A decorative pattern on the left side of the cover, consisting of a grid of hexagons. Some hexagons are filled with a light blue color, while others are filled with a bright green color. The pattern is arranged in a way that creates a sense of depth and movement.

CADERNO DE PROPOSTAS DE PESQUISA

ORGANIZAÇÃO: FELIPE NUNES

ESCOLA ESTADUAL ANTÔNIO PEREIRA - P. O. 3. 5. B. 2.
RUA GRANDE, S/N - ANTÔNIO PEREIRA - OURO PRETO - MG
INSTALADA EM 02/02/1967 = baseada na lei 2.610 de 08/01/62

Felipe Alexandre de Souza Félix Nunes
Professor organizador

Rita Cerceaux e Rôla
Diretora

Alessandra Maria Gomes
Coordenadora do Curso Técnico de Administração

Julienne Nunes
Coordenadora do Curso Técnico de Informática para Internet

Ano de 2018

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de
Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) -
Código de Financiamento 001

**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

Caderno de Propostas de Pesquisa

Sumário

PREFÁCIO.....	5
ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO	10
LOJAS VIRTUAIS	15
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA.....	21
ENDOMARKETING - MARKETING INTERNO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA	26
GESTÃO DE RH NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	35
SISTEMA DE PREVENÇÃO E COMBATE A INCÊNDIO.....	42
A IMPORTÂNCIA DA MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO.....	49
AS PESQUISAS ELEITORAIS PRESIDENCIAIS SÃO ASSERTIVAS?	55
COMO É UTILIZADO O MARKETING NAS LOJAS DE VAREJO	64
DIREITOS DO TRABALHADOR	71
O JOVEM ADMINISTRADOR NO MERCADO DE TRABALHO.....	82
O PODER DA MARCA E A IMPORTÂNCIA DE SE TORNAR DIGITAL	89
EMPRESA E MEIO AMBIENTE	98
ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA COMO MATÉRIA NA GRADE CURRICULAR DAS ESCOLAS.....	107
REFORMA TRABALHISTA VANTAGENS E DESVANTAGENS.....	113
A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE SWOT DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES.....	118
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO NO FACEBOOK	123
AVANÇO DA TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO	134
TECNOLOGIA NA INIAÇÃO PRECOCE AO ESPORTE.....	143
ERGONOMIA.....	150
LER/DORT	160
COMÉRCIO ELETRÔNICO	167
GESTÃO AMBIENTAL / ISO 14001	173
E-COMMERCE 2018.....	183
INSTAGRAMMERS E YOUTUBERS: A NOVA GERAÇÃO DE INFLUENCIADORES.....	190
COMO A PERFORMANCE DO COMPUTADOR INFLUENCIA NO DESEMPENHO DO ATLETA DE E-SPORTS	197
LER/DORT	205
EVOLUÇÃO DOS JOGOS E O USO COMO FERRAMENTA EDUCACIONAL.....	213
SEGURANÇA DO TRABALHO	221
EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL	228
SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO	235
MARKETPLACE NO BRASIL.....	242

PREFÁCIO

Caro leitor, para toda boa leitura é importante conhecer o contexto dos escritos e os significados envolvidos nessa construção. O que estou apresentando aqui é uma organização de propostas de pesquisa, pequenos projetos que nasceram dentro do entendimento de alunos da rede pública estadual de Minas Gerais.

São trabalhos de conclusão dos cursos técnicos – de Administração e de Informática para Internet – realizados em apenas um semestre, o último dos três previstos para a integralização das disciplinas. E aqui neste prefácio tenho a intenção de contar como surgiu a ideia de elaborar esses trabalhos e todo o esforço dedicado para vê-los concluídos.

A Rede de Educação Profissional de Minas Gerais, instituída no ano de 2016, tem como objetivo contribuir com a profissionalização de jovens e adultos tendo em vista as demandas da comunidade e a economia do local onde se inserem. Os dois cursos responsáveis pelos textos a seguir foram os de Administração e os de Informática para Internet, oferecidos em dois turnos na Escola Estadual Antônio Pereira, na cidade de Ouro Preto.

Embora estejamos falando da cidade de Ouro Preto, é especificamente no distrito de Antônio Pereira onde se situa a instituição de ensino. Se todo o sítio histórico é considerado Patrimônio Mundial pela UNESCO, o lugarejo – localizado a 16 quilômetros da sede, e a nove quilômetros da cidade de Mariana – enfrenta problemas sociais e econômicos bastante específicos.

A localidade possui, de acordo com trabalho do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2011, 4.480 habitantes. É, sem contar o distrito-sede, o segundo maior distrito em número de habitantes da cidade. De acordo com o trabalho de Rodrigues *et al.* (2017) a maior parte da população economicamente ativa do local possui renda inferior a dois salários mínimos e indicavam a saúde, a política local, a educação e o meio ambiente como os maiores problemas do local.

É neste distrito que está localizada a entrada da Mina de Timbopeba, da Vale S/A, complexo vizinho às Minas de Germano, da Samarco S/A, e da Mina de Alegria, também da Vale S/A. Com o rompimento da barragem de Fundão, em novembro de 2015, a economia da região se viu profundamente abalada com as paralizações forçadas pela

suspensão das licenças ambientais, e o distrito de Antônio Pereira se viu tomado não apenas pelo aumento do desemprego como pelo medo iminente de um outro rompimento, da Barragem do Doutor, que poderia destruir a localidade.

Nesse cenário, em agosto de 2017, fui dar aulas para o curso de Administração, durante o primeiro período dentre os três previsto para todo o curso. Meu primeiro contato com os alunos serviu para conhecer a comunidade, a escola e os estudantes. Mesmo dando aulas apenas para um dos dois cursos oferecidos foi possível conhecer as quatro turmas de estudantes, duas do turno integral e duas do turno noturno. As salas estavam cheias, com cerca de 40 alunos em cada uma delas. Segundo a diretora o número de interessados nos cursos foi maior que o dobro das vagas.

A Rede de Educação Profissional exige a contratação de professores a cada seis meses, baseado em critérios como currículo prévio e tempo de serviços prestados ao Estado de Minas Gerais. Não apenas por isso, mas deixei o corpo docente no início do ano seguinte e foi apenas no segundo semestre de 2018 que eu retornei para encerrar os ciclos com os alunos que havia conhecido um ano antes.

Nesta segunda etapa fui designado como professor de Metodologia de Pesquisa Científica, para o curso de Administração, e agora também para outras duas disciplinas do curso de Informática para Internet. A discussão do início do semestre se deu para definir qual tipo seria o trabalho final para conclusão do curso. Ainda que não se exigisse no plano pedagógico dos cursos, a direção da escola e a coordenação dos cursos decidiu pedir que os alunos apresentassem um artigo científico para concluir o curso técnico.

Esse foi o primeiro problema. Embora a taxa de evasão tenha diminuído as turmas – dos anteriores 40 alunos por classe para uma média de 25 em cada turma – a quantidade de trabalhos finais se aproximaria da casa da centena. A primeira resolução indicava que cada aluno trabalharia de maneira individual e deveria apresentar uma pesquisa completa e eu seria o responsável por todas as orientações.

Ao passo que as aulas eram iniciadas, defini junto aos alunos algumas primeiras posições para que pudéssemos adiantar algumas tarefas, aguardando a definição final – que viria da Superintendência Regional de Ensino. Assim trabalhei com os alunos alguns conceitos – como o equilíbrio entre o melhor para cada um individualmente e o melhor para o grupo de estudantes, assim como a tomada de decisão coletiva. Estabelecemos as formas de trabalho, deixando livre para cada um dos alunos escolher **o próprio tema de estudo**.

Em sequência fomos determinados a seguir algumas direções. A primeira é que o tipo de trabalho havia mudado para uma proposta de pesquisa. Essa mudança era fundamental para que pudessem ser concluídos a tempo, uma vez que os alunos ainda não tinham contato com a escrita científica, nem com as formas de levantar dados e efetivamente realizarem uma pesquisa científica com toda a complexidade envolvida.

A segunda determinação era que se fizessem trabalhos em grupo. Isso fez com que alguns alunos se irritassem porque já haviam abraçado um tema e não gostaram da ideia de abandoná-los para seguir um trabalho com outros colegas. Neste momento a discussão foi tão grande que eu precisei autorizar que alguns alunos fizessem o trabalho de maneira individual, desde que em hipótese alguma essa escolha pudesse ser mudada. Isto é, começou o trabalho de maneira individual terminaria o trabalho sozinho.

E assim seguimos os dois meses e meio restantes para concluir as propostas. A liberdade de escolher o tema pesou para alguns estudantes. Se antes viam com clareza o que gostariam de propor, na metade do caminho se viam encurralados e depois voltavam atrás, escolhendo um novo tema e tendo que começar do zero. O aprendizado de alguns esteve exatamente nesta decisão. Alguns trabalhos não conseguiram igualar outros em termos de material levantado no Referencial Teórico ou propostas bem elaboradas.

Todos os trabalhos seguem uma mesma estrutura textual – introdução (alguns com objetivos e justificativas), referencial teórico e metodologia – sendo que este último tópico tem uma característica muito comum para todos. Isso se deve, principalmente, ao tempo de trabalho que fez com que fosse o único dos tópicos em que os alunos não estavam efetivamente envolvidos na pesquisa do método, mas seguissem os textos base da disciplina (PRODANOV; FREITAS, 2013; VIANELLO, 2013; MISUNAGA; SILVA, 2016).

Aqui eu preciso informar a você leitor que, exatamente pela liberdade de escolha, eu não concordo com a maneira que alguns temas foram abordados e descritos. Mas preferi seguir com a proposta inicial de deixá-los livres para escolher sobre o que iriam construir. Desta forma é possível identificar alguns temas que podem parecer recorrentes em determinado momento – como os trabalhos sobre Ergonomia e doenças relacionadas ao trabalho – mas foram assuntos que os alunos pareceram se identificar e gostavam de se aprofundar nos estudos.

Alguns temas são sensíveis para muitos deles. O trabalho que aborda a inserção dos jovens administradores no mercado de trabalho é uma manifestação da insatisfação do trio de pesquisadoras. Elas abordam sobre sua dificuldade de encontrar vagas compatíveis com o perfil delas – jovens mulheres negras oriundas de uma comunidade à margem das políticas públicas de uma cidade histórica conhecida mundialmente.

Outro tema que inevitavelmente apareceria são as questões ambientais e socioeconômicas envolvidas no rompimento da Barragem de Fundão. E neste trabalho, especificamente, foi difícil pedir para as pesquisadoras abordarem toda a questão por uma perspectiva mais neutra possível, uma vez que elas estavam – por suas famílias, amigos e conhecidos – muito envolvidas em todas as reações provocadas pelo evento.

Um outro trabalho construído nesse processo surpreendeu todos os outros professores envolvidos nas bancas de avaliação. Trata-se de um que avalia a necessidade de Sistemas de Prevenção e Combate a Incêndios. Um dos alunos envolvidos nessa proposta foi um dos mais dedicados envolvidos nestes trabalhos, e sua ideia revelou aos professores que a escola, onde estávamos todos, precisava ter um protocolo de ação no caso de emergências. Este trabalho inclusive foi recomendado à direção para que pudesse ser colocado em prática.

Por fim, caro leitor, peço para que você considere todo esse contexto quando realizar a leitura deste caderno. Volto a lembrá-lo, aqui não estão trabalhos completos são propostas, ideias que surgiram da cabeça de jovens e adultos que conseguiram em pouquíssimo tempo entender as lógicas envolvidas na pesquisa e produção de um texto científico. Faço um outro apelo para aqueles que, estimulados pelas propostas, identifiquem uma demanda científica e se interessem em dar continuidade serão bem-vindos a fazer contato.

Aos alunos da Escola Estadual Antônio Pereira os meus mais sinceros parabéns. Que suas vidas profissionais sejam reflexo de todo o esforço e dedicação que tiveram por esse projeto.

Felipe Alexandre de S. F. Nunes

Professor de Metodologia de Pesquisa Técnica e Científica

Referências Bibliográficas

IBGE. *Sinopse por setores*. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2011. Disponível em: < <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopseporsetores/?nivel=st>>. Acesso em: 19 abr. 2019.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

RODRIGUES, Valéria Pires; PAIVA, Camilla Adriane de; MARQUIS, Daiane Evelyn Ponciano; PEREIRA, Letícia Guimarães; PRADO FILHO, José Francisco. **Percepção dos moradores do distrito de Antônio Pereira, Ouro Preto – MG, sobre meio ambiente, saneamento básico e riquezas ambientais locais**. Revista ELO – Diálogos em Extensão, v. 6, n. 2, out. 2017.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

ÉTICA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO

Adriene Acsa de Souza

Aline Lúcia da Paixão Sobreira

Edineia de Assis Claudio

Sidilene de Assis Pereira Guedes

Victória Manuela de Assis Pereira Alves Barbosa

RESUMO

Esse trabalho se destina a propor uma pesquisa sob Ética nas Relações de Trabalho, para demonstrar importância Ética no ambiente organizacional, através de estudo de casos.

Palavras-chave: Ética; Relações de Trabalho, Respeito, Inclusão, Sociedade.

Introdução

A ética profissional pode ser definida como valores, normas e de relacionamentos manifestados no ambiente de trabalho. Adotar uma postura ética é construir boas relações com colegas, chefes e subordinados, o que contribui para as rotinas de trabalho funcionarem em ordem, fortalecendo rendimentos produtivos e a imagem da organização frente àqueles que se interessam por ela. Desta forma, ser ético é agir de maneira a não desviar dos padrões convencionais da sociedade, sem trazer prejuízos às outras pessoas.

Objetivo

O objetivo deste trabalho é apresentar a importância da Ética nas Relações de Trabalho, através de estudos de casos.

Objetivo específico

Desta maneira, algumas etapas serão cumpridas para se alcançar a meta definida, entendendo por exemplo quais os comportamentos de educação e respeito entre os

empregados, a divulgação de conhecimentos que possam melhorar o desempenho das atividades realizadas na empresa, o respeito à hierarquia dentro da empresa, a busca de crescimento profissional sem prejudicar outros colegas de trabalho e respeito às regras e normas da empresa.

Justificativa

Em se tratando de ética no trabalho, o filósofo Mario Sérgio Cortella (2015) afirma que “é necessário cuidar da ética para não anestesiarmos a nossa consciência e começarmos a achar que tudo é normal. ” Assim o tema ética nas relações de trabalho é o assunto deste artigo, pois independentemente do cargo na empresa, é algo que se busca defender buscando gerar uma corrente, inspirando mais pessoas a agirem de forma honesta.

Referencial Teórico

A ética profissional é um conjunto de valores positivos que geram outros benefícios, como o bom funcionamento das atividades da empresa e das relações de trabalho entre os funcionários. A evolução dos seus princípios se deu com o processo evolutivo da humanidade (LISBOA, 1997)

O respeito pelas diferenças individuais e preocupações crescentes com a responsabilidade social, as questões sobre segurança, meio ambiente e saúde no cotidiano de uma gestão empresarial, são valores repassados aos funcionários e à sociedade (MARTINS, 2003).

Dentro de uma organização existem pessoas diferente, desta maneira os valores individuais que um colaborador possui nem sempre será compatível com os valores de outros. Os relacionamentos e conflitos no ambiente de trabalho, por vezes, são provocados por valores éticos não cumpridos. Esse não é um fenômeno novo e tampouco será extinto (NEME, 2008)

Ou seja, pode-se notar que a ética não está sendo respeitada e nem fazendo mais parte da postura que todo profissional deveria ter. A sociedade precisa entender que a ética é insubstituível para a boa conduta no ambiente de trabalho. É ela que age no íntimo do indivíduo para que este vise o bem comum (LISBOA, 1997)

Tentar ser imparcial, nunca culpar os colegas, não provocar fofocas, evitar discussões públicas e conversar no ambiente particular para esclarecer qualquer problema. Esses são alguns valores que são exigidos para que se mantenha uma postura ética (SILVA, 2010)

As empresas que detém profissionais comprometidos com a ética acabam trazendo mais benefícios para a organização, como os resultados mais rápidos. Algumas atitudes são vistas como uma competência comportamental, o que é bastante valorizada pelas empresas. O profissional pode correr atrás de uma oportunidade de crescimento dentro da empresa, sem precisar prejudicar o colega (CORTELLA, 2015).

O bom humor agrada o ambiente de trabalho criando um clima favorável (FERRAROTI, 1985). Ser discreto nas tarefas e atitudes, e seguir as normas de trabalho, evitando usar o telefone da empresa para resolver problemas pessoais ou trocar e-mails entre colegas com informações que são confidenciais e exclusivas também são princípios éticos (BOBBIO, 1996).

A educação também independe de hierarquia de trabalho. As empresas devem assumir papel de responsáveis pelos cumprimentos da ética, e isso só é possível caso os gestores demonstrem postura ilibada perante seus funcionários (CORTELLA, 2015).

Metodologia

No desenvolvimento da metodologia do trabalho, entende-se que deve ser caracterizado de acordo com a natureza de pesquisa em questão, sendo ela quantitativa ou qualitativa. (MISUNAGA; SILVA, 2016).

A coleta de dados é a fase do método de pesquisa, cujo objetivo é obter informações da realidade (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Será feita através de dados bibliográficos de acordo com estudos abordados por autores, essa pesquisa abrange todos as fontes bibliográficas temáticas estudada. Tem-se como objetivo de propiciar a avaliação sob um novo enfoque, levando a conclusões inovadoras por pesquisas quantitativas.

Conclusão

Pessoas tem formações diferentes, características e atitudes diferentes. A facilidade para conciliar algumas tarefas e áreas costuma abrir portas para cargos elevados, entretanto, a inexperiência implicam em funções simples dentro das organizações, porém necessário. O respeito deve vir sempre em primeiro lugar, juntamente com a ética.

Na maioria dos setores existem funcionários que cumprem funções que podem não parecer dignas em um primeiro momento, porém são essenciais. Essa é a lógica de manter a boa convivência, pois se as pessoas não cumprem determinadas funções, toda a organização tende a perecer (TOMAZI,1999).

Assim, a sociedade supõe sujeitos partilhando, culturas e acumulando experiências positivas ou negativas ao longo da vida, nas diferentes dimensões da vida em comunidade (TOMAZI, 1999). Portanto, desde o início da civilização o homem necessitou da vivencia em grupo, formando a sociedade, sendo que em cada momento histórico foram criados padrões de comportamentos que demonstram os valores de cada sujeito de acordo com sua cultura e história, demonstrando em suas ações a sua própria ética (CORTELLA, 2015).

Referência Bibliográfica

BOBBIO, Norberto. **Igualdade e liberdade**. 1996

CORTELLA, Mario Sergio. **Educação, Convivência e Ética: audácia e esperança!**. Cortez Editora, 2015.

FERRAROTTI, Franco. **Cinque scenari per il 2000**. Laterza, 1985.

LISBOA, Lázaro Plácido. **Ética geral e profissional em contabilidade**. São Paulo: Atlas, p. 91-100, 1997.

MARTINS, Rosemir Roker da Silva. **Implantação do código de ética ou conduta ética nas empresas**. Monografia. Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba, 2003

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

NEME, Carmem Maria Bueno. **Ética profissional: repensando conceitos e práticas.**
Bauru: MEC/FC/SEE, 2008

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

SILVA, Rosângela de Oliveira. **O pedagogo e a mediação de conflitos na escola.**
Caderno de Apoio Pedagógico. 2010

TOMAZI, Nelson Dacio. Construções e silêncios sobre a (re) ocupação da região norte do estado do Paraná. **Maringá e o Norte do Paraná: estudos de história regional.**
Maringá: Eduem, p. 51-85, 1999

LOJAS VIRTUAIS

Márcio José Pinheiro da Silva

Marcela Gomes de Souza

Thayza de Andrade Francisco

RESUMO

Esse trabalho se destina a entender como funcionam o mundo virtual, com o surgimento da internet e as mudanças no perfil de compra dos consumidores muitas empresas perceberam oportunidades de expandirem seus negócios. Neste contexto, os profissionais de marketing adequaram às teorias fundamentais do comércio real para atenderem as necessidades deste novo mercado: O foco no relacionamento com o cliente passou a ser a garantia da entrega do produto, fortalecendo a área de logística que no mercado virtual é a certeza do sucesso.

Palavras-chave e-commerce, Cliente, Internet, Compra, Negócios.

Introdução

O *e-commerce* teve início na década de 1990 ao surgirem os primeiros sites com viés comercial e as transações eram relativamente pequenas. Entretanto, a evolução tecnológica e a demanda mundial fizeram com que este conceito comércio se difundisse. Por meio de ações de publicidade, diversas empresas seguiram essa tendência. Essas ações transformaram o e-commerce em um setor significativo de receita das empresas comerciais.

Com o passar dos anos mudanças tiveram que ser realizadas nas empresas para que pudesse atender a grande demanda crescente do público que adquiriu a essa nova maneira de comprar e uma das mudanças mais significativas foi com respeito à logística de entrega. Clientes locais, regionais e até mesmo internacionais passaram a fazer suas compras de toda parte.

Objetivo

Este trabalho pretende compreender os fatores que garantem sucesso ao formato de comércio online, e de quais maneiras os envolvidos nas transações – empresários e clientes – podem explorar as oportunidades que surgem desses negócios.

Justificativa

A pesquisa se justifica pela atualidade do tema, em constante desenvolvimento nos últimos anos, ao passo que é importante para a sociedade entender os elementos envolvidos nos negócios, para traçar estratégias e proteger o consumidor da exploração de maus empreendedores virtuais.

Definição de *E-commerce*

O comércio on-line, por meio da internet, é o setor da economia que tem o maior crescimento nos últimos anos. As empresas mais novas iniciam no negócio virtual e atraem uma quantidade de investidores adicionando valor de mercado. A palavra e-commerce advém do vocábulo comércio digital, em que as negociações são executadas de maneira eletrônicas. Esse novo tipo de negócio facilita a aquisição e venda de produtos ou serviços de maneira rápida, de fácil acessibilidade, em qualquer lugar do mundo, de forma a possibilitar o melhor produto pelo melhor preço. (NASCIMENTO *et al.*, 2009).

O *e-commerce* ocorre entre diversos tipos de clientes que buscam relacionar-se para realizar negócios on-line. Os modelos mais conhecidos são: *Business-to-Business* (B2B) que são negociações que ocorrem entre empresas; *Business-to-Consumer* (B2C) transações que ocorrem entre a empresa e o seu consumidor final; *Consumer-to-Consumer* (C2C) transações que ocorre entre pessoas físicas, e consumidores finais; *Business-to-Government* (B2G) transações que ocorrem entre as empresas e o governo (NASCIMENTO *et al.*, 2009).

	Governo	Empresa	Consumidor
Governo	G2G Ex. coordenação	G2B Ex. informação	G2C Ex. informação
Empresa	B2G	B2B	B2C

	Ex. aquisição	Ex. e-commerce	Ex. loja virtual
Consumidor	C2G Ex. imposto	C2B Ex. comparação de preços	C2C Ex. leilão

Tabela 1 – Exemplos de aplicação de comércio eletrônico adaptado de Limeira (2007).

Alguns serviços on-line foram desenvolvidos com o propósito retornar mais quantidade de comerciais mais ágeis, como a Nota Fiscal Eletrônica (E-NF) e o E-Boleto. Os principais objetivos desses serviços são o às fraudes e a agilidade nos serviços prestados que antes eram feitos somente pelas agências bancárias (NASCIMENTO *et al.*, 2009).

É de suma importância a fidelização do cliente, mas para que isso aconteça é preciso compreender as características deste comprador, que podem ser identificadas pela empresa através de pesquisas realizadas por terceiros.

Um recurso que contribui para estreitar o relacionamento com o cliente é a utilização de softwares que trazem o banco de dados dos clientes. Esses dados, após processados, são importantíssimos para a empresa no momento de tomar uma decisão e, ou, fazer novas implantações (LIMEIRA, 2007).

Segurança nas Transações de *E-commerce*

Quando se fala sobre atuar no ramo do comercio eletrônico, deve ser feita uma pesquisa a respeito do site, para que não haja o risco de vazar dados pessoais, pois existem informações de entrada e saída, além do banco de dados e senhas de segurança. Muitas ferramentas dão condições de segurança na internet, as quais podem ser citadas o Firewall e a Criptografia. Todas as ferramentas são passíveis de erros, onde pessoas mal-intencionadas podem se aproveitar para roubar dados. Entretanto, mais métodos são desenvolvidos e aperfeiçoados para garantir o máximo de segurança possível (FEITOZA, 2012).

O Marketing no *E-commerce*

O marketing do comércio digital pode ser voltado ao consumidor, com objetivo de fazer o cliente comprar o produto que foi ofertado. E o marketing voltado para a empresa, o

objetivo é facilitar e atender os interesses das empresas e com isso transformar em negócios. Com a internet chegando cada vez mais aos lares das pessoas e as inovações tecnológicas, o *e-commerce* abre oportunidades de comercializar e fazer negócios (NASCIMENTO *et al.*, 2009).

Plano de Negócios

O plano de negócios nada mais é do que o desenvolvimento de algo novo. Ou seja, é quando a empresa existente entra em um ramo diferente e abre um novo negócio, e por isso passa a atuar no mercado através da estratégia de crescimento por diversificação, e ampliação de seu mix de produtos (VIRTI, 2013).

Somente de posse deste plano é que a empresa terá condições de detalhar os objetivos para alcançar o sucesso, ele é tão extensivo, pois engloba muitos pontos necessários e importantes, tais como: construção do site, gerenciamento e manutenção do mesmo, layout, investimentos necessários com publicidade, marketing, gerenciamento do relacionamento com o cliente, pagamentos on-line, elaboração de conteúdo e contínua atualização, reconhecimento das diferenças culturais e parâmetros legais e o fornecimento de segurança para os visitantes (SOUZA; NETO; CAVALCANTI, 2017).

É importante neste momento observar a fundo se a empresa tem condições de abrir esse e-commerce ou se será necessário recorrer a um financiamento. Depois de uma ótima pesquisa de mercado é que a empresa poderá avaliar a intensidade dos riscos que irá correr e evitar um negócio onde as pesquisas apontem insucessos, outro fator a ser avaliado são os avanços tecnológicos (SOUZA; NETO; CAVALCANTI, 2017).

Logística Aplicada ao *E-Commerce*

Em se tratando de logística no comércio eletrônico, a área da empresa que trata dos estoques e da logística integrada administra desde a cadeia de suprimentos até a entrega do produto ao cliente, fatores estes que influenciam no sucesso ou insucesso de uma empresa virtual. Pode-se dizer que o objetivo desse mercado é a garantia do produto no local correto e nas condições ideal e para que isso aconteça é necessária uma boa administração logística (BORGES, 2003).

As vantagens de se comprar pela internet podem ser pela á comodidade, na maioria das vezes preços mais acessível diversidade e diferenciados produtos que tem nas lojas reais. A área de logística no comércio eletrônico exerce um papel muito importante no sucesso e na imagem da empresa. A logística é de suma importância e sua atividade está diretamente relacionada ao preço final do produto, que pode variar entre 5% a 20% do valor derradeiro (BORGES, 2003).

Com o avanço do comércio eletrônico no Brasil e no mundo, muitas empresas especializadas em logística integrada vêm surgindo e se aprimorando cada vez mais. Pode-se até pensar que não há mais o que fazer ou que não há mais nada para se criar com a finalidade de garantir a eficácia do processo logístico em geral, o que não é verdade. O mundo está em constante mudança e adaptação. Com certeza é a logística quem movimenta e garante o sucesso da empresa que atua no comércio eletrônico (TURCOS; RIVERO; PERAZZOLLI, 2017).

Existem casos de pessoas que efetuaram suas compras na internet e que receberam um produto diferente do que pediram, ou que chegou com dias de atraso e com danos, ou até mesmo nem chegou. Mas também existem muitos testemunhos de sucesso e alegria ao ter o produto entregue no prazo e sem nenhum estrago e do sentimento de compra bem-feita e sucedida (TURCOS; RIVERO; PERAZZOLLI, 2017).

Por isso é possível constatar que o sucesso de uma empresa de e-commerce está ligado a diversos fatores, porém o que vai garantir a continuidade desse sucesso como fator de diferenciação é uma boa administração de sua cadeia logística.

Conclusão

Conclui-se que com o avanço tecnológico a tendência desse tipo de comércio é de aumentar cada vez mais, sendo assim empresas devem estar atentas ao perfil de seus clientes que utilizam a rede mundial de computadores para realizarem diversas atividades que vão desde entretenimento, relacionamento e compras.

Bibliografia

BORGES, Leandro Basílio. **A logística no comércio eletrônico**. Monografia. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília, 2003

FEITOZA, Luis Guilherme de Matos. **Crimes cibernéticos: o estelionato virtual**. Monografia. Universidade Católica de Brasília – UCB. Brasília, 2012

LIMEIRA, Tania. **E-marketing**. São Paulo: Saraiva, 2007.

NASCIMENTO, André Ribeiro do; SILVA, Bruna Ferreira da; SANTOS, Gisele Gomes dos. **E-commerce: o melhor caminho no mercado atual**. Monografia. Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha” – UNIVEM. Marília, 2009

SOUZA, Luciane Albuquerque Sá de; NETO, Odilon Carreiro de Almeida; CAVALCANTI, Wladimir Rocha. **Administrando Saberes: Volume 4**. Instituto de Educação Superior da Paraíba – IESP. Editora IESP, 2017

TURCOS, Lucas; RIVERO, Lilian Jeannette Meyer; PERAZZOLLI, Paulo Roberto. **Diagnóstico da evolução do e-commerce**. Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videiras, 2017).

VIRTI, **Proposta de planejamento estratégico: o caso da empresa J. J. Virti materiais de construção LTDA ME**. Monografia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Porto Alegre, 2013

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Bárbara Aparecida de Jesus

Ismael Ramos de Oliveira

Sheyla do Carmo Serra

Introdução

Na contemporaneidade, com a globalização e a alta concorrência, o recinto de trabalho tem passado por várias modificações, seja no setor público ou privado. Consequentemente é indispensável a apreciação dos colaboradores nas organizações para que ocorra eficiência na realização de suas atividades.

Desta maneira, a Administração Pública no Brasil acaba por redefinir algumas práticas de gestão burocráticas e sistemas, convergindo para um modelo de gestão com modificações conceituais, de práticas e ações relacionadas com a capacitação, em um período em que se atenta para o conhecimento e as competências, tanto pessoais quanto organizacionais (OLIVEIRA; MEDEIROS, 2011).

É desta maneira que os estados, e municípios brasileiros buscam cada vez mais agilidade e praticidade para realização das atividades realizadas. São fundamentais neste contexto a administração profissional, autônoma, focada em carreiras, que apregoa a descentralização da administração e a maior competitividade entre unidades, com a devida regulamentação e contenção de despesas, assim como indicativos de desempenho, resultados e atividades dispostas entre as organizações públicas (PAULA, 2007).

A administração direta é executada pelo grupo dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Assim, os órgãos não dispõem de personalidade jurídica própria, patrimônio, nem independência administrativa (STAFORD *et al.*, 2008).

Diferencialmente da administração direta, na administração indireta, o Estado destina a sua titularidade ou cumprimento das funções para que outras pessoas jurídicas, associadas a ele, sejam capazes de realizar. A administração indireta é constituída pelas autarquias,

fundações, sociedades de economia mista, empresas públicas e outras entidades de direito exclusivo. Tais entidades portam reputação jurídica própria, patrimônio e independência administrativa (STAFORD *et al.*, 2008).

A permissão que o Estado dá ao concessionário deve ser realizada sempre por intermédio de licitação, um procedimento de estudo das ofertas mais interessantes para o Estado, significando, logo, uma diligência de uso coerente dos fundos públicos. A administração indireta refere-se à descentralização, ou seja, a divisão de competências de uma para outra pessoa, física ou jurídica (FREIRE, 2013).

Por essa razão, o presente trabalho tem como propósito adentrar nos conceitos de Administração Pública e seus tópicos. Desde o conceito de Estado, perpassando modelos históricos da administração pública, até a classificação do serviço público e algumas noções de eficiência, eficácia e ética neste setor.

Objetivo

No tempo atual vivencia-se uma ampla busca aos editais de concursos públicos, preferência que retomou uma probabilidade atraente para os que estão na procura de um emprego, ou até mesmo os que estão empregados, mas em busca de melhores oportunidades como salários, invariabilidade e horários mais adaptáveis.

O objetivo do trabalho é expor, com suporte em revisão bibliográfica, princípios, funções, propósitos e princípios da Administração Pública e sua correspondência com a Lei de Responsabilidade Fiscal.

A pesquisa é de estrutura aplicada. Foi desempenhada uma reavaliação de literatura tencionando construir a estrutura conceitual e legal para a abordagem do problema. Baseado nessas argumentações, espera-se certificar a derivação legal, as funções e os ângulos dos princípios da publicidade e transparência. A pesquisa também se restringiu a trabalhar com a legislatura brasileira e a literatura acadêmico-científica.

