
ETEC PROF.^a NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

PLANO DE NEGÓCIOS – Mãos Dadas Pela Inclusão

Estevão Augustos da Silva
Kauã Pyetro Silva Felix
Larissa Lopes de Almeida
Lorena dos Santos Nascimento
Luiz Gustavo Pereira Mello
Polliany Raphaely C. S. Venancio
Rayan Lucas Santos de Souza
Sara Michelli de Paiva Silva

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Prof.^a Nair Luccas Ribeiro, com tema: Mãos Dadas Pela Inclusão sob orientação da professora: Maria Elicristina Siqueira

**Estevão Augustos da Silva
Kauã Pyetro Silva Felix
Larissa Lopes de Almeida
Lorena dos Santos Nascimento
Luiz Gustavo Pereira Mello
Polliany Raphaely C. S. Venancio
Rayan Lucas Santos de Souza
Sara Michelli de Paiva Silva**

PLANO DE NEGÓCIOS – Mãos Dadas Pela Inclusão

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Prof.^a Nair Luccas Ribeiro, com tema: Mãos dadas pela inclusão sob orientação da Professora: Maria Elicristina Siqueira

Teodoro Sampaio, 05 de dezembro de 2024.


ETEC PROFª NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

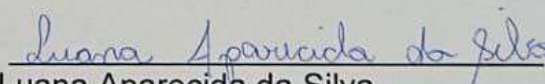
ESTEVÃO AUGUSTOS DA SILVA
KAUÃ PYETRO SILVA FELIX
LARISSA LOPES DE ALMEIDA
LORENA DOS SANTOS NASCIMENTO
LUIZ GUSTAVO PEREIRA MELLO
POLLIANY RAPHAELY C. S. VENANCIO
RAYAN LUCAS SANTOS DE SOUZA
SARA MICHELLI DE PAIVA SILVA


PLANO DE NEGÓCIOS – MÃOS DADAS PELA INCLUSÃO

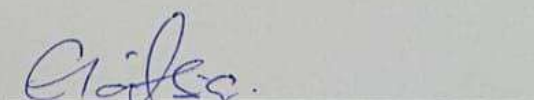
Trabalho e Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Mãos Dadas pela Inclusão sob orientação da Professora Maria Elicristina Siqueira.

BANCA EXAMINADORA


Jhenifer Andressa da Cruz Barreto
Professora


Luana Aparecida da Silva
Professora


Welton Francisco de Oliveira
Professor


Maria Elicristina Siqueira
Professora Orientadora

Aprovado

Reprovado

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho aos nossos amigos pelo apoio e o trabalho em equipe.

A nossa orientadora Elicristina, pela paciência demonstrada ao decorrer deste trabalho, dedicação para nos ensinar e pelo amor mostrado pela orientação;

Aos professores Eduardo Mattos e Jhenifer Barreto, pelo simples fato de estarem dispostos a nos ensinar com muita sabedoria e temos orgulho de termos vocês como nossos professores.

Enfim, a todos, que de alguma forma tornaram este caminho mais fácil de ser percorrido.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus em primeiro lugar, pela coragem e pela força que cada dia nos proporcionou e por estar sempre presente em nossas vidas.

Aos nossos preciosos pais, que acompanharam cada dia dessa trajetória, aos incentivos constantes, nos incentivando a nunca desistir.

A nossa orientadora Maria Elicristina Siqueira, que dedicou muito do seu tempo nos orientandos, embora tivesse outros interesses a resolver. Obrigado pelos ensinamentos, atenção, amizade e dedicação ao longo da realização desse trabalho. Queremos agradecer também ao Eduardo Mattos, ex orientador, que nos ajudou no início desse processo. Não há palavras que possa expressar nossa gratidão pelos ensinamentos.

Aos nossos eternos amigos de nossa instituição escolar e integrantes desse projeto, Estevão Augusto da Silva, Kauã Pyetro Felix, Larissa Lopes, Luiz Gustavo Pereira, Lorena Nascimento, Polliany Venancio, Rayan Souza e Sara Paiva. A colaboração e o desempenho de cada um, foi fundamental para o desenvolvimento e a conclusão desta pesquisa.

Todos vocês são responsáveis por mais essa conquista em nossas vidas, que Deus abençoe hoje e sempre.

EPÍGRAFE

“Família não é sangue, família é sintonia”

(R.A.M. Rappa)

RESUMO

Este projeto analisa a viabilidade econômico-financeira da empresa MDPI -Mãos Dadas pela Inclusão, que tem por objetivo oferecer consultoria com foco no treinamento e desenvolvimento de empresas na contratação de pessoas com deficiência. Para o desenvolvimento deste plano de negócio, observou-se a necessidade de discussões para a promoção de uma cultura inclusiva com a contratação de PCDs e equidade no mercado de trabalho. Além disso, o principal diferencial é fornecer a consultoria contínua e treinamentos qualificados para o bom resultado das organizações que fornecemos serviço. Visando melhores resultados, a metodologia utilizada, consiste, inicialmente, na pesquisa bibliográfica, quantitativa e qualitativa e pesquisa de campo. Este levantamento complementa-se por uma coleta de dados alinhado com os objetivos de estudos. A empresa proposta neste plano, conta com uma equipe apaixonada e dedicada, totalmente comprometida para fornecer soluções personalizadas e orientadas para resultados que impulsionam o crescimento e o sucesso dos clientes. Com uma abordagem centrada no cliente, combinada com expertise em diversas áreas de negócio, estando prontos para enfrentar os desafios mais complexos e ajudar as empresas a atingirem seu pleno potencial. A MDPI pode fazer a diferença para empresas de pequeno, médio e grande porte. Após análises e pesquisas macro e micro, percebe-se a falta de atualização e inclusão social de trabalhadores portadores de deficiência (PCDs) no mercado mundial. A partir desta lacuna, enfatiza-se a a necessidade da inclusão e participação na área, neste sentido cria-se a empresa MDPI – Mãos dadas pela inclusão analisamos a necessidade de discussões para a promoção de uma cultura inclusiva com a contratação de PCDs e equidade no mercado de trabalho. Além disso, o principal diferencial é fornecer a consultoria contínua e treinamentos qualificados para o bom resultado das organizações que fornecemos serviço. Visando melhores resultados, a metodologia utilizada, consiste, inicialmente, na pesquisa bibliográfica, quantitativa e qualitativa e pesquisa de campo. Este levantamento será complementado por uma coleta de dados alinhado com os objetivos de estudos. Ademais, temos como inspiração e fundamentação teórica os autores Chiavenato, Gitman e Kotler. Os sujeitos da pesquisa são os profissionais da área de recursos humanos que executam o recrutamento e a seleção destas pessoas na empresa, gestores e coordenadores de setor e os portadores de deficiência. Com base nos resultados obtidos na pesquisa realizada com os profissionais da área de recursos humanos, PCD's e gestores, foi possível identificar que a inclusão e adaptação de forma geral encontram-se satisfeitos.

Palavras-chave: Pessoas com Deficiência; Mercado de Trabalho; Empreendedorismo.

ABSTRACT

This project analyzes the economic and financial viability of the company MDPI - Hand in hand for inclusion, which aims to offer consultancy focused on training and development of companies in hiring people with disabilities. For the development of this business plan, it was noted the need for discussions to promote an inclusive culture with the hiring of PWDs and equity in the job market. Furthermore, the main difference is to provide continuous consultancy and qualified training for the good results of the organizations we provide services to. Aiming for better results, the methodology used initially consists of bibliographical, quantitative and qualitative research and field research. This survey is complemented by data collection aligned with the study objectives. The company proposed in this plan has a passionate and dedicated team, fully committed to providing personalized, results-oriented solutions that drive customer growth and success. With a customer-centric approach, combined with expertise in various business areas, we are ready to face the most complex challenges and help companies reach their full potential. MDPI can make a difference for small, medium and large companies. After macro and micro analysis and research, there is a lack of updating and social inclusion of workers with disabilities (PCDs) in the global market. From this gap, the need for inclusion and participation in the area is emphasized, in this sense the company MDPI was created – Hands given by inclusion we analyzed the need for discussions to promote an inclusive culture with the hiring of PWDs and equity in the job market. Furthermore, the main difference is to provide continuous consultancy and qualified training for the good results of the organizations we provide services to. Aiming for better results, the methodology used initially consists of bibliographical, quantitative and qualitative research and field research. This survey will be complemented by data collection aligned with the study objectives. Furthermore, we have as inspiration and theoretical foundation the authors Chiavenato, Gitman and Kotler. The research subjects are human resources professionals who carry out the recruitment and selection of these people in the company, managers and sector coordinators and people with disabilities. Based on the results obtained in the research carried out with professionals in the area of human resources, PWDs and managers, it was possible to identify that inclusion and adaptation are generally satisfied.

Keywords: People with Disabilities; Labor Market; Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Organograma	35
Figura 2: Logomarca	56
Figura 3: Site	60
Figura 4: Site	60
Figura 5: Site	61
Figura 6: Site	61
Figura 7: Cronograma promocional	62
Figura 8: Cronograma promocional	63
Figura 9: Cronograma promocional	64
Figura 10: Portfólio de serviços	65
Figura 11: Portfólio sobre a empresa	66
Figura 12: Portfólio	67
Figura 13: Fluxograma	69
Figura 14: Layout	74

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1: Pro-labore.....	36
Tabela 2: Análise Swot.....	49
Tabela 3: Recursos físicos	70
Tabela 4: Volume vendas.....	78
Tabela 5: Faturamento	79
Tabela 6: Capital de giro	80
Tabela 7: Investimento total	81
Tabela 8: Payback.....	82
Tabela 9: DRE	83
Tabela 10: Custos e despesas	84

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT: Associação Brasileira de Normas Técnicas

http :Hiper Text Transfer Protocol

NBR:Norma Brasileira Registrada

Www:World Wide Web

MDPI: Mãos dadas pela Inclusão

TCC: Trabalho de Conclusão de Curso

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

PCD´S: Pessoas com deficiência.

PPD´S: Pessoas Portadoras de deficiência.

MEI: Microempresa individual.

ME: Microempresa.

CLT: Consolidação das Leis do Trabalho.

MVV: Missão, Visão, Valores.

CEO: Diretor Executivo.

RH: Recursos humanos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 OBJETIVO GERAL.....	16
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
2. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	17
3.1 DADOS DA EMPRESA	18
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	19
4. PLANO DE NEGÓCIO.....	21
5. MISSÃO, VISÃO E VALORES	22
6. FONTES DE RECEITA	27
7. NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS	29
8. CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO.....	30
9. RECURSOS HUMANOS	31
10. O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES	41
11. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA.....	42
12. ANÁLISE DOS FORNECEDORES	44
13. ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS	45
14. PLANO ORGANIZACIONAL.....	51
15. PLANO DE MARKETING.....	54
16. PORTIFÓLIO DE SERVIÇOS.....	65
17. PLANO DE OPERAÇÕES.....	69
18. PLANO FINANCEIRO	75

19. RESULTADOS.....	87
20. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
REFERÊNCIAS	90
18.GLOSSÁRIO	92
19.APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	93

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um processo de identificar oportunidades de negócio, desenvolver ideias inovadoras e criar um empreendimento. Seu objetivo é criar valor econômico, social e ambiental, através da criação de produtos, serviços ou soluções que atendam às necessidades do mercado e gerem lucro e impacto positivo. Segundo Chiavenato (2007), na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. O plano de negócios é uma ferramenta fundamental para o empreendedorismo, desempenhando várias funções essenciais que contribuem para o sucesso de uma nova empreitada, algumas das principais importâncias do plano de negócios: orientação e direcionamento, análise de viabilidade, captação de recursos, gestão financeira, identificação de público-alvo, avaliação e monitoramento, aumento da credibilidade.

A empresa MDPI (Mãos dadas pela inclusão) é uma empresa focada em consultoria, com uma equipe apaixonada e dedicada, totalmente comprometida para fornecer soluções personalizadas e orientadas para resultados que impulsionam o crescimento e o sucesso dos clientes. Com uma abordagem centrada no cliente, combinada com expertise em diversas áreas de negócio, estando prontos para enfrentar os desafios mais complexos e ajudar as empresas a atingirem seu pleno potencial. A MDPI pode fazer a diferença para empresas de pequeno, médio e grande porte.

Observando o mercado mundial atual com a modernização e atualização das formas e métodos de trabalho é perceptível a falta de atualização e inclusão social de trabalhadores PCDs. A partir dessa falta de participação dos mesmos, percebe-se a necessidade da inclusão e participação de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, partindo dessa visão iniciou a criação da empresa MDPI, seguindo do princípio de oferecer serviços com profissionais qualificados a todas as empresas interessadas do mercado de trabalho, os serviços partiriam do contato dos

interessados, depois iniciando o serviço algumas das mudanças seriam a adaptação da estrutura e infraestrutura, treinamento especializado e se necessário a implementação de EPIs necessários aos colaboradores da empresa, mudança de abordagem aqueles que necessitam de uma maneira especial e também possivelmente a promoção de um melhor ambiente a todos sem exclusão.

1.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da abertura da empresa MDPI para analisar e desenvolver estratégias para a inclusão de pessoas PCD's no mercado de trabalho, focando no atendimento presencial e online.

2.1 Objetivos Específicos

- Desenvolver o plano operacional e financeiro para mensurar a viabilidade econômica da empresa;
- Expandir perspectivas das empresas com foco em práticas de acessibilidade;
- Verificar a necessidade do empreendimento na região de Teodoro-Sampaio – SP.

2. DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

O negócio a ser implementado é uma empresa que atua no ramo de consultoria, identificada no ramo de acessibilidade das empresas, tendo um papel fundamental para ajudar profissionais e gestores, com treinamentos.

A empresa é focada em oferecer conhecimento especializado, identificando problemas e desenvolvendo um plano de ação que previna e/ou aumente a segurança das organizações quanto a contratação, treinamento e desenvolvimento de PCDs, assim como oferecer suporte para o cumprimento de regulamentações das leis trabalhistas. A MDPI também está atenta às análises estruturais, como: supervisão de rampas, elevadores, banheiros adaptados e pisos táteis. Segundo o SEBRAE, desenvolver um programa de acessibilidade vai além da oferta de produtos e serviços às pessoas com deficiência, através da parceria com entidades (públicas ou privadas) que possam fortalecer ações de desenvolvimento, resultando na estruturação de projetos efetivos às necessidades desta população.

Assim, a empresa MDPI é especializada em fornecer assistência e consultoria para pessoas jurídicas, de Teodoro Sampaio-SP e região, com o intuito de trabalhar com a inclusão com PCDs no mercado de trabalho.

O principal diferencial além de fornecer a consultoria contínua de acordo com a necessidade da empresa, a MDPI ajudará com treinamentos e recrutamentos específicos para os PCDs, obtendo uma nova metodologia de atendimento especializado desde o agendamento até a realização dos serviços.

A MDPI atenderá de forma física e via e-commerce. Segundo Muller (2013) o e-commerce tem como principal característica fazer a ponte entre o mundo real e o virtual. Onde a MDPI poderá atender as cidades mais distantes e podendo expandir o trabalho á nível Brasil.

