

FLORICULTURA MAYARA: amor pelas flores em um negócio rentável¹

CHARLIANE DE JESUS SANTOS²

ORIENTADOR: PROF.HARILSON FERREIRA DE SOUZA³

harilsonferreira@hotmail.com

Resumo

Este artigo analisa a trajetória da Floricultura Mayara, empresa localizada na cidade de São Francisco/MG. Nele, priorizamos o entendimento de como se deu o crescimento dessa atividade econômica, voltada à simbologia representada pelas flores nos momentos mais marcantes da vida das pessoas. Atentamos também para os aspectos administrativos, bem como para as estratégias de marketing que dinamizam o empreendimento. Adotamos, como recursos metodológicos, entrevistas gravadas, questionários estruturados e revisão bibliográfica, a partir de leitura de livros e artigos de revistas especializadas. Como resultado, verificamos que o crescimento desse empreendimento se avoluma na medida em que a macroeconomia do país apresenta melhores resultados e retrai-se nos contextos em sentido oposto, uma vez que ocorre um sensível corte de gastos por parte das famílias em momentos de crise, sendo este ramo de negócios um dos que sofrem com a estratégia. Entretanto, uma administração atenta compreende esses períodos de instabilidade e planeja estrategicamente alternativas para alavancar as vendas nas datas comemorativas mais significativas.

Palavras-chave: satisfação, negócio, e planejamento de vendas.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, buscamos analisar o caso da empresa Floricultura Mayara, localizada na cidade de São Francisco/MG, sendo que, na pesquisa, priorizamos entender como se dá o crescimento dessa atividade econômica, voltada à simbologia representada pelas flores nos momentos mais marcantes da vida das pessoas. Mas atentamos também para os aspectos administrativos, bem como para as estratégias de marketing que dinamizam o empreendimento. Nesse percurso, pensamos ser necessário, de início, fazer uma retomada do contexto socioeconômico do Brasil nos últimos anos, o que registramos a seguir.

¹Trabalho requisitado pelas Disciplinas Comportamento Organizacional e Seminário de Integração Científica, ministradas na FAVENORTE pelo Professor Harilson Ferreira de Souza. Este artigo é destinado exclusivamente ao estudo e à discussão acadêmica. Não é intenção dos autores avaliar ou julgar o movimento estratégico da empresa em questão.

² Acadêmica do Curso de Tecnologia em Processos Gerenciais da FAVENORTE-Campus São Francisco/MG.

³Professor Mestre em Desenvolvimento Social pelo PPGDS-UNIMONTES. Atualmente é Servidor Público efetivo da SEE-MG, ministrando aulas de História no Ensino Fundamental e Médio.

O Plano Real colocou o Brasil em sintonia com a estabilidade macroeconômica difundida pelo mundo, especialmente a partir dos anos 1990. O combate à inflação e o corte nos gastos públicos marcaram esse novo paradigma econômico na vida dos brasileiros.

A vitória sobre o fantasma da inflação parecia consolidada. Com tal vantagem, a economia do país apresentou níveis de estabilidade antes inimagináveis. Uma tal estabilidade macroeconômica, com efeito, favorece, dentre outras possibilidades, o planejamento financeiro e a ampliação do consumo de bens e serviços. Neste particular, o comércio de flores mostrou-se beneficiado. Apesar das dificuldades que, por vezes afetam o consumo, o setor de floricultura demonstra sua força na economia do país.

Contrariando o senso comum que associa a venda de flores apenas a datas comemorativas, o Instituto Brasileiro de Floricultura mostra a força do setor. Segundo o Ibraflor, em 2015 o faturamento foi de R\$ 6 bilhões, contra os R\$ 5,7 bilhões de 2014. Atualmente (2018), o país se destaca na produção, com mais de 6,5 mil hectares de área de floricultura e cerca de 8.248 produtores cadastrados no Instituto. E a tendência de crescimento é mundial.⁴

Pensamos ser, portanto, oportuno e de grande relevância analisar a trajetória de uma empresa local como a Floricultura Mayara. Surgida em 1996, no contexto de expansão dessa atividade, despertou-nos a curiosidade em conhecer a maneira como o estabelecimento é administrado e as estratégias que adotada para atingir o sucesso e permanecer por tão longo período no mercado, numa cidade de pequeno porte situada numa região carente como Norte de Minas. Para tanto, começaremos procurando conhecer um pouco mais o perfil de sua idealizadora.

