

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC Tereza Aparecida Cardoso Nunes de Oliveira
Curso de Administração

ANNE LOURENÇO BONJORNE
BEATRIZ FIGUEREDO SILVA
JENIFER ARAUJO DOS SANTOS SILVA
VALENTINE FABRICI VINCIGUERRA DOS SANTOS
YASMIN ALVES BARTALINI

PROJETO POLIEDU
Desenvolvimento Político Educacional

São Paulo

2022

ANNE LOURENÇO BONJORNE
BEATRIZ FIGUEREDO SILVA
JENIFER ARAUJO SANTOS SILVA
VALENTINE FABRICI VINCIGUERRA DOS SANTOS
YASMIN ALVES BARTALINI

PROJETO POLIEDU
Desenvolvimento Político Educacional

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Tecnólogo em
Administração, pelo curso de
Administração da ETEC Tereza Aparecida
Cardoso Nunes de Oliveira.

Orientadora: Profª Valéria.

São Paulo

2022

ANNE LOURENÇO BONJORNE
BEATRIZ FIGUEREDO SILVA
JENIFER ARAUJO SANTOS SILVA
VALENTINE FABRICI VINCIGUERRA DOS SANTOS
YASMIN ALVES BARTALINI

PROJETO POLIEDU
DESENVOLVIMENTO POLÍTICO EDUCACIONAL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Tecnólogo em
Administração, pelo curso de
Administração da ETEC Tereza Aparecida
Cardoso Nunes de Oliveira.

Aprovado em: _/_/_

BANCA EXAMINADORA

Componente da Banca Examinadora

Componente da Banca Examinadora

Componente da Banca Examinadora

DEDICATÓRIA

Os integrantes do projeto expressam seus sentimentos de gratidão e felicidade com seus familiares e seus orientadores pelo apoio incondicional.

AGRADECIMENTOS

É de suma importância reconhecer a contribuição da orientadora Valéria no processo de desenvolvimento da pesquisa.

EPÍGRAFE

“A educação é a arma mais poderosa que você pode usar para mudar o mundo” –
Nelson Mandela.

RESUMO

O trabalho confeccionado tem como principal objetivo aprimorar o senso crítico e conhecimento político do povo brasileiro através da empresa PoliEdu, que é voltada para a educação política de maneira acessível e simplificada para todos. A empresa criada pretende garantir que política não seja tratada como algo irrelevante na sociedade, incentivando seus alunos a debaterem sobre assuntos recorrentes no meio político brasileiro, entender os cargos e atribuições de cada candidato.

ABSTRACT

The work made has as its main objective to improve the critical sense and political knowledge of the Brazilian people through the company PoliEdu, which is focused on political education in an accessible and simplified way for everyone. The company intends to ensure that politics is not treated as something irrelevant in society, encouraging its students to debate recurring issues in the Brazilian political environment, understanding the positions and attributions of each candidate.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Matriz Swot da PoliEdu.....	32
Figura 2: Fachada da sede presencial.....	44
Figura 3: Foto de inspiração – Palácio do Planalto.....	44
Figura 4: Sala de reuniões.....	45
Figura 5: Sala de recepção.....	45
Figura 6: Site da empresa.....	46
Figura 7: Aplicativo da empresa.....	46
Figura 8: Capa do livreto.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Percentual de pessoas de faixa etária que responderam o questionário.....	33
Gráfico 2: Avaliação dos participantes sobre seu conhecimento político.....	39
Gráfico 3: Interesse da população brasileira em política.....	39
Gráfico 4: Satisfação dos participantes com os governos passados.....	40
Gráfico 5: Satisfação dos participantes com o governo atual.....	40
Gráfico 6: Arrependimento do voto dos participantes.....	41
Gráfico 7: Formas pelas quais os participantes adquirem conhecimento sobre política.....	42
Gráfico 8: Acesso à internet no Brasil.....	42
Gráfico 9: Interesse dos participantes em assistir debates referentes a política brasileira.....	43

LISTA DE TABELAS

SUMÁRIO

1. Introdução.....	18
1.1 Problematização.....	18
1.2 Hipótese de Solução.....	19
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 Objetivos gerais.....	19
1.3.2 Objetivos específicos.....	19
1.4 Justificativa.....	20
1.5 Metodologia.....	20
2. Referencial teórico.....	22
2.1 Avanços nas metodologias de educação.....	22
2.2 Contexto social.....	22
2.3 Influência da mídia.....	22
2.4 Patrocínios.....	23
2.4.1 Patrocínio institucional.....	23
2.4.2 Patrocínio promocional.....	24
2.4.3 Patrocínio misto.....	25
2.5 Abertura da empresa.....	25
2.6 Gestão de recursos.....	27
2.7 Contratos de trabalho.....	28
2.7.1 Contrato para tempo determinado.....	28
2.7.2 Contrato de trabalho temporário.....	29
2.7.3 Contrato de trabalho autônomo.....	29
2.7.4 Contrato de prestação de serviços.....	29
2.7.5 Contrato de trabalho terceirizado.....	30
2.7.6 Contrato de trabalho parcial.....	30
2.7.7 Contrato de trabalho home office.....	30
2.7.8 Contrato de trabalho de estágio.....	30
2.8 Gestão de pessoas.....	31
2.9 Plano financeiro.....	31
2.10 Análise de mercado e concorrência.....	31

2.11 Público-alvo.....	32
2.12 Plano de marketing.....	33
2.13 Plano operacional.....	33
2.14 Modelo de negócios.....	34
2.15 Tipo de empresa.....	34
2.16 Regime tributário.....	36
2.17 Contrato social com participação dos sócios.....	38
2.18 Quanto tempo leva para abrir uma empresa.....	39
3. Desenvolvimento.....	40
3.1 Coleta de dados.....	40
3.2 Sede presencial.....	44
3.3 Plataformas digitais.....	46
3.4 Criação do livreto.....	47
4. Conclusão.....	49

1. INTRODUÇÃO

É consenso a situação estremecida do Brasil em relação à política, país conhecido pela sua corrupção e esquemas políticos criminosos. As escolhas feitas nas urnas de dois em dois anos fazem com que o futuro da população seja severamente comprometido, já que a maioria dos governantes brasileiros não preza pelo bem-estar das minorias do território.

Dentro dessa ótica, é possível concluir que a educação política precisa ser difundida a todos os brasileiros, tornando o conhecimento básico sobre política acessível e democrático para todos os grupos do país.

Esse é o propósito do projeto PoliEdu, escola de educação política que tem como objetivo acabar com a herança histórica falha do Brasil em relação à governança e conseguir um futuro promissor através do conhecimento e senso crítico da população na escolha de seu voto.

1.1 Problematização

De acordo com dados da OECD (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), 41% dos brasileiros não se interessam por política. Ademais, nas eleições estaduais do ano de 2020 foi identificado um crescimento na abstenção eleitoral: enquanto nos anos de 2016 a 2018 as abstenções se mantiveram em torno 21% da população, em 2020 esse índice cresceu para 30,8% em São Paulo, por exemplo. Tendo em vista os dados apresentados, o consultor legislativo Gilberto Guerzoni aponta que a tendência é que a recusa ao voto aumente a cada eleição.

Essa falta de engajamento implica, em última instância, no declínio do desenvolvimento do Brasil e custa muito caro à população, que acaba refém de políticos ruins, cujas propostas não são de interesse da maioria. Em outras palavras, se a população brasileira não se engajar na cobrança por mudanças, continuaremos a ser uma nação elitista, onde o estado satisfaz apenas interesses burgueses em detrimento das classes mais baixas.

1.2 Hipótese da solução

Existem diversas causas para o desinteresse político. A principal delas é a desinformação que atinge diariamente o brasileiro, através de *fake news*, escândalos

de corrupção e manchetes sensacionalistas; gerando nele um ceticismo na política. Entretanto, apesar desses obstáculos, é sabido que o engajamento político possui um grande impacto no progresso de uma nação:

O objetivo de toda associação política é a conservação dos direitos naturais e imprescritíveis da mulher e do homem. Estes direitos são a liberdade, a propriedade, a segurança, e, sobretudo, a resistência à opressão. (GOUGES; 1791, Declaração dos direitos da Mulher e da Cidadã, pág. 2)

Portanto, ao mostrar que é de suma importância existir fiscalização ao estado e cobrança por melhorias, e não só isso, mas, também mostrar que essa cobrança, se feita em conjunto com o senso crítico e conhecimento, possui muito valor e pode levar a avanços consideráveis. Como Martin Luther King Jr., por exemplo, que ao se engajar politicamente, conquistou diversos direitos civis à comunidade negra.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivos gerais

Tornar o conhecimento em ciências políticas acessível a todos a fim de conscientizar a população acerca de sua responsabilidade constitucional e o impacto do voto nas eleições. Além disso, promover o pensamento crítico, resultando em uma transformação social.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analisar dados sobre a participação dos cidadãos na política brasileira e identificar a problemática;
- Criar uma plataforma digital com conteúdos informativos;
- Fornecer livretos educativos com linguagem acessível aos públicos:
 - Idosos;
 - Pessoas com deficiência visual;
 - Neurodivergentes.
- Desenvolvimento de maquete para representar uma possível sede física que disponibiliza diversas experiências imersivas do dia-a-dia na vivência política.

