

CENTRO UNIVERSITÁRIO
FIG
UNIMESP
DESDE 1965

REVISTA ACADÊMICA

FIG-UNIMESP

Faculdade de
Administração e
Ciências Contábeis

CENTRO UNIVERSITÁRIO

FIG

UNIMESP

DESDE 1965

e-MEC

ACESSE JÁ!

Consulte aqui o cadastro da Instituição no Sistema e-MEC

INSCREVA-SE

VESTIBULAR

O **mais completo** Centro Universitário **de Guarulhos!**

Inscrições abertas!



www.fig.br

CENTRO UNIVERSITÁRIO

FIG UNIMESP

DESDE 1965

e-MEC

ACESSE JÁ!

Consulte aqui o cadastro da Instituição no Sistema e-MEC



INSCREVA-SE

ADMINISTRAÇÃO

Networking desde o **1° ano** da faculdade!

Inscrições abertas!

www.fig.br

CENTRO UNIVERSITÁRIO

FIG

UNIMESP

DESDE 1965

e-MEC

ACESSE JÁ!

Consulte aqui o cadastro da Instituição no Sistema e-MEC



INSCREVA-SE

NOTURNO

Ciências Contábeis

A profissão presente em **todo mercado**!

Inscrições abertas!

www.fig.br

REVISTA ACADÊMICA FIG-UNIMESP

ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

REVISTA NÚMERO 1 – JUNHO 2024

Coordenador: Professor Dr. Devanildo Damião da Silva

Revisão Ortográfica: Professora Joara Cássia

Produção gráfica: Carlos Pavão

CENTRO UNIVERSITÁRIO METROPOLITANO DE SÃO PAULO FIG/UNIMESP

Professor Eduardo Gimenes Romero

Reitor do Centro Universitário Metropolitano de São Paulo – FIG-UNIMESP

Professor José Roberto Machado

Coordenador da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Metropolitano de São Paulo – FIG-UNIMESP

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta revista, pode ser reproduzida, armazenada ou transmitida de alguma forma ou por algum meio, seja eletrônico ou mecânico, inclusive fotocópia, gravação ou qualquer sistema de armazenagem de informações, sem a permissão expressa e por escrito da FIG-UNIMESP.

APRESENTAÇÃO

"Frequentemente nos deparamos com uma série de grandes oportunidades, habilmente disfarçadas em problemas insolúveis"

(John W. Gardner)

A união de todas as contribuições apresentadas pelos nossos alunos e professores, ocorreu em virtude de nossa preocupação em divulgar a produção do conhecimento acadêmico à comunidade em geral.

Inúmeros temas dos nossos programas de graduação em Administração e Ciências Contábeis estão retratados nos diversos artigos que compõem essa revista.

Agradecemos imensamente a contribuição do nosso corpo docente e discente, sempre preocupados e comprometidos com a pesquisa e difusão do conhecimento gerado pela Academia.

Professor José Roberto Machado

Coordenador da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Metropolitano de São Paulo – FIG-UNIMESP.

SUMÁRIO

TÍTULO	PG
Apresentação	2
Governança e Gestão na Segurança Privada – Uma abordagem das competências essenciais da administração com base na metodologia ALEERTII do Grupo Lumar	4
Empreendedorismo – Planejando a abertura de um pequeno negócio	14
A inserção das PCDS no mercado de trabalho – Relato da experiência em um Município da Grande São Paulo	26
A importância do Metaverso com um enfoque em Hard Skills e Soft Skills	33
A importância do Empreendedorismo no mundo dos Negócios	45
O impacto dos influenciadores digitais na sociedade de consumo	50

GOVERNANÇA E GESTÃO NA SEGURANÇA PRIVADA: UMA ABORDAGEM DAS COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS DA ADMINISTRAÇÃO COM BASE NA METODOLOGIA ALEERTII DO GRUPO LUMAR.

1. **DEVANILDO DAMIÃO – PHD**. Administrador, Pesquisador e Professor do Centro Universitário Metropolitano de São Paulo – FIG UNIMESP
2. **DANIEL VISO** – Bacharel em Direito e Administração pela FIG UNIMESP, Conselheiro do CRA e CEO do GRUPO LUMAR.

INTRODUÇÃO

I. A SEGURANÇA NÃO É TAREFA EXCLUSIVA DO ESTADO.

A segurança privada desempenha um papel crucial na proteção de pessoas, bens e ativos em diversos setores, desde empresas e instituições governamentais até eventos públicos e áreas residenciais. A efetividade da segurança privada é complexa e depende de uma governança e gestão robustas, que garantam a implementação de medidas de segurança adequadas, o treinamento contínuo da equipe e a resposta eficiente a incidentes.

Este artigo visa fornecer uma visão abrangente da governança e gestão em segurança privada, com foco nas competências essenciais de administração necessárias para o sucesso nesse campo, e apresentando elementos que possam facilitar e otimizar a relação do poder público com entidades privadas desse setor, utilizando o conjunto de ferramentas existente.

II. A LEI DA SEGURANÇA PRIVADA - LEI 7.102, DE 20 DE JUNHO DE 1983

A LEI dispõe sobre a segurança para estabelecimentos financeiros e estabelece normas para o funcionamento das empresas que prestam serviços de vigilância e transporte de valores no Brasil, sendo a **Polícia Federal** o órgão responsável pela fiscalização do cumprimento da Lei. Seguem os campos de atuação.

Tabela 1: QUADRO DA ABRANGÊNCIA DOS SERVIÇOS DE SEGURANÇA PRIVADA.

Segurança para estabelecimentos financeiros	Empresas de segurança privada	Transporte de valores
A lei define medidas obrigatórias para a segurança de bancos, cooperativas de crédito e outras instituições financeiras, como a obrigatoriedade de contar com vigilantes armados, sistemas de alarme e monitoramento eletrônico	Estabelece normas para a criação, funcionamento e fiscalização das empresas que prestam serviços de vigilância e transporte de valores, como requisitos para os sócios e diretores, treinamento dos vigilantes, porte de armas e uso de veículos blindados	A lei define regras para o transporte de dinheiro e outros valores, como a obrigatoriedade de usar veículos blindados, escolta armada e rastreamento por GPS

III. DIFERENÇAS DE GOVERNANÇA EM SEGURANÇA PRIVADA E PÚBLICA.

Tabela 2: DIFERENÇAS DE GOVERNANÇA DA SEGURNAÇA PRIVADA E PÚBLICA.

GOVERNANÇA PRIVADA	GOVERNANÇA PUBLICA
A governança em segurança privada define a visão, os princípios e a direção estratégica para a segurança de pessoas, bens e ativos dentro da organização. É a responsabilidade da alta gerência e do conselho de administração garantir que	A governança em segurança pública refere-se ao conjunto de mecanismos, instrumentos e práticas que visam direcionar, coordenar e controlar as ações de segurança pública de forma eficaz, transparente e responsável. Ela

a segurança seja adequadamente priorizada, financiada e integrada aos processos da organização.	engloba diversos aspectos, desde a definição de políticas públicas de segurança até a gestão das forças de segurança e a avaliação dos resultados obtidos.

A Gestão em Segurança Privada: traduz os princípios da governança em ações práticas e mensuráveis; assim, envolve O DESDOBRAMENTO DE CONCEITO de políticas e procedimentos, na sua implementação de medidas de segurança físicas e eletrônicas, o treinamento da equipe de segurança, o monitoramento e avaliação da postura de segurança da organização e a resposta a incidentes de segurança.

IV. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DA GOVERNANÇA EM SEGURANÇA PRIVADA

A governança eficaz em segurança privada baseia-se em oito princípios fundamentais: o método ALEERTII.

- **accountability:** as funções e responsabilidades pela segurança privada devem ser claramente definidas e atribuídas;
- **legalidade:** a organização deve cumprir todas as leis e regulamentações relevantes à segurança privada. O profissional que atua nessa atividade e setor deve possuir a habilitação legal para a função, fator inicial e primordial;
- **eficiência:** os programas de segurança privada devem ser eficientes e eficazes na utilização de recursos;
- **ética:** a segurança privada deve ser conduzida de forma ética e profissional, respeitando os direitos humanos e as leis;
- **responsabilidade:** a alta gerência e o conselho de administração são responsáveis por garantirem a segurança de pessoas, bens e ativos da organização;
- **transparência:** as condutas pessoais, políticas e práticas de segurança privada devem ser transparentes e comunicadas a todos os stakeholders. Documentação

que comprove a vida pregressa e habilitação devem ser apresentadas espontaneamente;

- **Integridade:** todos os integrantes devem possuir conduta irreparável e condizente com atividades de segurança;
- **Inovação:** o segmento de segurança é bastante dinâmico. A atualização somente será possível com profissionais altamente qualificados dotados de instrumentos modernos.

V. ESTRUTURA DA GOVERNANÇA EM SEGURANÇA PRIVADA

Uma estrutura de governança eficaz em segurança privada inclui os seguintes elementos:

- **comitê de Segurança:** um comitê de segurança de alto nível com a responsabilidade de supervisionar a postura de segurança da organização;
- **políticas e procedimentos:** políticas e procedimentos documentados que definem as expectativas da organização em relação à segurança privada;
- **planos de segurança:** planos de segurança específicos para diferentes cenários de risco, como eventos públicos, emergências e ameaças cibernéticas;
- **indicadores de desempenho:** indicadores de desempenho (KPIs) para monitorarem e medirem a efetividade dos programas de segurança privada.

VI. COMPREENDENDO O CICLO PDCA NA SEGURANÇA PRIVADA

O Ciclo PDCA, ferramenta essencial na qualidade popularizada por E. DEMING, pode ser utilizado na segurança privada e se baseia em quatro etapas inter-relacionadas:

Benefícios do Ciclo PDCA na Segurança Privada - A aplicação do Ciclo PDCA na segurança privada oferece diversos benefícios, como:

- melhoria contínua da postura de segurança da organização;

- redução de riscos e ameaças à segurança da informação e dos ativos da organização;
- aumento da eficiência e da efetividade dos processos de segurança;
- melhoria da comunicação e da colaboração entre os membros da equipe de segurança.
- promoção de uma cultura de segurança na organização.
- tomada de decisões mais estratégicas e baseadas em dados.

VII. APLICAÇÃO DO CICLO PDCA NA SEGURANÇA PRIVADA

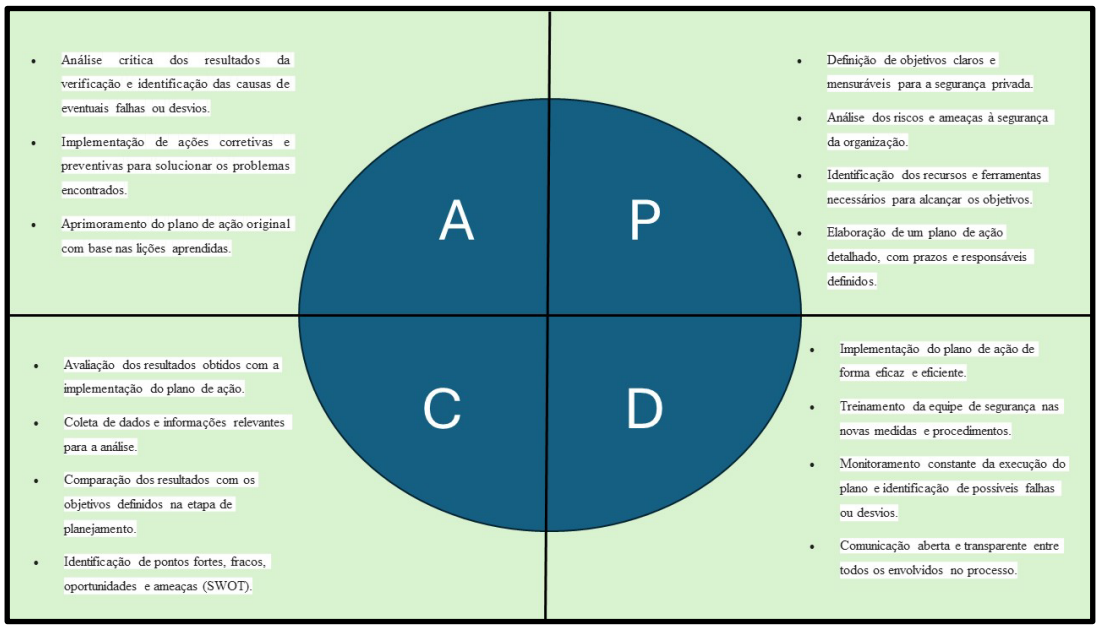


Figura 1: CICLO PDCA NA SEGURANÇA PRIVADA.