Objetivo específico

Possibilitar a consciencialização para proceder dentro de princípios éticos, morais, legais e cívicos, propiciando o ser humano como capital intelectual. Assim a pesquisa acaba por

estimular a capacitação como gestor público capacitado para encarar com liderança, as mais diversas ocorrências de mercado e de deficiências da sociedade, com determinação e engenhosidade para intervir na realidade, antecedendo aos fatos ou adaptando às novas tendências.

Os entes públicos devem respeitar o princípio da publicidade, fornecendo contas ao Poder Legislativo e à sociedade. Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado.

Conceito

A Administração Pública pode ser definida como atividades diretamente relacionadas com as tarefas de interesse público (AREZZO, 1999). Ela engloba pessoas públicas e órgãos que efetuam tarefas administrativas, invariavelmente em nome do interesse coletivo. Desta maneira a Administração Pública, significa o serviço e estruturas organizacionais ligadas ao Estado. Assim, é o Estado buscando realizar o bem comum dos indivíduos em uma coletividade (JUNQUILHO, 2010).

Ética na Administração Pública

Recentemente, dado ao contexto histórico brasileiro, a palavra ética ganhou notória relevância em todos os meios de comunicação. Há quem diga que seja o início de uma reforma na Administração Pública, enxugando os custos e estancando a burocracia que provocam os altos índices de corrupção no país (CARDOSO Jr. *et al.*, 2018).

A palavra em si tem origem do grego e significa tudo o que pertence ao “bom costume” ou “portador de caráter”. No atual período, a palavra entra num contexto de avaliação e observação do contexto profissional, nos setores públicos ou privados, de forma que há várias utilizações para o seu conceito – ética médica, ética jurídica – no setor público é, em pesquisa recente, um dos maiores desejos da população brasileira na representação política (MAKOVICS, 2018).

No contexto do serviço público, a ética está adjunta ao comportamento dos agentes, visto que tanto a administração pública quanto seus servidores têm necessidade de estar

alinhados com os valores, princípios e regras da administração pública, agindo com ética, moral e boa-fé. No desempenho da atividade pública é essencial que exista o comprometimento com a ética e a moral, e o Estado é incumbido por orientar esse comportamento. Mas não é exatamente o Estado que é antiético, já que ele é constituído por homens. Desta maneira, falta ética ou não aos homens que o constitui e não a máquina pública em si (BLANCHET; HACHEM; SANTANO, 2015).

Metodologia

Com o objetivo de obter as metas propostas nesta pesquisa, e compreendendo que a metodologia é aplicada para ampliar o conhecimento em torno de uma pesquisa científica é grande a relevância em definir a qualidade dos procedimentos e técnicas empregadas no transcorrer do conhecimento compreendido.

Analizou-se relacionar a pesquisa conforme Triviños (2012) definiu, tendo por finalidade expandir o conhecimento a respeito de um determinado problema. Quanto os métodos técnicos, aplicou a pesquisa bibliográfica por meio de conteúdos já apresentados em livros, pesquisas na internet e artigos. De acordo com Markoni e Lakatos (2007), esta pesquisa refere-se a obras relacionadas em um tema a ser analisado, que já foi disponibilizado no meio público.

O conjunto desta pesquisa é a Administração Pública, pois é um tema fundamental para o futuro servidor público ter entendimento sobre seus tópicos, para todos conhecerem a grande importância da transparência nas ações, obtendo uma maior e melhor eficiência e eficácia.

Bibliografia

AREZZO, Dryden Castro de. **Introdução a administração pública**. Niterói Universidade Federal Fluminense, 1999.

BLANCHET, Luiz Alberto; HACHEM, Daniel Wunder; SANTANO, Ana Claudia. **Eficiência e ética na administração pública**. Curitiba: Ithala, 2015

CARDOSO Jr., José Celso; CERQUEIRA, Bráulio Santiago; PINHO, Carlos Eduardo Santos; REIS, Sérgio Guedes; PEREIRA, Thiago Rabelo; AMARAL, Vinícius

Leopoldino. **Planejamento governamental e finanças públicas no Brasil contemporâneo.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2018

FREIRE, André Luiz. **O regime de direito público na prestação de serviços públicos por pessoas privadas.** Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. São Paulo, 2013

JUNQUILHO, Gelson Siva. **Teorias da Administração Pública.** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, 2010

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica.** 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, José Arimatés de; MEDEIROS, Maria da Penha Machado. **Gestão de Pessoas no Setor Público.** Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2011.

PAULA, Ana Paula Paes de. **Por uma nova gestão pública: limites e potencialidades da experiência contemporânea** – reimpressão-Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

STAFORD, Aline André e Silva; OLIVEIRA, Halber de Lacerda; MOURA, Edson Mazini; PEREIRA, Luciana Francisco; MISSIUNAS, Rafael de Carvalho. **Autarquias e demais entidades da administração indireta.** Âmbito Jurídico, Rio Grande, XI, n. 59, nov 2008.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação. 1.ed. 21 reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

ENDOMARKETING - MARKETING INTERNO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA

Helenice da Conceição Neves

Lucélia Matias Ferreira

Marisa dos Santos Nascimento

RESUMO

Tendo em vista a importância de investir na satisfação dos colaboradores garantindo melhorias contínuas dentro da empresa, pesquisa-se sobre endomarketing – Marketing Interno, a fim de apresentar o Endomarketing, como ferramenta que busca alcançar melhorias no ambiente interno. Para tanto, é necessário identificar como o Endomarketing pode influenciar o desempenho do colaborador dentro da empresa, entender a relação da empresa com o endomarketing e como conseguir melhores resultados utilizando ações que auxiliam o endomarketing na gestão estratégica. Realiza-se, então, uma pesquisa caracterizada como uma pesquisa descritiva e explicativa, desenvolvida através de uma pesquisa bibliográfica relacionada ao Endomarketing e outras áreas de conhecimento que estão envolvidas no processo de implantação e gestão do mesmo.

Palavras-chave: marketing; marketing Interno; endomarketing; ferramenta; estratégica.

Introdução

O Endomarketing também conhecido como marketing interno, pode ser considerado como uma ferramenta estratégica por sua eficiência em alcançar os objetivos organizacionais por meio da valorização das necessidades de seu público interno, garantindo a satisfação das necessidades dos clientes externos.

O presente projeto tem como objetivo apresentar o Endomarketing, como uma ferramenta que busca alcançar melhorias no ambiente interno, promovendo um maior rendimento dos funcionários e obtendo melhoria na qualidade de produtos e serviços oferecidos,

garantindo o crescimento organizacional e com isso promover ganhos em produtividade, competitividade e eficiência para a empresa.

O trabalho tem como objetivo específico identificar como o Endomarketing pode influenciar o desempenho dos colaboradores dentro da empresa; entender a relação das empresas com o endomarketing; e como conseguir melhores resultados utilizando ações que auxiliam o endomarketing na gestão estratégica fazendo.

O projeto encontra justificativa pela intenção de reconhecer e identificar importantes características da ferramenta, na condição de fornecer dados as empresas para que invistam na satisfação dos colaboradores, garantindo melhorias contínuas dentro da empresa.

Conceitos de marketing

O Marketing pode ser descrito como um método constante que engloba o mercado em que a organização se insere e seus inúmeros fatores de relevância. Na intenção de responder às expectativas dos consumidores, um departamento de marketing visualiza a ideia de satisfazer as necessidades e os desejos do público consumidor de determinado produto ou serviço (BARTH; NEGRI, 2012).

Uma análise feita por Grönroos (2003) afirma que o Marketing voltado para dentro da organização, relaciona uma quantidade de fatores e processos internos com objetivo de entender e satisfazer as pessoas que compõe a organização, temos, então, o Endomarketing.

Neste ponto específico, Dalpiaz (2002) traz uma segunda definição, na qual, uma vez que o Marketing dá suporte às firmas na satisfação das necessidades dos clientes e desenvolvendo maneiras para que esta satisfação se efetive em compras ou serviços, logo, o mesmo conceito deve provocar igualmente a satisfação interna à firma, dando condições para que os colaboradores supram suas próprias necessidades. O Marketing vem evoluindo ao passar do tempo expandindo sua atuação para dentro da empresa. Com isso o Endomarketing é visto como uma aplicação estendida para as pessoas dentro da organização. (BARTH; NEGRI, 2012).

A definição de Endomarketing também pode ser feita como atitudes administrativas, cujo

foco é o público interno das organizações e empresas, de qualquer um dos setores, tendo em vista uma conduta de responsabilidade com o ambiente e toda a comunidade envolvida. O Endomarketing pode ser uma ferramenta ao envolver os funcionários, visando satisfazer o público interno, resultando em tarefas bem desenvolvidas, sendo percebidas por todos os envolvidos no processo (BARTH; NEGRI, 2012).

Conceitos e objetivos de endomarketing

Bekin foi um dos primeiros autores a caracterizar o Endomarketing como uma atividade derivada do marketing em seu livro "Fundamentos do Endomarketing". "Endo", originário do grego, significa posição ou ação no interior, ou seja, "Movimento para dentro". Endomarketing é, portanto, um conjunto de ações de marketing organizacional designado para o público interno (colaboradores, fornecedores, acionistas, vendedores) (SANTOS; ALMEIDA; FEITOSA, 2016).

Ao voltar ao tema, Bekin (2004) se apresenta como criador do termo, ainda que a terminologia fora registrada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial no ano de 1995. Este autor preza pela definição de que o termo é um processo com objetivo de alinhar e sincronizar a estrutura da organização.

Para Brum (2010), este termo pode ser descrito como uma estratégia empresarial para gestão de recursos humanos. Já para Dalpiaz (2002) é uma lógica motivacional para que as pessoas executem as atividades dentro do local de trabalho. Para ele, é obrigação do Endomarketing trabalhar a retenção e atração do funcionário, da mesma maneira em que o Marketing externo trabalha na atração e retenção de consumidores.

Neste patamar Brum (2010) afirma que Marketing Interno e Endomarketing são expressões de mesmo sentido. Boone e Kurtz (1998) também induzem o Marketing Interno como ações que manifestam apoio a todos os funcionários na intenção de compreender as funções na implantação de qualquer estratégia. Kotler (1998) explana que o Marketing Interno é contratar, treinar e motivar os funcionários para que estes atendam dentro de um determinado patamar de motivação.

De acordo com Brum (2010) a ferramenta de Endomarketing engloba a comunicação entre pessoas, por meio de grupos de mensagem.

Síntese dos Conceitos e Objetivos de Endomarketing – Marketing Interno		
Autores	Conceitos	Palavras-chave
Bekin (2004, p. 3-4)	‘[...] Endomarketing, o sentido do Marketing voltado para uma ação interna aparece explicitamente. O Sentido de algo voltado para dentro, de interiorização, está no próprio significado de endo. Aí temos a palavra grega éndon, que significa em, para dentro, dentro de, exprimindo a posição ou a ação no interior de algo, o movimento de algo que caminha para dentro de si mesmo’.	Ação interna.
Brum (2010, p. 22)	‘Endomarketing é, portanto, uma das principais estratégias de gestão de pessoas nas empresas que buscam não apenas sucesso em termos de mercado, mas a perenização’.	Estratégia de gestão.
Bekin (2004, p. 47)	‘Processo cujo foco é alinhar, sintonizar e sincronizar, para implementar e operacionalizar a estrutura organizacional de Marketing da empresa ou organização, que visa e depende da ação para o mercado e a sociedade’.	Sintonizar o Marketing com o mercado e sociedade.
Dalpiaz (2002, p.9)	‘No Endomarketing essa forma de retenção e de atração do cliente interno da empresa (funcionário) é feita da mesma forma que no Marketing externo, as ações são direcionadas para a massa, isto é, para o grande público’.	Retenção e atração dos funcionários.
Brum (2010, p. 42)	‘Marketing Interno e Endomarketing são expressões utilizadas com o mesmo sentido [...] Endomarketing é, portanto, Marketing Interno ou Marketing para dentro’.	Marketing para dentro.

Boone e Kurtz (1998, p. 47)	‘Ações administrativas que ajudam todos os funcionários da empresa a compreender e aceitar seus respectivos papéis na implementação da estratégia de Marketing’.	Ações administrativas.
Kotler (1998, p. 40)	‘[...] uma tarefa bem sucedida de contratar, treinar e motivar funcionários hábeis que desejam atender bem aos consumidores’.	Tarefa de contratar, treinar e motivar funcionários.
Brum (2010, p. 9)	‘[...] trata-se de uma rede de canais estruturados de comunicação, com o objetivo de que líderes e liderados possam se comunicar de forma eficiente e compartilhar um ambiente saudável, que proporcione realização e felicidade aos profissionais’.	Comunicar de forma eficiente.

Tabela 1 - Síntese dos Conceitos e Objetivos de Endomarketing - Marketing Interno foi elaborado pelos autores (Fonte: BARTH; NEGRI,2012).

Percebe-se que o Marketing Interno é trabalhado como ferramenta essencial, uma vez que envolvem fatores que se complementam, com trocas dentro da organização e interação entre as partes, oriundo da transparência e favorecendo o estabelecimento de metas e objetivos de maneira conjunta, entre empresa e funcionários. Com isso, estabelece-se ambientes favoráveis, onde os conhecimentos são transmitidos sem ruídos (BARTH; NEGRI,2012).

Ferramentas utilizadas no processo de Endomarketing

Como ferramentas para a propagação do Endomarketing são recomendados a utilização da comunicação interna e externa, treinamento e desenvolvimento dos colaboradores, liderança visionária e a troca de informações técnicas essenciais. Outros componentes administrativos entram no trabalho com os funcionários, como as descrições de cargos, procedimentos de recrutamento, plano de carreira e os benefícios monetários que são usados para estabelecer metas a serem alcançadas (SANTOS; ALMEIDA; FEITOSA, 2016).

Kotler e Keller (2006) afirmam que é possível utilizar pesquisas de clima organizacional de forma a ter um indicador que avalie o processo de comunicação empresarial, justamente por ser uma ferramenta que permite identificar a necessidade de uma empresa investir em comunicação interna ou externa.

A avaliação de desempenho, com o método de Avaliação 360 graus, também é passível de se utilizar no processo de Endomarketing, afirmou Chiavenato (1999). Medindo o desempenho do funcionário e, com a avaliação 360 graus, realizando uma varredura sistemática do desempenho em função das atividades é possível estabelecer um contato com cada funcionário, referente aos resultados desejados e desafios propostos individualmente.

O desenvolvimento pessoal do funcionário também é importante indicador a ser avaliado, uma vez que quando se avalia qualquer membro da equipe é importante fazer uma abordagem ampla, independentemente do nível hierárquico da questão. Isso para que a avaliação do desempenho não seja apenas durante um determinado período de tempo (TORQUATO, 2004).

Um programa de Endomarketing deve conter os seguintes tópicos: treinamento sob a ótica de educação e desenvolvimento; processos de seleção; planos de carreira; motivação, valorização, comprometimento e recompensa: sistema de informações e rede de comunicação interna: segmentação do mercado de clientes internos, cenários para novos produtos, serviços e campanhas publicitárias. O autor ainda reforça que a visão do treinamento deve ser sempre estratégica no sentido de ser considerado e tratado como um investimento com retorno garantido em termos de qualidade, excelência e dedicação. (SANTOS; ALMEIDA; FEITOSA, 2016).

Empresa que alcançou o sucesso com a aplicação do Endomarketing

O caso de sucesso: Toyota

A montadora Toyota é referência no quesito marketing interno, por prezar e estabelecer um relacionamento forte e motivador com seus colaboradores. Os colaboradores da fábrica Toyota enviam ideias aos seus gestores por turno. Os gestores dão liberdade para que cada colaborador expresse suas ideias. Colaboradores novos são submetidos a um treinamento cinco meses antes de assumir seus postos, conhecendo a cultura da firma, a

fábrica e os clientes. Dessa forma, o empregado é instigado a ter uma ampla noção dos propósitos da Toyota. Na Toyota a comunicação interna é tratada pelos gestores com extrema importância. Além disso, é oferecida uma série de treinamentos, palestras de motivação e incentivos aos projetos dos colaboradores. Ainda há uma variedade de benefícios (SANTOS; ALMEIDA; FEITOSA, 2016).

Metodologia

Foi utilizado o método de pesquisa caracterizada como uma pesquisa descritiva e explicativa, com a finalidade de analisar o endomarketing – Marketing Interno, através de um estudo profundo, partindo de uma revisão bibliográfica composta pelos principais autores e estudiosos da área. A finalidade é traçar um “padrão” que possa ser trabalhado como exemplo e aplicado junto aos objetos empíricos (VIANELLO, 2013).

Para isso, a pesquisa será baseada em estudos de autores que elaboraram trabalhos pertinentes ao assunto. Entretanto, é importante salientar que o corpus de autores tende a aumentar na medida em que a leitura vem sendo desenvolvida.

Partindo dos conceitos apresentados pelos autores, o trabalho analisará o perfil destes objetos empíricos, compreendendo todo o trabalho realizado, assim como a importância que possuem para a construção do mercado local.

Para isso, será necessária uma pesquisa documental e, ocasionalmente, entrevistas com os responsáveis pelos espaços. O estudo terá caráter essencialmente qualitativo, com ênfase na observação e estudo documental, ao mesmo tempo que será necessário o cruzamento dos levantamentos com toda a pesquisa bibliográfica já feita (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Conclusão

O endomarketing é muito utilizado pelas empresas de médio a grande porte, para a obtenção de melhores resultados no crescimento interno da empresa, melhorando a comunicação interna e externa da empresa, ajuda ao funcionário a entender os seus papéis dentro da empresa.

Referência Bibliográfica

BARTH, Maurício; NEGRI, Adriana. **Endomarketing: o desafio de fidelizar o cliente interno**. Revista Temática, a. VIII, n. 1, jan/ 2012

BEKIN, Saul F. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Editora Prentiel. Hall, 2004.

BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. **Marketing contemporâneo**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa**. São Paulo, SP: Integrare Editora, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos: como implementar talentos na empresa**. 4. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa. **Endomarketing Um a Um: Marketing Interno como forma de motivação individualizada**. Torres: [s.n], 2002

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip; KELLER Kevin Lane. **Administração de Marketing: a bíblia do marketing**. 12. Ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2006.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

SANTOS, Daniella Maria Lopes dos; ALMEIDA, Yasminy Tásulla Moreira de; FEITOSA, Águida Maria da Veiga. **O endomarketing como estratégia de gestão e crescimento organizacional**. RACE – Revista da Administração, v. 1, n. 1, 2016

TORQUATO, Gaudencio. **Comunicação: Relações Publicas**. São Paulo: Editora Cengage, 2004.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

GESTÃO DE RH NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Ana Cláudia das Neves

Ludimila Gonçalves Dos Santos Lúcio

Raquel Aparecida de Oliveira Silva

RESUMO

Este trabalho pretende abordar propostas para conhecimento e melhor gestão dos Recursos Humanos em Micro e Pequenas Empresas. É importante saber que estas empresas são as de maior quantidade no Brasil, entretanto são também as que tem maior índice de mortalidade. Portanto, ter uma boa gestão de Recursos Humanos pode beneficiar para que estas empresas se mantenham no mercado.

Palavras-chave: Gestão de Recurso Humano; Micro e Pequenas Empresas; Mercado Competitivo; Expansão para Novos Mercados.

Introdução

O presente trabalho tem como objetivo mostrar a atuação dos Recursos Humanos (RH) nas micro e pequenas empresas (MPE), bem como as influências estratégicas da gestão de pessoas quando baseadas nos valores organizacionais.

Desta maneira pretende-se esclarecer a amplitude do Recurso Humano, da gestão de pessoas, nas micro e pequenas empresas, de forma a compreender as tarefas que fazem com que os colaboradores participarem ativamente na progressão da organização, apoiando os gestores.

Tendo em conta que, de acordo com pesquisas realizadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), existem nove milhões de micro e pequenas empresas (MPE) no Brasil. Isso representa cerca de 27% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Além do que, nota-se uma tendência desse número aumentar caso esse ritmo insista, já que em 2001 a participação no PIB era de 23% (SEBRAE, 2014).

É um número significativo, que evidencia a importância do setor, e condiz com a necessidade de aprofundamento nas vertentes estratégicas dos recursos dessas organizações. Neste trabalho, pretende-se apontar a relevância do recurso humano, como fundamental à existência das empresas.

Objetivo

O objetivo deste trabalho é esclarecer a importância do setor de RH na microempresa e pequenas empresas, com base na competitividade e permanência no mercado, focando na gestão e desenvolvimento de pessoas como estratégia organizacional. Pretende-se entender a contribuição significativa da implantação do setor de Recursos Humanos nas empresas de pequeno porte, de acordo com suas necessidades de gerenciamento de pessoas, recursos financeiros para sobrevivência no mercado competitivo.

Entende-se como importante tornar claras as atribuições de um setor de gestão de RH dentro das micro e pequenas empresas, esclarecendo as inúmeras funções do setor para com os colaboradores e gestores. Aplicar uma infraestrutura de RH com base na Qualidade, Planejamento e Gestão Financeira assim como os colaboradores que são responsáveis por Relacionamento e o Marketing e as estratégias utilizadas para atração de clientes para que as micro e pequenas empresas se tornem competitivas no mercado.

Objetivo Específico

Explanar as necessidades de uma boa Gestão de Recursos Humanos nas micros e pequenas empresa, com base nas necessidades de competitividade e permanência no mercado.

Esclarecer os inúmeros benefícios do setor de RH, dentro de uma empresa, mantendo a ética de um bom relacionamento Interpessoal entre colaboradores e gestor.

Justificativas

Como justificativa para essa pesquisa, há a intenção de mostrar para o micro e pequeno empreendedor a importância do setor estratégico de gestão de pessoas. Isso tende a beneficiar essas organizações o quanto à sua permanência e sucesso em mercados cada vez mais competitivos. Desta maneira pretende-se contribuir para uma gestão de

benefícios e lucros com um retorno significativo do investimento empresarial.

Assim, entende-se como um trabalho importante para apoiar os empreendedores e diminuir os números de mortalidade das micro e pequenas empresas apresentados como sendo, em 2010, 58% das empresas de pequeno porte fecharam as portas antes de completar cinco anos. Em relação a 2009, este índice era de 62%. Entre os principais motivos descritos pelos empreendedores estão a falta de clientes (29%), capital (21%), concorrência (5%), burocracia e os impostos (7%) (SEBRAE, 2014).

Segundo o SEBRAE outros fatores que influenciam no processo de mortalidade das MPes são a falta de planejamento, de técnicas de marketing, de avaliação de custos e fluxo de caixa. Desta maneira, justifica um estudo no setor de gestão estratégica de recursos humanos, como maneira de indicar ferramentas para a permanência dessas organizações no mercado.

Referencial Teórico

Gestão de RH nas Micro e Pequenas empresas.

As pequenas e micros empresas podem ser as mais competitivas no mercado. Há uma variedade de fatores que contribui para o sucesso e permanência dessas empresas (PEREIRA; SOUSA, 2009).

São poucas micro e pequenas empresas que aderem o setor de Recursos Humano (RH). Quando se fala desse setor em certas organizações é um apontamento muito além do controle da folha de pagamento e do agendamento de férias, o departamento de RH detém várias funções significativas dentro de uma empresa (DAHER *et al.*, 2012).

A infraestrutura de um departamento de RH pode ser subdividida em Qualidade, Planejamento e Gestão de Finanças. A estratégia dessa subdivisão de infraestrutura de RH em uma pequena empresa visa beneficiar, a organização no mercado competitivo (PRATES; OSPINA, 2004).

Pode-se descrever a Qualidade como gerenciamento de carreira, desenvolvimento e capacitação de colaboradores na empresa, recrutamento e seleção, nas decisões de recursos administrativos pela empresa. O Planejamento para contratação dos

colaboradores e suas atividades dentro da empresa, normalmente referidos aos cargos e flexibilidade de atualização em vários setores, do marketing ao desenvolvimento empresarial (ÁVILA; STECCA, 2015).

As concepções de empreendedorismo são os valores para Gestão Financeira de uma empresa, o que vai além da folha de pagamento e fluxo de caixa, o monitoramento financeiro de uma empresa consiste no controle de recursos e gastos administrativos e operacionais, controle de gastos pessoais com planos de carreiras (ÁVILA; STECCA, 2015).

A durabilidade dessas micro e pequenas empresas no mercado dependem de uma boa gestão de finanças com base, controle de qualidade perante à competitividade no mesmo ramo de aplicação.

As pequenas empresas no contexto brasileiro

Em fevereiro de 2014, o SEBRAE divulgou um relatório que mostra que os pequenos negócios geraram 148.152 novos empregos, respondendo por 56,8% dos empregos formais registrados no país naquele mês, enquanto as médias e grandes empresas (MGEs) e a “Administração Pública” foram responsáveis, relativamente, pela criação líquida de 99.867 e de 12.804 postos de trabalho. O IBGE evidencia a importância da pequena empresa para o Brasil.

A década de 1980 foi marcada pela lentidão do ritmo de crescimento da economia brasileira e, como, influencia o aumento na taxa do desemprego, com queda no número de empregos formais e aumento, do setor informal como forma de complemento à renda familiar (SABOIA, 2014).

Por esse motivo proporcionou a emergência de pequenos negócios como alternativa à ocupação do excedente de mão de obra (IBGE, 2003; GOMES, 2002). Durante o século XVIII, predominava a economia baseada em empreendimentos de pequeno porte. No período entre o final do século XVIII e durante o século XIX, com a evolução do capitalismo e o surgimento da Revolução Industrial, surgem as grandes empresas e parece que o lugar para os pequenos negócios sofre contenções, proveniente deste processo que já se consolidava. Porém a partir da Segunda Guerra Mundial, a sociedade volta a perceber a importância das pequenas empresas para o equilíbrio sócio econômico.

(DOMINGOS, 1995 apud DEITOS, 2002).

Além do critério adotado no Estatuto da Micro e Pequena Empresa, o SEBRAE utiliza ainda o conceito de número de funcionários nas empresas, conforme os seguintes dados:

Microempresa:

- (I) Na indústria e construção: Até 19 funcionários.
- (II) No comércio e serviços: até 09 funcionários.

Pequena empresa:

- (I) Na indústria e construção: de 20 a 99 funcionários
- (II) No comércio e serviços: de 10 a 49 funcionários.

Outra definição de MPE é oriunda da Resolução do MERCOSUL que qualifica a microempresa como tendo rendimento bruto anual de até R\$ 1,2 milhão e a pequena empresa ganhando anualmente até R\$ 10,5 milhões. Para empresas exportadoras, uma norma da Secretaria de Comercio Exterior, alocada no Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio, reconhece a microempresa faturando US\$ 440 mil e a pequena com vencimentos de até US\$ 3,5 milhões, a depender da variação cambial a pequena empresa teria de faturar pelo menos R\$ 8,75 milhões (PARANHOS; MACEDO; LEITE, 2017).

Possíveis Causas para a Taxa de Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas

Alguns problemas precisam ser evitados ao se procurar oportunidades, uma vez que determinadas características podem levar ao insucesso. A falta de objetividade nas ideias e o desconhecimento do mercado são dois dos fatores mais reconhecidos como influentes para um mau negócio. O Brasil detém uma população com característica empreendedora, entretanto boa parte dessa população não é preparada e nem recebe apoio adequado (CAMÚCIA, 2013).

Alguns motivos da mortalidade das MPE são apontados como tendo relação com falhas administrativas na condução do negócio, falta de controle do fluxo de caixa, grande endividamento, planejamento mal concebido e falta de conhecimentos gerenciais. Outro elemento é a logística operacional, quando referida à falta de adequação das instalações possuídas. Entretanto, um dos fatores primordiais para o fracasso é a falta de mão de obra

qualificada para desempenhar funções específicas (VELDEN, 2004).

Metodologia

A natureza dessa pesquisa define as ações metodológicas necessárias para configurar seus métodos de coleta e análise de dados. Neste momento é que se identifica a escolha de procedimentos para a descrição e explicação de fenômenos e se faz obrigatório estatizar é o tipo de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Compreende-se essa pesquisa como de natureza qualitativa, sendo este tipo definido quando o fenômeno em estudo for abordado por meio de dados subjetivos. A definição de DEMO (2000) é a de que na pesquisa qualitativa existe interesse em considerar as interpretações sobre os fenômenos.

O trabalho em questão terá como base de pesquisa os dados do IBGE e do SEBRAE, verificando-se os dados mais recentes das fontes citadas, e em consultas realizadas nos *websites* dos mesmos. É a partir desta observação que se esclarece a importância e necessidade de implantação do setor de Recurso Humanos nas Micro e Pequenas e Empresas.

A discussão dos dados com as referências apresentadas nesse projeto fornecerá muitos questionamentos, que com o conhecimento teórico observado ajudará na identificação das possíveis causas e soluções do alta índice de mortalidade das Micro e Pequenas Empresas do mercado.

Referências Bibliográficas

ÁVILA, Lucas Veiga; STECCA, Jaime Peixoto. **Gestão de Pessoas**. Rede e-Tec Brasil. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria – RS, 2015.

CAMÚCIA, Anderson Oliveira. **Estratégia Competitiva de Mercado das Micro e Pequenas Empresas do Ramo de Eletrônicos na Cidade de Cacoal-RO**. Artigo de Conclusão de Curso. Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR, Cacoal – RO, 2013.

DAHER, Denilson da Mata; MINEIRO, Andréa Aparecida da Costa; DAMASO, Josiane; VILAS BOAS, Ana Alice. **As micro e pequenas empresas e a responsabilidade social:**

uma conexão a ser consolidada. IX SEGeT, Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

GOVERNO FEDERAL DO BRASIL <<http://www.brasil.gov.br>> Acesso em 30 de novembro de 2018.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PARANHOS, Aline do Nascimento; MACEDO, Luciana Carvalho de; LEITE, Thais dos Santos. **Inovação como fator de sucesso para as micro e pequenas empresas.** Monografia. Faculdade de Pindamonhangaba, Pindamonhangaba – SP, 2013.

PEREIRA, Rodrigo Carlos Marques; SOUSA, Priscila Aparecida. **Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços.** VI SEGeT, Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2009.

PRATES, Gláucia Aparecida; OSPINA, Marco Túlio. **Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios.** Revista administração contemporânea, v. 8, n. 2, Curitiba, abr/jun. 2004.

SABOIA, João. **Baixo crescimento econômico e melhora do mercado de trabalho – Como entender a aparente contradição?** Estudos Avançados, v. 28, n. 81, p. 115-126, 2014.

SEBRAE. <<http://datasebrae.com.br>> Acesso em 30 de novembro de 2018.

VELDEN, Marcelo Sabino de Oliveira Vander. **Causas da mortalidade das micro empresas no Brasil.** Monografia. Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Campinas – SP, 2004.

SISTEMA DE PREVENÇÃO E COMBATE A INCÊNDIO

Nataniel Souza Ramos

Tiago de Souza Marciano

RESUMO

Este trabalho pretende discorrer sobre os Sistemas de Prevenção e Combate a Incêndio (SPCI). Tem-se como base o entendimento de que esta ferramenta é um importante dispositivo para proteção e prevenção de acidentes que envolvam queimadas e perdas provocadas por fogo.

Palavras-chave: SPCI; Incêndio; Edifício; Combate a Incêndio; Prevenção Contra Incêndio

Introdução

Este trabalho pretende discorrer sobre os Sistemas de Prevenção e Combate à Incêndio (SPCI). Tem-se como base o entendimento de que esta ferramenta é um importante dispositivo para proteção e prevenção de acidentes que envolvam queimadas e perdas provocadas por fogo.

O objetivo desta pesquisa é demonstrar como o SPCI pode ajudar a evitar incêndios, salvar vidas e orientar as pessoas a tomar decisões corretas e decisivas para salvar, não só a própria vida como de outras pessoas em um incêndio. Pretende-se analisar as obrigações legais de escolas estaduais de Minas Gerais, especificamente a Escola Estadual Antônio Pereira.

Como etapas deste trabalho estão: (i) saber a eficácia do sistema SPCI dentro de construções; (ii) identificar as legislações que determinam a implantação de sistemas de combate à incêndio em escolas no Brasil; (iii) identificar as legislações estaduais mineiras que determinam a segurança escolar; e (iv) avaliar a implantação, ou não, na escola do distrito de Antônio Pereira.

Portanto, essa pesquisa se justifica para determinar a importância de um projeto de edificações visando à segurança contra incêndio em escolas. Uma vez que, a segurança de crianças, adolescentes e adultos, estudantes e profissionais, estão em perigo, ou risco iminente, em caso de descumprimento das normas técnicas.