1.4 JUSTIFICATIVA

Ao observar a lacuna existente na educação sobre temas políticos no Brasil, bem como a exploração resulta da ignorância política de grande parcela da população, notou-se a viabilidade de elaborar um projeto de pesquisa com ênfase na disseminação do conhecimento sobre política e seu potencial de inspiração a diversos novos interessados em cargos políticos, além extinção ou diminuição da corrupção no país, pois, segundo as palavras do escritor António Lobo Antunes “Um povo que lê nunca será um povo de escravos”. Diante de tal exposto, é evidente a importância da educação política no Brasil.

Além destas lacunas que geraram a oportunidade do projeto, existe a motivação gerada por oportunidades que podem ser providas ao país, como por exemplo, a entrada do Brasil na OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), tal resultado traria crescimento na economia, melhorias na qualidade de vida dos cidadãos e desenvolvimento tecnológico. Ademais, essa oportunidade de ingressar na OCDE possivelmente transformaria, em curto prazo, o Brasil em um lugar desenvolvido, retirando assim, o país dos menores índices em relação a educação, desigualdade, preconceito etc.

O projeto tem por foco, portanto, ser o principal mecanismo de educação política do país, agindo através do aplicativo de dispositivos móveis, do site de internet e do livreto. Atingindo assim, todos os públicos-alvo, no caso tanto a população jovem quanto os idosos, não esquecendo dos grupos de pessoas com deficiência visual e deficiência auditiva.

Como um incentivo a mais que ratifica a importância do projeto, observou-se que este é pioneiro em democratizar a educação sobre tópicos políticos a toda população brasileira, independentemente do grupo a qual esse cidadão se integra.

1.5 METODOLOGIA

Com o objetivo de identificar e comprovar que diferentes condições sociais, financeiras e demográficas impactam diretamente no processo de formação de opinião política de um indivíduo, o método de pesquisa optado é o de pesquisa exploratória, que exerce a aplicação de questionários e entrevistas para a coleta de dados.

Utilizando da abordagem de pesquisa qualitativa e quantitativa, este trabalho acadêmico explicará por meio de dados estatísticos e de dados subjetivos, os fatores

que influenciam na compreensão e na percepção de uma pessoa sobre ciência política e qual o público alvo deve ser escolhido para o projeto PoliEdu.

A pesquisa será realizada por meio de questionários digitais que serão compartilhados com foco em habitantes de São Paulo e de entrevista com profissional da área política, obtendo a análise dos dados com base nas respostas dos formulários e na experiência profissional do entrevistado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 AVANÇOS NAS METODOLOGIAS DE EDUCAÇÃO

Essa pesquisa evidencia que ao contrário de anos atrás, hoje em dia o método de ensino usado nas salas de aulas não são funcionais quando se trata de ensinar pessoas que estão cercadas por diversas novas tecnologias. Willian A. Galston mostra que para prender atenção e ensinar jovens é necessário usar a "língua" que eles entendem. Então, levando essa pesquisa em consideração, é possível afirmar que a PoliEdu tem a didática apropriada para ensinar jovens questões relacionadas à política, pois uma das plataformas de ensino é um aplicativo dinâmico, que além de ensinar é capaz de entreter.

Ademais, ainda baseando os métodos de ensino da PoliEdu na pesquisa desenvolvida de Willian A. Galston, é plausível perceber que, se os jovens conseguem aprender utilizando as tecnologias que os cercam, pode-se compreender que a parte da população idosa poderá ter maior dificuldade em se adaptar ao método de ensino. Por tal motivo, a PoliEdu traz alternativas, as pessoas que não gostam ou não tem facilidade com objetos tecnológicos podem adquirir o mesmo conhecimento através de outra plataforma, o livreto.

2.2 CONTEXTO SOCIAL

A pesquisa realizada por David Denver e Gordon Hands apresenta alguns fatores interessantes referentes ao contato que a maior parte da população tem em relação à política. Os autores deixam claro que praticamente todas as pessoas recebem informações sobre política. A grande problemática que cerca o assunto é que essa informação não é recebida de fontes seguras. A pesquisa mostra que o contato com educação política é informal, ou seja, baseado em opiniões de pessoas que estão ao redor de um indivíduo, opiniões de membros da família, amigos e a mídia.

2.3 INFLUÊNCIA DA MÍDIA

A pesquisa publicada na revista Sage Journals, realizada por Piers Robson evidencia a influência da mídia na política. Como foi apresentado por David Denver e Gordon Hands, a grande maioria das pessoas têm acesso a informações referentes a temas políticos, então a abordagem de Robson é em sobre como essa influência é caracterizada através da mídia.

As pessoas podem ser influenciadas por informações que elas recebem e em como elas recebem essa informação. O papel de relatar fatos e distribuir essas notícias é da mídia jornalística, então o autor usa as manchetes de jornais para mostrar como os títulos têm o poder de influenciar pensamentos e atitudes de pessoas. Ao decorrer da pesquisa ele mostra que nem todos que leem o título de redação leem a notícia em si, ou seja, há uma falta de interesse das pessoas em entender e compreender os fatos, muitas só querem a confirmação daquilo que elas acreditam, e o título de um texto pode fornecer isso.

Levando em consideração os fatos apresentados, é necessário mostrar como a PoliEdu é fundamental para educação política brasileira, pois a empresa tem o objetivo de ensinar e mostrar o quão importante é receber informações corretas e analisá-las antes de realizar uma discussão a respeito do assunto, porque assim pode-se evitar a proliferação de informações falsas.

2.4 PATROCÍNIOS

2.4.1 Patrocínio institucional

No patrocínio institucional a empresa patrocinadora tem a marca promovida pela PoliEdu. O objetivo é garantir que a marca seja reconhecida pelo público que participa das atividades da empresa, por tal motivo é fundamental haver um forte engajamento na divulgação da marca patrocinadora.

Nesse tipo de patrocínio devem ser implementadas ações personalizadas que envolvam o nome da marca, como por exemplo um serviço especial oferecido pela empresa.

A PoliEdu pode ser patrocinada institucionalmente por empresas do ramo tecnológico, como a Google, que além de ser uma das principais empresas na área eletrônica também é reconhecida mundialmente por ser uma ótima ferramenta de busca por informações na internet. A fama do Google é planetária, e muito bem avaliada por seus usuários, logo, é provável que o patrocínio dessa marca trará enormes benefícios a empresa, tanto em questão de visibilidade quanto em confiança. As pessoas estão acostumadas a usarem o Google diariamente, elas confiam na plataforma, então pode-se dizer que o apoio da marca na PoliEdu fará com que os cidadãos aceitem melhor a ideia de aprenderem sobre política através de plataformas tecnológicas.

Outrossim, os benefícios para o Google serão extremos. É de conhecimento público que a plataforma recebe muitos pedidos e processos por disseminação de Fake News, isso, infelizmente, não é fácil de ser controlado pela empresa. Sendo assim, se o patrocínio for realizado as primeiras respostas para perguntas relacionadas a política podem ser apresentadas pela PoliEdu, respostas que serão verdadeiras e trarão conhecimento real sobre os assuntos pesquisados. Além disso, a plataforma não apresenta nenhum recurso relacionado a política. O Google tem diversas ferramentas que ajudam as pessoas diariamente em suas vidas, em vários âmbitos, porém, nenhuma ferramenta está relacionada à educação sobre ciências políticas. Esse pode ser um ganho enorme para a marca. “A educação política é pouco difundida entre os jovens, nesse sentido as grandes empresas de mídia têm muito a ganhar patrocinando empresas educacionais”. (FREITAS, 2018, The Media Power, p.231).

2.4.2 Patrocínio Promocional

O patrocínio promocional é conhecido como anúncio, ele visa divulgar um novo produto ou serviço do patrocinador. Esse método é especialmente benéfico a empresas novas e que enxergam uma oportunidade de se destacar por meio da associação com outra marca já bem estabelecida.

As marcas que podem patrocinar a PoliEdu são diversas e não precisam necessariamente ser da área de ciências políticas. Isso porque a marca não será associada a empresa, mas sim apresentará seus serviços e suas propagandas através das plataformas da PoliEdu.

Um exemplo é se a marca Natura decidir realizar anúncios na plataforma online da PoliEdu. A pessoa usando o aplicativo assistirá a uma propaganda de cinco a quinze segundos sobre um produto da Natura, e no final do anúncio decidirá continuar suas tarefas no aplicativo ou clicar no anúncio e comprar o produto que estava sendo apresentado pela Natura. Então, a marca Natura não será associada aos serviços da empresa, mas terá um espaço para apresentar seu novo produto.

