LOCAL Formação contínua de mentores

DIRETRIZES PARA O FORMADOR

Boosting Silver Economy through local community mentoring

Cofinanciado pela
União Europeia

Declaração de exoneração de responsabilidade

Este documento foi produzido no âmbito do 2.º resultado do projeto – LOCAL Formação contínua de mentores, liderado pela Mindshift Talent Advisory. Última versão: dezembro de 2022

Índice

Introdução 4
Resumo e temas do LOCAL Formação contínua de mentores 5
UC1 Mentoria 6
Mentoria e competências de mentoria 7
Mentoria intergeracional e mentoria comunitária 8
Planear e implementar um programa de mentoria comunitária 9
UC2 *Silver economy* 11
Envelhecimento ativo e saudável 12
A *silver economy* e a era digital 12
Negócios *age-friendly* 13
Silver economy e sustentabilidade: os consumidores 50+ 14
UC3 Empreendedorismo sénior 16
Empreendedorismo sénior 17
Inovação social e empreendedorismo impactante 18
Tipologias e estratégias de negócios sociais 18
Empregabilidade 50+: as vantagens e as desvantagens do autoemprego 19
LOCAL Formação continua de mentores – atividades 21
Atividade 1 | Avaliar as minhas capacidades de mentoria 21
Atividade 2 | Sou bom ouvinte? 22
Atividade 3 | A minha comunidade no futuro 24
Atividade 4 | Implementação do programa de mentoria comunitária 26
Atividade 5 | Procurar negócios *age-friendly* na minha comunidade 28
Atividade 6 | As vantagens e caraterísticas de uma casa inteligente para os seniores 30
Atividade 7 | *Brainstorm* de empreendedorismo 35
Atividade 8 | Análise SWOT do empreendedorismo Sénior 36
Atividade 9 | Empreendedorismo social 37

Introdução

A *silver economy* e o empreendedorismo sénior surgem como grandes oportunidades para prolongar a nossa vida ativa, reduzir o desemprego na velhice e melhorar a inclusão social dos indivíduos mais velhos. A primeira refere-se a todas as atividades económicas ligadas aos grupos etários seniores. O conceito baseia-se na noção de que muitas pessoas seniores continuam a fazer contribuições económicas e sociais valiosas após a reforma e que os cidadãos mais velhos podem proporcionar benefícios económicos e societais significativos, particularmente se forem saudáveis e ativos.

A *silver economy* é um facilitador da implantação de comunidades *age-friendly* por toda a Europa e a rápida atualização tecnológica e digital imposta pelas restrições do COVID-19 está a criar numerosas oportunidades neste setor.

O projeto "LOCAL: Boosting Silver Economy through local community mentoring" visa apoiar a criação e o acesso a um percurso de requalificação nos campos da *silver economy* e da mentoria comunitária, através da criação de um programa de desenvolvimento profissional contínuo. Por conseguinte, desenvolveu-se uma matriz de competências e materiais pedagógicos que foram desenhados para melhorar as aptidões dos formadores e de outros profissionais da formação de adultos no apoio a pessoas estabelecidas em áreas isoladas e que têm idade ≥ a 50 anos. Pretende-se, desta forma, explorar o potencial da *silver economy* como motor do desenvolvimento económico em áreas rurais e remotas.

As diretrizes para o formador do LOCAL, desenvolvidas no âmbito do 2.º resultado do projeto – LOCAL Formação contínua de mentores, foi concebida para apoiar formadores, facilitadores e mentores na implementação de sessões de formação presenciais. Este documento é considerado complementar aos cursos de microaprendizagem LOCAL e deve ser utilizado tendo como referência a matriz de competências do LOCAL, com o objetivo de fornecer aos formadores uma base comum para o desenvolvimento de materiais pedagógicos relacionados com mentoria, mentoria intergeracional, mentoria comunitária, *silver economy* e empreendedorismo sénior.

Resumo e temas do LOCAL Formação contínua de mentores

UC1 Mentoria

UA1 Introdução à mentoria
UA2 Competências de mentoria: o mentor e o mentorado
UA3 Mentoria intergeracional e mentoria comunitária
UA4 Caso de estudo – Planear e implementar um programa de mentoria comunitária

Horas de formação		
Sessões práticas	Estudo autónomo e avaliação	Total de horas
12h	13h	**25h**

UC2 *Silver economy*

UA1 Envelhecimento ativo e saudável
UA2 Introdução à *silver economy*
UA3 *Silver economy* digital
UA4 Negócios *age-friendly*
UA5 Caso de estudo – *Silver economy* e sustentabilidade: os consumidores 50+

Horas de formação		
Sessões práticas	Estudo autónomo e avaliação	Total de horas
A definir	A definir	**25h**

UC3 Empreendedorismo sénior

UA1 Introdução ao empreendedorismo sénior
UA2 Inovação social e empreendedorismo impactante
UA3 Tipologias e estratégias de negócios sociais
UA4 Caso de estudo – Empregabilidade 50+: as vantagens e as desvantagens do autoemprego

Horas de formação		
Sessões práticas	Estudo autónomo e avaliação	Total de horas
15h	10h	**25h**

Cofinanciado pela
União Europeia

UC1 Mentoria

Desenvolvida por Mindshift Talent Advisory

Fonte: unsplash.com/photos/oc_XTqWezp4

Mentoria e competências de mentoria

A mentoria é uma relação mútua e de colaboração que ocorre habitualmente entre um colaborador sénior e um colaborador júnior para que o último (o mentorado) possa aprender, crescer e desenvolver a sua carreira. O mentor e o mentorado são normalmente membros da mesma organização e é dada ênfase ao equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, desenvolvimento profissional, objetivos da organização e cultura. Os mentores eficazes servem frequentemente como modelo e caixas de ressonância para os seus mentorados, aconselhando no sentido de os ajudar a concretizar dos seus objetivos.

A mentoria individual é a mais convencional. Neste tipo de mentoria, o mentor e o mentorado são os únicos participantes e o último costuma ser consideravelmente mais jovem ou menos experiente do que o mentor. Um dos principais objetivos do processo de mentoria é a partilha de conhecimentos e experiências. O objetivo do mentor é ajudar os mentorados a crescer como pessoa, a ser a melhor versão de si próprios e a ajudar o mentorado a alcançar os seus objetivos pessoais e profissionais. Os mentores devem partilhar lições de vida significativas, desafiar os preconceitos limitantes dos mentorados e melhorar a sua confiança, autoconsciência e competências de comunicação.

Existem algumas regras básicas de mentoria que devem ser observadas a fim de se obterem os melhores resultados. Por exemplo, estabelecer uma relação de confiança através de um compromisso de confidencialidade mútua, estabelecer um plano de tempo claro para as sessões de mentoria, partilhar *feedback* honesto, criar uma relação de aprendizagem mútua, ter um plano ou processo a seguir e ter uma avaliação periódica da relação de mentoria.

Os mentores e mentorados utilizam procedimentos e competências distintas durante a sua relação, mas um conjunto de competências específicas é partilhado entre ambos: ouvir ativamente, construir confiança, encorajar ou identificar objetivos e a realidade atual. Com estes em mente, é possível desenvolver uma relação sólida de respeito mútuo e curiosidade para perseguir os objetivos de autodesenvolvimento do mentorado.

Para manter a relação mentor-mentorado mais eficaz e produtiva, é necessário manter a comunicação aberta, oferecer apoio, definir expetativas, manter o contacto, ser honesto, participar ativamente, ser inovador e criativo, dar tempo para se conhecerem, ser fiável e consistente com o outro e permanecer positivo.

Mentoria intergeracional e mentoria comunitária

Os dois conceitos estão interligados com o conceito de mentoria intergeracional: a mentoria invertida e a aprendizagem intergeracional. A mentoria invertida é referida como uma prática em que um colaborador júnior fornece orientação e apoio a um colaborador sénior. Tal acontece quando os colaboradores seniores necessitam de adquirir conhecimentos e formação numa área específica, por exemplo, como utilizar as novas tecnologias digitais. A mentoria invertida é considerada como tendo um impacte altamente positivo na cultura empresarial, uma vez que ajuda a reduzir as lacunas entre gerações e pode contribuir positivamente para combater o envelhecimento e promover a diversidade e a inclusão nos locais de trabalho.

A mentoria invertida utiliza os mesmos princípios e processos que qualquer relação formal de mentoria. A maior diferença em relação à mentoria tradicional é que, devido à sua idade, o mentor pode ser considerado como não tendo experiência suficiente para desempenhar esse papel. Na aprendizagem intergeracional pessoas de diferentes idades, aprendem umas com as outras ou entre elas, a fim de desenvolver informação, competências e valores.