Referencial Teórico

O Sistema de Prevenção e Combate à Incêndios (SPCI)

A segurança contra incêndios ainda é um tema recente no Brasil, sendo que sua maior cidade – São Paulo – só teve a primeira legislação relacionada a prevenção em 1983, após grandes incêndios ocorridos na década de 1970, como o do Edifício Andraus e o Edifício Joelma (VALENTIN, 2008).

Na redação da lei N°13.425 de 2017, o artigo 1° determina normas gerais e acrescenta ações a respeito da prevenção e combate a incêndio e a desastres em estabelecimentos, edificações e áreas de reunião de público (PLANALTO, 2017). Muitos especialistas da divisão de construção no Brasil, afirmam que a segurança contra incêndios provoca um distúrbio na fase de projetos dos prédios. Investigando os incêndios desastrosos ocorridos no país e no exterior, principalmente em edifícios de grande altura, verifica-se que o ponto crucial é a vulnerabilidade dos corredores (horizontais e verticais) aos efeitos do incêndio. Um segundo aspecto a ser considerado relaciona-se à segurança da vida e diz respeito à velocidade com que o incêndio pode crescer no interior do compartimento ou pavimento de origem, e sua capacidade de crescimento para os pavimentos vizinhos, ou até para edifícios vizinhos (ONO,2007).

Data do Incêndio	Edifício	Número de pavimentos	Andares atingidos	Vítimas fatais
13/01/1969	Grande Avenida	23	5° ao 18°	0
24/02/1972	Andraus	31	1° ao 29°	16
01/02/1974	Joelma	25	12° ao 25°	179
04/09/1978	Conjunto Nacional	26	1° ao 9°	0
09/04/1980	Secretaria da Fazenda	22	13° ao 14°	0
14/02/1981	Grande Avenida	23	1° ao 19°	17
03/06/1983	Scarpa	17	12° ao 13°	0
21/05/1987	Torres da CESP	21 e 17	Todos	2

Quadro 1 – Principais incêndios ocorridos em edifícios altos na cidade de São Paulo (Fonte: ONO, 2007)

O Quadro 1, representa um levantamento dos principais incêndios ocorridos em edifícios altos em São Paulo. É possível juntar as medidas a serem tomadas para garantir a proteção contra incêndio em regras de prevenção e medidas de proteção. As medidas de prevenção são aquelas que se destinam a prevenir a ocorrência do início do incêndio, isto é, coordenar o risco do início do incêndio. As regras de proteção são aquelas destinadas a proteger a vida humana e os bens materiais dos efeitos desfavoráveis do incêndio que já se desenvolve. Em conjunto, essas medidas visam a manter o risco de incêndio em níveis aceitáveis (FERREIRA; PEIXOTO,2012).

O acesso à edificação é um ponto crítico nesse processo e deve ser percebido como o trajeto do posto de bombeiros até o local do fato. As dimensões (largura e altura livre) das vias urbanas de acesso são causas importantes a serem consideradas na rápida locomoção e na manobra dos equipamentos de combate, assim como as condições topográficas das vias e do entorno da edificação considerada (NEGRISOLO, 2011).

Como referência a essa situação tem-se os incêndios ocorridos em Mariana, Ouro Preto e em Pirenópolis. O incêndio na Igreja Nossa Senhora do Carmo da cidade de Mariana, tombada pelo IEPHA – Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais, destruiu boa parte do piso de madeira, dois altares laterais e todo o telhado. A igreja, concluída em 1784 e que tinha acabado de passar por um andamento de restauração de 4 anos, se destacava dentre as construções coloniais mineiras pela peculiaridade de sua arquitetura. Muitos objetos de arte e imagens datadas do século XVIII foram recuperados pelos habitantes depois do incêndio, ocorrido em 20 de janeiro de 1999, no entanto a preciosa pintura barroca do forro foi perdida para sempre. O posto de bombeiros mais próximo se localizava na cidade vizinha de Ouro Preto, levando a uma considerável demora no atendimento da ocorrência (ONO,2004).

Imagem 1. Distância entre o Corpo de Bombeiros e a Igreja Nossa Senhora do Carmo (Fonte: extraído do Google Maps, 2018)

Uma vez que o veículo de bombeiro chega ao local da ocorrência descrito, ou seja, à entrada da área ou do condomínio, ele pode enfrentar graves dificuldades, como a dificuldade de acesso e manobra em vias internas, que muitas vezes não estão preparadas para suportar veículos de grande porte (BOMBEIROS, 2016).

Devido a mau planejamento e falta de verba financeira, a Escola Estadual De Antônio Pereira sofre com a falta do Sistema de Prevenção e Combate ao Incêndio (SPCI) e seus itens como extintores, placas de sinalização, detector de fumaça, sirenes audiovisuais e luminárias de emergências entre outros itens para que o combate ao fogo possa ter total desempenho e eficácia na sua aplicação. Esses recursos ajudam a manter o edifício seguro, e mantém os alunos, funcionários e os que transitam pelo local em segurança.

Entende-se também que a Escola Estadual Antônio Pereira sofre não somente com a falta da ferramenta de combate a incêndio, mas pela ausência de uma unidade de Corpo de Bombeiro mais próxima da unidade pública, para assim manter os alunos que frequentam a unidade escolar mais seguros.

Elemento	Medidas de proteção passiva	Medidas de proteção ativa
Limitação do crescimento do incêndio	Controle da quantidade de materiais combustíveis incorporados aos elementos construtivos Controle das características de reação ao fogo dos materiais e produtos incorporados aos elementos construtivos	Provisão de sistema de alarme manual Provisão de sistema de detecção e alarme automáticos
Extinção inicial do incêndio	-----	Provisão de equipamentos portáteis (extintores de incêndio)
Limitação da propagação do incêndio	Compartimentação vertical Compartimentação horizontal	Provisão de sistema de extinção manual (hidrantes e mangotinhos) Provisão de sistema de extinção automática de incêndio
Evacuação segura do edifício	Provisão de rotas de fuga seguras e sinalização adequada	Provisão de sinalização de emergência Provisão do sistema de iluminação de emergência Provisão do sistema de controle do movimento da fumaça Provisão de sistema de comunicação de emergência
Precaução contra a propagação do incêndio entre edifícios	Resistência ao fogo da envoltória do edifício, bem como de seus elementos estruturais Distanciamento seguro entre edifícios	-----
Precaução contra o colapso estrutural	Resistência ao fogo da envoltória do edifício, bem como de seus elementos estruturais	-----
Rapidez, eficiência e segurança das operações de combate e resgate	Provisão de meios de acesso dos equipamentos de combate a incêndio e sinalização adequada	Provisão de sinalização de emergência Provisão do sistema de iluminação de emergência Provisão do sistema de controle do movimento da fumaça

Quadro 2 – Medidas de proteção ativa e passiva (ONO, 2007)

Metodologia

Pode-se dizer que a pesquisa é qualitativa quando o fato é estudado por meio de informação subjetivas, sobre uma realidade. Ou seja, o fato é analisado não somente com o que está “à vista” do pesquisador, mas também por fundamentos que serão revelados a partir da pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

De acordo com Demo (2000), na pesquisa qualitativa, há uma vantagem por apanhar a interpretação dos fatos, por isso o pesquisador busca declarações que se transformam em informações relevantes para a pesquisa. Nesse ponto, pode-se realçar que a pesquisa qualitativa não lida somente com informações evidentes, mas também procura buscar as informações complexas e não revelados de uma realidade.

Para Triviños (2012) um dos fundamentos da pesquisa qualitativa está no campo da antropologia e, em seguida, nos costumes dos sociólogos em seus estudos sobre a vida

em grupos. Os cientistas perceberam que muitos dados sobre a vida dos povos não podiam ser quantificadas e precisavam ser interpretadas de maneira mais dinâmica e aprofundada.

Coleta de Dados

A coleta de dados tem como objetivo levantar informações verídicas, reunindo dados por meio de técnicas específicas. Nesta etapa o leitor precisa ser informado sobre como o pesquisador obterá os dados para responder ao problema. O objeto de um trabalho científico é a organização de informações fragmentadas, suas relações e sequências, para descobrir as respostas para determinada questão (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Este trabalho utilizará da observação, que consiste em usar os sentidos para obter aspectos da realidade, examinando fatos e fenômenos que se deseja estudar, isso coloca o pesquisador em contato direto, com a realidade, diante de comportamento não percebidos pelo sujeito (VIANELLO, 2013).

Outra ferramenta para coletar dados para essa pesquisa, diz respeito a entrevistas realizadas com pessoas que se utilizam da escola. A entrevista obtém informação direta do entrevistado, em um contato face a face, por um roteiro de perguntas (VIANELLO, 2013).

Referências Bibliográficas

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação**. 1.ed. 21 reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

ONO, Rosaria. **Parâmetros para garantia da qualidade do projeto de segurança contra incêndio em edifícios altos.** Ambiente Construído, v. 7, n. 1, p. 97-113, jan/mar, 2007.

VALENTIN, Marcos Vargas. **Saídas de Emergência em edifícios escolares.** Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2008

PLANALTO. Lei nº 13.425, de 30 de março de 2017 <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13425.htm> Acesso em 30 de novembro de 2018

FERREIRA, Leandro Silveira; PEIXOTO, Neverton Hofstadler. **Segurança do Trabalho I.** Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil. Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Santa Maria, 2012.

NEGRISOLO, Walter. **Arquitetando a segurança contra incêndio.** Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2011

ONO, Rosaria. **Proteção do patrimônio histórico-cultural contra incêndio em edificações de interesse de preservação.** Palestra apresentada na Fundação Casa de Rui Barbosa, dentro do Ciclo de Palestras “Memória & Informação”, Rio de Janeiro, RJ, em 28 de Abril de 2004

GOOGLEMAPS<<https://www.google.com/maps/dir/Igreja+Nossa+Senhora+do+Carmo,+Mariana+-+MG/Corpo+de+Bombeiros+Militar+-+Ouro+Preto+-+R.+Conselheiro+Quintiliano+Maciel,+193+-+Laje,+Ouro+Preto+-+MG,+35400-000/@-20.3866681,-43.4949709,13z/data=!3m1!4b1!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0xa4740f2502b40d:0xe447194aef9497cd!2m2!1d-43.4180249!2d-20.378533!1m5!1m1!1s0xa474d1691357c3:0x11bd705fde608e26!2m2!1d-43.5018612!2d-20.3826999!3e0>> acesso em 30 de novembro de 2018.

BOMBEIROS. **Manual Operacional de Bombeiros: Resgate pré-hospitalar.** Goiânia, 2016

A IMPORTÂNCIA DA MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

Luciana Jandssa

Sara Oliveira

Thais Gloria

RESUMO

Este artigo irá analisar a importância da motivação no ambiente de trabalho, esclarecendo a satisfação ou insatisfação dos trabalhadores, e mostrar a influência no desempenho e rendimentos dos funcionários, quando há uma tendência de que os empregados motivados tendem a proporcionar melhores resultados para as instituições, uma vez que existe um comprometimento entre ambos. Portanto o funcionário motivado trabalha mais disposto e seu trabalho rende mais, o ambiente de trabalho para muitos torna segundo lar, onde, na maioria das vezes, esses trabalhadores passam mais tempo. A realização pessoal, o desejo de atingir seus objetivos, em ser reconhecido e valorizado são alguns sinais mais conhecidos que motivam o ser humano. Porém, motivar as pessoas não é uma tarefa simples, as pessoas são diferentes umas das outras. Por isso é fundamental que as empresas se capacitem em liderança e em lidar com as pessoas.

Palavras chaves: Motivação, Desempenho, Trabalho, Estímulos, Envolvimento e Comportamento

Introdução

Desde muito tempo, já se trabalha a importância motivacional sobre os funcionários, aplicando tal maneira para obter altos desempenhos dentro da empresa. O clima organizacional está em constantes mudanças, e as mudanças internas podem afetar os colaboradores.

Para Frederick Taylor, em uma das obras fundamentais da Administração Científica (Shop management; a paper read before the American society of mechanical engineers – 1903), o comprometimento dos funcionários devia ser conquistado por meio de

recompensas que interessassem a eles, obtendo sucesso tanto para o colaborador quanto para a empresa. Motivar pessoas podia ser algo complicado, já que os indivíduos são diferentes e são motivadas também de maneiras diferentes.

Por isso é fundamental que as organizações se capacitem em liderança coaching, palestras, investindo nos funcionários com treinamentos específicos, para que assim consigam estudar cada indivíduo suprimindo suas necessidades e melhorando suas habilidades.

A firma deve interagir com o funcionário, pois o engajamento do colaborador está diretamente ligado aos resultados da empresa, melhorando a reputação da mesma, pois um colaborador motivado compartilha as ações e valores da organização com seu ciclo social.

A Felicidade Interna Bruta (ANDREWS, 2008) de uma organização deve ser analisada e melhorada cada vez mais, de forma que um funcionário feliz motiva sua equipe, obtendo maiores resultados e uma maior produção. O impacto do FIB é muito grande na economia de recursos da melhoria de processos.

O FIB é essencial para gerar uma boa relação entre empresa e funcionários, melhorando índices de satisfação – do funcionário e do cliente – crescimento na produtividade, e como consequência diminuindo o índice de rotatividade, ou turnover (ANDREWS, 2008).

As organizações devem estipular um contato direto com o seu maior projeto de vida, os colaboradores, unindo forças e despertando esse interesse de envolver o Empregador com o Empregado, fazendo diferença para o sucesso. A felicidade, a importância, a humildade e a oportunidade de expor ideias contribuem para esse diferencial (MORAES, 2001).

Por isso a realização deste estudo se mostra de suma importância, na intenção de localizar fatores de clima organizacional que afetam a motivação, para que administradores possam selecionar os resultados e, de forma estratégica, aplicar mecanismos para trabalhar diversas maneiras do clima organizacional. Portanto, com todos os fatos apresentados, o estudo busca responder a seguinte questão: como a motivação e o ambiente de trabalho influenciam no clima organizacional dentro de uma empresa?

Referencial Teórico

Alguns especialistas assumem que a relação da motivação com o comportamento e com o desempenho é estabelecida naturalmente. Neste sentido comportamento é definido por um sentimento provocado e estabelecido por metas pessoais, o que leva o indivíduo a realizar esforço para atingir determinado objetivo. A motivação no trabalho se dá pela orientação do empregado em realizar, com atenção e precisão, os compromissos assumidos prosseguindo na sua execução até alcançar determinado resultado esperado, ou não. Geralmente, salientam-se três componentes na motivação: o acesso, a direção e a persistência do comportamento (TAMAYO; PASCHOAL, 2003).

As ações da organização refletem-se também ao cumprimento dos regulamentos de comportamento que regulam o convívio dos seus membros, à própria execução do trabalho (BEZERRA, 2011). Determinados comportamentos, entretanto estão sob exigência do empregador, ainda que implicitamente. Trata-se de comportamentos altruísticos dos empregados, que são de vital importância para o bom funcionamento da organização (TAMAYO; PASCHOAL, 2003). De certa maneira apontam-se estas características como excedente ao papel de empregado, uma vez que os trabalhadores as assumem de maneira espontânea dado que só trazem benefícios à organização (ANDRADE, 2003). Vários comportamentos deste tipo têm sido estudados por diversos pesquisadores por suas características espontâneas e benéficas, dentre os quais podem ser citados: (i) a cidadania organizacional; (ii) comportamentos extra-papel; (iii) comportamentos pró-social; (iv) espontaneidade organizacional; e (v) civismo organizacional (TAMAYO; PASCHOAL, 2003; PORTO; TAMAYO, 2003).

No caso da organização se mantiver amarrada à papeis prescritos, possuirão estruturas bastante frágeis, dado que dentro de um cenário exigente, o comportamento espontâneo se mostra cada vez mais necessário para o estabelecimento formal das organizações (TAMAYO; PASCHOAL, 2003).

Na visão de Jordão (2004) a verdadeira liderança baseia-se em um propósito, visão e valores, assim sendo não é uma qualidade que possa ser racionada ou equilibrada. Ainda de acordo com Jordão (2004, p. 89), “os líderes têm como missão orientar a organização e fortalecer outros líderes. Buscando isso, o líder se resalta, acima de tudo, inspirando as pessoas. Liderar é um fenômeno social”.

A liderança sempre existiu e se estabelece ligada a um fato social, constitui-se em uma influência exercida propositadamente. Por parte do indivíduo que lidera sobre os outros indivíduos. O processo tem duas vias, não havendo somente a função específica de líder, exigindo a existência de cooperação dos liderados para que a meta se concretize, uma vez que isso só acontecerá caso as determinações objetivadas forem percebidas e correspondidas pelos subordinados (BENNIS, 2004).

Pirâmide de Maslow

Figura 1. Pirâmide de Maslow

As necessidades humanas, conforme Maslow (1971), estão preparadas numa hierarquia que ele designou de hierarquia dos motivos humanos. De acordo com o seu conceito de insistência relativa, uma necessidade é modificada pela seguinte mais forte na hierarquia, na proporção em que começa a ser realizada.

Assim, por ordem decedente de premência, as necessidades estão classificadas em: fisiológicas, segurança, afiliação, autoestima e auto realização. A necessidade fisiológica é conseqüentemente, a mais forte, a mais básica e fundamental, durante o tempo que a necessidade de auto realização é a mais fraca na hierarquia de premência (MASLOW, 1971).

Maslow pareceu jamais se afligir com a testagem empírica de sua teoria de motivação e provavelmente por isso não tenha procurado estabelecer operacionalmente as categorias de necessidades. Ainda assim ele apresenta definições feitas a partir da observação dos desejos emitidos por seus pacientes.

Esses projetos constituem uma manifestação de acordado das necessidades e são apenas um meio para determinado fim. Deseja-se uma coisa para conseguir-se outra, que é o prazer.

Para Maslow (1971), a felicidade está de modo direto ligado à satisfação das necessidades ilustradas na hierarquia da pirâmide. Ou seja, é necessário que o indivíduo satisfaça os níveis mais altos da pirâmide para atingir fenômenos de triunfo e realização.

A auto realização até mesmo, é definida pelo autor como o acesso de elevar o próprio potencial ao máximo, procurando uma expressão verdadeira de sua essência. A pessoa auto realizada sempre busca agir proporcionando o bem-estar e o desenvolvimento das pessoas à sua volta. (HESKETH; COSTA 1980).

Metodologia

O presente estudo refere-se a uma pesquisa motivacional no ambiente de trabalho, que conforme Maslow (1971), todo colaborador possui necessidades motivacionais. Este estudo é de índole exploratória e descritiva, explorando todos os dados possíveis que supram as necessidades de estímulo em cada indivíduo. Descritiva, pois tem como finalidade descrever características do que os estimula ou deixa de estimulá-los. Este estudo trata-se de uma pesquisa bibliográfica, segundo Vergara (2005, pg 43), "É o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado, em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas", isto é material de fácil acesso a qualquer público.

Bibliografia

ANDREWS, Susan, **A Ciência Hedônica**, Palestra na 1ª Conferência Internacional do FIB, São Paulo, 2008

BENNIS, Warren. **A essência de liderança**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004

JORDÃO, Sônia. **A arte de liderar: Vivenciando Mudanças num Mundo Globalizado**. 2ª ed. Belo Horizonte: Tecer, 2004.

BEZERRA, Aline de Sousa. **Clima organizacional: Fatores que influenciam na empresa xyz**. Monografia. Universidade Federal do Piauí – UFPI, Picos, 2011

HESKETH, José Luiz; COSTA, Maria T. P. M. **Construção de um instrumento para medida de satisfação no trabalho**. Revista Administração de Empresa, v. 20, n. 3, jul/set 1980

MASLOW, Abraham Harold. **The farther reaches of human nature**. Arkana/Penguin Books, 1971.

MORAES, Marcus Luiz Santana. **Criatividade e incremento de produção em empresas de médio porte – o caso Aceplac**. Dissertação de Mestrado. Fundação Getúlio Vargas – FGV, Rio de Janeiro, 2001

PORTO, Juliana Barreiros; TAMAYO, Álvaro. **Desenvolvimento e validação da escala de civismo nas organizações**. Estudos de Psicologia, v. 8, n. 3, p. 393-402, 2003

TAMAYO, Alvaro; PASCHOAL, Tatiane. **A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador**. Revista Administração Contemporânea, v. 7, n. 4, oct/dec, 2003

TAYLOR, Frederick Winslow. **Shop Management: A Paper Read Before the American Society of Mechanical Engineers**. American Society of Mechanical Engineers, 1903

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2005

AS PESQUISAS ELEITORAIS PRESIDENCIAIS SÃO ASSERTIVAS?

Amanda Perucci

Anália Lima

Clara Eduarda

Rosilene Perucci

RESUMO

Este trabalho se destina a aprofundar, sobre as pesquisas eleitorais presidenciais a partir do ano de 2000. Irá ser analisado se o candidato à presidência que se encontrava a frente nas pesquisas eleitorais foi realmente eleito, buscando tomar conhecimento sobre as probabilidades de uma pesquisa eleitoral ser assertiva ou não.

Palavras-chave: Eleições, Candidatos, Eleitores, Influência e Voto

Introdução

Este trabalho se destina a entender e aprofundar, sobre as pesquisas eleitorais presidenciais a partir do ano de 2002. Ele irá detalhar como são feitas as pesquisas eleitorais e se são, ou não, assertivas, se realmente o resultado é coerente com os apuramentos feitos antes dos votos serem concluídos. Hoje se pode ver e perceber que muitos eleitores não possuem uma opinião fixa de voto e acabam sendo influenciados pela maioria, o que pode ter um impacto muito grande e causar alterações impróprias nas pesquisas.

A principal ideia desse projeto, como dito, é analisar se o candidato a presidência que se encontrava à frente nas pesquisas eleitorais foi realmente eleito, buscando tomar conhecimento sobre as probabilidades de uma pesquisa eleitoral serem assertivas ou não.

O trabalho tem como propósito especificar, detalhar e esclarecer a seguinte pergunta: “As pesquisas eleitorais presidenciais são assertivas? ”, de modo que se discuta a confiabilidade das pesquisas eleitorais, trazendo levantamentos desde a década de 2000

contrastando com os resultados e realizando uma comparação entre os levantamentos e a resposta das urnas.

O trabalho se justifica de duas maneiras, para a ciência como uma parte integrante dos estudos das pesquisas eleitorais desde o ano de 2002, e para a sociedade se justifica compreender a fundo, se realmente as pesquisas eleitorais são assertivas, se os eleitores são influenciados através das pesquisas e se pode ou não confiar na mesma.

Referencial Teórico

Pode-se dizer que pesquisa políticas presidencial se integra como parte de uma campanha eleitoral que proporcionam descrições de momentos sobre a finalidade de voto da população (CALVET, 2013).

Para entender como uma pesquisa eleitoral funciona, é preciso tomar conhecimento de três conceitos essenciais. Imagina-se um cenário hipotético, um país com cem mil eleitores, obviamente entrevistar todo mundo para as pesquisas seria um processo demorado, sendo assim entrevista-se um número menor de pessoas que seja representativo de todo eleitorado. Esse número de pessoas deve ser escolhido de forma aleatória para que os resultados não sejam enviesados assim as conclusões podem não refletir a opinião do todo, isto é, esse grupo deve ser escolhido ocasionalmente de forma que as opiniões sejam desiguais. Esse é o primeiro conceito denominado “Amostra” (SEHBE NETO, 2008).

O segundo conceito é a margem de erro que está diretamente ligada com o tamanho da amostra, quanto maior o tamanho da amostra menor a margem de erro. Essa margem de erro chega a ser dois ou três pontos percentuais, que é relativa a 2 mil a 4 mil pessoas (SEHBE NETO, 2008).

O último conceito é o intervalo de confiança, quando o nível de confiança é a frequência com a qual o intervalo observado contém o parâmetro real de interesse quando o experimento é repetido várias vezes. Em outras palavras, o nível de confiança seria a proporção de intervalos de confiança construídos em experimentos separados da mesma população e com o mesmo procedimento que contém o parâmetro de interesse real (SEHBE NETO, 2008).

Por fim, existem duas possibilidades de realizar a pesquisa: as quantitativas feitas com uma amostra e que permitem o cálculo de percentuais, e as qualitativas que trata do aprofundamento sobre os assuntos discutidos na campanha. É por meio delas, que se indica quem lidera a pesquisa. As pesquisas qualitativas ajudam na formulação de estratégias para conquistar os eleitores (CALVET, 2013).

Dentre os objetivos das pesquisas de mercado com abordagem qualitativa destacam-se os seguintes: (i) conhecer os eleitores, mapeando suas demandas e frustrações; (ii) compreender sua percepção acerca do quadro político, apontando aspectos positivos e negativos; (iii) identificar suas expectativas com relação à solução dos problemas sociais; (iv) avaliar a imagem dos candidatos e as razões para votar ou não nos mesmos; (v) aferir a avaliação de propostas e programas de governo. (VEIGA; GONDIM, 2001).

Ainda que as pesquisas sejam feitas com vários parâmetros, como dados confiáveis e o controle de um estatístico, as pesquisas eleitorais não se baseiam em valores totais, mas sim em uma avaliação aproximada. Além disso, a validade das pesquisas eleitorais depende da opinião pública, que varia constantemente. Por isso os resultados não são exatos, e são acompanhados sempre da chamada, margem de erro. A margem de erro é a relação que determina a estimativa máxima de erro que o resultado de uma pesquisa pode ter. Ela vem sempre acompanhada do nível de confiança, que é o número de vezes que a pesquisa pode ser repetida e o resultado será sempre um valor próximo. Com uma maior margem de erro terá um menor grau de confiança em pesquisa e vice-versa (SEHBE NETO, 2008).

A margem de erro também estabelece quantas pessoas deverão ser entrevistadas. Quanto mais se desejar uma pesquisa com um maior nível de confiança e uma menor margem de erro, mais pessoas deverão ser entrevistadas. Portanto, a única forma de uma pesquisa não apresentar margem de erro é através da realização de um censo (NUNES, 2011).

Os levantamentos dos dois principais institutos de pesquisa brasileiro – Ibope e Datafolha – realizadas nas últimas quatro eleições presidenciais – 2002, 2006, 2010 até 2014 – considerando a margem de erro, mostram erros no resultado do primeiro turno (MENEZES, 2018).

Em 2002 o candidato José Serra se encontrava 20 pontos percentuais atrás de Ciro Gomes, entretanto terminou com 12 pontos percentuais de vantagem em relação ao mesmo candidato. As intenções de voto em 2002 no final de agosto apontavam Luís Inácio Lula da Silva e Ciro no segundo turno, mas no final foi José Serra quem disputou as eleições no final de outubro (MENEZES, 2018).

Nas eleições de 2006, segundo pesquisas a diferença entre Lula e Geraldo Alckmin eram de aproximadamente 30 pontos percentuais, porém nas urnas foram apenas 7 pontos percentuais. A vitória de Lula não ocorreu no primeiro turno como prenunciado no ano de 2006 (MENEZES, 2018).

As eleições de 2010 foram as únicas em que o PSDB não aumentou o percentual no final de agosto. José Serra teve um ponto percentual a menos do que apontou o Ibope, mas dois pontos percentuais a mais no Datafolha. Sendo assim foi a Marina Silva quem cresceu quando a campanha foi ao auge, com uma votação de 15 pontos percentuais a mais do que no Ibope e 20 pontos a mais do que no Datafolha. Ainda assim e 2010 as pesquisas indicavam vitória da Dilma Rousseff no primeiro turno. E no mesmo ano o segundo turno ocorreu entre ela e Serra (MENEZES, 2018).

Já nas últimas eleições, eram mais de 20 pontos percentuais a favor de Marina Silva, que se modificaram em 12 pontos percentuais para Aécio Neves, que concorreu o segundo turno com Dilma Rousseff. No caso do PT, os resultados exibem exemplo de melhora entre as pesquisas e o resultado final (2002 – 2014), porém dois exemplos de piora (2006 – 2010) (MENEZES, 2018).

Resultados dos levantamentos:

Pesquisa eleitoral – 2002		
Intenção de voto entre 15 e 16 de agosto – Datafolha	Intenção de voto entre 17 e 19 de agosto – Ibope	Resultado do primeiro turno
Lula – PT (41,1%)	Lula – PT (42,7%)	Lula – PT (46,44%)
Ciro Gomes – PPS (30%)	Ciro Gomes – PPS (31,7%)	José Serra – PSDB (23,19%)
Serra – PSDB (14,4%)	José Serra – PSDB (13,4%)	Anthony Garotinho – PSB (17,86%)

Garotinho – PSB (13,3%)	Anthony Garotinho PSB (12,2%)	Ciro Gome – PPS (11,97%)
Zé Maria – PSTU (1,1%)		

Quadro 1 – Pesquisas eleitorais em 2002 (produzido pelas autoras)

Pesquisa eleitoral – 2006		
Intenção de voto entre 21 e 22 de agosto - Datafolha	Intenção de voto entre 15 e 17 de agosto – Ibope	Resultado do primeiro turno
Lula – PT (57%)	Lula – PT (56,6%)	Lula – PT (48,61%)
Geraldo Alckmin- PSDB (29,1%)	Geraldo Alckmin- PSDB (25,3%)	Geraldo Alckmin- PSDB (41,64%)
Heloísa Helena – (12,8%)	Heloísa Helena – (14,5%)	Heloísa Helena – (6,85%)
Cristovam Buarque – PDT (1,16%)	Cristovam Buarque – PDT (1,2%)	Cristovam Buarque – PDT (2,64%)

Quadro 2 – Pesquisas eleitorais em 2006 (produzido pelas autoras)

Pesquisa eleitoral – 2010		
Intenção de voto 20 de agosto - Datafolha	Intenção de voto entre 24 e 26 de agosto – Ibope	Resultado do primeiro turno
Dilma – PT (54,7%)	Dilma – PT (60%)	Dilma – PT (46,91%)
José Serra – PSDB (34,9%)	José Serra – PSDB (31,8%)	José Serra – PSDB (32,61%)
Marina Silva – PV (10,5%)	Marina Silva – PV (8,24%)	Marina Silva – PV (19,33%)

Quadro 3 – Pesquisas eleitorais em 2010 (produzido pelas autoras)

Pesquisa eleitoral – 2014		
Intenção de voto entre 28 e 29 de agosto - Datafolha	Intenção de voto entre 23 e 25 de agosto – Ibope	Resultado do primeiro turno
Dilma – PT (40,7%)	Dilma – PT (40,5%)	Dilma – PT (41,59 %)
Marina Silva – PSB (39,5%)	Marina Silva – PSB (34,5%)	Aécio Neves – PSDB (33,55 %)
Aécio Neves – PSDB (17,4%)	Aécio Neves – PSDB (22,6%)	Marina Silva – PSB (21,32%)

Quadro 4 – Pesquisas eleitorais em 2014 (produzido pelas autoras)

Os resultados das pesquisas não são exatamente um “erro”. A pesquisa feita no fim de agosto não tem como objetivo deixar claro os resultados das eleições, mas sim, ter um balanceamento de como estão as intenções de votos no momento, o que pode mudar sempre. As pesquisas são importantes, mas, confiar apenas nelas é um erro básico que nenhum analista político pode cometer.

Por fim vale ressaltar que a pesquisa eleitoral é um instrumento que envolve diversos lados em uma eleição, os institutos de pesquisa, os políticos, os conglomerados de notícias e os eleitores que tem uma base sobre quem votar. A pesquisa pode influenciar o voto? Visto que um candidato pode não receber votos simplesmente porque não apresenta uma quantidade significativa de intenções na pesquisa, então influi-se que é possível.

Metodologia de pesquisa

Para o quesito relacionado a metodologia, é necessário trabalhar com elementos essenciais na execução da pesquisa, como coleta de dados, a elaboração dos dados e a análise de interpretação dos dados.

Para essa pesquisa foi determinado duas maneiras consideráveis pertinentes para a elaboração da coleta. Os métodos da coleta de dados modelizam de acordo com a situação explícita. A fim de coletar os dados necessários para a execução do levantamento da questão metodológica utiliza-se os seguintes elementos de coleta:

Técnica Empregada	Característica
Pesquisa documental	Utilizados para denominar estudos realizados a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos.

Pesquisa de campo	Quantitativa, tratam-se de uma coleta de dados numéricos, que apontarão preferências, comportamentos e outras ações dos indivíduos que pertencem a determinado grupo ou sociedade.
-------------------	--

Quadro 5 – Mecanismos de coleta de dado (Adaptado: VIANELLO, 2013)

Uma das técnicas adotada para a pesquisa, foi a documental, que de acordo com o Vianello (2013) é definida por coletas de documentos, escritos ou não, arquivos públicos, particulares ou fontes estatísticas. Sendo assim para o rendimento da pesquisa documental, seriam feitos com os seguintes fatos, abrangendo coletas, composto por documentos escritos. Exemplo:

“Foram entrevistados 2.000 eleitores. Segundo o Ibope, o nível de confiança utilizado é de 95% e a margem de erro é de 2 pontos percentuais, para cima ou para baixo. A pesquisa está sob o registro BR-02265/2018 no Tribunal Superior Eleitoral”

Já para a outra técnica utilizada nessa pesquisa é o estudo de campo quantitativo, composto por coletas de dados estruturadas através de questionários de múltipla escolha, entrevistas individuais e outros recursos que tenham perguntas claras e objetivas. E estes devem ser aplicados com rigor para que se obtenha a confiabilidade necessária para os resultados (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Exemplo:

1) Qual presidente você irá votar?