Na cidade de Teodoro Sampaio-SP, a maioria das empresas classificam-se como MEI, ME e EPP, compreende-se que há a necessidade de incluir pessoas com porte de deficiência físicas e intelectuais em suas organizações, além de ser dirigido pela LEI 8213/91: Art. 93 a saber: “A empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência; § 3º Para a

reserva de cargos será considerada somente a contratação direta de pessoa com deficiência, excluído o aprendiz com deficiência de que trata a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.”

O projeto MDPI tem o objetivo analisar e desenvolver estratégias para a inclusão de pessoas PCDs no mercado de trabalho por meio da abertura de uma empresa em Teodoro Sampaio – SP com foco nas estratégias de venda online. De forma mais específica, busca-se aumentar a taxa de contratação de pessoas com deficiência na região de Teodoro Sampaio; e fornecer capacitação sobre práticas de acessibilidade, adaptações no ambiente de trabalho e estratégias de recrutamento inclusivas.

3.1 Dados da empresa

O empreendimento a ser implementado é uma empresa de consultoria a empresas que necessitam ter mais inclusão social;

- Nome: MDPI – Mãos dadas pela Inclusão
- Endereço: Rua Salvador Moreno Munhoz, 1322 - Centro
- E-mail: maosdadaspelainclusao@gmail.com
- Facebook: Mãos Dadas Pela Inclusão
- Instagram: maosdadaspelainclusao._
- Telefone: (18) 998111772
- WhatsApp (18) 998111772

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método utilizado nesta pesquisa consiste, inicialmente, na pesquisa bibliográfica, quantitativa, qualitativa e pesquisa de campo. O método bibliográfico consiste em livros, artigos, dissertações e outras publicações acadêmicas relacionadas ao tema da inclusão de pessoas com deficiência (PCDs). Este levantamento foi complementado por uma coleta de dados que se alinha aos objetivos do estudo, permitindo a categorização das informações, como a identificação de temas abordados nas monografias e as metodologias empregadas. A pesquisa quantitativa é conseguida na busca de resultados exatos evidenciados por meio de variáveis preestabelecidas, em que se verifica e explica a influência sobre as variáveis, mediante análise da frequência de incidências e correlações estatísticas (MICHEL, 2005). Já a pesquisa qualitativa, é aqui entendido como aquele que se ocupa do nível subjetivo e relacional da realidade social e é tratado por meio da história, do universo, dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais (MINAYO, 2013). A pesquisa de campo é compreendendo que o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada.

Os dados coletados possibilitaram a elaboração de quadros de resultados, a partir dos quais foram feitas inferências para interpretar as informações. A análise de conteúdo pode ser aplicada em diferentes etapas do processo comunicacional, envolvendo a mensagem, o receptor e o emissor. A interpretação das características do texto é realizada com base nas inferências formuladas, considerando o referencial teórico e os objetivos estabelecidos. Além disso, essa análise pode levar à identificação de novas teorias a partir do material examinado. Com a visualização desses dados, será viável confrontá-los com outras obras de autores da área, proporcionando uma análise mais abrangente.

Para conduzir a análise da amostra, foi elaborado um roteiro que facilitou a classificação dos trabalhos durante a leitura. Diante das diferentes definições e tipologias apresentadas por diversos autores, optamos por adotar as categorias propostas por Sakata (2002). É importante destacar que as considerações abaixo foram baseadas na pesquisa dessa autora, com algumas adaptações para atender às necessidades deste estudo e às interpretações dos autores envolvidos. Alguns

critérios foram excluídos por não se aplicarem à realidade investigada, enquanto outros foram delimitados para esclarecer os conceitos de “área”, “estratégia”, “método de coleta” e “análise dos dados”.

As definições das categorias utilizadas são: área, estratégia, métodos de coleta e análise de dados.

4. PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócios é o instrumento ideal para traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que você terá informações detalhadas do seu ramo, produtos e serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e da gestão da empresa. É um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

O planejamento de negócios é importante tanto para quem está abrindo o negócio quanto para quem está ampliando o empreendimento. Vale destacar que esse planejamento não elimina os riscos, mas evita que erros sejam cometidos pela falta de análise, diminuindo as incertezas do seu negócio. Segundo Baron e Shane (2012), o plano de negócios funciona como um guia que permite detalhar todos os aspectos do negócio, a fim de converter as ideias e a visão em ações concretas de um empreendimento que funciona e gera valor. Esse plano organiza as ideias ao começar um novo empreendimento, orienta a expansão de empresa já em atividade e apoia a administração do negócio.

5. MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão, visão e valores, são elementos compostos pela integridade, ética, inovação, responsabilidade social, entre outros. Em resumo, a Missão descreve o que a organização faz no presente, a Visão representa o futuro que ela deseja alcançar e os Valores definem os princípios que guiam suas ações e decisões.

Para Drucker “Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa. ”

Segundo Oliveira (2005), a visão representa um cenário ou horizonte desejado pela empresa para atuação. Já para Hart (1994) ela é a compilação de desejos de uma empresa a respeito do seu futuro. Enquanto para Costa (2007) “o conceito de visão é muito amplo, porém pode ser definido como um conceito operacional que tem como objetivo a descrição da autoimagem da organização: como ela se enxerga, ou melhor, a maneira pela qual ela gostaria de ser vista

Missão

Sendo assim a missão da MDPI é Incluir pessoas com deficiências no mercado de trabalho, promovendo oportunidades significativas e contribuindo para uma sociedade mais justa.

Visão

Sendo assim a visão da MDPI é ser referência na promoção da inclusão na região de Teodoro Sampaio- SP, ajudando no aumento de contratações de PCDs até 2028. Tendo como objetivo promover práticas organizacionais que garante a

acessibilidade, desenvolvendo o profissionalismo das pessoas, com o propósito de identificar as barreiras comunicacionais que limita a inclusão de pessoas com deficiência, propondo um ambiente mais acessível

Valores

“Em uma organização os valores ‘dizem’ e os comportamentos ‘fazem’. Portanto, os valores organizacionais podem ser definidos como princípios que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender aos objetivos organizacionais quanto de atender às necessidades dos indivíduos.” (BARRET, 2000). Assim, definem-se os valores da MDPI:

- Inclusão,
- Respeito,
- Empoderamento,
- Colaboração,

- Excelência
- Equidade
- Integridade
- Inovação.

Dados dos Dirigentes

Polliany R. C. S. Venancio

Solteira, Brasileira

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: CEO

Lorena do Nascimento Santos

Solteira, brasileira

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em Administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: Diretora Geral

Kauã Pietro da Silva Felix

Solteiro, brasileiro

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: RH

Sara Michelli de Paiva Silva

Solteira, Brasileira

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: Marketing

Larissa Lopes de Almeida

Solteira, Brasileira

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: Diretora de Produção

Rayan Lucas Santos de Souza

Solteiro, brasileiro

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: Diretor Financeiro

Estevão Augusto da Silva

Solteiro, brasileiro

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: Vendas

Luiz Gustavo Pereira Mello

Solteiro, brasileiro

Formação: Etec Nair Luccas Ribeiro

Qualificação: cursando “Técnico em administração” pela instituição Nair Luccas Ribeiro

Atribuições: Vendas

6. FONTES DE RECEITA

Conforme Gitman (2010), profissionais de todas as áreas de responsabilidades em cada empresa precisam interagir com os procedimentos de finanças para desempenhar suas tarefas, e para que os administradores financeiros possam fazer previsões e tomar decisões úteis. A função da administração financeira pode ser descrita por meio de seu papel na organização, de sua relação com a teoria econômica e as ciências contábeis e das principais atividades do administrador financeiro.

“A meta da empresa é estender o prazo de pagamento ao máximo, sem prejudicar seu rating de crédito. Isso significa que as contas devem ser pagas no último dia possível, dados os termos de crédito anunciado pelo fornecedor. Por exemplo, se os termos forem líquidos 30, a conta deve ser paga 30 dias após o início do período de crédito, que costuma ser a data final da fatura ou o final do mês em que ocorreu a compra.”

(GITMAN, 2010, p. 583).

Essa seção mostra os lucros que cada grupo de clientes traz para uma empresa. As diferentes formas pelas quais as empresas podem gerar receita são conhecidas como fontes de receita. Elas podem ser categorizadas em uma variedade de categorias, como vendas de produtos, prestação de serviços, receitas de investimentos, taxas de uso e aluguel, entre outras.

A diversificação das fontes de receita é essencial para manter a estabilidade financeira e minimizar os riscos, de acordo com Osterwalder e Pigneur (2011, p. 31) um mecanismo de precificação diferente pode ser usado para cada fonte de receita. O tipo de mecanismo de preço escolhido pode afetar significativamente a receita gerada. O preço fixo e o preço dinâmico são os dois tipos principais de mecanismos de preço. Uma abordagem eficaz para reduzir essa abordagem, que depende de um fluxo de caixa único, permite a eliminação de riscos e a exploração de novas oportunidades de entrada no mercado.

7. NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

Observou-se a necessidade de discussões para a promoção de uma cultura inclusiva com a contratação de PCDs e equidade no mercado de trabalho. A empresa MDPI, atenderá o mercado de acordo com as necessidades de seus clientes. Atualmente em Teodoro Sampaio a maioria das empresas necessitam de treinamento e desenvolvimento de equipes e demonstram uma necessidade quanto a assessoria ao departamento de recursos humanos com isso, observa-se uma oportunidade de implantar uma empresa que irá fornecer consultorias e treinamentos com excelência para o ingresso de pessoas deficientes físicas no mercado de trabalho, com qualidade e bom atendimento aos empresários contratantes. Observa-se na implantação da MDPI uma oportunidade de implantar uma organização que visa a saúde física e intelectual das pessoas que querem ser incluídas em empresas e/ou que estão aptas a contratação de PCDs por opção da gestão ou para que cumpram a legislação vigente.

Hoje na cidade não há nenhuma empresa do segmento que ofereça os serviços propostos pela MDPI, assim, percebe-se o um diferencial competitivo na promoção de inclusão de PCDs por meio de um atendimento personalizado, ambiente diferente no qual o cliente se sinta à vontade e incluso em todos os serviços que ele for exercer.

“Precisamos trabalhar com a verdade e com a equidade, respeitando os princípios da colegialidade, coletividade, cordialidade, empatia e alteridade. Precisamos ser sinceros com nós mesmos e com as pessoas; e, criar um conceito de quem somos realmente. Pessoas irão nos criticar por sermos quem somos, mas, o que faz toda a diferença é sermos quem somos de fato. Por isso, melhorar, precisamos sempre, estagnar, é um grande erro! “(Thiago Queiroz, 1998)

Na empresa MDPI, será trabalhado com a equidade dos PCDs, incluindo os serviços adequados e treinamentos específicos para a adequação necessária dentro da organização. A instituição exercerá um serviço que contenha a empatia e o trabalho em equipe será o maior foco para um bom funcionamento das empresas que solicitarem a consultoria.

8. CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO

A MDPI é uma organização que promove a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, fortalecendo a economia e beneficiando as empresas. As principais tendências futuras incluem o uso de tecnologias assistivas, ou seja, com o uso de recursos e serviços que visam promover a acessibilidade e inclusão social de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, a valorização da diversidade e inclusão, adaptação à automação e inteligência artificial, e o fortalecimento de legislações inclusivas.

Essas práticas tecnológicas aumentam a competitividade das empresas, reduzem custos sociais, melhoram a qualidade de vida e fomentam a inovação, tornando a inclusão de pessoas com deficiência um aspecto estratégico para o mercado e para a economia.

9. RECURSOS HUMANOS

A gestão de recursos humanos (RH) é a área responsável por administrar as pessoas dentro de uma organização, ela é muito importante para os sucessos de uma organização por várias razões: atração e retenção de talentos; desenvolvimento e treinamento; engajamento e satisfação dos funcionários e gestão de desempenho.

A empresa MDPI, enxerga seus colaboradores como peça-chave para o sucesso do negócio, antes de tudo como funcionário e principalmente, como pessoa. O objetivo principal da empresa é alinhar as necessidades dos colaboradores com os objetivos da empresa, garantindo um ambiente de trabalho produtivo, harmonioso e motivador.

“A gestão de pessoas é uma área muito, sensível [...], pois depende de vários aspectos como, a cultura que existe em cada organização, estrutura organizacional, tecnologia utilizada, além de outras variáveis importantes” (Chiavenato, 2010 p.8).

Chiavenato sugere que uma gestão de pessoas eficaz deve levar em conta essa complexidade e ser adaptativa às condições específicas de cada organização. A empresa irá ter uma cultura que molda comportamentos e atitudes dos colaboradores, uma organização estruturada com hierarquias e departamentos, sua tecnologia terá ferramentas e sistemas tecnológicos que vão influenciar nos processos de comunicação, treinamento e avaliação.

5.1 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Recrutamento e Seleção é uma área de Recursos Humanos que objetiva atrair, escolher e contratar a pessoa certa para uma vaga de emprego. Assim, o processo de recrutamento e seleção de pessoas é uma avaliação que ocorre por meio de entrevistas, testes de competências e fit cultural.

De acordo com Mariana Dias, “O processo de Recrutamento e Seleção de pessoas está presente em diferentes formas na sociedade desde os primórdios do capitalismo. É um dos processos mais importantes de qualquer empresa e envolve diferentes técnicas, metodologias e etapas e vem se transformando nos últimos anos. “(DIAS, Mariana, 31 de julho de 2024).

O recrutamento é um componente do Recursos Humanos encarregado de atrair candidatos para as oportunidades de trabalho existentes numa entidade. O processo de recrutamento pode ser realizado tanto para posições em aberto atualmente quanto para posições de banco de talentos.

Seleção de pessoas: na vez que a vaga conquiste uma certa quantidade de candidatos durante o processo de recrutamento, um ou mais candidatos serão identificados como os mais adequados para a posição durante a seleção.

Enquanto a seleção é a atração de candidatos para o recrutamento na vaga de emprego, a apuração de pessoas está relacionada à escolha dos candidatos mais adequados para cada vaga.

5.2 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

O Treinamento e desenvolvimento é o processo de modificação no comportamento dos colaboradores, visando a aquisição de habilidades relacionadas às tarefas do cargo – atendendo aos padrões e aumentando a produtividade, aperfeiçoamento de desempenhos e das relações interpessoais. Segundo Boog (2001, p. 78) o treinamento começa como uma resposta a uma necessidade ou a uma oportunidade em um ambiente organizacional. Os resultados de um treinamento geralmente são satisfatórios e obtidos a curto prazo, por isto, a sua grande aceitação por parte das empresas e dos colaboradores.

MILKOVICH e BOUDREAU (2000) relatam o desenvolvimento como o processo de treinamento em longo prazo para aperfeiçoamento das habilidades e aptidões pessoais e profissionais.

Em geral, os resultados de um treinamento são obtidos em curto prazo e são satisfatórios. O processo é muito importante para que determinado funcionário possa evoluir e assumir uma nova posição ou progredir para melhorar no cargo que já está. O objetivo é que ele seja um profissional mais completo. Conseqüentemente, ele entregará trabalhos com mais qualidade. Além disso, a ferramenta ainda poderá motivar características importantes para qualquer nível hierárquico, tais como a proatividade, empatia e criatividade.