O Ciclo PDCA pode ser aplicado em diversos aspectos da segurança privada, como:

- desenvolvimento e implementação de um plano de segurança física.
- gerenciamento de riscos de segurança da informação.
- treinamento da equipe de segurança em novas tecnologias e procedimentos.
- investigação e resposta a incidentes de segurança.

- monitoramento e avaliação da efetividade dos controles de segurança.

O ciclo PDCA tem como uma das principais características a melhoria contínua dos processos, atributo totalmente coerente com a discussão de modernização da lei de segurança privada, a qual tem 40 anos e precisa ser modernizada, dando ensejo à instituição de um estatuto da segurança privada.

Atualmente, o projeto está na Câmara de Deputados, discutindo a proposta que surgiu em 2016, com aprovação do Senado em 2023. Dentre os principias objetivos do Estatuto regulatório estão:

Tabela 3: OBJETIVOS DO ESTATUTO DA SEGURANÇA PRIVADA.

ATRIBUTO	OBJETIVO DO ESTATUTO
Modernizar a legislação	Lei 7.102 já tem mais de 40 anos e não acompanhou as mudanças do setor de segurança privada. O Estatuto da Segurança Privada pretende atualizar a legislação para atender às novas necessidades do setor.
Profissionalizar o setor	O Estatuto da Segurança Privada pretende estabelecer normas mais rigorosas para a criação e funcionamento das empresas de segurança privada, bem como para a formação e treinamento dos vigilantes.
Regular novos serviços	O Estatuto da Segurança Privada pretende regular novos serviços de segurança privada, como a segurança eletrônica e a segurança pessoal
Combater a concorrência desleal	O Estatuto da Segurança Privada pretende combater a concorrência desleal no setor, punindo empresas que não cumprirem as normas da lei.

VIII. CUIDADOS PARA O SETOR PÚBLICO NA ESCOLHA DE EMPRESAS DE SEGURANÇA PRIVADA: UM *ROADMAP* PARA CONTRATAÇÕES EFICAZES E TRANSPARENTES

Infelizmente, nos últimos anos, alguns segmentos profissionais estão sendo utilizados como veículos para práticas ilícitas com o objetivo de legitimar recursos financeiros (prática conhecida como lavagem de dinheiro), proliferando empresas clandestinas, as quais não são competentes nem legais para proverem serviços de segurança.

A região do Alto Tietê e grande São Paulo está sofrendo as consequências de tal processo, ensejando medidas que possibilitem mitigar esses riscos. A terceirização de serviços de segurança privada por parte do setor público é uma prática comum e necessária para garantir a proteção de pessoas, bens e instalações. No entanto, a escolha da empresa de segurança adequada exige cautela e um processo criterioso de seleção a fim de assegurar a qualidade dos serviços prestados, a conformidade com as leis e regulamentações e a otimização dos recursos públicos.

Neste artigo são apresentados os principais cuidados que o setor público deve tomar na escolha de empresas de segurança privada, desde a definição dos requisitos até a formalização do contrato e o acompanhamento da prestação de serviços.

\1. Definição Clara dos Requisitos e Expectativas

O primeiro passo fundamental é definir de forma clara e objetiva os requisitos e expectativas específicos para o serviço de segurança a ser contratado. Isso inclui:

I. **identificação dos bens e instalações a serem protegidos.** É crucial especificar quais bens e instalações necessitam de proteção, detalhando suas características, localização e nível de risco.
II. **descrição dos serviços de segurança desejados.** Especificar os tipos de serviços de segurança necessários, como vigilância fixa ou móvel, monitoramento eletrônico, escolta de valores, entre outros.
III. **definição do perfil da equipe de segurança.** Estabelecer os requisitos de qualificação, experiência e treinamento dos profissionais de segurança, considerando as necessidades específicas do serviço; além disso exigir as certificações dos profissionais por órgãos habilitados.
IV. **estabelecimento dos horários de serviço.** Determinar os horários de funcionamento da empresa de segurança, incluindo feriados e fins de semana, se necessário.
V. **definição dos equipamentos e tecnologia.** Especificar os equipamentos e tecnologias de segurança necessários para a prestação do serviço, como armas de

fogo, coletes balísticos, rádios de comunicação, câmeras de segurança entre outros.

VI. **estabelecimento dos critérios de avaliação de propostas.** Definir os critérios que serão utilizados para avaliar as propostas das empresas de segurança, como preço, qualidade dos serviços, experiência da empresa, qualificação da equipe, entre outros.

2. Pesquisa de Mercado e Seleção de Empresas Qualificadas

Após a definição dos requisitos, é fundamental realizar uma pesquisa de mercado para identificar empresas de segurança privada que atendam às necessidades do setor público. Essa pesquisa deve considerar:

I. **consulta a órgãos públicos e entidades do setor.** Buscar informações sobre empresas de segurança que já prestaram serviços para o setor público, consultando órgãos e entidades com experiência em contratações desse tipo.

II. **verificação de registros e licenças.** Certificar-se de que as empresas de segurança possuem os devidos registros e licenças para operar no ramo, de acordo com a legislação vigente.

III. **análise da reputação e histórico da empresa.** Pesquisar a reputação da empresa no mercado, buscando informações sobre sua experiência em serviços de segurança para o setor público, histórico de atendimento a clientes, índice de satisfação dos clientes e eventuais processos judiciais ou sanções administrativas.

IV. **avaliação da infraestrutura e dos recursos da empresa.** Verificar se a empresa de segurança possui infraestrutura adequada para atender às necessidades do serviço, incluindo veículos, equipamentos de segurança, central de monitoramento e equipe de suporte técnico.

V. **análise da qualificação da equipe de segurança.** Avaliar a qualificação e experiência da equipe de segurança da empresa, verificando se os profissionais possuem o treinamento adequado para lidar com as situações que podem ser enfrentadas durante o serviço.

3. Elaboração de um Edital de Licitação Transparente e Detalhado

O edital de licitação é um documento fundamental para o processo de contratação de empresas de segurança privada pelo setor público. Ele deve ser elaborado de forma transparente e detalhada, contendo todas as informações necessárias para que as empresas interessadas possam apresentar suas propostas de forma justa e competitiva. O edital deve incluir:

I. **descrição clara e objetiva dos serviços de segurança a serem contratados:** repetir a descrição dos requisitos e expectativas definidos na etapa 1, com o máximo de detalhes possível;
II. **critérios de avaliação de propostas:** detalhar os critérios que serão utilizados para avaliar as propostas das empresas de segurança, incluindo peso de cada critério e forma de pontuação;
III. **documentação necessária para habilitação das empresas:** especificar a documentação que as empresas de segurança devem apresentar para participar da licitação, como certidões negativas, registros e licenças, currículos da equipe de segurança, plano de trabalho, entre outros;
IV. **prazo e local para entrega das propostas:** definir o prazo e local para entrega das propostas pelas empresas de segurança;
V. **forma de pagamento:** especificar a forma de pagamento dos serviços de segurança

NÃO CAIA NA ILUSÃO DO MENOR PREÇO

A contratação realmente peca quando deixa de estabelecer real preço mínimo exequível, ou se desvia do objetivo. Nesse sentido, a elaboração de parâmetros de responsabilidades do órgão público devem ser bem claras e ser regra.

Não é indicado basear o certame somente com base na melhor oferta financeira, importante, destacar critérios rígidos para controle das atividades e resultados. A Lei 14.133/2021 dispõe que as propostas nas licitações poderão ser julgadas conforme um dos seguintes seis critérios (art. 33): I – menor preço; II – maior desconto; III – melhor técnica ou conteúdo artístico; IV – técnica e preço; V – maior lance, no caso de leilão; VI – maior retorno econômico.

a) **Modalidade que combina técnica e preço na nova lei de licitação.**

Dada a gravidade da situação atual, cabe ao poder público buscar alternativas e trazer soluções, por exemplo, definindo mecanismos cujos atributos de técnica e preço sejam base para a seleção. Assim, selecionará a proposta que atingir a maior pontuação a partir da conjugação de critérios técnicos e do preço. A proposta técnica terá um peso máximo de 70% na avaliação. (art. 36, § 1º da Lei 14.133/2021).

IX. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desse artigo foi elucidar algumas características do segmento de segurança privada como também esclarecer dúvidas no que tange a governança e eventuais pontos de conflitos de entendimento com a segurança pública. Também, apresentou instrumental fundamental na abordagem da qualidade aplicado ao setor de segurança privada com o ciclo PDCA e a metodologia estratégica ALEERTII, inovadora utilizada na empresa do segmento.

Por fim, a luz da nova lei de licitações fornece uma alternativa para superar o desafio atual dos municípios que necessitam contratar serviços dessa natureza, precisando no entanto, superar o contexto de empresas ilegais e não eficientes.

Aguarda-se que, com o novo marco regulatório, possa ser infirmada parcela significativa das atuais distorções do segmento.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021. Dispõe sobre normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1º abr. 2021.

DOUTORES DA INOVAÇÃO: Ideias Práticas para Competitividade. Devanildo Damião; et all. Editora: Agende Ano: 2019 Edição: Volume: ISBN: 9788565733021

GOVERNO FEDERAL. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Gov.br. Disponível em: https://www.gov.br/esporte/pt-br/acesso-a-informacao/lgpd. Acesso em: 14 ago. 2023.

LEI Nº 7.102, DE 20 DE JUNHO DE 1983.

Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7102.htm. Acesso em: 05 de abril 2024

EMPREENDEDORISMO – PLANEJANDO A ABERTURA DE UM PEQUENO NEGÓCIO

JOSÉ ROBERTO MACHADO - Mestre em Administração – PUC – SP e Coordenador da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis – FIG/UNIMESP

Considerações sobre as pequenas empresas no Brasil

É inegável a importância das pequenas empresas no contexto econômico, social e político dos países. Historicamente, o capitalismo moderno teve início com as pequenas empresas que trabalhavam de forma artesanal e que iniciaram um processo que culminou com os grandes empreendimentos das nações industrializadas de hoje. O Brasil não é exceção e, pelo estágio econômico em que se encontra, parte significativa de seu desenvolvimento apoia-se nas tarefas de micro, pequenas e médias organizações, responsáveis pela manutenção do nível de emprego e eficiente combate à sombria distribuição de renda.