- a) Marina Silva
- b) Jair Bolsonaro
- c) Ciro Gomes
- d) Haddad
- e) Cabo Daciolo
- f) Geraldo Alckmin
- g) Guilherme Boulos
- h) José Maria

- i) Vera Lucia
- j) João Amoedo
- k) Álvaro Dias
- l) Henrique Meireles
- m) Joao Vicente

2) Se houver segundo turno com os candidatos citados em qual você votaria?

- a) Jair Bolsonaro
- b) Haddad
- c) Branco
- d) Nulo

Bibliografia

CALVET, Igor Nogueira. **Determinantes do Voto, Corrupção e Impacto Eleitoral nas Eleições Presidenciais Brasileiras de 2002 a 2010**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília – UnB. Brasília, 2013.

MENEZES, Pedro. **Pesquisas no fim de agosto “erraram” últimas 4 eleições presidenciais**. (2018). Disponível em: <
<https://www.infomoney.com.br/blogs/economia-e-politica/pedro-menezes/post/7583620/pesquisas-no-fim-de-agosto-erraram-ultimas-4-eleicoes-presidenciais>> Acesso em 16 de outubro de 2018.

NUNES, Bruna. **Imagens, mitos políticos e os candidatos herdeiros de votos**. Monografia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Porto Alegre, 2011

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

SEHBE NETO, Kalil. **O marketing eleitoral e a decisão do voto: a percepção dos partidos políticos no rio grande do sul**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Porto Alegre, 2008

VEIGA, Luciana; GONDIM, Sônia Maria Guedes. **A utilização de métodos qualitativos na Ciência Política e no Marketing Político.** Opinião Pública, v. 7, n. 1, 2001

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

COMO É UTILIZADO O MARKETING NAS LOJAS DE VAREJO

Ana Luiza Martins Cemiano

Esley Junior Matoso

Vitor Hugo Melchiades Roberto

RESUMO

Este pré-projeto, cita a relação entre os varejistas e a sociedade, onde a pesquisa mostra sua colocação no mercado e a importância na economia do Brasil. Os varejos ocupam um ponto significativo na sociedade, propondo que suas marcas e produtos tragam uma boa qualidade e preços acessíveis para os consumidores. Além disso, busca o crescimento das demandas de mercadorias, as varejistas procuram levar a empresa para outras regiões do Brasil, com a finalidade de se tornar reconhecida nacionalmente.

Palavras-chave: e-commerce, marketing, varejo, vendas, demandas

Introdução

Esse trabalho se destina a estudar os impactos do marketing das lojas de varejos na economia e na sociedade. Atualmente as lojas varejistas enfrentam uma ampla concorrência, portanto, devem estar sempre buscando inovações, oferecendo produtos e serviços com excelente qualidade que satisfaçam seus clientes. O marketing tem como objetivo trazer o seu público alvo até o estabelecimento, para que tenha um aumento nas vendas, ou seja, ter um crescimento nas demandas dos varejos.

O objetivo é aplicar e conhecer como as ações e pesquisas de marketing são executadas nos estabelecimentos varejistas, checar como são aplicadas as noções de *4p's* de marketing, para saber em quais praças e quais os produtos são oferecidos para gerar resultado para o negócio.

Entre as etapas que conduzirão esse trabalho estão, especificamente, descobrir:

- Como é utilizado o marketing em grandes redes varejistas;

- Como são aplicados os conceitos da disciplina de marketing nesse ambiente;
- Em quais praças há divulgação e como são gerados resultados para as lojas.

Definição de varejos

Estabelecimentos voltados para o varejo podem ser definidos como um formato de loja que consegue vender em grande quantidade, promovendo os produtos, entendendo as expectativas dos clientes, tomando decisões antes dos concorrentes (PINTO, 2015).

Os pequenos varejistas podem chamar a atenção do seu público realizarem eventos públicos para despertar a atenção e o foco para a loja. Alguns exemplos podem ser citados, como sorteio de produtos para promover iniciativa de publicidade. O varejista pode também fazer uma pesquisa de campo, procurando saber o que atrai os clientes, a fim de melhorar o estabelecimento de acordo com o que seu público goste ou se sentem bem (RICHTER, 1954).

Não se pode dizer que há apenas uma definição correta para varejo, pois existem diversas outras definições na ciência para esse tipo de estabelecimento. “Varejo é um processo e a quantidade relativa dos produtos atacadistas e outros fornecedores e decorrentes vendas em quantidades menores ao consumidor final” (RICHTER, 1954).

Outra definição de varejo interpreta esse conceito como aplicar condições de prática de venda de produtos, ou serviços, a consumidores finais, não importando o local em que está sendo praticado (CASAS; BARBOZA, 2007).

No Brasil, o varejo é tal qual se conhece hoje; iniciou-se no final do Século XIX, com o início da industrialização e a origem dos meios e vias de transporte. Os historiadores citam o Visconde de Mauá como um dos primeiros e dos mais magníficos varejistas, além de ser sensato por fundações de bancos, construção de estradas de ferro, estaleiros, indústrias e aplicações importantes em companhias de iluminação a gás, no Rio de Janeiro, a evolução histórica tanto do varejo brasileiro quanto o de outros países (CASAS; BARBOZA, 2007).

Estava apropriadamente relacionada ao cenário em que se assentou a infraestrutura das cidades. Além disso, necessitavam principalmente de uma aglomeração mercadológica que admitia a existência de pessoas, dinheiro, autoridade para comprar e, evidentemente, disposição para comprar. Mais à facilidade de transporte e comunicações foi definitivo

para o crescimento varejista e o próprio progresso das cidades (CASAS; BARBOZA, 2007).

Decorrentes mudanças nas aberturas dos varejos no mercado devido ao crescimento da globalização que vem modificando os tráficos, devidamente com a chegada das altas organizações externas, gerando entre si uma grande rivalidade nesses ramos (CASAS; BARBOZA, 2007).

A disputa das concorrências tem levado os varejos a fazerem inovações e buscarem novas diferenciações, seja por meio de aplicações e diversos programas, precaução de possíveis perdas, inovando sua busca de agilidade e eficiência operacional, os varejos estão seguindo com a preservação com suas margens de lucros (CASAS; BARBOZA, 2007).

Marketing

O marketing como disciplina tem como base os *4p's*: produto, preço, praça e promoção. O marketing é utilizado como uma atividade para prover e vender seus produtos, o marketing de varejo é especialmente importante para os pequenos lojistas que tentam competir com grandes cadeias de lojas (SILVA, 2007).

Os *4p's* são definidos como: (i) Produto: é aquilo que a loja tem a oferecer ao seu público alvo, o produto que tem sua própria personalidade; (ii) Preço: uma das formas de identificar uma loja está pelo tipo de preço praticado; (iii) Praça: uma boa loja deve ter um bom ponto para vender seus produtos, com uma apresentação que atrai o público para comprar; (iv) Promoção: práticas que trabalham para atrair o público, e mostrar o que se oferece a eles. (KOTLER; KELLER, 2006).

Estratégias varejistas

Uma empresa dispõe de técnicas, os modos como alcança os seus consumidores é resultado da associação entre benefícios e custos que cada alternativa oferece. Analisando a circunstância específica das empresas ligadas ao mercado de baixa renda, três estratégias se mostram relevantes a ênfase em preços baixos, em benefícios e em proximidade (PARENTE; BARKI, 2006).

Em relação ao mercado de baixa renda é a preferência do cliente é, essencialmente, os preços baixos. É por isso que algumas empresas adotam a estratégia de ênfase em preços baixos. No entanto, essa técnica tem consequência sobre o composto varejista, por exemplo, menores aplicações em equipamentos, intercomunicação e merchandising (PARENTE; BARKI, 2006).

Existem duas características desse comportamento. A primeira se relaciona ao mito de que o cliente de baixa renda não é fiel às marcas. Na verdade, a baixa renda tem um compromisso muito grande com o cálculo familiar, o que não permite flexibilidade para erros. A segunda tem relação com a baixa autoestima desse consumidor. Por eles serem de baixa renda, tais compradores se sentem inferiores por perceberem que são considerados cidadãos de segunda classe. Sabendo disso, ter consciência dessas características é essencial para o sucesso da loja (SILVA, 2008)

Independente da estratégia adotadas pelas empresas, elas têm em comum um grande temor com as táticas voltadas ao produto, naturalmente tal preocupação é fortemente ligada ao comportamento dos consumidores de baixa renda (PARENTE; BARKI; KATO, 2007).

O setor varejista, por mais complicações que encontre, tem procurado encontrar mecanismos para superar barreiras e solucionar qualquer problema com respostas criativas. Diferentemente da indústria, que mantém um distanciamento com relação aos clientes, o varejo, por suas próprias características possui a vantagem de estar permanentemente próxima ao consumidor, o que possibilita mais agilidade na detestação de tendências e na percepção de toda e qualquer mudança no perfil do consumidor, razão pela qual pode promover mudanças quase que ao mesmo tempo as necessidades percebidas (BAUMEIER, 2002).

Imagem 1. Loja varejista durante Black Friday (Fonte: Portalnovarejo.com.br, 2017)

Metodologia

Compreende-se que este projeto é de natureza quantitativa. Ele se caracteriza pela implantação de quantificações relacionadas às coletas de informações e em suas manipulações por meio de técnicas estatísticas (RICHARDSON, 2008).

Com relação à pesquisa quantitativa, presume-se que a realidade é formada de fatos objetivamente mensuráveis. O objetivo do pesquisador é determinar o motivo dos fatos, sendo uma abordagem experimental e o papel do pesquisador é imparcial e neutro (FIRESTONE, 1987).

O método de coleta de dados escolhido foi o quantitativo, descrito em questionário contendo série de perguntas, sem a presença do pesquisador (VIANELLO, 2013).

Para a realização da coleta de dados, é necessário classificá-los de forma sistemática. Fazendo-se necessária antes da análise de interpretação, para que o pesquisador organize os dados coletados por meio de seleção, codificação e tabulação (MARCONI E LAKATOS, 2010).

Conclusão

O pré-projeto foi criado com o intuito de mostrar aos varejistas a importância do marketing para esse setor. Discorreu-se sobre algumas estratégias abordadas em estudos anteriores, para demonstrar quais os tipos podem ser aplicados e os resultados previstos.

Com isso é possível divulgar os produtos e serviços, mostrando também que através do marketing é possível garantir a confiança no varejo e comprar de boa qualidade.

Bibliografia

BAUMEIER, Alan. **Fatores de vantagem competitiva em sistemas de distribuição varejista com foco em redes cooperativas e franchising: um estudo exploratório**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2002.

CASAS, Alexandre Luzzi Las; BARBOSA, Valdemirson Alves. **Marketing no varejo** in CASAS, Alexandre Luzzi Las; GARCIA, Maria Tereza. **Estratégias de Marketing para Varejo**. 1. Ed. São Paulo: Novatec, 2007.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research**. Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MARKONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010

PARENTE, Juracy Gomes; BARKI, Edgard; KATO, Heitor Takashi. **Estratégias de Marketing para o Varejo na Baixa Renda**. XXXI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 2007.

PARENTE, Juracy Gomes; BARKI, Edgard. **Varejo na Baixa Renda**. GV Executivo, v. 5, n. 1, fev/abr 2006.

PINTO, Rafaela Vigo. **Lojas-conceito como fortalecimento da experiência do consumidor no ponto de venda.** Monografia. Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2015.

PORTAL NO VAREJO. **Crescimento do varejo físico na Black Friday é menor que o registrado em 2016**< <https://portalnovarejo.com.br/2017/11/varejo-fisico-black-friday-2017/>> acesso em: 30 de novembro de 2018.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

RICHTER, Henry G. **Retailing: principles and practices.** New York: Mc Graw Hill, 1954.

SILVA, Alexandre da. **Perspectiva da inserção dos produtores rurais da região central do estado do Rio Grande do Sul no mercado regional de alimentos perecíveis: um estudo a partir das estratégias de suprimento das principais organizações de varejo da região.** Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Santa Maria, 2007.

SILVA, Sérgio de Souza. **Marketing de relacionamento para o público de baixa renda: um estudo exploratório no varejo de eletrodomésticos.** Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2008.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

DIREITOS DO TRABALHADOR

Angélica Pereira Zacarias

Beatriz Cristine Alvim Pinheiro

Eduarda Carolina de Oliveira

RESUMO

Esta pesquisa pretende esclarecer os direitos dos trabalhadores. Neste pré-projeto enfatiza-se o conceito de direitos trabalhistas, sua divisão, suas fontes, seus princípios a integração e eficácia das normas jurídicas. Analisa-se a importância do direito dos trabalhadores no mercado de trabalho e dentro das organizações. O direito do trabalho surgiu como uma forma de proteger o empregado contra os abusos praticados pelo empregador. Pode-se influir, com este pré-projeto, a demonstração ao trabalhador de seus direitos, fazendo com que eles compreendam as leis que os protege, e incentivar cada trabalhador buscar conhecimento de seus direitos.

Palavras-chave: direito do trabalhador; CLT; emprego; leis; artigos

Introdução

Objetivo deste trabalho é mostrar aos trabalhadores os seus direitos dentro de uma organização. Entre os objetivos específicos este pré-projeto pretende proporcionar aos trabalhadores conhecimento no quesito direitos trabalhistas, demonstrando as mudanças desde a primeira lei constituída e as leis que podem ser mudadas em qualquer novo governo alterando a vida e a rotina profissional dos trabalhadores.

Assim se justifica também essa pesquisa, uma vez que ao entender que, os direitos dos trabalhadores quando mudados têm a possibilidade de causar um grande impacto, sendo bons para alguns e ruim para outros, principalmente para funcionários de micro e pequenas empresas. Assim, entende-se necessário um levantamento bibliográfico sobre as mudanças provocadas nas leis do trabalho, desde a sua consolidação até os dias atuais.

Referencial Teórico

Direito do Trabalho

O direito do trabalhador surgiu como forma de proteger o colaborador contra os abusos de seu empregador, era comum o empregado ficar exposto a jornadas excessivas dia após dia. Mesmo sendo criada a luz artificial o empregado ainda prestava serviços por mais horas do que o normal (VANZIN, 2016).

Antes das leis do trabalho serem consolidadas as mulheres e menores eram explorados, trabalhavam muito e o salário era abaixo ao salário do homem, assim as leis surgiram com a intenção de acabar com a jornada e o excesso de trabalho e proibirem o trabalho de menores e mulheres em certas condições (ALVES, 2014). As constituições dos países começaram a falar sobre o direito do trabalho como constitucionalismo social, o primeiro país a tratar do tema foi o México em 1917, com o direito à jornada de oito horas, à proibição do trabalho de menores de doze anos, limitação da jornada aos menores de dezesseis anos, a jornada máxima noturna de sete horas, proteção a maternidade, salário mínimo, direito de sindicalização e de greve, seguro social e proteção contra acidentes do trabalho. No Brasil a primeira constituição a falar sobre o direito do trabalhador foi a de 1934 proporcionando a liberdade sindical, isonomia salarial, salário mínimo, jornada de oito horas, proteção do trabalho das mulheres e menores, repouso semanal, férias anuais remuneradas (MARTINS, 2006).

Existem dois tipos de direitos trabalhistas o individual e o coletivo, para que possam respeitar as normas de proteção aos trabalhadores. Eles se encontram vinculados, no caso brasileiro, em um mesmo instrumento jurídico que é a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) (OLIVEIRA; CUNICO, 2010).

Diferente do ponto de vista sistêmico, as opiniões endereçadas à CLT são imprescindíveis em motivações distintas e variam conforme diferentes momentos relevantes.

Um dos debates existentes no Brasil coloca em pauta legislação sindical e a trabalhista, frequentemente tratados como um todo único. A junção entre esses dois pontos de vistas do direito do trabalho situa-se não apenas na CLT e no discurso dos agentes porem no plano conceitual. Com o efeito, diversos autores pesquisam as relações de trabalho a partir de uma interpretação sistêmica, valendo-se do entendimento de sistemas de relações de

trabalho, pois o uso desse conceito complica a apreensão das particularidades e dos inúmeros interesses, associados a cada uma desses setores (MARTINS, 2012).

Em 1º de maio de 1943 a CLT foi aprovada pelo presidente Getúlio Vargas aglomerando as leis trabalhistas que existiam no país, e incluindo novos direitos aos trabalhadores na legislação da pátria (BIAVASCHI, 2005).

Neste mesmo ano constitui-se a carteira de trabalho, a justiça do trabalho, o salário mínimo, o descanso semanal remunerado e a durabilidade do emprego que, depois de 10 anos de serviços, foi anulado em 1966 quando surgiu uma nova lei sobre o fundo de garantia (BIAVASCHI, 2005).

Com todas essas normas, não se pode esconder que as leis sofreram várias mudanças, é por esse motivo que ainda hoje ocorrem muitas discussões sobre a flexibilização das normas trabalhistas, uma vez que a lei foi decretada na década de 40 e, para muitos especialistas, já que não atendem as necessidades entre empregado e empregador (MARTINS, 2012).

Denominação

Iniciou a denominação “legislação do trabalho” pois surgiram várias leis espalhadas tratando sobre o direito do trabalhador, pautando que esta lei não diz respeito só aos trabalhadores, mas toda as relações que envolvem o trabalho. As indagações trabalhistas atualmente não são mais somente para indústrias, mas também ao comércio, aos bancos, as empresas prestadoras de serviços e todas as formas de empregabilidade (LOURENÇO, 2009).

A melhor denominação para essa regulamentação sistêmica é mesmo direito do trabalho, que a partir da constituição de 1946 passou a ser a expressão mais usada. No momento atual e empregada na constituição de 1988 no inciso 1 do art. 22, o direito do trabalho prioriza estudar o trabalho subordinado e também ir verificar o trabalho temporário, os trabalhadores avulsos, os domésticos entre outros (MARTINS, 2006).

Conceito

É o conjunto de conceitos do direito trabalhista, normas e instituições inerentes à relação de trabalho e situações similares, que pretende garantir melhores condições de trabalho, de acordo com as medidas de proteção que lhe são designadas. O propósito principal do direito do trabalho é analisar o trabalho inferior, mas também as situações análogas, como o trabalho independente (MARTINS,2006).

Princípios

Destina-se o princípio da proteção equilibrar a superioridade econômica do empregador em relação ao empregado, proporcionando a este último merecimento jurídico. A proteção é determinada pela lei. São fundamentos do direito do trabalho: proteção do trabalhador, irrenunciabilidade de direitos, continuidade da relação de emprego e primor da realidade. Emprega-se a condição mais benéfica ao colaborador, pois a regar já se incorporou ao contrato de trabalho do funcionário como indica a súmula 51 do Tribunal Superior do Trabalho (TST). Certa cláusula menos favorável aos trabalhadores só tem utilidade em relação aos novos assalariados na empresa e não quanto aos antigos, aos quais essa cláusula não se impõe (MARTINS, 2012).

O subordinado não poderá abdicar a remuneração de suas férias, por motivo da empresa passar por dificuldades financeiras, se isso acontecer não terá validade o ato do operário, podendo o funcionário requerer as retribuições não pagas na justiça do trabalho (NAKAJO, 2014).

Considera-se que o contrato de trabalho vigora por tempo indefinido, essa é a regra. A exceção ocorre nos contratos por prazo determinado. Valem no direito do trabalho muito mais os fatos do que a forma empregada pelas partes (MARTINS,2006).

Contrato de trabalho

Contrato individual de trabalho é o tratado implícito ou expresso, correspondente a relação de emprego. Essa descrição tem aspectos mistos da teoria contratualista e da teoria institucionalista. A redação do citado dispositivo é originária de composição entre os membros que elaboraram a CLT e que tinham diferentes posições (VINAGRE, 2015).

Neste instrumento contrata-se a função, não os produtos originados dela, desta maneira são duas as teorias para a natureza jurídica do documento: A teoria *contratualista* e a teoria *anticontratualista*. A teoria *contratualista* considera que a relação entre empregado e empregador é um contrato e a teoria *anticontratualista* sustenta que o trabalhador se incorpora à empresa, a partir do momento em que passa a trabalhar para o empregador (NASCIMENTO, 2008).

O art.442 da CLT dá margem à interpretação mista, uma vez que a comissão encarregada de elaborar o projeto de lei à época era composta por dois institucionalistas e dois *contratualistas*. Assim o contrato de trabalho tem a natureza contratual, pois é um ajuste de vontades entre partes. São requisitos do contrato de trabalho: continuidade, onerosidade, pessoalidade, alteridade. Não são requisitos essenciais: exclusividade e *profissionalidade* (CUBA, 2015).

Em relação a contratação de menores de 18 anos, a competência do direito do trabalho está atualmente regulada, e proíbe o trabalho do menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos. O formato do contrato de trabalho pode ser escrito ou verbalmente (art.443 da CLT) só tem a necessidade do contrato escrito nos casos previstos em lei, como por exemplos contratos de artista (art. 9º da lei nº 6.533/78) (MIGUEL; AMARAL, 2008).

A regulamentação tácita é o que não é expreso, mas sucede da continuidade da prestação de serviço por parte do empregado sem oposição do empregador. Os contratos de trabalho podem ser memorados por tempo determinado ou indeterminado. No contrato determinado, as partes ajustam antecipadamente seu termo, à medida que o contrato de prazo indeterminado não há prazo para a terminação do pacto laboral (AMANCIO, 2017).

O contrato de trabalho por prazo determinado só é valido se tratando de: serviço cuja natureza ou transitoriedade, justifique a predeterminação do prazo, atividades empresariais de caráter transitório e contrato de experiência. O prazo máximo do contrato de prazo determinado é de dois anos, enquanto os contratos por experiência só podem ser fixados, por no máximo, noventa dias. É proibido pactuar um novo contrato de trabalho por prazo determinado com o mesmo empregado em menos de seis meses da conclusão do pacto anterior (art.452 da CLT) exceto se o vencimento do acordo depender de

execução de serviços especializados ou da realização de certos acontecimentos (BASILE, 2011).

Hoje em dia o contrato de experiência é considerado uma espécie de contrato de trabalho de prazo determinado. O prolongamento do contrato de experiência só pode ser feito uma única vez (art.451 da CLT). O que não pode ultrapassar o prazo máximo de noventa dias e a prorrogação por mais de uma vez (NASCIMENTO, 2008).

A dispensa do empregado antes do prazo final do contrato, faz com que o empregador pague uma indenização, estipulada em metade da remuneração a que o empregado teria direito até o termino do contrato (art.479 da CLT). Nenhum trabalhador pode exercer sua função sem apresentar sua Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) ao empregador (NASCIMENTO, 2008).

O assalariado deve ser registrado desde o primeiro dia de serviço, mesmo no contrato de experiência. O empregador tem um prazo de quarenta e oito horas para anotar na CTPS do empregado, quanto à data de admissão, à remuneração e outras condições (art.29 da CLT). O empregador deve anotar também as condições especiais de trabalho que ele oferece, como insalubres e condições perigosas, inclusive de contratos de prazos determinado como o de experiência ou de trabalhos temporários (MARTINS,2006).

Empregado

Empregado é a pessoa física que presta serviços contínuo ao empregador sob subordinação deste e mediante pagamento de salário (art.3 da CLT) são cinco os quesitos para ser caracteriza a condição de empregado: 1 - pessoa; 2 - continuidade; 3 - subordinação; 4 - salário; 5 - pessoalidade (MIESSA; CORREIA, 2018).

A submissão é o modo da relação de emprego visto pelo lado do empregador, enquanto o poder de direção. Esta subordinação é jurídica, pois decorre do contrato de trabalho e da lei (art. 3 da CLT). O contrato de trabalho é pessoal e celebrado em função de certa e específica pessoa, se o empregado faz-se substituir constantemente por outra pessoa em vão, o elemento pessoalidade na referida relação determina o final da relação entre empregadores e empregado (art. 2 da CLT) (NASCIMENTO, 2008).

Existem os termos “empregado em domicílio” e o “empregado doméstico”, a diferença entre eles é que o “empregado em domicílio” refere-se a um trabalho feito pelo trabalhador em sua própria residência – por exemplo a costureira, que presta serviço em sua própria residência para os empregadores que a contrata. Já o “empregado doméstico” presta serviço na residência do empregador - podem-se caracterizar como empregados domésticos a cozinheira, o jardineiro, o motorista e o mordomo (KASSEM, 2012).

Empregador

Empregador é a pessoa visível ou jurídica, que assumindo os riscos de funcionamento econômico admite contratar e dirige a prestação pessoal de serviços (art.2 da CLT). Estão classificados nessa classificação a repartição pública contratante, como a união, estados, municípios e órgãos como fundações (MARTINS, 2006).

O empregador assumiu o risco de suas atividades, ou seja, com ações positivas, ou negativas, esses riscos de atividades econômica não podem ser transferidas para o empregado como acontece na falência, na restauração judicial e quando na edição de atos econômicos. Transporta ao empregador a atividade do funcionário, pois o primeiro tem a prévia do poder sobre o segundo, estabelecendo, inclusive, normas regulares no âmbito da empresa (JACQUES, 2015).

O empregador rural é a pessoa física ou jurídica, dono ou não, que explora obrigações agro econômica, em caráter perante ou temporário, diretamente ou por meio expectativa com auxílio de funcionários (Art. 3º da lei Nº S. 88a/73) (GARCIA, 2013).

O empregador doméstico é a pessoa ou família que, sem finalidade negativa, admite empregado doméstico para lhe prestar serviço de ambiente contínuo para seu âmbito natural. Não pode, portanto, o empregador doméstico ser pessoa jurídica (MARTINS, 2006).

Remuneração

Remuneração é um conjunto de pagamentos recebidos correntemente pelo empregado pela prestação de atividade, seja em dinheiro, seja em utilidades do empregador ou de terceiros, mas consequentes do contrato de trabalho de modo a atender suas obrigações vitais e básicas e as de suas famílias (MIGLIORA; AZEVEDO, 2017).

O pagamento deve ser feito em dinheiro, em moeda de curso forçado (art.463 da CLT). Determinada evitar o autodenominado TRUCK SYSTEM, ou seja, pagamento em vales, cupons, bônus e também pagamento em moeda estrangeira. A descoberta pode ser de serviço livre ou de organizações ou estabelecimento (MINISTÉRIO DO TRABALHO, 2003).

Metodologia

Neste pré-projeto foi inserido uma proposta metodológica, para que pudesse averiguar os direitos do trabalhador, pois se torna necessário utilizar a pesquisa de estudo de caso para poder entender esse processo de avaliação dentro do seu contexto real utilizamos o método de pesquisa documental para aprofundarmos no quesito das leis trabalhistas.

TECNICA EMPREGADA	CARACTERÍSTICAS
Pesquisa documental	Coleta de documentos escritos ou não, arquivos públicos, particulares ou fontes estáticas.
Pesquisa bibliográfica	Abrange as fontes sobre o tema estudado, sobe um novo enfoque, levando a conclusões inovadoras.
Pesquisa De Campo	Observação do fenômeno tal como ocorre - Quantitativa Descritiva - Exploratória - Experimentais

Quadro 1. Adaptado de Vianello (2013)

Pesquisa qualitativa

Pode-se dizer que a pesquisa é qualitativa quando o fenômeno em estudo foi abordado, por meio de dados subjetivos, sobre uma realidade. Segundo Demo (2000), na pesquisa qualitativa, há um interesse por apanhar também o lado subjetivo dos fenômenos, por isso o pesquisador busca depoimentos que se transformam em dados relevantes para a pesquisa. Nesse ponto, podemos destacar que a pesquisa qualitativa não lida somente com dados evidentes, mas também procura buscar os dados complexos e não revelados de uma realidade.

A pesquisa qualitativa tem como pressuposição básica, a realidade é construída de fenômenos socialmente construídos e como objetivo compreender melhor os fenômenos trazendo a abordagem observacional, e papel do pesquisador ser participante não neutro do fenômeno (FIRESTONE, 1987).

Conclusão

De acordo com a pesquisa documental, este pré-projeto aponta as dificuldades históricas que os trabalhadores enfrentam, ainda que seja possível afirmar que na atualidade ele está bem mais respaldado pela Constituição de 1988. Ainda é preciso compreender a aplicação prática destes direitos, e o cumprimento legal das obrigações dos empregadores.

Bibliografia

AMANCIO, Felipe Moraes. **Possibilidade de flexibilização dos intervalos intrajornada e interjornada em acordos coletivos**. Monografia. Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Tubarão, 2017

ALVES, Aline Cristina. **A luta pelos direitos trabalhistas das mulheres no Brasil**. Dissertação de Mestrado. Faculdades Integradas do Brasil – UNIBRASIL. Curitiba, 2014

BASILE, Cesar Reinaldo Offa. **Sinopses Jurídicas 28 – Direito do Trabalho**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011

BIAVASCHI, Magda Barros. **O direito do trabalho no Brasil – 1930/1942: A construção do sujeito de direitos trabalhistas**. Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Campinas, 2005

CUBA, Frederico Vaz. **O direito patrimonial das obras autorais produzidas por empregados**. Monografia. Centro Universitário de Brasília – UNICEUB. Brasília, 2015

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research**. Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

GARCIA, Silvio Marques. **A aposentadoria por idade do trabalhador rural sob o enfoque constitucional: efetivação por meio da atividade judicial**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual Paulista – UNESP. Franca, 2013

JACQUES, Caroline da Graça. **Trabalho decente e responsabilidade social empresarial nas cadeias produtivas globais: o modelo *fast fashion* em Portugal e no Brasil**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2015

KASSEM, Fábio Gea. **O empregado doméstico sob a ótica da Lei nº 11.324/2006**. Egov. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2012

LOURENÇO, Edvânia Ângela de Souza. **Na trilha da saúde do trabalhador: a experiência de Franca/SP**. Tese de Doutorado. Universidade Estadual Paulista – UNESP. Franca, 2009

MARTINS, Sergio Pinto. **Instituições de direito público e privado**. 6. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006

MARTINS, Sergio Pinto. **Direito do Trabalho**. 28. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012

MESSA, Elisson; CORREIA, Henrique. **Noções de direito do trabalho e processo do trabalho**. In Coleções Tribunais e MPU – Processo do Trabalho. São Paulo: Editora Juspodivm, 2018

MIGLIORA, Luiz Guilherme Moraes Rego; AZEVEDO, Flavia Martins de. **Relações de Trabalho I**. Fundação Getúlio Vargas – FGV. Rio de Janeiro, 2017

MIGUEL, José Antonio; AMARAL, Vilma Aparecida do. **O trabalho do menor de idade no meio rural e o princípio da proteção integral.** Revista de Direito Público, v. 3, n. 1, p. 176-195, jan/abr, 2008

MINISTÉRIO DO TRABALHO. **Revista do Ministério Público do Trabalho.** Brasília, 2003

NAKAJO, Roberto Masami. **Introdução ao direito do trabalho.** Palhoça: UnisulVirtual, 2014

NASCIMENTO, Nilson de Oliveira. **O poder diretivo do empregador e os direitos fundamentais do trabalhador na relação de emprego.** Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. São Paulo, 2008

OLIVEIRA, Lourival José de; CUNICO, Dayane Souza. **Os limites da flexibilização no direito do trabalho sob uma perspectiva constitucional.** Revista da SJRJ, n. 27, p. 119-138, Rio de Janeiro, 2010

VANZIN, João Augusto. **O direito à privacidade e o poder diretivo do empregador.** Monografia. Centro Universitário Univates – UNIVATES. Lajeado, 2016

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

VINAGRE, Bianca Dias Ferreira. **Limites de poder de fiscalização nas relações de trabalho.** Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2015

O JOVEM ADMINISTRADOR NO MERCADO DE TRABALHO

Cristiane Aparecida Santos

Luanna Thais dos Santos

Meiriele Silvestre Silva

RESUMO

A ideia deste projeto é mostrar para as empresas o quão vantajoso é contratar um jovem que acaba de concluir sua formação, tanto quanto uma pessoa já experiente, pelo fato de ser recém-formado com ideias mais atualizadas sobre determinados assuntos, sem medo de sair da zona de conforto, trazendo ideias criativas para resolver determinados problemas.

Palavras-chave: Administrador, Mercado, Trabalho, Pesquisa, Administração.

Introdução

Essa pesquisa servirá para mostrar a realidade dos jovens técnicos em administração que entraram no mercado de trabalho, ou vão entrar, e as dificuldades que eles estão enfrentando.