5.3 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

As contínuas transfigurações no poder das relações mercantis como a multinacionalização dos mercados dos mercados colocam às empresas o desafio de rever e reestruturar as suas estratégias comerciais. Essa busca por melhores resultados tornou-se essencial para a sobrevivência da empresa.

Para Rodrigues e Sellitto (2009), a avaliação de desempenho por meio de indicadores é uma forma de conectar a estratégia com a realidade, serve de referência para verificar se houve melhoria ou não. O desempenho pode ser medido por padrões qualitativos e quantitativos, tangíveis ou intangíveis.

A avaliação de desempenho permite melhorar processos, escolher, reconhecer, identificar tendências e estabelecer padrões de qualidade. Rodrigues e Sellitto (2009) dão como exemplo o caso que permitiu unificar algumas políticas básicas para muitos fornecedores, utilizando o critério de agrupá-los de acordo com o desempenho.

Para Medeiros (2016), a avaliação de desempenho é utilizada para compreender melhor o ambiente operacional, verificar se a produtividade e o uso de

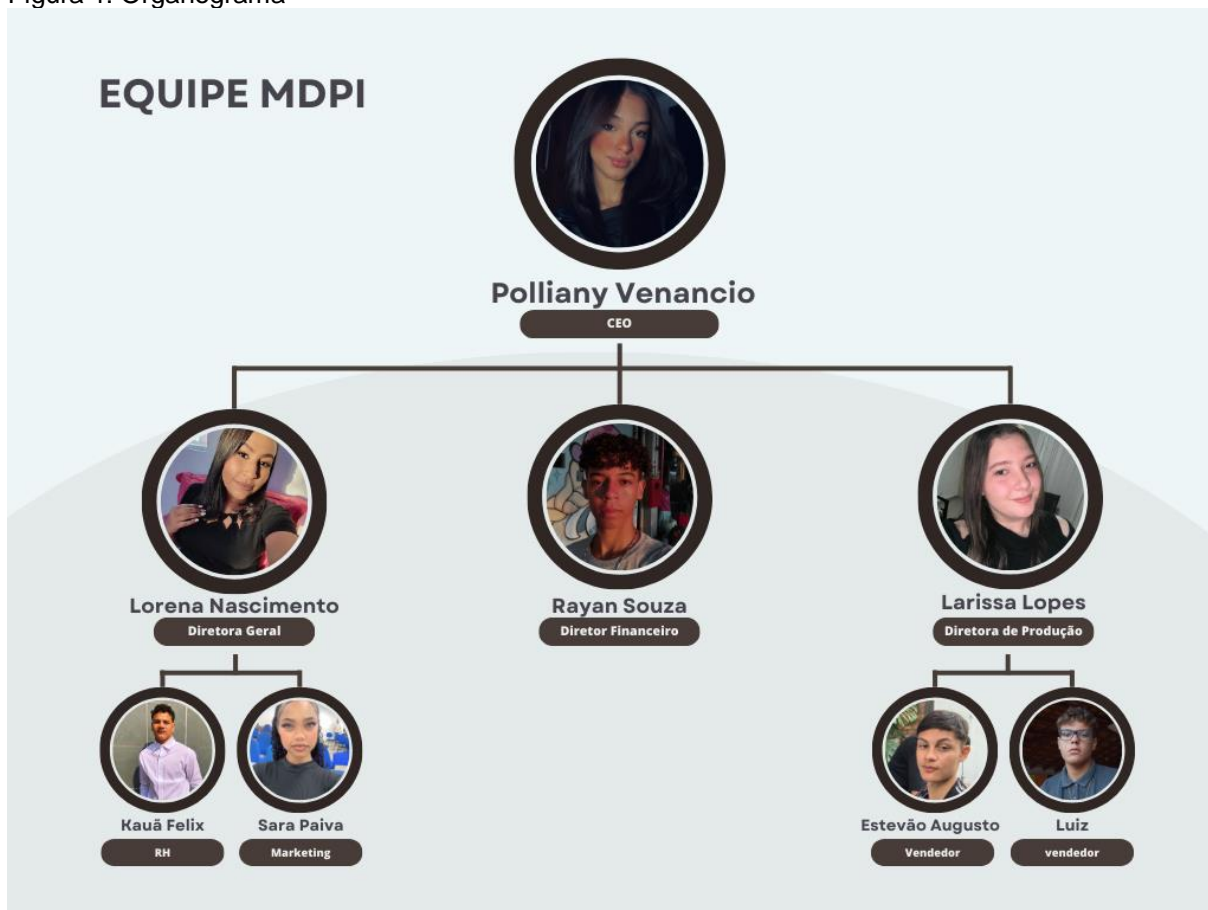
recursos estão alinhados com a estratégia macro, comparar unidades operacionais e identificar o que pode ser melhorado, entre outros objetivos.

Após a decisão do serviço que a empresa irá adquirir, iniciaria o processo do serviço dentro dos requerimentos da empresa, após a conclusão, enviaríamos um forms para receber os feedbacks daquela empresa, sendo assim a empresa adotará as seguintes estratégias de avaliação de desempenho:

- Análise de relatórios financeiros e administrativos; Pesquisa de Clima Organizacional
- Análises de metas planejadas e realizáveis.

5.4 ORGANOGRAMA

Figura 1: Organograma



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

5.5 CARGOS E SALÁRIOS

O plano de cargos e salários é bem estruturado, elevando a produtividade e mitigar despesas desnecessárias gerando mais lucro, por meio de recursos já existente na empresa, também possibilitando a empresa a organizar os cargos de acordo com a relevância para a corporação, assim, oferecendo salários alinhando às responsabilidades exigida de cada cargo e ao comparativo ao mercado.

Tabela 1: Pro-labore

Cargo/função	Pro-labore
CEO	R\$ 6.512,00
Diretor Geral	R\$ 4.300,00
Diretor Financeiro	R\$ 3.500,00
Analista de RH	R\$ 4.000,00
Diretor de Marketing	R\$ 3.380,00
Gerente de Produção	R\$ 3.100,00
Vendedor	R\$ 2.412,00
Recepcionista (a contratar)	R\$ 1.412,00

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

A tabela 1 descreve o pró-labore dos sócios conforme as competências, habilidades e responsabilidades, a saber:

Polliany Venancio (CEO): Um diretor executivo (CEO) é o principal cargo de uma empresa e suas responsabilidades incluem resolver e tomar decisões importantes, gerenciar os recursos e operações gerais de uma organização e atuar como o ponto central de comunicação entre o operacional e o conselho de administração. Os CEOs geralmente são responsáveis por determinar a direção estratégica da empresa e garantir que os objetivos sejam implementados por meio de etapas funcionais. Além disso, eles assumem o comando na criação da cultura organizacional. Ressalta-se, que o CEO também é responsável por determinar as estratégias da empresa e quais serão as políticas de gestão que serão utilizadas na organização para garantir que as metas sejam alcançadas. O CEO, também é responsável por colocar em prática as decisões tomadas no conselho de administração da empresa.

Lorena Nascimento (Diretora Geral): O diretor geral é o gestor executivo de empresas definem e reveem as políticas e planeiam, dirigem, coordenam e monitorizam todas as atividades de empresas ou organizações, com o apoio de outros gestores, seguindo as orientações definidas pelo conselho de administração ou direção, a quem reportam em termos de gestão e de resultados. É responsável por tomar decisões junto ao ceo, gerenciar os recursos de cada setor, supervisionar as

operações gerais e servir como ponto central de comunicação entre os funcionamentos da empresa e seu conselho de administração.

Rayan Souza (Diretor Financeiro): Uma das principais responsabilidades do CFO é garantir a saúde financeira da empresa, desenvolvendo estratégias financeiras de longo prazo e tomando decisões estratégicas relacionadas aos investimentos e à alocação de recursos. Eles trabalham em estreita colaboração com outros executivos e líderes de departamento para garantir que as metas financeiras sejam alcançadas e que a empresa esteja em uma posição sólida para o crescimento futuro.

Larissa Lopes (Diretora de Produção): Um diretor de produção é responsável por coordenar e supervisionar todas as atividades envolvidas na produção de um projeto. Dirigir as equipes durante a realização; supervisionar a criação, a pré-produção, a organização da produção, a realização, a montagem, a apresentação, a pós-produção e finalização.

Kauã Felix (Gerente de RH): Um Gerente de Recursos Humanos é o profissional responsável por coordenar o time de RH de uma empresa. Essa pessoa desenvolve estratégias alinhadas com o objetivo do negócio e com as necessidades do departamento de Recursos Humanos, além de fazer o acompanhamento das metas e da equipe. Uma Pessoa Gerente de Recursos Humanos coordena o time de RH de uma empresa e ajuda a pensar estrategicamente processos relacionados à marca empregadora, recrutamento e seleção, admissão, entre outras tarefas do RH. Por isso, um profissional responsável pelo time de Gente & Gestão, ou RH, é essencial para qualquer organização que queira ter os melhores talentos do mercado e ser conhecida como a empresa dos sonhos.

Sara Paiva (Gerente de Marketing): Um gerente de marketing é um profissional responsável por liderar e coordenar as estratégias de marketing de uma empresa ou organização. Sua principal função é promover a marca, produtos ou serviços para alcançar os objetivos de negócio, impulsionar as vendas e aumentar a visibilidade da empresa no mercado. Além disso, ele desenvolve planos e estratégias de marketing, que envolvem pesquisas de mercado para identificar oportunidades, análise da concorrência e definição do público-alvo. O gerente de marketing supervisiona a criação de materiais promocionais, como folhetos, catálogos, anúncios, vídeos e banners, garantindo que estejam alinhados com a identidade da marca e a

mensagem desejada. Ele também é responsável por acompanhar o desempenho das campanhas, analisando métricas e resultados, ajustando as estratégias conforme necessário para obter melhores resultados.

Estevão Augusto e Luiz Gustavo (Vendedores): A responsabilidade dos vendedores é realizar atendimento a clientes, negociar preço, prazo, condições de pagamento e descontos da venda, orientar quanto às especificações dos produtos e/ou serviços. Controlar os pedidos dos clientes, qualidade dos produtos e prazo de entrega estabelecido.

5.6 PLANO MOTIVACIONAL

O plano motivacional consiste em um conjunto de ações motivacionais para funcionários com o foco de tornar o ambiente de trabalho em um local mais satisfatório e impulsionador. Ter ações que incentivem a cultura organizacional no ambiente de trabalho ajuda a equipe a continuar se engajando nas suas atividades.

É imprescindível que cada indivíduo dentro da empresa tenha a sua meta clara, assim como um espaço e incentivo para alcançar seus objetivos dentro da corporação. É papel da gestão de pessoas da empresa pensar em ações de motivação dos colaboradores. Nesse sentido, o plano de ação para motivar equipes serve para continuar engajando o time ou para melhorar problemas que eventualmente possam ameaçar a saúde da cultura organizacional da empresa.

Motivar suas equipes oferece diversas vantagens para seus funcionários, sua empresa e a imagem da sua corporação com seu cliente. Isso porque, além de melhorar a qualidade de vida dos colaboradores, também traz um retorno de marketing para sua empresa. Na organização MDPI, terá um foco de motivações no aniversário da empresa e em dias comemorativos, como natal, Dia das Mães, páscoa etc., esse plano será construído através das necessidades que a empresa irá localizar com uma ampla visão da motivação dos funcionários. O plano terá confraternizações

e vales presentes nas datas comemorativas, em aniversários de funcionários terá uma folga para aquele colaborador se sentir incluso e acolhido pela empresa.

Para Simon Mainwaring (2024), as marcas devem empoderar a sua comunidade para que seja por si mesma o agente de mudança. Neste sentido, a MDPI trabalhará com o empoderamento dos colaboradores para obtermos um clima organizacional equilibrado. Logo, será aplicado a cada 3 meses o plano do clima organizacional para termos a base do funcionamento da empresa e o emocional dos funcionários. Em seguida, após a avaliação do clima, a empresa fará as devidas providências se houver alguma pendência. Assim, visando um clima confortável e equilibrado.

5.7 ESTILO DE LIDERANÇA

O ato de liderar é exercer a capacidade de influenciar pessoas (FIORELLI, 2004). Todo líder possui em si um comportamento no qual se fundamenta a condução de seu trabalho. O estilo de liderança, sob a perspectiva do modelo de liderança situacional de Hersey e Blanchard consiste em uma teoria de gestão de equipes que se baseia na adaptação do estilo de liderança de acordo com o contexto e com os profissionais que compõem a equipe.

Segundo a teoria da situação, através da utilização de estilos de liderança eficazes, é possível conseguir um aumento na eficácia das pessoas no processo. Para Bennis e Burt (1988), liderança é o que propicia a uma organização sua visão e capacidade para transformar essa visão em realidade.

Sem essa transformação, que ocorre entre líderes e seguidores, não haverá bom funcionamento organizacional. Influenciada pelas disputas acirradas no mercado e pelas mudanças ocorridas constantemente no mundo em inovação, as empresas passaram a exigir cada vez mais de seus líderes. Diante desse fato, velhos paradigmas organizacionais foram se renovando de forma mais veloz, trazendo novas teorias e conceitos de liderança consolidados.

O estilo de liderança adquirido pela empresa MDPI foi a liderança Autoritária, ou também conhecida como estilo de liderança Autocrática. A liderança autoritária é um estilo de liderança em que o líder exerce um forte controle sobre os seus seguidores ou colaboradores, tendo poder e controle claros sobre os seus colegas. A tomada de decisão é centralizada, uma única pessoa que toma as decisões críticas e toma decisões com pouco ou nenhum contributo deles. Um líder autoritário tem uma visão clara do quadro geral, mas só envolve o resto da equipe por meio de tarefas individuais ou conforme necessário.

10. O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES

Levando em consideração o cotidiano atribulado do brasileiro, que cada vez precisa de soluções eficientes e inclusivas no mercado de trabalho global que incluam todos os trabalhadores de forma regulamentada e igualitária sem exclusão assim proporcionando uma possibilidade igual a todos do ramo, dando condições ao colaborador com os EPIs, estruturas adequadas, logística correta e ambiente perfeito e sem desfavorecimento a um ou outro e sim oferecendo possibilidades iguais sem exclusão. Após a contato da empresa em necessidade do serviço e feito o contato desde a comunicação até a parte final do pagamento do serviço oferecido, prosseguirá com a mudança e implementação da nova logística ou forma de trabalhar qualificada, tanto com os EPIs necessários aos trabalhadores, quanto mudança ou adaptação da estrutura para o melhor desempenho dos colaboradores, até o treinamento com os profissionais legalizados e aptos com a melhor abordagem e desenvolvimento, seguindo todas as (NRS) normas regulamentares dos trabalhadores e obedecendo os limites, "A inclusão é um direito, não um privilégio." – Ban Ki-moon, ex-Secretário-Geral da ONU, enfatiza que a inclusão social deve ser garantida a todos como um direito humano fundamental*.

Tendo em vista por não ser um mercado atualmente muito abrangente ou famoso desse meio, tem possibilidade de prosperar, por não ter tantas empresas experientes ou com real interesse nessa parte, a (MDPI) tem uma grande possibilidade de crescimento no meio e possivelmente destaque pela capacitação qualificada dos empregados junto com sua administração.

11. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA

Os conceitos iniciais de Concorrência Direta e Concorrência Indireta, que, segundo Kotler (2000) explica como é a Concorrência Direta aquela na qual as empresas oferecem produtos similares que suprem a necessidade do cliente de forma muito parecida, enquanto a Concorrência Indireta, é aquela que pode ser descrita por esforços produtivos que resultam em produtos diferentes, mas que podem suprir ainda que de outra forma, as necessidades similares de grupos de clientes. Analisamos os concorrentes diretos da nossa cidade e região e chegamos à conclusão de que temos ganhado o poder de competitividade com alguns deles.

O empreendimento Instituto Modo Parités que surgiu em 2015 em nosso país, já conquistaram muitos clientes fiéis no mercado. A sua estrutura está bem localizada no local, onde se concentra o fluxo de comércio de sua cidade. O seu produto é de uma qualidade regular e conta com um preço acessível para a classe B e C. O seu atendimento é muito falho, pois há muitos clientes e poucos atendentes, assim são muito insuficientes, entretanto, essa empresa possui variedades em produtos, eles dispõem consultorias para a inclusão de pessoas PCDs em lojas fortes como Magazine Luiza, Mercado Livre.

Analisamos que esse concorrente, mesmo com suas falhas de atendimento, está na frente da nossa empresa, pois, conta com parcerias fortes, além do fato que uma boa parte da população já está acostumada com eles. Eles já conquistaram muitos clientes, mas mesmo com isso a nossa empresa irá focar no atendimento e boa qualidade para ultrapassar essas marcas e nos tornamos superior.

O empreendimento KORU é uma empresa que está competindo indiretamente com nosso negócio, é uma empresa que já está no mercado há muito tempo, contudo, não consegue conquistar muitos clientes devido ao seu preço.

A sua estrutura não é muito bem localizada, pois, é um pouco distante do fluxo de comércio. O seu produto é uma boa consultoria e conta com um preço direcionado ao público de classe alta. O seu atendimento é de boa qualidade e conta com vários atendentes, porém a empresa não possui variedades de atendimento.

A MDPI, tem potencial para ser superior a esses empreendimentos, com variedade em produtos, qualidade, consultoria diversificada, treinamento diferenciado e um preço acessível ao público da classe B da cidade de Teodoro Sampaio e região.

“Se você conhece o inimigo como a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas. Se você se conhece, mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota. Se você não conhece nem o inimigo nem a si mesmo, perderá todas as batalhas.”
(Tzu, Sun, 1981 apud Hooley, Sanuders; 1996, p. 163)

A MDPI está voltada para a concorrência direta com as empresas de consultoria, oferecendo palestras, treinamentos para que assim, as empresas estejam dentro da LEI e prontas para que recebam as pessoas com pcd já com a estrutura da empresa correspondente as normas pedidas.

12. ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Ao se tratar de fornecedores, a empresa MDPI contará com um sistema de cadastro de fornecedores com o objetivo de obter informações sobre as empresas instaladas no Brasil, qualificadas para o fornecimento de bens, materiais, produtos e serviços para a nossa empresa.

Manteremos esses cadastros sempre atualizados para termos informações a tempo e a hora. Nesses cadastros teremos os dados e critérios como: confiabilidade, serviços pós-venda, habilidades técnicas e capacidade de produção. Analisamos e concluímos que os nossos fornecedores serão empresas focadas em mentoria, na qual será estudado e analisado as necessidades que a organização MDPI tem de atualização profissional.

Segundo Katiane de Fátima Fortes Silva (2010), a mentoria tem sido ressaltada como uma inovação em termos de estratégia de gestão de pessoas, visando à orientação, ao desenvolvimento e ao crescimento de pessoas nas organizações. No Brasil ainda é um tema pouco explorado academicamente, e pouco utilizado formalmente pelas empresas e organizações. No entanto, muito se tem falado, atualmente, sobre a implementação dos programas de mentoria nas organizações, bem como a procura de um mentor ou de um coach, pelos indivíduos, com vista a desenvolver as habilidades em benefício pessoal e profissional.

“As empresas estão cada vez mais racionalizando sua base de fornecedores. Empresas e fornecedores estão estreitando suas relações e criando sistemas de parceria em que ambos atuam de forma harmoniosa.” (CHING, 1999, p. 61)

Desta forma, os fornecedores são necessários para a empresa ter o produto exigido pelo mercado, ressalta-se que a empresa MDPI, terá outras organizações que fornecerão a mentoria para a concretização dos serviços prestados.

13. ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS

A MDPI se compromete a oferecer consultoria para empresas que desejam promover a inclusão de PCDs no mercado de trabalho. Para garantir que seus clientes cumpram as normas pertinentes, a MDPI seguirá rigorosamente a Lei de Cotas (Lei 8.213/91), que exige a contratação de PCDs por empresas com mais de 100 funcionários. Além disso, a empresa orientará sobre as diretrizes da ABNT NBR 9050, assegurando que os ambientes de trabalho sejam acessíveis e inclusivos.

A MDPI também se dedicará a acompanhar as diretrizes do CONADE, visando que todas as práticas respeitem os direitos das PCDs. Com essas orientações, a MDPI não apenas ajudará as empresas a atenderem às exigências legais, mas também promoverá um ambiente de trabalho que valoriza a diversidade e a inclusão, contribuindo para o crescimento sustentável e o impacto positivo na sociedade.

ECONOMIA

A economia do município de Teodoro Sampaio se destaca pela alta regularidade de vendas e pelo elevado potencial de consumo, no entanto a cidade possui um pequeno número de novas oportunidades de negócios, com mercado determinado ou específico.

Em 2021, o PIB per capita do município era de R\$ 26.801,81, posicionando-o na 427ª colocação entre os 645 municípios do estado e na 2427ª posição entre os 5570 municípios do Brasil. Esses dados indicam que o PIB per capita é relativamente baixo em comparação com outros municípios.

Em 2023, o percentual de receitas externas alcançou 88,05%, colocando o município na 137ª posição entre os municípios do estado e na 2442ª posição a nível nacional. Um alto percentual de receitas externas sugere que o município depende significativamente de transferências e recursos de fora, o que pode ser interpretado como uma fragilidade econômica local, apesar de representar uma fonte importante de financiamento.

DEMOGRAFIA

Teodoro Sampaio, o maior município em área territorial com 1.555,803km² quadrado. De acordo com a última pesquisa feita pelo IBGE 2022 Teodoro Sampaio tem uma população de 22.173 pessoas. Com as pesquisas de campo, com a pesquisa de campo realizada pela empresa MDPI uma aceitação parcial das empresas. Apesar de ser difícil a mudança de cultura de um povo, o negócio teve uma boa aceitação pelo nosso público-alvo, por ser uma nova oportunidade nesse ramo onde nunca se implementou-se antes.

TECNOLOGIA

Segundo Albert Einstein ao afirmar que: "O espírito humano precisa prevalecer sobre a tecnologia", evidencia a necessidade de mudanças nas atitudes humanas frente ao desenvolvimento tecnológico, pois o espaço ilimitado da internet tem gerado a proliferação de discursos carregados de ódio e preconceito. Como resultado disso, a sociedade regride eticamente e infringe as leis constitucionais, por conta da morosidade legal. Desse modo, nota-se a indispensabilidade de medidas que possam coibir a problemática.

A tecnologia ela tem sua importância pois ela moldou a forma como vivem, se comunicam, e nos seus relacionamentos. Os avanços tecnológicos influenciaram a comunicação, a medicina, a educação e trabalho e também afetam nossas conexões pessoais, desde as virtuais até as presenciais. O papel e importância da tecnologia são cruciais na vida dos seres humanos.

A empresa MDPI pretende inovar no processamento utilizando o sistema de gestão com o cliente (CRM). Eles são projetados para gerenciar interações e

relacionamentos com leads e clientes. Eles armazenam dados importantes, como informações de contato, histórico de compras e preferências, para melhorar o atendimento ao cliente e impulsionar as vendas. O negócio irá integrar o CRM com outras ferramentas como planilhas, ERP e canais de marketing, o CRM é a solução para agilizar o atendimento dos leads e melhorar a experiência do cliente na jornada de compra. Computadores conectados por um sistema de software para que todos os setores da empresa fiquem interligados.

ASPECTO SÓCIO-CULTURAIS

A cidade de Teodoro Sampaio adotou uma cultura simples assim já acomodado com a habituada. Pesquisas realizadas por nossa equipe mostraram justamente isso, por ser uma cidade estagnada, teríamos alguns problemas de aceitação, porém nada impediria que empreendedores consumissem nossos serviços.

O principal motivo que influenciaria a ida dessas pessoas a MDPI, seria para o cumprimento de normas e leis, facilitando o trabalho de adaptação da estrutura e infraestrutura, treinamento especializado e se necessário a implementação de epi necessários aos colaboradores da empresa, mudança de abordagem para aqueles que necessitam de uma maneira especial e possivelmente a promoção de um melhor ambiente a todos sem exclusão.

ASPECTOS AMBIENTAIS – PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL

O Plano de Gestão Ambiental (PGA) é um documento técnico solicitado no licenciamento ambiental que norteia a etapa de acompanhamento da Avaliação de Impacto Ambiental (AIA) de atividades ou de empreendimentos, é um documento exigido pelo órgão ambiental no licenciamento ambiental de atividades e de empreendimento. Segundo Morrison Saunders, a etapa de acompanhamento da AIA envolve monitoramento, avaliação, gestão e comunicação do desempenho ambiental do projeto sistematiza as ações e atividades que constituem as medidas de prevenção e tratamento dos impactos ambientais e de monitoramento ambiental, incluindo as diretrizes de adoção dessas medidas e seu detalhamento executivo, podendo ser dividido em programas de ação específicos. Além disso, o PGA tem por finalidade informar a todos os atores envolvidos e quaisquer interessados sobre o desempenho ambiental do projeto.

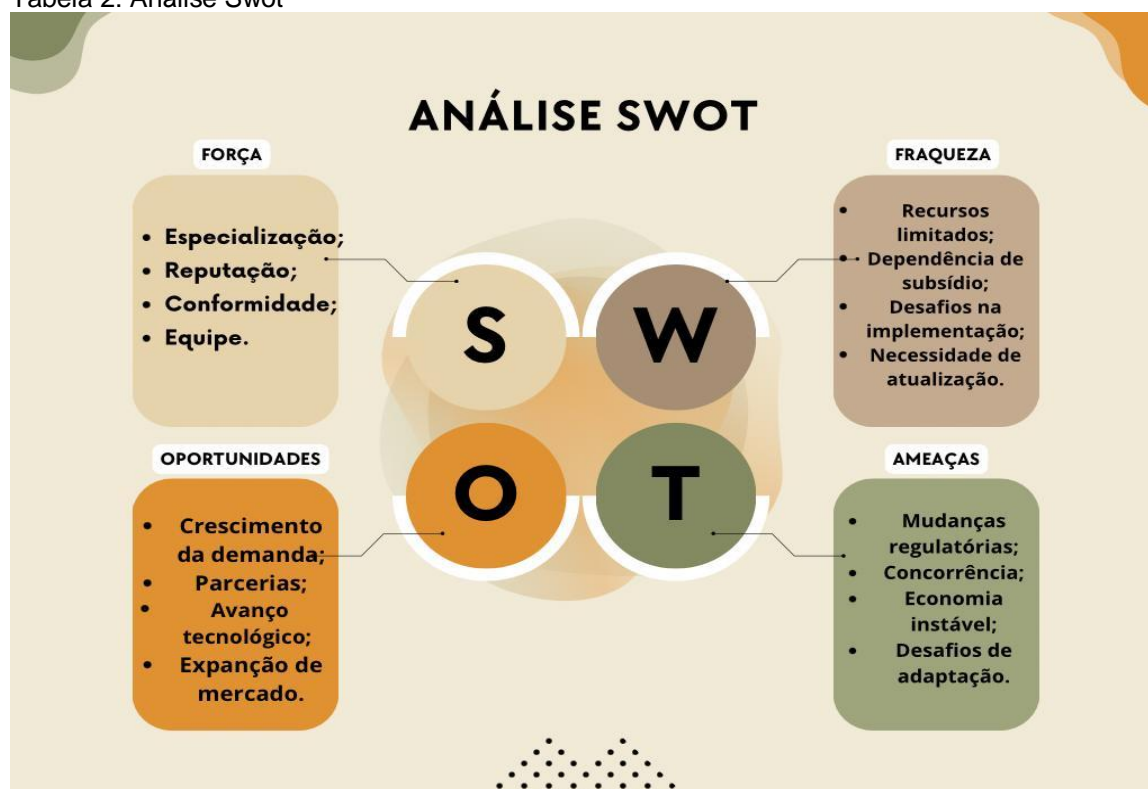
Na empresa MDPI, o serviço prestado será digitalmente, conseqüentemente não haverá descartes que afetem o meio ambiente, mas a organização tem uma visão aberta para a preservação ambiental. Com isso, será disponibilizado papéis sustentáveis, visando o descarte correto e que não seja agressivo com o ambiente. A empresa está focada em minimizar os efeitos de violência contra o meio ambiente, visando um serviço limpo e estratégico para o pleno funcionamento da organização. A MDPI não precisará de um licenciamento, por ser uma empresa que não atingirá diretamente o meio ambiente, terá controles de sustentabilidade, e recursos éticos que visa o cuidado com o meio ambiente.

Considera-se impacto ambiental qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetam: I - a saúde, a segurança e o bem-estar da população; II - as atividades sociais e econômicas; III - a biota; IV – as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente; V - a qualidade dos recursos ambientais (CONAMA, 1986).

Este impacto no ecossistema natural da Terra faz com que a questão ambiental passa a ser discutida em amplo aspecto, seja ele político, econômico, científico e social. As organizações empresarias vivenciam na prática este tipo de discussão (STEPHANOU, 2009), sendo assim práticas de gestão ambiental, responsabilidade social e ambiental, marketing ambiental passa a ter uma importância muito elevada para toda empresa.

ANÁLISE SWOT

Tabela 2: Análise Swot



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Forças:

Especialização: Conhecimento profundo das necessidades de PCDs.

Reputação: Imagem positiva por compromisso social.

Conformidade: Cumprimento das leis de inclusão.

Equipe: Profissionais capacitados em acessibilidade.

Fraquezas:

Recursos Limitados: Orçamentos restritos podem limitar expansão e inovação.

Dependência de Subsídios: Risco associado a mudanças em incentivos governamentais.

Desafios na Implementação: Dificuldade em garantir soluções inclusivas em todos os contextos.

Necessidade de Atualização: Necessidade constante de treinamento e atualização.

Oportunidades

Crescimento da Demanda: Aumento da conscientização sobre inclusão.

Parcerias: Oportunidades de colaboração com outras organizações e empresas.

Avanços Tecnológicos: Novas tecnologias para melhorar a inclusão.

Expansão de Mercado: Potencial para novos mercados e segmentos.

Ameaças

Mudanças Regulatórias: Alterações nas leis podem impactar a operação.

Concorrência: Aumento de competidores no mercado de inclusão.

Economia Instável: Crises econômicas podem reduzir investimentos em inclusão.