Com a abertura da economia brasileira ao chamado processo de globalização, acompanhado do acelerado avanço da informática e das telecomunicações, os sistemas produtivos das empresas sofreram mudanças estruturais que se refletiram significativamente nos métodos administrativos, na mão de obra utilizada e principalmente na visão estratégica do negócio.

O fluxo de informações, agora disponível de forma ampla e irrestrita, passou a ser o fator fundamental na tomada das decisões que determinam o sucesso ou o fracasso do empreendimento.

Para atingir patamares de alto nível em termos de qualidade e competitividade, as empresas estão alterando de forma drástica seus métodos de produção e gerenciamento, o que vem provocando sensíveis mudanças na antiga relação capital-trabalho.

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2021, realizada pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), mostra que os pequenos negócios continuam desempenhando importante papel na economia nacional – em um ranking que avalia a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE), entre 47 nações, o país ocupa a quinta posição, subindo para o quarto lugar quando analisados apenas a América Latina e o Caribe.

Entretanto, segundo pesquisas realizadas por relevantes órgãos que estudam os aspectos envolvidos no gerenciamento das pequenas empresas, e sendo que dentre eles podemos destacar o SEBRAE – Serviço de Apoio às micro e pequenas empresas, e o BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, a situação nesse universo de empreendimentos não está dentro de um contexto que poderíamos definir como modernidade. Grande parte das empresas que iniciam suas atividades não conseguem prosperar, fechando nos primeiros anos de funcionamento.

O resultado das pesquisas apresenta informações alarmantes no que se refere ao gerenciamento e ao conhecimento do negócio. Os principais pontos detectados foram:

- uso de tecnologia obsoleta, falta de recursos financeiros e difícil acesso aos financiamentos;
- informações sobre o mercado consumidor e fornecedor, como também sobre o comportamento da concorrência, que são desprezadas pelos empresários;

- pouco conhecimento ou experiência anterior no ramo de negócio escolhido;
- grande parte das pessoas abriram seus negócios por necessidade e não por vocação empreendedora;
- a maioria desconhecia aspectos relevantes do negócio.

Cuidados para iniciar um negócio

Como ficou bem claro nos parágrafos anteriores, o empresário, para ser bem sucedido, necessita conhecer o mercado onde sua empresa está inserida, ter as ferramentas que auxiliem na administração dos custos, conhecer algumas técnicas que introduzam qualidade e, sobretudo, saber como atender de forma adequada seus clientes.

Todavia, para a empresa obter efetivamente sucesso, é necessário que tudo isso aconteça de forma ordenada e concatenada, ou seja, é necessário que haja um planejamento das ações a serem seguidas, que consiste no estabelecimento dos objetivos que farão com que a empresa obtenha os resultados determinados.

Sem objetivos claros não existem resultados e a tendência das pessoas envolvidas no processo é a falta de interesse e motivação, a ausência de comprometimento com a empresa e, como consequência, a queda da qualidade na tarefa desempenhada. Outro fator importante é que, quando as metas não são fixadas com objetividade, os problemas existentes ficam ocultos reduzindo as possibilidades de serem solucionados.

O planejamento para iniciar as atividades da empresa é composto por várias etapas; nas páginas seguintes, vamos discorrer sobre cada uma delas.

Esse momento é crucial para o negócio. As decisões tomadas no início do empreendimento acabam ocasionando sérias consequências ao futuro da empresa.

Nessa fase inicial, o empresário precisa conhecer detalhadamente cada aspecto do negócio e, mais do que isso, quanto será necessário investir até que a empresa possa de fato comercializar seus produtos e gerar receita. Grande parte dos novos empreendimentos iniciam suas atividades sem saber ao certo como investir, qual o montante a ser investido e o que é pior, de onde virão esses recursos. Precisamos sempre

lembrar que esse desconhecimento é uma das principais causas da precoce mortalidade das empresas.

Conhecendo os Números do Negócio

Plano de Investimento Inicial

A primeira etapa do planejamento é o levantamento, que chamamos de investimento inicial, ou seja, a mensuração dos investimentos pré-operacionais, desembolsos que deverão ocorrer antes da empresa iniciar efetivamente suas operações comerciais. Esses gastos poderão ser divididos em:

Gastos com regularização da empresa

São despesas para abertura da empresa e compreendem:

- elaboração do Contrato Social;
- honorários advocatícios e contratação de escritório contábil;
- registro da empresa nos órgãos competentes a nível municipal, estadual e federal;
- dependendo do ramo de atuação, a empresa também vai necessitar de licenças especiais, como Cetesb, vigilância sanitária, corpo de bombeiros etc. Vale ressaltar que, nesses casos, além do custo financeiro, a empresa vai ter que esperar a emissão dessas licenças, que costumam demorar e exigem muitos trâmites burocráticos. Nessa ocasião, a empresa precisará recorrer a consultores e despachantes, o que irá acarretar um custo adicional;
- Outro ponto importante é a proteção necessária à marca e aos produtos. Esses registros são feitos no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual, que emite os registros e patentes.

Ponto Comercial ou Unidade fabril

- Esses gastos estão relacionados à adequação do espaço para início das atividades da empresa. São despesas com reformas, compra de mobiliário, computadores, infraestrutura (instalações elétricas e hidráulicas, telefone, internet etc.).

- Se o negócio for uma unidade fabril, o empresário deve se preocupar também com as máquinas e equipamentos necessários, protótipos a serem desenvolvidos e outras adequações que se fizerem necessárias.

Ações de Marketing

- Essas ações compreendem o desenvolvimento da identidade visual da empresa. Nesse item estão relacionados: criação de logotipos, cartões de visita, catálogos descrevendo os produtos, além de um bem elaborado site, onde o mercado irá conhecer melhor a empresa. Afinal, isso é fundamental para qualquer tipo de negócio.

Formação do Estoque e Capital de Giro inicial

- Neste momento, a preocupação é a formação do estoque inicial para início das atividades, embalagens para acondicionar os produtos e decidir a forma de tratar a logística do negócio. A empresa necessitará de veículo próprio? Como será escoada a produção?

- O empresário também necessitará de um fundo de reserva para os primeiros meses, quando ocorrerão os desembolsos, uma vez que e a empresa ainda não estará gerando receitas.

Despesas com Pessoal

- Além de tudo o que já foi citado, é chegado o momento de dimensionar a equipe de trabalho. Quantos funcionários serão necessários, o que a empresa oferecerá de benefícios e quais serão os encargos incidentes sobre a folha, incluindo as provisões para pagamento de férias, décimo terceiro salário etc.

Como pudemos observar, para se abrir uma empresa é fundamental um estudo bem detalhado de todas as condições que cercam o empreendimento. Somente dessa forma poderemos avaliar todos os aspectos e riscos envolvidos e tomar as decisões mais acertadas.

FONTES DE RECURSOS

Depois de termos todas as informações, é chegado o momento de fazermos uso delas, afinal já teremos condições de saber qual o investimento necessário, precisando alocar os recursos.

A seguir mostraremos algumas possibilidades de obtenção dos recursos:

Recursos Próprios

Quando se trata de pequenos negócios, na maioria das vezes, os fundadores da empresa têm alguma reserva proveniente de indenizações recebidas na época em que o empreendedor atuava como funcionário de alguma outra empresa, ou mesmo vinda de reservas familiares. Nesses casos, a situação fica mais cômoda, pois os recursos já se encontram disponíveis, porém, o grande cuidado é fazer tudo de forma correta para não comprometer anos e anos de trabalho árduo e poupança feita com sacrifício.

Agências de Fomento

Existem várias entidades de fomento que analisam novos projetos e, de acordo com linhas específicas de financiamento, operam recursos estaduais e federais destinados à expansão e modernização desses negócios. Atualmente, em virtude de o governo ter interesse no incentivo a novos negócios, notadamente aqueles que possuem projetos inovadores, essas linhas de crédito vêm se tornando uma alternativa bastante aceitável para o desenvolvimento do empreendimento.

Sócios e investidores

Uma outra possibilidade de um empreendedor que dispõe de poucos recursos, mas com ideias e projetos promissores, é a admissão de novos sócios que farão aportes de capital na empresa e em troca ficarão com uma participação no negócio.

Empréstimos bancários

Conseguir recursos junto a uma instituição financeira é uma outra possibilidade de se obter dinheiro para iniciar o negócio. Entretanto, o empresário precisa avaliar essa

alternativa com muito cuidado, pois, além das taxas de juros que não são baratas, os bancos pedem garantias que, muitas vezes, vão além das possibilidades do empreendedor.

Em qualquer um dos casos, é necessário um minucioso estudo de viabilidade no custo-benefício de cada alternativa antes de se tomar uma decisão mais objetiva.

A seguir apresentamos uma planilha onde estão inseridos os investimentos iniciais mais comuns nas empresas.

PLANO DE INVESTIMENTO INICIAL			
INVESTIMENTOS	**REALIZADO**	**MÊS 1**	**MÊS 2**
Gastos com regularização da empresa			
Elaboração de contrato social			
Honorários advocatícios / escritório contábil			
Registro da empresa em órgãos competentes			
Licenças especiais (Cetesb/bombeiros/Anvisa.)			
Patentes / registros			
Total			
Ponto comercial / Unidade fabril			
Reformas			
Compra de mobiliário			
Computadores / internet / telefone			
Máquinas / equipamentos			
Total			
Ações de Marketing			
Criação de logotipos / cartões / catálogos			
Desenvolvimento de site			
Total			
Formação de estoque e Capital de Giro			
Estoque inicial de produtos			
Embalagens			
Fundo de reserva para os primeiros meses			
Total			
Despesa com pessoal			
Funcionários / encargos / benefícios			
Treinamento			
Total			
TOTAL DOS INVESTIMENTOS			

Para ajudar o empreendedor a iniciar seu negócio com mais segurança, existem técnicas que o auxiliem a formular as estratégias de planejamento e como também a estabelecer os objetivos. Vamos apresentar as principais:

1 - Estabelecendo os objetivos – TÉCNICA "SMART"

Uma técnica bastante utilizada para a forma de como os objetivos devem ser traçados, É a chamada técnica "SMART". uma expressão da língua inglesa que pode ser traduzida como esperto ou inteligente.

A ferramenta apresenta esse nome porque afirma que os objetivos devem ser determinados por cindo variáveis cujas letras iniciais formam a palavra SMART.
Specific, Measurable, Achievable, Realistic e Time bound.
(Específicos, Mensuráveis, Viáveis, Realistas e Temporais.)

Através dessa técnica, os objetivos devem atender aos seguintes critérios:

- **Specific – (Específicos)**: proporciona a visualização em detalhes do objetivo, deve responder a pergunta: **O que?**
  Nesse momento precisaremos ter a objetividade de determinar o que realmente queremos atingir.
- **Measurable – (Mensuráveis):** estabelece medidas para estipular o objetivo. Tais medidas podem estar expressas em valores, números etc., devendo responder a pergunta: **Quanto?**
  Exemplo: Qual o volume de vendas a ser atingido?
- **Achievable – (Viáveis, Alcançáveis)** Critério que vai assegurar que o objetivo determinado poderá ser cumprido. Deve responder à pergunta: **Como?**
  Quais ações e procedimentos teremos que adotar para atingir o objetivo fixado?
- **Realistic – (Realista, Relevante)** Critério que identifica o significado e o desafio que o objetivo representa. Deve responder à pergunta: **Por que?**
  Qual a relevância para o negócio dos objetivos que estamos fixando?
- **Time bound – Temporal):** determina o prazo em que a meta deverá ser atingida. Deve responder à pergunta: **Quando?**

Sem um cronograma a ser adotado e acompanhado, atingir o objetivo ficará muito subjetivo. Exemplo: O projeto terá um prazo de 1 ano.