O objetivo é entrevistar jovens que se formaram técnico em administração, saber quanto tempo levou para começar a exercer sua função e como foi seu desenvolvimento dentro da empresa.

Então, se mostra necessário seguir algumas etapas, como a de realizar uma pesquisa de mercado com jovens técnicos administradores, mostrar as mudanças que o perfil do administrador vem sofrendo ao longo do tempo, discorrer sobre a economia do país e se ela beneficia ou não os jovens administradores. Da mesma maneira se pretende abordar os preconceitos que estes mesmos jovens sofrem dentro das organizações.

O jovem administrador no mercado de trabalho

Os jovens da atualidade devem ser modelos desejados daquilo que as organizações buscam como colaboradores ideais, não bastando ter apenas uma série de cursos, faculdade, se não atender as necessidades do mercado. O mercado de trabalho tem observado esses jovens por outras perspectivas. Desta maneira, é necessário que os novos trabalhadores detenham como características a flexibilidade e comportamentos destacados (SILVA; OLIVEIRA; OLIVEIRA, 2015). .

Entende-se por mercado de trabalho, organizações que oferecem oportunidades de trabalho, para determinado cargo e lugar. Um processo de atrair diversos candidatos às vagas oferecidas, é também uma troca de produtos e bens, que visa atender tanto o lado do candidato quanto o lado da organização, de forma com que todos fiquem satisfeitos (ULYSSEA, 2005).

Com o passar dos anos, o mercado vem se tornando cada vez mais exigente, decorrente da globalização. Valores que eram atribuídos às máquinas e aos equipamentos, hoje são encontrados em meios intangíveis, como conhecimento e especialização.

Empregabilidade dos jovens administradores: uma questão meritocrática ou aristocrática?

Em trabalho de 2008, Lemos *et al.* (2011) realizaram uma investigação sobre as condições para os recém-formados em um curso de Administração de Empresas, de uma Instituição de Ensino Superior Privada (IES), do Rio de Janeiro, ingressarem no mercado de trabalho. Questionários fechados foram aplicados aos formandos, na intenção de obter informações que pudessem relacionar as condições de inserção no mercado com o perfil socioeconômico dos entrevistados. Uma vez que os respondentes estavam concluindo a formação, buscou-se investigar uma relação entre os estratos econômicos destes e as características de seus empregos.

Os achados demonstram uma relação entre os empregos de melhor qualidade e a origem socioeconômicas privilegiadas, em contraste com empregos de qualidade menor e a origem socioeconômica menos abastada, levando a crer em um reforço à afirmação de Bourdieu (1988) sobre a multiplicação das desigualdades sociais. Entende-se, portanto, que não depende apenas de uma formação para ingressar em um bom emprego, é preciso

ter outras condições oriundas dos benefícios de nascer em uma classe social mais bem condicionada.

Como lidar com a nova geração de administradores os *baby busters*

Segundo Haller-Jorden, citado por Soloman em (1994), o mercado de trabalho competitivo e cada vez menos crescente tem forçado o aluno de nível superior a ter uma visão mais estratégica e resoluta ao elaborar seu plano de carreira.

"Eles estão envolvidos com as descobertas dos fatos. Eles se questionam: Como posso aproveitar as tendências econômicas para o meu benefício? Será que as minhas habilidades e qualidades serão demandadas? Haller-Jorden observa que este grupo de jovens está tendo que se adequar, apesar da recessão, procurando maneiras de melhorar seu marketing pessoal. Suas expectativas são mais realistas pois, como se pode ver, mais pessoas estão ingressando em cursos de línguas como consequência da atual tendência de globalização da economia. As expectativas em relação à remuneração também diminuíram, em relação ao passar dos anos." (SOLOMAN, 1994)

Competências desejadas pelas organizações

O administrador moderno necessita de variadas habilidades técnicas para a realização de suas tarefas. Entretanto, ainda que haja considerável conhecimento técnico é preciso desenvolver habilidades comportamentais de maneira concomitante.

Para Rabaglio (2008) podemos definir competências como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes específicas que possibilitam ao indivíduo desenvolver com eficiência determinadas tarefas, em qualquer situação, de forma peculiar.

Os alunos de Administração procuram adquirir conhecimentos técnicos, habilidades para cumprir o exercício da profissão, mas é a partir das experiências adquiridas ao longo do processo é que se despertam as competências exigidas para o bom desempenho da carreira que irão seguir e ao cargo que querem ocupar (RABAGLIO, 2008).

Ou seja, é a composição entre competências comportamentais, o conhecimento e o domínio técnico em consonância com outras competências que se tem as características mais importantes para se alcançar determinado objetivo na carreira.

As pesquisadoras acreditam que este trabalho poderá adicionar novas informações a respeito da absorção desses jovens administradores pelo mercado, se eles estão sendo retidos nas empresas ou se há grande rotatividade desses administradores. Caso isso aconteça, pretende-se entender o motivo pelo fato das empresas não conseguirem fazer com que os jovens não tenham uma boa desenvoltura.

Em virtude disso, essa pesquisa se propõe a mostrar uma visão geral de que, mesmo diante de tantas exigências e dificuldades encontradas para inserção no mercado de trabalho, é possível que os jovens consigam se destacar no meio de tanta concorrência ao se preparar adequadamente e por meio de uma série de experiências que adquirem durante o processo.

Procedimentos metodológicos

TÉCNICA A SER EMPREGADA	CARACTERÍSTICAS
Documentação indireta Pesquisa bibliográfica	Abrange as fontes sobre o tema estudado, sob um novo enfoque, levando a conclusões inovadoras.
Documentação direta Pesquisa de campo	Observação do fenômeno tal como ocorrem Quantitativa descritiva Qualitativa

Quadro 1 – Técnica de coleta - Fonte: adaptado de Vianello (2013)

Natureza de pesquisa

A construção da metodologia de uma pesquisa só é possível ao caracterizá-la frente a sua natureza. Neste momento é que se identifica a escolha de procedimentos para a descrição e explicação de fenômenos e se faz obrigatório estatizar é o tipo de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Pesquisa qualitativa

Pode-se dizer que a pesquisa é qualitativa quando o fenômeno em estudo foi abordado por meio de dados subjetivos sobre uma realidade. Segundo DEMO (2000) na pesquisa qualitativa há um interesse por apoiar o lado interpretativo sobre os fenômenos. É por isso que o pesquisador busca depoimentos que se transformam em dados de pesquisa.

Pesquisa quantitativa

O modelo quantitativo se caracteriza pelo emprego de quantificação nas modalidades de coleta de informações e no tratamento dessas informações por meio de técnicas estatísticas (RICHARDSON 2008). Faz-se necessário a concepção da autora BRUYNE (1977) para esclarecer que a quantificação deve permitir uma medida fiel, discriminante e válida. Dada a natureza da pesquisa quantitativa, quanto da qualitativa, faz-se necessário trabalhar com a **pesquisa mista**.

Pesquisa mista

Trata-se de uma abordagem que mistura técnicas de pesquisa qualitativa com quantitativa. Esse interesse em combinar diferentes formas de recolher dados inicia-se na década de 1950. Nos anos 70 houve um crescimento no número de pesquisas que misturavam dados qualitativos e quantitativos. Na década de 80 cresce o interesse quanto aos procedimentos que caracterizam estudos mistos e, finalmente, nos anos 90, surgem obras escritas sobre metodologia mista (PASCHOARELLI; MEDOLA; BONFIM, 2015).

Em Rocco *et al.* (2003) encontram-se as divisões das etapas de um estudo misto que são: **Primeira Etapa:** Tipo de projeto a investigar podendo ser exploratórios ou confirmatórios; **Segunda Etapa:** Tipo de coleta de dados; **Terceira Etapa:** Análise e Inferência dos dados.

Esta pesquisa pretende abordar o conteúdo qualitativo na forma de observação, e registro de relatos de jovens administradores. Também pretende-se quantificar as respostas de uma série de novatos do setor, para que indiquem as atuais condições de trabalho, suas capacitações e qualificações, para comparar se seus ganhos são condizentes com as capacidades adquiridas ou tem relação com a classe social.

Conclusão

Com base nas pesquisas realizadas, pode-se concluir que esse é um assunto de grande relevância para o mercado de trabalho, visto que cada vez mais os jovens vêm se interessando pela área de administração. É também um projeto passivo de continuação, pois é de grande interesse tanto das organizações quanto das instituições de ensino Técnico /Superior.

Referência bibliográfica

BOURDIEU, P. **La Distincion**. Madrid: Taurus, 1988.

BRUYNE, Paul de; HERMAN, Jacques; SCHOUTHEETE, Marc de. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais: os polos da prática metodológica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEMOS, Ana Heloisa da Costa; DUBEUX, Veranise Correia; PINTO, Mario Couto Soares. **Empregabilidade dos jovens administradores: uma questão meritocrática ou aristocrática?**. BBR – Brazilian Business Review, v. 8, n. 1, p. 94-115, jan/mar 2011.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PASCHOARELLI, Luis Carlos; MEDOLA, Fausto Orsi; BONFIM, Gabriel Henrique Cruz. **Características Qualitativas, Quantitativas e Qualiquantitativas de abordagens científicas: estudos de caso na subárea do Desing Ergonômico**. Revista de Design, Tecnologia e Sociedade, v. 2, n. 1, 2015.

RABAGLIO, Maria Odete. **Ferramentas de avaliação de performance com foco em competência.** Rio de Janeiro: Qualit Mark, 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

ROCCO, Tonette S.; BLISS, Linda A; GALLAGHER, Suzanne; PÉREZ-PRADO, Aixa. **Taking the Next Step: Mixed Methods Research in Organizational Systems.** Information Technology, Learning, and Performance Journal, v. 21, n. 1, p. 19-29, 2003

SILVA, Annyelle Magda Souza da; OLIVEIRA, Mayara Evelin Soares de; OLIVEIRA, Rita Patrícia Almeida de. **Jovens administradores e o mercado de trabalho.** Ciências humanas e sociais, v. 2, n. 1, p. 39-52, nov 2015.

SOLOMAN, Charlene Marmer. **Como lidar com a nova geração de administradores – Os baby busters.** Revista de Administração de Empresas, v. 34, n. 2, p. 78-87, mar/abr 1994.

ULYSSEA, Gabriel. **Instituições e a informalidade no mercado de trabalho.** Texto para discussão, n. 1096, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Rio de Janeiro, 2005.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

O PODER DA MARCA E A IMPORTÂNCIA DE SE TORNAR DIGITAL

Felipe Junio Batista

Gabrielle Andrezza Serra de Paula

Laiza Cristina Gomes

RESUMO

O presente projeto se inicia baseando-se na denominação do conceito marca, trazendo conteúdos relacionados aos momentos na história mundial em que foi descoberta a sua importância, e a forma em que era utilizada. Busca-se desenvolver um estudo sobre a relevância de se obter uma marca reconhecida, baseada nas suas características mercadológicas, entendendo-se que é necessário ter conhecimento dos benefícios trazidos por ela.

Atualmente, para a empresa se tornar uma marca de referência, tende-se a se fazer necessária a obtenção de se integrar na era digital, pois desse modo, se intensifica os meios em que são feitos a publicidade e propaganda. Pontuando o *branding*: ele se tornou primordial para a realização do sucesso de um empreendimento, permitindo que a marca do produto ou serviço oferecido por determinada empresa se torne conhecida no mercado.

Palavras-chave: marca; era digital; marketing; empresa; *branding*.

Introdução

Este trabalho se desenvolve a partir do estudo relacionado ao poder da marca e a importância de se tornar digital. A importância de uma marca não pode ser resumida à apenas um produto, ela está envolta na experiência da compra e o que determinada empresa pode representar socialmente, tendo influência sobre mercados, consumidores e marcas menores. Juntado isso ao aspecto tecnológico atual, a marca que não se adequa ao ambiente digital corre riscos mercadológicos.

A marca e a imagem de um negócio são vitais para o seu sucesso (FUSQUINE, 2009),

pois tendo uma marca a empresa busca a fidelidade de seus clientes. Os consumidores podem até não perceber a influência do poder da marca, pois várias são reconhecidas mundialmente e já fazem parte da sua rotina. Para Fusquine (2009), as marcas fortes geram confiança, o que é essencial para o e-commerce.

No desenvolvimento desta pesquisa, pretende-se analisar a importância que a marca tem para a organização, destacando como a era digital influencia no reconhecimento e na visibilidade da marca, abordando o *branding* digital como ferramenta necessária para o desenvolvimento na *web*. Com isso, através dos estudos, será apresentado as melhores formas de uma marca alcançar o sucesso.

Cientificamente é interessante contextualizar os estudos sobre marcas no ambiente digital, analisando o impacto que as marcas provocam nos hábitos de consumo do consumidor. É algo referente aos processos gerenciais da organização, sendo interessante para os gestores de marketing analisar como a marca é percebida no ambiente virtual e como essa boa gestão de marcas pode promover as empresas. A intenção dos pesquisadores é promover estudos relacionados ao marketing e marketing digital para a transformação de uma simples organização em uma marca de referência.

A importância da marca para a organização

O conceito de marca existe desde a mais remota Antiguidade. Outrora, as marcas não possuíam o sentido moderno, mesmo naquele tempo sendo comum para indicar a proveniência do produto agrícola e atestar a excelência do produto pertencente à marca (CARNEIRO, 2011).

Na Grécia e Roma Antiga, o conceito de marca variava desde os gritos de arautos, quando chegam navios ao porto, até mensagens escritas para habitantes, que continham o endereço para encontrar determinado produto. Nessa época se desenvolveu, devido à população analfabeta, a ideia de atrelar pintura aos sinais de origem do produto (PINHO, 1997).

Na Idade Média, ao adquirir-se uma marca, ela era utilizada como procedimento para controlar a quantidade e qualidade da produção. As chamadas Marcas de Comércio (*trademarks*) conseguiam identificar por meio de estratégias a demanda da marca,

proporcionando a possibilidade de os consumidores conseguirem fornecer um *feedback* relacionado a má qualidade que caracterizava as mercadorias da época (SOUZA, 2006).

Citando as marcas individuais do século XI, adquiriu-se a obrigatoriedade de um sentido comercial, devido ao surgimento de cidades, municípios, distritos e subdistritos, sendo desenvolvido a separação entre mercado, trabalho e competência. Isso causou a separação do produtor com o comprador, pois o sistema de relação comercial passou a ser realizado mais próximo da zona de produção. A importância da marca deu-se devido a necessidade de se desenvolver um vínculo com a mesma, com a finalidade de garantir a qualidade do produto e a possibilidade de um *feedback*, quando ocasionasse a má qualidade da mercadora (PINHO, 1997).

“Com o passar dos tempos tais marcas individuais obrigatórias acabaram por se transformar em marcas que representavam a excelência e boa qualidade dos produtos com o que assumiram função tipicamente concorrencial, com os produtos aceitos e acreditados em função da marca que ostentavam, exatamente como ocorrem nos tempos atuais” (DOMINGUES, 1984, p. 22).

Em meados do século XVI, certos produtores de *whisky* da Escócia embarcavam as bebidas em barris de madeira gravando com fogo os desenhos próprios de seus fabricantes. Essas medidas eram tomadas para impossibilitar a substituição do produto por sucedâneo inferior (PINHO, 1996). As tabernas e *pubs* ingleses procuravam associar o nome do estabelecimento com os símbolos pictóricos do século XVII. Um exemplo é a marca de uma taberna com o nome *Three Squirrels*, onde a placa era reforçada com o desenho dos animais, uma tradição presente até os dias atuais. Na Escócia, em 1835, a marca *Old Smuggler* foi a proclamadora da utilização da marca como componente de especificação, ela possuía uma nova linha de *whisky* que empregava um novo processo de destilação (PINHO, 1997).

No início do século XIX, ocorreu um pressentimento relacionado ao cuidado com a escrituração da marca, destacando-se a Inglaterra, os Estados Unidos e a Alemanha. Acarretou uma lenta deterioração evolutiva referente à legislação de proteção da marca. Com isso, aumentou a dificuldade de se conseguir a aprovação dos seus valores perante a lei, entretanto, houve uma promulgação da lei de Marcas de Mercadorias na Inglaterra (1862), a Lei Federal de Marcas de Comércio nos Estados Unidos (1870) e a Lei para a Proteção de Marcas na Alemanha (1874) (PINHO, 1997).

No Brasil, o Código Penal do Império foi improvidente com relação a variáveis tipos de proteção legal às marcas comerciais e de indústrias. Conforme relata Domingues (1984), a Meuron & Cia., empresa fabricante de rapé, com o produto denominado *Arêa Preta*, entrou com uma ação judicial contra a concorrente Moreira & Cia., que lançou no mercado o mesmo produto com a denominação *Arêa Parda*, foi alegado ser a primeira usurpação da marca. A acusadora foi representada pelo advogado Rui Barbosa. O julgamento ocorreu no Tribunal de Relação da Bahia, pois nenhuma lei atual qualificava o fato como delito. Sendo assim, houve uma nova representação que encaminhou o caso ao Poder Legislativo, que foi dessa vez acolhida pela Comissão de Justiça Criminal da Câmara dos Deputados, que destacou os motivos perigosos que a impunidade poderia acarretar para a indústria. Foi elaborado um projeto de regulamentação que, quando aprovado, se transformou na Lei nº 2.682 de 23 de outubro de 1875.

Conforme Domingues (1984, p. 48):

“A lei protegia apenas o fabricante do produto ou seu vendedor e com a marca somente podiam ser assinaladas as mercadorias entregues ao comércio. A marca utilizada pelos comerciantes industriais para assinalar seus produtos e diferencia-los de artigos de outra procedência podia consistir da firma ou razão social da empresa, no nome do fabricante revestido de forma distintiva, e ainda em quaisquer outras denominações, emblemas, selos, sinetes, carimbos, relevos, invólucros de toda espécie, que possam distinguir os produtos da fábrica ou os objetos do comércio”.

Em 1960, o Comitê de Definições da American Marketing Association (AMA) definiu os conceitos de marca, nome de marca e marca registrada:

“Marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou uma combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferencia-los daqueles dos concorrentes. (...) Nome de marca é aquela parte da marca que pode ser pronunciada, ou pronunciável. (...) Marca registrada é uma marca ou parte de uma marca à qual é dada proteção legal, porque é capaz de apropriação exclusiva”.

Como a era digital influencia no reconhecimento e na visibilidade da marca

Em uma sociedade composta cada vez mais por pessoas com acesso à rede mundial de computadores (*internet*), as organizações precisam se dedicar ao trabalho de consolidar o

valor da marca para não serem substituídas por outras, nem esquecidas e nem tomadas por uma imagem negativa por seus consumidores.

O mundo das marcas não só se expandiu para dominar praticamente tudo o que pode ser feito, fornecido ou esperado, mas também reinventou as relações tradicionais. Produtos até então disponíveis apenas em alguns locais adquiriram renome nacional e internacional e a internet contribui para essa globalização, permitindo que empresas e marcas estejam visíveis para qualquer pessoa em qualquer parte do mundo, 7 dias por semana, 24 horas por dia (LAS CASAS; OLIVEIRA, 2010, p. 131).

Segundo Kotler (2000), a internet é uma excelente plataforma para a comunicação, compra e venda, transformando-se em um importante canal para expandir os benefícios do negócio. Com o estabelecimento dessa interação, as empresas obtiveram novas possibilidades para administrar a organização, dessa forma conseguiram propagar mais referências relacionadas à mercadoria ofertada e auxilia na interação entre empregados, clientes e fornecedores. Os produtos conseguem alcançar um território mais vasto.

Alguns outros autores destacam que a ascensão do e-commerce modificou e determinou um aumento significativo na atração das pessoas, e que essa categoria de empresa é o digital convertido em canais de vendas.

“As velhas fórmulas já não valem mais nesse novo mundo. O consumidor mudou tanto seu comportamento que parece ter sido abduzido em alguma noite escura do início deste século e, sem que percebêssemos, voltou com um plug a mais e falando palavras estranhas como Twitter, Orkut, Flickr, YouTube, Google e muitas outras” (VAZ, 2010, p. 33).

Segundo Torres (2009), o e-commerce é um novo paradigma que deve ser quebrado por alguns tipos de organizações que supõem que seus produtos não podem ser vendidos na internet, até que seus concorrentes passam a promover vendas e todo um nicho modifica a forma de pensar. Um exemplo é relacionado à empresa GOL, que iniciou o método de emissão de passagens aéreas no Brasil, tornando-o on-line, o que induziu as demais empresas a trabalharem da mesma forma (DA SILVA; DAOLIO, 2017).

Uma vez que existe uma enorme participação dos clientes que acessam constantemente a internet, é essencial incluir esse meio de divulgação como estratégia de marketing, criando métodos que melhor utilize os recursos disponíveis digitalmente (TORRES,

2009). Para Vaz (2010), é necessário ter conhecimento das necessidades do seu público alvo, para que assim a empresa consiga inovar nas promoções, mercadorias e serviços, diferenciando-se dos concorrentes. Na internet os consumidores não buscam apenas preços bons, comodidade, segurança e qualidade, sendo assim, quanto mais inovador for o site, melhores serão os resultados.

Branding digital: as marcas e a internet

Com o passar dos anos, as marcas adquiriram um novo método, que não modifica somente a gestão da empresa, pois também foi mudado o modo como os consumidores compreendem-na. Aqui neste tópico, é necessário conceituar o termo *branding*, que de acordo com Hiller (2012), é uma filosofia de gestão que determina a marca como centro de todas as decisões da empresa.

A partir do desenvolvimento da internet, entendeu-se que as organizações precisariam rever o processo de *branding* em consonância com a disposição digital, pois uma vez que foram percebidos erros em diversos métodos de gestão da marca (GAIO; GOUVEIA, 2007). Como não há barreiras geográficas e temporais, os clientes recebem diversas propagandas, promoções e variedades de marcas.

De acordo com Aaker e Joachimsthaler (2000), mesmo *offline*, as marcas ainda precisam inovar com base em experimentos que garantam sua estabilidade virtual, para isso, deve haver concepção, habilidades e conhecimento nas particularidades da internet.

Contudo, o *branding* é algo que deve ser utilizado com cautela, pois a internet é um ambiente onde a transparência é um fator em potencial, tendo consciência de que é praticamente impossível omitir informações que antes não vinham a público. Na era digital, a marca não pode se isolar, pois ela está no mesmo ambiente em que seus consumidores, envolvendo riscos e oportunidades, sendo assim, qualquer atitude negligente irá prejudicar a marca (AAKER; JOACHIMSTHALER, 2000).

Segundo Ciaco (2008), é perceptível o conhecimento dos gestores de marcas se relacionando à imagem do *branding* digital, sabendo que, no momento, não é somente criar uma marca, é preciso administrar a reconstrução da mesma em diversos ambientes, tendo os clientes como co-criadores do processo.

Sendo assim, o *branding* digital transformará a relação do cliente com a marca uma mistura – de permutas, concepções, experimentos, perspectivas e conhecimentos – todos sincronicamente convergindo em direção à marca. Uma vez que se tem esse entendimento, o da importância de novas abordagens no sentido de estabelecimento de uma organização em um ambiente cada vez mais interativo, é que este trabalho irá proceder em suas investigações.

Metodologia

Neste presente projeto, foi utilizado o procedimento de abordagem documental indireta, pelo fato de ter-se usado o emprego de citações, fontes e outros determinados métodos relacionados à coleta de informações sobre o tema abordado. Faz-se presente uma observação direta intensiva, sendo aplicado o método de questionário.

TÉCNICA EMPREGADA	CARACTERÍSTICAS
DOCUMENTAÇÃO INDIRETA	
PESQUISA DOCUMENTAL	Coleta de documentos escritos ou não, arquivos públicos, particulares ou fontes estatísticas.
PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	Abrange as fontes sobre o tema estudado, sob um novo enfoque, levando a conclusões inovadoras.
OBSERVAÇÃO DIRETA EXTENSIVA	
QUESTIONÁRIO	Série de perguntas, respondidas sem a presença do pesquisador.

Quadro adaptado de Vianello (2013).

Com relação às pesquisas que dão base ao tema central do estudo, o mesmo fora predominantemente quantitativo, contendo vestígios qualitativos, ou seja, de origem mista.

Para a pesquisa quantitativa, irá ser utilizado a pressuposição básica da prática e desenvolvimento de fatos, diretamente mensuráveis, com o objetivo de estabelecer, matematicamente, as relações, causas e efeitos. Com a abordagem experimental, o papel do pesquisador será observar, considerando uma distância objetiva (FIRESTONE, 1987).

Já na pesquisa qualitativa, a pressuposição básica consistirá na prática de fenômenos desenvolvidos por construções sociais, com o objetivo de maior interpretação dos

significados dos fenômenos – como referidos pelas pessoas. Será utilizado uma abordagem observacional, sendo o papel do observador, interpretar a realidade, imerso no contexto (FIRESTONE, 1987).

Conclusão

Ao longo do desenvolvimento deste projeto, concluiu-se que desde o início dos tempos, a utilização da marca foi de extrema importância para garantir a legitimidade e propriedade dos produtos. Como exemplo, se é citado os barris de *whisky* da Escócia, aos quais eram marcados com fogo os desenhos próprios de seus fabricantes, afim de garantir a não substituição das mercadorias por sucedâneo inferior. Nesta mesma época, as marcas também eram utilizadas para garantir a quantidade e qualidade das produções.

Atualmente, com o surgimento da era digital, se tornou essencial a utilização da web como recurso fundamental para o desenvolvimento, visibilidade e posição mercadológica da empresa. Vale ressaltar que o *branding* digital, sendo aplicado como instrumento de gestão, determina a marca como o centro de todas as decisões organizacionais.

Sendo assim, é simplesmente indispensável o desenvolvimento da marca como ferramenta gestacional da empresa, tanto no ambiente físico quanto no digital.

Referencial bibliográfico

AAKER, David. A.; JOACHIMSTHALER, Erich. **Como construir marcas líderes**. São Paulo: Futura, 2000.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION et al. AMA board approves new marketing definition. **Marketing News**, v. 1, n. 1, 1985

CARNEIRO, Levi. **Marca corporativa: um universo em expansão**. Grupo Troiano de branding, 2011.

CIACO, João Batista. **Blogar é preciso**. Navegar não é preciso. Webinsider (on-line), São Paulo, UOL, setembro de 2008.

DA SILVA, Gabriela Massa Bezerra; DAOLIO, Raquel Pinton Geraldino. **A importância da internet como ferramenta estratégica para o negócio da empresa.** Revista Gestão em Foco, n. 9, 2017

DOMINGUES, Douglas Gabriel. **Marcas e expressões de propaganda.** Rio de Janeiro: Forense, 1984.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research.** Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

FUSQUINE, Maria da Graça. Entrevista. (2009). Disponível em <<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/colunistas/noticias/a-importancia-de-ter-uma-marca-bem-lemburada-pelos-consumidores/>> Acesso em 16 de outubro de 2018.

GAIO, Sofia; GOUVEIA, L. O Branding Territorial: uma abordagem mercadológica à Cidade. **Revista A Obra Nasce**, v. 4, p. 27-38, 2007.

HILLER, Marcos. **Branding: a arte de construir marcas.** Editora Trevisan, 2012.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; OLIVEIRA, Juliana Quintino de. Marketing interativo: a utilização de ferramentas e mídias digitais. **São Paulo: Saint Paul Editora**, 2010.

PINHO, José Benedito. **O Poder das Marcas.** 2. Ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1997.

SOUZA, Fernanda Mayer Dos Santos. **Estágios de Evolução da Marca Garoto.** 2006. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital.** São Paulo: Novatec Editora, 2009.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google Marketing: o guia definitivo de marketing digital.** São Paulo: Novatec, 2010

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

EMPRESA E MEIO AMBIENTE

Gabriela Thainara Veríssimo Fraga

Lyandra Rhanna da Silva Souza

Vitória Lúcia Magalhães

RESUMO

A pesquisa trata da importância da correta relação entre as empresas e o meio ambiente por com ações corretas em suas atividades, com o objetivo de trazer formas de preservação para as atividades de mineração, citando fatos reais do desastre ocorrido em 05 de novembro de 2015 na cidade de Mariana, MG relacionado ao rompimento de uma barragem de rejeito de uma empresa mineradora.

Palavras-chave: sustentabilidade, empresa, meio ambiente, preservação, impactos.

Introdução

O tema abordado neste trabalho será Empresa e Meio Ambiente, ou seja, a relação entre esses dois fatores. Este tema foi escolhido, principalmente, pelo fato de que o empreendedorismo atualmente tem tido grande crescimento e fazendo com que se desenvolvam projetos de atuação mais sustentáveis, visando a preservação ambiental e que possam ser implantados nas empresas em geral.

O objetivo é mostrar os métodos de preservação utilizados pelas empresas e como a falta de legislações que punam infratores afetam no desenvolvimento sustentável. Isso porque, atualmente, algumas empresas têm executado suas atividades sem se preocupar com os impactos ambientais que podem causar (MARIN, 2013). É de conhecimento geral que a preservação do meio ambiente é de extrema importância na continuidade da vida de todos os seres vivos e, sendo assim, pode-se perceber a importância de leis que garantam essa preservação.

O objetivo específico do trabalho é entender como as grandes empresas utilizam métodos

para a preservação e quais podem ser as evoluções na legislação que exija mais cuidados, pois os maiores impactos são causados por falhas que envolvem maus usos e falta de fiscalização em empresas que não têm o meio ambiente como prioridade ou, até mesmo, as que afirmam possuir, porém não cumprem o propósito (IPEA, 2010). É o caso em que, caso houvesse o cumprimento das legislações anteriormente, muitas tragédias ambientais poderiam não ter ocorrido.

O meio ambiente é um assunto de máxima relevância, uma vez que representa o equilíbrio necessário para sobrevivência dos seres vivos. Uma das principais justificativas pela qual se abordou esse tema foi o rompimento da barragem de Fundão, em Mariana/MG, acidente que causou a destruição de vários hectares e 19 mortes, também deixou Bento Rodrigues, distrito de Mariana coberto de lama e todas as comunidades próximas em uma crise de desemprego enorme, além de ter destruído a vida animal em todo o Rio Doce, destruindo o habitat natural dos mesmos (G1MG, 2015). A pesquisa desse tema tem como objetivo demonstrar à população a força que necessitam para exigir das empresas onde trabalham e, ou, cujo funcionamento se dá na região a sua volta, utilizando-se dos recursos naturais dos arredores.

Outra motivação é apresentar também o que as empresas responsáveis pela barragem de Fundão estão fazendo para amenizar o impacto ambiental que causaram. Em termos gerais a realização desta pesquisa exige, certamente, que as empresas relacionadas não neguem nenhuma informação primordial para análise, se assim for preciso.

Referencial teórico

Os empreendimentos são de grande importância para a vida social, uma vez que gera diversos benefícios em forma de bens de consumo e empregos para os cidadãos (MCKINSEY & COMPANY, 2001). Embora como qualquer atividade humana pode resultar em grandes desastres ao meio ambiente ao utilizar os recursos naturais de forma inadequada.

A preservação do meio ambiente é um fator de extrema importância sobre o encaminhamento do processo produtivo, não apenas para a constituição de riquezas e consumo, como também para a gestão responsável dos recursos (MCKINSEY & COMPANY, 2001). É possível afirmar, por meio de diversas referências, que a

conservação dos recursos naturais gera consequências auspiciosas não só para o corpo social como para as próprias empresas e entidades.

É de conhecimento geral que o principal fundamento para as imprudências contra o meio ambiente, possuem origem nas empresas que atuam do desfrute inadequado do mesmo. Os maiores impactos ambientais decorrentes do fator ambiental foram causados por grandes empresas, como por exemplo o abrupto rompimento da barragem de Fundão em Mariana-MG que é considerado o maior desastre ambiental do Brasil, e, que envolvendo barragens de rejeitos, foi considerado o maior do mundo (LOPES, 2016).

As barragens foram criadas com intuito de receber rejeitos produzidos devido a extração de minério de ferro. As barragens de Fundão e Santarém estavam localizadas no complexo da Alegria e segundo estudos preliminares feitos no ano de 2015, a barragem de Fundão carregava 50 milhões de m³ de resíduos. No dia 05/11/2015, aproximadamente às 16:20, ocorreu um colapso e a barragem se rompeu. Com o rompimento, 34 milhões de m³, foram lançadas diretamente no meio ambiente, fazendo com que a barragem de Santarém transbordasse, formando um grande tsunami de lama que engoliu Bento Rodrigues, causando danos irreversíveis e atingindo também, outros sete estados e contaminando todo o Rio Doce (LOPES, 2016).

