pelo público

CONTRAS

(DESVANTAGENS) Franqueado precisa se adaptar ao perfil do franqueador. Criatividade e autonomia limitadas

Franqueador facilita acesso a informações para elaboração do plano de negócio.

Pagamento de taxa de franquia e royalties.

Franqueador calcula e sugere o preço de venda.

Necessidade de comprovar renda e capital de giro para abrir a operação

» **Outras observações e vantagens**

Os setores mais aquecidos, segundo à Associação Brasileira de Franquias – ABF, nesse modelo de negócios, no ano de 2014, em faturamento foram: 1-) Comunicação, informática e eletrônicos-27%; 2-) Acessórios pessoais e calçados-19%; 3-) Casa e construção-17%; 4-) Educação e treinamentos-12%; 5-) Veículos-9%. Mais informações sobre crescimento, taxa de mortalidade, redes que mais crescem etc., visitar o site da ABF⁴. Outras orientações: Ler o texto da ***Lei de Franchising n° 8955/94, também chamada de Lei Magalhães Teixeira,***

a qual dispõe sobre o contrato de franquia empresarial ("Franchising") e dá outras providências.

4

<http://www.portaldofranchising.com.br/central/Content/UploadedFiles/Arquivos/Apresentacao-Institucional-ABF-2015.pdf>.

3.3 EXERCÍCIO PARA SABER SE VOCÊ TEM O PERFIL EMPREENDEDOR

Nesta autoavaliação, o leitor poderá verificar se no momento presente apresenta bem desenvolvidos alguns aspectos do perfil empreendedor necessários para o desenvolvimento do “próprio negócio”.

AUTOAVALIAÇÃO **DETECTANDO SEU PERFIL EMPREENDEDOR**

É muito importante para o candidato(a) a empreendedor(a) estar consciente de que ele(a) tem uma natural vocação para os desafios que virão na “vida nova” como dono(a) do seu “próprio negócio”.

AUTOTESTE 1:

Seja sincero e escolha apenas a alternativa que mais está relacionada a você no momento presente. Ao final, some os pontos. Para **SIM, atribua 3** ; para **MAIS OU MENOS, atribua 2** ; e para **NÃO, atribua zero** .

1] **Você é persistente?**

Persistência significa manter o foco e a determinação de realizar os sonhos, alcançar os objetivos e atingir as metas. Não desistir desses objetivos e estar pronto a rever padrões de execução para melhorar a caminhada em direção aos objetivos.

() Não () Mais ou menos () Sim

2] **Você é persuasivo?**

Capacidade pessoal de assertividade, ou seja grau de poder pessoal de convencimento e de influenciar outras pessoas. () Não () Mais ou menos () Sim

3] **Você se acha caprichoso, organizado e adepto da qualidade com aquilo a que se propõe fazer?**

() Não () Mais ou menos () Sim

4] **Você se acha uma pessoa bem informada: ler jornais, revistas, livros, assiste ouve noticiários, mantém grupo de pessoas amigas para trocar ideias sobre diversos assuntos?** () Não () Mais ou menos () Sim

5] **Você se considera pronto, sob o ponto de vista motivacional e de conhecimentos técnicos, para assumir riscos com certo grau de cuidado, bem como preparado para aceitar e resolver desafios?**
() Não () Mais ou menos () Sim

6] **Você gosta de planejar e acompanhar os resultados das ações planejadas para aprender e ajustar em busca da melhoria?**
() Não () Mais ou menos () Sim

7] **Você se percebe como alguém que é capaz de enxergar formas novas de apresentar, oferecer e criar um negócio que por acaso não exista ou que exista, mas careça de qualidade?**
() Não () Mais ou menos () Sim

8] **Você tem o costume de sonhar, traçar objetivos e escrever ações para poder alcançar a conquista desejada?** () Não () Mais ou menos () Sim

9] **Você gosta de se relacionar com outras pessoas e fazer rede de clientes, colegas, amigos, parceiros, participar de associações e entidades de classe?**
() Não () Mais ou menos () Sim

10] **Você é engajado quando é desafiado a atuar por iniciativa própria, vai lá e faz?**
() Não () Mais ou menos () Sim

GABARITO: » Se sua soma deu entre 30 e 25, você tem potencialmente um bom perfil para empreender no

presente momento;

» Se sua soma ficou entre 24 e 18, você tem alguns traços positivos do perfil empreendedor;

» Se sua soma ficou abaixo de 18 pontos, sua atual motivação não sinaliza características ainda para empreender, no momento presente.

OBS.: Esse teste serve apenas como um sinalizador, no momento presente, a respeito das potencialidades comportamentais e cognitivas para as pessoas iniciarem o desenvolvimento de um projeto empreendedor. Pode ser que daqui a alguns meses as notas mudem de patamar.

3.4 EXERCÍCIO PARA SABER O TIPO DE NEGÓCIO MAIS ADEQUADO AO SEU PERFIL.

Faça seu segundo autoteste para saber sua maior ou menor tendência a um tipo específico de negócio (MEI, ME, EPP, EIRELI, *startup* ou Franquia).

AUTOTESTE 2:

Escolha apenas uma resposta para cada um dos quesitos. Ao final, vá à tabela abaixo e veja nas colunas onde se encontram as sequências dos quesitos e, nas linhas, o modelo de empresa. Você descobrirá seu perfil de empreendedor no momento atual de sua vida, através do maior somatório na coluna TOTAL. Aquele determinado tipo de negócio que tiver maior valor na coluna TOTAL pode ser considerado sua provável tendência ou seu provável perfil empreendedor.

QUADRO DE RESPOSTAS

TIPOS DE

TOTAL - 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SOMA DE NEGÓCIOS MARCAÇÕES

MEI C C C C B C A A B C **ME** A B B B A B B B C B **EPP** A A B
A A B B B C B

EIRELI B C C B A A A A B C **STARTUP** C A A A A B C A B
FRANQUIA A C A A C C C B C A

Exemplo: Se as minhas respostas correspondentes a cada quesito fossem a sequência abaixo, então meu quadro de respostas vai apresentar perfil de empreendedor conforme descrito a seguir:

- 1) B 6) A
- 2) B 7) B
- 3) C 8) C
- 4) C 9) B
- 5) A 10) B

TIPOS DE

TOTAL - 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SOMA DE NEGÓCIOS MARCAÇÕES

MEI C C C C B C A A B C **3**
ME A B B B A B B B C B **4**
EPP A A B A A B B B C B **3**
EIRELI B C C B A A A A B C **5**
STARTUP C A A A A A B C A B **5**
FRANQUIA A C A A C C C B C A **0**

3.4.1 Questionário para identificar seu perfil e modelo de negócio mais apropriado para empreender.

Marque apenas uma alternativa.

