

GESTÃO SOCIAL: EMPREENDEDORISMO E OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS LIGADOS AO DESENVOLVIMENTO DA TERCEIRA IDADE

(MANAGEMENT SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS OPPORTUNITY RELATED TO THE DEVELOPMENT OF THE THIRD AGE)

Paulo Henrique de Oliveira Santos 1; Tatiane Luz Midorikawa 2

1 (G) Centro Universitário da Fundação Educacional de Barretos – Barretos – SP
paulo_btos_oliveira@hotmail.com

2 (O) Centro Universitário da Fundação Educacional de Barretos – Barretos – SP
tati_midorikawa@hotmail.com

Abstract: The intention of this paper is to point the elderly population is growing, the vast field of action that can be achieved, the necessary tools and how they can get good results better knowing the loopholes that are emerging through new market segments. Leaving clear needs and paths required to meet this need. Seeking to stimulate entrepreneurship by increasing business opportunities for the various sectors of the economy. Using an exploratory and qualitative literature, which analyzed articles, research sites, collecting testimonies and reports.

Keywords: market, elderly, entrepreneurial opportunities, business.

Resumo: O intuito desse trabalho é apontar o quanto está crescendo a população idosa, o vasto campo de atuação que pode ser conquistado, as ferramentas necessárias e como se pode obter bons resultados conhecendo melhor as brechas que estão surgindo através de novos segmentos no mercado. Deixando claras as necessidades e os caminhos necessários para suprir essa carência. Buscando estimular o espírito empreendedor aumentando as oportunidades de negócios para os diversos setores da economia. Utilizando uma pesquisa exploratória e bibliográfica de caráter qualitativo, onde foram analisados artigos, pesquisas em sites, coleta de depoimentos e reportagens.

Palavras Chave: mercado, idoso, empreendedor, oportunidades, negócios.

Revista EPeQ/Fafibe on-line, 5ª edição, 2013

1. Introdução

Podemos observar que estamos sofrendo mudanças cada vez mais frequentes e significativas em nosso cotidiano, fato este que nos permite analisar situações antes não levadas em consideração. As empresas estão realizando toda uma reestruturação a fim de sanar os anseios das novas gerações. É preciso estar atento para os caminhos que surgem diante de todas estas transformações.

O empreendedorismo pode ser visto, conforme Brazeal e Herbet (2004), como associado à inovação para desenvolver novos meios de visualizar velhos problemas (criatividade), ou provocar novas necessidades ou problemas ou processos complementares aos existentes (mudanças).

Na concepção de Palma et al (2007), pode ser definido como campo de estudo que procura compreender como as oportunidades que geram novos produtos e serviços, são descobertas, criadas e exploradas.

Na visão de Peter Drucker (1986) os empreendedores não causam mudanças, mas exploram as oportunidades que as mudanças criam. Desse modo o empreendedor busca as fontes de inovações e cria oportunidades.

Assim, o empreendedorismo torna-se atrativo, uma vez que pode ser aplicado tanto no setor social, como comercial, industrial, organizacional, ou seja, uma forma de pensar e um tipo de comportamento que pode se manifestar em qualquer lugar.

Timmons e Spnelli (2004) afirma que o empreendedor é uma máquina de geração de oportunidades.

Já na visão de Vidal (2003), o empreendedor caracteriza-se por ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Hoje, temos melhores condições de moradia, tudo auxiliando para, cada vez mais, termos mais oportunidades, verificando o grande aumento da população idoso (DORNELLES; COSTA, 2005).

A tendência de crescimento do mercado para terceira idade é reconhecidamente, um prenúncio de novas oportunidades de negócios (Cunha 2007).