O termo sustentabilidade, por sua vez, respalda o ato de sustentar, proteger e preservar, ou seja, uma empresa sustentável é aquela que se zela pelos recursos naturais contidos no ambiente onde se encontra, que se preocupa em produzir de forma diligente visando sempre manter o meio ambiente saudável sem afetar negativamente o processo produtivo. Manter uma empresa sustentável parece um tanto quanto utópico, pois grande maioria das ações que as empresas utilizam em suas atividades pode afetar o meio ambiente e acabar o prejudicando, de modo que grande parte das indústrias utilizam recursos naturais na produção (BUCKLEY *et al.*, 2012).

O desenvolvimento sustentável é o que garante o crescimento econômico sem atingir negativamente os recursos naturais, ele faz com que a empresa produza sem agredir o meio ambiente e sem reduzir a margem de lucro da mesma, portanto, ele agrega a economia e o meio ambiente que são fatores extremamente solenes para uma organização. Entretanto, muitas empresas executam suas atividades pensando somente no lucro ganho. Pois os gastos com o meio ambiente impactam no lucro dos acionistas, fazendo com que

atuem sem se preocupar com os impactos ambientais que os processos podem causar. Em muitas regiões, o índice de descuido é de fácil percepção, contendo desmatamento, uso inadequado de água e energia, uso de combustíveis fósseis, entre muitos outros fatores que podem causar grande prejuízo ao meio ambiente (BUCKLEY *et al.*, 2012).

É notório que o meio ambiente se encontra em estado de tamanho descuido que grandes partes da sociedade têm percebido esse acontecimento lamentável, por isso, atualmente a procura por empresas sustentáveis é constante pelos consumidores (SANTOS; VALENÇA, 2011). Diante disso, pode-se encontrar diversas empresas as quais utilizam a sustentabilidade como estratégia de marketing, pois a criação de projetos deste tipo nas empresas se tornou contínuo, entretanto muitas vezes algumas destas propostas se desenham irreais e criadas para iludir a sociedade e os consumidores que estão ao redor da empresa (GUIMARÃES *et al.*, 2015).

Isso faz com que as pessoas possam deixar de acreditar naquilo que as empresas pregam, pois nem todas realmente fazem exatamente o que é declarado. Assim surge a percepção de que não se sabe mais o verdadeiro significado de sustentabilidade nas empresas, onde muitos gestores e líderes veem somente como uma estratégia de promoção.

A sustentabilidade nas empresas também traz a oportunidade de evolução na economia, pois, uma empresa sustentável irá utilizar os recursos naturais de uma forma onde não haja uso exagerado, proporcionando redução nos custos de produção (OLIVEIRA *et al.*, 2016). O aumento de empresas verdadeiramente sustentáveis também poderia trazer uma grande quantidade de melhoria na situação ambiental em que se encontra atualmente, trazendo melhorias na saúde de todos e fazendo até com que possa ser garantido um futuro melhor para a geração atual.

Grande parte dos maiores impactos ambientais foram causados por organizações, ou seja, considerando a frequência de impactos que as empresas causam ao meio ambiente a sociedade acaba criando perspectivas negativas, é como se fossem um problema para o meio ambiente. A ideia de empresa sustentável traz a concepção de que as organizações podem sim manter uma boa produção e obter uma margem de lucro sem desservir os recursos naturais, os quais são a causa da existência da vida no mundo (BARBIERI, 2016).

É notório que na atualidade encontram-se inúmeras legislações e normas ambientais, tanto para as empresas quando para a sociedade como um todo, cabe a todos ter o discernimento para cumpri-las. Um exemplo disso são as normas ISO 14000, que tem como propósito implantar um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) nas organizações (BARBIERI, 2016).

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é um sistema que faz a junção dos cuidados e planos que devem ser carregados por empresas para evitar e solucionar problemas ambientais causados pela mesma. Implantar esse sistema não é uma coisa simples, porém, a partir do momento em que uma organização tem um bom Sistema de Gestão Ambiental (SGA), ela tem uma série vasta de benefícios que ajudam no desempenho empresarial (MENEZES; GOMES; DANTAS, 2016).

As normas ISO 14000 são diretrizes voltadas para as organizações em geral que oferece a implantação do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) na organização. A utilização das normas resulta na minimização dos impactos ambientais causados pela produção ou o uso excessivo dos recursos naturais, fazendo com que a organização esteja dentro das políticas e normas sustentáveis, melhorando também a imagem diante da sociedade e outras organizações. Portando um certificado ISO 14000 a empresa faz com que todos tenham uma visão de confiança e responsabilidade sobre ela (SOUSA, 2012).

As organizações que utilizam normas e estão de acordo com as políticas e legislações ambientais tendem a ter grande desenvolvimento, tanto econômico quanto sustentável.

Metodologia de Pesquisa

A metodologia desta pesquisa se reserva a detalhar e construir os meios de levantamento e análise de dados necessários para discutir as hipóteses propostas. Em um primeiro momento se descreve a natureza de pesquisa. Logo é preciso então descrever quais as características de tais técnicas para ambientar o contexto de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016)

A primeira das técnicas empregadas pelas pesquisadoras para coletar as informações necessárias para o desenvolvimento da pesquisa científica é a documentação indireta. Dentro dela as pesquisadoras incluirão a pesquisa bibliográfica que se baseia na coleta de artigos disponibilizados para pesquisa e livros didáticos (VIANELLO, 2013).

Além disso será utilizada a técnica de documentação direta, baseada em pesquisas sobre como ocorreram os fatos, chamadas de pesquisa de campo. A pesquisa será realizada de forma qualitativa e quantitativa (VIANELLO, 2013).

Após o recolhimento dos dados indiretos e diretos, as pesquisadoras irão realizar um formulário de maneira que as informações fiquem sempre claras, objetivas e o mais detalhadas possíveis. O formulário vai recolher as informações sobre os entrevistados no momento da entrevista.

As respostas colhidas serão tabuladas e decompostas para devida análise, crendo que de maneira mais eficiente seja a análise de conteúdo baseada na obra de Bardin (2004). Devendo o entrevistador preencher um quadro com as informações passadas pelo entrevistado de acordo com as perguntas realizadas.

Ao se desenvolver um artigo científico é comum para a metodologia a realização de uma “pesquisa de campo” seja ela quantitativa ou qualitativa. Entretanto, muitos autores defendem que essa pesquisa possa ser realizada utilizando as duas técnicas, quantitativa e qualitativa juntas. Esse método é considerado uma pesquisa mista (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Para obter informações a fim de levantar dados sobre o tema abordado e sobre a relevância dessa pesquisa científica, realizar-se-á um levantamento estatístico com a população dos locais mais atingidos pelo acidente do rompimento da barragem de Fundão em Mariana, Minas Gerais.

A pesquisa quantitativa é, basicamente, uma série de perguntas cujas alternativas são pré-definidas. O que significa que o entrevistado não precisará redigir nada por extenso, e sim marcar a alternativa que ele mais se identifica de acordo com a pergunta. O objetivo da pesquisa quantitativa é coletar dados numéricos sobre determinado acontecido.

Objetivo 1:

Para o quesito de pressuposição básica: serão desenvolvidas uma série de perguntas quantitativas para realizar uma pesquisa rápida a fim de saber a concepção dos moradores dos locais mais atingidos pelo acidente da barragem de Fundão. O propósito dessa pesquisa é saber como eles viram tal acontecimento, como eles veem atualmente a sua

situação de vida e como eles analisam o que as empresas envolvidas no ocorrido estão fazendo para a reparação dos danos causados pelo acidente.

Já a pesquisa qualitativa compreende dados que são de forma narrativa como entrevistas e questionários abertos, ou seja, nos permite estudar as particularidades e experiências individuais (MISUNAGA; SILVA, 2016). Nesse tipo de questionário o entrevistado tem a liberdade de se expressar detalhadamente ou não. De acordo com a vontade do mesmo, pode ser redigido em formato de texto ou frase.

Objetivo 2:

Para a pesquisa qualitativa será abordado o mesmo assunto abordado na pesquisa quantitativa, porém com as perguntas mais elaboradas. O objetivo dessa etapa da pesquisa é compreender com mais detalhes o sentimento e a opinião dos entrevistados com relação ao rompimento da barragem de fundão na cidade de Mariana- MG.

Papel do pesquisador

Para a pesquisa quantitativa o pesquisador deve ser neutro, não apresentar quaisquer opiniões sobre a resposta do entrevistado.

Para a pesquisa qualitativa o pesquisador deve participar da entrevista deixando o entrevistado à vontade e esclarecendo quaisquer dúvidas que possam surgir durante a pesquisa.

Conclusão

A partir desse pré-projeto as pesquisadoras indicam que, mesmo com toda a legislação presente no país e no mundo com relação aos cuidados e obrigações que a empresa deve estabelecer em suas atividades para com o meio ambiente, todas as leis vigentes de proteção ao meio ambiente ainda não são totalmente aplicadas em diversas instituições.

Após o acidente do rompimento da barragem de Fundão em Mariana ficou ainda mais claro o descaso da parte legislativa e empresarial para com o meio ambiente, uma vez que, apontam as diretrizes, houvesse mais monitoramento nas atividades de empresas mineradoras ou leis e fiscalizações mais rigorosas. Embora as atividades mineradoras sejam de suma importância para o PIB do Brasil, a falta de monitoramento acabou

prejudicando a renda familiar das famílias que dependem das atividades para sustentar suas famílias e até mesmo a renda de pessoas distantes da cidade de Mariana, uma vez que a empresa detém funcionários terceirizados e estrangeiros à região.

Entretanto, as pesquisadoras visam a importância de ouvir as vítimas mais próximas do local do rompimento da barragem de Fundão, a fim de buscar entender a fundo o sentimento dos mais atingidos e buscar um plano de melhorias para as famílias mais afetadas. Além de compreender e disponibilizar o material completo para estudo e conscientização dos moradores de Mariana, MG e distritos a fim de mostrar a importância do manejo correto da matéria prima oferecida pela natureza.

Referências Bibliográficas

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial - Conceitos Modelos e Instrumentos**. 4. Ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2016

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BUCKLEY, Robert L.; HUNTER, Charles H.; WERTH, David W.; WHITESIDE, Morgana T.; CHEN, Kuo-fuo; MAZZOLA, Carl A. **A case study of chlorine transport and fate following a large accidental release**. Atmospheric Environment 62, 2012

G1MG. **Barragem de rejeitos se rompe em distrito de Mariana**. (2015). Disponível em <<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2015/11/barragem-de-rejeitos-se-rompe-em-distrito-de-mariana.html>> Acesso em: 09 de novembro de 2018

GUIMARÃES, Camila; VIANA, Letícia Soares; COSTA, Pedro Henrique de Souza. **Os desafios da consciência ambiental: o marketing verde em questão**. Cadernos de aula do LEA, n. 4, p. 94-104, 2015

IPEA. **Sustentabilidade ambiental no Brasil: biodiversidade, economia e bem-estar humano**. Brasília: IPEA, 2010

LOPES, Luciano M. N. **O rompimento da barragem de Mariana e seus impactos socioambientais**. Sinapse Múltipla, v. 5, n. 1, p. 1-14, 2016

MARIN, Karen Irena Sytz. **Meio ambiente inteiro**. Caxias do Sul: EducS, 2013

MCKINSEY & COMPANY. **Empreendimentos sociais e sustentáveis: como elaborar planos de negócios para organizações sociais**. São Paulo: Peirópolis, 2001.

MENEZES, Uilian Marques; GOMES, Almira Ferraz; DANTAS, Maria Zilda. **Sustentabilidade e seus Benefícios: Práticas e Ações Sustentáveis Desenvolvidas em Empresas do Distrito Industrial dos Imborés**. Anais XVIII SEMAD – Semana do Administrador do Sudeste da Bahia, v. 3, n. 1, 2016

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

OLIVEIRA, Macsuel Miranda de; MEDEIROS, Maria Helena Amaral da Silva; SILVA, Rosângela Leopoldino da; LUCAS, Giovana Azevedo Pampanelli. **Desenvolvimento sustentável nas organizações como oportunidades de novos negócios**. Revista Valore, v. 1, n. 1, p. 42-66, 2016

SANTOS, Gizélia Oliveira dos; VALENÇA, Renato Fontes. **Desenvolvimento sustentável: responsabilidade socioambiental nas organizações**. OPET – Administração e Ciências Contábeis, n. 5, 2011

SOUSA, Vera. **Sistemas Integrados de Gestão (Qualidade, ambiente e segurança)**. Dissertação de Mestrado. Instituto Politécnico de Setúbal – IPS. Setúbal, 2012

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA COMO MATÉRIA NA GRADE CURRICULAR DAS ESCOLAS

Amanda das Graças

Ana Luísa dos Santos

Thaianne R. Furtado de Souza

RESUMO

Em pesquisa pretende esclarecer a importância da educação financeira nas escolas públicas do Brasil, com a implantação em questão os alunos futuramente terão uma vida financeira estável e econômica. Assim pretende-se determinar fatores relevantes para sua adoção.

Palavras-chave: Educação, administração financeira, escolas, capital, crianças.

Introdução

Este trabalho consiste em investigar a administração financeira na grade curricular nas escolas, tendo em vista um estudo sobre ensinar os alunos a gerir melhor o seu dinheiro, os tornando assim adultos não consumistas e menos endividados.

Uma das áreas de maior atenção da administração é a gestão financeira. Uma educação financeira bem estruturada possibilita a formação de futuros consumidores mais conscientes de elementos essenciais da economia como por exemplo juros.

Em geral ganhar dinheiro e poupá-lo sem aprender educação financeira é um desafio que os cidadãos devem superar diariamente. Desta maneira, maior do que uma ação ou planejamento financeiro, a educação financeira é mais do que apenas cortar gastos, é repensar maneiras de aplicar o dinheiro para produzir mais riqueza e isso deve se tornar um hábito.

Objetivo geral deste trabalho é avaliar a viabilidade e as vantagens de ter a administração financeira no cotidiano escolar. Desta maneira, têm-se como etapas as definições de

educação, e educação financeira, para em sequência determinar a sua importância para o indivíduo e em consequência a comunidade.

Referencial Teórico

O conceito de educação

O conceito de educação se assemelha aos conceitos de socialização e endoculturação alcançando os ambientes escolares, levando o indivíduo da iniciação infantil à graduação de nível superior, com objetivos determinados, tendo os entendimentos adquiridos para exercer sua função pessoal e profissional no meio em que foi inserido (MASCIOLI, 2012).

Segundo Piletti e Piletti (2006, p. 12) “Ainda hoje existem regiões onde não há escolas. Contudo, a educação não deixa de ocorrer, apesar de que ela ocorra por processos diferentes daqueles utilizados pelo sistema escolar”. O filósofo e teórico pedagógico René Hubert, definiu educação como um conjunto de ações e influências, normalmente executadas de um indivíduo adulto para um mais jovem, com o objetivo de alcançar um propósito determinado em quem está sendo educado, de maneira que este possa executar sua função nos diversos contextos da sociedade (TOMAZONI, 2014).

A educação é um processo constantemente desenvolvido, ao analisar o sentido formal, educação é qualquer processo contínuo de formação e ensino, ou seja, da aprendizagem que faz parte de um currículo programático, dentro de uma instituição oficial de ensino, seja ela pública ou privada. A Lei de Diretrizes e Bases brasileira divide a educação em dois níveis: a educação básica e o ensino superior. Como educação básica, temos a Educação Infantil, o Ensino Fundamental e o Ensino Médio. Nesse sentido, a educação nacional refere-se à responsabilidade do ensino para os órgãos que gestores do ensino público e para a fiscalização do ensino privado, ou particular (PINTO; FONSECA, 2017).

Administração financeira

A administração financeira é o conjunto de ações que envolvem o controle, planejamento e análise de todas as movimentações financeiras de uma empresa, residência ou conta bancária. Este tipo de administração permite que o consumo seja realizado de maneira mais inteligente, gerando economia (BCB, 2013).

O principal objetivo da administração financeira é aprimorar e melhorar a gestão do dinheiro por meio de gastos prudentes, aumentando o patrimônio e consequentemente trazendo a independência financeira. Trata-se de uma medida que proporciona uma frequente análise e avaliação das entrada e saída de capitais, promovendo estabilidade financeira (SCHREIBER, 2012).

A educação financeira pode ser muito benéfica, com finalidade de ensinar as pessoas com conhecimento necessário para realizar orçamentos, iniciar planos de poupança e fazer investimentos estratégicos contribuindo nas tomadas de decisões. O planejamento financeiro pode auxiliar as famílias a desempenhar as suas obrigações a curto e a longo prazo, potencializar o seu bem-estar e é sobretudo importante para as populações têm sido particularmente sub atendidas pelo nosso método financeiro (GREENSPAN, 2002).

Comportamento de valorização do dinheiro

Algumas pessoas passam bastante tempo focadas em ganhar dinheiro para consumir ostensivamente, não levando em conta a necessidade de se manter um relacionamento com o dinheiro que possibilite uma vida de maior liberdade e sucesso (OLIVEIRA, 2015). Essa relação equivale em desenvolver um sentimento de valor pelo dinheiro, proporcionando as conquistas da vida. Caso este relacionamento não seja de qualidade tornar-se-á destrutivo e sem valor, e, muito provavelmente, resultará em uma vida de dificuldade.

Desta maneira, é necessário defender a inclusão da administração financeira como disciplina para os jovens na fase escolar. Entender os pontos ligados ao consumo de qualidade e construção de riqueza é essencial para a vida de uma pessoa. É importante desenvolver um entendimento voltado à valorização do dinheiro como consequência do esforço gasto no trabalho. Logicamente, a valorização do trabalho também é muito importante, sendo fundamental para uma vida rica em realizações (CAMPOS; KISTEMANN Jr., 2015).

É necessário eliminar o ciclo vicioso de ganhar e gastar tudo, ou até mais, em nome do *status*. Esse comportamento é uma aderência inconsciente à pobreza (SILVA, 2017). O dinheiro foi feito, sim, para se gastar. Contudo, esse gasto deve ser feito com consciência, trazendo felicidade pessoal e dos indivíduos próximos.

Um consumo de qualidade presume planejamento e inteligência financeira. Nesse ponto é importante criar metas. Com esse caminho, o consumo será direcionado levando em conta esse objetivo. Assim, cria-se um ambiente oportuno ao consumo de qualidade. Quando não se sabe o que se quer, acaba-se atendendo ao impulso do desejo imediatista que, quase sempre, leva a pessoa a não se desenvolver economicamente.

Ensino de finanças nas escolas

Escolas particulares incluem educação financeira na grade curricular; crianças aprendem, por exemplo, a organizar orçamento (O ESTADO DE S. PAULO, 28 Junho 2010).

A notícia acima é uma iniciativa recente praticada no estado brasileiro de São Paulo, que passou a ministrar a disciplina para alunos entre seis e 11 anos, com aulas semanais, sem conceito de aprovação, mas exigindo a presença obrigatória. O projeto tem fundamento em quatro construtos, ganhar, guardar, consumir e doar. Em determinadas unidades de ensino, a disciplina é inserida para o ensino médio, e desta maneira exigindo pontuação – oriunda de avaliações, projetos e trabalhos – além da presença em sala de aula.

Metodologia

Natureza de pesquisa

A construção metodológica de uma pesquisa dá-se primeiro pela sua caracterização, escolhendo procedimentos, métodos e conseqüentemente a natureza adequada à coleta e análise de dados. É assim que se procede para a descrição e explicação de fenômenos (MISUNAGA; SILVA, 2016).

A pesquisa proposta neste trabalho pode ser definida como uma pesquisa qualitativa. Pode-se dizer que a pesquisa é qualitativa quando o fenômeno em estudo foi abordado, por meio de dados subjetivos sobre uma realidade. A pesquisa foi realizada através dos métodos de pesquisa documental – por meio de livros, artigos, pesquisa e matérias em site – e levantamento bibliográfico – onde as pesquisadoras se informam sobre o tema por meio de outros artigos, realizando uma pesquisa em bases de dados nacionais e internacionais que possa exibir conteúdo com o mesmo intuito abordado (VIANELLO, 2013).

Conclusão

A Educação Financeira pode ser entendida como “um processo de ensino-aprendizagem que desenvolve a capacidade financeira dos indivíduos, que podem tomar decisões com segurança e fundamento, dotados de competência financeira para que sejam integrados à sociedade” (AMADEU, 2009, p. 81). Com esse trabalho deduz-se que a inclusão da administração financeira na grade curricular das escolas terá um papel vantajoso na vida dos cidadãos, pois terá noção de como gerir seu dinheiro de forma eficiente os tornando-os adultos com uma vida financeira segura. Este projeto também tem o intuito social pois ao diminuir o nível de pobreza dos brasileiros elevará a economia do país. As pesquisadoras concluem que a administração financeira, agregada às outras matérias, inserida no início da fase escolar trará grandes benefícios para a população, uma preparação que possibilita desenvolver a capacidade financeira dos mesmos, para que suas decisões possam ter resultados vantajosos.

Bibliografia

AMADEU, João Ricardo. **A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento: proposta de inserção da disciplina na matriz curricular.** Dissertação de Mestrado. Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE. Presidente Prudente, 2009

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB). **Caderno de Educação Financeira – Gestão de Finanças Pessoais.** Brasília, 2013

CAMPOS, Adilson Rodrigues; KISTEMANN Jr., Marco Aurélio. **Planejamento Financeiro: Cada um deve ter o seu?** Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora, 2015

GREENSPAN, Alan. **Financial Literacy: A tool for economic progress.** The Futurist, v. 36, n. 4, p. 37-41, jul/ago, 2002

MASCIOLI, Suselaine Aparecida Zaniolo. **Cotidiano escolar e infância: interfaces da educação infantil e do ensino fundamental nas vozes de seus protagonistas.** Universidade Estadual Paulista – UNESP. Araraquara, 2012

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **O ensino de finanças avança nas escolas**. (2010). Disponível em: < <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,ensino-de-financas-avanca-nas-escolas-imp-,572948>> Acesso em 15 de outubro de 2018.

OLIVEIRA, Camila Geo de. **A preparação para a aposentadoria como espaço para reconceituação da velhice**. Anais – XV Semana de Gerontologia e II Simpósio Internacional de Gerontologia Social. 2015

PILETTI, Nelson; PILETTI, Claudino. **História da Educação**. 7.ed. São Paulo: Ática, 2006.

PINTO, Fernanda de Campos; FONSECA, Luís Eduardo Gauterio. **O currículo oculto e sua importância na formação cognitiva e social do aluno**. *Projeção e Docência*, v. 8, n. 1, p. 59-66, 2017

SCHREIBER, Dusan (Org.). **Inovação e Desenvolvimento organizacional**. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2012

SILVA, Bruno Anderson Souza da. **A profanação do improfanável: O “capitalismo como religião” e uma reflexão ética a partir de Agamben**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Caxias do Sul – UCS. Caxias do Sul, 2017

TOMAZONI, Ana Maria Ruiz. **Práticas e reflexões sobre educação alimentar: uma narrativa interdisciplinar**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP, São Paulo, 2014

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

REFORMA TRABALHISTA VANTAGENS E DESVANTAGENS

Denifer Eliezer Arruda Madeira

Erick Silva Gonçalves

Meirielle Júnia Cesar

RESUMO

Esse pré-projeto tem o objetivo de investigar as vantagens e desvantagens geradas a vida do trabalhador pela Reforma Trabalhista. Pesquisando as novas Leis e avaliando seus aspectos negativos e positivos sobre a Lei nº13.467 de 2017.

Palavras-chave: Reforma Trabalhista, CLT, Trabalhador, Sindicato e Desemprego.

Introdução

Tema

O tema desse trabalho é a reforma trabalhista. Ela é um conjunto de leis que criadas pelo governo do presidente Michel Elias Temer (2016-2018) iniciando uma discussão sobre a melhora ou piora de determinadas vias trabalhistas.

Objetivo

Desta maneira, o objetivo desse trabalho é entender como a reforma trabalhista irá influenciar a vida dos trabalhadores, prejudicando os empregados ou melhorando suas condições de trabalho.

Objetivo específico

Assim esse trabalho seguirá alguns passos, entre eles pesquisar as vantagens da reforma para os trabalhadores e empregadores, pesquisar qual a desvantagens para os trabalhadores e as empresas, as maneiras como a lei irá afetar os índices de desemprego,

os estudantes recém-formados e qual a classe trabalhadora será mais afetada e os diferentes graus de intervenção.

Justificativa

A necessidade desse estudo se faz importante uma vez que qualquer reforma de grande escala, com a presenciada por essas novas leis, impacta a sociedade. Isso por si já ocasiona conflitos, insegurança e divergências, pois parte dos trabalhadores acreditam que a nova legislação lhes fará perder seus direitos como trabalhador.

Referencial Teórico

Sancionada em julho de 2017 pelo presidente Michel Temer (PMDB), a Lei de Nº 13.467 introduziu mudanças na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), passando a valer em 11 de novembro de 2017 e afetando milhares de trabalhadores pelo país (ESTADO DE MINAS, 2017).

A Reforma Trabalhista de foi aparelhada pela lei Nº 13.467 de 2017, ela é uma mudança considerável na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) tendo por objetivo combater o desemprego e a crise econômica no país. Objeto de diversas discussões em diversos setores da sociedade, teve muita repercussão por alguns motivos, um dos principais remetem aos sindicatos, uma vez que a lei altera o imposto sindical obrigatório (FERREIRA, 2018).

As novas determinações possibilitam a terceirização do trabalho, o teletrabalho, a jornada de 12 horas para qualquer categoria, redução do horário de refeição para 30 minutos, grávidas e lactantes autorizadas a trabalhar em locais de insalubridade média ou reduzida (EJUD, 2018). De acordo com Costa *et al.* (2018) “esse cenário evidencia que, com essa lei, haveria um aumento brutal dos acidentes de trabalho, doenças e incapacidades, além de maiores dificuldades de adquirir as garantias da Previdência Social”.

Entretanto, em uma perspectiva otimista, a Reforma Trabalhista possibilita um aumento em termos de contratações, diminuindo o índice de desemprego. As alterações não enfraquecem a Política Nacional de Segurança e Saúde no Trabalho (PNSTT), isso garante a proteção ao trabalhador, independente de terceirização ou não. É necessário, porém, manter medidas rígidas de controle da saúde do trabalhador, a fim de evitar

eventos que prejudiquem a qualidade de vida do mesmo (COSTA *et al.*, 2018).

A Reforma Trabalhista traz a regulamentação de diversas formas de trabalho, e o texto da lei precisa ser lido com atenção para a correta conformidade das empresas que optarem por contratar dentro de determinado contorno.

Vantagens geradas ao trabalhador através da Reforma Trabalhista

Em termos de vantagens, estão a valorização dos acordos trabalhistas fechados pelas categorias de trabalhadores, diminuindo ações judiciais. Também estão inseridos o reconhecimento do *home office*, que é a possibilidade de trabalhar em casa, e dos trabalhos não contínuos (intermitentes), na intenção de diminuir os trabalhos informais (SERRA, 2017).

A capacidade de firmar acordos diretos – entre empregadores e empregados – dividindo férias, ou diminuindo o tempo de folga para o almoço em troca da diminuição da carga horário ao final do dia. Essa flexibilidade, que antes só era possível informalmente, ganha respaldo da lei para ser firmada (SERRA, 2017)

Desvantagens da Reforma Trabalhista

Dentre as Desvantagens da Reforma Trabalhista a maior delas é o enfraquecimento dos sindicatos, uma vez que a contribuição sindical deixou de ser obrigatória. Com a abertura aos empregados definirem se pagarão, ou não, essa taxa (SERRA, 2017).

Outra desvantagem é implicada no pagamento dos custos do processo, em caso de derrota em ações trabalhistas. Anteriormente o empregado era isento da cobrança, independentemente da decisão do magistrado. Depois da sanção, o benefício só será possível aos que comprovem não ter condições de arcar com a cobrança. Esse ponto em questão tenderá a diminuir significativamente as ações trabalhistas (SERRA, 2017).

Outros tópicos são avaliados como desvantagens, como os acordos de rescisão contratual, a não indenização de trabalhadores autônomos em caso de relação contínua com empresa. Entretanto, o maior receio diz respeito à terceirização, que pode aumentar o número de contratos desse tipo, implicando em perda de direitos e, até mesmo, na arrecadação federal (SERRA, 2017).

Metodologia de pesquisa

Ao constituir a metodologia de pesquisa é necessária caracterizá-la, é nesse momento que se estabelece a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenômenos e se faz obrigatório enfatizar qual é a natureza e o tipo de pesquisa. Dado a natureza conceitual do entendimento que se tem e a aquele que se quer escolher por meio deste trabalho, assume-se uma natureza de pesquisa quantitativa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

O modelo quantitativo se caracteriza pelo emprego de qualificação nas modalidades de coleta de informações e no tratamento de técnicas estáticas. A pesquisa quantitativa tem como quesito a de que a realidade é constituída de fatos objetivamente mensurável. Então os dados determinam as causas dos fatos e a abordagem é experimental, com o pesquisador tendo um papel imparcial e neutro (RICHARDSON, 2008).

Conclusão

A presente pesquisa objetivou identificar as principais mudanças trabalhistas da Lei nº 13.467/17, havendo, portanto, o ponto principal de analisar as alterações da reforma trabalhista, e em seguida pesar as vantagens e desvantagens, descritas por especialistas legais, tanto para os trabalhadores quanto para os empregadores das empresas.

Bibliografia

COSTA, Belisa Souza; COSTA, Sueli de Souza; CINTRA, Cynthia Leonis Dias. **Os possíveis impactos da reforma da legislação trabalhista na saúde do trabalhador.** Revista Brasileira de Medicina do Trabalho, v. 16, n. 1, p. 109-117, 2018

EJUD. **O que muda com a reforma trabalhista?** Apostila. Escola Jurídica. Porto Velho, 2018

ESTADO DE MINAS. **Veja as principais mudanças da reforma trabalhista aprovadas pela Câmara.** (2017). Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2017/04/27/interna_politica,865439/principais-mudancas-da-reforma-trabalhista-aprovadas-pela-camara.shtml> Acesso em: 16 de outubro de 2018.

FERREIRA, Rafael Grassi Pinto. O grupo econômico e a reforma trabalhista: Existe harmonia entre o Direito Empresarial e o Direito do Trabalho?. **Revista Científica da Academia Brasileira de Direito Civil**, v. 2, n. 2, 2018.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

SERRA. Serra & Carvalho Advocacia e Consultoria. **Conheça mais sobre Vantagens e Desvantagens da Reforma Trabalhista**. (2017). Disponível em: <<http://www.serraecarvalho.com.br/blog/vantagens-e-desvantagens-da-reforma-trabalhista/>> Acesso em 16 de outubro de 2018.

A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE SWOT DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Angélica das Neves

Hugo dos Santos

Tamires Lorraine Machado dos Santos

RESUMO

O trabalho foi feito através de pesquisas e estudos baseados no tema Análise SWOT, utilizando artigos que possuía fatos sobre o tema abordado, aos quais visamos como base para o desenvolvimento do trabalho. Sendo assim, possuindo ideias e informações as quais colocamos em prática, explicando a importância da Análise SWOT dentro das organizações.

Palavras-chave: análise SWOT, empresa, ambiente interno, ambiente externo, organização.

Introdução

A análise SWOT é um instrumento utilizado para avaliar o ambiente interno e externo das organizações, que auxilia a identificação dos principais fatores que demandam atenção, identificando riscos, desta maneira a análise SWOT pode ajudar as organizações a terem segurança na tomada de decisão estratégica.

O objetivo deste trabalho é o entendimento da análise SWOT dentro de um supermercado, avaliando o cenário antes empresa aplicar a ferramenta, o processo de aplicação, e por fim descobrir o resultado, mensurando a relação da organização com as concorrentes demonstrando a importância da ferramenta.

Os objetivos específicos são avaliar o andamento da empresa, o relacionamento com os clientes, os atendimentos, antes de aplicar a análise SWOT e depois acompanhar o andamento das mudanças ao aplicar as soluções propostas pela ferramenta na organização, o objetivo é saber a maneira como foi aplicada e o resultado final.

Estratégia

A origem do termo estratégia encontram-se na teoria militar, ela tem como função de trabalhar sistematicamente dentro das organizações e visar a empresa no futuro seja ele no plano financeiro e o âmbito de suas atividades internas ou percentuais. Podemos dizer que no contexto organizacional o planejamento estratégico é usado para melhorar a produtividade e os resultados da empresa, ela tem vários significados e é um conceito que está presente em vários contextos, sendo por isso difícil a sua definição e é essencial para o ser humano, e pode ser aplicado em várias situações, tanto no âmbito laboral como no contexto pessoal (ROCHA; BORINELLI, 2007).

Neste estudo, entende-se que a empresa precisa ter um objetivo definido a ser alcançado com a intenção de direcionar a sua estratégia, por isso é necessário ter quatro definições: Visão, Missão, Valor e Objetivos.