Este tipo de aprendizagem é de natureza mútua e recíproca e pode ocorrer em situações formais, não formais e informais. Nesta situação, a mentoria invertida pode ser uma ferramenta útil para forjar parcerias intergeracionais baseadas no respeito mútuo, partilha de informação, participação, desenvolvimento de competências de liderança e, mais importante ainda, relações intergeracionais. Além disso, uma estratégia eficaz para prolongar a vida ativa e profissional é ter os seniores experientes envolvidos no empreendedorismo através da mentoria e da ajuda a empreendedores, sejam mais jovens ou mais velhos.

A mentoria intergeracional é uma relação entre, pelo menos, duas pessoas de idades diferentes que utilizam a sua experiência de vida, aptidões profissionais e competências para se ajudarem mutuamente a alcançar todos os objetivos. A mentoria comunitária é um conceito amplamente utilizado nas universidades. Tomámos emprestado e reestruturámos o conceito para ser aplicado a uma comunidade/bairro. O principal objetivo da mentoria comunitária é o crescimento e aperfeiçoamento da própria comunidade. Para tal, os seus membros cedem o seu tempo para acompanhar os recém-chegados, fornecendo-lhes orientação e apoio.

Este método, que envolve a designação de mentores com a mesma origem que os mentorados, é essencial para ajudar os grupos socialmente marginalizados. O objetivo é promover o autodesenvolvimento para que os indivíduos possam forjar laços sociais mais fortes e adquirir maior motivação para alcançar os seus objetivos. Ao fazê-lo, a comunidade em que as pessoas vivem irá inevitavelmente mudar. Prevemos uma comunidade de vários mentores e mentorados que se ajudam mutuamente a

desenvolver atividades, negócios e práticas que, em última análise, os beneficiarão não só a si próprios, mas também o desenvolvimento da comunidade enquanto tal.

Planear e implementar um programa de mentoria comunitária

Planear e implementar um programa de mentoria comunitária não difere do planeamento de um programa de mentoria tradicional. Um programa de mentoria comunitária segue os mesmos procedimentos, mas é preciso considerar os benefícios para a comunidade como um todo. É como ter uma visão ampla para encaixar toda a informação recolhida no seu contexto. Por exemplo, pode-se conceber um programa de mentoria que irá beneficiar os jovens de uma escola (um programa de mentoria tradicional) ou pode-se conceber um programa de mentoria para a comunidade, envolvendo adolescentes e pessoas de um bairro com altas taxas de delinquência, absentismo escolar e altas taxas de desemprego em pessoas entre os 47 e os 67 anos. Por conseguinte, pode-se desenhar um programa de mentoria para a comunidade, que ocupará os adultos desempregados e lhes dará um propósito junto dos adolescentes que necessitam de orientação, modelos e inspiração. Podem-se também identificar recursos nestes dois grupos, que sejam úteis para desenvolver um negócio e iniciar uma relação empreendedora entre eles.

As práticas formais de mentoria requerem procedimentos formais e um programa de mentoria é a chave para uma relação bem-sucedida. Quer se pretenda orientar para promover práticas empresariais ou se esteja a planear e implementar um programa de mentoria invertida ou um programa de mentoria comunitária, é necessário alinhar as quatro fases da mentoria em três etapas básicas de gestão: etapa 1. planeamento; etapa 2. implementação; etapa 3. avaliação.

Nesta metodologia sugerida, a etapa de planeamento corresponderá às duas fases iniciais da prática da mentoria – as fases de preparação e iniciação. Assim, basicamente, planeiam-se diferentes níveis/situações, mas com um objetivo final: conceber um programa de mentoria comunitário (um documento formal para orientar o mentor na prática de mentoria). Primeiro, na fase de preparação, organiza-se a relação de mentoria, pelo que já se está a planear o programa de mentoria. No contexto desta formação, não se refere a um programa genérico de mentoria, mas sim especificamente à conceção de um **programa de mentoria comunitária.** Assim, é necessário formular algumas perguntas para responder à **metodologia do lide** (porquê? quem? como? o quê? onde? e quando?).

Porquê? (OBJETIVOS): porque estou a fazer isto? Porque vou orientar pessoas da minha comunidade? Porque é importante acompanhar pessoas com idade ≥ a 50 anos a tornarem-se mentoras, empreendedoras sociais/criar empresas sociais?
Quem? (PESSOAS): quem são as pessoas que vou orientar? Estas pessoas pertencem à minha rede? Será que estas pessoas não têm experiência empresarial? Como posso selecionar os mentorados?
Como? (METODOLOGIA): como pode a mentoria ser um mecanismo de apoio ao empreendedorismo? Como pode a mentoria ultrapassar a formação sobre como proporcionar aos indivíduos competências-chave em matéria de empreendedorismo? Como avaliar o programa (autoavaliação) e a progressão do meu mentorado?
O quê? (CONCEITOS, PRÁTICAS E TÉCNICAS): quais são os modelos de mentoria mais apropriados para reforçar o empreendedorismo na minha comunidade? Quais são as práticas e técnicas mais adequadas para a mentoria sobre empreendedorismo? De que formação é necessária?
Onde? (CONTEXTO): onde está a ser implementada mentoria sobre empreendedorismo (por exemplo: boas práticas)? Onde é que posso implementar as minhas práticas de mentoria? Onde é que este programa de mentoria é útil e adequado na comunidade?
Quando? (SITUAÇÕES E QUADRO TEMPORAL): Quando é que devo implementar um programa de mentoria para estimular pessoas com idade ≥ a 50 anos? Quando é que este programa deve começar? Quando é que este programa deve terminar?

As perguntas apresentadas são apenas um exemplo do que se deve considerar ao planear um programa de mentoria. Após este primeiro exercício e começando com uma definição clara da visão (i.e., a resposta à pergunta "porquê") deve ser-se capaz de elaborar a estrutura do programa de mentoria.

Parte 1: metas e objetivos

- *definição clara das metas, objetivos e finalidade do programa de mentoria*

Parte 2: âmbito do programa de mentoria

- *caraterização do público-alvo*
- *tipo(s) de moldelo(s) de mentoria*
- *perfil do mentor e do mentorado*
- *papéis e responsabilidades do mentor e do mentorado*

Parte 3: implementação do programa

- *formação: formar o mentor*
- *combinar mentor e mentorado*
- *relações formais de mentoria: número de sessões; planificação; acompanhamento; sessão final e avaliação*

Parte 4: procedimentos de qualidade do programa

- *avaliação global da relação de mentoria, incluindo a autoavaliação (mentor) e a avaliação do progresso do mentorado*

Parte 5: ferramentas e modelos

- *plataformas que serão utilizadas*
- *acordo de mentoria*
- *plano das sessões de mentoria*
- *plano de ação do mentorado*
- *formulários de avaliação*
- *exercícios de mentoria*

UC2 *Silver economy*

Desenvolvida por INFODEF

Fonte: unsplash.com/photos/qvWnGmoTbik

Envelhecimento ativo e saudável

Os europeus estão a envelhecer rapidamente. Nos próximos 50 anos, a proporção de europeus com mais de 65 anos irá duplicar, enquanto a dos que têm mais de 80 anos irá quase quadruplicar. No entanto, em forte contraste com as gerações anteriores, a geração das pessoas com mais de 60 anos está a envelhecer de forma bastante diferente. Os reformados de hoje lançam empresas, completam maratonas e fazem extensas viagens. Dão grande valor à saúde, ao bem-estar e à nutrição, devido à sua esperança de vida mais prolongada e ao bem-estar económico.

A esperança de vida e os hábitos de consumo levaram a que a faixa etária dos 55 aos 75 anos, em que as pessoas ainda se encontram numa fase de vitalidade e com vontade de enfrentar desafios, tenha um estilo de vida ativo e, o mais importante, ainda se sintam suficientemente bem para ser fisicamente ativas.

Os países europeus enfrentam a dificuldade de um envelhecimento ativo e saudável, mas existe também uma oportunidade para a Europa se posicionar como uma potência mundial que pode oferecer respostas criativas.

A *silver economy* e a era digital

As atividades económicas, bens e serviços que são prestados a indivíduos idade ≥ a 50 anos constituem a *silver economy*. Esta ideia, que derivou do termo "*silver market*", utilizado nos anos 70 do século passado para descrever o mercado sénior no Japão, a nação com a maior percentagem de pessoas com mais de 65 anos, une setores tão diversos como os cuidados de saúde, banca, indústria automóvel, energia, habitação, telecomunicações, lazer e turismo.