1] **Você gosta de se ver trabalhando em estreito contato com funcionários e fornecedores?**

a) Muito () b) Mais ou menos () c) Pouco ()

2] **Você se vê correndo riscos?**

a) Muito () b) Mais ou menos () c) Pouco ()

3] **Você tem motivação para cumprir normas predeterminadas e cumprir regras?**

a) Muito () b) Mais ou menos () c) Pouco ()

4] **Você tem vontade de investir que montante?** a)

Muito () b) Mais ou menos () c) Pouco ()

5] **Você gosta de tomar decisões?**

a) Muito () b) Mais ou menos () c) Pouco ()

6] **Você gosta de trabalho que exija maior criatividade para dar certo?**

a) Muito () b) Mais ou menos () c) Pouco ()

7] **Você se vê no futuro?**

a) Trabalhando só ()

b) Gerando empregos ()

c) Com alguma estabilidade e segurança ()

8] **Como você projeta o futuro do negócio?**

a) Com um único funcionário e poucos desafios () b) Com sócios e vários funcionários, negócio com muitos desafios ()

c) Criando empresas e serviços, constantemente, com poucos funcionários especializados e sócios ()

9] **Quando você se sente realizado?**

a) Trabalhando com poucas pessoas competentes () b) Colocando minhas ideias e habilidades () c) Ensinando pessoas a executarem tarefas ()

10] **Quando você pensa em ser dono de uma empresa, prefere:**

a) Com estrutura e regras ()

b) Que gere empregos e possa crescer ()

c) Ser um pequeno e estável negócio, sem muitos desafios ()

O gabarito que é dado pelo QUADRO DE RESPOSTAS está baseado no modelo de questionário com base nas ideias do consultor L. F. Garcia, consultor certificado pela ONU.

Os quesitos trazem nas suas perguntas um traço característico que os diversos modelos de negócio apresentam nas suas singularidades específicas, de acordo com conteúdo descrito nas páginas anteriores conforme atividades (MEI, ME, EPP, EIRELLI, STARTUP, FRANQUIA).

3.5 QUEM VAI ABRIR UMA EMPRESA TEM DE TER UM DIFERENCIAL EM RELAÇÃO ÀS OUTRAS EMPRESAS

Uma pessoa prestes a se aposentar traz consigo, de forma mais latente, experiências, conhecimentos, rede de relacionamentos, amizades, posicionamentos quanto a conceitos sobre a vida profissional.

Todos esses atributos são de muito valor para qualquer atividade profissional, contudo, determinar um diferencial competitivo, um algo a mais, uma inovação é de extremo valor para o sucesso de qualquer novo empreendedor, seja a pessoa mais jovem ou não.

Inovar na oferta de produtos e serviços é não ficar enxergando problemas ou correndo sempre atrás para solucioná-los. É, sim, “criar soluções”, criar uma nova demanda, gerar uma alternativa a mais para vender constantemente.

Veja o exemplo do aplicativo *WAZE* para *smartphones*, o qual mostra se sua rota tem trafegabilidade ou não dentro de uma área urbana, alimentado pelos próprios usuários, conforme já falamos anteriormente.

Outro exemplo claro é a própria dimensão do uso em demasia de aparelhos celulares por pessoas de todas as classes em todos os países, se até a sua invenção ninguém disse que precisava de um celular ou sequer imaginou usar diariamente e a todo instante.

Quando se determina um diferencial competitivo, há uma enorme chance de se destacar. Do contrário, cai-se “na vala do lugar comum”, forçando o empreendedor a ter preço menor sempre, que em muitos casos não geram margens de lucratividade para motivá-lo em busca dos resultados e perenes do negócio.

Quando não se gera boas margens de lucratividade, em curto e médio prazo, todos terminam cansando.

Dessa forma, a solução é iniciar um negócio que se destaca com serviços diferenciados, vantagens aos clientes em termos de preço, prazo, entrega, bônus para outras compras, produtos personalizados etc.

Enfim, não se pode iniciar como empreendedor sem pensar em oferecer um “algo a mais” aos clientes, que em última instância são os padrões de todos.

Ao iniciar um próprio negócio, seja no segmento de serviços, comércio e indústria, o novo empresário precisa estar atento a erros que podem ser cometidos,

“inocentemente”, por conta do natural entusiasmo de momento, bem como pela falta de visão, igualmente comuns no lançamento de qualquer projeto, ou ainda pela falta de inovação e da ausência de um “algo a mais” diferenciado no mercado para fidelizar e encantar clientes.

Na intenção de ser bem prático e objetivo, relacionamos e destrinchamos, a seguir, os mais importantes fatores que deve ser sempre bem observados pelo empreendedor, quando da elaboração de suas ações estratégicas, a fim de manter-se competitivo, atualizado e desejado pelos clientes: **a) produtos/serviços de qualidade; b) tempo de compra, entrega e garantias; c) logística de entrega; d) disponibilidade; desburocratização, qualidade do processo; e) ponto, preço e promoções; e f) a qualificação profissional de todos os funcionários.**

3.6 ANÁLISE DE UM CASO PRÁTICO: APRENDENDO COM ERROS DOS OUTROS

3.6.1 O encerramento do funcionamento de um restaurante *self-service* em frente a uma grande empresa

3.6.1.1 Análise dos erros, causas e implicações

Conheci a história da abertura de restaurante em frente a uma empresa onde diariamente circulava uma média de 700 pessoas, público esse composto de clientes, funcionários, fornecedores, profissionais terceirizados e representantes.

O restaurante tipo *self-service* funcionava das 11h00 às 15h00. O empresário achava que a qualidade da localização do ponto era o suficiente para garantir um fluxo médio que pudesse dar sustentação aos negócios, apenas servindo almoço, e em dois anos fechou as portas.

Falha-1: Estratégia de funcionamento - horário restrito para abrir e fechar

a] **Erro:** A primeira grande falha do empresário foi abrir o restaurante apenas no horário do almoço para atender o público dessa referida empresa. Nos finais de semana e feriados, o restaurante também fechava. Ou seja, estava totalmente moldado a um único perfil de cliente.

b] **Implicações:** Agindo dessa forma, o empresário restringiu seu faturamento, abrindo mão de pelo menos três outras oportunidades de realizar vendas: no lanche da manhã, lanche da tarde e jantar. Os encargos trabalhistas tornaram-se mais pesados, pois precisavam ser retirados da receita de apenas um horário de refeição. Limitar o acesso de clientes a um horário determinado.

c] **Causa do erro:** Visão restrita do empresário, sem qualquer diferencial em relação ao horário de funcionamento, moldado apenas a partir das necessidades dele (o empresário).

Falha-2: Falta de diversidade de produtos

a] **Erro:** Uma outra falha latente foi a falta de diversidade do cardápio. De uma forma geral, os restaurantes nos moldes de *self-service* têm uma atratividade baseada na variedade de pratos regionais, pratos de estação e pratos convencionais, tais quais: arroz, feijão e bife, os diversos tipos de macarronadas etc. Entretanto, esse restaurante não possuía um mínimo rol de opções.

b] **Implicações:** Diminuição da motivação dos clientes em almoçar nesse restaurante: saturação em relação aos temperos e sabores, com a consequente redução de fluxo e mais tarde perda de clientela.

c] **Causa do erro:** Empresário possivelmente deveria achar que com o cardápio reduzido ele teria menos perdas ou sobras em escala, e ainda poderia garantir menor tempo e estrutura nas suas preparações.

Falha-3: Falta de maior divulgação na circunvizinhança.

a] **Erro:** O empresário “casou no civil e na igreja” com essa empresa com 700 pessoas circulando diariamente. A visão do negócio foi praticamente atender a essa empresa, bem próxima ao seu endereço, na qual circulavam em torno de 700 pessoas dia, e não criou política nem ações de marketing para atrair novos clientes.

b] **Implicações:** As chances de vendas das refeições diminuem consideravelmente quando um empreendedor não conduz uma mínima política de marketing centrado em

ampliar leque de clientes com a correspondente divulgação dos diferenciais do restaurante.

c] **Causa do erro:** Empreendedor iniciante que não participa de capacitações sobre vendas, marketing, plano de negócio, aprender a controlar gastos (custos, despesas e investimentos), contratar pessoas etc. antes de iniciar o funcionamento da empresa não consegue enxergar como é vital para o empreendimento uma política de divulgação dos serviços, promoções de novos pratos, tendendo a cair nessa armadilha da autoconfiança. Divulgar o negócio não é luxo nenhum, deve estar dentro das verbas do capital de funcionamento (capital de giro) dos pequenos e grandes empreendimentos.