Os objetivos traçados de forma clara e sistêmica fazem com que o caminho a percorrer seja mais seguro e confiável. Possibilitam identificar e superar obstáculos além de oferecerem uma excelente ferramenta de monitoramento para correção de eventuais desvios.

2 - Análise Swot

Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças

É o método mais utilizado na formação da estratégia de planejamento. Conhecida como **MATRIZ SWOT** (Strenghts – Forças, Weaknesses – Fraquezas, Opportunities – Oportunidades e Threats – Ameaças), é usada mundialmente por empresas dos mais diversos portes e segmentos.

O conhecimento e utilização dessa ferramenta pelos empreendedores é de fundamental importância. Através dela é possível relacionar os pontos positivos e os pontos negativos detectados tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo da empresa.



Os pontos negativos precisam ser evitados ou diminuídos no seu impacto enquanto os pontos positivos observados devem ser explorados e melhorados.

FORÇAS – São todas as variáveis que têm um diferencial competitivo e que podem influir nos custos e rentabilidade. Essas variáveis devem ser utilizadas e reforçadas. Exemplos:

- a empresa estar instalada em local próprio;
- ter preço competitivo;
- produzir com alta qualidade;
- inovações de um determinado produto;
- boa rede de contatos;
- conhecimento do segmento de atuação;
- fabricação de um produto novo.

OPORTUNIDADES – São fatores favoráveis que precisam ser aproveitados, como por exemplo:

- demanda crescente;
- fácil acesso a financiamentos;
- programas Governamentais de apoio às pequenas empresas;
- juros baixos;
- acesso a matérias-primas baratas.

FRAQUEZAS – São os problemas detectados na empresa e cujos impactos devem ser reduzidos ou eliminados, pois interferem nos custos e resultados não criando vantagem competitiva. Exemplos:

- falta de capital de giro interferindo e enfraquecendo as atividades operacionais da empresa;
- dirigentes da empresa com pouca experiência administrativa;
- maquinários e equipamentos velhos e obsoletos;
- desconhecimento do mercado.

AMEAÇAS – São acontecimentos que podem ocasionar um impacto negativo na competitividade futura da empresa. Exemplos:

- aumento significativo da concorrência;

- escassez de matérias-primas essenciais;
- planos governamentais;
- situação da conjuntura econômica (inflação, recessão etc.).

A identificação das deficiências e virtudes da empresa vai propiciar uma melhor condição para a fixação dos objetivos e estabelecer o planejamento.

Conclusão

Após conhecer os números reais do negócio e iniciar a gestão financeira, é necessário que o empresário entenda que tudo isso é um processo contínuo que não admite acomodação.

O mercado é extremamente dinâmico e os cenários mudam a cada momento. Diante dessa constatação, listamos a seguir algumas recomendações para o empreendimento ser saudável.

a) Lucro X Pró-Labore

O empresário a título de remuneração deve ter uma retirada mensal que normalmente é determinada pela média paga pelo mercado. Com relação ao lucro, que é a rentabilidade apresentada nas operações do negócio, precisa também ser distribuído aos donos do empreendimento. Entretanto é necessário lembrar que parte desse valor tem de ser reinvestido na empresa. O pró-labore deve remunerar o trabalho enquanto o lucro remunera o capital investido.

A gestão do caixa da empresa é uma das principais dificuldades do empresário que, geralmente, costuma misturar despesas pessoais com as da empresa, retirando recursos em demasia quando existe lucro e não os repondo nas épocas de necessidade fato esse que contribui para a alta mortalidade apresentada nos pequenos negócios.

b) Quanto cada funcionário contribui para o faturamento da empresa?

O empresário, periodicamente, precisa saber qual o impacto da folha de pagamento no faturamento da empresa.

Em primeiro lugar, vamos saber quanto o nosso quadro de funcionários gera de faturamento. Para isso utilizaremos uma equação bem simples.

Faturamento total (÷) (Valor da folha de pagamento (+) encargos (+) benefícios) (x) 100

O resultado vai mostrar o impacto dos salários no faturamento da empresa.

c) Preço de venda do produto

Muito cuidado com os preços praticados. Eles devem cobrir os custos variáveis, que variam proporcionalmente com os níveis de produção e venda, os custos fixos relacionados ao gerenciamento operacional do negócio e, ainda, ter uma rentabilidade que possa remunerar o capital investido na empresa.

Isso requer um estudo contínuo dos produtos concorrentes pois em última análise quem determina o preço do produto é o mercado sendo que os consumidores estão cada vez mais exigentes.

d) O perigo das compras sem critério

Os estoques na maioria das empresas representam um montante de recursos considerável. Portanto é imprescindível evitar compras desnecessárias, Avaliar os produtos que tem maior ou menor saída antes de formar os estoques. Os custos de manutenção e monitoramento de itens estocados devem ser os menores possíveis pois são fatores que interferem diretamente no capital de giro das empresas.

e) Quanto vale a empresa?

Quando abrimos uma empresa, estamos investindo em um ativo que precisa ser rentável. O empresário quando decide investir nesse tipo de ativo, está deixando de investir em outros de diferentes rentabilidades como ativos financeiros, imóveis e outros tantos mais. Sendo que na hora de iniciar o negócio precisará fazer uma reflexão.

Qual será a rentabilidade do negócio?

Qual o investimento necessário?

Em quanto tempo terei meu dinheiro de volta e a partir daí começarei a ter de fato lucro?

f) Vendas a prazo. Como administrá-las?

Toda venda a prazo está associada ao risco de inadimplência por parte do cliente. Não podendo eliminar o fator risco, resta ao empresário reduzir seus efeitos.

Determinar para quem vender, quanto vender e em que condições vender são questões que podem decidir o futuro do negócio.

O estudo não teve a pretensão de esgotar o assunto. O objetivo foi apresentar as principais ferramentas para que a empresa possa controlar e analisar seus custos, resultados e projeções, para que a tomada de decisões seja a menos arriscada possível. Temos em mente que administrar um negócio, é extremamente delicado pois as decisões que tomamos hoje tem implicações no futuro da empresa. Portanto, quanto mais informações disponíveis e estruturadas em relatórios gerenciais, melhores serão as possibilidades de sucesso da empresa.

BIBLIOGRAFIA

KOTLER, Philip - Marketing - São Paulo - Editora Atlas - 1998;

MACHADO, José Roberto – Administração de Finanças Empresariais – Editora /Quality Mark – Rio de Janeiro – 3ª. Edição - 2014.

MACHADO, José Roberto – A Arte de Administrar Pequenos Negócios – Editora Quality Mark – Rio de Janeiro – 3ª. Edição – 2010.

MACHADO, José Roberto - Economia Familiar: Recomendações para sua vida financeira não naufragar – LEUD Livraria e Editora Universitária – São Paulo - 2007. (co-autoria com Ary Baddini Tavares).

MACHADO - José Roberto – Planejando a Estratégia de Pequenos Negócios – Editora QualityMark – Rio de Janeiro – 2005.

SEBRAE – Coleção Novos Empreendedores – Fascículos de 1 a 5

A INSERÇÃO DAS PCDS - PESSOAS COM DEFICIÊNCIA - NO MERCADO DE TRABALHO

RELATO DA EXPERIÊNCIA EM UM MUNICÍPIO

DA GRANDE SÃO PAULO.

1. **DIANA MENDES COSTA***
2. **PAMELA FERREIRA DE M. ***
3. **ROBERTO FERREIRA DE M. ***
4. **SUZANA FERREIRA DE SOUSA ***
5. **WEVERTON MENDES MOISES ***

* BACHARÉIS EM ADMINISTRAÇÃO – CENTRO UNIVERSITÁRIO FIG UNIMESP.

Resumo.

Este artigo aborda a inserção de pessoas com deficiência (PCDs) no mercado de trabalho, com base em um estudo de caso realizado durante um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Inicialmente, o estudo partiu da premissa de que a inclusão no ambiente de trabalho era uma responsabilidade exclusiva dos empregadores. No entanto, ao longo da pesquisa, foi possível compreender que a inclusão efetiva requer o envolvimento de diversos atores, incluindo empregadores, governo e sociedade.

O estudo de caso apresentado ressalta a importância de um olhar holístico sobre a inclusão de PCDs, utilizando a experiência de uma empresa específica para ilustrar esse ponto. Durante a análise do caso, ficou evidente que a empresa não apenas cumpria suas obrigações legais, mas também adotava uma abordagem proativa e inclusiva, envolvendo programas de recrutamento, treinamento adequado e adaptações no ambiente de trabalho.

As reflexões decorrentes do estudo de caso apontam para a necessidade de uma conscientização mais ampla sobre a importância da inclusão de PCDs no mercado de trabalho. Além do papel dos empregadores, o governo e a sociedade em geral também desempenham um papel crucial no referido processo. Somente através do envolvimento de todos os setores da sociedade poderemos garantir que a inclusão de PCDs seja efetiva e significativa.

Esse artigo destaca a complexidade e a importância da inclusão de PCDs no mercado de trabalho, fornecendo insights valiosos para futuras pesquisas e iniciativas práticas voltadas à promoção da diversidade e igualdade no ambiente de trabalho.

Introdução

A inclusão de pessoas com deficiência (PCDs) no mercado de trabalho é um tema de crescente relevância tanto para o meio acadêmico quanto para o contexto empresarial e social. Neste artigo, exploramos essa questão com base em um estudo de caso realizado como parte de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Inicialmente, nossa investigação partiu da premissa comum de que a inclusão de PCDs no mercado de trabalho era uma responsabilidade que recaía principalmente sobre os empregadores. No entanto, à medida que avançamos em nossa pesquisa, tornou-se evidente que essa visão simplista não refletia completamente a complexidade do processo de inclusão.

O estudo de caso apresentado neste artigo é baseado na experiência de uma empresa específica, onde pudemos observar de perto as práticas e políticas relacionadas à inclusão de PCDs. Ao analisar essa experiência, fomos confrontados com a compreensão de que a inclusão efetiva de PCDs no mercado de trabalho vai além do simples cumprimento de cotas ou obrigações legais por parte dos empregadores.

Ao contrário, a inclusão efetiva requer o envolvimento de diversos atores, incluindo empregadores, governo e sociedade em geral. Durante o desenvolvimento do estudo de caso, pudemos observar como a empresa em questão não apenas atendia às exigências legais, mas também adotava uma abordagem proativa e inclusiva, implementando programas de recrutamento, oferecendo treinamento adequado e realizando adaptações no ambiente de trabalho.

As reflexões decorrentes deste estudo de caso apontam para a necessidade de uma conscientização mais ampla sobre a importância da inclusão de PCDs no mercado de trabalho.

- **Considerações sobre a inclusão dos PCDS no mercado de trabalho**

- **Relato da experiência em um município da grande São Paulo.**

Durante a entrevista com o Diretor da Lumar, ficou evidente o comprometimento da empresa com a inclusão das pessoas com deficiência (PCD) no mercado de trabalho. Ele compartilhou a visão da empresa em relação à importância da diversidade e da igualdade de oportunidades para todos os colaboradores.