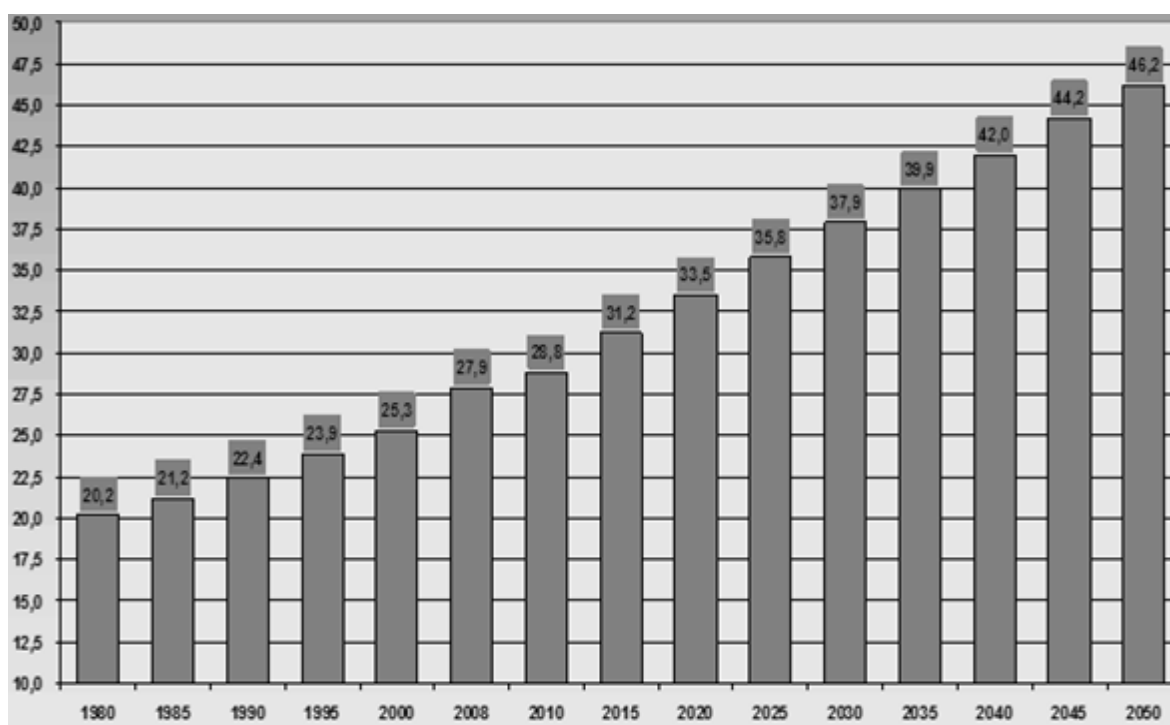
Terceira Idade: Uma população em crescimento

Com toda essa evolução, pesquisas, tais como, IBGE (2012) mostram que a expectativa de vida está se prolongando cada vez mais. Assim o mercado tem de lidar com um público totalmente sedento por inovação e atenção as suas necessidades.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o crescimento da população de idosos é um fenômeno mundial. Em 1998, o contingente era de 579 milhões de pessoas idosas no mundo. Projeções indicam que, 2050, essa população

Podemos constatar esse crescimento através do gráfico abaixo:

Gráfico 1. Brasil evolução da Idade Mediana da População. Brasil 1980/2050



Fonte: IBGE

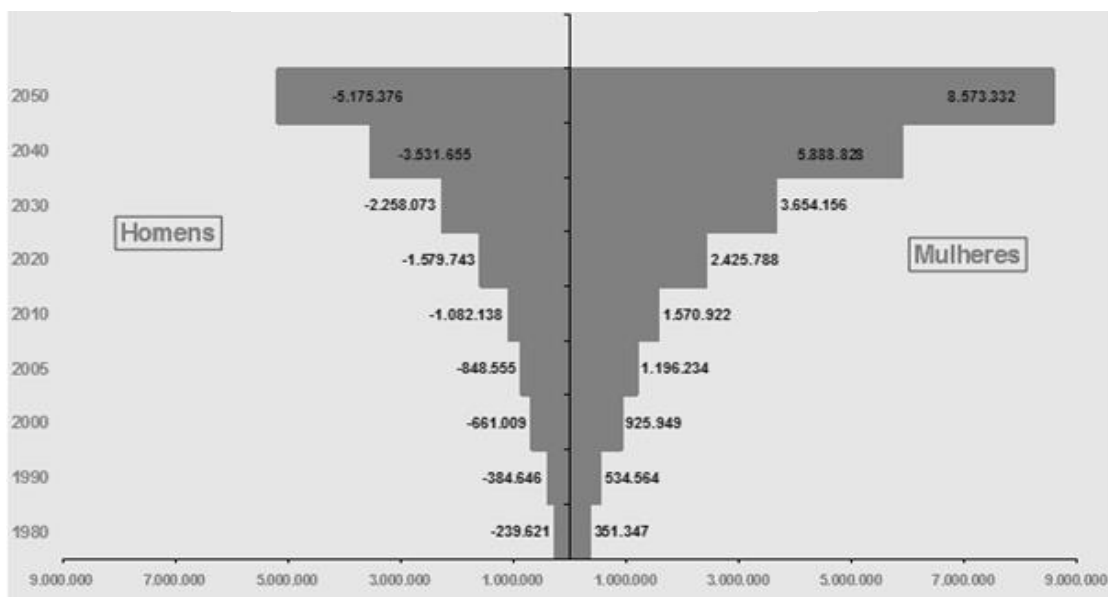
Em 2008, esperança de vida dos brasileiros chega a 72,86 anos

A esperança de vida ao nascer da população de ambos os sexos no Brasil passou de 69,66 anos (69 anos, 7 meses e 29 dias) para 72,86 anos (72 anos, 10 meses e 10 dias). Assim, brasileiros nascidos em 2008 esperariam viver, em média, 3 anos, 2 meses e 12 dias a mais do que os nascidos em 1998. Em 2008 a esperança de vida ao nascer masculina era de 69,11 anos, e a feminina, de 76,71 anos. Entre 1970 e 2008, a mortalidade infantil caiu de 100 para 23,30 óbitos por mil nascidos vivos.

Mesmo considerando-se apenas o período entre 1998 e 2008, a queda da mortalidade infantil evitou mais de 200 mil óbitos. Ainda assim, de 1998 a 2008, morreram, diariamente, 68 homens jovens de 15 a 24 anos por causas externas, totalizando cerca de 272,5 mil óbitos.

Nesse período, entre os jovens de 20 a 24 anos, as causas externas vitimaram 9 homens para cada mulher. Esses são algumas informações construídas a partir da Tábua de Mortalidade do IBGE referente ao ano de 2008.

Gráfico 2. Brasil: População de 80 anos ou mais de idade por sexo: 1980 - 2050



Fonte: IBGE

Segundo Júnior tornou-se perceptível as mudanças em relação às fases ocorridas para segunda vida profissional, onde estímulos aguçam o prazer dos ricos e obstáculos a serem enfrentados. Mostrou-se falho o sistema brasileiro no interesse de análise e acompanhamento do público da terceira idade.

Analisando o mercado de forma clara a fim de identificar as vantagens segundo Birley e Muzika (2001), como competências para soluções e são aguçadas por problemas e necessidades, que podem ser vistas como fontes de oportunidades para mudança.

Analisando o mercado de forma clara a fim de identificar as vantagens segundo Birley e Muzika (2001), como competências para soluções e são aguçadas por problemas e necessidades, que podem ser vistas como fontes de oportunidades para mudança.

Durante todo o ciclo de nossas vidas temos necessidades básicas, fundamentais e não essenciais, todavia, explorar cada uma delas de forma diferenciada, tornou-se um processo necessário, pois, oportunidades ocultavam-se nas mesmices impossibilitando a otimização e ampliação de novos horizontes no diversos cenários existentes e hoje este conceito está mudando de rumo.

A Pirâmide de Maslow, ou a Teoria da Hierarquia das Necessidades, foi desenvolvida por Abraham Maslow em 1943 e estabelece uma escala de valores para as necessidades do ser humano. Ele classifica as necessidades sem grupos caracterizados pela natureza e pelo grau de prioridade das respectivas necessidades.