Falha-4: A não elaboração do Plano de Negócio.

a] **Erro:** Um dos erros principais na abertura de novas empresas é a não elaboração de um plano de negócio. Plano de negócio é um documento no qual o empreendedor direciona uma reflexão sobre o campo da gestão que envolve conhecimentos de vendas, marketing, planejamento estratégico, controles financeiros e de gestão de pessoas sobre a empresa que vai abrir. Plano de negócio dá “o norte” de como o empreendedor deve agir para eliminar erros, aprender as ferramentas eficazes da administração de um negócio e, dessa forma, crescer e manter o sucesso.

O candidato a empreendedor deve se familiarizar com os conceitos mais atuais da gestão, internalizando também os comportamentos mais eficazes no desempenho do papel de empresário.

Com o plano de negócio, o novo empreendedor aprenderá a:

- » projetar receitas, custos, despesas e investimentos; » elaborar pesquisa de mercado;
- » definir público-alvo, política de marketing e de vendas;
- » definir a qualidade e perfil profissional do pessoal que atuará como colaborador;
- » escolher os fornecedores, etc.

O empreendedor do restaurante *self-service* em análise não sabia desse instrumento como fator de alavancagem de receitas, manutenção das boas práticas da administração que pudessem contribuir na necessidade de mitigação de erros, falhas e omissões.

No Anexo-03, elaboramos um plano de negócios no modelo CANVAS, para montar um restaurante *self-service*, pois serve como contraponto aos erros comentados nos itens anteriores. Esse tipo de metodologia pode servir de inspiração para a elaboração de qualquer outro tipo de negócio em qualquer segmento de mercado (comércio, indústria ou serviços).

O SEBRAE disponibiliza diversos cursos e oficinas que tratam de como elaborar um plano de negócio, nos quais o empreendedor pode participar. Alguns deles são: 5 PASSOS PARA COMEÇAR BEM; Curso: TRANSFORME SUA IDEIA EM OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO. Veja mais no Anexo-04 sobre quais as capacitações o SEBRAE pode contribuir com os empreendedores.

b] Implicações: Empresa sem plano de negócio não consegue determinar nível de qualidade nem de exigências para crescer e prosperar.

Quando não se elabora um plano de negócio, não se faz análise do potencial comercial de vendas em relação a clientes, concorrentes, perspectiva de crescimento, projeção de faturamento, despesas, custos e investimentos

necessários. Com isso, não se criam parâmetros de crescimento, não se consegue visualizar as ameaças e as oportunidades de vender mais e melhor. Logo, os resultados alcançados podem ser inferiores aos projetados.

Muitas pessoas “deram pitaco”, sugeriram e deram indicações para a melhoria do desempenho do restaurante, e isso confundiu o empreendedor, contribuindo com o fechamento do restaurante.

c] **Causa do erro:** Muitos novos empreendedores sequer sabem da importância de se elaborar um plano de negócio. Outras vezes, alguns empreendedores acham que apenas a *expertise* sobre determinada atividade profissional ou o desejo de empreender são o suficiente para o sucesso do negócio. Quando se elabora um plano de negócio, obtém-se uma visão maior e mais profunda sobre as funções administrativas de observar, planejar, agir e ajustar as demandas ao contexto e ao cenário em que a empresa atua no mercado.

3.6.1.2 Comentários sobre atitudes e comportamentos Existiram, também, erros nos aspectos comportamentais, nos processos e na gestão como um todo.

Falha-1: “Autoflagelo” - o exagero em executar a rotina operacional do dia a dia.

No dia a dia, o empreendedor de restaurante *self-service* não precisa se assoberbar no operacional, como uns costumavam fazer no passado, e esquecer o contato com os clientes. O empreendedor desse tipo de negócio não precisa sair de madrugada para comprar verduras, frutas e carnes na central de abastecimento, pois já existem fornecedores que atendem em domicílio com mesmo preço da central.

Falha-2: O empreendedor não pode se tornar um tarefeiro. Observamos, constantemente, muitos empresários trabalhando o dia inteiro no caixa, limitando-se a operacionalização interna e esquecendo contato com clientes, checagem da qualidade dos serviços ou produtos, desenvolvimento de parcerias e aprimoramento da divulgação do negócio. Enfim, não precisa ficar no caixa, alucinadamente.

Falha-3: O empreendedor não pode contratar de qualquer jeito.

O empreendedor não pode contratar pessoas para serem funcionários de qualquer jeito. Não pode haver o peso da simpatia, apadrinhamento, parentesco etc., se o contratado não possuir as habilidades e os conhecimentos necessários ao pleno desempenho da função.

Pessoas que trabalharão na empresa, sejam familiares ou não, devem possuir competência técnica, boa formação profissional, iniciativa, engajamento, motivação, urbanidade e bom relacionamento com colegas, clientes e fornecedores.

Preferencialmente, o mais indicado é contratar uma empresa ou profissional para selecionar o perfil ideal para a atividade e faixa de remuneração específica. Existem muitas empresas especializadas em recrutamento e seleção que não praticam custos elevados, tanto na contratação das funções mais básicas dentro da hierarquia da empresa quanto na busca por cargos de liderança, como encarregados, supervisores ou gerentes.

Falha-4: Erro em não ouvir clientes.

Ouvir os clientes, saber seus hábitos, o que eles consomem e adaptar-se aos seus horários, bem como à frequência com que eles fazem suas compras (semanal, mensal, semestral, anual etc.), além de saber dos detalhes da

personalidade consumidora dos diversos tipos de clientes é uma necessidade de conhecimento que, antes de abrir a empresa, o candidato a empreendedor deve buscar, utilizando-se de uma metodologia denominada pesquisa de mercado.

Pesquisa de mercado é um instrumento de gestão que serve para gerar conhecimento a respeito dos aspectos culturais, hábitos, tradições, perfil socioeconômico do nicho de mercado que determinada empresa quer atingir para realizar suas vendas. Nicho de mercado é uma partição de determinados grupos de consumidores presentes no mercado. Esses grupos de consumidores podem ser divididos, por exemplo:

- » classe social (A=milionários; B=ricos ou independentes financeiramente; C= média, D=média baixa; E=pobre); »
- faixa etária (infantil, *teen* , jovem, adulto-jovem, maduro ou sênior, idosos);
- » gênero (masculino, feminino);
- » território (definido pelo raio de abrangência da ação comercial – uma quadra inteira, bairro, uma cidade, o estado, região, país, o mundo ou via web).

Outra espécie de “dever de casa”, com o objetivo da evolução dos pontos fortes do restaurante e melhoria dos pontos fracos, é a pesquisa de satisfação dos clientes, a qual, de tempos em tempos, é necessário renovar, pois a sua não realização cíclica implica em não conhecer mais a fundo o mercado, os novos hábitos de consumo voltados à saúde, ao bem-estar, ao consumo por impulso (a compra de produtos cujas necessidades não sejam emergentes) e produtos sazonais.

Logo, pesquisa de mercado, ou qualquer tipo de diagnóstico, serve para antes da inauguração do

restaurante ou outro negócio, enquanto a pesquisa de satisfação deve ser feita durante o funcionamento.