Desafios de Adaptação: Necessidade de se adaptar rapidamente às mudanças no mercado e expectativas

14. PLANO ORGANIZACIONAL

A ESTRATÉGIA COMPETITIVA ESCOLHIDA PELA EMPRESA

Uma estratégia competitiva é um plano de ação que uma empresa adota para se destacar no mercado e superar os concorrentes. Ela envolve a definição de como a empresa pretende criar valor para seus clientes e se posicionar em relação à concorrência, levando em consideração fatores como preço, qualidade, inovação e atendimento ao cliente.

Isso inclui como ela se comporta em relação aos concorrentes e qual o seu tipo de vantagem sobre eles. O termo "estratégia competitiva" se refere a como uma empresa decide competir em um mercado em resposta às estratégias e posições de seus competidores de modo a ganhar uma vantagem competitiva sustentável.

Definido o posicionamento estratégico da empresa, através da escolha de uma estratégia competitiva genérica a ser perseguida, o passo seguinte é a definição das vantagens competitivas sustentáveis a serem desenvolvidas ou aproveitadas, a partir das competências e recursos disponíveis na empresa. Uma estratégia competitiva é um plano de ação que uma empresa adota para se destacar no mercado e superar os concorrentes. Ela envolve a definição de como a empresa pretende criar valor para seus clientes e se posicionar em relação à concorrência, levando em consideração fatores como preço, qualidade, inovação e atendimento ao cliente.

A estratégia adquirida pela empresa MDPI foi a estratégica Analítica, que estuda o ambiente interno e externo da empresa, com o objetivo de avaliar seus componentes presentes e futuros.

Jim Collins diz, que grandes empresas não se concentram em ser as melhores do mundo, mas sim em serem as melhores para o mundo. Portanto as empresas devem ter uma visão mais ampla do sucesso, considerando não apenas suas metas internas, mas também o impacto que têm no mundo ao seu redor. Essa filosofia pode levar a um crescimento mais sustentável e a um legado duradouro.

MDPI se desenvolvera no meio de trabalho com a junção de qualidade aliada ao preço, para obter melhor desenvolvimento não renunciando à qualidade,

mas também dando ênfase ao preço do serviço para melhor desenvolvimento no mercado de trabalho e avaliações com os feedbacks dos clientes.

INOVAÇÃO

A inovação pode ser definida como a criação de algo novo ou a melhoria de algo existente. Esse processo envolve o desenvolvimento de novas ideias, produtos, serviços ou até métodos de soluções para resolver determinados problemas. É importante porque estimula a criatividade, pois desafia as equipes a pensar de maneira diferente e a encontrar soluções únicas para os problemas.

A MDPI é inovadora pois esse mercado não foi muito explorado, tendo em vista a iniciação de serviço nesse ramo do mercado.

COMPETÊNCIAS ORGANIZACIONAIS CRÍTICAS A ADQUIRIR

Competências críticas são habilidades, conhecimentos e atitudes que permitem que as pessoas, times e empresas se adaptem às mudanças, resolvam problemas, tomem decisões, trabalhem em equipe e se comuniquem de forma eficaz. São essenciais para enfrentar os desafios do mercado atual e mas com perspectivas para o futuro, que exigem cada vez mais criatividade, inovação e flexibilidade.

Nesta estratégia, segundo FLEURY & FLEURY (2004); a qualidade do atendimento, o preço praticado, o mix de produtos de cada loja, a identificação do perfil do cliente e necessidades são atributos que devem ser desenvolvidos e bem estruturados pela empresa. Essa estratégia é pela competência essencial que destaca a capacidade da organização em conhecer seus clientes e mercados, identificando suas necessidades para posterior antecipação , de modo pró-ativo, para aprimora-las de maneira efetiva dentro de seus serviços ofertado, uma necessidade prevista do mercado.

As principais competências organizacionais que a M.D.P.I desenvolverá estão pautadas em:

- Melhora na comunicação organizacional
- Adquirir experiência no mercado
- Atualizações de serviços
- Investimento em novas tecnologias

15. PLANO DE MARKETING

O Plano de Marketing é um documento estratégico que determina as ações e estratégias que uma empresa pretende seguir, para promover seus produtos ou serviços, alcançar seus objetivos de vendas e se posicionar no mercado. Tendo como objetivo criar estratégias claras e organizar ações de Marketing de uma entidade, aumentando a visibilidade da marca e a participação no mercado e ajudando a ter uma comunicação mais eficiente. Uma das suas principais características é gerar resultados consistentes ao longo do tempo

Segundo Antoine de Saint-Exupéry um plano de marketing sem uma estratégia é apenas um desejo. Antonie destaca, que ter um plano bem estruturado é essencial para concretizar os objetivos e que sem uma estratégia clara, é difícil ter resultados efetivos.

DESCRIÇÃO PRECISA DO MERCADO ALVO

Segundo Philip Kotler a definição do mercado alvo é indispensável, pois através dele a empresa pode influenciar os consumidores, gerando Conteúdo específicos e através destes conteúdos disseminar para outras pessoas, defendendo a marca e a empresa.

Com base nisso a empresa MDPI tende a oferecer o seu serviço para as empresas do nosso país, para ajudar a resolução de problemas que tem acontecido no brasil quando o assunto é acessibilidade e PCDs.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

O marketing tem como objetivo principal satisfazer as necessidades e desejos dos clientes e levar a empresa a um melhor posicionamento, de acordo com Kotler (1998), o marketing não deve ser apenas compreendido como “dizer e vender”, mas também, e especialmente, satisfazer as necessidades dos clientes. Se o profissional de marketing souber identificar essas necessidades, desenvolver produtos de valor superior, definir bem seus preços e realizar uma boa distribuição e promoção, esses produtos serão vendidos com facilidade, Kotler também afirma que estratégia de marketing é a lógica pela qual a unidade de negócios espera atingir seus objetivos de marketing.

Estas estratégias, segundo Fernandes e Berton (2005) devem ser direcionadas para atingir as metas da empresa, podendo ser descritas em seis linhas: mercado-alvo, posicionamento central, posicionamento do preço, proposta total do valor, estratégia de distribuição e estratégia de comunicação.

Contudo, a estratégia de marketing da MDPI será aplicada em formas de vídeos, anúncios e posts chamativos com a intenção de atrair mais o público-alvo (empresas) com interesse nos serviços oferecidos. As publicações serão feitas nas redes sociais da Mãos Dadas Pela Inclusão, de modo diferenciado e criativo.

LOGOMARCA DO PRODUTO

Figura 2: Logomarca



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

PRODUTO

A empresa MDPI é focada em oferecer serviço de conhecimento especializado, identificando problemas precocemente e auxiliando no cumprimento de regulamentações das leis trabalhistas. Para a realização completa, serão necessárias algumas etapas para o desenvolvimento eficaz, sendo elas:

Diagnóstico de Inclusão: Um feedback dos colaboradores da quela empresa para a avaliação do ambiente de trabalho atual para identificar as barreiras do ambiente de trabalho sendo elas: estruturais, físicas, culturais e processuais que dificultam ou impedem a inclusão de pessoas com deficiência.

Desenvolvimento de políticas de inclusão: Desenvolvimento de políticas de diversidade e inclusão para os trabalhadores, contento possíveis métodos alternativos para a inclusão deles no ambiente de trabalho- de acordo com as melhores práticas de mercado e exigências legais.

Adaptabilidade da infraestrutura: Dicas ou propostas para mudança da estrutura física dos espaços daquela empresa, assim adaptando os espaços físicos, equipamentos e ferramentas de trabalho e tecnologias assistivas para atender às necessidades das pessoas com deficiência.

Treinamento e Conscientização - Capacitar gestores e colaboradores sobre inclusão para ter mesmo que nunca visto antes um prévio conhecimento sobre respeito à diversidade da equipe daquela empresa, assim otimizando e melhorando o ambiente de todos aqueles trabalhadores.

Recrutamento inclusivo - Estratégias para atrair e selecionar dando ênfase a possíveis e prósperos talentos de pessoas com deficiência, promovendo um processo de seleção inclusivo e equitativo.

Monitoramento e suporte - Monitoramento contínuo para garantir que o envolvimento do seja efetivo, com os ajustes necessários e suporte ao longo de todo o processo.

Este serviço irá ajudar as empresas a promoverem a inclusão, melhorar a sua cultura organizacional e cumprir os requisitos legais para a contratação de pessoas com deficiência, reforçando a sua responsabilidade social.

PREÇO

Las Casas (2006) descreve que “o preço ajuda a dar valor às coisas e representa uma troca pelo esforço feito pela empresa vendedora através da alocação de recursos, capital e mão-de-obra dos produtos comercializados”.

Sendo uma forma de ancorar a percepção do cliente sobre o valor de um produto, para depois propor outras opções que lhe pareçam mais interessantes comparadas à primeira. Para Kotler e Keller (2006) o preço é o único elemento do mix de marketing que gera receita, os demais produzem custos, também é um dos elementos mais flexíveis, pois ele pode ser alterado com rapidez. Las Casas (2006) afirma que a concorrência é, sem dúvida, uma das grandes influenciadoras da determinação do preço. Porém o autor indica os fornecedores e até mesmo os

consumidores como variáveis importantes a serem analisadas para desenvolver as estratégias de preços das empresas.

Contendo o preço da MDPI é acessível, para todas as empresas que tiver interesse nos pacotes, consultorias ou treinamentos, visando todo o processo desde o início até o fim.

DISTRIBUIÇÃO

De acordo com Cunha (2001, p. 290) um canal de distribuição “é uma estrutura operativa, um sistema de relações ou várias combinações de organizações, através das quais um produtor de bens e serviços turísticos vende ou confirma a viagem ao comprador”. As ligações feitas entre o produtor (oferta) e o comprador (demanda) podem ser direta (call center, site da empresa na Internet) ou indireta, através de um ou mais intermediários (agências de viagens, operadores turísticos, organizações locais e regionais etc.). A escolha de uma venda direta ou indireta e a seleção dos canais de distribuição apropriados essencialmente envolve a escolha entre cobertura de mercado e custos associados. Portanto, desenvolver um efetivo sistema de distribuição é crítico para o desenvolvimento e o marketing de qualquer destino turístico bem-sucedido (Knowles e Grabowski, 1999)

A distribuição da empresa MDPI, será canal direto, no qual o vendedor da organização entregaria o serviço direto para o cliente, a distribuição direta é quando todo o processo é feito do produtor para o consumidor final. A empresa é responsável por toda a cadeia de compartilhamento, inexistindo intermediários entre ela e o cliente. Seguindo deste conceito, o canal de distribuição representa a sequência de empresas ou organizações que vão transferindo a posse do produto desde o fabricante até o consumidor final. Novaes (2007 p. 124) relata que o canal de distribuição de um determinado produto pode envolver os seguintes setores: fabricante e serviços pós-venda. Segundo o autor, são estes os setores que envolvem o canal de distribuição e a sua aplicabilidade e bom desenvolvimento é que decide o bom uso e sucesso da empresa.

PROMOÇÃO E PUBLICIDADE

No campo da publicidade, promoção (do inglês promotion) é qualquer ato que venha a elevar o status de um produto, indivíduo, situação ou empresa. Promoção é um ramo direto da publicidade, do marketing, de relações públicas, no Brasil, promoção também pode significar o abaixamento de preço de um produto, deixando-o mais barato que em dias convencionais.

Segundo Philip Kotler a publicidade é a arte de convencer as pessoas a gastarem dinheiro que elas não têm em coisa. Kotler destaca a habilidade dos profissionais de marketing em usar técnicas persuasivas para influenciar o comportamento do consumidor. Isso inclui apelos emocionais, imagens atraentes e mensagens que ocasionam status ou felicidade.

Na empresa MDPI, a estratégia de promoção foi adquirida de forma clara e objetiva. As temporadas de promoções, foram criadas para serem expostas nos meses em que a comemorações. A promoção será realizada com a baixa de preços da consultoria nos seguintes meses; janeiro e outubro, tendo uma redução de 50% nos valores, e dezembro, obtendo uma baixa de preços totalizando 15% a menos nas consultas.

Portanto, meios de divulgações como, as redes sociais da empresa, Facebook e Instagram, serão utilizadas, adequando também para o método de panfletagens e a exposição de banners.

Para melhor atender os clientes da MDPI desenvolveu-se o site da organização, conforme demonstração abaixo:

Figura 3: Site



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 4: Site



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 5: Site

The screenshot shows a website header with navigation links: 'Sobre Nós', 'Serviços', 'Blog', 'Depoimentos', 'Adicionar Logo', 'Contato', and a button 'ADICIONAR UM BOTÃO.'. The main content area has a title 'Estratégias para um Ambiente Inclusivo' and a subtitle 'Construa um futuro mais acessível e colaborativo'. Below the title are three columns, each with an image and text:

- Treinamento em Sensibilização:** Promover treinamentos de sensibilização para todos os colaboradores é fundamental para criar um ambiente inclusivo. Esses treinamentos devem abordar a importância da diversidade e inclusão.
- Políticas de Inclusão Claras:** Estabelecer políticas de inclusão claras e bem definidas é um passo essencial para garantir que todos os colaboradores se sintam valorizados e respeitados. Essas políticas devem ser divulgadas amplamente e integradas.
- Flexibilidade e Adaptação:** Adotar uma abordagem flexível em relação ao trabalho pode ajudar a promover a inclusão. Isso inclui ajustar horários, permitir o trabalho remoto ou oferecer alternativas para a realização de tarefas. Cada colaborador pode ter

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 6: Site

The screenshot shows a website header with navigation links: 'LAYOUT' and 'FUNDO'. The main content area has a title 'Consultoria Sob Medida' and a subtitle 'Soluções que se adaptam ao seu negócio'. Below the title are three columns, each with an image and text:

- Análise de Necessidades:** Realizamos uma análise profunda das necessidades da sua empresa, identificando oportunidades de inclusão e crescimento. Essa abordagem permite que nossas soluções sejam realmente personalizadas, alinhadas com os
- Desenvolvimento de Estratégias:** Após a análise, nossa equipe trabalha em conjunto com você para desenvolver estratégias que promovam a inclusão e a diversidade no ambiente de trabalho. Acreditamos que cada empresa é única, e por isso, as soluções devem ser igualmente
- Acompanhamento e Avaliação:** Oferecemos acompanhamento contínuo para garantir que as estratégias implementadas estejam gerando resultados positivos. Avaliamos o progresso e fazemos ajustes quando necessário, assegurando que sua empresa esteja

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

CRONOGRAMA PROMOCIONAL

Figura 7: Cronograma promocional



PROMOÇÃO
ESPECIAL DE
HALLOWEEN

**SOMENTE
NESSE MÊS DE
OUTUBRO**

Combo de
treinamento e
consultoria simples
De R\$750,00
Por R\$637,50

@maosdadaspelainclusao_

Two women in wheelchairs holding jack-o'-lanterns.