Esse tipo de patrocínio é extremamente importante para empresas que atuam em áreas tecnológicas, já que grande parte dos recursos monetários de aplicativos de celular ou sites online vem de anúncios e propagandas.

Além de ser benéfico à empresa o patrocinador terá a oportunidade de expor seu novo serviço para um público-alvo que será determinado por um algoritmo inteligente, então as chances de a marca receber uma troca vantajosa é extremamente alta e causará enormes impactos na venda de um novo produto ou serviço que está sendo exposto.

Ademais, vale ressaltar que não existe um determinado tipo de empresa indicado para esse tipo de patrocínio. Como as propagandas são determinadas por um algoritmo, algoritmo esse que é baseado em interesses de uma pessoa específica os anúncios podem variar. Isso porque mesmo que o aplicativo usado seja relacionado a um assunto a empresa patrocinadora não será associada a empresa.

2.4.3 Patrocínio Misto

É frequente ocorrer a junção do patrocínio institucional com o promocional, o que garante a visibilidade de marca e o aumento das vendas dos produtos e serviços oferecidos pela empresa.

Esse modelo facilmente atrai marcas interessadas em garantir um retorno mais rápido do dinheiro investido em uma organização. Tal porque mesmo que o patrocínio institucional leve mais tempo para trazer lucros a empresa patrocinadora ela traz um fortalecimento fundamental a novas empresas de um setor, principalmente a empresas inovadoras sem grande concorrência.

Outrossim, no caso da PoliEdu é interessante que haja todos os tipos de particionamento, pois como se trata de uma empresa nova em um mercado solitário os patrocínios trarão uma visibilidade e fortalecimento fundamental que os pilares de empresa se mantenham firmes e para que a empresa não tenha que diminuir seus valores que cobrar valores altos para algo tão importante para sociedade brasileira hoje em dia, que é a educação plural sobre temas de ciências políticas.

Além do mais, a abertura de patrocinadores internacionais é necessária para que a empresa seja aceita e receba visibilidade mundial. Isto apenas será possível se a PoliEdu se fortalecer no mercado nacional, assim o processo de mundialização da educação política será facilitado.

2.5 ABERTURA DA EMPRESA

A Poliedu se encaixa no EPP (empresa de pequeno porte). Devido a vários fatores esse é o tipo ideal de empresa representado pela PoliEdu inicialmente, pois a

companhia precisa ter o faturamento de R\$360 mil a R\$4,8 milhões. Outra característica das EPPs além de receita bruta anual, é o número de funcionários. Empresas que possuem comércio ou serviços devem ter entre 10 a 49 funcionários. Já as indústrias precisam ter de 20 a 99 funcionários.

As regras de formalização da EPP que estão regulamentadas na Lei Complementar nº139/2011, conhecida como Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas. “Empresas de pequeno porte crescem e se tornam, talvez, multinacionais”. (BORGES, 2008). O intuito da PoliEdu é exatamente este, começar como uma pequena empresa, e se consolidar no mercado brasileiro.

É importante que as empresas sejam classificadas e diferenciadas de acordo com o porte e outros fatores. Diferenciá-las permite que as cobranças sejam feitas de maneira justa e não desigual. Uma das vantagens que a EPP pode ter é a possibilidade de usufruir do Simples Nacional. Isso significa que ela te dá a liberdade de usufruir de algumas vantagens tributárias, ou seja, pagar menos impostos e tributos.

Existem algumas etapas a serem tomadas para abrir uma empresa de pequeno porte, elas serão apresentadas com mais detalhes nas próximas páginas deste documento. Antes de tudo, o primeiro passo é a contratação de contador, ele ficará responsável por todo o processo burocrático de legalização da EPP. Este profissional precisa ser habilitado pelo Conselho Regional de Contabilidade (CRC), ele é quem pode assinar o Livro Caixa.

Ademais, o segundo passo é a definição da natureza jurídica. No caso da PoliEdu a natureza Jurídica envolve sócios a terminologia usada para classificar esse tipo de empresa é Sociedade Empresária Limitada, ela é a modalidade mais comum, adotada preferencialmente por empresas de pequeno ou médio porte. Nesse caso, os sócios só respondem de acordo com o valor das suas quotas. Por lei, não há necessidade de ter um capital mínimo estipulado. Para a integralização do capital social, são aceitos quaisquer bens passíveis de avaliação financeira, inclusive imóveis.

O terceiro passo já foi realizado, ele consiste na escolha do nome da empresa. Tendo isso em vista, é fundamental apontar que foi realizada uma pesquisa para contextualizar o nome da empresa em seu setor. Além de que o nome escolhido é exclusivo e não existe nenhuma outra empresa com nome parecido ou igual.

O quarto passo é a definição da atividade da empresa. Com a Razão Social definida, é necessário indicar as áreas de atuação da empresa, já que a regulação e a tributação dependem desse fator. O instrumento para classificação da atividade é o CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

O quinto passo consiste na escolha de um local para sede presencial da empresa. Inicialmente a sede será estabelecida na cidade de São Paulo por ser a maior metrópole da América Latina. Nesse local a empresa poderá atingir pessoas de diversos grupos sociais e etnias. Vale destacar que serão sim fundadas mais sedes ao redor do Brasil, porém inicialmente apenas na cidade de São Paulo.

O sexto passo envolve a elaboração do Contrato Social. O Contrato Social é preferivelmente elaborado com a consulta de um contador ou advogado. É o documento mais importante ao abrir uma empresa, pois nele deve constar os objetivos do empreendimento e a descrição do aspecto societário.

A sétima etapa é o registro da empresa na Junta Comercial. Primeiro deve-se realizar uma pesquisa para saber se é possível abrir uma Pessoa Jurídica com o nome do representante da empresa. Logo depois é preciso efetuar o preenchimento do DBE. Com o DBE, é possível realizar também o registro da empresa na Junta Comercial do seu estado. Esse registro é o que confere a validade jurídica à empresa. A Junta Comercial fornece o Número de Identificação do Registro da Empresa (NIRE) após a aprovação dos documentos. O Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) também é obtido nessa etapa.

Por último, para fins de pagamento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e à Previdência (FGTS), é necessário realizar a Conectividade Social no site da Caixa Econômica Federal.

2.6 GESTÃO DE RECURSOS

A gestão de recursos se divide entre recursos humanos e materiais, e é importante dentro de uma empresa, para manter a boa organização e logística dentro do ambiente de trabalho. A gestão dos recursos humanos é a junção de competências e habilidades do time que faz parte da empresa. Já a gestão de recursos materiais é sobre a maneira de organizar e administrar os recursos físicos (ou não) de uma empresa com o objetivo de obtenção de lucro, a fim de se sobressair em relação aos concorrentes.

Dentro da PoliEdu a gestão de recursos será feita alinhando nosso setor financeiro com o de compras. O primeiro passo é conhecer o público alvo da empresa e a demanda que teremos nos primeiros meses após a abertura, tudo isso para que o setor de compras saiba o quanto de produtos precisaremos para atender essa expectativa. Sabendo o tamanho da demanda, é possível também planejar e organizar nossos estoques, respeitando e otimizando nosso espaço físico.

2.7 CONTRATOS DE TRABALHO

O contrato é um documento jurídico responsável por estabelecer regras de maneira formal dentro de uma relação comercial, ele é importante para que as leis sejam cumpridas em ambas as partes do acordo, fazendo com que as obrigações assumidas, se condizentes com a legislação e em consenso das partes, sejam completamente exigíveis entre os contratantes.

De acordo com a pesquisa, os tipos de contratos mais utilizados pela nossa empresa seriam contratos por tempo indeterminado, que seriam utilizados para professores (fixos), tutores, diretores, coordenadores, entre outros que trabalhariam na sede empresarial; contrato de trabalho temporário, para possíveis reformas necessárias na sede; contrato de trabalho autônomo, se necessário em casos isolados; contrato de prestação de serviços, designado para prestadores de serviços que podemos necessitar enquanto empresa; contrato de trabalho terceirizado, que englobaria equipe de limpeza, equipe de segurança e tutores para passeios lúdicos; contrato de trabalho parcial, para cargos de profissionais substitutos; contrato de trabalho home office, para professores que vão trabalhar com o conteúdo na nossa plataforma digital e contrato de trabalho de estágio, para os estagiários necessários de cada setor.

2.7.1 Contrato por tempo indeterminado

É a maneira mais tradicional de se contratar alguém, onde o colaborador tem sua carteira assinada e não há prazo final para suas atividades na empresa. Fica a critério da empresa ou colaborador, sendo que em caso de rescisão a outra parte do acordo deve receber um aviso prévio.