O restaurante em análise era quem determinava os tipos de pratos durante toda a semana, “achando” que todos iriam gostar. Aquela grande empresa funcionava até mais tarde da noite, tinha mais de dez salas de treinamento, as quais eram alugadas para realização de cursos e palestras durante todos os dias e só viviam lotadas, sem cantina para lanche antes e durante as aulas. Nesse sentido, o empresário não conseguiu PERCEBER a vontade e as necessidades de potenciais clientes da noite, por uma simples falta de uma “escuta” ao público-alvo daqueles cursos noturnos.

Um tipo de análise de satisfação dos clientes, que é frequentemente utilizada pelas empresas, conhecida como DOL - diagnóstico operacional de loja, tem o objetivo de identificar falhas na execução e planejamento, falhas na abordagem dos clientes, falhas no *layout*, na operacionalização do atendimento, as quais são identificadas e anotadas para correção, eliminação, sempre com vistas na total satisfação dos clientes, seja no comércio, empresas de serviços e indústrias.

O SEBRAE também tem consultores especialistas nessa análise que ajudam nas correções e ajustes do negócio. No Quadro-07, a seguir, apresentamos uma lista de problemas simulando o que na prática um questionário diagnóstico operacional de loja – DOL pode ajudar a melhorar e assim contribuir para o sucesso do negócio. Em cursos do SEBRAE, os empreendedores têm disponíveis capacitações para aprender a usar pesquisas de lojas e de mercado a seu favor.

3.7 DICAS PARA PLANEJAR A ABERTURA DO PRÓPRIO NEGÓCIO

Segundo Minarelli (2010), quem está interessado em se tornar empreendedor deve utilizar as seguintes técnicas para descobrir o que implementar, caso ainda não saiba o que desenvolver como nova atividade econômica:

» **Análise a sua trajetória, histórico, vida e profissão:** Leve em conta sua *expertise* e conhecimentos acumulados para que talvez sirvam para iniciar um negócio próprio.

» **Relacione o que gosta de fazer por entretenimento:** Descubra o que mais lhe dá prazer, inclusive sem ganhar dinheiro, e de repente algo que é um lazer poderá virar uma chance ganhar dinheiro e ser bem-sucedido.

» **Visualize-se fazendo melhor que o concorrente:** Do que você gosta de fazer e o atrai, descubra um fator de competitividade e diferencial que seus concorrentes hoje não possuam.

» **Visualize-se surpreendendo os clientes:** Descubra o que atrai os clientes, como, quando, quanto, que preço ele quer e pode pagar, e sempre pense em surpreendê-los, cativá-los, fidelizá-los, resolver seus problemas e criar soluções, antecipando as suas demandas e assessorando-os como política de relacionamento de longo prazo.

» **Esteja alerta para enxergar oportunidades em qualquer lugar e momento:** Onde você estiver, morar, passear, viajar, preste atenção.

3.7.1 Onde quer atuar

Descreva o segmento da economia que você pretende atuar: () Comércio
() Indústria

- () Serviços
- () Agropecuária

3.7.2 Detalhe a atividade que pensa desenvolver Seja claro e anote o máximo que puder para descrever esse negócio.

3.7.3 Justifique Relacione os motivos pelos os quais você acha que esse negócio pode dar certo.

3.7.4 Clientes - Descreva:

Quem será seu cliente: classe A (ricos), B (classe média alta), C (classe média intermediária) ou D (classe social que recebe per capita até U\$ 300,00 – trezentos dólares)?

Será público infantil, jovem, adulto, terceira idade, todos?
Onde eles estão localizados?

Como vai atrair os clientes e gerar volume de vendas?

Como vai fazer para saber o que os clientes querem e como querem?

Como vai fazer para cativar clientes, qual o diferencial e o algo mais vai ser oferecido aos clientes para que eles voltem sempre e divulguem a empresa positivamente?

Qual a inovação que será oferecida aos clientes via produtos ou serviços para que eles sintam o verdadeiro diferencial da empresa?

3.7.5 Concorrentes

Descreva quais são seus concorrentes diretos (do mesmo segmento) e os indiretos (aqueles que podem “drenar” o dinheiro dos seus clientes).

Descreva as lacunas que os concorrentes apresentam e solucione-as para atrair os clientes da concorrência.

Descubra e descreva o que a concorrência faz de bom em relação aos clientes para que você possa adotar na sua

empresa.

3.7.6 Investimentos

Relacione todo dinheiro que precisará para montar seu negócio:

Imóveis: ;

Móveis: ;

Equipamentos: ;

Reformas: ;

Pessoal: ;

Outros: .

3.7.7 Fornecedores

Relacione os seguintes tipos de fornecedores:

» Fornecedores de insumos ou de matéria prima:

» Fornecedores de material de consumo e de escritório:

» Fornecedores de mão de obra:

» Fornecedores de tecnologia:

» Fornecedores de consultoria e outros serviços: Descubra os impostos e taxas que você vai pagar se comprar fora do estado. Existem muitas armadilhas quando se compra fora do estado de forma legal. Faça contato com um contador para tirar essa dúvida.

TIPO DE FORNECEDOR TRIBUTOS (IMPOSTOS, ROYALTIES)
TRIBUTOS (IMPOSTOS, ROYALTIES)

Percentual do estado Percentual fora do estado

Fábrica

Distribuidores

Atacadistas

Representantes

Importados

Varejo

3.7.8 Seu grau de conhecimento

Qual seu grau de conhecimento em relação a esse tipo de negócio?

() Bom () Mais ou menos () Fraco O que você vai fazer

para aumentar seu conhecimento no negócio em que vai empreender? Cursos técnicos, comportamentais ou administrativos? Visitas técnicas? Pós? Graduação?

3.7.9 Lado negativo do negócio

Descreva todos os aspectos que sejam negativos à implantação do seu negócio.

3.7.10 Receitas

Segundo Minarelli (2010), deve-se descrever também todas as oportunidades, justifique e detalhe o que poderá servir **como canal de vendas** . *Exemplo: vendas em loja, vendas on-line, porta a porta, parcerias, consignação; sacoleiras; a empresas do setor público; vendas coletivas; cupom de descontos; cartão de fidelidade; sob encomenda, delivery etc.*

3.7.11 Despesas e custos

Descreva todas as despesas mensais (despesas são todos os gastos para a empresa funcionar: salários, aluguel, água, luz, telefone etc).

Descreva todos os custos mensais (custos são os gastos que se faz para elaborar os produtos e serviços. *Ex.: quantidade de farinha de trigo para elaborar pizzas em um restaurante).*

3.8 SETE DICAS PARA A TRANSIÇÃO PROFISSIONAL

Para finalizar este trabalho, listamos sete dicas para que seu período de transição seja pleno de alegria, ação, propósitos e sucesso.

1] TENHA UM NOVO ALVO: Esteja ciente da escassez do tempo e que será nessa escassez que você poderá fazer as melhores e mais profundas mudanças em sua vida, aliando experiência, conhecimentos e relações interpessoais

conquistados, com nova visão de futuro, rumos e desejos. Planeje onde e como você vai estar daqui a 10 anos. Determine e escreva os seus OBJETIVOS E METAS pessoais e profissionais a atingir. Descreva o PROPÓSITO de cada objetivo/meta. Declare COMO vai fazer para chegar lá e QUANDO começa e termina o desafio.