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 8: Cronograma promocional



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 9: Cronograma promocional



Natal
DE OFERTA

**COMBO INTERMEDIÁRIO COM
TREINAMENTO E CONSULTORIA**

DE: R\$ 1.500,00
POR: 750,00

@MAOSDADASPELAINCLUSAO_

The graphic features a cartoon illustration of Santa Claus with a white beard, wearing a red suit and hat, sitting in a blue wheelchair. He is holding a red sack filled with various toys, including a teddy bear, a doll, a toy airplane, and a toy car. The background is a green field with a yellow sun and a red Christmas ornament hanging from the top. The text is presented in a festive, stylized font.

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

16. PORTIFÓLIO DE SERVIÇOS

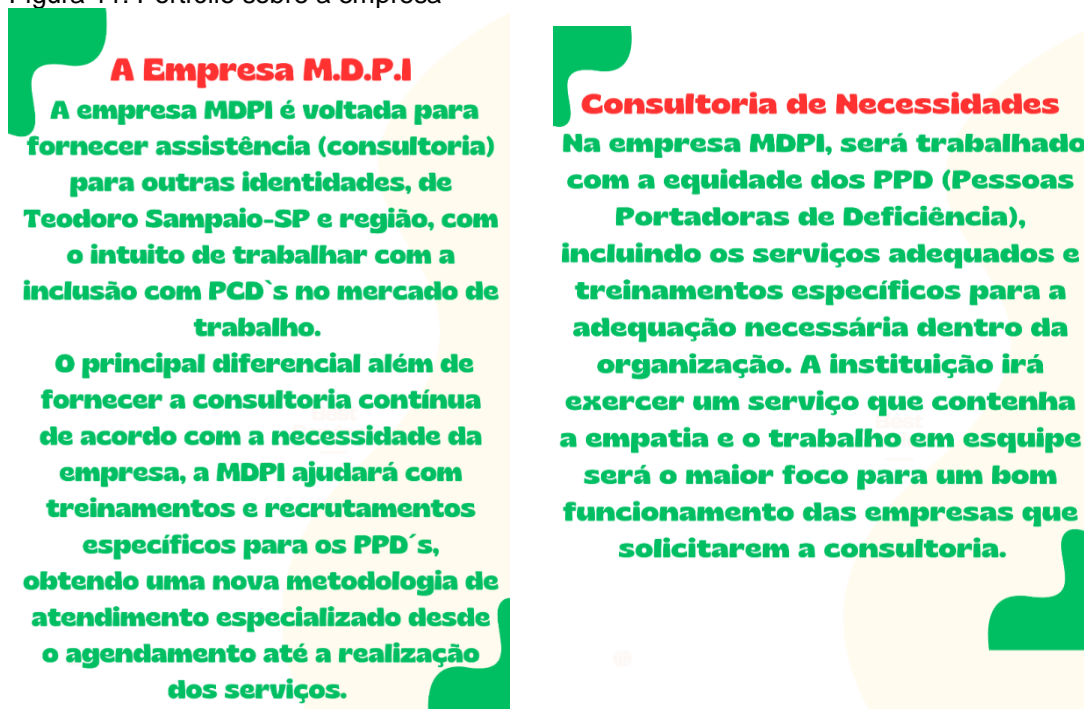
Figura 10: Portfólio de serviços



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 12: Portifólio

Figura 11: Portfólio sobre a empresa



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 12 Porftólio

Consultoria em Aspectos Sócio-Culturais

a MDPI, auxiliará no cumprimento de normas e leis, facilitando o trabalho de adaptação da estrutura e infraestrutura, treinamento especializado e se necessário a implementação de epi necessários aos colaboradores da empresa, mudança de abordagem para aqueles que necessitam de uma maneira especial e possivelmente a promoção de um melhor ambiente a todos sem exclusão.

missão
Incluir pessoas com deficiências mentais e físicas no mercado de trabalho, promovendo oportunidades significativas e contribuindo para uma sociedade mais justa .

visão
Ser referência na promoção da inclusão em nossa região, ajudar no aumento de contratações de pessoas com PCD até 2028.

valores
inclusão ,respeito, Empoderamento , colaboração , Excelencia , integridade e inovação.

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 14: Portifólio

Serviços

M.D.P.I SIMPLES : 2 horas

M.D.P.I INTERMEDIÁRIO : 4 horas

M.D.P.I PREMIUM: 8 horas

Consultoria

R\$ 140,00: 2 horas

R\$ 280,00: 4 horas

R\$ 560,00: 8 horas

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Figura 15: Portifólio

Treinamento

R\$ 160,00 : 2 horas

R\$ 320,00: 4 horas

R\$ 640,00: 8 horas

contatos

Email :maosdadaspelainclusao@gmail.com

Telefone: +55 (18)99811-1772

instagram: maosdadaspelainclusao_

facebook: Mãos dadas pela Inclusão

Icons for email, WhatsApp, Facebook, and Instagram are also present.

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

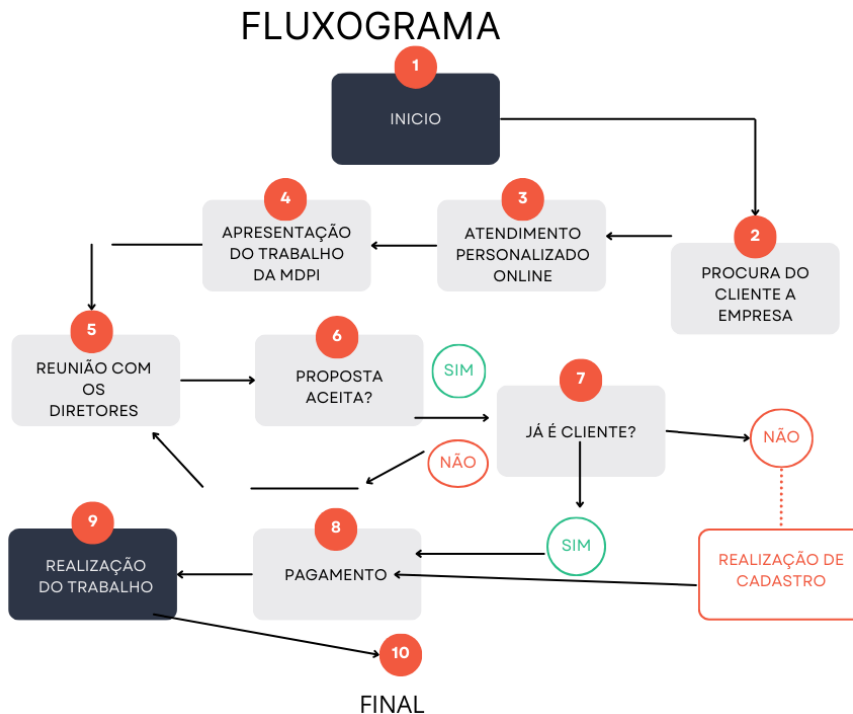
17. PLANO DE OPERAÇÕES

O plano de operações é uma documentação que descreve como a empresa vai elaborar suas atividades diárias e como conduzirá para atingir com sucesso seus objetivos. O plano de operações serve para dirigir-se e pontuar como a empresa funcionará no dia a dia para disponibilizar seus serviços de forma eficiente, este plano é primordial para garantir que todos os aspectos operacionais estejam direcionados como os objetivos da empresa. A MDPI em primeiro direcionamento fará um atendimento personalizado online, logo após a empresa marcaria uma reunião com o cliente apresentando o trabalho da MDPI.

O atendimento ao cliente será online e presencial de acordo com a necessidade dele.

5.16 SISTEMA DE ATIVIDADES – FLUXOGRAMA

Figura 13: Fluxograma



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

RECURSOS FÍSICOS

Recursos físicos se referem a todos os elementos tangíveis e materiais que são utilizados ou manipulados no contexto de um projeto, apresentação ou trabalho acadêmico. Eles são distintos dos recursos virtuais ou digitais, pois podem ser tocados, visitados ou manipulados fisicamente.

Peter Drucker, um dos mais influentes pensadores em gestão e administração do século XX, enfatizava a importância dos recursos físicos nas organizações. Ele acreditava que esses recursos não eram apenas bens materiais, mas elementos fundamentais para o funcionamento eficaz das empresas. Segundo o autor em 1954: “o que pode ser medido, pode ser gerenciado”. Ao gerenciar os recursos físicos de forma inteligente e eficiente, as organizações podem ganhar vantagem competitiva e promover o crescimento sustentável a longo prazo.

Tabela 3: Recursos físicos

Computadores e Monitores	R\$	2.889,89
Impressora	R\$	1.350,00
Notebook	R\$	2.879,50
TV	R\$	5.955,00
Ar-condicionado	R\$	18.400,00
Câmeras de segurança	R\$	1.432,00
Equipamento de primeiros socorros	R\$	300,00
Projetor	R\$	4.168,00
Mesas estação de trabalho	R\$	3.759,00
Cadeiras	R\$	1.620,00
Mesa de reunião	R\$	1.260,00
Balcão	R\$	2.807,00
Puff	R\$	520,00
Papel sulfite	R\$	20,50

Canetas	R\$	47,21
Lápis	R\$	46,00
Borracha	R\$	10,00
Marca texto	R\$	19,00
Grampeador e grampos	R\$	125,93
Bebedouro	R\$	700,00
Copos descartáveis	R\$	20,00
Telefone fixo	R\$	132,00
Luminária de mesa	R\$	650,00
Lousa	R\$	1.100,00
Canetão	R\$	132,00
Bloco de notas	R\$	114,00
Agenda	R\$	452,00
Pen Drive	R\$	315,00
Quadro de recados	R\$	41,90
Lixeira	R\$	240,00
Desk pad	R\$	100,00
Porta lápis	R\$	162,00
Relógio	R\$	248,00
Armário (escolar)	R\$	1.293,00
Equipamento de primeiros socorros	R\$	300,00
Poltrona	R\$	800,00
Balcão de atendimento	R\$	2.207,00
Cortina	R\$	350,00
Porta copos	R\$	170,00
Cantinho do café (bandeja, xicara,colherzinhas etc...)	R\$	218,00
Cafeteira	R\$	1.078,00
Capsulas de café	R\$	10,00

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

Os recursos materiais são todos os bens tangíveis que permitem oferecer produtos ou serviços em questão. Entre

estes, encontram-se as matérias-primas, as instalações, as maquinárias e o terreno.

ORÇAMENTO FÍSICO FINANCEIRO

Tabela 3- Orçamento físico

MOVEIS E UTENSÍLIOS			
DESCRIÇÃO	CUSTO UNITARIO	QUANTIDADE E	TOTAL
CONSTRUÇÕES/REFORMAS	0	0	0
Máquinas e Equipamentos			
Computadores e Monitores	R\$ 2.889,89	9	R\$ 26.009,01
Impressora	R\$ 1.350,00	1	R\$ 1.350,00
Notebook	R\$ 2.879,50	8	R\$ 23.036,00
TV	R\$ 5.955,00	1	R\$ 5.955,00
Ar-condicionado	R\$ 18.400,00	4	R\$ 73.600,00
Câmeras de segurança	R\$ 1.432,00	4	R\$ 5.728,00
Equipamento de primeiros socorros	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
Projektor	R\$ 4.168,00	1	R\$ 4.168,00
Móveis e Utensílios			
Mesas estação de trabalho	R\$ 3.759,00	9	R\$ 33.831,00
Cadeiras	R\$ 1.620,00	9	R\$ 14.580,00
Mesa de reunião	R\$ 1.260,00	1	R\$ 1.260,00
Balcão	R\$ 2.807,00	1	R\$ 2.807,00
Puff	R\$ 520,00	5	R\$ 2.600,00
Papel sulfite	R\$ 20,50	1	R\$ 20,50
Canetas	R\$ 47,21	1	R\$ 47,21
Lápis	R\$ 46,00	1	R\$ 46,00
Borracha	R\$ 10,00	1	R\$ 10,00
Marca texto	R\$ 19,00	1	R\$ 19,00
Grampeador e grampos	R\$ 125,93	1	R\$ 125,93

Bebedouro	R\$ 700,00	1	R\$ 700,00
Copos descartáveis	R\$ 20,00	1	R\$ 20,00
Telefone fixo	R\$ 132,00	1	R\$ 132,00
Luminária de mesa	R\$ 650,00	9	R\$ 5.850,00
Lousa	R\$ 1.100,00	1	R\$ 1.100,00
Canetão	R\$ 132,00	1	R\$ 132,00
Bloco de notas	R\$ 114,00	1	R\$ 114,00
Agenda	R\$ 452,00	9	R\$ 4.068,00
Pen Drive	R\$ 315,00	5	R\$ 1.575,00
Quadro de recados	R\$ 41,90	1	R\$ 41,90
Lixeira	R\$ 240,00	4	R\$ 960,00
Desk pad	R\$ 100,00	8	R\$ 800,00
Porta lápis	R\$ 162,00	6	R\$ 972,00
Relógio	R\$ 248,00	2	R\$ 496,00
Armário (escolar)	R\$ 1.293,00	1	R\$ 1.293,00
Equipamento de primeiros socorros	R\$ 300,00	1	R\$ 300,00
Poltrona	R\$ 800,00	4	R\$ 3.200,00
Balcão de atendimento	R\$ 2.207,00	1	R\$ 2.207,00
Cortina	R\$ 350,00	4	R\$ 1.400,00
Porta copos	R\$ 170,00	2	R\$ 340,00
Cantinho do café (bandeja, xicara, colheres etc.)	R\$ 218,00	2	R\$ 436,00
Cafeteira	R\$ 1.078,00	2	R\$ 2.156,00
Capsulas de café	R\$ 10,00	2	R\$ 20,00
Total			R\$ 223.805,55

Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

LAYOUT – PLANTA FÍSICA

Figura 14: Layout



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2024)

18. PLANO FINANCEIRO

O planejamento financeiro e orçamentário é essencial para verificar a viabilidade do negócio, por meio dele é estimado o plano orçamentário, os recursos necessários para a abertura da distribuidora e a avaliação de alguns índices econômico-financeiros como a lucratividade, rentabilidade, ponto de equilíbrio e prazo de retorno do investimento.

Segundo Bodie e Merton (1999, p.416), o planejamento financeiro é um processo dinâmico que percorre um ciclo de montagem de planos, sua implementação e revisão à luz dos resultados reais. Planejamento possibilita a elaborar plano ou cronograma, onde se pode aproveitar um investimento e até mesmo identificar um grau de endividamento.

O planejamento financeiro é um dos aspectos importantes para funcionamento e sustentação de uma empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos. Dois aspectos-chave do planejamento financeiro são o planejamento de caixa e de lucros. O primeiro envolve o planejamento do orçamento de caixa da empresa; por sua vez, o planejamento de lucros é normalmente realizado por meio de demonstrativos financeiros projetados, os quais são úteis para fins de planejamento financeiro interno, como também comumente exigidos pelos credores atuais e futuros.

Carlos Eduardo Rosa Lucion (2005)

Para Dornelas (2005, p. 161-162) a grande maioria dos empreendedores, acredita que o plano financeiro é a parte mais difícil do plano de negócios. Isto porque ela deve refletir em números tudo o que foi escrito até então nas outras seções do plano, incluindo investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis, projeção de vendas, análises de rentabilidade do negócio etc. Assim o autor complementa:

Os principais demonstrativos a serem apresentados em um plano de negócios são: Balanço Patrimonial, DRE, Demonstrativo de Fluxo de Caixa, todos projetados com um horizonte de no mínimo três anos. No caso do fluxo de caixa, deve ser detalhado mensalmente. Por meio desses demonstrativos, é possível efetuar uma análise de viabilidade do negócio e o retorno financeiro proporcionado. Para essas análises, geralmente se usam os seguintes métodos: análise do ponto de equilíbrio, prazo de playback, TIR (Taxa Interna de Retorno) e VPL (Valor Presente Líquido). (DORNELAS, 2001, p.162).