A visão é a expectativa da empresa em longo prazo, onde a empresa pretende chegar dentro de um prazo determinado objetivo a se seguir conforme os seus valores e conhecimento, visando melhoria e domínio em sua área de atuação e prestação de serviço (BARBOSA; BRODANI, 2005).

A Missão pode ser definida como a **razão de ser de uma empresa**, o propósito pelo qual trabalham e se esforçam os seus sócios e colaboradores. A missão deve ser a carteira de identidade da organização, deve esclarecer qual o seu negócio, ser clara e objetiva (OLIVEIRA, 2007). A definição da missão é um exercício de aprendizado e auto avaliação.

Os Valores devem ser seguidos por todos dentro da organização. Por padrão devem ser seguidos e cobrados como mandamentos. Os valores são as normas da empresa, são como um roteiro que descrevem a identidade da mesma (NUNES, 2017).

Objetivo é o alvo ou ponto quantificado, com prazo de realização e metas estabelecidas, que se pretende atingir através de esforço extra (BARBOSA; BRODANI, 2005). A Missão, a Visão e o Valor e o Objetivo que devem ser usadas de forma que conquista não só os colaboradores da empresa, mas também seus clientes, tornando assim uma empresa competitiva no mercado (OLIVEIRA, 2007).

A análise SWOT

O termo SWOT é a conjunção das palavras Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunitys (oportunidades) e Threats (ameaças). Essa análise é uma maneira de entender de maneira integrada os principais elementos que caracterizam a estratégia tanto interna como externamente (SILVERA, 2001). A análise procura conectar ambiente interno e externo na intenção de impulsionar os efeitos corporativos da firma (NUNES, 2017).

Análise SWOT	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Equipe de P&D qualificada- Parcerias com Universidades- Área produtiva melhorada- Setor de logística eficiente- Setor de qualidade melhorado- Assessoria científica qualificada	<ul style="list-style-type: none">- Departamento Comercial deficiente- Instabilidade financeira- Sobrecarga de tarefas no P&D- Assistência Técnica com falta de pessoal
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- Crescimento do mercado point-of-care- Diversificação de produtos e serviços prestados- Atração de investidores para projetos tecnológicos	<ul style="list-style-type: none">- Rivals com maior potencial financeiro- Crise econômica- Dificuldade em reter colaboradores chave

Quadro 1 – Representação de uma Análise SWOT (Fonte: NUNES, 2017)

Os gestores são os mais indicados para executarem a análise SWOT. Entretanto, diversos colaboradores podem ser convidados a participar do processo estratégico, na intenção de gerar senso de pertencimento, essencial para engajar os colaboradores em direção ao objetivo maior (SILVA, 2016).

Os pontos fortes e fracos da empresa são fatores que colocam a organização em vantagem ou desvantagem em relação à concorrência. Estas avaliações dizem respeito ao ambiente interno da organização. Alguns pontos servem de guia para analisar as forças e fraquezas, como a localização, a reputação, os recursos disponíveis, a capacidade de operação entre outros (MEININGER, 2016).

Ao que se refere ao ambiente externo, a análise SWOT avalia as **oportunidades e ameaças**. Esses fatores não são controláveis e as organizações devem se atentar aos movimentos econômicos, ao mercado financeiro, às decisões políticas e movimentos sociais. Em referência ao ambiente externo são duas vertentes, o microambiente que se

refere ao setor de atuação, rivalidade e concorrência. Enquanto também há o macroambiente que se refere à uma esfera nacional/global a depender do porte da organização (SILVA, 2016).

Metodologia

Foi utilizado a documentação indireta, por ter sido usado documentos, arquivos públicos, fontes estatísticas e fontes sobre o tema escolhido.

Técnica Empregada	Características
Documentação Indireta	
Pesquisa Documental	Coleta de documentos escritos ou não. Arquivos públicos, particulares ou fontes estatísticas.
Pesquisa Bibliográfica	Abrange as fontes sobre o tema estudado, sob um novo enfoque, levando às conclusões inovadoras.
Observação Direta Extensiva	
Formulário	Obtém informações diretas do entrevistador, em contato face a face, com o roteiro de perguntas preenchido pelo pesquisador.

Quadro 2 – Coleta de dados (Adaptado de Vianello, 2013)

No trabalho desenvolvido, a pesquisa será completamente quantitativa. Nesse modelo de pesquisa, ela é totalmente imprevisível. O pesquisador deve ser imparcial e limitado. O objetivo é produzir amostras mais profundas e ilustrativas: é importante que a pesquisa seja capaz de produzir novas informações (DISLAURIES, 1991).

A pesquisa quantitativa tende a produzir com base em método dedutivo, sendo atribuídos mensuráveis da experiência humana com a tendência de salientar os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana, com a finalidade de aprender a totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno (POLIT, BECKER e HUNGLER, 2004).

Conclusão

A análise SWOT é uma ferramenta poderosa para identificar aspectos da organização e encontrar os dados para avaliar o ambiente interno e externo. Durante a análise, o

empreendedor se vê diante de algumas situações que, por vezes, pode testar a própria resiliência. Entretanto o benefício da utilização é exatamente o reconhecimento do potencial e das fragilidades da organização.

Bibliografia

BARBOSA, Emerson Rodrigues; BRODANI, Gilberto. **Planejamento estratégico organizacional**. Revista eletrônica de contabilidade, v.1, n. 2, 2005

DESLAURIERS, Jean-Pierre. **Recherche Qualitative – Guide pratique**. Montreal: McGrawHill, 1991

MEININGER, Ana Luísa. **Planejamento estratégico da clínica Dr. Kämpf**. Monografia. Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Santa Cruz do Sul, 2016

NUNES, Felipe Alexandre de Souza Félix. **A importância da análise estratégica para tomada de decisão em uma empresa de biotecnologia**. Monografia. Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ. São João del-Rei, 2017

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2007

POLIT, Denise F.; BECK, Cheryl T.; HUNGLER, Bernadette P. **Fundamentos de pesquisa em enfermagem**. 5ª ed. Porto Alegre (RS): Artmed; 2004

ROCHA, Wellington; BORINELLI, Márcio Luiz. **Análise estratégica de cadeia de valor: um estudo exploratório do segmento indústria-varejo**. Revista Contemporânea de Contabilidade, n. 7, p. 145-165, 2007

SILVA, Tayso. **O processo de planejamento estratégico como instrumento de legitimação da gestão de universidades estaduais**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2016

SILVERA, Henrique. **SWOT**. In: Inteligência Organizacional e Competitiva. Org. Kira Tarapanoff. Brasília. Ed. UnB, 2001

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO NO FACEBOOK

Aline Santos Queiroz

Isabela Cristina Furtado

Marcilene das Neves

RESUMO

Nesse trabalho pretende-se abordar os meios de privacidade no Facebook e como muitos de seus usuários não sabem sobre os termos de segurança e privacidade na rede social. E acabam sendo afetados de alguma forma tanto por hackers como o próprio Facebook, pois a rede social possui parcerias com outras empresas e acabam fornecendo os dados de seus usuários. E também como o Facebook é uma das redes sociais mais acessadas acaba sendo uma das mais vulneráveis aos criminosos virtuais. A rede social pode ser utilizada de várias maneiras, tanto como veículo de comunicação entre familiares, professores e alunos, grupos empresariais, grupos de pesquisas, entre outras várias utilidades.

Palavras-chave: *Facebook*, dados, usuários, site, rede, acesso, estudantes, universidade.

Introdução

No ano de 2004, Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, estudantes da Universidade de Harvard, com o intuito de socializar os estudantes entre si lançaram um site que dava o direito aos estudantes compartilharem as suas fotos e encontrarem novas pessoas. Deu-se o nome de Thefacebook.com se tornando extremamente popular no campus de Harvard. Após uns meses do seu lançamento, os criadores o expandiram para incluir estudantes de outras universidades – Stanford, Columbia e Yale (TEIXEIRA, 2012).

Em 2005, os estudantes em 800 redes universitárias ao longo dos Estados Unidos podiam se unir à rede, e a filiação cresceu para mais de 5 milhões de usuários ativos. Em agosto do mesmo ano, o site mudou o nome para *Facebook*. O que inicialmente era para melhorar o contato com estudantes universitários, se transformou em um meio de comunicação

para todas as pessoas, independente da classe social, etnia e faixa etária – desde que maior que 13 anos (PIMENTEL, 2014).

Este trabalho abordará o termo da privacidade, e ferramentas de segurança que podem tornar um perfil mais seguro contra acessos de terceiros. Por exemplo, o protocolo HTTPS, que faz com que o tráfego de Internet fique mais seguro, evitando a ação de hackers que capturam dados pessoais. Como o *Facebook* é uma das redes sociais mais acessadas é também uma das mais vulneráveis aos criminosos virtuais. É por tudo isso, que este trabalho pretende analisar o *Facebook* e seus meios de proteção à privacidade de seus usuários.

Referencial Teórico

História

O Facebook foi criado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, estudantes de computação em Harvard. No início seu nome original era Facemash. Zuckenberg programou o software no segundo ano dos estudos. Inicialmente o objetivo do programa era especificar quem era sexualmente atraente ou não. Havia duas fotos paralelamente na tela que permitia aos usuários escolher qual o mais atraente (KIRKPATRICK, 2010).

Zuckerberg acessou a rede de segurança de Harvard, de modo a capturar as imagens dos estudantes dos nove alojamentos, utilizando essas fotos para alimentar seu site, e tornando-se bastante popular no meio dos alunos. A medida que o site ia melhorando as utilidades o sucesso do sistema foi aumentando, uma dessas modificações permitia aos estudantes trocar a foto do perfil por imagem junto com blocos de texto distinguindo alguma posição política ou um protesto (TEIXEIRA, 2012).

Poucos dias depois de entrar no ar, diretamente esta fama fez com que o site fosse fechado rapidamente pelos executivos de Harvard, em 28 de outubro de 2003. Zuckerberg foi acusado pela instituição de quebra de segurança, violação de *copyright* e violação de privacidade, por habilitar seu site, ele usou as fotos do sistema da instituição. Veio a ser iniciado um processo de expulsão do estudante, entretanto as acusações acabaram sendo retiradas (SANTOS; SOUZA; ALENCAR, 2018).

Em 4 de fevereiro de 2004, Zuckerberg relançou sua idealização com o novo site, “The facebook”. Entretanto, apenas seis dias depois três estudantes seniores de Harvard – Divya Narendra e os gêmeos Cameron e Tyler Winklevoss. Indiciaram Zuckerberg de roubar ideias que usariam em uma rede social criada por eles, nomeada *HarvardConnection* e depois *ConnectU*. Posteriormente, os três processaram Zuckerberg com base nessas acusações, mas acabaram chegando a um acordo extrajudicial (TEIXEIRA, 2012).

Em 2005, logo após que Sean Parker o co-fundador do *Napster*, conselheiro de Mark Zuckerberg sugeriu a mudança sutil do nome *Facebook*, então foi oficialmente trocado e consiste até hoje (AGUIAR, 2016).

Percebendo que o site havia competência de crescimento, como no início somente alunos de Harvard podiam participar do sistema, então Zuckerberg resolveu derrubar essa restrição e aplicou o cadastramento em outras universidades. Com a finalidade de expandir o site, reuniu seus colegas, assim formando uma equipe fazendo com que o site englobasse em outras universidades e escolas. O design gráfico seria feito por Andrew McCollum, Hughes auxiliaria na promoção do site, Já Moskovitz seria o programador e para montar o negócio seria Saverin continuando a morar na costa leste dos EUA, fazendo com que todos os outros se mudariam para a Califórnia (KIRKPATRICK, 2010).

Os alunos do ensino secundário e trabalhadores de empresas em geral, passaram a ter acesso ao *Facebook* desde 2006, assim não era somente os estudantes universitários que podiam usufruir do uso da rede (AGUIAR, 2016). Em seguida qualquer pessoa com idade acima de 13 anos podia ter acesso ao *Facebook* fornecendo simples informações, como nome e sobrenome, e-mail, data de nascimento e gênero (AGUIAR, 2016).

O *Facebook* pode ser usado de diversas maneiras, inclusive como veículo de comunicação entre professores e alunos, familiares, grupos de pesquisa, grupos empresariais, entre outras várias utilidades. Nele as pessoas se interessam por procurar, compartilhar ou aprender sobre determinado assunto (AGUIAR, 2016).

Sendo o site se tornou o maior servidor de fotos do mundo, em 2011. O número de usuários que acessavam o *Facebook* pelo celular, chegou a ultrapassar a marca dos 350

milhões isso no final do mesmo ano. Com o seu evidente sucesso, ainda naquele ano o número dobrou, chegando a 2 bilhões de usuários cadastrados na rede (SENA, 2012).

Recentemente a Índia se tornou o país com a maior plataforma de usuários, possuindo um público ativo de 241 milhões. Já os americanos possuem um milhão a menos, sendo 240 milhões de usuários. Mas na porcentagem, ambos possuem 11% da fatia do público (STRAZZA, 2017).

No Brasil, o *Facebook* obteve a marca de 127 milhões de usuários ativos mensais no primeiro trimestre de 2018 (FOLHA, 2018). O movimento de crescimento do *Facebook* foi implacável, dos 137 países analisados, 126 já cederam ao domínio de Zuckerberg (VENTURA, 2012).

Algumas especulações existem sobre o bloqueio chinês ao site uma vez que até 2009 se tinha acesso a rede social no país. O governo bloqueou o *Facebook* e alguns meios de comunicação de outros países, pelo fato de ter acontecido um ataque étnico na província de Xinjiang. Outros depoimentos relaram que a motivação tenha sido censura (SANTANA, 2017). Apesar desse bloqueio a companhia de Mark Zuckerberg presta assessoria ao país. O *Facebook* afirma que apresenta diferentes abordagens para poder operar na China, inclusive lançando um “centro de inovação” o propósito de apoiar desenvolvedores locais (GNIPPER, 2018).

O *Facebook* também foi proibido pelo governo iraniano e Mark Zuckerberg foi intimado a depor na corte do país. Quem for pego tentando acessar a rede social será detido. Esse é considerado um ato político, entendido como um impedimento do governo à organização de adversários na internet e o contato de quem está no exterior com os seus amigos e parentes. Entretanto, por estatísticas do site, o Irã apresenta uma alta taxa de usuários no *Facebook*, membros de alto escalão da política local estão inclusos, porém a maioria utiliza nome falsos (KLEINA, 2014).

A influência do *Facebook* na eleição norte americana

Em uma polêmica recente, o *Facebook* foi acusado de interferir na eleição dos Estados Unidos da América. Isso porque uma empresa de marketing político obteve dados de dezenas de milhões de usuários coletados pelo *Facebook*, o que pôs em questão o próprio modelo de negócios da rede social (SALVATORI, 2018).

Os jornais *The New York Times* e *The Observer*, fizeram uma investigação independente, descobrindo uma empresa de dados analíticos prestando serviços para a equipe de Donald Trump nas eleições. E conseguiu o acesso aos dados de mais de 50 milhões de usuários da rede. Estes dados foram fornecidos pelo próprio *Facebook*, demonstrando o funcionamento de sua política de privacidade com seus parceiros (SALVATORI, 2018).

Criada em 2013, a empresa Cambridge Analytica é uma prestadora de serviços de análise de dados para fins comerciais ou políticos. Tendo sede em Londres, com escritórios nos Estados Unidos, Malásia e Brasil (SALVATORI, 2018). Chistopher Wylie, um ex-funcionário do *Facebook*, relatou aos jornais que o esquema se iniciou em 2014, dois anos antes da eleição americana de 2016 e três anos antes do *Brexit* (BBC, 2018).

A coleta de informações dos usuários se deu por meio de um *quiz* (jogo do *Facebook*), e obteve a identidade, localização e gostos, dos participantes. Sem saber os usuários deram permissão para coleta de dados. Não só os dados dos usuários foram coletados, mas também os dos contatos desses usuários. O *Facebook* perdeu mais de US\$50 bilhões em valor de mercado devido ao caso (SALVATORI, 2018).

Para alguns críticos bastou para afirmar que o *Facebook* não protegeu a privacidade, autorizando um aplicativo sem conhecimento da proporção do acesso dessa ferramenta em sua base de informações. Essa prática quebrou um acordo feito em 2011 com a FTC (Comissão Federal do Comércio dos EUA). Tais compromissos tratavam de garantir a confidencialidade das informações privadas, ter franqueza e honestidade com os usuários e do não compartilhamento das informações à terceiros. O fato expôs que a rede social não cumpriu nenhum desses compromissos (MARTÍ, 2018).

Segurança e privacidade

O receio com a privacidade nas redes sociais tem sido frequentemente discutido. Os usuários de redes sociais devem se atentar sobre os perigos das informações de aspecto íntimo. Segundo Hirata (2014) há uma ameaça à privacidade ao se inserir muitas informações de cunho pessoal nas redes sociais. Isso se deve à possibilidade de criar arquivos com dados sobre cada usuário, e – ainda que esses dados sejam públicos – leva-se ao debate sobre a sua utilização em fins comerciais, uma vez que ainda que se apague essas informações elas permanecem sob o controle dessa rede.

Estudo recente determinou que é provável inferir a localização e até mesmo a idade de um usuário sem que lhe tenha concedido essas informações gerando predições baseadas no perfil dos amigos, caso tenha autorizado essas informações fazendo prognósticos baseadas no perfil dos seus amigos, caso exista uma forte analogia entre eles. Após constituir a análise com vários perfis expostos é possível inferir um acerto na localização de cerca de 56%, e acerto de idade com uma diferença de 4 anos para mais ou para menos com precisão de 94%. Esse fato, sendo que os aplicativos de terceiros, de quais podem ser instalados pelos usuários do *Facebook*, mantiveram acesso a lista de amigos. Desse modo, pode-se partir dessa lista inferior informações não divulgadas pelo usuário (LABITZKE *et al.*, 2013).

Uma pesquisa recente alertou para o fato de que muitas vezes as pessoas posicionam informações nas redes sociais que são do mesmo modo a resposta que dão a perguntas de segurança utilizada para o instante em que o usuário esquece sua senha em um site (ALBESHER; ALHUSSAIN, 2013). Outro estudo, com perguntas de segurança de diversos bancos, apresentou que parte das respostas para essas perguntas – por exemplo, data de nascimento ou ano que o usuário se formou no ensino médio - podem ser achadas em redes sociais como o *Facebook* (RABKIN, 2008).

Em setembro de 2018 o *Facebook* anunciou que os dados pessoais de aproximadamente 50 milhões de usuários foram vazados através de uma falha na segurança da plataforma. Segundo o *Facebook* as investigações estavam em seus estágios iniciais, porém sabia que os invasores descobriram uma vulnerabilidade em seu código que afetou o “*View As*”, um recurso possibilita os usuários a verem como seu perfil aparece para outra pessoa. Isso permitiu que eles roubassem *tokens* de acesso a rede social, com isso a possibilidade de apropriar-se das contas dos usuários (ROSEN, 2018).

Para que os usuários não precisem redigitar sua senha sempre que usam a rede social, o *Facebook* possui os *tokens* de acesso, que são o equivalente a chaves digitais que mantêm os usuários conectados ao aplicativo. O *Facebook* desativou provisoriamente o recurso “Visualizar como” tendo sido realizada uma análise de segurança completa. Devido a esse ataque descobriu a interação complexa de várias falhas em seu código. Ela apareceu após uma mudança que foi feita em seu recurso de upload de vídeo em julho de 2017, que impactou o recurso “Visualizar como” (ROSEN, 2018).

O *Facebook* precisa indicar se essas contas tiveram uma má utilização ou se houve qualquer informação acessada, pois se iniciou as investigações há pouco tempo. Ainda não sabe quem comandou os ataques ou quais são seus fundamentos. A empresa trabalha para compreender melhor essas particularidades. Além do mais, se o *Facebook* encontrar outras contas afetadas será feita a redefinição dos *tokens* de acesso imediatamente. Por esse motivo, o *Facebook* tomou medidas para proteger essas contas e para comunicar os usuários sobre o que aconteceu (ROSEN,2018).

Metodologia

No capítulo de metodologia destinada a uma pesquisa científica, é preciso caracterizar a natureza do trabalho, elucidando as opções de métodos para definição dos dados e fenômenos (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Segundo Creswell (2010), a pesquisa mista é uma pesquisa de melhor aperfeiçoamento, contudo requer um limite maior de tempo em sua realização. Os métodos mistos ocorreram junto com a evolução e a percepção da legitimidade da pesquisa qualitativa e quantitativa nas ciências humanas e sociais. De outro modo, essas técnicas têm como resposta a necessidade de explicar o propósito de unir tanto os dados qualitativos quanto os quantitativos ao um único estudo.

Segundo (MISUNAGA; SILVA, 2016), para que seja possível integrar os dados coletados de maneira adequada na realização da pesquisa, torna-se necessária a familiarização do pesquisador com as naturezas qualitativa e quantitativa de pesquisa.

Pesquisa Qualitativa

Na pesquisa qualitativa é possível afirmar que o fenômeno estudado é abordado de maneira subjetiva, ou seja, é analisado a partir do ponto de vista do pesquisador, assim como outros elementos que compõem os dados de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016). Segundo Demo (2000), essa natureza busca depoimentos para transformar em dados os elementos significantes para a pesquisa. Nesse caso, evidencia-se que a pesquisa qualitativa não lida apenas com os dados óbvios, do mesmo modo procura buscar as informações complexas e não revelados de uma realidade.

Pesquisa Quantitativa

Nota-se que a qualidade dos estudos quantitativos é definida pela mistura das técnicas e relação utilizadas por meio de nível de preparação e fundamentação teórica ao estudo das hipóteses, e dessa maneira alcançar melhor conhecimento e desempenho de vários fatores e fundamentos que influem em relação a determinado fato (RICHARDSON, 2008).

O método quantitativo se define pela utilização da quantificação nas modalidades de coletas de dados e análise das informações através de técnicas estatísticas. Pode-se observar então que a pesquisa quantitativa se baseia quantificação de informações com a finalidade entender-se esse fenômeno (RICHARDSON, 2008).

Com a análise estatística, para experimentar uma teoria são garantidas medidas ou observações e desta forma avaliar a sua validade e confiabilidade a fim de fazer alegações de conhecimentos e resultar em interpretações significativas dos dados (CRESWELL, 2010).

Coleta de Dados

A coleta de dados é a etapa do método de pesquisa, cujo propósito é alcançar informações da realidade. Nessa fase, determina onde e como será efetuada a pesquisa, a população (universo da pesquisa), o tipo de pesquisa, a apresentação, as ferramentas de coleta de dados e o método como pretende-se tabular e analisar seus dados. É a etapa da pesquisa na qual se reúne dados por meio das técnicas específicas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Na coleta de informações, o leitor deve ser comunicado em relação a como pesquisador deseja obter os dados das quais precisa para responder ao problema. Não se deve relacionar os objetivos em um meio a fim de alcançá-los, do mesmo modo que o justifica a adequação aos outros. O intuito de um trabalho científico é a sistematização metódica e concreta informações fragmentadas, após a identificação de suas relações e sequências repetitivas, com a intenção de descobrir soluções em determinada questão-problema (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Esse trabalho obteve-se como método de coleta, a pesquisa documental que são os arquivos públicos, tendo em questão o viés das pesquisadoras em determinar quais

elementos serão considerados para conceber o construto teórico para o entendimento da relação entre utilização, privacidade e segurança na plataforma. Após essa etapa pretende-se realizar uma pesquisa de campo que consiste na observação de fatos e fenômenos tal ocorrem, as pesquisas de campo subdividem-se em quantitativo-descritivas, exploratórias e experimentais. Esse trabalho preferiu colher de forma quantitativo-descritivas, pois usam artifícios quantitativos para coleta sistemática de dados sobre populações, programas ou amostras – podem usar entrevistas, questionários, formulários e outros. E também aplicaria questionários para colher as informações – série ordenada de perguntas, respondidas por escrito, sem a presença do pesquisador. Pode ser constituído: segundo a forma – perguntas de múltipla escolha; segundo o objetivo – perguntas de fato e perguntas de opinião (VIANELLO,2013).

Bibliografia

ALBESHER, Abdulmohsen; ALHUSSAIN, Thamer. **Privacy and security issues in social networks: An evaluation of Facebook**. Proceedings of the 2013 International Conference on Information Systems and Design of Communication, ISDOC '13, p. 7-10, New York, NY, USA, 2013

AGUIAR, Adriana. **Facebook: Tudo sobre a rede social mais usada do mundo** (2016). Disponível em <<https://marketingdeconteudo.com/facebook/>> Acesso em 23 de outubro de 2018.

BBC. **Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira das autoridades**. (2018). Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>> Acesso em 30 de outubro de 2018

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil**. (2018). Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook->

chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml> Acesso em 29 de outubro de 2018.

GNIPPER, Patrícia. **Mesmo proibido na China, Facebook abre uma subsidiária no país.** (2018). Disponível em <<https://canaltech.com.br/mercado/mesmo-proibido-na-china-facebook-abre-uma-subsidiaria-no-pais-118722/>> Acesso em 06 de novembro de 2018.

HIRATA, Alessandro. **O Facebook e o direito à privacidade.** Revista de Informações Legislativas, v. 51, n. 201, jan/mar 2014

KLEINA, Nilton. **Censura: Irã e Iraque proíbem uso do Facebook no país.** (2014). Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/facebook/57920-censura-iraque-proibem-uso-facebook-pais.htm>> Acesso em 07 de novembro de 2018.

KIRKPATRICK, David. **O Efeito Facebook – Os bastidores da história da empresa que está conectando o mundo.** Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2010

LABITZKE, Sebastian; WERLING, Florian; MITTAG, Jens; HARSTENSTEIN, Hannes. **Do online social network friends still threaten my privacy?** Proceedings of the Third ACM Conference on Data and Application Security and Privacy, CODASPY '13, p. 13-24, New York, NY, USA, 2013

MARTÌ, Silas. **Entenda o escândalo do uso de dados do Facebook.** (2018). Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/03/entenda-o-escandalo-do-uso-de-dados-do-facebook.shtml>> Acesso em 06 de novembro de 2018.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PIMENTEL, Renato Lira. **Um estudo sobre hibridização e agrupamento de gêneros no Facebook.** Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Recife, 2014

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

RABKIN, Ariel. **Personal knowledge questions for fallback authentication: security questions in the era of Facebook**. Proceedings of the 4th Symposium on Usable Privacy and Security, SOUPS 2008, Pittsburgh, Pennsylvania, USA, July 23-25, 2008

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

ROSEN, Guy. **Security Update**. (2018). Disponível em <<https://newsroom.fb.com/news/2018/09/security-update/>> Acesso em 19 de novembro de 2018.

SALVATORI, Ale. **A atual polêmica sobre o Facebook e a privacidade dos usuários**. (2018) Disponível em <<https://blogdoiphone.com/2018/03/a-atual-polemica-sobre-o-facebook-e-a-privacidade-dos-usuarios/>> Acesso em 30 de outubro de 2018.

SANTANA, Theo. **Por que o Facebook é bloqueado na China?** (2017). Disponível em <<http://www.destinochina.com/por-que-o-facebook-e-bloqueado-na-china/>> Acesso em 30 de outubro de 2018.

SANTOS, Jerônimo Neto Silva; SOUZA, Fábila Maria de; ALENCAR, Anna Thalya Rainha de. **Segurança na Internet: Privacidade nas redes sociais**. E-gov. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2018

SENA, Fabricio Roberto. **Evolução da tecnologia móvel celular e o impacto nos resíduos eletrodomésticos**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2012

TEIXEIRA, Carlos Alberto. **A Origem do Facebook**. (2012). Disponível em <<https://oglobo.globo.com/economia/a-origem-do-facebook-4934191>> Acesso em 23 de outubro de 2018

VENTURA, Felipe. **Quais países ainda resistem bravamente ao Facebook?** (2012). Disponível em <<https://gizmodo.uol.com.br/quais-paises-ainda-resistem-bravamente-ao-facebook/>> Acesso em 30 de outubro de 2018.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

AVANÇO DA TECNOLOGIA NA COMUNICAÇÃO

Cristina Elizabethe de Assis

Cláudia Batista

Clemilda Maria de Oliveira Germano

RESUMO

Esse trabalho se dedica a estudar o avanço da tecnologia na comunicação como o aplicativo se tornou popular no nosso dia a dia, com sua praticidade e agilidade no seu uso.

Palavras-chave: Avanço na tecnologia na comunicação, whatsapp, tiques azuis, áudio, imagem.

Introdução

Esse trabalho se dedica a estudar o avanço da tecnologia na comunicação, trata-se de um tema considerável relevância nos dias atuais, onde podemos perceber tamanho avanço, praticidade na comunicação.

O avanço da tecnologia na comunicação traz meios de se comunicar por meio de aplicativos de redes sociais, como o Instagram, Skype, Messenger e o Whatsapp. Isso demonstra a facilidade de comunicação em épocas atuais, pois antes era só por meio de cartas, telefones fixos e, além disso, a demora para chegar à residência.

Após o exposto encontra-se a necessidade de buscar qual o tamanho da influência real no cotidiano das pessoas com o uso do aplicativo do Whatsapp, qual a praticidade do uso no trabalho, suas vantagens e desvantagens e o uso entre comunicação entre amigos, e como os usuários se comportam quanto ao uso no contexto da Escola Estadual Antônio Pereira.

Entre as etapas desse projeto tem-se como objetivo fazer uma revisão sobre o uso do aplicativo do Whatsapp e suas funcionalidades. Quais são as vantagens e desvantagens do uso. Quando e quem lançou essa tecnologia, quais os prós e contra quanto ao uso.

Assim mostra-se cada vez mais importantes estudos como esses, trazendo esclarecimentos para a praticidade da comunicação entre as pessoas. Elucidando onde o uso dessa tecnologia vem avançando cada vez mais e esclarecendo o que usuários percebem quando identificam que podem se comunicar onde quiser.

Referencial Teórico

Criado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum, ex-funcionários do Yahoo! e, o Whatsapp é um aplicativo de mensagens pelo smartphone. O nome é uma brincadeira com a expressão “*What’s up*”, que significa “E aí?”. As prioridades de seus desenvolvedores da tecnologia era que o aplicativo fosse útil com o objetivo de não ter anúncios. O WhatsApp é um programa que permite ao usuário estar conectado e reúne diversas funções, possibilitando a interação, em tempo real com os contatos da agenda de telefones do smartphone que também possuam o aplicativo (QUEIROZ *et al.*,2017).

A rede social trouxe funcionalidades apresentando novidades e facilidades de interação, onde uma delas é não precisar ter solicitação aprovada para iniciar troca de mensagens com outro usuário, isso possibilita o compartilhamento de informações e contatos, vídeos, áudios, músicas; oferece ligações de voz e vídeos chamadas; total mobilidade e rapidez no envio das mensagens de texto e voz, sem cobranças de taxas adicionais de qualquer país do planeta; possibilidade de criar grupos e enviar informação para várias pessoas, compartilhamento de localização e mapas; recebimento de mensagens *off-line*; *backup* de conversas; gera mensagens para múltiplos contatos de uma só vez; entre outras funções. Com tantas qualidades, o aplicativo ganhou força e cresceu muito rápido em diversos países, inclusive, os de difícil acesso tecnológico e os poucos desenvolvidos (QUEIROZ *et al.*,2017).

Um dos recursos do WhatsApp são os “tiques azuis” (Imagem 1), retrata os dilemas modernos que a incompreensão do tique duplo do WhatsApp gera. Quando o usuário vê o “duplo tique” na mensagem, mas não recebe a resposta, sente-se ignorado, frustrado e impaciente, pois acredita que a mensagem realmente foi lida. Contudo, quando “um tique” aparece, significa que a mensagem foi entregue ao servidor e o “duplo tique”, quando a mensagem foi entregue ao telefone da pessoa com que se conversa. O “duplo tique”, portanto, não indica que a mensagem foi lida, somente que foi entregue, já que

para mensagens de grupo, apenas uma marca de tique é vista, indicando que a mensagem foi entregue com sucesso ao servidor (REIS, 2013).

Imagem 1. Recurso do WhatsApp (Fonte: REIS, 2013)

Outros recursos que provocam discórdia entre alguns usuários são o *status “online”* e “visto pela última vez” (Imagem 2). Estas funções informam se o contato está com o programa aberto e o horário em que ele se desconectou pela última vez, não significando – necessariamente – que o interlocutor leu a mensagem enviada (REIS, 2013).

Uma outra característica, essa importada das *Short Message Services* (SMS) são os *emojis*, pequenas imagens caricatas que expressam sorrisos, choros, entre outros sentimentos (Imagem 3). Este conteúdo foi criado em 1995, voltado especificamente para o público japonês, mas popularizado após a inserção dos ícones nos sistemas operacionais móveis da Apple em 2011 (REIS, 2013).