A tecnologia inovadora será um dos pilares da *silver economy*. Uma população madura, demasiado jovial para se sentir idosa, está interessada em desenvolvimentos na domótica, inteligência artificial (IA), internet das coisas (IoT), e-saúde e outros serviços inteligentes.

Os consumidores da *silver economy* caraterizam-se por ser financeiramente independentes, ter elevado poder de compra, gostar de viajar, cuidar de si mesmos, praticar desporto, ser fiéis à marca, exigir bens e serviços especializados e personalizados e dedicar-se a atividades culturais e recreativas.

A Comissão Europeia projeta que até 2025, a *silver economy* contribuirá consideravelmente para a criação de emprego e para o valor acrescentado bruto (VAB) da União Europeia (UE), para além de originar milhares de milhões em lucros. As principais oportunidades proporcionadas pela *silver economy* são analisadas de seguida:

- adequação das indústrias à *silver economy*: o mercado assistirá à introdução de bens e serviços adaptados às exigências dos cidadãos seniores. Para tal, será crucial confiar na gerontecnologia, o ramo da tecnologia que examina o envelhecimento humano;
- incentivo para novas profissões: o envelhecimento da população trará o crescimento do emprego e o estabelecimento de vocações na *silver economy*, tal como na indústria dos cuidados de saúde aos mais velhos.
- financiamento através de planos estratégicos: os governos serão incitados a investir em programas que aumentem a independência dos seniores e nos cuidados de saúde como resultado do crescimento da economia sénior.

Acredita-se amplamente que as pessoas mais velhas e a tecnologia não se entendem. No entanto, fatores como a esperança de vida mais longa, idades de reforma mais tardias e envelhecimento ativo estão a mudar a forma como este grupo de pessoas se encaixa numa sociedade cada vez mais digitalizada. O ritmo estabelecido pela esperança de vida de uma população determinará quantas empresas desenvolverão serviços digitais adaptados a essa população.

Segundo o relatório *A Silver Economy*, uma pesquisa conduzida pela Oxford Economics, a Comissão Europeia e a Technopolis, um em cada três europeus terá mais de 65 anos de idade em 2060. Até 2025, as despesas dos maiores de 50 anos totalizarão 5,7 mil milhões de euros, ou 32% do PIB da UE e 38% do emprego, crescendo 5% ao ano.

Ao mesmo tempo, o fosso digital entre diferentes grupos etários tem vindo a diminuir ao longo dos anos e, embora o grupo etário mais velho tenha sido o mais lento na utilização da Internet, o seu ritmo acelerou nos últimos tempos, especialmente devido à pandemia.

Negócios *age-friendly*

Segundo a investigação do grupo Nielson Norman, *Usability for Seniors: Challenges and Changes*, para os consumidores da *silver economy* a combinação de um tamanho de letra minúsculo, mau contraste de cores e desenhos complicados coloca obstáculos significativos na comunicação. Esta situação é parcialmente causada pela perda das capacidades auditivas, visuais e motoras. A este respeito, três estratégias vão aparentemente definir os produtos da *silver economy*:

- criar ecrãs táteis e teclados virtuais que permitem alterar o tamanho das letras e os ícones para os tornar mais fáceis de ler;

- utilizar tecnologia ativada por voz, o que torna mais simples a comunicação com um dispositivo, uma vez que simplifica tarefas como fazer uma lista de compras ou baixar as persianas para quem tem movimentos limitados;
- disponibilizar opções para experiências híbridas, dando hipóteses aos utilizadores para que não sejam impedidos de completar certos processos, como quando há necessidade de introduzir um número do cartão de crédito para fazer uma transação, incluir a possibilidade de o fazer através de uma chamada telefónica, por exemplo.

Silver economy e sustentabilidade: os consumidores 50+

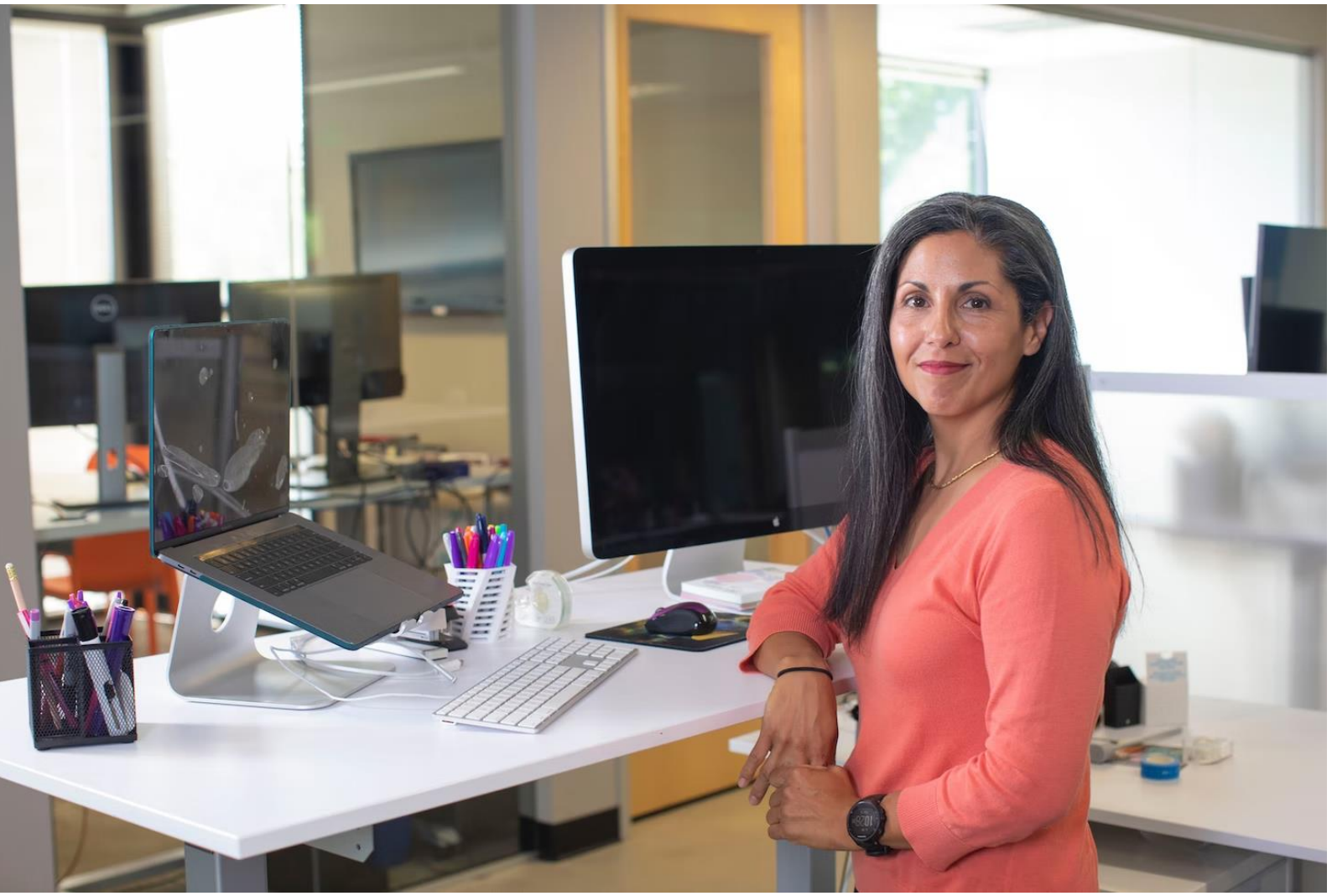
A proporção e o aumento relativo do número de pessoas mais velhas são cada vez mais significativos face ao número de jovens. Aquele grupo etário irá liderar o mercado de consumo e basta observar as pirâmides etárias de muitos países para ver que a população com idade ≥ a 50 anos é o maior grupo. Por conseguinte, é importante olhar para as suas caraterísticas em pormenor:

- têm mais possibilidades económicas: estão numa fase da vida em que muitos ainda estão empregados, ganhando dinheiro com o seu emprego e beneficiando da experiência que lhes permitiu avançar para posições mais bem remuneradas nas suas carreiras;
- são exigentes: os clientes seniores são notoriamente exigentes e têm muita experiência na compra de uma grande variedade de bens e serviços. Frequentemente, são também extremamente conhecedores das opções disponíveis no mercado, o que os leva a ter expetativas muito elevadas;
- são caprichosos: consumidores exigentes entre os 50 e 70 anos de idade atingem frequentemente um ponto nas suas vidas em que sentem a necessidade de se cuidarem bem após um longo período de trabalho;
- são seletivos e têm tempo livre: embora alguns dos consumidores mais velhos ainda estejam empregados, uma grande parte deles – muitas vezes aqueles com mais capacidade económica – já se reformaram e estão de boa saúde. Outra caraterística deste grupo de indivíduos é que têm tempo suficiente para considerar todas as possibilidades que o mercado tem para lhes oferecer;
- concentram esforços em alcançar as suas necessidades e interesses específicos da sua idade: produtos como os relativos ao *fitness* e ao bem-estar, por exemplo, são alguns dos seus favoritos;

- estão conectados: o estereótipo que os mais velhos não utilizam a internet começa a dissipar-se. Cada vez mais indivíduos de todas as idades utilizam a rede para vários fins, incluindo a compra e a aprendizagem, à medida que o uso da internet aumenta e os dispositivos (particularmente os telemóveis) se tornam mais fáceis de utilizar;
- exigem um atendimento ao cliente de primeira linha: os consumidores entre os 50 e 70 anos de idade precisam de um excelente, eficiente e rápido atendimento ao cliente. Querem resolver as dificuldades rapidamente, sem dor e sem atrasos. Também querem ser tratados amavelmente e com respeito pelos outros.

UC3 Empreendedorismo sénior

Desenvolvida por The Rural Hub



Fonte: unsplash.com/photos/4nu1d0HYwAg

Empreendedorismo sénior

Termo utilizado para referir indivíduos com idade ≥ a 50 anos que estão a planear iniciar um negócio, estão atualmente em processo de o iniciar, já o iniciaram recentemente ou que estão à procura de uma nova carreira. São sinónimos "empresário sénior", "empresário mais velho", "empresário da terceira idade".

Um fator fundamental para qualquer organização ou sénior que esteja interessado em tornar-se empreendedor é a compreensão dos vários papéis que um sénior pode desempenhar. Os seniores estão mais predispostos a reconhecer-se num destes papéis específicos – empreendedores, *freelancers*, investidores ou mentores.

Existem diferentes tipos de apoio e fontes de informação disponíveis para os empreendedores seniores. Os principais tipos são:

- formação sobre capacidades empreendedoras;
- mentoria individual de seniores;
- desenvolvimento de redes de seniores/projetos/instituições;
- investigação.

Há muitos desafios a enfrentar no domínio do empreendedorismo sénior. Embora existam múltiplos desafios padrão para os empreendedores em geral, os desafios seguidamente identificados são específicos dos seniores:

- acesso limitado aos seniores;
- redes limitadas de seniores/projetos/intermediários;
- preconceito para com os mais velhos;
- visibilidade/consciencialização limitada ao nível organizacional;
- utilização limitada de novos canais de comunicação;
- flexibilidade das legislações relativas à empregabilidade dos reformados.
- falta de noção do valor da mentoria;
- investigação/estatística.

Há também muitas vantagens que os empreendedores seniores têm, como por exemplo:

- muita experiência e conhecimentos trazidos do seu emprego anterior;

- mais riqueza acumulada comparativamente com grupos etários mais jovens, o que os dota de recursos financeiros para criar negócios e empregos para a economia;
- o empreendedorismo sénior pode ter um impacte social substancial positivo na saúde, uma vez que o envolvimento de indivíduos mais velhos no empreendedorismo pode ajudar o seu bem-estar mental.

Inovação social e empreendedorismo impactante

A inovação social leva a uma modificação nas relações sociais, envolvendo novos métodos de fazer, gerir, compreender e enquadrar (Avelino *et al.*, 2019).

Uma empresa social tem como objetivo atingir um impacte social ou ambiental e não o aumento do lucro dos seus proprietários ou acionistas. Persegue os seus objetivos através do comércio, numa base contínua de fornecimento de bens e/ou serviços e transformando os lucros na concretização de objetivos sociais. É gerida de uma forma totalmente responsável e transparente e é independente do setor público. Se for dissolvida, deverá passar os seus bens para outra organização semelhante (*National Social Enterprise Policy*, 2019).

O que não é uma empresa social?

- um negócio privado com fins lucrativos;
- uma instituição de caridade;
- uma prestadora de serviços sociais;
- não se foca no ativismo social.

Tipologias e estratégias de negócios sociais

Um negócio criado com motivação filantrópica é empreendedorismo social, também conhecido como "empreendedorismo altruísta". É abrangente e pode conter tanto organizações sem fins lucrativos como os Médicos Sem Fronteiras, que dependem quase exclusivamente de contribuições e subsídios, como empresas com fins lucrativos como a Tesla, que utiliza os lucros para colocar os seus produtos de energia limpa à frente e no centro.

Um negócio social é um tipo de negócio em que o resultado e as métricas de sucesso são medidos em mais do que apenas os lucros. Pelo contrário, um negócio social determina habitualmente o seu sucesso bom base num triplo resultado:

- pessoas: o efeito humano do negócio e a sua capacidade de ter impacte na mudança social, para melhorar vidas e desenvolver de forma sustentável uma comunidade;
- planeta: a sua influência ambiental – como contribuir para um planeta sustentável ou para diminuir a pegada de carbono (emissões de CO_2) do negócio e dos seus consumidores;
- lucro: tal como os convencionais, os negócios sociais devem ganhar dinheiro para se sustentarem, pagarem aos empregados e se desenvolverem como empresa.

Quais são as tipologias de negócios sociais?

- sem fins lucrativos;
- cooperativo;
- negócio com fins sociais;
- empresa social;
- negócio socialmente responsável;
- com fins lucrativos.

Empregabilidade 50+: as vantagens e as desvantagens do autoemprego

Henri Nestlé começou como assistente de farmacêutico, mas aos 60 anos, quando vendeu a empresa, que tinha o seu nome, já era um sucesso global a vender nos cinco continentes a sua famosa comida de bebé à base de leite – leite em pó.

Henri Nestlé formou o seu negócio na pequena cidade suíça de Vevey, utilizando leite da região. Ainda hoje, é em Vevey que fica a sede global da Nestlé.

A sua formação em química e os conhecimentos científicos moldaram a sua filosofia e a futura estratégia para os negócios. Empresário e inovador consistente, testou a produção de tudo, desde limonada a cimento, antes de desenvolver a fórmula de leite em pó que lhe traria a riqueza.

Inicialmente, Henri Nestlé comprava todas as manhãs o leite necessário para a produzir a comida de bebé, mas no Verão de 1869, dois anos após o desenvolvimento do leite em pó, esse processo já não era funcional. Optou então por se fornecer num centro de recolha de leite de uma pequena aldeia perto de Vevey, de onde era trazido para a fábrica.

Embora fosse alemão, Henri Nestlé e os seus herdeiros, aproveitaram desde o início a reputação do leite de alta qualidade da Suíça como parte do plano de *marketing* do produto. A Nestlé continua a ser um dos maiores compradores mundiais de leite, assim como de cacau ou café.

Henri Nestlé também reconheceu que para alterar as opiniões sobre o seu produto original, tinha de persuadir a comunidade científica do seu valor, pelo que criou uma série de panfletos, distribuídos a médicos e farmacêuticos, que demonstravam a excelência do seu produto.

A importância de desenvolver um produto como aquele foi citada em campanhas publicitárias dos que adquiriram a empresa, fazendo anúncios tanto belos como eficazes.

Em 1875, os produtos da Nestlé eram vendidos globalmente, da Indonésia ao Egipto e dos EUA à Argentina. A prática de criar produtos para os consumidores de todo o mundo persistiu.

Vantagens

- poupança em algumas despesas;
- horário flexível;
- liberdade para escolher o trabalho;
- liberdade para escolher com quem trabalhar;
- independência;
- orgulho de se ser dono do próprio negócio.

Desvantagens

- rendimento instável;
- trabalhar mais horas;
- solidão e isolamento;
- falta de segurança no emprego;
- riscos de investimento;
- sacrifícios pessoais.