2] **APERFEIÇOE UM TALENTO:** Ninguém foi feito só para trabalhar ou só para lazer, ou ainda carregar netos ou bailar nos encontros da boa idade. Você pode continuar também gerando renda ou servir a uma causa social para seu bem-estar. Apenas precisa realçar um talento ou sonho profissional e pessoal para assim oferecer serviço/produto, remunerado ou altruísta e beneficente. Volte a estudar para revigorar conhecimentos.

3] **SEJA PERSEVERANTE:** Ser obstinado no bom sentido, para obter um melhor futuro p/ você e sua família. Tenha fé e autoconfiança. ANDE “1 KM” A MAIS! Dê um jeito de dar um algo mais na vida profissional, que pode ser continuada, e na vida pessoal, que deve ser ainda mais prazerosa. Surpreenda seus parentes, amigos, você mesmo, praticando uma ação que eles não esperam que você pratique. Aposentar-se significa estar ainda mais ativo e presente diante de sua vida e das vidas das demais pessoas.

4] **DESAFIAR-SE:** O mundo, nossas famílias, nossa consciência, admiram gente que cria, que sai da “zona de conforto”, que se supera sempre. Essa ação contribui, inclusive, nas nossas taxas hormonais e nos neurotransmissores, aumentando a serotoninas, endorfinas e a noradrenalinhas que são as substâncias que dão sensação de bem-estar e alegria de viver.

5] **DIFERENCIE-SE:** Não aja nem se pareça com ninguém. Faça algo para ser único e escrever uma história de vida

ainda mais bonita e significativa.

6] O AQUI E AGORA: O passado serve para aprendermos, o futuro para definirmos e planejar onde chegar. E o presente, aperfeiçoar as atitudes e agir como se não houvesse amanhã. O presente é a maior e única chance de fazermos o melhor aqui e agora.

7] TENHA BOM HUMOR: Zombe de seus erros! Reflita sobre as causas desses erros, conserte-os e depois dê uma boa risada. Sorria mais, comemore e celebre a vida!!!

RESUMO DO CAPÍTULO - 3

O capítulo-3 objetivou levar o aposentado a iniciar um processo decisório no sentido de abrir o próprio negócio. Destacamos os dois autotestes disponíveis, sendo o primeiro para conferir se o leitor tem, no momento presente, o perfil empreendedor amadurecido, e o segundo, para contribuir com uma possível identificação do tipo e tamanho de empresa possível para iniciar a nova caminhada no mundo empreendedor. Com participação do colega Valdir Cavalcanti, renomado analista e palestrante do SEBRAE, especialista em empreendedorismo, *marketing*, vendas, no planejamento para abertura e desenvolvimento de pequenos negócios, apresentamos também um estudo de caso sobre erros e soluções cometidos na administração de um restaurante *self-service*, disponibilizando em paralelo um modelo de plano de negócio com a metodologia *Canvas* (que em inglês significa quadro) para esse tipo de negócio: um restaurante *self-service*. Ou seja, utilizamos da metodologia *Canvas*, a qual possibilita que, em uma única folha de papel, uma pessoa possa traçar as diretrizes e as diversas formas de gerar receitas, conquistar e manter clientes, gerir despesas, investimentos e a logística operacional de um restaurante etc. Ao final, relacionamos nomes de

instituições que podem apoiar empreendedores no Brasil, e a lista de capacitações que o SEBRAE oferece diariamente em mais de 200 pontos de atendimento de Norte a Sul e de Leste a Oeste do Brasil, para que os pequenos negócios prosperem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Flavio De. *Ser dono do Próprio nariz sem quebrar a cara* . Belo Horizonte: Instituto Brasileiro de Empreendedorismo, 1998.

BLANCHARD, Ken; SHAEVITZ, Morton. *Refire, don't Retire* . Okaland: Berrett-Koehler Publishers Inc., 2015, 154 p.

BRASIL. *LEI 10.741 de 01 de outubro de 2003* – Estatuto do Idoso. Brasília, 2003.

BROXADO, Sílvia. *A Verdadeira Motivação nas Empresas*. Rio Janeiro: Qualitymark, 2008.

BROXADO, Sílvia. *E aí, tá motivado?* Recife: Livro Rápido, 2005.

BYRNE, John A. *Empreendedores Extraordinários* . Rio de Janeiro: Campus, 2011, 246 p.

CAPRA, Fritjof. *The Turning Point, science, society and rising culture*. New York: Bantam Books, 1982, 345 p.

CARSON, Ben. *Think Big – Unleashing your Potential for Excellence* . New York: Harpers, 1993.

CHATZKY, Jean. *Money Rules – The simple Path to Lifelong Security*. New York: Rodale, 2012.

COSTA. Alexandre Tadeu. *Uma trufa e ...1000 lojas depois* . Ed. Alaúde, São Paulo, 2010.

DEEP, Samuel D. *Yes, you can – 1200 inspiring ideas for Work, Home and Happiness* . Westwood, MA-EUA: Adisson Wesley, 1996.

ESCARLATE, Luiz Felipe. *Aprender e Empreender* . Brasília: Fundação Roberto Marinho, SEBRAE, 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Dicionário*

Aurélio da Língua Portuguesa . 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FRANÇA, Lucia. *Preparação para a Aposentadoria: desafios a enfrentar* . In: VERAS, Renato Peixoto. Terceira Idade: alternativas para uma sociedade em transição. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1999. P.11-34.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Autonomia* . São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GEM – Global Entrepreneur Monitor/2013. *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2013, 17 p.

GEM – Global Entrepreneur Monitor/2014. *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo* . Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2014, 17 p.

GEM – Global Entrepreneur Monitor/2014. *Global Entrepreneurship Monitor empreendedorismo na região nordeste do Brasil - Relatório Executivo* . Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2014, 14 p.

HANNON, Kerry. *Love Your Job*. New Jersey: Wiley, 2015, 183 p.

HARREL, Keith. *Attitude is Everything – 10 life-changing Steps to Turning Attitude into Action* . Anaheim, California, EUA: Cliff Street, Harpers, 2000.

HILL, Napoleon. *Think and Grow Rich*. New York: Fawcett Books, 1983.

JUNG, C.G. *Psicologia e Alquimia* . Rio de Janeiro: Vozes, 1990.

MARDEGAN JUNIOR, Elyseu. *Homem 40 graus* . São Paulo: Editora Mercuryo, 1997.

MARQUES, José Roberto. *Coaching e Carreira*. Goiânia: IBC, 2013, 332 p.

MEZZOMO, Clóvis. *Da sua vida dos seus negócios*. Rio de Janeiro: Mezzomo, 1998, 95 p.

MINARELLI, José Augusto. *Trabalhar por Conta Própria* . São Paulo: Gente 2010, 145 p.

MONTEIRO, Dulcínea da Mata R. *Aposentadoria – Ponto de Mutação, ressignificando os afetos e a qualidade de vida*.

Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.

REVISTA DIREÇÃO. *Ano 41, nº 01* . Recife: SEBRAE-PE, 2015.

REVISTA ÉPOCA. *A vida começa aos 50 – a história de cinqüentões que vivem como se tivessem 30 anos*. Rio de Janeiro: Editora Globo, p. 90, 2012.

REVISTA INFORME FECOMÉRCIO-PE. *Curtindo a Boa Idade* , p.23. Recife: Informe FECOMÉRCIO, mai-jun-2014.

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS E GRANDES NEGÓCIOS. *Como Descobrir o Negócio Inicial para você, pág. 70*.