Ao longo da conversa, ele explicou as iniciativas que a Lumar tem adotado para promover a inclusão das PCD. Isso inclui a implementação de políticas de recrutamento inclusivas, garantindo que todas as vagas estejam acessíveis e abertas a candidatos com diferentes habilidades e experiências. Além disso, a empresa investe em adaptações físicas e tecnológicas para tornar o ambiente de trabalho mais acessível, proporcionando condições adequadas para que os colaboradores com deficiência possam desempenhar suas funções com eficiência e conforto.

Ele também destacou a importância de programas de capacitação e desenvolvimento profissional específicos para as PCD, visando não apenas fornecer as habilidades necessárias para o trabalho, mas também promover o crescimento e o progresso na carreira desses colaboradores.

Durante a entrevista, o diretor abordou os desafios encontrados pela empresa no processo de inclusão, como a conscientização e sensibilização dos demais colaboradores, a garantia de acessibilidade em todos os aspectos do ambiente de trabalho e a superação de estigmas e preconceitos relacionados à contratação de pessoas com deficiência.

No geral, essa entrevista revelou um compromisso sólido com a inclusão das PCD, demonstrando como a empresa Lumar está ativamente engajada em criar um ambiente de trabalho diversificado, inclusivo e acolhedor para todos os colaboradores.

A inclusão das pessoas com deficiência (PCD) no mercado de trabalho é um desafio que ainda persiste em muitos países, mesmo com o avanço das leis e políticas de inclusão. A criação de ambientes de trabalho inclusivos e acessíveis para as PCD é fundamental para a promoção da igualdade e da diversidade no ambiente corporativo.

A inclusão das PCD, pessoas com deficiência, no mercado de trabalho traz benefícios para as empresas, à sociedade e para as próprias pessoas com deficiência. A

diversidade de experiências e habilidades proporcionada pela inclusão das PCD pode contribuir para a inovação e o crescimento das organizações. Além disso, a contratação de PCD pode ajudar a melhorar a imagem corporativa e promover a responsabilidade social das empresas.

No entanto, apesar dos benefícios da inclusão, as barreiras para a contratação e a retenção das PCD no mercado de trabalho ainda são muitas. Muitas vezes, a falta de acessibilidade física e tecnológica nos locais de trabalho, a discriminação e o preconceito e a falta de capacitação e qualificação profissional para as PCD são obstáculos que dificultam a inclusão.

Para superar essas barreiras, é fundamental que as empresas adotem práticas inclusivas e promovam a conscientização e a sensibilização sobre a importância da inclusão das PCD. Além disso, é importante investir em programas de capacitação e qualificação profissional específicos para as PCD, de forma a garantir que elas estejam devidamente preparadas para o mercado de trabalho.

As leis e políticas de inclusão das PCD também desempenham um papel fundamental nesse processo. A implementação de quotas de contratação para PCD, a garantia de acessibilidade nos locais de trabalho e a criação de incentivos fiscais para as empresas que promovem a inclusão são algumas das medidas que podem contribuir para aumentar a inclusão das PCD no mercado de trabalho.

Em resumo, a inclusão das PCD no mercado de trabalho é um desafio que exige o comprometimento de toda a sociedade, englobando as empresas, as instituições de ensino e as autoridades governamentais. A promoção da igualdade e da diversidade no ambiente de trabalho é fundamental para o desenvolvimento sustentável e para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva para todos.

O Papel do Empregador

Embora os empregadores desempenhem um papel crucial na inclusão de PCDs no mercado de trabalho, fornecendo oportunidades de emprego e criando ambientes de trabalho acessíveis e inclusivos, eles não podem assumir essa responsabilidade sozinhos. É fundamental que as empresas adotem políticas de recrutamento inclusivas, ofereçam

treinamento adequado aos funcionários e promovam uma cultura organizacional que valorize a diversidade e a inclusão.

O Papel do Governo

O governo desempenha um papel fundamental na promoção da inclusão de PCDs no mercado de trabalho por meio da implementação de políticas públicas e da criação de incentivos às empresas. Isso pode incluir a oferta de subsídios para adaptações no local de trabalho, a criação de programas de capacitação e qualificação profissional específicos para PCDs e a aplicação de medidas de incentivo fiscal para empresas que contratem trabalhadores com deficiência.

A Conscientização da Sociedade

Além do empregador e do governo, a conscientização da sociedade desempenha um papel crucial na inclusão de PCDs no mercado de trabalho. Ainda existem muitos estigmas e preconceitos associados às deficiências, o que pode dificultar a plena integração desses indivíduos na sociedade. Portanto, é essencial promover campanhas de sensibilização e educação que ajudem a combater esses estereótipos, promovendo uma cultura de inclusão e respeito.

Conclusão:

Em suma, a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho é um processo multifacetado que requer o envolvimento e o comprometimento de diversos atores, incluindo empregadores, governo e sociedade. É apenas através de uma abordagem colaborativa e abrangente que poderemos garantir que todos os indivíduos, independentemente de suas habilidades ou limitações, tenham acesso igualitário a oportunidades de emprego e possam contribuir plenamente para a força de trabalho e para a sociedade como um todo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

RODRIGUES , José. PCD + inclusão com qualidade: PcD: Mas o que significa ser uma Pessoa com Deficiência? 10.12.22. 2020. ed. Site: José Rodrigues, 10 dez. 2022. Disponível em: https://pcdmais.com.br/pcd/pcd- mas-o-que-significa-ser-uma-pessoa-com-deficiência/. Acesso em: 10 dez. 2022.

UKIERKORN MARTINS, Beatriz et al. Pessoas com deficiência no Brasil: Quais são os seus direitos. In: SANTORO , Beatryz et al. Pessoas com deficiência no Brasil : quais os seus direitos?. 10.12.22. 2021. ed. Brasil: Ju Camilo, 12 out. 2021. Disponível em: https://www.politize.com.br/equidade/blogpost/pessoas-com-deficiencia- no-brasil-quais-os-seus-direitos/. Acesso em: 10 ago. 2023.

BRANDÃO , Nicolas et al. Contratação de PCD ainda é gargalo no Brasil : Confira bons Exemplos. 10.12.22. 2020. ed. Brasil: Nicolas Brandao, 11 ago. 2020.

Disponível em: https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/08/11/contratacao-de- pcds-ainda-e-gargalo-no-brasil-confira-bons-exemplos.htm. Acesso em: 7 ago. 2023.

SARNEY , JOSÉ et al. LEI Nº 7.853, DE 24 DE OUTUBRO DE 1989:

Dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência.. In: BATISTA , Joao et al. LEI Nº 7.853, DE 24 DE OUTUBRO DE 1989.: Dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência.. 25.10.1989. 1989. ed. Brasil, 2 out. 1989.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7853.htm. Acesso em: 24 out. 1989.

ROUSSEF, DILMA et al. Contratação de PCD ainda é gargalo no Brasil : Confira bons Exemplos. 10.12.22. 2015. ed. Brasil, 6 jul. 2015. 7.7.2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015- 2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 11 ago. 2023.

BENEVIDES, Mauro et al. LEI Nº 8.112, DE 11 DE DEZEMBRO DE 1990: Das Disposições Preliminares. 19.04.1991. Brasil, 19 abr. 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990. Acesso em: 28 jun. 2023.

CARDOSO , Fernando Henrique et al. LEI Nº 9.527, DE 10 DE DEZEMBRO DE 1997: Altera dispositivos das Leis nºs 8.112, de 11 de dezembro de 1990, 8.460, de 17 de setembro de 1992, e 2.180, de 5 de fevereiro de 1954, e dá outras providências.. In: MALAN, Pedro et al. LEI Nº 9.527, DE 10 DE DEZEMBRO DE 1997.: Altera dispositivos das Leis nºs 8.112, de 11 de dezembro de 1990, 8.460, de 17 de setembro de 1992, e 2.180, de 5 de fevereiro de 1954, e dá outras providências. 11.12.1997. Brasil, 11 dez. 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9527.htm. Acesso em: 28 jul. 2023.

CARDOSO, Fernando Henrique. LEI No 9.867, DE 10 DE NOVEMBRO DE 1999: Dispõe sobre a criação e o funcionamento de Cooperativas Sociais, In: DIAS , José Carlos; DORNELLES, Francisco; ORNELAS, Waldeck. LEI No 9.867, DE 10 DE NOVEMBRO DE 1999.: Dispõe sobre a criação e o funcionamento de Cooperativas Sociais, visando à integração social dos cidadãos, conforme especifica. 1999. ed. Brasil, 11 nov. 1999. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9867.htm. Acesso em: 11 ago. 2023.

SILVA , Ramon da. A pessoa com deficiência no mercado de trabalho formal em Guarulhos: Observatório do Mercado de Trabalho de Guarulhos – OMT- GRU. In: SILVA, Ramon. A pessoa com deficiência no mercado de trabalho – OMT-GRU. 2021. ed. Guarulhos, 2021. Disponível em: https://www.guarulhos.sp.gov.br/pagina/observatorio-do-mercado-de-trabalho-de-guarulhos. Acesso em: 18 ago. 2023.

A IMPORTÂNCIA DO METAVERSO COM UM ENFOQUE EM HARD SKILLS E SOFT SKILLS

Autores:

1. **BEATRIZ PROCÓPIO ***
2. **DOUGLAS LOPES PINA ***
3. **LARISSA TEODORO ALVES ***
4. **REJANE GOMES DA SILVA ***
5. **RODRIGO HIDEKI Y. DA SILVA ***

* BACHARÉIS EM ADMINISTRAÇÃO – CENTRO UNIVERSITÁRIO | FIG UNIMESP.

Resumo

O tema deste artigo: metaverso com um enfoque em Hard Skills e Soft Skills, Tem como objetivo mostrar que o metaverso é um ambiente virtual que busca reproduzir o mundo real usando tecnologias como realidade virtual, realidade aumentada e internet. A palavra “metaverso” é uma junção de “meta” (além de) e “verso” (universo), representando um ambiente digital além do mundo real.

Atualmente existem várias empresas que estão investindo no metaverso para formar interações em um universo digital, representando uma transformação na maneira de fazer negócios, sendo capazes de envolver diversas pessoas ao mesmo tempo,

produzindo um interesse de consumo on-line e físico e ter um vínculo emocional, assim, a empresa melhorará o relacionamento com os clientes e se destacará em um mercado novo.

Abordaremos também hard skills e soft skills, que são as habilidades e competências que as pessoas devem ter para poderem atuar no mercado de trabalho. E com essas habilidades aprimoradas também poderão ter um desenvolvimento maior na área onde atuam, além de vantagens estratégicas para o mercado de trabalho.

Introdução

O tema do Metaverso, um ambiente virtual em 3D onde múltiplos usuários podem interagir entre si e com elementos reais. O objetivo é criar um mundo digital acessível para atividades como trabalho, estudo, socialização e entretenimento, proporcionando uma sensação imersiva aos usuários. A escolha desse tema se baseia na crença no potencial do metaverso como uma ferramenta empresarial futura. O Metaverso, além de ter se popularizado com o anúncio do Facebook sobre sua mudança de nome para Meta, representa uma extensão da ideia de realidade virtual, permitindo interações mais complexas e personalizadas.

Cada vês que nos aprofundava-nos em nosso estudo ficava mais evidente a praticidade desse tema possui, e uma observação a ser colocada é que o uso do Metaverso pode ir além da rede social como também a sua utilização na área de recursos humanos e a capacitação de habilidades necessárias para o futuro.