Com a rescisão anunciada, o empregador deve pagar ao funcionário a metade do aviso prévio e a metade da multa de 40% do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e à Previdência (FGTS).

2.7.2 Contrato de trabalho temporário

No contrato de trabalho temporário também é exigida uma data de início e fim das atividades, porém o período dele é reduzido em relação ao contrato por tempo determinado, o tempo máximo para a vigência do contrato é de cento e vinte dias, sendo eles consecutivos ou não. Ademais, o prazo pode ser estendido apenas uma vez por mais cento e vinte dias.

A empresa ainda deve registrar as condições na carteira de trabalho do profissional, que terá os mesmos direitos do regime de prazo indeterminado, conforme o previsto na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

2.7.3 Contrato de trabalho autônomo

As empresas contratam pessoas para a prestação de serviços regulares, que não serão necessariamente contínuos, com um salário previamente estabelecido. De acordo com a reforma trabalhista, esse profissional não tem nenhum vínculo com a empresa contratante e não tem sua carteira assinada, da mesma maneira, não existe subordinação jurídica e o contrato não pode impor exclusividade.

Essa categoria de profissionais se enquadra em pessoa física, por isso seu pagamento se dá através da emissão de um Recibo de Pagamento Autônomo (RPA). Neste recibo o empregador deve destacar as contribuições previdenciárias (INSS) referente a prestação de serviço, imposto de renda (IRRF) e o imposto sobre serviço (ISS) retido, isso depende da atividade que foi exercida e o município do profissional.

Neste caso o profissional também não tem acesso aos direitos trabalhistas previstos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), mas pode contribuir individualmente com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), assim tendo acesso aos benefícios básicos como, por exemplo, auxílio-doença e salário-maternidade.

2.7.4 Contrato de prestação de serviços

É extremamente semelhante com o contrato de trabalho autônomo, com exceção do fato de que nesta situação o profissional em questão é classificado como pessoa jurídica, logo ele apresenta o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). O serviço é regulamentado como Microempreendedor Individual (MEI), o pagamento desse profissional é através da emissão de nota fiscal.

Neste caso, a contribuição ao governo é feita pelo próprio prestador de serviços. Ela é realizada por meio do do Simples Nacional, sistema este que garante acesso a benefícios do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

2.7.5 Contrato de trabalho terceirizado

Nesse modelo, duas empresas firmam contrato quando alguma responsabilidade da empresa contratante é passada para a responsabilidade da empresa contratada. Assim, a empresa contratada fica responsável pelo vínculo com os funcionários, ela que realiza pagamentos, treinamentos e outras obrigações.

Este tipo de contrato não tem prazo determinado.

2.7.6 Contrato de trabalho parcial

O contrato de trabalho parcial consiste em uma jornada reduzida, com um máximo de 30 horas semanais e sem a possibilidade de horas extras, ou como segunda via uma jornada de 26 horas semanais com um máximo de 6 horas extras por semana.

As férias não são alteradas, tendo um máximo de 30 dias de duração, neste regime os contratados podem optar por receber um terço desse período como forma de pagamento.

2.7.7 Contrato de trabalho home office

Um dos tipos de contrato que foi regulamentado pela reforma trabalhista. É destinado para profissionais que atuam fora das dependências da empresa, ainda assim eles podem comparecer nela de maneira esporádica.

As atividades desempenhadas por esta categoria de colaboradores, bem como os equipamentos para realização, devem ser citados no documento do acordo.

2.7.8 Contrato de trabalho de estágio

Este contrato é destinado para estudantes, que pretendem, por meio do trabalho, aprimorar suas habilidades antes que se formem na área em questão. A carga horária deve ser igual ou inferior a 30 horas semanais e, se em um período de prestação de serviço superior a um ano, o colaborador tem direito aos 30 dias de férias.

2.8 GESTÃO DE PESSOAS

A gestão de pessoas, também conhecida como Recursos humanos, é fundamental para a perpetuação da harmonia na relação empresa-colaborador. Este ramo é responsável por aplicar um conjunto de medidas que visam o desenvolvimento do capital humano dentro da organização, como o estabelecimento de metas, a apresentação de feedbacks, implementação de benefícios para os funcionários, investimentos em treinamentos para a continuidade de talentos, desenvolvimento de habilidades destes profissionais etc.

A área de Recursos Humanos deve estar voltada, permanentemente, para ajudar a organização a alcançar seus objetivos e a realizar suas missões, tornando-a competitiva. Além disso, também tem de prover empregados bem treinados e bem-motivados, ao mesmo tempo em que desenvolve e mantém a qualidade de vida no trabalho, administra as mudanças e incentiva políticas éticas e o comportamento socialmente responsável. (ANTONIO, 2017)

A PoliEdu aplicará a gestão de pessoas através de políticas internas de ética, igualdade e justiça. Políticas que visem a permanência de colaboradores, como a disponibilização de cursos, benefícios, feedbacks e oportunidades de elevação profissional.

O processo de recrutamento e seleção de pessoas da PoliEdu será feito através de diversas dinâmicas, como entrevistas, atividades em grupo e testes de conhecimento, com o intuito de ser uma avaliação diversa e inclusiva, que irá analisar diversas habilidades de um indivíduo.

2.9 PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro é imprescindível no processo de abertura de uma empresa e consistirá em 4 etapas principais.

Inicialmente, será utilizada a análise SWOT, responsável por identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, no mercado. Em seguida, a PoliEdu definirá as metas globais, de faturamento, custos e despesas, investimento operacionais e, principalmente, e lucro final.

2.10 ANÁLISE DE MERCADO E CONCORRÊNCIA

Primordialmente, é fundamental ressaltar o que é análise de mercado e sua importância: Análise de mercado é um processo da administração de uma empresa no qual é estudado seus possíveis concorrentes, o cenário atual do mercado em que a organização irá atuar, a existência de demanda, ou seja, a necessidade de haver a empresa no mercado e outros fatores que serão cruciais para a determinação do público-alvo, do marketing e da estratégia de gestão da organização. “Pesquisa de mercado é a identificação, coleta, análise e disseminação de informações de forma sistemática e objetiva e seu uso visa a melhorar as tomadas de decisão relacionadas à identificação e solução de problemas e oportunidades (Malhotra, 2001).”

Conforme pesquisas realizadas, o mercado em que a PoliEdu será inserida, na área da Educação Política, é um mercado novo, uma vez que não era um ramo do qual se continha muita discussão. Entretanto, com a nova geração de jovens e com a globalização e suas derivadas consequências, como a Internet e as redes sociais, há um aumento de debates sobre pautas políticas, gerando assim um mercado interessante a ser investido.

Figura 1: Matriz Swot da PoliEdu



Fonte: Autoria própria

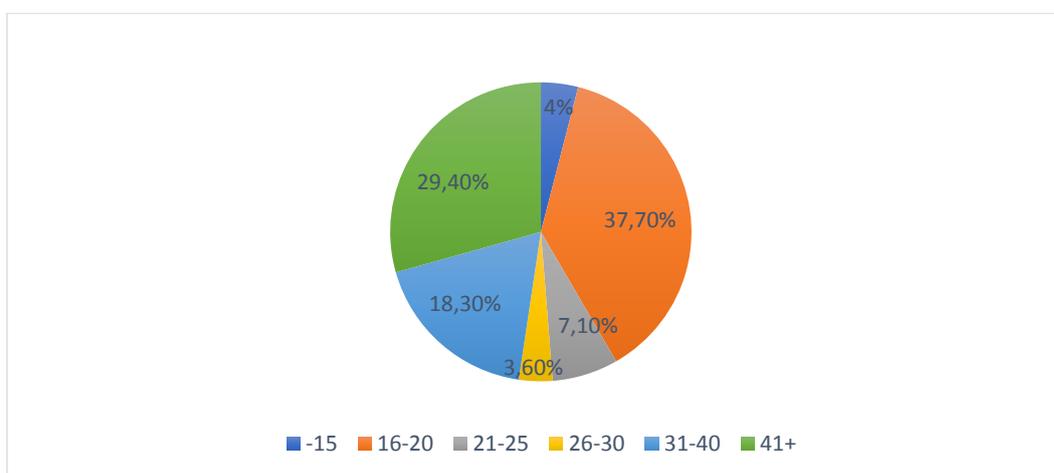
Através da análise de mercado, determinamos que o principal concorrente vigente da PoliEdu é a Politize, organização que visa a difusão da educação política pelo Brasil através de conteúdos digitais e programas de ensino online. A partir da Matriz Swot, ferramenta frequentemente utilizada no ramo Administrativo, que

examina diversos fatores externos e internos que envolvem uma organização, nós mostramos como a PoliEdu é uma organização que possui mais vantagens em relação a Politize.

2.11 PÚBLICO ALVO

Em primeira análise, público alvo é um grupo específico de pessoas que cumprem com diversos aspectos dos quais uma empresa prioriza, é a partir deste grupo que uma organização define seu plano de marketing, de design e suas estratégias, a fim de atender às suas necessidades.