Editora Globo, julho 2014: Rio de Janeiro, 2014.

ROBBINS, Anthony. *O Poder sem Limites*. São Paulo: Best-Seller, 1995.

RODGERS, Anne Brown. *Ejercicio y Actividad Fisica* .

Massachusetts: National Institute of Aging, 2014.

ROSA, José Antonio. *Destino Pessoal e Curva “S”*. São Paulo: STS Publicações, 1995.

SANTOS, Jurandir. *Educação Profissional e Práticas de Avaliação* . São Paulo: SENAC, 2010, 101 p.

SEBRAE. *Conhecimento: a chave do sucesso*. Material de treinamento para empreendedores Brasília-DF: SEBRAE, 2013.

SEBRAE. *Faça Diferente, inovar é um negócio* . Brasília: SEBRAE, 2009.

SEBRAE. *Guia Visual para Construção do Modelo de Negócios* . Brasília-DF: SEBRAE, 2015.

SEBRAE. *Os novos benefícios da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e do Supersimples* . Brasília-DF: SEBRAE, 2015.

SEBRAE. *Aprender a Empreender. Material de Treinamento para empreendedores* . Brasília-DF: SEBRAE, 2013.

SEBRAE. *Cartilha: O quadro de Modelo de Negócios – um*

caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. Brasília: SEBRAE, Unidade de Capacitação Empresarial

-UCE, 2013.

SEBRAE. *MPE Brasil-Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas - ciclo 2015*. Brasília: SEBRAE/FNQ, 2015.

TOWERS, Marc. *Autoestima - poder para você ser o máximo*. Tradução: José Henrique Lamensdorf. São Paulo: Siamar, 1998.

TURNER, Marcia Layton. *The Unofficial Guide to Starting a Small Business*. New York: IDG Books, 1999, 446 p.

www.aarp.org, acessado em 04 de janeiro de 2015.

www.aarp.org/VirtualCareerfair, acessado em 13 de maio de 2015.

www.babson.edu, acessado em 20 de dezembro de 2014.

www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2015/01/04/internas_economia,552582/lucro-certo-no-pais-dos-idosos.shtml, acessado em 20 de junho de 2015.

www.ibge.gov.br, acessado em 20 de outubro de 2014.

www.sebrae.com.br, acessado em 12 de fevereiro de 2015.

ANEXOS

[183]

ANEXO-01

Endereços do SEBRAE por região nos diversos estados do Brasil para contatos e agendamentos sobre cursos, palestras, oficinas e consultorias. Ou você pode acessar www.sebrae.com.br

REGIÃO NORDESTE

Recife - PE

Rua Tabaiares, 360 - Ilha do Retiro, Recife/PE CEP: 50750-230

Telefone: (81) 2101-8400

Maceió - AL

Rua Dr. Marinho de Gusmão, 46 - Centro , Maceió/AL CEP: 57020-565 Telefone: (82) 4009-1600

Salvador - BA

*Rua Horácio César, 64, Dois de Julho - Centro , Salvador/BA CEP: 40060-350
Telefone: (71) 3320-4301*

Fortaleza - CE

*Avenida Monsenhor Tabosa, nº 777 - Praia de Iracema , Fortaleza/CE CEP: 60165011
Telefone: (85)3255 6600*

São Luiz - MA

*Av. Pedro II, 241?, Centro - São Luiz - MA CEP: 65010450
Telefone: (98)3133-5900*

Campina Grande - PB

*Avenida Manoel Tavares, 965 - Alto Branco , Campina Grande/PB CEP: 58401490
Telefone: (83)2101.0100*

Teresina - PI

Av. Campos Sales, 1046 - Centro , Teresina/PI CEP: 64000-300 Telefone: (86) 3216-1374

Natal - RN

Avenida Lima e Silva, 76 - Lagoa Nova , Natal/RN CEP: 59075710 Telefone: (84)3616-7900

Aracaju - SE

Av. Tancredo Neves, 5500 - América , Aracaju/SE CEP: 49080-470 Telefone: (79) 2106-7700

REGIÃO CENTRO-OESTE**Brasília - DF**

SIA trecho 03 Lote 1.580 - Setor de Indústrias e

*Abastecimento Brasília/DF CEP: 71.200-03
Telefone: 0800 570 0800*

Goiânia - GO

*Av. T-3, 1000 - Setor Bueno , Goiânia/GO CEP: 74210-240
Telefone: (62) 3250-2000*

Cuiabá - MT

*Av. Hist. Rubens de Mendonça, 3.999 - CPA , Cuiabá/MT
CEP: 78050-904
Telefone: (65) 3648-1200*

Campo Grande - MS

*Av. Mato Grosso, 1661 - Centro , Campo Grande/MS
CEP: 79002-950
Telefone: (67) 3389-5555*

REGIÃO NORTE

Rio Branco - AC

*Rua Rio Grande do Sul, 109 - Centro , Rio Branco/AC CEP:
69900-092 Telefone: (68) 3216-2100*

Macapá - AP

*Av. Ernestino Borges, 740 - Laguinho , Macapá/AP CEP:
68908-198
Telefone: 0800-570-0800*

Manaus - AM

*Av. Leonardo Malcher, 924 - Centro , Manaus/AM CEP:
69010-170 Telefone: (92) 2121-4900*

Boa Vista - RR

*Junta Comercial /Avenida Jaime Brasil- s/n Centro - Centro,
Boa Vista - RR CEP: 69301970
Telefone: 2121-5362*

Belém - PA

*Rua Municipalidade, 1461 - Reduto , Belém Belém/PA CEP:
66050-350 Telefone: (91) 3181-9000*

Porto Velho - RO

Avenida Campos Sales, 3421 - Olaria , Porto Velho/RO CEP: 76801-281 Telefone: (69) 3217-3800

Palmas - TO

*102 Norte, Av. LO-4, Lote 01 - Plano Diretor Norte ,
Palmas/TO CEP: 77006006
Telefone: 0800 570 0800*

REGIÃO SUDESTE**Vitória - ES**

Av. Jerônimo Monteiro, 935 - Centro , Vitória/ES CEP: 29010-003 Telefone: 0800 570 0800

Belo Horizonte - BH

*Avenida Barão Homem de Melo, 329 - Nova Granada , Belo Horizonte /MG CEP: 30431-285
Telefone: 0800 570 0800*

Rio de Janeiro - RJ

Av. Calógeras, 23 - Loja - Centro , Rio de Janeiro/RJ CEP: 20030-070 Telefone: (21) 2212-7800

São Paulo - SP

Rua Vergueiro, 1117 - Liberdade , São Paulo/SP CEP: 01504-001 Telefone: (11) 3253-2121

REGIÃO SUL**Curitiba - PR**

*Rua Caeté, 150 - Prado Velho , Curitiba/PR CEP: 80220-300
Telefone: (41) 3330-5800*

Porto Alegre - RS

Rua João Manoel, 282 - Centro , Porto Alegre/RS CEP: 90010030 Telefone: 0800-570-0800

Florianópolis - SC (Sede)

Esta unidade não realiza atendimento - Rod. SC 401 - Km

*01 Lote 2 Parque Tec Alfa - João Paulo
Florianópolis/SC CEP: 88030-000
Telefone: (48) 3221-0800*

OUTROS CONTATOS: WWW.SEBRAE.COM.BR **FONE:** 0800
570 0800 ANEXO-2

ORGANIZAÇÕES QUE APOIAM EMPREENDEORISMO NO BRASIL

1] **e10.000 Women** - Programa de capacitação para mulheres empreendedoras promovido pela FGV-EASP e o IE Business School

2] **ABVCAP** - Associação Brasileira de Private Equity & Venture Capital

3] **ABStartups** - Associação Brasileira de Startups 4] **ASTIA** - Organização internacional de apoio ao empreendedorismo feminino

5] **Brazil Innovators** - Entidade para promoção do empreendedorismo fazendo *link* entre o Silicon Valley e o Brasil. Promove o BR New Tech Meetup.