1 UM BREVE HISTÓRICO DA IDEALIZADORA DA FLORICULTURA MAYARA, VANUSA VELOSO BRAGA ALMEIDA

Vanusa Veloso Braga Almeida⁵ formou-se em Ciências Contábeis pela UNIMONTES. Em 1993, começou carreira como contadora da Câmara Municipal de Chapada Gaúcha. Na sequência de sua vida profissional, mudou de área de atuação, passando a exercer a profissão de professora de Matemática na rede pública de ensino.

⁴Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2016/06/mercado-de-flores-atinge-expectativa-de-faturamento-para-o-ano.html>. Acesso realizado em 17 de Jun. de 2018.

⁵ Entrevista gravada por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018

Como ela mesma diz, “por vezes a vida nos surpreende” e, devido a alguns problemas de saúde enfrentados, e seguindo recomendações médicas, Vanusa foi obrigada a se ausentar da escola para fazer os necessários tratamentos. Estes eram caros, o salário não era satisfatório e as variadas atividades escolares, inerentes ao seu cargo de professora, não contribuíam com a comodidade que sua vida exigiria daí por diante, conforme nos esclarece no trecho da entrevista a seguir:

Então, por causa de problemas de saúde e recomendações médicas, tive que me ausentar da escola por um tempo, para fazer os tratamentos, que eram muito caros; [...] o salário não era bom pra minha comodidade de vida, não era suficiente para as minhas necessidades. Pelo fato de ter saído da escola, tive que buscar uma [outra] forma de ter renda, uma renda que me satisfizesse, que me deixasse bem comigo mesma. Então, decidi que ia abrir um negócio. Pensei em abrir uma loja de roupas, só que não ia dar certo, porque em São Francisco já tem muita concorrência.[...] Uma vez, eu e a minha família fomos viajar - para um passeio, como sempre fazemos, só que esse foi diferente. Por coincidência encontrei uma amiga que é dona de uma floricultura. Então, eu parei para conversar um tempo com ela e, conversa vai, conversa vem, surgiu o assunto pelo qual eu me interessei. Eu contei a ela que pretendia abrir um negócio, e que já havia pensado em vários, mas ainda estava em dúvida. Ela me disse: abre uma floricultura, acho que na sua cidade não tem, que tal pensar nessa possibilidade? Então, isso não saiu da minha cabeça, e comentei com meu marido Aroldo, que já tinha muita noção da lida com plantas⁶.

Assim, a vida lhe sugeria procurar um novo rumo e ela decidiu abrir um negócio próprio. De acordo com o que nos conta acima, inicialmente pensou em abrir uma loja de móveis, ou de roupas, mas os avaliou como ramos saturados naquele momento. Segundo Druker (1994),

O trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente [...]. Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática (DRUKER, 1974, p.25).

Mais do que abrir um negócio lucrativo, Vanusa desejava algo que fosse inovador e significativo para a cidade. Sabia que inovação é condição imprescindível quando se quer ser um empreendedor bem sucedido. Permaneceria dias, meses pensando no que investir. E, como verificamos na entrevista acima, por sugestão de uma amiga, ela resolveu abrir uma floricultura.

Sabemos que, por vezes, grandes oportunidades de se abrir um negócio podem surgir assim como nos relata, dessa maneira informal, a partir de uma boa conversa. Mas isso não garante o sucesso de ninguém. Pois, como afirma Paulo Vieira (2015), tem poder quem age, e

⁶Entrevista gravada por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018.

mais poder quem age certo. De fato, o sucesso em qualquer área de nossa vida demanda uma combinação de transpiração e inspiração.