A Figura 1 reproduz a pirâmide de hierarquia de necessidades com seus patamares:



Fonte: (SHAPIRO ABRAHAM, 2013).

Fazendo uma simples descrição dos graus hierárquicos que formam a pirâmide, podemos dizer que da base para o topo da pirâmide os grupos tornam-se menos prioritários. Isto significa que as necessidades dos níveis mais baixos têm uma prioridade sobre os níveis superiores. À medida que um nível é satisfeito em grande parte ou em sua totalidade, a pessoa busca alcançar o nível imediatamente superior. Abaixo uma apresentação dos diferentes níveis da hierarquia:

Nível Fisiológico - necessidades básicas, associadas à fome, sede, sono, saúde e todas as necessidades diretamente relacionadas à sobrevivência do indivíduo e à preservação da espécie.

Nível de Segurança - são necessidades relacionadas com todo risco, real ou imaginário. Fazem o indivíduo buscar segurança, estabilidade, proteção e previsibilidade. São necessidades relacionadas com a sobrevivência.

Nível Social - necessidades sociais estão relacionadas com a busca de associação a outros indivíduos. Este nível só se torna prioridade quando os aspectos anteriores estão totalmente, ou em grande parte, satisfeitos.

Nível de Estima - são necessidades relacionadas ao ego. Quando as necessidades sociais são atendidas, o indivíduo passa a buscar algo mais: orgulho, autoestima, autorrespeito, progresso, confiança, reconhecimento, apreciação, admiração etc. Algo que o diferencie e o destaque dos demais.

Nível de Autorrealização - tais necessidades relacionam-se com a busca por realizar seu potencial de desenvolvimento pessoal.

Ao envelhecer o ser humano demanda vários requisitos que são idênticos aos da infância, tais como, alimentação saudável, cuidados especiais, lazer, cultura entre outros. Assim, várias oportunidades de investimento podem surgir para satisfazer essas necessidades. Cuidadores de idosos, hotelaria, turismo são algumas delas, no entanto pode-se expandir um olhar a fim de identificar novas possibilidades. Analisando os produtos e serviços ofertados à população idosa percebe-se que cada nicho de mercado não está sendo explorado de maneira eficaz.

O artigo Mercado da Terceira Idade, publicado em 2006 pelo mestre em Estudos Populacionais e Pesquisas Sociais, José Ribeiro, especialista do Escritório da Organização Internacional do Trabalho no Brasil (OIT), destaca o potencial econômico dos idosos.

Na última Feira do Empreendedor, o SEBRAE apresentou a agência de cuidadores como uma oportunidade para quem deseja investir em novos negócios. “Os idosos são um mercado que se destaca no Brasil”, afirma a coordenadora de atendimento empresarial, Isabel Ribeiro. Infraestrutura, acessibilidade, acompanhamento, lazer, entretenimento e estética são boas áreas, aponta (Portal da Educação Física).

Analisando o contexto atual é importante esclarecer a deficiência de serviços oferecidos direta e indiretamente ao pessoal da terceira idade, assim sendo, podemos identificar tanto nas empresas pública quanto nas privadas uma falta de atenção ao apelo feito pelo mercado através da nova “Era globalizada” e totalmente tecnológica vivenciada nos dias atuais.

Pode-se impulsionar de maneira significativa a economia explorando negócios existentes, criando novos ou até quem sabe dando oportunidades para esse segmento que possuem dificuldades, porém carregam uma bagagem totalmente rica de conhecimentos. Por isso o presente estudo propõe que o mercado ofereça mais prestação de serviços e investimento para esse público, visando assim uma inclusão social, abrangendo também de certa forma ciclos motivacionais, para essa faixa etária que está em constante crescimento.

Estudos demonstram o quanto estimular o raciocínio, ter uma alimentação saudável faz com que a expectativa de vida da população idosa cresça cada vez mais.