6] **CJE FIESP** - Comitê de Jovens Empreendedores da Federação das Indústrias do Estado de SP, com excelentes ações de promoção da cultura empreendedora, como seminários, palestras e encontros para apresentações e debates sobre empreendedorismo

7] **Endeavor Brasil** - Organização internacional de promoção ao empreendedorismo, apoiando empreendedores de alto potencial e disseminando a cultura empreendedora

8] **Finep** - Empresa Financiadora de Estudos e Projetos do Governo Federal, promove o desenvolvimento e a inovação, apoiando o empreendedorismo através, por exemplo, do excelente Seed Fórum do Programa Inovar. 9]

GVcepe e **GVcenn** da FGV - Centros de estudo de Private Equity/Venture Capital (GVcepe) e de Empreendedorismo e Novos Negócios (GVcenn) da Escola de Administração de Empresas de SP (EASP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), efetivam importantes estudos e excelentes eventos para o empreendedorismo.

10] **Innoveur** - Entidade de Campinas, promovendo inovação e empreendedorismo

11] **Instituto Educacional BM&FBOVESPA** - Entidade ligada à Bolsa de Valores de São Paulo, promovendo excelentes cursos e treinamentos também para empreendedores

12] **Rede Mulher Empreendedora** - Rede Colaborativa para Mulheres Empreendedores

13] **Santander Empreendedor** - Programa criado pelo Banco Santander para orientação a empreendedores 14] **SEBRAE** - Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa, prestando orientação e apoio na criação de empresas 15] **SENAI** - Edital SENAI SESI de Inovação

ENTIDADES DE APOIO A PROJETOS SOCIAIS E DE SUSTENTABILIDADE

1] **Organização internacional de apoio a empreendedores sociais**

2] **Choice** - Movimento organizado pela Artemisia 3]

NESsT - Entidade internacional de apoio à criação e desenvolvimento de negócios sociais

4] **New Ventures** - Entidade internacional de apoio a criação e desenvolvimento de negócios ambientais

5] **Sife** - Entidade Internacional para desenvolvimento de estudantes em potenciais líderes de negócios sustentáveis

6] **Vox Capital** - Fundo de investimento em negócios de alto impacto social.

7] **Porto Social** - Recife- PE - www.portosocial.com.br

8] **50 + Saber Viver** - Associação voltada ao empreendedorismo e qualidade de vida para pessoas acima de 50 anos. (81) 9-9770-6882

CANVAS: ABRINDO UM RESTAURANTE SELF-SERVICE

COMO

PARCERIAS PRINCIPAIS ATIVIDADES PRINCIPAIS »

Empresas Distribuidoras de Food Service.

- » Parceiro que entregam porta a porta hortifruti.
 - » Sindicatos dos Restaurantes.
 - » Associação dos Bares e Restaurantes.
 - » SEBRAE e SENAC em capacitação da mão de obra e dos gestores nos aprimoramentos de todas as atividades do restaurante: operacionalização dos alimentos, elaboração do cardápio, gestão de estoques, saúde ambiental, das exigências da vigilância sanitária, financeira, planejamento, marketing, qualidade, relacionamento com clientes e funcionários.
 - » Gráficas, divulgadoras, empresas de publicidade e propaganda.
 - » Fornecedores de pratos prontos específicos e sobremesas.
 - » Arquiteto especializado em gastronomia para elaborar adequado *layout* da cozinha e do salão do restaurante, além da decoração, bem como dimensionar quantidade e qualidade dos equipamentos, moveis e utensílios.
 - » Entregadores das encomendas de festa e do *delivery* diário.
1. Elaborar refeições sob os mais rigorosos padrões da

vigilância sanitária.

2. Oferecer refeições com cardápio que atenda clientes que buscam alimentação equilibrada e saborosa com as seguintes opções:

2.1. No café: cardápio regional integrais, *light* e *diet*, contemplando variedade baseado em frutas, sucos, pães, tubérculos, proteínas com base em laticínios, ovos e frios.

2.2. No almoço: variedade de pratos principais definidos pelos clientes tendo como eixo também as opções regionais de carnes, frango e frutos do mar e diversidade de massas.

2.3. No Jantar: ceia a base de sopas e quitutes regionais leves.

3. Oferecer possibilidade de entregas durante o horário comercial, e programação de encomendas para festas, recepções, aniversário, bem como aluguel de espaço para eventos.

RECURSOS PRINCIPAIS 1. Colaboradores capacitados nas suas atividades operacionais ou administrativas.

2. Equipamentos e utensílios, materiais gráficos, computadores, máquinas registradora, ar-condicionado, mesas, cadeiras, estufas, *freezers*, enxovais de cozinha e salão, estrutura de acessibilidade e estacionamento.

QUANTO

ESTRUTURA DE CUSTOS

1. Valor a ser investido na contratação de arquiteto e consultoria para e

treinamento de pessoal.

2. Valor do *software* de gestão comercial para restaurantes.

[192] Aposentar e Empreender

3. Valor da reforma e das adaptações prediais, contratação de pessoas para o setor de Staff, da criação do site, instagram e facebook.

4. Valor do aluguel, salário, pró-labore e tributos;

5. Compra dos insumos e produtos. O QUE

PROPOSTA DE VALOR

1. Ser uma opção diária de refeições práticas, leves, equilibradas, saborosas e atender aquelas pessoas que diariamente façam suas refeições fora de casa pela manhã, tarde e noite, para quem, tenha ou não restrições alimentar ou acompanhamento nutricional programado.

2. Ser uma opção na entrega em domicílio para as pessoas que tenham necessidade de realizar suas refeições em suas residências, para quem, tenha ou não restrições alimentar ou acompanhamento nutricional programado.

3. Ser uma opção de encomendas customizadas para festas, aniversários no dia a dia e em comemorações em geral de famílias, grupos e de empresas.

SEGMENTOS DE CLIENTES PESSOAS FÍSICAS:

Profissionais que fazem refeições fora de casa;

Adultos e idosos com restrições de dieta fora de casa;

Pessoas que simplesmente não querem ter trabalho de elaborar refeições e lavar pratos.

1. Clientes no formato “receptivo” são » pessoas de classe social B e C que circulam diariamente no em torno do »

restaurante logo no início da manhã, 3. FAMÍLIAS/GRUPOS DE AMIGOS:no

almoço e ao final da tarde. » 2. Clientes no formato “em domicílio”

são pessoas de classe social B e C, » idosos, com dificuldades de locomoção e que tenham por opção o consumo em suas próprias residências sem »necessariamente prepará-las.

3. Clientes Pessoas Jurídicas públicas

Aluguel para aniversários/ comemorações nos finais de semana; Aluguel para encontro de clubes de serviços como Rotary e Lions à noite durante a semana; Aluguel para reuniões de membros de Igrejas.

e privadas conquistadas via visitas e divulgação de Portfólio ou processos de licitação.

DEFINIR VALOR A SER OFERECIDO À SOCIEDADE, O DIFERENCIAL DO RESTAURANTE AOS CLIENTES NO DIA A DIA.