A área de Recursos humanos tem como objetivo criar alternativas para solucionar os problemas dos setores com a possibilidade de realizar treinamentos e capacitações de formas mais eficientes, o metaverso poderá ser uma ferramenta poderosa para recrutar e selecionar candidatos. É possível criar ambientes virtuais que simulem o habitat de trabalho da empresa, e realizar entrevistas Essa nova tecnologia poderá ajudar a incluir convidados com pouca mobilidade e, assim, os funcionários podem se sentir mais acolhidos em suas tarefas, menos isolados no trabalho remoto e mais engajados. Fazer o

acolhimento a surdos e mudos, pois o metaverso no RH poderá identificar a linguagem de libras de forma clara.

Abordaremos como as habilidades de Hard e Soft Skills serão modificadas à medida que o ambiente de trabalho evolui devido a avanços tecnológicos, mudanças sociais e novas demandas das indústrias.

O que é Metaverso?

O conceito da palavra Metaverso surgiu no ano de 1992 com o escritor norte-americano Neal Stephenson. Vem de “espaço ou ambiente de realidade virtual, na qual poderá haver interação entre usuários”. A palavra vem da junção do prefixo grego “meta”, que significa além, com o substantivo masculino “universo”. Desse modo, ao pé da letra, Metaverso significa” Além do universo”. Para o estudioso de mundos virtuais, Edward Castrovoa, o Metaverso possui três características essenciais:

- interatividade: é necessário que as pessoas possam se relacionar dentro desse universo paralelo;
- incorporeidade: é a capacidade de superar as barreiras físicas e agir por meio de um avatar;
- persistência: esse espaço é um ponto de encontro e consolidação de diferentes tecnologias.

A origem e sua história

O conceito de metaverso surgiu em 1992 com o escritor norte-americano Neal Stephenson. Snow Crash, que conta a história de Hiro, um entregador de pizza que vive no mundo real. No entanto, o que ninguém sabe é que Hiro criou um ambiente virtual onde ele se transforma em um príncipe samurai muito poderoso. Ameaçado por um vírus que quer destruir hackers do mundo todo, Hiro busca salvar os dois lados da Terra: o real e o virtual. simulando a vida real. Ao entrarem, os usuários poderão criar avatares e se socializarem uns com os outros.

O jogo atraiu milhares de gamers, mas não conseguiu unir completamente os mundos real e virtual. Um dos motivos é que o projeto não foi capaz de criar uma economia digital onde as pessoas pudessem ganhar dinheiro ou mesmo terem uma propriedade virtual, algo que hoje em dia é possível. *Games* como *Roblox*, *Fortnite* e *Minecraft* também bebem do conceito do metaverso e apresentam alguns elementos desse novo universo. Nesses jogos, as pessoas têm seus próprios personagens, participam de missões e se relacionam uns com os outros.

Figura 1: Linha do tempo Metaverso.



Fonte: Blog AAA Inovação4

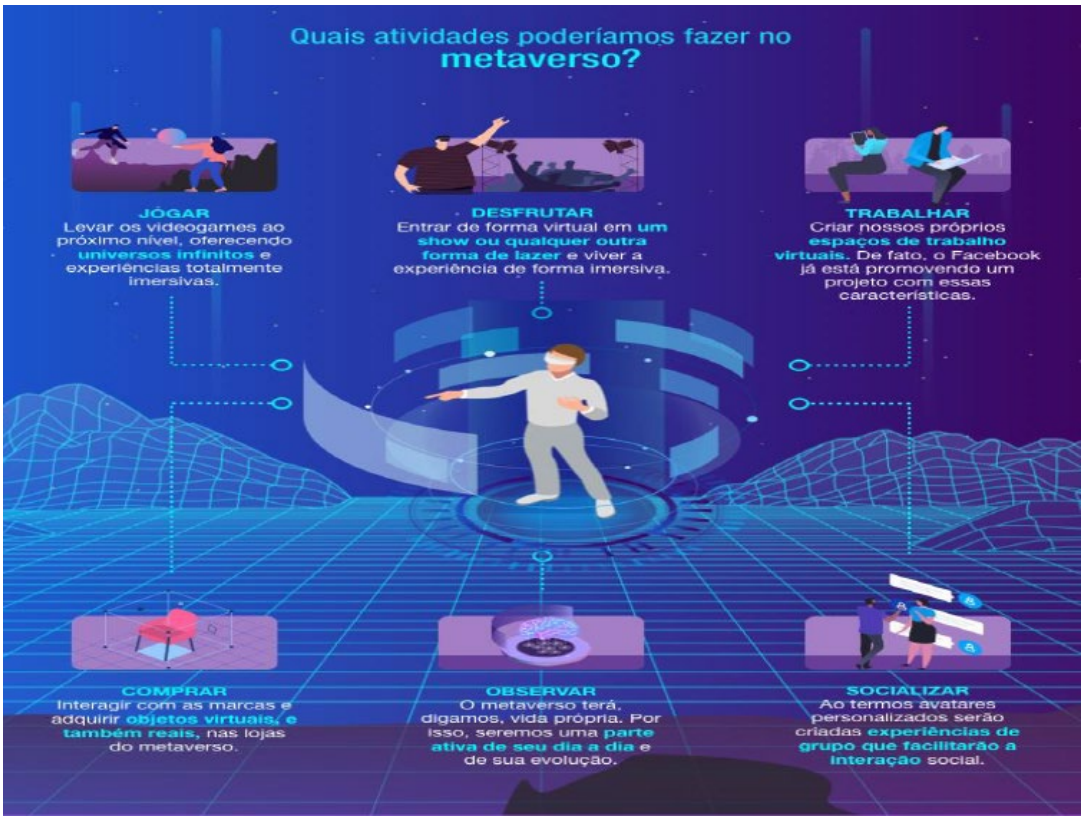
O Metaverso na atualidade

Hoje, o termo metaverso é frequentemente usado para descrever um futuro potencial da internet, onde as fronteiras entre o mundo virtual e o mundo real se tornam

cada vez mais difusas, criando um universo digital conectado e em constante evolução. Algumas empresas de tecnologia, como a de jogos Roblox e a plataforma de realidade virtual Second Life, são consideradas exemplos precoces de metaversos.

No entanto, ainda há muitas questões em aberto sobre como o metaverso do Facebook será implementado e quais serão as implicações para a privacidade, segurança e regulamentação. Por exemplo, o metaverso do Facebook pode levantar questões sobre a propriedade de dados e ativos virtuais, bem como preocupações sobre a identidade virtual e o anonimato. Embora o metaverso do Facebook ainda esteja em desenvolvimento e não haja um prazo definido para a sua conclusão, é certo que a empresa está dedicando muitos recursos e energia para tornar essa visão uma realidade. O sucesso do metaverso pode ter um grande impacto em como viveremos e interagiremos com a tecnologia no futuro.

Figura 2: Atividades que podem ser feitas no Metaverso



Fonte: Iberdola2

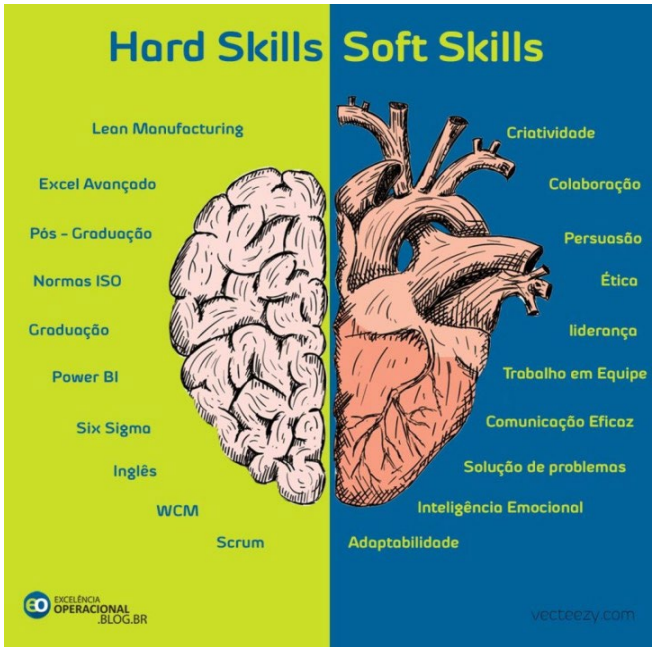
Benefícios do Metaverso na área de Recursos Humanos

A utilização dessa tecnologia gera benefícios para os empregados e empregadores, dentre eles: treinamentos Online, Comunicação, Flexibilização do trabalho e cultura. A ideia é ótima, porém para a implantação desta tecnologia existem regras e regulamentações a serem tratadas como a garantia da experiencia dos usuários, redução de barreiras físicas e tecnológicas e segurança de dados na internet.

O que é Hard skill e Soft Skils?

A tradução de Hard skills, “Hard” significando “duro” ou “difícil”, e Skills significando “habilidades”, está ligada às capacitações técnicas que podem ser aprendidas e são tangíveis de modo simples hard skills são o conjunto de habilidades técnicas de um profissional. São os elementos mais fáceis de serem colocados em um currículo. Já a tradução de “Soft Skills”, “Soft”, significa “macio” ou “suave”, e “skill” significa “habilidades”. Soft skills são atitudes comportamentais que colaboradores desenvolvem para obter sucesso no ambiente laboral. São características subjetivas diferentes da Hard skills, pois não são aprendidas em cursos ou graduações, não pelo menos diretamente. São habilidades pessoais e intangíveis, um pouco mais difíceis de serem identificadas, estando relacionado com a personalidade do indivíduo.

Figura 3:Hard Skills e Soft Skills.



Fonte: LinkedIn

Hard Skills e Soft Skills do futuro.

As habilidades do futuro estão mudando à medida que o ambiente de trabalho evolui devido a avanços tecnológicos, mudanças sociais e novas demandas das indústrias. Essas habilidades podem ser agrupadas em duas categorias principais: "hard skills" (habilidades técnicas) e "soft skills" (habilidades interpessoais). Aqui estão algumas das habilidades mais relevantes para o futuro:

- tecnologia da informação e programação;
- análise de dados e inteligência artificial;
- habilidades em ciência de dados;
- habilidades em saúde digital;
- desenvolvimento de habilidades em energias renováveis;
- pensamento crítico e solução de problemas;
- inteligência emocional;
- habilidades de comunicação;
- adaptabilidade e flexibilidade;
- aprendizado contínuo;
- pensamento criativo.

Implicações do Metaverso para empresas

A adaptação de produtos, serviços e estratégias de marketing ao metaverso requer uma compreensão profunda desse ambiente em constante evolução. Algumas maneiras como as empresas podem se adaptar ao metaverso são:

- desenvolvimento de produtos e serviços virtuais;
- experiência aprimorada e imersiva;
- visibilidade e posicionamento;
- colaboração coletiva;
- presença multiverso;
- análise responsável e privacidade;
- infraestrutura tecnológica avançada;
- moedas e economia virtual;
- interação com influenciadores e criadores de conteúdo.

Várias empresas já estão explorando o metaverso e seus conceitos, buscando maneiras de interagir com os clientes de modo mais imersivo e inovador. Um exemplo de empresa que já está ativa nesse espaço é a plataforma de jogos Roblox que se concentra em interações sociais, criatividade e economia virtual, tornando-se uma espécie de metaverso voltado para jogos e experiências virtuais. Empresas como Nike, Gucci, Ralph Lauren e a Vans já ingressaram na plataforma trazendo produtos e ambientes personalizados para serem utilizados pelos usuários por meio de seus avatares; o Meta um grupo que inclui todas as suas redes sociais, Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp e Oculus, O Meta, que antes era conhecida apenas como Facebook, anunciou em junho de 2021, o projeto Horizon, que tem como objetivo criar um metaverso social onde os usuários podrão criar seus próprios mundos virtuais e interagir com amigos e outros participantes; Fortnite: embora seja um jogo, oferece experiências sociais e interativas que se aproximam dos conceitos de metaverso.