Gráfico 1: Percentual de pessoas de cada faixa etária que responderam o questionário.



Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

O público alvo é determinado através da análise de mercado. Desta forma, por meio de pesquisas realizadas e de questionários, é possível notar que o grupo que a PoliEdu deve priorizar é: pessoas jovens (16-20 anos) e que majoritariamente estão no processo de conclusão do ensino médio. Pois, a partir de dados coletados, observa-se que este é o grupo com maior interesse em política.

2.12 PLANO DE MARKETING

O plano de Marketing tem como estratégia anunciar a empresa e os serviços oferecidos em plataformas online, isto para que o público alvo seja atingido. Ademais, por se tratar de uma empresa atual que visa agradar todo seu público, também iremos investir em redes sociais como Instagram, pois muitas pessoas usam a plataforma e o algoritmo da mesma permite que as propagandas sejam recebidas por possíveis clientes da PoliEdu. “Um plano de marketing bem estruturado pode transformar uma

empresa em outra aos olhos dos clientes”. (METTES, 2004, Marketing in Social Life, pg.21).

Existem poucos concorrentes no mercado, e o único forte e bem estruturado apresenta desvantagens em relação a PoliEdu. Para conseguirmos agregar os clientes da empresa concorrente a PoliEdu foca no marketing de seu diferencial, para mostrar para o público o porquê eles precisam conhecer a marca.

2.13 PLANO OPERACIONAL

Elaboraremos um plano operacional que contemple equipes de cada departamento da empresa a fim de cumprir as metas estabelecidas a curto prazo e no dia a dia da PoliEdu.

Acima de tudo, o plano operacional:

- Especifica as tarefas diárias e semanais do seu time.
- Oferece um manual completo das execuções rotineiras que os integrantes do staff precisam realizar com o intuito de atingir as metas de longo prazo.

2.14 MODELO DE NEGÓCIOS

O modelo de negócio trata-se de uma visão macro de todas as etapas que compõem as ações realizadas pela empresa. A principal forma de estruturar o modelo de negócio de uma empresa é o Business Model Canvas; o Canvas é uma ferramenta gráfica que permite visualizar os pilares do funcionamento da organização.

O modelo de negócio mais vantajoso e eficiente para a PoliEdu é o B2B2C (business to business to consumer) que é quando empresas oferecem o produto ou serviço diretamente ao consumidor por intermédio de um marketplace, exatamente o que faremos na nossa própria plataforma.

2.15 TIPO DE EMPRESA

A PoliEdu se trata de uma empresa de pequeno porte, isso inicialmente, porque ao decorrer dos anos há um plano para expandir os serviços da empresa para mais pessoas possíveis, de todas as faixas etárias, todos gêneros, classes sociais etc. Vários fatores contribuem para que o EPP seja o tipo ideal de empresa representado pela PoliEdu inicialmente, pois a companhia precisa ter o faturamento de R\$360 mil a

R\$4,8 milhões. Outra característica das EPP's além de receita bruta anual, é o número de funcionários. Empresas que possuem comércio ou serviços devem ter entre 10 a 49 funcionários. Já as indústrias precisam ter de 20 a 99 funcionários. “A regulamentação de pequenas empresas faz com que o mercado financeiro circule, havendo melhor prestação de serviços por parte do pequeno empresário”. (Antônio, 2019, Contabilizei).

As regras de formalização da EPP que estão regulamentadas na Lei Complementar nº139/2011, conhecida como Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

O regime de tributação de uma empresa é um sistema de arrecadação de impostos, de acordo com as características de cada CNPJ.

Por isso, é importante se atentar para o enquadramento da empresa e quais os tributos que ela deve pagar. Do contrário, pode ter problemas com os órgãos de fiscalização no futuro.

No caso das Empresas de Pequeno Porte, é possível optar por três regimes de tributação diferentes. Uma delas é a Simples Nacional, nela todas as arrecadações são feitas de maneira simplificada, através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS). As alíquotas podem variar de acordo com o rendimento da empresa, entre 4% a 22,90%. No entanto, ao optar por esse regime, a EPP poderá fazer todos os pagamentos em um único documento, facilitando a contribuição tributária. Outra opção é o Lucro Real. Neste regime, o cálculo do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) é feito com base nos lucros reais da empresa. Ou seja, a partir das receitas menos as despesas, além dos devidos ajustes. As alíquotas são relativamente menores, sendo 15% para o IRPJ e 9% para o CSLL. Entretanto, contribuições como PIS e o COFINS são feitas separadamente. Por fim, as empresas de pequeno porte também podem optar pelo Lucro Presumido como regime tributário. Trata-se de uma forma simplificada do Lucro Real, com objetivo de facilitar a arrecadação de empresas. Assim, os cálculos não são feitos a partir dos rendimentos reais, mas sim através de bases pré-fixadas de acordo com as atividades da empresa.

É importante citar os benefícios desse tipo de empresa. O primeiro é que a EPP pode continuar arrecadando impostos com o Simples Nacional. Isso facilita o pagamento de tributos e a organização contábil da empresa. Além disso, trata-se de

um dos incentivos fiscais para pequenas empresas. Outrossim, com menos custos e burocracias contábeis, a empresa de pequeno porte conta com maior possibilidade de crescimento. Não apenas com investimentos e novas contratações, por exemplo, mas também poder fazer exportações e aumentar a produção sem sair do enquadramento. Ou seja, optar pelo enquadramento como EPP traz uma série de benefícios para o empreendedor, como regime tributário simples e incentivo de crescimento.

É vital apontar as diferenças entre o EPP e o Microempreendedor (ME) pois ambos poderiam se encaixar no contexto das PoliEdu. Em primeiro lugar, é importante esclarecer que ME e a EPP são regulamentadas pela lei complementar 123 (lei que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte).

A primeira diferença a ser apontada é o faturamento. Para microempresa é permitido o faturamento anual de até R \$360.000,00. Já as Empresas de Pequeno Porte podem faturar entre R \$360.000,00 e R\$3.600.000,00.

Em segundo lugar a mudança de classificação. Caso a ME supere os R\$360.000,00 de faturamento, no ano seguinte ela passa a ser classificada como EPP. Já a EPP que não ultrapassar os R\$360.000,00 de faturamento volta a ser uma ME no ano seguinte.

Terceiramente o enquadramento é um fator importante que diferencia esses dois tipos de empresas. Elas podem ser enquadradas como ME ou EPP as sociedades simples, empresárias, empresas individuais registradas e de responsabilidade limitada (EIRELI).

2.16 REGIME TRIBUTÁRIO

Inicialmente, é de extrema importância destacar que o regime tributário é um conjunto de leis que tem a função de determinar como a empresa pagará pelos seus tributos obrigatórios. Dentre os regimes tributários estão: Lucro Real, Lucro Presumido e Simples Nacional. É um sistema que estabelece a cobrança de impostos de cada CNPJ, de acordo com o montante da arrecadação. Além disso, ele também vai depender de vários outros fatores inerentes ao negócio, como o porte, o tipo de atividade exercida, o faturamento etc.

Existem vários tipos de impostos que precisam ser pagos por uma empresa. Dentre eles estão:

1. Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ)

É o imposto sobre o rendimento das empresas, recolhido pela Receita Federal e cobrado para todas as pessoas jurídicas, mensurado conforme o regime tributário da organização.

2. Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)

Representa uma contribuição social e acompanha o sistema tributário estabelecido para o recolhimento do IRPJ. A taxa é de 9% para as empresas, com exceção das instituições financeiras, de seguro privado e de capitalização — situações em que a alíquota pode chegar até 15%.

Para as empresas participantes do Simples Nacional que exercem atividade no comércio e na indústria, a taxa é semelhante à do IRPJ e pode chegar a 0,79% para prestadores de serviços e 2,53% para as que estão inseridas nas determinações do seu Anexo IV.

3. Programa de Integração Social e Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP)

É uma contribuição federal de caráter social, que tem o objetivo de arrecadar a verba necessária para o pagamento do abono, seguro-desemprego e participação na receita dos órgãos e entidades. As pessoas jurídicas de direito privado são as contribuintes, e o montante incidirá sobre o faturamento mensal da organização, podendo a alíquota variar entre 0,65% e 1,65%.

4. Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS)

É uma contribuição federal que incide sobre o que a organização fatura, com o objetivo de financiar a seguridade social. As pequenas e microempresas que escolhem pelo regime do Simples Nacional estão isentas da obrigação de pagamento dessa contribuição.

5. Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS)

O ICMS é um imposto de competência dos Estados e que incidirá sobre as operações relativas à circulação de mercadorias e algumas prestações de serviços. Dessa forma, as empresas que realizam transações comerciais e que têm uma operação de circulação de mercadorias, bem como exercem atividades de transporte interestadual ou intermunicipal e comunicações, estarão submetidas à

incidência do ICMS. A alíquota vai variar de acordo com cada Estado, por se tratar de um imposto estadual.