LOCAL Formação continua de mentores – atividades

Atividade 1 | Avaliar as minhas capacidades de mentoria

Considerar o seguinte cenário: a Câmara Municipal da comunidade em que está estabelecido(a) anunciou a implementação de um novo programa de mentoria. As pessoas da comunidade são chamadas para serem formadas como mentores. "Mentoria? Mentores?", pensa: "como posso ser um(a) mentor(a)?". Para se candidatarem à formação, todos os voluntários precisam de fazer uma breve apresentação em vídeo, onde têm de identificar e explicar as suas capacidades de mentoria. Para se prepararem para esta apresentação, devem seguir os seguintes passos:

Passo 1

Procurar online um perfil de mentor e mentorado que indique as competências que cada um deles precisa de ter. Fazer um exercício de reflexão e indicar as competências que sente que já possui, as que possui, mas que precisam de ser exploradas e as que pensa que não possui.

Passo 2

Para cada competência que não foi capaz de reconhecer em si ou com a qual não se relacionou, pesquise online uma breve descrição e reflita, considerando: 1) *como posso trabalhar por mim próprio(a)*? 2) d*e que necessito para desenvolver esta competência*? Escrever as suas respostas a estas perguntas.

Passo 3

Ir mais longe na sua autorreflexão e responder às perguntas seguintes. Guarde as suas respostas como um exercício de reflexão para o(a) apoiar a completar as seguintes unidades de aprendizagem. Estou pronto(a) para ser um(a) mentor(a)?

- *porque seria importante para mim ser mentorado num contexto comunitário?*
- *de que tipo de apoio precisaria como mentorado?*
- *que tipo de apoio daria se fosse um(a) mentor(a) na comunidade?*

Passo 4

Preparar um pequeno vídeo onde se apresenta e resume as suas capacidades para ser um(a) mentor(a). Utilize as notas tomadas nas etapas 1, 2 e 3 para estruturar a sua apresentação onde irá declarar:

Sou qualificado(a) para ser mentor(a) porque tenho as competências "a" e "b". Além disso, estou a candidatar-me a este programa de mentoria porque também tenho as qualidades "x", "y" e "z", que podem ser melhoradas através de um programa formal de mentoria, onde tenho a oportunidade de crescer como mentor(a) e, possivelmente, de ser também mentorado por alguém.

Atividade 2 | Sou bom ouvinte?

O objetivo desta atividade é avaliar a sua capacidade de escuta ativa.

Passo 1

Pesquisar online as qualidades de um bom ouvinte e ler as informações fornecidas sobre escuta ativa. Tomar notas sobre questões relevantes.

Passo 2

Pesquisar um vídeo de uma breve entrevista. Tente escolher uma entrevista sobre um tema que realmente lhe agrade ou sobre algo que gostaria de aprender.

Passo 3

Voltar a assistir à entrevista e observar se o entrevistador está a praticar a escuta ativa. Criar uma pequena tabela no seu caderno onde regista numa grelha as técnicas de escuta ativa que aprendeu anteriormente e as que testemunhou na entrevista.

Passo 4

Depois de observar e registar todas as técnicas/capacidades de escuta ativa detetadas na entrevista, criar uma coluna na grelha e marcar com: ✓ as técnicas/competências de escuta ativa que considera ter e com **X** as técnicas/competências de escuta ativa que pensa que deve exercitar.

Passo 5

Examinar todas as suas estratégias/capacidades de escuta ativa que requerem desenvolvimento e:

- pesquisar e recolher materiais online (artigos, vídeos, *links*, etc.) que o possam ajudar a melhorar as suas capacidades de escuta ativa;
- começar a investigação utilizando a leitura sugerida e os recursos adicionais listados seguidamente;
- não esquecer de organizar e manter uma lista dos recursos (artigos, textos, *links*) utilizados para completar estas etapas.

Guia para a implementação das atividades 1 e 2

Abordagem metodológica

Uma vez que nem todos os formadores são mentores, recomenda-se que o formador pratique as atividades sugeridas individualmente antes de as implementar com os participantes ou mentorados. Ambas podem ser implementadas numa única sessão para um grupo ≤ 10 participantes. Podem ser realizadas individualmente ou em pequenos grupos de dois e/ou três indivíduos. Os formadores devem organizar as sessões de modo que os participantes possam sentir que estão a ser orientados para um objetivo, simulando uma sessão de mentoria. Devem também promover o questionamento aberto para que os participantes elaborem e alcancem os resultados desejados.

Avaliação

As atividades sugeridas são concebidas como uma etapa de avaliação no início da formação. Através destas, o formador será capaz de compreender o nível de conhecimento que o formando tem sobre os principais tópicos da unidade de aprendizagem.

Recursos

Acesso à Internet e a um computador portátil, *smartphone* ou *tablet*. Caneta e um caderno de notas.

Referências

Definition of Mentoring? *The art of mentoring* (17 de agosto, 2022) (disponível em inglês)

www.artofmentoring.net/what-is-mentoring/

What is mentoring? *ATD - Association for Talent Development* (17 de agosto, 2022) (disponível em inglês)

www.td.org/talent-development-glossary-terms/what-is-mentoring

Assessing your style as a Mentor: Mentoring Skills Checklist. University College Dublin (17 de agosto, 2022) (disponível em inglês)

www.ucd.ie/t4cms/mentoring%20skills%20checklist.pdf

PHILLIPS-JONES, Linda – *Skills for Successful Mentoring: Competencies of Outstanding Mentors and Mentees*. S.l.: S.n., 2003. p.10. (disponível em inglês)

my.lerner.udel.edu/wp-content/uploads/Skills_for_Sucessful_Mentoring.pdf

Atividade 3 | A minha comunidade no futuro

O objetivo destas atividades é identificar e reconhecer os recursos dos mentorados e os recursos da comunidade como um processo de recolha de informação útil para a conceção de um programa de mentoria comunitária. Ao fazê-lo, os participantes são desafiados a visualizar a sua comunidade ideal.

Passo 1

Conhecer os participantes e fazer um mapa mental, uma representação visual, dos recursos que cada membro procura e valoriza. Esta etapa é a preparação inicial para a atividade.

Passo 2

Apresentar aos participantes o mapa visual que foi preparado com a lista dos seus recursos e competências. São as competências identificadas anteriormente e que se acredita que podem contribuir para a comunidade. Dar espaço para o debate e reservar tempo para incluir informações adicionais que os participantes possam querer acrescentar.

Passo 3

Dividir os participantes em grupos mais pequenos e pedir-lhes que imaginem a sua comunidade no futuro. Para o fazer, terão de fazer as seguintes perguntas: "que problemas gostaria que fossem resolvidos?" e "como posso (ou podemos) contribuir para resolver esses problemas?".

Passo 4

Reunir os grupos em plenário, onde cada grupo apresentará os resultados dos seus debates. Os formadores são aconselhados a utilizar as respostas dos participantes às perguntas anteriores para preparar a atividade "a minha comunidade e eu".

Passo 5

Pedir aos participantes que façam um inventário das áreas relevantes que precisam de ser abordadas nas suas comunidades. Podem pesquisar, por exemplo, nos jornais locais, no website do concelho, etc. Os formadores devem fornecer alguma informação de apoio aos participantes para conduzir esta etapa.

Passo 6

Apresentar brevemente a metodologia ABCD (*Asset-based Community Development* ou desenvolvimento baseado no potencial da comunidade). Em seguida, o formador, em conjunto com os participantes, procura fazer uma correspondência entre os recursos dos mentorados que podem contribuir para a evolução da comunidade e as áreas que necessitam de desenvolvimento.

Guia para a implementação da atividade 3

Abordagem metodológica

É necessário que o formador pense numa atividade que sensibilize os formandos para os recursos que cada membro pode dedicar à comunidade. Por exemplo, considerar um grupo de adolescentes que necessita de orientação. Têm muito tempo livre e pais ausentes. No outro lado, temos pessoas com idade ≥ a 50 anos desempregadas e reformadas. Estes jovens podem ser assistidos por mentores da comunidade que os ajudam a atingir o seu potencial máximo, tendo mentores que trabalham individualmente com eles para os ajudar na definição de objetivos e no desenvolvimento dos recursos necessários. Inclui assistência com competências de vida fundamentais, como o planeamento e a gestão do tempo. Juntamente com o aconselhamento sobre gestão de dinheiro, pode também incluir-se ajuda com planeamento académico e/ou profissional.

Avaliação

Os formadores podem utilizar perguntas de reflexão para recolher *feedback* dos participantes. Além disso, o formando pode observar como os participantes se envolvem nas diferentes atividades. Estas podem ser adaptadas pelos formadores.

Recursos

Acesso à Internet e a um computador portátil, *smartphone* ou *tablet*. Caneta e um caderno de notas.