Vanusa estava muito determinada em relação ao seu primeiro empreendimento comercial. Para que ele se tornasse realidade, um dos seus grandes incentivadores foi o marido Aroldo, comprovando que vários empreendedores nascem no ambiente familiar. Dolabela (1999) confirma isso ao explicar que o empreendedorismo é

[...] fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em um clima de emoção e é capaz de assimilar a experiência de terceiros (DOLABELA, 1999, p.31).

Nesse sentido, a experiência de Aroldo, esposo de Vanusa, foi inspiradora. Ele já possuía uma boa noção do trato com plantas. Filho de fazendeiro, fez vários cursos para aperfeiçoar a lida com a terra e o melhoramento de plantas, como esclarece nesse trecho de entrevista abaixo:

Como minha mulher já havia falado, tenho muito interesse por plantas, e esse interesse é desde pequeno. O interesse por flores [em particular] foi a partir do momento em que Vanusa tocou no assunto. Eu fiquei muito feliz quando ela começou a falar desse tipo de negócio, pois eu [como já disse] desde pequeno era muito curioso em relação a plantas.⁷

Nessa fase inicial, a animação e o entusiasmo estavam em ebulição. Apesar da experiência de Aroldo com plantas ser significativa, os conhecimentos necessários para tocar uma empresa nesse segmento, no entanto, eram insuficientes. O casal foi, então, fazer cursos de aperfeiçoamento, para melhor conhecer sobre o assunto, como nos contam a seguir:

Aroldo: [...] nós estudamos, buscamos, eu mesmo fiz vários cursos de aperfeiçoamento, de como lidar com a terra, melhoramento de plantas, tudo através da agricultura familiar feita pela EMATER. As plantas têm que ser conhecidas, pois a planta é igual um bebê que, se não cuidar com carinho, adoce e morre. Cada planta tem seu jeito de ser cuidada, e se não tiver conhecimento, se não estudar a planta a fundo, ela tem risco de morrer.

Vanusa: Até a forma de molhar a planta tem que ser estudada.

Aroldo: Vanusa também fez cursos em Montes Claros, com o professor Alfredo Times, que ofereceu para ela um concurso de como fazer arranjos, e ela ganhou em terceiro lugar, depois estivemos em Campinas e Holambra (SP) fazendo mais cursos⁸.

⁷Entrevista gravada por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018.

⁸Entrevista gravada por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018.

O processo pelo qual as pessoas iniciam e desenvolvem seus negócios é o que define o empreendedorismo. São experiências complexas, pois envolvem o empreendedor, a empresa e o cliente. No caso de uma empresa nova, como a Floricultura Mayara, segundo Dolabela (1999), são as inovações que garantirão sua sobrevivência e prosperidade econômica, num ambiente de mudanças, sejam elas culturais, sociais ou geográficas.

Em meio a esse contexto de mudança de paradigma profissional, marcado por incertezas, Vanusa e Aroldo conseguiram viabilizar as precondições necessárias para inovar no mercado empresarial são-franciscano. A Floricultura Mayara foi inaugurada em abril de 1996, na Rua Ferreira Leite, esquina com a Av. Oscar Caetano Gomes. A seguir, trataremos mais especificamente sobre a empresa e o papel que ela desempenha no cotidiano do município.

2 FLORICULTURA MAYARA: SEMPRE AO LADO DOS ACONTECIMENTOS

No começo o local escolhido parecia propício para abrir uma floricultura, e assim o fizeram, mas os idealizadores logo perceberam que a estrutura não era adequada o suficiente para atrair clientes, que muitas vezes são conquistados pela primeira impressão que têm do ambiente. Mas, mudar não é fácil. Todavia, as organizações que são ágeis em promover mudanças prosperam, enquanto aquelas que param no tempo são fadadas a perecer.

Os empresários Aroldo e Vanusa perceberam que necessitavam de uma mudança impactante na arquitetura da Floricultura. Decidiram, então, mudar de endereço e criar um espaço que merecesse um olhar diferente dos clientes são-franciscanos. Mudaram-se, então, para a Av. Oscar Caetano Gomes, 913, Centro. Lá, montaram uma estrutura toda feita de madeira, um ambiente rústico e aconchegante, que até hoje continua encantando de imediato quem o vê. Tratava-se de uma construção singular, diferente de tudo que havia em São Francisco.