O Regime Tributário escolhido pela PoliEdu é o Simples Nacional. Ele é um regime tributário instituído pela Lei Complementar 123 de dezembro de 2006 com a finalidade de simplificar o pagamento de tributos por Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), além de propiciar um tratamento diferente e simplificado para esses pequenos empreendedores.

Suas alíquotas variam de 4% a 22,90%, divididas em seis anexos que contemplam os mais variados ramos e atividades econômicas. Para as empresas com faturamento até R\$ 4,8 milhões, a escolha do Simples Nacional, em regra, costuma ser a opção mais adequada. Uma das principais vantagens desse tipo de regime é a diminuição das obrigações acessórias. Diversos impostos são recolhidos em uma única guia, que é o Documento de Arrecadação do Simples Nacional, conhecida como DAS.

2.17 CONTRATO SOCIAL COM A PARTICIPAÇÃO DOS SÓCIOS

O contrato social é um documento onde constam as regras e as condições sob as quais a empresa funciona e onde estão estabelecidos os direitos e as obrigações para cada um dos proprietários que compõem a sociedade.

Para a elaboração do Contrato Social contaremos com profissionais da área para nos auxiliar. O primeiro passo é fazer a qualificação dos sócios, que serão: Anne Lourenço, Beatriz Figueredo, Jenifer Araújo, Valentine Fabrici e Yasmin Bartalini; todas terão posse igualitária sobre a empresa, ou seja, cada uma possui 20%. As atividades e serviço desenvolvido será 8599-6/99, que é unidade central e regional de órgão voltada para o bem-estar social que tem educação como prioridade e seremos classificadas como sociedade individual.

2.18 QUANTO TEMPO LEVA PARA ABRIR A EMPRESA

Se for considerada toda a burocracia, são até dois meses para abrir a empresa após a confirmação dos CNAEs (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), apesar de que oficialmente são apenas quatro dias úteis estamos considerando o

tempo necessário para ter o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) pronto, para a emissão de notas fiscais, que leva aproximadamente 20 dias.

3. DESENVOLVIMENTO

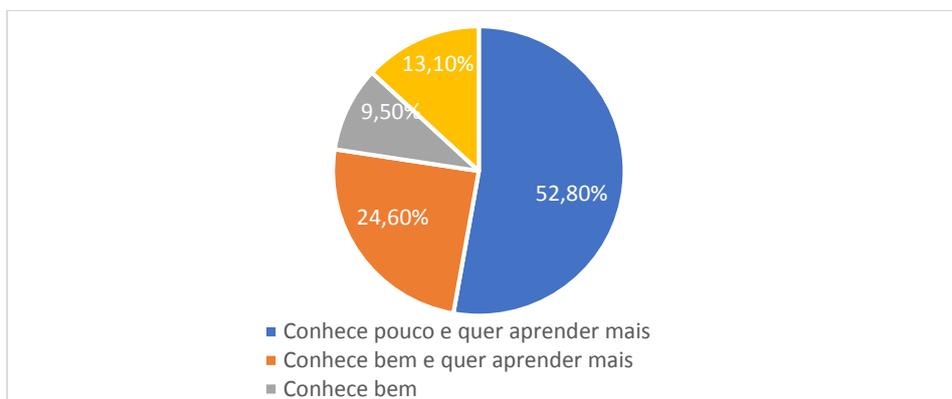
3.1 Coleta de dados

Para concluir o 1º item dos objetivos específicos do projeto, ou seja, analisar dados sobre a participação dos cidadãos na política brasileira e identificar a

problemática, foi necessária a realização de questionários, abertos para todos os públicos e verificação de pesquisas de artigos e institutos.

Desta forma, no dia 2 de agosto de 2022, foi exposto para uma amostra de 253 pessoas, um formulário do qual continha perguntas referentes a política e educação política, em busca de obter resultados que auxiliassem na identificação da problemática do trabalho.

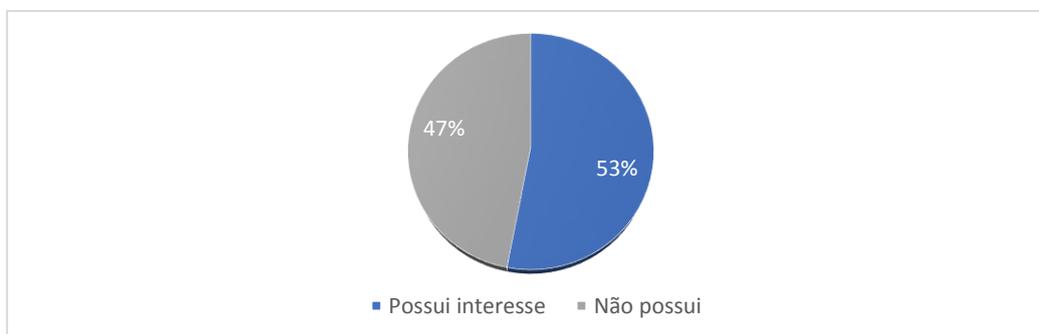
Gráfico 2 – Avaliação dos participantes sobre seu próprio conhecimento de política



Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

Analisando os resultados do formulário de autoria própria, é perceptível que, a maioria das pessoas da amostra, mesmo possuindo pouco ou médio conhecimento sobre o assunto, apontaram interesse em política, demonstrando assim, vontade de conhecer e entender mais sobre este ramo.

Gráfico 3 – Interesse da população brasileira em política

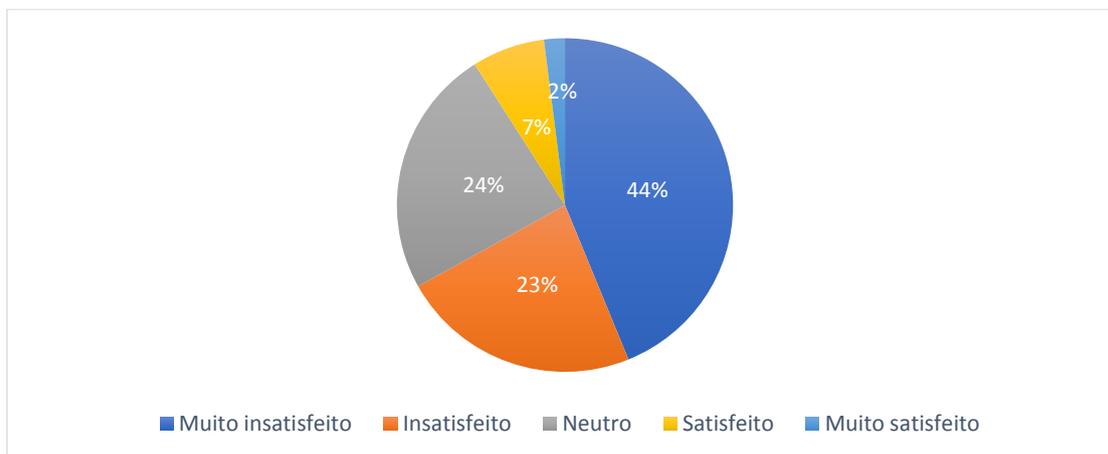


Fonte: DataSenado

De acordo com os dados adquiridos, é possível concluir que, apesar de haver interesse em política pela maior parte da população, como é analisado no gráfico N°3, ainda há um grande desinteresse por esta ciência na sociedade brasileira, sendo um

problema estruturado através de anos de uma nação sem educação política em seu ensino básico.

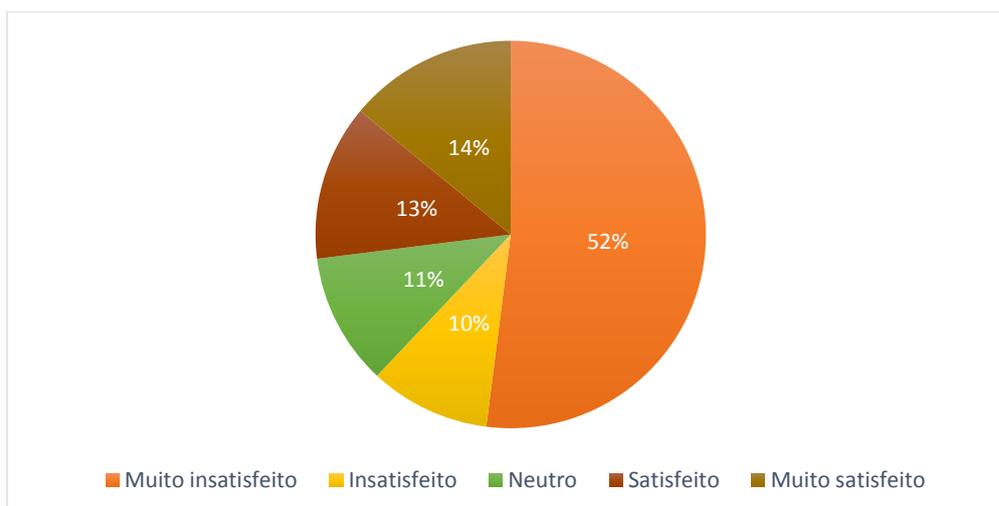
Gráfico 4 – Satisfação dos participantes com governos passados



Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

Esta defasagem antiga no sistema educacional gera diversas sequelas na participação política dos cidadãos, pois essa ausência de conhecimento e informação política é o principal fator para a tomada de decisões políticas que levam na grande insatisfação popular com governos, como é mostrado no gráfico N°4.