Referências

CARRUTHERS, Ryan – *Reverse Mentoring: Connecting a multi-generation workplace*. Together Platform blog (15 de junho, 2022) (disponível em inglês)

www.togetherplatform.com/blog/reverse-mentoring-the-future-of-work

ABCD Toolkit: What is Asset Based Community Development? The Collaborative for Neighbourhood Transformation blog (17 de agosto, 2022) (disponível em inglês)

resources.depaul.edu/abcd-institute/resources/Documents/WhatisAssetBasedCommunityDevelopment.pdf

The Silver Linings of Asset-Based Community Development. American Planning association (17 de agosto, 2022) (disponível em inglês)

www.planning.org/blog/9226680/the-silver-linings-of-asset-based-community-development/

Atividade 4 | Implementação do programa de mentoria comunitária

Com base nos recursos identificados na atividade anterior, pedir aos participantes que definam as metas e objetivos de um programa de mentoria comunitária que gostariam de ver implementado na sua comunidade. Em seguida, terão de esboçar o âmbito de um programa de mentoria. Uma vez definido o âmbito do programa de mentoria, terão de planear a sua implementação:

Passo 1

Pedir que pesquisem uma ou duas boas práticas de programas simples de mentoria. Tirar ideias e familiarizar-se com as metodologias e lógicas de mentoria.

Passo 2

Em pequenos grupos, devem de adaptar o que pesquisaram a um programa de mentoria comunitária com o objetivo de abordar um dos problemas que identificaram nas atividades anteriores.

Passo 3

Cada grupo apresentará então os resultados das suas conclusões e explicará em plenário como o seu programa de mentoria comunitária pode contribuir para beneficiar a comunidade.

Guia para a implementação da atividade 4

Abordagem metodológica

As metodologias baseadas em problemas e projetos serão utilizadas transversalmente para fornecer aos formandos um contexto ou ambiente profissional para praticar e aplicar o conjunto de conhecimentos, aptidões e atitudes pretendidas.

Avaliação

Utilizar testes de autoavaliação; exercícios de autorreflexão, apresentação de casos de estudo, jogos de papéis e exercícios de planificação com base em cenários hipotéticos.

Recursos

Acesso à Internet e a um computador portátil, *smartphone* ou *tablet*. Caneta e um caderno de notas.

Referências

CARRUTHERS, Ryan – *Creating a mentoring plan: templated agreement*. Together platform blog (24 de março, 2022) (disponível em inglês)

www.togetherplatform.com/blog/mentoring-plan-template

CRONIN, Nicolas – *How to start a Mentoring Program: a step-by-step guide*. Blog Guider.com (6 de fevereiro, 2022) (disponível em inglês)

www.guider-ai.com/blog/how-to-start-a-mentoring-program#step-1

MORGAN, Jacob – *How to Create Mentoring Programs Inside Your Organization?* (30 de abril, 2022) (disponível em inglês)

www.youtube.com/watch?v=onShkc9X7Zo&t=10s

COACH é um programa de fortalecimento da comunidade que visa capacitar indivíduos e famílias através de mentoria individual, quebrando ciclos de pobreza geracional e rutura familiar (disponível em inglês).

www.coachnetwork.org/about-us/

Atividade 5 | Procurar negócios *age-friendly* na minha comunidade

O objetivo desta atividade é aplicar no mundo real os conhecimentos adquiridos relativamente aos negócios *age-friendly*, aumentar a sensibilização relativamente às necessidades e limitações dos seniores, nomeadamente a perda de mobilidade e a diminuição visual e auditiva.

Passo 1

Organizar grupos de quatro ou cinco formandos; depois escolher três ou quatro negócios nos seus bairros.

Passo 2

Debater se os negócios têm caraterísticas e práticas *age-friendly*.

Passo 3

Fornecer aos formandos as seguintes recomendações:

Perda de mobilidade

- se a entrada não for ao nível da rua, considerar a instalação de uma rampa;
- manter as portas e passagens com espaço suficiente; se possível, reservar espaço suficiente para o acesso de cadeiras de rodas (pelo menos 90 cm);
- tornar o chão liso ou livre de obstáculos;
- retirar os tapetes ou fixá-los no chão;
- colocar os objetos a uma altura adequada ou assegurar que haja funcionários disponíveis para ajudar as pessoas com dificuldades em alcançá-los;
- fornecer uma cadeira ou banco para descansar enquanto se espera;
- fornecer um banco ou cadeira no exterior para descanso e apoio aos transeuntes.

Diminuição visual

- assegurar uma boa iluminação natural;
- disponibilizar boa iluminação artificial;
- instalar iluminação adequada, especialmente em corredores, áreas escuras, áreas de acesso ou escadas;
- evitar o encandeamento;

- substituir as lâmpadas de baixa intensidade por lâmpadas de alta potência em áreas menos iluminadas;
- fornecer óculos para olhos cansados ou uma lupa para que as pessoas com visão reduzida possam ler as especificações do produto, informações, menus, etc.;
- oferecer ajuda na leitura de materiais em voz alta, se a pessoa precisar;
- disponibilizar informação em braille e noutras línguas sempre que possível.

Diminuição auditiva

- reduzir o volume da música; a música alta representa uma dificuldade acrescida para todas as pessoas;
- considerar o impacte que a música tem na capacidade de manter conversas; a música ambiente torna-se frequentemente um "ruído de fundo"; recomenda-se definir horas sem música e/ou áreas silenciosas, tais como zonas de estar ou áreas específicas;
- usar diferentes opções para reduzir o ruído: paredes espessas com boa insonorização, janelas com vidros duplos, desligar ou substituir os ventiladores e máquinas que geram ruído, manter fechadas as portas e janelas que abrem para espaços ruidosos;
- incluir sistemas de absorção sonora e insonorização;
- na comunicação oral, falar claramente e repetir sempre que necessário;
- ter informação sobre o que o negócio tem para oferecer em papel.

Atividade 6 | As vantagens e caraterísticas de uma casa inteligente para os seniores

O objetivo desta atividade é debater as soluções da *AgeTech* (tecnologia para o envelhecimento) disponíveis para as pessoas mais velhas. A este respeito, para esta atividade iremos debater as caraterísticas de uma casa inteligente.

Passo 1

Organizar grupos de quatro ou cinco formandos; depois escolher três ou quatro negócios nos seus bairros.

Passo 2

Discutir as seguintes caraterísticas de uma casa inteligente:

Domótica

Os sistemas de monitorização de aparelhos permitem a qualquer pessoa desligar aparelhos à distância e avisar se algo inesperado acontecer. Os seniores podem poupar uma ida ao interruptor de luz, utilizando iluminação inteligente que se pode ligar ao Wi-Fi da casa e ser controlada através de uma aplicação no telefone. Para pessoas mais velhas com dificuldades de equilíbrio ou em alcançar objetos, as persianas inteligentes também podem ser operadas através de um *smartphone*.

Assistentes inteligentes

Siri, Alexa e Amazon Echo são agora nomes bem conhecidos. Os assistentes domésticos inteligentes estão a transformar a vida quotidiana, através de comandos de voz para completar tarefas como a marcação de reuniões, relatórios de pontuações desportivas ou o envio de mensagens de texto enquanto estamos ocupados com algo.

Fechaduras inteligentes

Qualquer pessoa pode aborrecer-se com chaves perdidas, mas sobretudo os mais velhos. Uma fechadura inteligente sem chave que é ativada por um código digital é um excelente substituto.

Segurança doméstica

A segurança doméstica torna-se mais importante à medida que as pessoas envelhecem, uma vez que são mais suscetíveis de serem vítimas de assaltos ou invasões domiciliárias. Numerosas tecnologias domésticas inteligentes estão disponíveis se as famílias estiverem preocupadas com a segurança e proteção da sua casa.

Tecnologia de alerta médico

Os seniores têm várias alternativas de joelharia de alerta médico, incluindo colares, pulseiras e outras tecnologias. O PERS, ou sistema de resposta de emergência pessoal, é um botão de emergência portátil que os utilizadores podem tocar para obter assistência de imediato. Pode ser acionado por voz se estiver ligado a um *smartphone* ou a um assistente inteligente.

Dispensadores inteligentes de comprimidos

Os dispensadores inteligentes de comprimidos podem ser um investimento para os prestadores de cuidados primários e membros da família preocupados em saber se os seus pais idosos estão a tomar os medicamentos como previsto. Estes dispensadores utilizam sensores em cada compartimento de comprimidos para monitorizar quando os utilizadores tomam os seus medicamentos e ligam-se aos telemóveis e comprimidos através de *Bluetooth*. O sistema pode enviar lembretes para tomar a medicação, com base na informação da receita médica. Um assistente de voz pode também lembrar os clientes mais velhos que medicamentos, quando e quanto devem tomar.