O nome da floricultura surgiu como uma homenagem de amor dos pais a suas filhas - Mariana, Yara e Maria Eliza, sendo Mayara a junção desses três nomes.

Leveza seria a palavra ideal para definir a floricultura, pois é um ambiente calmo, iluminado e rico de tanta beleza. Na definição do SEBRAE (2018)⁹, a floricultura é entendida como o conjunto de atividades produtivas e comerciais relacionadas ao mercado de espécies

⁹Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-brasileiro-de-flores-e-plantasornamentais,456649f6ced44510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=1>. Acesso realizado em 21 de Out. de 2018.

vegetais cultivadas com finalidades ornamentais, e é um dos mais novos, dinâmicos e promissores segmentos da agricultura brasileira. Trata-se de um segmento que, apesar da extensão da crise econômica vivenciada no Brasil nos últimos anos, tem demonstrado certo vigor. Ainda de acordo com o SEBRAE,

A floricultura comercial brasileira cresceu, em média, no período de 2008 a 2011, 10% ao ano nas quantidades ofertadas e 15% ao ano em valor de vendas. Em 2013, o mercado nacional de plantas e flores ornamentais movimentou R\$ 5,22 bilhões, com taxa de crescimento de 8,3% em relação ao faturamento total auferido no ano anterior¹⁰.

Na opinião de Vanusa, não adianta ganhar muito dinheiro e não fazer o que se gosta. A floricultura proporciona um pouco de cada coisa. Existem datas comemorativas, como o dia das mães, cujo volume de vendas é significativo.

Para o ano de 2018, o site terraço econômico previa:

A venda no dia das mães deve movimentar R\$ 9,4 bi, ou US\$ 2,66 bilhões, com gasto médio de R\$ 153. A expectativa é que o montante total esperado de, 23% sejam derivados do e-commerce (ou R\$ 2,16 bi), um aumento expressivo de mais de 10% em relação ao ano passado. Só para ter uma ideia, o PIB dos EUA é de US\$ 18,6 trilhões, enquanto que o brasileiro está em US\$ 1,8 trilhões, utilizando dados de 2017. Assim, com 64% da população americana (208 milhões no Brasil x 325 milhões nos EUA), produzimos apenas 10% do que os EUA realizam em um ano¹¹.

As datas comemorativas ao longo do calendário anual, tais como Dia dos Namorados, Dia de Finados e o Dia de Natal impulsionam as vendas da empresa, portanto esse segmento comercial precisa fazer um ótimo planejamento para aproveitar ao máximo tais momentos. Mas também não negligenciam outras datas comemorativas importantes, como, por exemplo, casamentos, bodas de casamento, formaturas e tantas outras, que também trazem um lucro significativo à empresa.

Por ser um empreendimento que se adequa especialmente a datas comemorativas, surgiu naturalmente o slogan “SEMPRE AO LADO DOS ACONTECIMENTOS”. Um marketing gratuito. O significado desse slogan é exatamente isso, “ficar de olho”, atento aos acontecimentos, atento às novidades.

O marketing traz visibilidade aos produtos e serviços oferecidos pela empresa. Para isso ela deve se perguntar a respeito de: Quem são seus clientes? O que tem valor para o

¹⁰ Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-brasileiro-de-flores-e-plantasornamentais,456649f6ced44510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=1>. Acesso realizado em 21 de Out. de 2018.

¹¹ Disponível em: <https://blog.guide.com.br/textos/dia-das-maes-data-que-movimenta-economia-mundial>. Acesso realizado em 21 de Out. de 2018.

cliente? Qual é a qualidade dos serviços e produtos ofertados? Quais são os valores da empresa? Da qualidade das respostas a essas simples perguntas dependerão a sobrevivência e sucesso da empresa. Vanusa e Aroldo, respectivamente, respondem:

Acho que o diferencial é manter a planta conservada por mais tempo, a floricultura tem uma câmara fria que conserva as plantas.