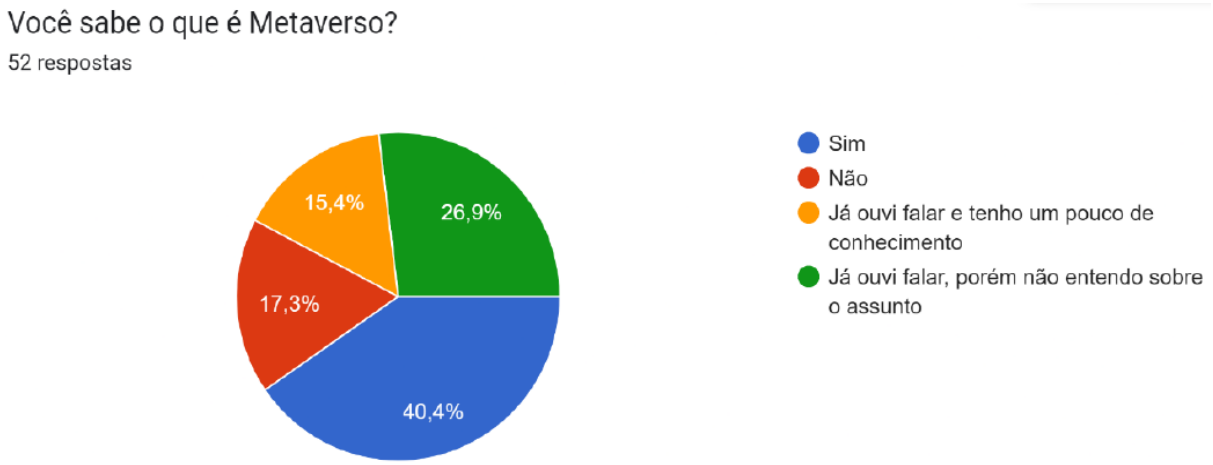
Eventos ao vivo, como shows de artistas famosos, demonstram como o espaço virtual pode ser usado para entretenimento e interações em larga escala. Lojas Renner, Balenciaga e Burberry utilizaram o jogo para aproximar seus produtos do público gamer,

que utiliza o jogo; Apple: referência em tecnologia e tendências, lançou em 2023 seus óculos de Realidade Virtual e Aumentada, o Vision Pro. Esse grande lançamento, apesar do preço elevado, trouxe a premissa de reacender o metaverso e acirrar mais a concorrência pelo pioneirismo em referência da tecnologia; Lu da Magalu: a empresa Magazine Luiza criou em 2003, sua influenciadora digital virtual, a Lu. Ganhando notoriedade nos últimos anos e uma roupagem 3D, ela se tornou a maior influenciadora virtual do mundo, sendo que seus valores ultrapassam 32 milhões de seguidores em suas redes sociais. Em 2021, Lu foi contratada pela Adidas para ser garota propaganda na nova coleção da collab “adidas <3 Farm”, vestindo as roupas da marca. Ela realiza não apenas campanhas de publicidade, mas também se posiciona em assuntos diversos como dia a dia, moda, feminismo e até jogos.

Apresentaremos uma pesquisa realizada por meio da plataforma do Google forms com um grupo de 50 pessoas de idades diferentes.

Consideração sobre a pesquisa realizada Metaverso e a Realidade Virtual

Durante a realização da pesquisa, ficou mais evidente que a grande parte dos entrevistados responderam que conhecem o assunto.



Fonte: Google Forms

Em outra pergunta, 86,5 % das pessoas responderam que se as empresas estiverem preparadas, elas se destacarão no mercado de trabalho.



Fonte: Google Forms

e por fim, 84,6% disseram que as organizações que fizerem esse investimento sairão na frente.



Fonte: Google Forms

Conclusão

Em um mundo cada vez mais conectado e digital, o conceito de metaverso emergiu como uma fronteira fascinante para a interação humana e a atividade comercial. Como demonstrado ao longo deste trabalho, o metaverso representa um ambiente virtual que utiliza tecnologias de realidade virtual, aumentada e a internet para criar um universo digital que vai além das limitações do mundo real. Essa tecnologia encapsula a essência desse ambiente digital, oferecendo oportunidades inexploradas para empresas e indivíduos. Empresas visionárias estão direcionando seus investimentos ao metaverso, reconhecendo que esse novo universo digital tem o potencial de revolucionar a forma de se fazer negócios.

Uma das características mais notáveis dessa nova realidade virtual é a sua capacidade de envolver simultaneamente muitas pessoas em interações on-line significativas. Isso não apenas impulsiona o interesse do consumidor, mas também estabelece um vínculo emocional entre as empresas e seus clientes. Nesse ambiente, as empresas têm a oportunidade de aprimorar seus relacionamentos com os clientes, destacando-se em um mercado novo e em constante evolução.

Além disso, também abordou a importância das habilidades técnicas (hard skills) e habilidades interpessoais (soft skills) no contexto do metaverso. Aqueles que desejam ter sucesso nesse ambiente virtual devem cultivar essas competências futuras que o metaverso exigirá que as pessoas possuam, pois elas não apenas facilitam a entrada no mercado de trabalho, mas também oferecem vantagens estratégicas significativas.

Portanto, à medida que olhamos para o futuro, é evidente que o metaverso não é apenas uma tendência passageira, mas uma transformação fundamental na forma como conduzimos negócios e interagimos no mundo digital. Aqueles que compreenderem e se adaptem a esse novo universo digital estarão bem-posicionados para prosperar em uma era de constante mudança e inovação.

Referência Bibliográficas:

ANTUNES, Lucedile. Soft skills: competências essenciais para os novos tempos. 1 ed. São Paulo: Literare Books International, 2020.

BARBOSA, Andressa. Conheça 10 marcas que já atuam no metaverso: Cada vez mais empresas estão investindo em ações e interações em plataformas e universos virtuais. Forbes Tech. 2022. Disponível em: https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/01/exemplos-do-metaverso-marcas-que-atuam-com-propriedade/. Acesso em: 14 ago. 2023.

BLOG ABRI MINHA EMPRESA. SOFT SKILLS E HARD SKILLS (Qual a Diferença e Como Influenciam Você e o Seu Negócio?). YouTube22 de abril de 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eN34V1N7QiY. Acesso em: 15 ago. 2023.

BRONSTEIN, Manuel. O Futuro da Comunicação na Metaverso. Blog Roblox. 2021. Disponível em: https://blog.roblox.com/pt-br/2021/09/o-futuro-da-comunicacao-na-metaverso/. Acesso em: 18 jun. 2023.

CAMARGO, Richard. A Apple reviveu o metaverso: o impacto do Vision Pro, o mais potente óculos de realidade virtual já produzido: O Vision Pro e suas funcionalidades muito mais avançadas que as vistas em produtos semelhantes, colocam a Apple na vanguarda mais uma vez. SeuDinheiro. 2023. Disponível em: https://www.seudinheiro.com/2023/colunistas/apple-reviveu-metaverso-oculos-vision-pro-vvka/. Acesso em: 11 ago. 2023.

GOVERNO FEDERAL. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Gov.br. Disponível em: https://www.gov.br/esporte/pt-br/acesso-a-informacao/lgpd. Acesso em: 14 ago. 2023.

HARD skills e soft skills: quais as principais diferenças? Ludos pro. 2023. Disponível em: https://www.ludospro.com.br/blog/hard-skills-e-soft-skills#:~:text=Em%20resumo%2C%20as%20hard%20skills,aprimorados%20ao%20longo%20da%20carreira. Acesso em: 20 ago. 2023.

LU, DO MAGALU, é contratada para estrelar campanha da adidas. Blog Zattini. Disponível em: https://www.zattini.com.br/blog/estilo/post/lu-do-magalu-e-contratada-para-estrelar-campanha-da-adidas. Acesso em: 19 ago. 2023.

METAVERSO – significado, origem e classificação da palavra. Clube do Português. 2022. Disponível em: https://www.clubedoportugues.com.br/metaverso/. Acesso em: 8 mai. 2023.

METAVERSO: tudo sobre o mundo virtual que está chamando a atenção dos investidores: Após o Facebook mudar o nome para “Meta” em 2021, muitas empresas passaram a investir e querer saber mais sobre o assunto. InfoMoney, 08 nov. 2022. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/guias/metaverso/. Acesso em: 8 mai. 2023.

METAVERSO estreita os limites entre o mundo real e virtual. A União. 2022. Disponível em: https://auniao.pb.gov.br/noticias/caderno_diversidade/metaverso-estreita-os-limites-entre-o-mundo-real-e-virtual. Acesso em: 16 ago. 2023.

A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

1. **CARLA CALAZANS***
2. **JACQUELINE SILVA***
3. **JONATAS JOSIAS***
4. **VERÔNICA AIRES***
5. **VIVIANA A. L. DE FRANÇA***

* BACHARÉIS EM ADMINISTRAÇÃO – CENTRO UNIVERSITÁRIO | FIG UNIMESP.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema cada vez mais relevante no mundo dos negócios, sendo considerado o principal motor da economia global. Empreendedores são indivíduos visionários e inovadores, que possuem a capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos e transformar ideias em negócios de sucesso.

Neste artigo, discutiremos a importância do empreendedorismo, seus principais benefícios e a figura do empreendor, bem como contribuições para quem deseja se tornar um empreendedor de sucesso.

Importância do Empreendedorismo

Schumpeter (TIGRE, 2006), provavelmente, seja o maior influenciador nos

conceitos de inovação tecnológica dos últimos tempo. Ele destacou a importância dos empreendedores como agentes de mudança e progresso na economia, argumentando que são esses indivíduos audaciosos que impulsionam a inovação e promovem o crescimento econômico.

Como observamos nas aulas de gestão da inovação tecnológica, a Teoria de Schumpeter nos convida a refletir sobre o papel dos empreendedores como agentes ativos de transformação na economia. Como seu enfoque na recai inovação e na "destruição criativa", ou seja, inovações criam novas oportunidades, ao mesmo tempo que potecializam a destruição de mercados existentes.

O QUE SERIA A DESTRUIÇÃO CRIATIVA?

Schumpeter nos leva a repensar nossas noções tradicionais de desenvolvimento e crescimento econômico. Podemos refletir sobre o mercado da música, onde as transações de músicas ocorriam por meio de um elemento físico (disco, cd, dvd, etc). As inovações ciêntíficas foram incorporadas por tecnologias que possibilitaram que as músicas pudessem ser comercializadas de maneira virtual. Assim, ocorreu a destruição de uma mercado e surgiu outro.

Dessa forma, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico, social e tecnológico de um país. Schumpeter destacou o papel fundamental dos empreendedores na implementação dessas inovações.

O QUE SÃO ESSES EMPREENDEDORES?

Os empreendedores são indivíduos que possuem visão e capacidade para identificar oportunidades de negócios e mobilizar recursos para transformar suas ideias em realidade. Eles são os agentes responsáveis por impulsionar o processo de destruição criativa e promover o desenvolvimento econômico.

Uma das contribuições mais importantes da teoria de Schumpeter foi a compreensão de que o crescimento econômico não ocorre apenas por meio do acúmulo de capital e trabalho; ao invés disso, pela sua mobilização. Ou seja, pela introdução

constante de mudanças e inovações. Essa abordagem revolucionária mudou a forma como os economistas analisam o crescimento econômico e influenciou diversas áreas, como política econômica e empreendedorismo.