Tecnologia de monitorização da saúde

À medida que envelhecem, os seniores estão mais propensos a desenvolver condições crónicas como diabetes, doenças cardíacas e hipertensão, que necessitam de cuidados 24 horas por dia. É agora muito mais simples gerir as doenças crónicas e acompanhar o estado de saúde graças a avanços tecnológicos significativos. Num só local, é possível aceder aos sinais vitais, acompanhar a saúde diária, como a pressão arterial, o ritmo cardíaco e os níveis de açúcar no sangue e depois comunicar esta informação aos médicos e a outros profissionais de saúde. Em circunstâncias raras, podem até entregar medicamentos.

Rastreio de localização

Os proprietários que têm demência ou Alzheimer correm o perigo de, ao sair de casa, se desorientarem e perderem. Os seniores podem usar engenhocas que se ligam à sua roupa para parar de vaguear involuntariamente. Uma linha temporal diária de locais, rotas tomadas e tempos de trânsito é registada pelos dispositivos e partilhada com os membros da família ou prestadores de cuidados. A tecnologia notificará prontamente os entes queridos se algo parecer fora do normal.

Guia para a implementação das atividades 5 e 6

Abordagem metodológica

A formação de adultos requer a utilização de diferentes métodos e técnicas que visam incentivar e envolvê-los. Alguns destes métodos são:

- métodos participativos que fomentam a interação entre formadores e formandos;
- métodos heurísticos através dos quais os formandos desenvolvem tarefas e aprendem;
- métodos interrogativos que ajudam os formandos a descobrir o que os formadores querem que aprendam;
- métodos ativos que combinam ação e pensamento;
- métodos de exploração e aplicação.

Estas metodologias são utilizadas em função do tipo de lição a ser lecionada, do ambiente em que é ministrada e do grupo de formandos. A sua combinação pode ser bem-sucedida, uma vez que aumenta a motivação dos participantes e evita o tédio. As abordagens de formação sugeridas para ajudar na utilização destas tecnologias são:

- **apresentação enriquecida**: o formador deve ter excelente preparação e conhecimento do tema, ser sucinto, usar humor, numerosos exemplos e utilizar materiais audiovisuais de apoio. Deve ainda observar e analisar ativamente os sinais não verbais dos formandos para determinar se estão interessados. Outros requisitos fundamentais incluem evitar o jargão, vestir-se adequadamente e mostrar confiança;
- **perguntas e respostas – debate**: podem ser usadas com outras abordagens relacionadas com a apresentação. Os debates são úteis quando um problema é introduzido pela primeira vez porque encorajam os formandos a ponderar sobre o mesmo e a ter em consideração numerosos fatores. As perguntas devem estar à disposição de todos, procurar uma fundamentação sólida e evitar a utilização da palavra "pergunta" no seu título;
- ***brainstorming***: usando esta abordagem, o formador dá aos formandos um conceito principal ou um problema e depois convida-os a exprimirem os seus pensamentos livre e espontaneamente. É um método altamente participativo que encoraja o envolvimento dos formandos no processo de aprendizagem, contribui para o crescimento da intimidade e do trabalho de equipa e ajuda a melhorar o ambiente de aprendizagem. A utilização da experiência e a criatividade dos formandos, a promoção da liberdade de expressão, pensamento crítico e trabalho de equipa, bem como a análise de problemas a partir de novos ângulos que alteram noções pré-concebidas sobre assuntos específicos, são vantagens desta abordagem;
- **trabalho em grupo**: com este método, os formandos são separados em grupos mais pequenos de três a cinco pessoas para se envolverem numa atividade ou debaterem. Cada subgrupo apresenta os seus resultados a todo o grupo e o formador medeia a

interação entre os subgrupos. A análise, observações e ligação do formador aos objetivos da formação completam a aplicação desta abordagem;

- **casos de estudo**: no contexto desta abordagem, os formandos recebem uma descrição de uma situação hipotética ou real, são convidados a estudá-la minuciosamente e a oferecer respostas. Muitas propostas são frequentemente apresentadas e discutidas em grupo alargado, enquanto são apontados tanto elementos positivos como negativos. Se o exemplo envolver uma questão real, a solução implementada é então dada e debatida;
- **desempenho de papéis**: a fim de melhor assimilar o cenário e as suas reações ao mesmo, no âmbito desta abordagem, os formandos desempenham papéis representativos do seu ambiente profissional ou social. É aplicado quando certas capacidades, modos de comunicação e ações são necessárias para resolver uma situação de desacordo, por exemplo.

Avaliação

O objetivo da avaliação de desempenho do formando é fornecer um juízo verdadeiro e preciso do nível de conhecimentos, aptidões e atitudes que adquiriu através da participação na atividade. Para além da avaliação dos formandos, o processo considera o desempenho do formador, bem como outros aspetos, como a adequação dos materiais de formação e a eficácia dos métodos de ensino. Os métodos e ferramentas utilizados para recolher os dados para a avaliação devem estar em conformidade com os objetivos e currículo da formação, bem como com o perfil dos formandos. As ferramentas utilizadas para a avaliação podem incluir inquéritos, testes de desempenho, perguntas aos formandos, gravações, conversas e grelhas de observação.

Recursos

Lista de verificação de negócios *age-friendly* (disponível em inglês):

extranet.who.int/agefriendlyworld/wp-content/uploads/2020/08/Checklist.2019-docx.pdf

Plataforma AGE Europa. A voz das pessoas seniores a nível da UE:

www.age-platform.eu/glossary/silver-economy-0

SENESCIÊNCIA. O envelhecimento como oportunidade de negócio (disponível em inglês):

www.ub.edu/senesciencia/noticia/silver-economy/

Referências

EATOCK, D. – *The silver economy. Opportunities from ageing*. S.l.: Comissão Europeia, 2015. (disponível em inglês)

www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS-Briefing-565872-The-silver-economy-FINAL.pdf

Direcção-Geral das Redes de Comunicação, Conteúdos e Tecnologia (Comissão Europeia) – *Silver Economy. Final report*. S.l.: Comissão Europeia, 2018. (disponível em inglês)

www.op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a9efa929-3ec7-11e8-b5fe-01aa75ed71a1

Comissão Europeia – *The 2015 Ageing Report*. S.l.: Comissão Europeia, 2015. (disponível em inglês)

www.ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2015/pdf/ee3_en.pdf

Comissão Europeia – *Ageing Europe. Looking at the lives of older people in the EU*. S.l.: Comissão Europeia, 2019. (disponível em inglês)

www.ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/ks-02-20-655

Matia Instituto – *Guía de amigabilidad para establecimientos. Comercio y Restauración*. S.l.: Governo do País Basco, 2019. (disponível em espanhol)

www.euskadilagunkoia.net/images/guia-formacion-establecimientoES4.pdf

Atividade 7 | *Brainstorm* de empreendedorismo

O objetivo desta atividade é levar o público-alvo com idade ≥ a 50 anos de idade a considerar um novo tipo de empresa ou ideia de negócio que possam estar interessados em lançar na sua área.

Passo 1

Em pequenos grupos, os formandos devem fazer um *brainstorm* de ideias sobre o tipo de empresa/negócio que podem tentar lançar na sua área. Para os ajudar a orientar, devem considerar as seguintes questões:

- o que é que o apaixona?
- que lacunas existem na sua área que poderia preencher?
- conseguirá obter financiamento para lançar a sua ideia?
- a ideia é sustentável?

Passo 2

Cada grupo classificará as suas ideias em termos de importância e selecionará a que achar melhor.

Passo 3

Uma vez que os formandos tenham selecionado uma ideia e estão satisfeitos com a mesma, os pequenos grupos apresentarão a sua ideia de negócio a todo o grupo, explicando porque escolheram essa ideia/negócio e como pensam que poderá ser um sucesso.