[...] São as plantas com custo médio, por causa da crise que está no país, e também o frutífero, exemplo: laranja¹².

Os proprietários da Floricultura Mayara, com a experiência acumulada em anos de trabalho, sabem que precisam amenizar a oscilação das vendas. Por isso, plantas decorativas e frutíferas foram anexadas ao portfólio de produtos oferecidos. Essa foi uma forma criativa de atrair mais clientes, considerando as altas temperaturas médias da cidade de São Francisco, ao longo dos mais de nove meses de seca, em que a procura por árvores sombrosas e formação de pomares ameniza bastante o calor ao longo do ano. Talvez seja a percepção das especificidades dessa atividade empresarial, aliadas à compreensão do clima local, bem como das variáveis do mercado, que tenha consolidado a maneira exitosa de administração da empresa. A seguir, um registro em imagem da Floricultura Mayara

Imagem 01 – Fachada da Floricultura Mayara



Fonte: A autora (2018)

¹²Entrevistas gravadas por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018.

3 O MODELO DE GESTÃO DA FLORICULTURA MAYARA

Quando o assunto é a Floricultura Mayara, logo nos lembramos de um serviço de excelência. Excelência essa que traz lucratividade todos os dias. Mas a empresa ainda pretende alcançar novas metas e, combatendo qualquer pensamento pessimista, objetiva alavancar cada vez mais os negócios. Para isso, implantou a liderança democrática como forma de gestão.

Uma liderança democrática possibilita aos funcionários participarem efetivamente das reuniões, dando sugestões e opiniões, com os gestores dando-lhes o feedback necessário para ajudá-los a ter uma visão mais ampla da empresa. É também uma maneira de orientá-los bem para que prestem o melhor trabalho possível. Como relata Aroldo, sócio-administrador da Floricultura Mayara, explicando que desde o início a empresa cuida da preparação de seus colaboradores:

Eles não sabiam muita coisa, por ser a primeira floricultura em São Francisco. A própria empresa os capacitou. Nós treinamos, nós ensinamos como lidar com as plantas de uma forma diferente, mostrando a eles que elas eram tão sensíveis quanto uma criança¹³.

O ramo da floricultura requer um bom planejamento desde o início. Visa muito à questão de lidar diretamente com o cliente, dando-lhe suporte no que precisar. Assim, o cuidado com a escolha dos colaboradores e a forma de gerenciá-los vai muito além de uma simples prestação remunerada de serviços. Como bem diz Chiavenato (2000), os funcionários são os “alavancadores de resultados dentro da organização”:

O capital somente será bem aplicado quando for inteligente, bem investido e administrado. Para tanto, administrar pessoas vem antes, durante e depois da administração do capital ou da administração de qualquer outro recurso empresarial, como máquinas, equipamentos, instalações, cliente etc. As empresas bem-sucedidas deram-se conta disso e voltaram-se para seus funcionários como os elementos alavancadores de resultados dentro da organização (CHIAVENATO,2000, p. 02).

Numa gestão democrática, o colaborador se sente mais disposto a dar o seu melhor, se sente útil fazendo o que gosta, e sendo valorizado dentro da organização. Assim, se esforçará para que o trabalho melhore cada vez mais, favorecendo tanto a si próprio quanto a empresa.

¹³Entrevista gravada por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018.

No entanto, essa gestão nos mostra que ter um plano de ação em mãos ajuda a decifrar o ‘que a empresa precisa’ e ‘o que ela pretende alcançar’. E, às vezes, alterar o caminho pode ser a melhor solução, e foi isso que Vanusa fez - mudou o caminho e descobriu uma nova gestão, mais lucrativa e prazerosa. E que traz maior confiabilidade das pessoas na empresa, o que é um ativo valioso. Segundo a empresária, o respeito às pessoas é crucial:

Independentemente de cor, raça ou religião, a admiração pelas pessoas é a mesma. Na floricultura ou fora dela, para os colaboradores não existe ninguém diferente. Não existe riqueza nem pobreza, existe igualdade. De que adianta tratar alguém diferente, se no fim todos vão ao mesmo lugar?...Um exemplo é uma rosa, que num dia está bonita e no outro ela seca e morre¹⁴.