Desta forma, o planejamento financeiro será aplicado em análise sob os custos, despesas, receitas, fluxo de caixa, investimentos, capital de giro, metas, estratégias, com isso, o gestor pode estimar indicadores que servem como base para decisões estratégicas, como investimento em melhorias, abertura de filiais ou redução de custos.

CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS

Segundo Thiago Reis, os custos dos produtos vendidos (CPV), refere-se a um indicador que mede todos os gastos para produzir e estocar um produto até que a sua venda ocorra, ou seja, o CPV é um valor relacionado tanto aos processos de produção da empresa quanto também no processo de comercialização que a organização aplica para seus produtos.

Desta forma, a fórmula de CPV, é muito utilizada, junto com variáveis identificáveis pela contabilidade, tanto pelos analistas de investimentos quanto pelos próprios gestores da empresa em questão. O cálculo do CPV, cujo a fórmula é $CPV = EI + (In + MO + GGF) - EF$, leva em consideração variáveis importantes, como: saldo de estoque, gastos com a produção (matéria prima), custo com a mão de obra e preço de estoque.

O cálculo do CPV, abrange as siglas, nas quais são:

EI, = Estoque inicial;

In = Insumos da matérias-primas, materiais de embalagem e outros materiais sobre os produtos vendidos;

MO = Mão de obra direta aplicada aos produtos vendidos;

GGF = Gastos gerais na fabricação (Como por exemplo: aluguel, energia, depreciações, mão de obra indireta, dentre outros). Todos aplicados a venda de produtos;

EF = Estoque final (inventário final).

VOLUME E VALORES DE VENDAS

Tabela 4: Volume vendas

Serviços	MDPI simples (2 horas)	MDPI intermediário (4 horas)	MDPI premium (8 horas)	
Consultoria	R\$ 350,00	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00	
Treinamento	R\$ 400,00	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00	Faturamento anual
Mensal	R\$ 11.250,00	R\$ 30.000,00	R\$ 54.000,00	R\$ 95.250,00
Anual	R\$ 135.000,00	R\$ 360.000,00	R\$ 648.000,00	R\$ 1.143.000,00

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

FATURAMENTO

Para Marcos Perillo cita que o faturamento é o valor total obtido com as vendas de produtos e/ou serviços na empresa em um determinado período, sem considerar os custos. Ou seja: é todo o dinheiro que entra do caixa do negócio a partir de sua atividade comercial, seja a prestação de serviços ou venda de mercadorias.

Embora existam outras fontes de recursos para as empresas, como rendimentos de aplicações financeiras e atividades esporádicas, é do faturamento com as vendas que vem a maior parte do capital. Por isso, é um dos indicadores financeiros mais importantes para medir o sucesso da empresa e analisar seu desempenho mês a mês.

Além disso, a utilidade do faturamento é servir como base de cálculo para os impostos que a empresa deve pagar ao governo. Dependendo do valor faturado pela organização no ano fiscal e do regime tributário escolhido, podem ser aplicadas diferentes alíquotas e regras de tributação. De forma geral, o faturamento também é um critério básico para definir o porte da empresa e o enquadramento jurídico adequado. Por fim, ele é essencial para calcular o lucro obtido e analisar a saúde financeira do negócio.

Tabela 5: Faturamento

Serviços	MDPI simples (2 horas)	MDPI intermediário (4 horas)	MDPI premium (8 horas)
Consultoria	R\$ 350,00	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00
Treinamento	R\$ 400,00	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
Mensal	R\$ 11.250,00	R\$ 30.000,00	R\$ 54.000,00

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

REGIME TRIBUTÁRIO

De acordo com, Vitor Torres o regime tributário é o sistema que estabelece as regras para o cálculo e recolhimento dos impostos de empresas e definem quais as obrigações e declarações que devem ser entregues aos órgãos públicos. Esta escolha do regime tributário da empresa é apenas uma das etapas de abertura do CNPJ e deve estar alinhada com o restante das definições necessárias como porte, natureza jurídica, atividades, entre outros.

Além de pesar no bolso, o enquadramento tributário inadequado pode provocar problemas fiscais com a Receita Federal, em que autuações, multas e demais penalidades podem ser aplicadas. Para evitar que isso aconteça, é necessário que você tenha os principais pontos sobre os regimes tributário bem esclarecidos, como tipos de impostos pagos pela empresa, características de cada um dos regimes e outros aspectos.

Sendo desse modo que o regime tributário da MDPI é o simples nacional, obtendo o lucro anual de

CAPITAL DE GIRO

Conforme o Portal Exponencial, o capital de giro nada mais é do que a diferença entre os recursos disponíveis em caixa e a soma das despesas e contas a

pagar. Este é o dinheiro necessário para manter a empresa funcionando no intervalo de tempo entre o investimento, como as compras feitas com os fornecedores, e o retorno do lucro para seu caixa.

Este processo de entrada de dinheiro (ativo circulante - AC) e saída de dinheiro (passivo circulante - PC) pode ser demorado, por isso ter um montante para pagar as contas fixas, como impostos, aluguel do espaço, salários dos funcionários, contas de luz, telefone, água, internet e outras despesas é fundamental para a saúde financeira da empresa.

Como vimos, ter e administrar o capital de giro de uma empresa deve ser prioridade para qualquer negócio que almeje o sucesso, para isso, o primeiro passo para o cálculo do capital de giro é calcular minuciosamente todos os custos mensais, fixos e variáveis, e conseguir chegar no montante perfeito para o bom funcionamento do seu empreendimento. Logo após, calcule o prazo médio que você tem das contas a pagar, de todas as compras feitas com fornecedores. A fórmula indicada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para o cálculo do capital de giro é a seguinte:

Fórmula do capital de giro: Todas as contas a receber + o valor que você possui em estoque - as contas a pagar + o valor a pagar em impostos e despesas Pronto. Este é o valor necessário para fazer o seu negócio funcionar por um certo período, o capital de giro.

Tabela 6: Capital de giro

CAPITAL DE GIRO	
Salários/Pró-labore	R\$ 31.028,00
Marketing	R\$ 100,00
Caixa equivalente	R\$ 3.566,00
Reserva financeira	R\$ 5.000,00
Total	R\$ 39.694,00

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

INVESTIMENTO

De acordo com Raphael Saavedra, os investimentos financeiros são produtos que servem para financiar as atividades de uma empresa. Em troca desse dinheiro, ela garante uma rentabilidade (retorno financeiro) e pode oferecer outros benefícios, como a participação societária ou o recebimento de lucros pelos seus resultados positivos. Quando uma empresa quer construir uma estrada, mas não tem capital suficiente para custear a obra, ela precisa pegar um empréstimo. A opção principal é procurar um banco, que cobra altas taxas e não oferece as melhores condições de pagamento. Porém, ela pode ir ao mercado e captar esses recursos de outra forma

Na concepção mais ampla da palavra, que também serve para explicar o contexto do mercado financeiro, o investimento é uma aplicação que visa um retorno futuro. Por exemplo: se você paga quatro anos de faculdade, sua intenção é sair com uma formação suficiente para conseguir um emprego e ganhar um ótimo salário. Na prática, o investidor vira o credor de uma instituição ou empresa, que lhe “deve” dinheiro. Pelo efeito dos juros compostos, que é a acumulação de juros sobre juros, esse valor cresce com o passar do tempo e a remuneração se torna vantajosa, porque o seu patrimônio fica maior em relação ao seu montante inicial.

Tabela 7: Investimento total

Investimento total	R\$
Moveis	R\$ 223.805,55
Veiculos	R\$ 3.659,00
Total	R\$ 227.464,55

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Payback

O payback é o método que representa o tempo médio em anos para recuperar o investimento inicial (BRIGHAM; GAPENSKI; EHRHARDT, 2001). Ele é um método bastante utilizado no meio financeiro por contar o tempo necessário para que o capital investido seja recuperado por meio de benefícios, sendo desse modo, por meio do cálculo, é possível identificar qual é o período necessário para que o lucro acumulado se iguale ao investimento inicial. Dessa forma, o resultado é demonstrado em unidades de tempo, seja em dias, meses ou anos.

Por isso, é de extrema importância que a equipe de vendas trabalhe de forma alinhada internamente e com as demais equipes, principalmente com os colegas do Marketing e do Atendimento ao Cliente. Eliminar gargalos e evitar ruídos de comunicação é o segredo para manter um alinhamento adequado.

Outro ponto relevante é o processo, que também precisa estar bem estabelecido e otimizado, fazendo com que tudo funcione de uma ponta à outra. Logo, toda a equipe trabalha por um objetivo em comum, suas metas são pautadas nesse objetivo.

Tabela 8: Payback

Payback	R\$
Investimento inicial	R\$ 244.460,30
Ganhos	R\$ 34.880,00
Total	7,01
Total em meses	7 meses

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

DRE

Para Marion (2009), a DRE é um demonstrativo contábil que gera informações relevantes através do confronto de despesas e receitas para a tomada de decisão, tendo como uma das principais funções confrontar todas as despesas realizadas, assim como as receitas que foram recebidas pela empresa no ano em questão. Sendo assim, se tornando uma forma de especificar todas as operações uma a uma, dentro dos grupos de contas patrimoniais a que pertencem.

A DRE (Demonstração do Resultado do Exercício) é um relatório contábil que reúne os principais indicadores financeiros de uma empresa em um determinado período e mostra se as suas operações estão tendo lucro ou prejuízo.

Tabela 9: DRE

DRE	R\$
(+) Receita Operacional	R\$ 342.936,00
(-) Impostos sobre a venda	R\$ 4.346,00
(=) Receita Líquida	R\$ 338.590,00
(-) Custo das mercadorias vendidas	R\$ 2.100,00
(=) Lucro bruto	R\$ 336.490,00
(-) Despesas operacionais	R\$ 10.533,00
(-) Despesas com venda	R\$ 2.792,00
(=) Lucro Líquido anual	R\$ 323.165,00
(=) Lucro Líquido mensal	R\$ 26.930,42

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS

Segundo Thiago Reis, Custos e despesas são dois conceitos muito importantes na contabilidade de uma companhia. Embora parecidos e facilmente confundidos, esses conceitos apresentam diferenças entre si, e saber diferenciá-los é de fundamental importância para a formação de um bom empreendedor ou investidor. Dessa forma, os conceitos de custos e despesas podem ajudar na saúde financeira de qualquer tipo de empresa, até mesmo aquelas na bolsa de valores.

De modo geral, custos e despesas são conceitos que estão ligados à saída de caixa de uma companhia, ou seja, de gastos realizados pela empresa para que ela mantenha as suas operações. Custo é um gasto relativo ao bem ou serviço utilizado na produção de outros bens, ou serviços. Já as despesas podem ser consideradas gastos relacionados à manutenção do negócio. Portanto, é fundamental entender o conceito de despesa e de custo, bem como sua importância na gestão de negócios.

De forma resumida, pode-se definir os custos como aqueles relacionados às atividades-fim do negócio, como a matéria-prima. As despesas, por sua vez, referem-se aos gastos que não possuem relação direta com o produto, como as despesas administrativas. Vale lembrar que no conceito de custos e despesas existem duas subdivisões das quais são responsáveis por uma melhor classificação dos mesmos no dia a dia das empresas.

Tabela 10: Custos e despesas

Discriminação	Valor R\$
Imposto de renda	R\$ 500,00
Manutenção computadores	R\$ 600,00
Consertos (caso esteja quebrado)	R\$ 300,00
Despesas com Veículos	R\$ 2.000,00
Despesas de viagem	R\$ 1.659,00

Manutenção de ar-condicionado	R\$	1.500,00
Impostos (simples nacional epp)	R\$	6.800,00
TOTAL	R\$	13.359,00

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

CONSIDERAÇÕES SOBRE O RISCO FINANCEIRO

A inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho é um avanço social e legalmente incentivado em diversos países, mas pode apresentar alguns riscos financeiros para a empresa, que devem ser cuidadosamente analisados.

Segundo Warren Buffett “o risco vem de não saber o que você está fazendo”. Entre Alguns possíveis riscos e desafios estão: Custo de acessibilidade e infraestrutura, Adaptação do Ambiente de Trabalho e Equipamentos, Treinamento e Sensibilização de Equipes, Adequação de Processos, Tempo para retorno do Investimento, Apoio Financeiro e Incentivos.

Em resumo, embora haja riscos financeiros iniciais, os benefícios de longo prazo e a contribuição para uma sociedade mais inclusiva podem tornar o investimento um sucesso.

PLANO DE CONTIGÊNCIA

A empresa (MDPI) realizara um planejamento financeiro de possível emergência futura, deixando uma reserva financeira para buscar um contato com algum banco de créditos com a finalidade de obter um financiamento ou empréstimo para dar continuidade nesse ramo no mercado de trabalho, não fechando as portas, mas sim tentando driblar e recomeçar a empresa. Investindo na mão de obra mais

qualificada juntamente com tecnologias mais atuais, atualizando as capacitações e serviços prestados por eles no mercado de trabalho.

19. RESULTADOS

Após análise dos planos citados e estratégias, conclui-se que, a previsão para a MDPI seja de modo que, ajude os comércios regionais e estaduais, com a prestação de serviços, aumentando a porcentagem de PCDs no mercado de trabalho que vai além da cota determinada por lei.

Com base na pesquisa realizada em Teodoro Sampaio-SP, é notório que 100% das pessoas que responderam ao questionário acham uma ideia inovadora da abertura de uma empresa para ajudá-los na contratação de PCDs, na pesquisa também pode ser analisado que, onde os colaboradores já trabalharam não houve trabalhadores portadores de deficiência, cerca de 22,2% falaram que não teve contato com PCDs.

20. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente sabe-se que o mundo está enfrentando mudanças drásticas e com muita rapidez. Fatores que contribuem para isso são as mudanças políticas, econômicas, sociais, tecnológicas, culturais entre muitas outras.

Este projeto demonstrou a viabilidade da inclusão de PCDs no mercado de trabalho, alcançando os objetivos gerais e específicos propostos, como implementar programas de treinamento personalizados para empresas com foco na inclusão de pessoas com deficiência e desenvolver estratégias para a inclusão de pessoas PCD's no mercado de trabalho por meio da abertura de uma empresa em Teodoro Sampaio – SP com foco nas estratégias de venda online.

As empresas em geral exigem cada vez mais, pessoas flexíveis, preparadas, qualificadas e com boas competências para enfrentar as dificuldades que o mercado de trabalho passa, tendo que trabalhar com agilidade produzindo produtos de boa qualidade para superar obstáculos como a crise econômica e a concorrência. Porém as organizações estão tendo que mudar este conceito, pois, conforme mencionado, devido a nova política e Lei de Cotas, nº 8.213, de 24 de julho de 1991, art. 93 Casa Civil, implantada no Brasil para a inclusão de pessoas deficientes no mercado de trabalho, as empresas estão tendo que se adaptar e preencher o devido número de pessoas com deficiência conforme a lei obriga. Isto vem sendo muito cobrado das empresas e a metalúrgica entrevistada vê esta inclusão muito além de somente preencher cotas para estar dentro da lei.