Os Empreendedores são responsáveis por gerar empregos, estimular a inovação, promover o crescimento econômico e criar soluções para os desafios enfrentados pela sociedade. Além disso, empreendedores são agentes de mudança, capazes de transformar ideias em negócios lucrativos e sustentáveis.

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DO EMPREENDEDORISMO

- Geração de empregos: empreendedores são responsáveis por criar oportunidades de trabalho e emprego, contribuindo para a redução do desemprego e o crescimento econômico.

- Estímulo à inovação: empreendedores são fontes de inovação e criatividade, desenvolvendo novos produtos, serviços e modelos de negócios que atendem às necessidades do mercado.

- Desenvolvimento econômico: o empreendedorismo é um dos principais impulsionadores do desenvolvimento econômico de um país, gerando riqueza, aumentando a competitividade e fomentando o crescimento do setor privado.

- Empoderamento individual: o empreendedorismo oferece a oportunidade de independência financeira, realização pessoal e liberdade para explorar novas ideias e projetos.

DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedor não age nem por hábito, nem por qualquer tipo de impulso e/ou condicionamento à rotina ou repetição mecânica, menos ainda orientado por tradições religiosas, étnicas, familiares etc. O sentido de sua ação, centrado na inovação como

um valor, vai em buca de um prêmio, a ciração de um valor que pode ser econômico (na maior parte) ou não.

A NECESSIDADE DE CORRER RISCOS.

Apesar dos benefícios do empreendedorismo, os empreendedores enfrentam uma série de desafios ao longo de suas jornadas, como a falta de recursos financeiros, a concorrência acirrada, a incerteza do mercado e a ne cessidade de tomar decisões difíceis em um ambiente de negócios dinâmico e complexo. No entanto, esses desafios podem ser superados com determinação, perseverança e uma mentalidade empreendedora.

DICAS PARA SE TORNAR UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO.

1. IDENTIFIQUE OPORTUNIDADES DE MERCADO E NICHOS DE NEGÓCIOS PROMISSORES.

2. DESENVOLVA UM PLANO DE NEGÓCIOS SÓLIDO E ESTRATÉGICO PARA GUIAR SUAS AÇÕES E DECISÕES.

3. INVISTA EM SEU DESENVOLVIMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL, ADQUIRINDO CONHECIMENTOS E HABILIDADES NECESSÁRIAS PARA EMPREENDER COM SUCESSO.

4. ESTEJA ABERTO A APRENDER COM OS ERROS E FRACASSOS, POIS FAZEM PARTE DO PROCESSO DE CRESCIMENTO E APRENDIZA- DO.

5. CONSTRUA UMA REDE DE CONTATOS E PARCERIAS ESTRATÉGICAS QUE POSSAM APOIAR E IMPULSIONAR O CRESCIMENTO DE SEU NEGÓCIO.

6. BUSQUE ESTUDAR NUM LOCAL COM PROFESSORES COMPETENTES E ATUALIZADOS.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é uma força poderosa que impulsiona a economia e a sociedade, criando oportunidades, gerando inovação e promovendo o desenvolvimento sustentável. Ser um empreendedor de sucesso requer coragem, determinação e comprometimento, mas os benefícios e recompensas de empreender são inestimáveis. Portanto, se você tem uma ideia inovadora e está disposto a assumir riscos, não hesite em embarcar na jornada empreendedora e transformar sua visão em realidade. O mundo dos negócios está esperando por você!

REFERÊNCIAS

GESTÃO DA INOVAÇÃO: a economia da tecnologia do Brasil / Paulo Bastos Tigre. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. – 7 a reimpressão

DOUTORES DA INOVAÇÃO: Ideias Práticas para Competitividade. Devanildo Damião; et all. Editora: Agende Ano: 2019 Edição: Volume: ISBN: 9788565733021

O IMPACTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA SOCIEDADE DE CONSUMO

MARIA FERNANDA DOS SANTOS BIZ –

BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO – CENTRO UNIVERSITÁRIO FIG – UNIMESP.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, testemunhamos uma transformação significativa na maneira como a sociedade consome informações e produtos. O advento das redes sociais e a ascensão dos influenciadores digitais desempenharam um papel crucial nessa mudança de paradigma. Este artigo propõe uma investigação científica profunda sobre o impacto dos influenciadores digitais na sociedade de consumo, explorando as complexas interações entre esses agentes digitais e os consumidores modernos.

O poder de persuasão dos influenciadores digitais transcende as fronteiras do virtual, moldando atitudes, preferências e comportamentos de consumo. Este estudo busca analisar não apenas a magnitude dessa influência, mas também as dinâmicas psicológicas e sociais subjacentes que impulsionam a eficácia desses influenciadores. Ao

compreendermos as raízes dessa interação, poderemos lançar luz sobre o impacto duradouro que os influenciadores digitais têm na formação das decisões de compra e no panorama mais amplo da sociedade de consumo.

O QUE É INFLUENCIADOR DIGITAL?

Influenciador digital é um indivíduo que possui um público fiel e engajado em seus canais online e, em alguma medida, exerce capacidade de influência na tomada de decisão de compra de seus seguidores. O termo "influenciador" refere-se a alguém que tem seguidores com os quais pode "influenciar" ou compartilhar seu conteúdo. Segundo um artigo publicado por Terra Tetina para a Forbes em 2019 cita que "Um influenciador ideal tem muitos seguidores e muito engajamento com fotos e vídeos bons e de alta qualidade e muitas das vezes esses seguidores podem ser comprados".

Eles podem ser atletas; eles podem ser especialistas em beleza ou entusiastas de viagens. Segundo a revista Forbes, uma das mais importantes quando se trata de marketing digital, o termo "influência", neste contexto, está diretamente relacionado aos seguidores com quem o influenciador compartilha conteúdo. O retorno para uma marca através de um engajamento nas redes, tem um grande retorno para aquele influenciador.

MOLDAGEM DE TENDÊNCIAS E COMPORTAMENTOS DE CONSUMO

A moldagem de tendências e comportamentos de consumo através de influenciadores digitais e redes sociais é uma característica marcante da sociedade contemporânea. Essa influência é baseada na capacidade dos influenciadores de construir conexões pessoais e autênticas com seus seguidores, bem como na velocidade e alcance das redes sociais. Embora ofereça oportunidades de descoberta e expressão, a influência também deve ser abordada com sensibilidade para manter a integridade e a confiança do público. À medida que as plataformas digitais continuam a evoluir, a interação entre influenciadores, redes sociais e comportamento de consumo será uma área em constante transformação.

RESPONSABILIDADE E IMPACTO NA SAÚDE MENTAL DOS CONSUMIDORES

A saúde mental dos consumidores no mundo digital é uma preocupação urgente, enquanto as redes sociais e o conteúdo online podem oferecer inúmeras oportunidades de

conexão e expressão, também podem ter impactos negativos na autoestima, no estresse e no bem-estar emocional dos usuários. A responsabilidade de criar um ambiente digital saudável e consciente recai tanto sobre as plataformas quanto sobre os criadores de conteúdo. Medidas para promover a autenticidade, o apoio emocional e o respeito mútuo são essenciais para garantir que o mundo digital seja um espaço que nutre e apoia a saúde mental dos consumidores.

REVISÃO CONCEITUAL

Esta revisão conceitual proporciona uma base teórica robusta para a análise do impacto dos influenciadores digitais na sociedade de consumo, ao integrar teorias da persuasão, psicologia do consumidor e considerações éticas, o estudo busca compreender as complexas interações que moldam as escolhas de consumo na era digital.

Os influenciadores digitais têm se tornado figuras proeminentes na sociedade de consumo contemporânea, desempenhando um papel significativo na maneira como as pessoas tomam decisões de compra e interagem com marcas. O impacto desses influenciadores transcende as fronteiras do digital, moldando atitudes, comportamentos e até mesmo normas culturais. Abaixo estão alguns aspectos-chave que destacam o impacto desses influenciadores na sociedade de consumo:

Influência nas Decisões de Compra:

Os influenciadores digitais exercem uma influência direta nas decisões de compra de seus seguidores, recomendando produtos, serviços e estilos de vida.

A autenticidade e a capacidade de se conectar emocionalmente com o público tornam as recomendações dos influenciadores mais persuasivas do que as estratégias de marketing convencionais.

Formação de Tendências e Estilos de Vida:

Influenciadores muitas vezes definem e popularizam tendências de moda, beleza, estilo de vida e até mesmo preferências alimentares. O estilo de vida dos influenciadores,

frequentemente exibido em plataformas sociais, torna-se aspiracional para muitos seguidores, influenciando suas escolhas de consumo.

METODOLOGIA

Após a pesquisa com o público com algumas perguntas de acordo com o ponto de vista de cada, podemos ver que cada um está na sua rede compartilhando e vivenciando da sua maneira. Sendo influenciado por pessoas que acompanha diariamente, alterando seu modo de viver e de consumo e de muitas vezes idealizando sua vida através de uma tela de celular ou notebook, ficando evidente que a identificação e admiração buscada pelo público em seus influenciadores digitais é fator preponderante no critério de escolha e tomada de decisão, fator o qual deve ser constantemente acompanhado pelas Empresas que objetivam entender o seu consumidor de maneira efetiva.

CONCLUSÃO

À medida que exploramos o impacto dos influenciadores digitais na sociedade de consumo, torna- se evidente que esses agentes virtuais não apenas moldam decisões de compra, mas também desempenham um papel intrínseco na construção das narrativas culturais contemporâneas. A convergência entre a presença online desses influenciadores e o comportamento do consumidor cria um ecossistema dinâmico e mutável, cujas implicações ultrapassam os limites das interações virtuais.

A força de persuasão dos influenciadores digitais sobre as escolhas de consumo é inegável, fundamentada na confiança, autenticidade e na capacidade de estabelecer conexões emocionais. O fenômeno vai além de uma simples transação comercial; é uma interação complexa entre personalidades digitais e uma audiência ávida por experiências compartilhadas. Esta pesquisa permitiu uma imersão nas diversas facetas dessa dinâmica, revelando nuances psicológicas, sociais e éticas que permeiam a relação influenciador-consumidor.

Em última análise, este estudo oferece uma visão abrangente do impacto dos influenciadores digitais na sociedade de consumo, proporcionando insights críticos para

acadêmicos, profissionais de marketing, legisladores e, acima de tudo, os consumidores. À medida que avançamos em um mundo cada vez mais conectado, é essencial continuar examinando e compreendendo as complexas interações que definem a paisagem da influência digital, buscando equilibrar inovação, ética e responsabilidade na sociedade de consumo do século XXI.

CONSULTAS BIBLIOGRAFICAS

O que é um influenciador Digital?.

Disponível em: <https://www.influency.me/blog/influenciador-digital/

Influenciadores x Marketing.

Disponível ttps://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2019/04/10/influencers- is-this-marketing-buzzword-something-you-need/?sh=53c694954e55

ttps://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2019/04/10/influencers- is-this-marketing-buzzword-something-you-need/?sh=53c694954e55

O impacto dos influenciadores digitais.

Disponível em:

https://consumidormoderno.com.br/impacto-influenciadores-crescer/


CENTRO UNIVERSITÁRIO
FIG
UNIMESP
DESDE 1965
+100 mil alunos formados!
Mais de MEIO SÉCULO de tradição!
www.fig.br