A Floricultura Mayara tem, portanto, se beneficiado de um trabalho baseado na reciprocidade. Agregou em sua gestão uma parceria firmada na confiança, tanto com os clientes quanto com os fornecedores. Uma parceria que tem se mostrado duradoura e benéfica. Isso nos leva a pensar que essa empresa permanecerá por longos anos “SEMPRE AO LADO DOS ACONTECIMENTOS”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo, tentamos demonstrar a trajetória da empresa Floricultura Mayara, localizada em São Francisco/MG. Uma empresa que tem se destacado através da singularidade e simbologia que seus produtos oferecem, atraindo clientes de todos os lugares da região.

Seu início não foi fácil. Surgiu em meio ao desejo de sua idealizadora Vanusa, apoiada por seu esposo Aroldo, em encontrar uma alternativa de trabalho e renda que lhe satisfizesse as necessidades de comodidade e conforto durante o tratamento de um problema de saúde que a obrigou a abandonar a sala de aula, sua profissão até então. Por sugestão de uma amiga, o ramo de negócios ainda inexistente na cidade foi escolhido e o casal deu vida ao empreendimento, em abril de 1996. E, desde então, em meio aos conflitos que acontecem no mundo e na vida das pessoas, a Floricultura Mayara vem conseguindo embelezar inúmeras realidades.

¹⁴Entrevista gravada por Charliane de Jesus Santos em 04/07/2018.

A empresa – cujo nome é uma junção de Mariana, Yara e Maria Eliza, numa clara homenagem de amor às filhas - melhora a cada dia. O ambiente de trabalho é familiar e transmite a impressão de naturalidade a quem nele adentra. Os funcionários são pacientes e atenciosos, sempre dispostos a proporcionar aos clientes uma experiência agradável e feliz através de seus serviços. Segundo os gestores, esse atendimento de excelência é um reflexo da liderança democrática, uma vez que o colaborador se sente parte do empreendimento, esforçando-se sempre mais para que ele dê certo, em benefício de ambas as partes.

Após essa pesquisa e feitas as análises que expusemos acima, acreditamos que as contribuições deste artigo sejam satisfatórias, pois esforçamo-nos para apresentar uma trajetória empresarial bastante singular. Vanusa Veloso, com efeito, trouxe “o que há de melhor” para São Francisco, marcando os momentos mais especiais na vida das pessoas com muita seriedade e dedicação, e um produto definido pela simbologia. Desejamos que este estudo também possa contemplar aqueles e aquelas que se interessem pela história dos empresários locais, ou, quem sabe, servir de fonte de inspiração para novas descobertas.

REFERÊNCIAS

Entrevistas

Entrevista com Vanusa Veloso Braga Almeida, em 24/07/2018, gravada e transcrita por Charliane de Jesus Santos.

Entrevista com José Aroldo de Almeida, em 24/07/2018, gravada e transcrita por Charliane de Jesus Santos.

Fontes da internet:

<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2016/06/mercado-de-flores-atinge-expectativa-de-faturamento-para-o-ano.html>. Acesso realizado em 17 de Jun. de 2018.

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-brasileiro-de-flores-e-plantas-ornamentais,456649f6ced44510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=segmento&codSegmento=1>. Acesso realizado em: 21 de Out. de 2018

<https://blog.guide.com.br/textos/dia-das-maes-data-que-movimenta-economia-mundial>. Acesso realizado em 21 de Out. de 2018.

Bibliografia

CHIAVENATO, Idalberto. **Como transformar Rh (de um centro de custo) em um Centro de Lucro**. 2ª ed. São Paulo: MarronBooks, 2000.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DRUCKER, Peter. F. **O Gerente Eficaz**. Editora Zahar, São Paulo, 1974.

VIEIRA, Paulo. **O Poder da Ação**: faça sua vida ideal sair do papel. São Paulo: Editora Gente, 2015.