Conforme conversa com o gerente do RH, no ponto de vista da empresa, cada PCDs tem uma linda história que agrega muito para tornar as pessoas mais humanas e, para dar uma oportunidade a estas pessoas se sentirem úteis, uma vez que a empresa presa muito pelo lado humano. Mas não é só estar dentro das normas e sim fazer com que estas pessoas se sintam bem em seu local de trabalho, afinal, passam a maior parte do tempo na empresa e ter todo um cuidado para não comprometer a saúde delas. Para a metalúrgica, esta tarefa é bastante satisfatória, pois os PCDs se sentem muito bem trabalhando na empresa, conforme resultados das pesquisas aplicadas.

O presente estudo apresentou como objetivo geral analisar de que forma é feita a inclusão dos profissionais com deficiência no ambiente de trabalho e como se

dá o desenvolvimento dos profissionais depois de contratados. Pode-se notar que o objetivo geral foi atingido, conforme previsto na Lei nº 8.213, de 1991, art. 93 da Casa 72 Civil, pois constatou-se que a metalúrgica está dentro da cota e trabalha sim com a inclusão destas pessoas e que depois de contratadas, tem-se todo um acompanhamento e cuidado com cada PCDs, para preservar a saúde, o bem-estar e fazer com que eles consigam um desenvolvimento mútuo dentro da empresa para um futuro melhor e com certeza terem a realização pessoal que tanto almejam.

O estudo estabeleceu três objetivos específicos: Desenvolver o plano operacional e financeiro para mensurar a viabilidade econômica da empresa, expandir perspectivas das empresas com foco em práticas de acessibilidade, verificar a necessidade do empreendimento na região de Teodoro-Sampaio – SP. Esses objetivos específicos foram alcançados e descritos na análise de resultados do estudo.

Conclui-se a viabilidade da criação desse projeto por meio dos resultados positivos aos interessados, de que as pessoas portadoras de deficiência se sentem muito felizes e acolhidos exercendo o seu cargo com eficiência e qualidade, fazendo com que as pessoas que trabalham no setor de RH no recrutamento e seleção, reflitam e possam enxergar nestas pessoas um empenhamento de excelência, com ótimos resultados para as organizações que os contratam e não somente o cumprimento de uma lei de cotas.

REFERÊNCIAS

- BARRET, Richard. Liberando a alma da empresa: como transformar a organização numa entidade viva. São Paulo: Cultrix, 2000.
- BENNIS, Warren; NANUS, Burt. Líderes: estratégias para assumir a verdadeira liderança. Tradução de Auripebo Berrance Simões. São Paulo: Harbra, 1988.
- BODIE, Zvi; MERTON, Robert C. Financial Economics. 1. ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1999. p. 416.
- BOOG, M. do C. L. O treinamento no contexto organizacional: aspectos teóricos e práticas aplicadas. 2001.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Teoria e prática de gestão. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- CHING, G. L. Logística empresarial: uma abordagem prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- CONAMA. Resolução 001/86. 1986.
- COSTA, E. A. Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 424 p.
- CUNHA, Luiz M. Gestão de Marketing de Serviços. 2. ed. São Paulo: Pearson Education, 2001.
- DIAS, Mariana. O processo de recrutamento e seleção de pessoas no capitalismo contemporâneo. 2024. Disponível em: [link do documento ou site]. Acesso em: 31 jul. 2024.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. A prática da administração. Tradução de Álvaro Cabral. São Paulo: Pioneira, 1998.
- FERNANDES, Sérgio; BERTON, Fabio. Gestão de marketing. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- FIORELLI, José Osmir. Psicologia para Administradores: Integrando Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2004.
- FLEURY, André; FLEURY, Maria Tereza. Estratégia competitiva e competências essenciais. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A. Posicionamento Competitivo: como estabelecer e manter uma estratégia de marketing no mercado. São Paulo: Makron Books, 1996.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MAINWARING, Simon. Lidere conosco: A Revolução Empresarial Que Salvará Nosso Futuro. Dallas: Matt Holt Books, 2021.
- MARION, José Carlos. Análise Das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MEDEIROS, José A. Avaliação de desempenho nas organizações: teoria e prática. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2016.

- MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. Gestão de recursos humanos. 8. ed. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2013.
- QUEIROZ, Thiago. Precisamos trabalhar com a verdade e com a equidade, respeitando os princípios da colegialidade, coletividade, cordialidade, empatia e alteridade. 1998.
- REIS, Tiago. Custo de Produtos Vendidos: aprenda como analisar esse indicador. 18 set. 2019. Disponível em: <https://staging-suno-principal-5gmkxpd6c4fdm3tz.suno.com.br/custo-de-produtos-vendidos-aprenda-como-analisar-esse-indicador>. Acesso em: 26 nov. 2024.
- RODRIGUES, Maria da Graça; SELLITTO, Marcos A. Avaliação de desempenho: conceitos, métodos e aplicações. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.
- SILVA, Katiane de Fátima Fortes. A prática da mentoria no desenvolvimento de pessoas nas organizações. 2008. 121 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2008.
- STEAPHO, M. Gestão Sustentável e Responsabilidade Ambiental. 2009.

18.GLOSSÁRIO

Consiste em uma lista em ordem alfabética, de palavras ou expressões técnicas de uso restrito ou de sentido obscuro, utilizadas no texto, acompanhadas das respectivas definições. O texto indicando a palavra ou expressão e seu significado, deve ser ordenado alfabeticamente.

FREEWARE – Freeware ou Software gratuito é qualquer programa de computador cuja utilização não implica no pagamento de licenças de uso ou royalties.

SHAREWARE – é um programa de computador disponibilizado gratuitamente, porém com algum tipo de limitação. Sharewares geralmente possuem funcionalidades limitadas e/ou tempo de uso gratuito do software limitado, após o fim do qual o usuário é requisitado a pagar para acessar a funcionalidade completa ou poder continuar utilizando o programa. Um shareware está protegido por direitos autorais.

19. APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

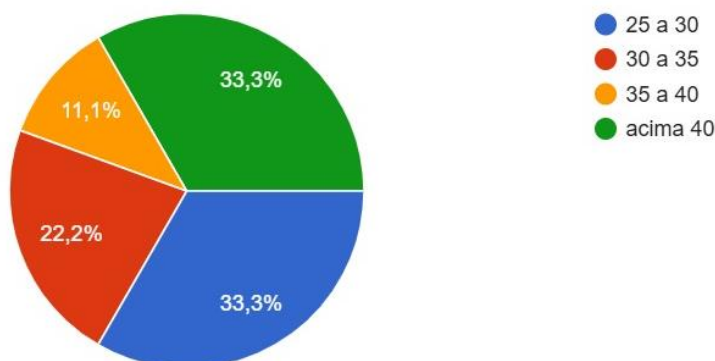
Este formulário destina-se a uma pesquisa de cunho acadêmico, sua finalidade é verificar a viabilidade para a abertura de uma empresa de inclusão de PCDs na cidade de Teodoro Sampaio- SP. Apresenta-se as perguntas direcionadas ao público-alvo:

1. Qual sua idade?
2. Qual seu gênero?
3. Qual sua renda?
4. O que você acha da ideia de uma empresa que visa incluir ativamente pessoas com deficiência no mercado de trabalho?
5. Como você acredita que a inclusão de PCDs poderiam contribuir para a diversidade e a cultura de uma empresa?
6. Você já teve contato com alguma empresa que promove ativamente a inclusão de PCDs no mercado de trabalho?
7. Você já teve uma experiência pessoal ou conhecimento de empresas que adaptam seus espaços e equipamentos para acomodar as necessidades dos PCDs?
8. Que tipo de medidas de acompanhamento ou avaliação você sugere para garantir que um projeto de inclusão no local de trabalho esteja atingindo seus objetivos?
9. Quais são as principais características que você acha que uma empresa ou projeto deveria ter para ser considerado verdadeiramente inclusivo?
10. Como você imagina que a inclusão de pessoas com deficiência poderia impactar a produtividade e a eficácia das equipes de trabalho?
11. Você acha que a nossa empresa pode se expandir futuramente?

APÊNDICE B – ANÁLISE DOS RESULTADOS

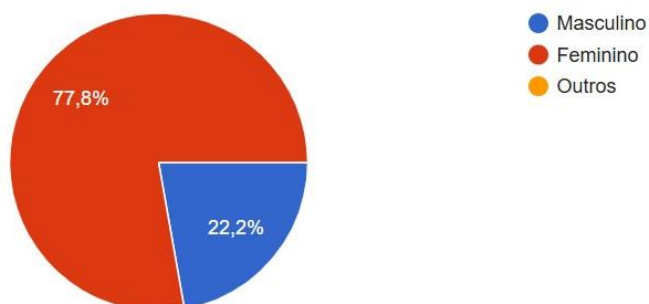
Qual sua idade?

9 respostas



Qual seu gênero?

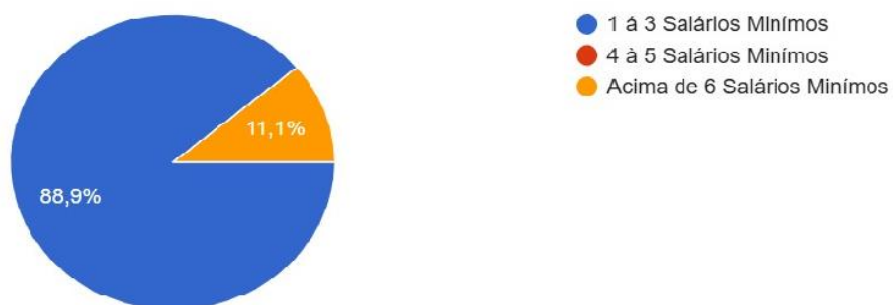
9 respostas



Qual sua renda?

9 respostas

Copiar gráfico



O que você acha da ideia de uma empresa que visa incluir ativamente pessoas com deficiência no mercado de trabalho?

9 respostas

Copiar gráfico



Como você acredita que a inclusão de pessoas com deficiência poderia contribuir para a diversidade e a cultura de uma empresa?

9 respostas

Ajuda a trazer diferentes perspectivas e ideias para a empresa

Sim! Pois mostra que a empresa se preocupa em atender a toda a população e não faz acepção de pessoas por conta de uma deficiência, sem contar a participação ao meio social de fazer o bem a uma pessoa que se sente capaz de trabalhar e tem a portunidade apesar de suas limitações.

Dando voz e vez para estas pessoas participarem ativamente do mercado de trabalho, mesmo com suas especificidades elas tem muito a contribuir também. Uma maneira de dar visibilidade e oportunidades para estas pessoas.

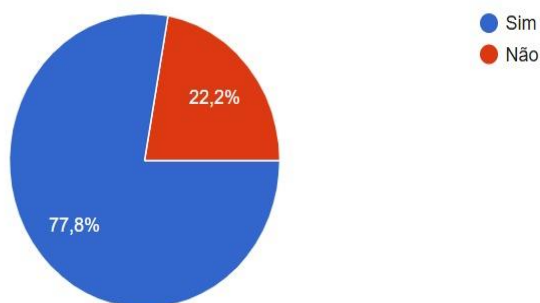
Acabaria mais com o preconceito, e teria mais igualdade

São pessoas que se for ensinado o trabalho a ser feito, fazem com excelência, pessoas honestas e que merecem tem um lugar no mercado de trabalho e também uma renda para uma pessoa com vulnerabilidades

Você já teve experiência pessoal ou conhecimento de empresas que adaptam seus espaços e equipamentos para acomodar as necessidades de PCDs?

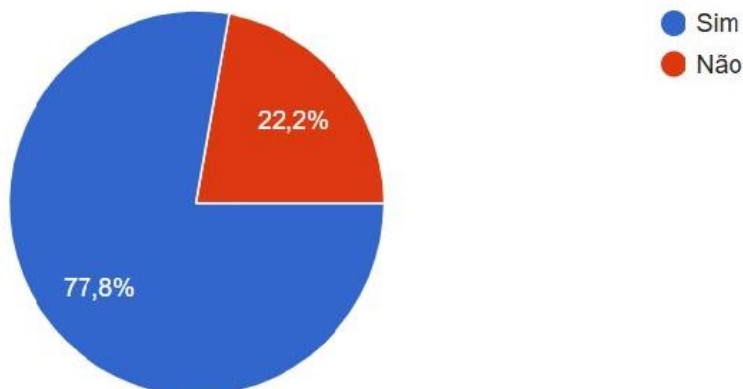
 Copiar gráfico

9 respostas



Você já teve experiência pessoal ou conhecimento de empresas que adaptam seus espaços e equipamentos para acomodar as necessidades de PCDs?

9 respostas



Que tipo de medidas de acompanhamento ou avaliação você sugeriria para garantir que um projeto de inclusão no local de trabalho esteja atingindo seus objetivos?

9 respostas

Deveria ter uma fiscalização mais rigorosa

entrevistas com trabalhadores PCD para que eles indiquem as medidas necessárias

Feedbacks dos colaboradores com deficiência, sobre sua aceitação no ambiente de trabalho junto aos colegas, as áreas que o mesmo pode atuar de acordo as suas habilidades, análise comportamental junto aos colegas de sua área de atuação, pesquisa de satisfação de profissional

Fazer um Projeto específico para determinada área e acompanhar com um Chek-list se o objetivo esperado está sendo alcançado.

Multas mas alta para empresas que não atingisse a cota, ou punição.

Quais são as principais características que você acha que uma empresa ou projeto deveria ter para ser considerado verdadeiramente inclusivo para pessoas com deficiência?

9 respostas

Ambiente com facilidades para o deficiente

Adequação de acesso na empresa e todos os departamentos

Ser proativa, empática .

emprego de funcionários PCD em todos os setores da empresa, incluindo nos cargos mais altos, além de um ambiente acessível onde estes funcionários possam ter autonomia para cumprir com todas as suas funções e necessidades sem precisar do auxílio de demais pessoas.

Compromisso, respeito, ética, inclusão social e trabalho em equipe

Ter uma política clara de inclusão social e cotas de acordo com as limitações intelectuais dependendo do PCD.

Como você imagina que a inclusão de pessoas com deficiência poderia impactar a produtividade e a eficácia das equipes de trabalho?

9 respostas

Pela igualdade

Se o ambiente de trabalho esta adequado ou nao para a realização das atividades para pessoas com tipo de deficiência

Havendo um treinamento e adaptações adequadas

perspectivas diferentes tendem a encontrar soluções antes não vistas para uma grande variedade de problemas, além do fato de diversas adaptações para tornar um ambiente mais acessível para pessoas PCD também contribuem para a eficiência, segurança ou até mesmo conforto de todos os funcionários, mesmo os que não se enquadram como PCD.

As pessoas com deficiência tem muito a agregar a equipe principalmente pelo trabalho em equipe, a

Você acha que nossa empresa pode se expandir futuramente?

 Copiar gráfico

9 respostas