DEFINIR COMO SERÁ O FUNCIONAMENTO, O ATENDIMENTO EAS

ENTREGAS AOS CLIENTES.

DEFINIR OS CLIENTES A SEREM PROSPECTADOS, CATIVADOS E FIDELIZADOS.

DEFINIR AS PRINCIPAIS PROMOÇÕES, POLÍTICAS NO DIA A DIA PARA DESENVOLVER O RESTAURANTE.

DEFINIR OS PRINCIPAIS RECURSOS FINANCEIROS, OS INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS.

QUANTO **FONTES DE RECEITA**

1. Vendas das refeições diárias no próprio restaurante.
2. Vendas das refeições diárias no formato *delivery*.

PARA QUEM

RELACIONAMENTO COM CLIENTES 1. Preparar cardápio através de Pesquisa 1.

de Mercado e a partir das tendências »de ocasião, das

sazonalidades e das

questões culturais da localidade de »abrangência do restaurante.

2. Personalizar relacionamento com »clientes através de banco de dados e

oferecer produtos e promoções para adequar a essas diversas necessidades e manter vínculos. 2. PESSOAS JURÍDICAS:

3. Criar cartão fidelidade, promover » **Privadas:** eventos para clientes voltados a novos »

pratos e celebrações sazonais e ações »sociais.

Eventos de empresas *in company* . Eventos de empresas no próprio restaurante.

CANAIS » Públicas: Tribunais , Procuradorias, Órgãos públicos em geral, Empresas públicas Sociedades de economia mista

3. Vendas de eventos famílias e pessoas 5. Por qual benefício (valor) nossos clientes Jurídicas. realmente estão dispostos a pagar? Por

4. Vendas de aluguel de salão e infraestrutura. qual pagam atualmente?

DEFINIR OS PRINCIPAIS PARCEIROS.

LISTA DAS CAPACITAÇÕES OFERECIDAS PELO SEBRAE PARA QUEM VAI INICIAR O PRÓPRIO NEGÓCIO

N.

**SOLUÇÕES E CARGA HORÁRIA
DESCRIÇÃO SINTÉTICA**

01 EMPRETEC - 44h

02

Transforme Sua Ideia em Modelo de Negócio - 12h

03

Como Validar seu Modelo de Negócio -12h

04

Análise de Mercado para Começar Bem - 08h

Gestão Empresarial 05 Integrada para Começar Bem - 15h

Curso desenvolvido e organizado pela Organização das Nações Unidas – ONU, no

qual são desenvolvidas as 10 características empreendedoras nos participantes.

Desenvolver modelos de negócios inovadores e soluções criativas a partir da metodologia Canvas

Avaliar e validar um Modelo de Negócio que tenha sido desenvolvido no curso “Transforme sua ideia...” a fim de encaminhar o candidato para elaborar seu Plano de Negócio.

Analisar e interpretar o mercado, construir cenários do macroambiente e do microambiente, adotar atitudes para subsidiar a tomada de decisão em relação a um novo negócio

Compreender a empresa como uma organização sistêmica e a busca da eficácia empresarial

com foco em melhoria de gestão

[194] Aposentar e empreender

Oratória e o 06 Comportamento Empreendedor - 15h

Como Identificar 07 Oportunidades de Negócios - 02h

08

Cinco Passos:

Consultoria Coletiva - 30h

Oficinas SEI Vender, SEI 09

Comprar, SEI Planejar, SEI Controlar Meu Dinheiro - 04h

Empreender com 10 Sustentabilidade para começar bem - 03h

Internet na medida: como 11 criar página empresarial no facebook - 03h

Desenvolver competências para que o empreendedor tenha maior desenvoltura, facilitando a comunicação com equipes e clientes

Desenvolver a capacidade de enxergar e analisar a viabilidade de abrir um negócio.

Capacitar o novo empreendedor na visão do negócio, na gestão financeira, em vendas, trabalho em equipe, e indicadores gerenciais atrelado a uma consultoria de 3 horas.

Oficinas voltadas ao microempreendedor individual com objetivo de melhorar desempenho em cada um dos temas relacionados

Desenvolver negócios sustentáveis que gerem lucro para que o empreendedor possa trabalhar por conta própria

Conhecer, compreender e criar página no Facebook para divulgar negócio na internet.

Observação: No site WWW.SEBRAE.COM.BR, é possível encontrar muitas capacitações *on-line* também. A lista acima é apenas um fragmento de um conjunto de soluções disponíveis para todos os segmentos das micro e pequenas empresas, nos segmentos: comércio, indústria, serviços e agricultura e pecuária.

COLABORADORES

» **GLEIDE MARIA DA SILVA DIREITO**

» **JOSÉ VALDIR CAVALCANTI**

[197]

GLEIDE MARIA DA SILVA DIREITO

Psicóloga pela Faculdade de Ciências Humanas de Recife; mestra em Gerontologia Social pela Universidade de Leon – Espanha; especialista em Gerontologia Social Aplicada – FUNIBER – PORTUGAL; especialista em Metodologia do Ensino Superior – Universidade Católica de Pernambuco; professora de Psicologia Social e Técnicas Psicoterápicas na Faculdade de Ciências Humanas – ESUDA; professora do PRONATEC do curso de Cuidador de Idosos – São Lourenço da Mata/PE; analista de RH – Itapicuru Agroindustrial – Maranhão – Brasil; coordenadora da I Conferência Municipal dos Direitos da Pessoa Idosa no Município de Altinho – PE e da III Conferência Municipal dos Direitos da Pessoa Idosa promovida pela Prefeitura Municipal da Lagoa dos Gatos – PE. Executou, na Santa Casa de Misericórdia – Torres Novas – Portugal, serviços direcionados para a relação social, cuidados básicos e acompanhamento dos idosos no seu envelhecimento patológico. Participou como investigadora no II Dia dos Investigadores no Âmbito do Envelhecimento, na Fundação Calouste Gulbenkian – Lisboa – Portugal.

Silvio Broxado [199] JOSÉ VALDIR CAVALCANTI

Psicólogo organizacional e clínico, analista do SEBRAE desde 1988, integrou o Comitê Nacional do SEBRAE, representando Pernambuco na implantação do programa EMPRETEC – renomada capacitação da ONU – Organizações das Nações Unidas, na preparação de novos empreendedores, em diversas cidades no Brasil e em países como: Uruguay, Chile, Argentina entre 1995 e 2005. Coordenou no SEBRAE Pernambuco o Projeto Visão de Futuro, sendo considerado evento de caráter inovador pela quantidade média de 2.000 participantes por evento. Coordenou também no SEBRAE Pernambuco o Projeto de Empreendedorismo para Reeducandos (sistema penitenciário de Pernambuco) no período de 2004 a 2010. Implantou o Projeto *Junior Achievement* em Pernambuco com apoio do Grupo Gerdau e Philips no ano de 1995. Professor universitário, consultor e palestrante nas áreas de *marketing*, vendas, gestão empresarial, empreendedorismo, liderança, dentre outros.

[200] Aposentar e Empreender Este livro foi composto em Alegreya , 12pt e ChunkFive Ex, 13pt, no formato

14,8cm x 21cm. Capa em Triplex 250g. e o miolo em Offset 90g. Teve sua impressão concluída pela

Bagaço Design Ltda., agosto de 2016.

dLivros

{ Baixe Livros de forma Rápida e Gratuita }

Converted by [convertEPub](#)