

Relatos de quem lutou e abriu seu próprio negócio na região

No Brasil, 25,9 milhões de pessoas trabalham por conta própria; número indica alta de 2,4% em relação ao 2º trimestre de 2021

BEATRIZ MIRELLE

Especial para o **Diário**

beatrizmirelle@dgabc.com.br

Donas do Las Pretas, restaurante à la carte em São Caetano, Ana Paula Pereira, 48 anos, e Marleide Soares, de 49, sonhavam em ter o próprio negócio antes mesmo de se conhecerem. “Eu me demiti em outubro de 2021 e ela em julho do ano passado. Cada uma decidiu sair do emprego com a intenção de não trabalharmos mais para outras pessoas. Mesmo assim, eu não via uma alternativa. Achava que ia preparar refeições em casa e vender. Nada além disso”, relata a sócia proprietária Ana.

As histórias delas se cruzaram quando Marleide começou a namorar o irmão de Ana, depois do casal se conhecer pelo Facebook. Ao apresentá-la para a família, há três meses, ele comentou que ambas tinham interesses muito parecidos no ramo gastronômico. “Sou formada em Gastronomia e a Ana trabalhou por nove anos em um restaurante. Eu já sabia que esse espaço comercial estava para locação. Criamos uma amizade e decidi convidá-la para conhecer o lugar”, diz Marleide. “Tivemos um laço forte desde o início. Nos identificamos em muitas coisas, principalmente pela luta racial. Decidimos apostar neste estabelecimento e escolhe-



EM SÃO CAETANO. As sócias Ana Paula Pereira e Marleide Soares

mos um nome que representasse nossa negritude. Tivemos muitos desafios e essa realidade parecia muito distante, mas estamos aqui.”

As trajetórias da dupla se assemelham com as de muitos brasileiros, que sonham em empreender e se prepararam para não desperdiçar nenhuma oportunidade. Nos últimos anos, principalmente com a pandemia, o empreendedorismo se tornou uma das palavras mais citadas quando se trata da economia nacional.

No segundo semestre deste ano, o Brasil registrou 25,9 milhões de pessoas trabalhan-

do por conta própria, de acordo com a Pnad Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua). O resultado apresenta estabilidade com o trimestre anterior, mas indica aumento de 2,4% em relação à mesma época de 2021, acumulando mais 616 mil pessoas.

Até março de 2020, Algaci de Miranda, 55 anos, franqueado da marca Blue Sol em Diadema, trabalhou na área comercial, como consultor de negócios em empregos como Volkswagen e Peugeot. “No início da pandemia, fui desligado da empresa que trabalhava. Eu sempre tive von-

tade de empreender e, nessa ocasião, virei correspondente bancário.” Foi com essa experiência que Miranda teve o primeiro contato com o ramo de energia solar. “O interesse surgiu por ser uma área que beneficia outras pessoas, com economia na conta de luz, por exemplo, e também por ser um segmento que está se expandindo.”

Ao adquirir a franquia, além do conhecimento em estratégias de venda, Miranda afirma que a pesquisa técnica a respeito deste mercado foi essencial para ter mais segurança. “A melhor parte é quando os investimentos começam a valer a pena. Quando você começa, é uma semente, que, se plantada da maneira correta, dá ótimos retornos. Ver o resultado do seu esforço é gratificante”, assinala.

O planejamento é a principal estratégia para ingressar em uma nova área, segundo Haroldo Matsumoto, diretor da consultoria multidisciplinar Prospera Educação Corporativa. Para ele, estudar sobre o mercado de atuação, quais serviços serão oferecidos e qual será o público-alvo são diretrizes essenciais. “Também devem pesquisar os concorrentes e fazer uma projeção financeira. Muitos empreendedores têm grandes ideias, mas não sabem como sustentá-las. No início, eles já precisam guardar um capital de giro para pagar os fornecedores.”

Matsumoto destaca que é necessário testar o negócio para saber se há demanda. “Comece a fazer encomendas para familiares, amigos e vizinhos para saber se, de fato, as pessoas vão pagar para comprar o seu serviço ou produto. O segmento de gestão empresarial também não tem idade. Às vezes, pessoas com mais de 50 anos possuem vantagem pela bagagem que carregam ou a rede de contatos que possuem. Todos podem ter êxito desde que haja um plano de ação determinado”, complementa.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Diário do Grande ABC

Seção: Economia **Página:** 5