Passo 4

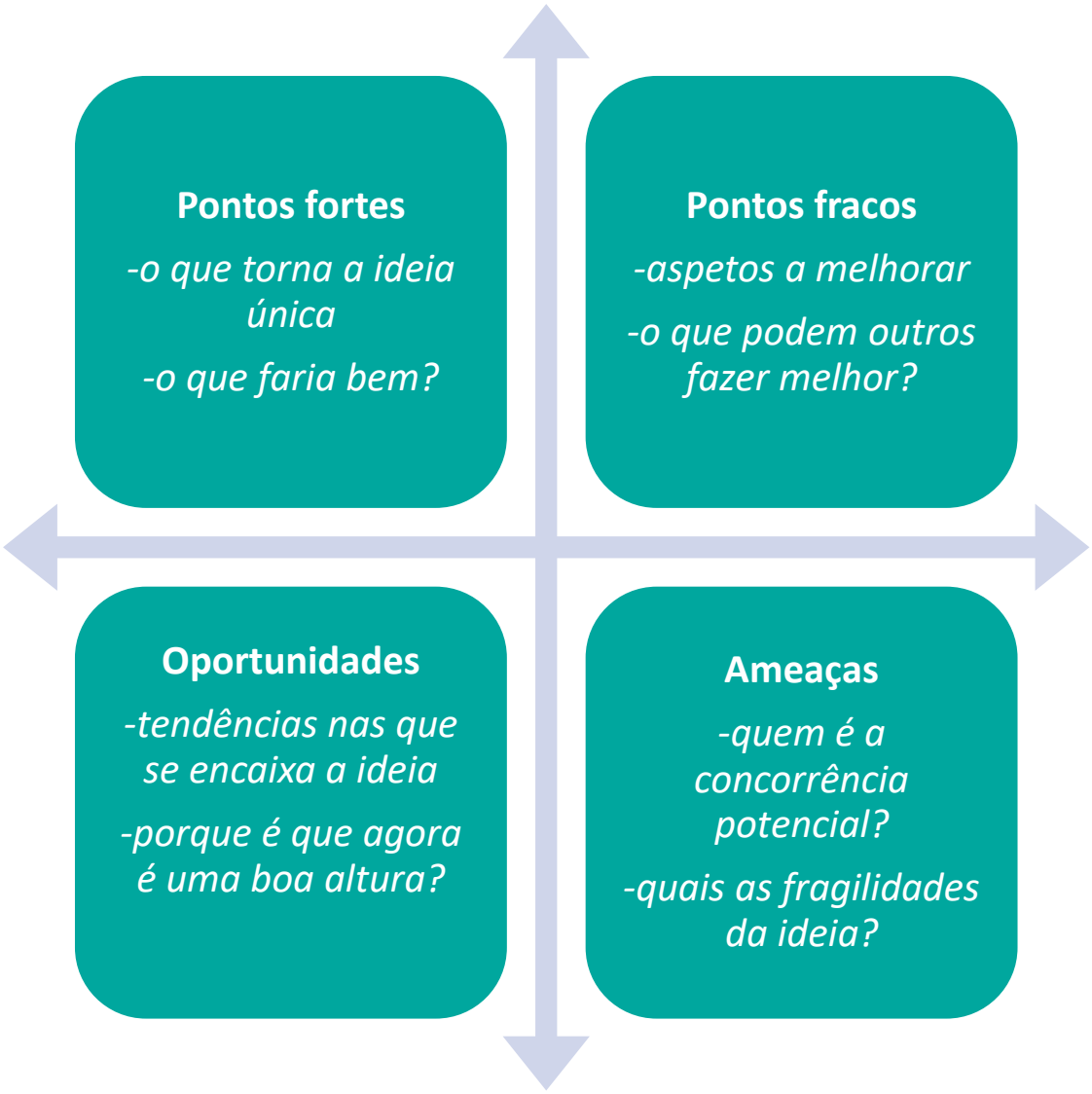
Os outros membros do grupo terão a oportunidade de fazer perguntas sobre cada ideia e serão incentivados a manifestar as suas próprias opiniões.

Atividade 8 | Análise SWOT do empreendedorismo Sénior

No seguimento da anterior, o objetivo desta atividade é fazer com que os formandos seniores aprofundem uma ideia de negócio que já construíram e considerem analisá-la utilizando um modelo SWOT.

Passo 1

Em pequenos grupos, os formandos selecionam uma ideia de negócio que já apresentaram e fazem uma análise SWOT sobre a mesma, com base na matriz tradicional:



Passo 2

Os grupos devem refletir sobre o que obtiveram ao fazer a análise SWOT e as áreas onde talvez pudessem afinar a sua ideia de negócio para a tornar mais atrativa e com uma maior probabilidade de sucesso.

Passo 3

Debate em grupo alargado, em que cada grupo, por sua vez, apresenta a sua SWOT e como pode alterar a sua ideia com considerações-chave que o exercício suscitou.

Atividade 9 | Empreendedorismo social

Esta atividade visa dar ao público-alvo com idade ≥ a 50 anos uma maior perceção do empreendedorismo social e dos tipos de empresas com que podem estar interessados trabalhar.

Passo 1

Em pequenos grupos, os formandos devem debater e pesquisar o que é o empreendedorismo social e chegar à sua própria definição.

Passo 2

Os pequenos grupos apresentam, um de cada vez, a sua definição ao grupo geral e o formador incentiva a discussão em torno do empreendedorismo social.

Passo 3

Cada grupo considera então as empresas sociais locais que conhece e escolherá uma para traçar o seu perfil com um pouco mais de detalhe. Terá de investigar a organização em questão antes de preencher a tabela abaixo.

Passo 4

Cada pequeno grupo irá apresentar novamente o exemplo de empreendedorismo social cujo perfil traçaram a todo o grupo.

Caso de estudo de uma empresa social

Nome da empresa social	
Como é financiada e como obtém lucro?	
Quais as questões sociais que esta empresa pretende abordar / qual é a sua missão empresarial social?	
Quem beneficia das atividades da empresa e como?	
Como é que a empresa interage com os beneficiários (através de que meio/quantas vezes)?	

Guia para a implementação das atividades 7,8 e 9

Estas atividades focam-se numa abordagem centrada no formando, em que estes são encorajados a pensar criativamente e a trabalhar em pequenos grupos para completar as tarefas antes de debater e tirar conclusões sobre o que aprenderam em grupo alargado. Os formadores devem mediar o trabalho de grupo e os debates e orientar os formandos na direção certa. Devem também ter conhecimentos básicos de empreendedorismo para serem capazes de o fazer nos diferentes temas.

Embora as atividades tenham sido concebidas de forma encadeada, também podem ser desenvolvidas individualmente, se for conveniente. Os formadores devem tentar manter os formandos envolvidos e interessados nas tarefas, incentivando o debate e a troca de ideias, tanto no âmbito dos grupos mais restritos como em grupo alargado.

Avaliação

As atividades sugeridas são concebidas para acompanhar a formação, permitir aos formandos compreender devidamente o empreendedorismo sénior e ser capazes de aplicar princípios do empreendedorismo e do empreendedorismo social a si mesmos e às suas regiões.

Recursos

Acesso à Internet e a um computador portátil, *smartphone* ou *tablet*. Caneta e um caderno de notas. Para a atividade 9, é conveniente que o formador imprima uma cópia da tabela de estudo de caso de uma empresa social, na página 38, para cada pequeno grupo.

Referências

COOK, J. – *Five ways to come up with great business ideas*. Forbes (9 de novembro, 2020) (disponível em inglês)

www.forbes.com/sites/jodiecook/2020/11/09/5-ways-to-come-up-with-great-business-ideas/?sh=2d59580c446d

Análise SWOT. CIPD (26 de fevereiro, 2020) (disponível em inglês)

www.cipd.ie/news-resources/practical-guidance/factsheets/swot-analysis

What are social innovation and entrepreneurship? Universidade de Dublin (junho, 2021) (disponível em inglês)

www.dcu.ie/socialentrepreneurship/what-are-social-innovation-and-entrepreneurship

KUMAR, B. – *Social entrepreneurship 101: business models and examples to inspire you*. Shopify blog (14 de setembro, 2022) (disponível em inglês)

www.shopify.com/ie/blog/social-entrepreneurship

Cofinanciado pela
União Europeia

LOCAL

Boosting Silver Economy through local community mentoring

EPIC
European Platform
For International Cohesion aps

The Rural Hub

MINDSHIFT
Talent Advisory

Info def
INSTITUTO PARA EL FOMENTO DEL DESARROLLO Y LA FORMACIÓN

2ales

Amato Lusitano
Associação de Desenvolvimento

Center for Social Innovation
www.csicy.com

STUDIC INTHECITY

АИР
КОСТИНБРОД

Cofinanciado pela
União Europeia

"O apoio da Comissão Europeia a esta publicação não constitui uma aprovação do conteúdo, que reflete apenas os pontos de vista dos autores, não podendo a Comissão ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas".
Número de projeto: **2021-1-PT01-KA220-ADU-000033443**