2. Metodologia

Refere-se a uma pesquisa exploratória e bibliográfica, onde foram analisados artigos, pesquisas em sites e reportagens. Estamos desenvolvendo buscas fundamentadas em argumentos apresentados por autores em diferentes livros.

Nas pesquisas efetuadas foram encontradas organizações, faculdades, empresas públicas e privadas que desenvolvem projetos ligados à ampliação e crescimento, dando oportunidade de aprendizagem. A arte de envelhecer pressupõe o desenvolvimento de habilidades que permitam ao idoso, primeiramente, constatar que não há algo que foi perdido e até roubado em sua existência. As perdas podem ser ressignificadas. Assim, serão evitadas as contradições apresentadas pela fixação nas ideias subjacentes aos termos desenvolvimento, renovação e florescência.

Com os avanços da informática, com as oportunidades que se ampliam, e a nova imagem dos idosos que vem se construindo na nossa sociedade é possível que as pessoas mesmo aposentadas encontrem um novo caminho para aprender sempre (GASPARETTO E. V.S, 2005).

3. Objetivos

Objetivo Geral: O intuito desse trabalho é apontar o quanto está crescendo a população idosa, o vasto campo de atuação que pode ser conquistado, as ferramentas necessárias e como se pode obter bons resultados conhecendo melhor as brechas que estão surgindo através de novos segmentos no mercado.

Objetivo Específico: Identificar as necessidades e os caminhos necessários para suprir essa carência.

4. Resultados Esperados

Foi realizado empenho total para desenvolver as atividades propostas em nosso artigo, buscamos conscientização e atenção aos interesses ligados ao consumidor/cliente da terceira idade, os depoimentos e vivências foram de grande valia para enriquecer a pesquisa.

5. Considerações Finais

Desenvolvemos esse estudo com o propósito de despertar mínima atenção de todos ao fato de que: “No caminhar da vida” da rotina, momentos, fatos, ações ocorrem e na maioria das vezes não são percebidos e direcionados a uma análise do motivo, razão ou circunstância que isso ocorreu, portanto, devemos ter um olhar multidirecional e focar em todas as direções possíveis apontadas.

6. Referências

A UFSC COMO APOIO AO EMPREENDEDORISMO NA TERCEIRA IDADE: O CASO NETI/UFSC: Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/39573/A%20UFSC%20como%20apoio%20ao%20empreendedorismo%20na%20terceira%20idade%20O%20caso%20NETI%20UFS C.pdf?sequence=1> Acesso em 08/10/2013.

[Aumento da população de idosos amplia nichos de mercado de serviços na capital](http://www.educacaofisica.com.br/index.php/voce-ef/98-saude-bem-estar/6296-aumento-da-populacao-de-idosos-amplia-nichos-de-mercado-de-servicos-na-capital) Disponível em: <http://www.educacaofisica.com.br/index.php/voce-ef/98-saude-bem-estar/6296-aumento-da-populacao-de-idosos-amplia-nichos-de-mercado-de-servicos-na-capital>. Acesso em 21/08/2013.

[Aumento da população de idosos amplia nichos de mercado de serviços na capital](http://www.educacaofisica.com.br/index.php/voce-ef/98-saude-bem-estar/6296-aumento-da-populacao-de-idosos-amplia-nichos-de-mercado-de-servicos-na-capital) Disponível em: <http://www.educacaofisica.com.br/index.php/voce-ef/98-saude-bem-estar/6296-aumento-da-populacao-de-idosos-amplia-nichos-de-mercado-de-servicos-na-capital>. Acesso em 21/08/2013.

JÚNIOR, J.C. B Empreendedorismo, trabalho e qualidade de vida na terceira idade Disponível em: <http://www.sfiac.org.br/artigos/social/Empreendedorismo3aldade.pdf>. Acesso 25 de Agosto de 2013.

Disponível em: <http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticiad7> Acesso em: 05/10/2013.

Portal do Idoso: Disponível em: <http://idoso.com.br/artigos/artigos/> Acesso em 11/08/2013