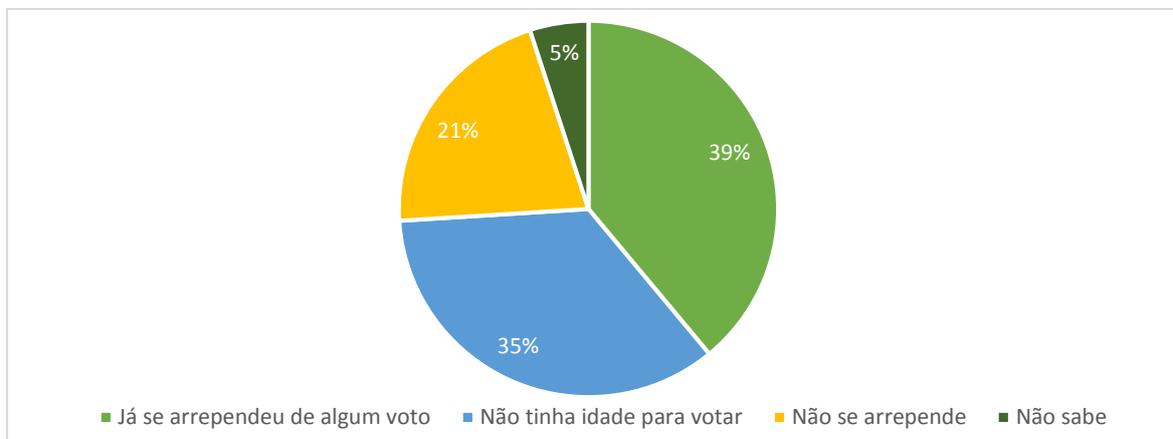
Gráfico 5 – Satisfação dos participantes com o governo atual



Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

A adversidade popular com os governos no Brasil é um ciclo contínuo, como é possível analisar no gráfico N°5, que mostra que este problema perdura até os dias atuais.

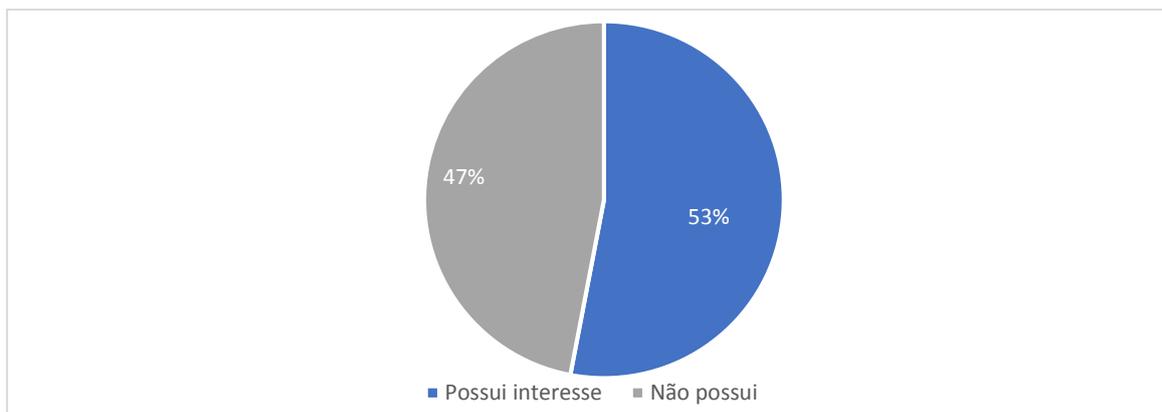
Gráfico 6 – Arrependimento de voto dos participantes



Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

Entre as principais consequências da falta de informação política está o grande percentual de arrependimento de voto, um fator extremamente negativo para a sociedade brasileira como um todo, pois demonstra o grande descontentamento com o cenário político e as péssimas escolhas feitas pela população em razão da escassez da educação política.

Gráfico 3 – Interesse da população brasileira em política

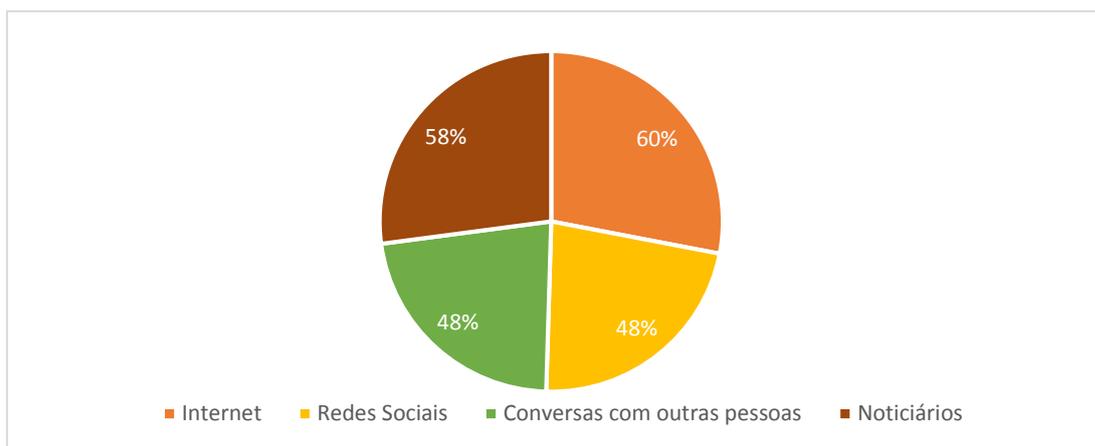


Fonte: DataSenado

Ademais, de acordo com o estudo do DataSenado, um dos motivos do grande desinteresse dos eleitores é o baixo nível de conhecimento sobre o sistema político, atrelado a deficiências no ensino, que não transmite informações sobre o tema de forma clara. Sob esta ótica, é possível relacionar o vigente desinteresse populacional em política com a escassez de ensino político no Brasil.

Diante deste exposto, se faz necessária a criação da PoliEdu, empresa que atende esta necessidade da população e da política brasileira como um todo, visando a democratização do acesso à educação política, a fim de solucionar a defasagem de ensino político e de reduzir o índice de desinteresse populacional. E, para tal, é preciso analisar os dados e fundamentar o projeto.

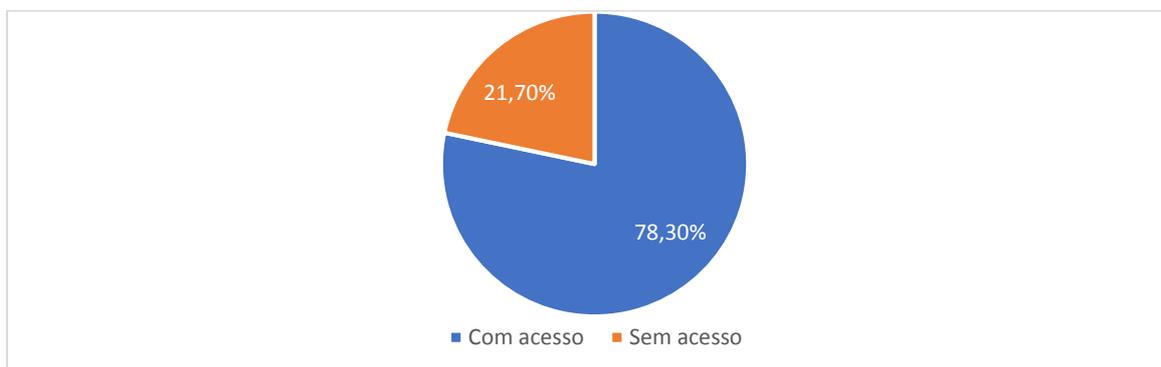
Gráfico 7 – Formas pelas quais os participantes adquirem conhecimento sobre política



Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

Deste modo, analisando o gráfico N°7, a maior parte das pessoas utiliza-se da Internet para obter conhecimentos políticos e, tendo isto em vista, a PoliEdu disponibilizará conteúdos e informações em seu próprio site.

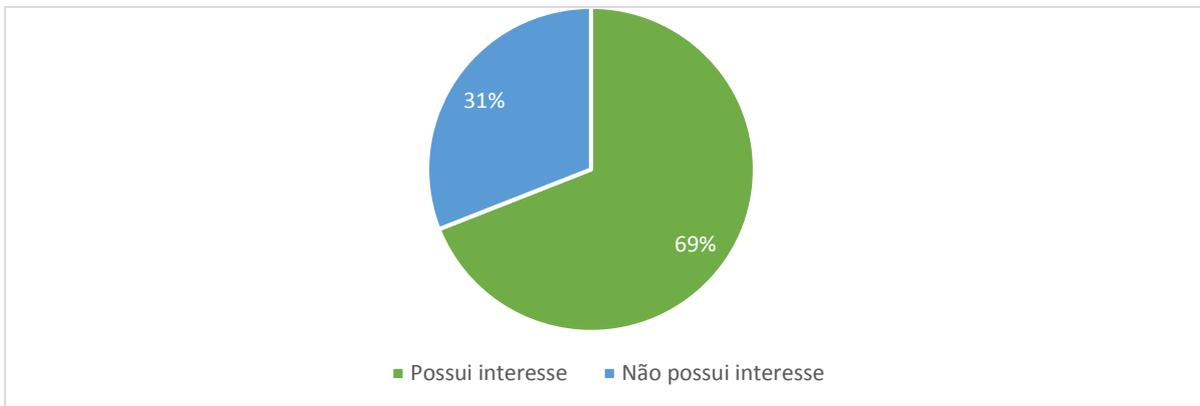
Gráfico 8 – Acesso à Internet no Brasil



Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad C)

Da mesma forma, a PoliEdu utilizará de livretos educativos e da criação de sede presencial para atender a grande quantidade de pessoas que não possui acesso à internet, como observado no gráfico N°8. Além de cumprir com o objetivo de inclusão de diversos públicos, como idosos e neuro divergentes.

Gráfico 9 – Interesse dos participantes em assistir debates referentes a política brasileira



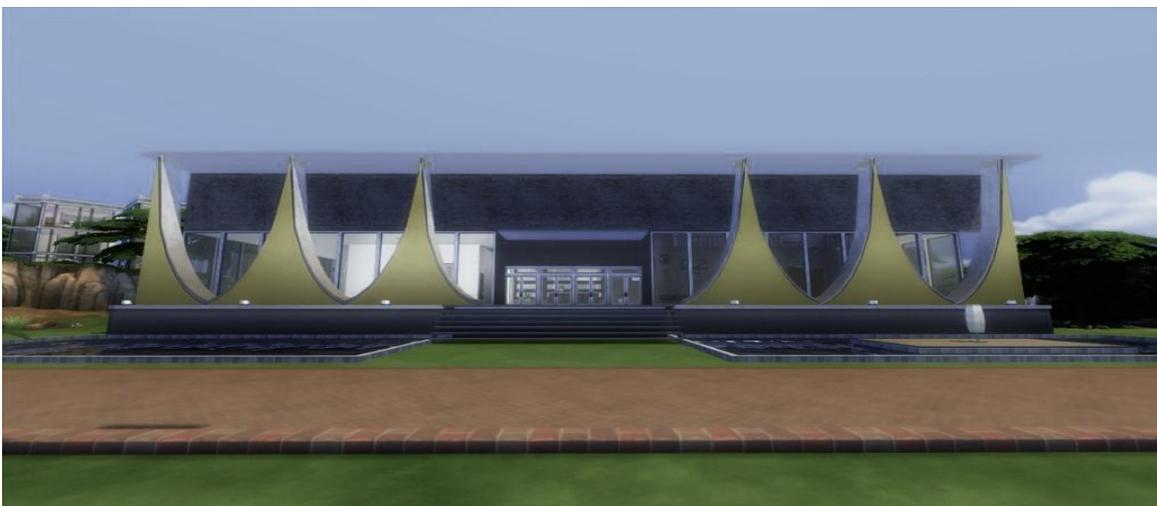
Dados obtidos através de questionário realizado pelos autores.

Ademais, a PoliEdu apresenta a proposta da execução de debates políticos em sua estrutura presencial, onde clientes poderão participar e qualquer pessoa poderá assistir de graça, fazendo com que as pessoas coloquem de forma prática seu conhecimento e também promovendo a disseminação deste saber. De acordo com o gráfico N°9, as pessoas apresentaram grande interesse nesse projeto, demonstrando suas chances de sucesso.

3.2 - SEDE PRESENCIAL

A empresa contará com uma sede presencial onde acontecerão as aulas e as simulações de assembleias parlamentares.

Figura 2 - Fachada da sede presencial



A fachada da sede é inspirada no Palácio do Planalto, local de trabalho da Presidência brasileira. Sede feita de forma digital.

Figura 3 - Foto de inspiração - Palácio do Planalto



Palácio do Planalto, Praça dos Três Poderes, DF.

Figura 4 - Sala de reuniões



Sala onde acontecerão as simulações e debates. Sede feita de forma digital.

Figura 5 - Sala de recepção

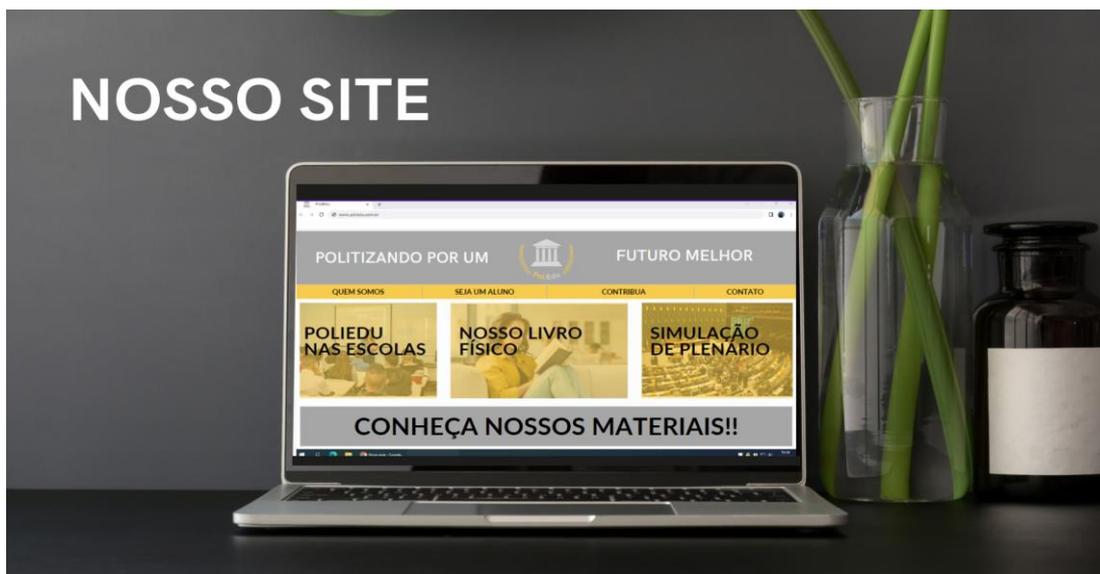


Área de convivência e recepção. Sede feita de forma digital.

3.3 - PLATAFORMAS DIGITAIS

Nossa empresa terá dois tipos de plataformas digitais, site e aplicativo. Ambos foram desenvolvidos de maneira que seja prático de navegar, e com linguagem acessível para entendimento de todos os públicos.

Figura 6 - Site da empresa



Design próprio

Figura 7 - Aplicativo da empresa



Design próprio

3.4 - CRIAÇÃO DO LIVRETO

Além das plataformas digitais, teremos também um livreto físico. O livro terá 15 páginas e foi criado com o objetivo de contemplar a população idosa, pessoas com 60 anos ou mais; contará com linguagem objetiva e de fácil entendimento.

Figura 8: Capa do livreto



4. CONCLUSÃO

O objetivo desse trabalho foi apresentar o desenvolvimento de uma escola privada de política presencial, a PoliEdu, que tem como propósito instigar a população a se interessar por educação política. A escola se manifesta através da sede, plataforma digital ou livretos, de forma a ser mais inclusiva possível.

Através dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de administração, foi possível definir o tipo de empresa no qual a PoliEdu se encaixa, analisar o mercado para sua abertura e estabelecer os planos operacional, financeiro e de marketing.

A fim de provar a relevância do projeto, foi realizada uma pesquisa que confirmou a demanda por educação política no Brasil, apresentada no capítulo 3, tanto pelos 47% desinteresse por parte das pessoas, originado pela falta de ensino, quanto pelos 53% de interessados na política. Contamos também com dados externos

(DataSenado e Pnad C), para corroborar o caso. Um estudo enriquecedor que trouxe consigo muito aprendizado.

Em suma, foi aferido que há tanto uma demanda indireta como também direta pelo ensino político no Brasil. Por isso, a PoliEdu se apresenta como a resposta a essa busca, acessibilizando e popularizando essa ciência.