Imagem 2. Recursos de visualização do WhatsApp (Fonte: REIS, 2013)

Imagem 3. Figuras do WhatsApp (Fonte: REIS, 2013)

O aplicativo não contém nenhum botão de *logout*, não sendo possível desliga-lo. Alguns problemas de comunicação recentes, são provocados exatamente pelos momentos off-line dos usuários, quando estes podem estar ocupados para trocarem mensagens, sem acesso à internet ou com o celular desligado (GERGEN, 2002).

Os meios de comunicação mais recentes, baseados em tecnologia, ignoram barreiras como a distância e o tempo, o que permite ter conhecimento de diversos acontecimentos simultaneamente, proporcionando conversas em tempo real, diminuindo o tempo de resposta (CASTELLS, 2009).

O WhatsApp alcançou 1 bilhão de usuários em fevereiro de 2016. No Brasil, o aplicativo já bateu a marca de 120 milhões de usuários. É o país campeão da América Latina e o segundo do mundo, perdendo apenas para a África do Sul. Hoje, a mídia é mais que um aplicativo de troca de mensagens instantânea, podendo ser aceito inclusive como prova documental pelo judiciário (QUEIROZ *et al.*, 2017).

O Facebook comprou o aplicativo em fevereiro de 2014 por US\$ 19 bilhões. Esse valor é maior que o orçamento anual da NASA, que é de US\$ 17 bilhões. Desde janeiro de 2017, o aplicativo não cobra mais sua taxa anual de US\$ 1. Um usuário gasta em média 195 minutos por semana utilizando o WhatsApp. O WhatsApp é responsável por cerca de 27% das *selfies* compartilhadas em redes sociais (QUEIROZ *et al.*, 2017).

O crescimento do número de usuários fez com que a sua utilização aumentasse no ambiente de trabalho. Isso modificou alguns canais oficiais de comunicação, substituindo

o *mailmarketin* e algumas ferramentas de comunicação interna nas organizações (QUEIROZ *et al.*, 2017).

Na comunicação extraoficial, o WhatsApp tornou-se a nova digitalização e as conversas que aconteciam na hora do cafezinho, agora podem ser trocadas em qualquer lugar e a qualquer hora de forma discreta, passando a sensação de segurança para os usuários, principalmente pela maioria, usarem dispositivos móveis pessoais (CARRAMENNA; CAPPELANO; MANSI, 2015).

A exposição de opiniões se tornou mais frequente e mais evidente, uma vez que os grupos de conversa passaram a oferecer visibilidade, de acordo com as afinidades de cada um dos participantes (QUEIROZ *et al.*, 2017).

Entretanto a utilização excessiva no ambiente de trabalho tem provocado cada vez mais problemas entre funcionários e empregadores. Cerca de dez mil trabalhadores perderam o emprego em 2016, motivados pelo mau uso do aplicativo, apenas no estado brasileiro do Espírito Santo (QUEIROZ *et al.*, 2017).

Cerca de 5% das demissões foram motivadas por uso do programa para reclamar ou fazer piadas da empresa, chefes ou colegas de trabalho. Uma boa parte dos desligamentos são comunicadas sem que o funcionário tenha a ciência da motivação, o que por vezes surpreende o empregado. Esse tipo de mensagem pode provocar demissão por justa causa (QUEIROZ *et al.*, 2017).

O WhatsApp é uma realidade se transformando em uma ferramenta de comunicação, tanto para uso profissional ou pessoal. A exigência, entretanto, requer máximo cuidado por haver situações em que ele tem contribuído negativamente para a imagem do profissional. A quebra de confiança provocada por uma mensagem mal interpretada pode fazer com que o empregador não queira mais trabalhar com aquele funcionário (QUEIROZ *et al.*, 2017).

O trabalho de Queiroz e colaboradores (2017), com trabalhadores entre 18 e 65 anos, identificou que quase 100% dos entrevistados usavam o WhatsApp, com 58,7% deste público formado por mulheres, 55,3% trabalhavam em empresas privadas, 27,2% em empresas públicas, 5,4% do terceiro setor e 12,1% outros segmentos.

Imagem 4. Ilustração do uso do WhatsApp no horário trabalho (Fonte: QUEIROZ *et al.*,2017)

Imagem 5. Ilustração do uso do WhatsApp por dia (Fonte: QUEIROZ *et al.*,2017)

Imagem 6. Ilustração de que forma e o uso do WhatsApp (Fonte: QUEIROZ *ET AL.*,2017).

A pesquisa de Queiroz *et al.* (2017) abre precedentes para entender o uso do aplicativo na vida profissional, o que levanta algumas motivações para entender outros reflexos, como a relação entre líder-equipe e algumas posturas dos funcionários em relação à empresa. Outras motivações podem surgir, principalmente em como a utilização do

aplicativo reflete na comunicação entre membros de uma mesma família e como essas relações são afetadas.

Uma motivação que surge para esse trabalho é entender as mudanças na comunicação entre alunos, professores e funcionários em uma escola estadual de Minas Gerais. É preciso entender o que muda no relacionamento e nas motivações entre todos os envolvidos.

Metodologia

No capítulo de metodologia destinada à essa pesquisa é preciso caracterizar a natureza do trabalho estudando as opções de métodos para definição de dados e fenômenos e se faz enfatizar qual é o tipo de pesquisa apropriado para realizar o estudo. A caracterização auxilia a elencar as possibilidades de coleta, tratamento e análise de dados (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Pesquisa Quantitativa

A pesquisa quantitativa é quando se caracteriza pela coleta de informações por meios de técnicas estatísticas e se baseia na quantificação de dados para o estudo do fenômeno (RICHARDSON, 1989). Essa natureza tem como pressuposto básica de que a realidade constituída de fatos objetivamente mensuráveis com o objetivo de determinar as causas dos fatos com abordagem experimental e com o pesquisador imparcial e neutro (FIRESTONE, 1987).

Coleta de Dados

Este trabalho, cujo objetivo é obter informações da realidade, com o uso de pesquisas de fontes bibliográficas acessando artigos onde demonstra o uso do aplicativo entre usuários tanto pessoal ao profissional. A pesquisa de campo quantitativa descritiva torna-se necessária, utilizando questionário de opiniões sobre o uso do aplicativo WhatsApp. Serão realizados 400 questionários com perguntas fechadas, de múltiplas escolhas, com intuito de determinar os níveis de utilização do WhatsApp. Estes questionários terão como público jovens entre 18 e 25 anos, alunos da Escola Estadual Antônio Pereira. Ao término dos questionários serão analisadas de maneira quantitativa, por meio de regressão linear, para esclarecer os pontos de interesse das pesquisadoras.

Pretende-se mensurar quanto os jovens utilizam o aplicativo para se comunicar entre amigos e familiares, demonstrando a praticidade quanto ao uso, principalmente o manuseio das ferramentas, como o uso do áudio e ligações – de áudio e vídeo.

Conclusão

Com esse trabalho percebe-se como a comunicação entre as pessoas é fundamental, entendendo algumas facilidades que o aplicativo proporciona, como uma comunicação rápida e eficaz. A velocidade da informação e a troca praticamente instantânea entre os arquivos multimídias compartilhados, provocam uma facilidade em termos de ficarem gravados no celular do usuário para visualização posterior.

Uma das desvantagens do aplicativo é motivado por uma troca de aparelho ou exclusão, com o usuário perdendo todo o histórico de mensagens caso não tenha efetivado o *backup*.

Por mais eficiente que seja o aplicativo não é possível não deixar de comentar quanto ao uso, que de forma exagerada tende a substituir o contato efetivo entre amigos e familiares.

Bibliografias:

CARRAMENNA, Bruno; CAPELLANO, Thatiana; MANSI, Viviane. **Pesquisa: WhatsApp, Trabalho e Comunicação**, 2015

CASTELLS, Manuel. **Communication power**. New York: Oxford University Press, 2009

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research**. Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

GERGEN, Kenneth J. 14 The challenge of absent presence. **Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance**, p. 227, 2002

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

QUEIROZ, Sabrina Medeiros Wanderley de; SANTOS, Givvysson Rodrigues dos; SILVA, Juliano Mendonça Domingues. **O impacto do aplicativo WhatsApp**

Messenger nas relações de trabalho e os reflexos na comunicação interna das empresas. 40º Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação – Curitiba, 2017

REIS, Bruna Sthefany Souza dos. **“Você tem WhatsApp?” – Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília.** Monografia. Universidade de Brasília – UnB. Brasília, 2013

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social:** métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.

TECNOLOGIA NA INIAÇÃO PRECOCE AO ESPORTE

Danilo da Silva Santos

Juscimara Tiago Ferreira

RESUMO

De acordo com estudos relacionados ao desenvolvimento esportivo e sócio cognitivo de atletas constata-se que não é viável a introdução de regras oficiais e esportes especializados a praticantes em idade infantil de 06 a 11 anos de idade, pelo fato de sua coordenação motora não estar adaptada para corresponder às expectativas. Por outro lado, em pesquisas anteriores foi demonstrado que a iniciação precoce à esportes especializados, principalmente os que focam em trabalho em equipe, promovem um maior desenvolvimento da coordenação, disciplina e percepção dos submetidos.

Palavras-chave: Iniciação. Precoce. Tecnologia. Cognitivo. Assistida

Introdução

Tema

Este trabalho se propõe a estudar e investigar os efeitos da influência tecnológica na iniciação precoce de crianças e adolescentes no sentido de compreender a funcionalidade da iniciação esportiva e os seus produtos quando assistida ou não de tecnologias esportivas apropriadas ao desenvolvimento dos submetidos aos treinamentos.

Objetivo

Salientar que a aplicação de regras em esportes especializados traz benefícios aos submetidos ainda que em fase infantil. Fase está dita como iniciação precoce ao esporte. Pretende-se com a elaboração deste projeto de pesquisa colocar em foco a necessidade do uso de tecnologias para auxiliar na correta iniciação dos atletas.

Objetivo específico

Em consequência da finalidade deste projeto de pesquisa, deve-se proceder uma apuração física e sócio cognitiva de um grupo de jovens em fase de introdução inicial esportiva a fim de coletar dados antes que este grupo passe por um período pré-determinado de treinamentos previamente elaborados segundo o esporte de desejo de cada um.

Após a realização do treinamento supracitado deverá ocorrer novamente a coleta de dados para análise de desenvolvimento que se dará por profissionais especialistas.

Em segundo momento o mesmo grupo de atletas passará por uma nova apuração física e sócio cognitiva, sendo que neste momento será introduzida tecnologia esportiva com pretensão de definir o esporte ideal para cada atleta por meio dos dados iniciais coletados, e será implantado um treinamento específico assistido de tecnologias para aprimorar seu desenvolvimento.

Após o treinamento assistido de tecnologia, deverá haver uma nova coleta de dados para avaliação por meio de tecnologia adequada e por profissionais especializados.

Por fim deve haver comparação entre os dados coletados para que se chegue a um veredito sobre a influência da tecnologia no desenvolvimento esportivo e sócio cognitivos dos submetidos.

Justificativa

A criação deste projeto de pesquisa justifica-se como adição à ciência, por ter como finalidade demonstrar que a iniciação precoce pode ser implantada sem prejudicar física, social e cognitivamente o atleta ainda que em fase infantil e afirmar por meio de dados científicos que a utilização de tecnologias esportivas designadas a aprimorar a compreensão de regras e lógicas destinadas à prática de cada esporte, assim como ao desenvolvimento dos atletas, em segundo momento evidenciar a tecnologia como ferramenta para alcançar melhores desempenhos tanto atléticos quanto sócio cognitivos.

Referencial Teórico

Positivo

A iniciação esportiva precoce pode contribuir positivamente para o desenvolvimento de qualquer faixa etária “se bem orientada e adequada ao biótipo de cada criança, respeitando e incentivando o desporto e a aquisição de habilidades motoras e destrezas específicas e globais, realizadas através de formas básicas de movimentos e de jogos pré-desportivos” (ALMEIDA, 2005).

Negativo

De acordo com Marques (apud BRASIL, 2005) “a especialização esportiva caracteriza-se por cargas de treinos muito intensos, que promovem rápida evolução da prestação desportiva nas fases iniciais, mas que levam a um esgotamento prematuro da capacidade de rendimento, promovendo aquilo que se designa por barreiras de desenvolvimento”.

As consequências destas ações direcionam o jovem à: (i) formação escolar deficiente, devido à grande exigência em acompanhar com êxito a carreira esportiva; (ii) a unilateralização de um desenvolvimento que deveria ser plural, e (iii) reduzida participação em atividades, brincadeiras e jogos do mundo infantil, indispensáveis para o desenvolvimento da personalidade na infância; (iv) estresse de competição, que se caracteriza por um sentimento de medo e insegurança, causado principalmente por conflitos oriundos de uma prática excessivamente competitiva, o que leva a criança a ter medo de errar, sentindo-se insegura e com a autoestima ameaçada; (v) saturação esportiva, que se manifesta quando a criança apresenta sinais de desânimo e desinteresse em continuar a prática do esporte, provocado pelo excesso e vontade de querer abandoná-lo; e (vi) lesões, que advêm, principalmente, pela prática em excesso e inadequada para a faixa etária (KUNZ, 1994).

Posição epistemológica

Partindo do princípio de que a introdução de esportes especializados a crianças em determinada faixa etária é considerada como estímulo precoce, e entendendo iniciação precoce, como define Kunz (1994), por processo de induzir crianças, antes da fase pubertária, à treinamentos planejados e organizados com o objetivo de aumentar

gradualmente o rendimento, periodizado por macrociclos e efetivados por microciclos semanais com, pelo menos, três sessões de treinos. Além da participação periódica em competições esportivas.

Essa evidente gama de discursões se deve a existência de inúmeros profissionais, tais como professores de educação física, médicos, pesquisadores, dentre outros, que defendem a ideia de que a iniciação precoce é prejudicial.

Em contrapartida levantam-se cada vez mais evidências e opiniões contrárias a essa visão negativa sobre a iniciação precoce, como as pesquisas de Stefanello *et al.* (2018) voltadas para o Tênis, Boehl *et al.* (2018) voltadas para o Judô, Nunomura *et al.* (2010) voltadas para a Ginástica Artística, entre outras.

Partindo da premissa que, se utilizadas de forma reversiva, as conclusões extraídas por estudiosos da área, tais informações podem ser usadas para adequar as atividades a fim de descobrir a verdadeira inclinação esportiva da criança e utilizar essas prerrogativas para lapidar a forma com que se promove esta iniciação para que, mesmo com todo cuidado e critério que se deve ter com essa tarefa, possa se fazer com que os efeitos de tais atividades sejam benéficos as crianças, proporcionando um desenvolvimento sócio cognitivo, emocional e físico que seja benéfico à mesma.

Para alcançar tais resultados faz-se condizente o uso de tecnologias em prol de um melhor desenvolvimento e desempenho, sem que haja danos ao atleta ou a criança. Dentre as tecnologias de auxílio possíveis podemos citar as que implementam melhorias e inovação em (i) Calçados e roupas especiais (ii) Material esportivo (iii) Vestimenta de acompanhamento (iv) Análise de desempenho, quantificação de dados (v) Tecnologia no esporte através de aplicativos (OKAZAKI *et al.*, 2012). Sendo os três primeiros itens aparatos para proporcionar a criança um maior conforto e suporte as suas necessidades específicas, evitando assim lesões e fazendo com que a criança obtenha satisfação ao desenvolver aquela atividade, já que com o uso de material destinado a atletas adultos a criança não alcançaria resultados satisfatórios a ela nem a seus mentores.

Metodologia

Abordagens da pesquisa

Comprovar por meio de pesquisa e comparação de dados qual a real influência do conhecimento ainda na infância de regras específicas e esportes especializados. Para isso faz-se necessário o uso de tecnologias que possam medir calcular e prever o rendimento físico dos submetidos, auxiliando na preparação do atleta e na adaptação a rotinas esportivas tanto físicas quanto cognitivas.

Os sujeitos da pesquisa

O questionário deve ser introduzido atletas iniciantes em modalidades desportivas que contemplem não somente aptidão física, mas também a compreensão e lógica estratégica embasadas em regras pré-definidas.

Os instrumentos da pesquisa

Este trabalho propõe uma pesquisa de campo de caráter experimental que consiste em observar a ocorrência de fatos e fenômenos, objetivando testar hipóteses relacionando agentes e resultantes utilizando-se de um grupo controle, para amostragem de probabilidades e definição de variáveis (VIANELLO, 2013).

Para a coleta dos dados intenciona-se o uso de pesquisas qualitativas (WAINER, 2007). Por meio de questionário, a ser realizado em datas pré e pós-períodos de treinamento em local e com pessoas selecionadas a fim de observar o resultado dos treinamentos assistidos e dos treinamentos não assistidos de tecnologia voltada ao desenvolvimento particular de cada atleta.

O questionário deverá conter 6 (seis) questões fechadas e 4 (quatro) questões abertas. As questões devem analisar as observações pessoais dos atletas sobre seu rendimento com ou sem o apoio de tecnologia.

Em uma segunda etapa deve ser feita a tabulação de dados gráficos, de forma a apresentar numericamente as mudanças obtidas com a implantação de tecnologia nos treinos e no desenvolvimento sócio cognitivo dos submetidos.

Conclusão

Por intermédio deste projeto de pesquisa deseja-se trazer à tona evidências de que, mesmo em fase inicial infanto-juvenil, a iniciação destes indivíduos é benéfica, quando assistida de tecnologia e acompanhamento apropriados à cada faixa etária. A fim de obter resultados consideráveis no quesito físico esportivo, mesmo que surja paralelamente o despertar de uma mentalidade competitiva nos sujeitos nesta forma de iniciação, isso pode trazer benefícios ao atleta, pois descortina as habilidades e revela predisposição do indivíduo para a área desportiva.

Academicamente, a posição deste trabalho antagoniza-se com linhas de raciocínio onde o atleta atuante em modalidades esportivas com alta carga de exigência física não desenvolve um raciocínio lógico, tão pouco coordenação motora que não a voltada para aquela atividade. Já a assistência tecnológica, somada ao acompanhamento especializado para cada atleta, torna possível e acertada a situação em que, após implementação de todo o processo descrito por este trabalho, leva o indivíduo a atuar em sua zona de conforto.

Isso implica que o indivíduo terá consciência de seu potencial, podendo se desenvolver e alcançar níveis, no mínimo medianos, em relação às competições amadoras. Com o treinamento contínuo, somado aos possíveis apoios e questões externas, a que não se refere este projeto de pesquisa, é perfeitamente esperado que este indivíduo possa adentrar o esporte profissional.

Contudo, com uma mentalidade objetiva e ciente de suas reais possibilidades o atleta dispõem de um maior aproveitamento intelectual do esporte, desenvolvendo-se sócio cognitivamente, já que a iniciação precoce do indivíduo passa a ser feita de forma a auxiliá-lo em seu desenvolvimento pessoal de acordo com suas predisposições.

Bibliografia

BRASIL, Antônio Natalino. **Proposta metodológica para a formação do jovem guarda-redes de futebol**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 10, n. 69, fev. 2005

BOEHL, Walter Reyes; GONDIM, Denis Foster; LIMA, Leonardo da Silva. **Judo infantil: ¿existe uma edad ideal para empezar a competir?** Lecturas: Educación Física Y Deportes, 23(241), 54-66, 2018

KUNZ, Elenor. **Transformação didático-pedagógica do esporte**. Ituí: Unijuí, 1994

NUNOMURA, Myrian; CARRARA, Paulo Daniel Sabino; TSUKAMOTO, Mariana Harumi Cruz. **Ginástica artística e especialização precoce: cedo demais para especializar, tarde demais para ser campeão!** Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, Porto Alegre, v. 24, n. 3, p. 305-14, 2010

OKAZAKI, Victor Hugo Alves; DASCAL, Juliana Bayeux; OKAZAKI, Fábio Heitor Alves; TEIXEIRA, Luis Augusto. **Ciência e tecnologia aplicada à melhoria do desempenho esportivo**. Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte, v. 11, n. 1, p. 143-157, 2012

STEFANELLO, Joice Mara Facco; FIGUEIREDO, Eduardo Carlos; BERBETZ, Sabrina Rebeca; PAES, Mayara Juliana. **Percepção de competência pessoal de tenistas**. *Revista de psicología del deporte*, v. 27, N. 4, p. 45-50, 2018

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

WAINER, Jacques. **Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a ciência computação**. In: Tomasz Kowaltowski; Karin Breitman. (Org.). *Atualização em informática 2007*: Sociedade Brasileira de Computação e Editora PUCRio, 2007

ERGONOMIA

Deivit Junior de Araújo

Hélen Márcia Boaventura de Carvalho

Renata Ranielle da Silva Inocência

RESUMO

Conhecida como o estudo científico da relação entre o homem e seus ambientes de trabalho e estudo, a ergonomia tem alguns objetivos básicos que são: Possibilitar o conforto ao indivíduo e proporcionar a prevenção de acidentes e do aparecimento de patologias específicas para determinado tipo de atividade.

Palavras-chave: Ergonomia, Saúde, Escola, Postura e Qualidade de Vida.

Introdução

Esse trabalho se dedica a estudar a ergonomia, assunto considerado de grande relevância nos dias atuais. O termo ergonomia é originário do grego *ergon* (trabalho) + *nomos* (regras), e foi utilizado pela primeira vez pelo cientista e biólogo polonês Wojciech Jastrzebowski em 1857 em um artigo com o título “Ensaio de ergonomia ou ciência do trabalho, baseada nas leis objetivas da ciência da natureza” (MARELLI, 2018).

A partir da utilização do termo no trabalho de Jastrzebowski, o médico italiano Bernardino Ramazzini se manifestou por meio de estudos a respeito da ergonomia e lesões relacionadas ao trabalho. No ano de 1990, o pesquisador Frank Bunker Gilbreth e sua esposa Lilian desenvolveram o “Estudos de tempo e movimentos”, visando a evolução da ergonomia do trabalho, com a Segunda Guerra Mundial, veio a preocupação do tempo que os soldados ficariam em aviões, o que também causou uma mobilização a respeito. O termo ergonomia foi então incluído no vocabulário inglês em meados dos anos 50, onde fundou-se em Oxford a Associação Internacional de Ergonomia (IEA - *International Ergonomics Association*), e em 1961, na Suécia ocorreu o primeiro congresso da Associação (LIMA *et al.*, 2015). A análise ergonômica do trabalho é um

processo construtivo e participativo para resolução de problemas, que exige o conhecimento de tarefas da atividade desenvolvida, e das dificuldades enfrentadas, para se atingir o desempenho e a produtividade exigida (MINISTÉRIO DO TRABALHO, 2002).

O tema foi escolhido por convicção dos pesquisadores em acreditar que a ergonomia é de suma importância para o bem-estar das pessoas. Na intenção de demonstrar isso na prática, escolheu-se o ambiente escolar para seu desenvolvimento. A ergonomia é considerada o estudo que avalia a relação entre o homem e as atividades operacionais que o mesmo executa. Seu objetivo é aumentar a eficiência, segurança, saúde e o conforto do funcionário.

Pensando nisso, após análise do exposto encontrou-se a necessidade de buscar e aplicar essa ideia no ambiente escolar de convivência comum dos alunos do Curso Técnico de Informática para Internet. Concluiu-se que os alunos e funcionários da Escola Estadual Antônio Pereira devem estar sempre em locais de trabalho e estudo adequado, para que suas tarefas possam ser realizadas da melhor maneira e alcançar os objetivos finais com sucesso.

A pesquisa tem como objetivo criar conhecimento de maneira eficiente, de forma a fazer-se necessário a realização de alterações nos ambientes da escola após a identificação dos problemas relacionados à pesquisa. Essas alterações deveram ser feitas visando projetar ambientes mais saudáveis, confortáveis, seguros e eficientes. Para que isso possa ser feito seria realizado um levantamento por meio de questionário e análises de tais ambientes.

Referencial Teórico

A aplicação da ergonomia no ambiente de trabalho oferece segurança, satisfação e o bem-estar dos trabalhadores no seu relacionamento com as máquinas, realizando a prevenção de problemas reais (FREITAS, 2012).

De acordo com Vidal (2001) a ergonomia, é uma atitude profissional que se associa à prática de uma profissão estabelecida. Neste sentido é possível falar de um médico ergonomista, de um designer ergonomista. Esta explicação é estabelecida pela Associação Brasileira de Ergonomia, objetivando um debate mundial.

A Ergonomia objetiva modificar os sistemas de trabalho para adequar a atividade nele existentes às características, habilidades e limitações das pessoas com vistas ao seu desempenho eficiente, confortável e seguro (CAON; SILVA, 2000).

Esta declaração que coloca finalidades como - transformar os sistemas de trabalho - propósitos - adaptar a atividade às características, habilidades e limitações das pessoas - e critérios - eficiência, conforto e segurança - necessita ser realizada por uma outra, que estabeleça qual a tecnologia a que a Ergonomia está referida ou que possua um referente de suas finalidades, propósitos e critérios.

Segundo Verdussen (1978, p.1), “o aceleramento do processo de industrialização modificou a mentalidade empresarial até em tão marcada por um completo alheamento ao problema homem”. Sendo notável que as substituições do trabalho humano pelas máquinas começaram na Revolução Industrial, em meados de 1760.

Com isso a mão-de-obra foi dividida e cada pessoa se especializava em alguma tarefa. Era preciso administradores para organizar o que era produzido, para liderar e coordenar os esforços humanos e para garantir que o trabalho estava sendo feito da forma correta (SANTOS; FIALHO, 1997).

Em função disso surge a Administração Científica fundada por Taylor que pretendia mostrar a *the-one-best-way*, quer dizer, no fundamento da organização, definir a melhor forma de se realizar um trabalho, sendo fundamentada nos estudos de tempo e movimento. Os princípios básicos da organização taylorista eram: estudo dos tempos e movimentos; pessoas certas para as tarefas; supervisão recompensa e punição, divisão do trabalho e especialização do operário (SANTOS; FIALHO, 1997).

Segundo Chiavenato (1993, p.68):

“Taylor achava que o operário só trabalhava pelo salário e que este só servia para executar as tarefas, foi assim que surgiu o estudo de Tempos e Movimentos no qual procurava-se a melhor maneira de executar uma tarefa em menos tempo. Cada operário se especializava em uma determinada tarefa, com isso os movimentos eram repetitivos e monótonos. Dessa maneira era o homem que tinha que se adaptar ao trabalho, não havia a preocupação com a qualidade de vida do empregado no posto de trabalho. ”

Segundo Santos e Fialho (1997, p.39):

“Somente da segunda metade deste século, com o advento da Teoria dos Sistemas, elaborado pelo biólogo alemão, Ludwig Von Bertalanffy, é que os princípios da organização taylorista começaram a ser questionado cientificamente. De fato, a teoria dos sistemas permitiu o surgimento de novas disciplinas como a pesquisa operacional, a cibernética e a ergonomia, que permitiram evidenciar o caráter não científico da organização taylorista do trabalho”.

Com a ruptura do padrão *taylorista* novas visões de desenvolvimento organizacional, possibilitando a racionalização do conceito de trabalho apresentado por Taylor. A partir dessas novas visões, surge a Ergonomia, sendo uma das ferramentas da qualidade de vida mais usadas tratar da saúde no ambiente de trabalho (DOS-SANTOS *et al.*, 2010).

Verdussen (1978) aborda ergonomia de acordo com uma adaptação das condições de trabalho – mobiliário, equipamentos, condições ambientais – e as características do indivíduo, prezando por uma condição harmônica no ambiente de trabalho, com conforto, segurança e condições para promover qualidade, produtividade e eficiência. Por isso, a ergonomia encontra-se no ambiente interno das instituições e sua colocação é feita através de postos de trabalho.

Existem 4 fases da ergonomia:

Atualmente, a ergonomia é algo que não se pode deixar de lado no ambiente educacional. Desta maneira, faz-se necessário explicar a evolução das abordagens relacionadas à ergonomia. O pesquisador Hendrick (1993) acredita que existiram 4 fases até a contemporaneidade, sendo elas:

- **Ergonomia tradicional:** Tendo início na segunda grande guerra, seu objetivo principal era conseguir upgrades nas questões fisiológicas e mecânicas do ambiente de trabalho. Também havia uma ânsia com a adequação dos objetos às limitações do homem, sem, que para isso explorasse além do esperado de sua competência. Começou a ser utilizada inicialmente na área militar e, em seguida, na civil (BEECORP, 2017).
- **Ergonomia do meio ambiente:** Notou-se que as intervenções no trabalho do homem iam além de seus limites físicos ou mecânicos. Portanto, o meio ambiente também era o começo de algumas questões da produtividade do homem. A ergonomia do meio

ambiente, ainda hoje estudada, buscou assimilar melhor o vínculo de agentes ambientais (ruídos, temperatura, iluminação) com o trabalho humano (BEECORP, 2017).

- **Ergonomia cognitiva:** A ergonomia é um conhecimento interdisciplinar. Consequentemente, não demorou muito para que o entendimento da psicologia e da fisiologia se voltassem para os fatores mentais de ocupação. Em 1980, os trabalhadores deixaram de realizar de modo direto as atividades para comandar máquinas que eram responsáveis pela tarefa. A tecnologia da informação era um aumento do cérebro, daí a necessidade de ter atenção quanto aos fatores intelectivos (BEECORP, 2017).
- **Macroergonomia:** Desde 1980, o estudo da ergonomia ampliou-se ainda mais. A princípio, a macroergonomia busca o equilíbrio entre a tecnologia, a própria entidade e o indivíduo. Esse método aplica-se para obter um desfecho em comum e todos esses fatores devem ser analisados para o progresso do trabalho. Além de que, as práticas de ergonomia precisam ser aplicadas em proporção, por toda a extensão de toda a cadeia produtiva. A partir da criação de máquinas e materiais até a execução das atividades (BEECORP, 2017).

O futuro da área

O mundo do trabalho passa por mudanças direcionadas à maior padronização ao isolamento do trabalhador. O futuro da ergonomia, portanto, pode estar apontando nessa direção, inclusive com o uso de tecnologias e análises computadorizadas que ajudam na descoberta situações de estresse, fadiga e baixa produtividade (MOTTA, 2009).

Assim, a ergonomia segue em evolução, mas sempre cercada de competentes e atuais soluções para a melhoria da qualidade de vida dentro do ambiente de trabalho.

A busca por uma maior eficiência passa por questões da saúde ocupacional e pela adequação do trabalho ao trabalhador. Essa apreensão, como pode-se compreender, não é recente. Décadas de estudo (e também de práticas e experimentos) trouxeram os conhecimentos que se tem hoje sobre o aprimoramento do trabalho.

Metodologia

Ao elaborar a metodologia de uma pesquisa científica, é fundamental caracterizá-la. É nesse ciclo que se elucida a escolha de processos sistemáticos para a definição e explicação de eventos e se faz necessário destacar qual é a natureza e o tipo de pesquisa

que se mostram propícios para definir o estudo a ser realizado. Destaca-se que tais fundamentos são definidos, considerando o problema de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Pesquisa Qualitativa

A pesquisa é considerada qualitativa quando o fenômeno em estudo foi tratado, por meio de elementos subjetivos, sobre uma veracidade. Sendo assim, o fenômeno é averiguado não somente com o que está “à vista” do pesquisador, mas também por elementos que serão demonstrados a partir da pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Segundo Demo (2000), na pesquisa qualitativa, há um interesse por buscar também o lado subjetivo dos fenômenos, por isso busca-se declarações que se transformam em dados consideráveis para a pesquisa. Triviños (2012) declara que os pesquisadores notaram que muitas informações sobre a vida dos povos não podiam ser quantificadas e precisavam ser interpretadas de forma mais ampla e aprofundada.

Outro assunto muito importante, que é destacado por Triviños (2012), é que a pesquisa qualitativa cumpre uma rota que não tem continuação rígida das fases assinaladas para o crescimento da pesquisa. Isso porque, para pesquisadores qualitativos, o foco principal está no processo e não somente no resultado. Caso seja necessário “voltar” em alguma das fases da pesquisa, para uma nova coleta de informações, por exemplo, isso não é observado como uma falha.

A pesquisa qualitativa tem como pressuposição básica de que a realidade é construída de fenômenos socialmente construídos, havendo como objetivo entender melhor os fenômenos, sendo assim, a abordagem e o papel do pesquisador é observacional e participante não neutro do fenômeno (FIRESTONE, 1987).

Coleta de Dados

Essa é a etapa do método de pesquisa, que tem como propósito alcançar informações da realidade. Nessa etapa, define-se onde e como será efetuada a pesquisa, o tipo de pesquisa, a população (universo da pesquisa), a amostragem, os instrumentos de coleta de dados e a forma como pretende-se estabelecer e examinar seus dados. É a fase em que se engloba informações por meio de métodos próprios (PRODANOV; FREITAS, 2013).

O propósito de uma laboração científica é a organização metódica e objetiva de conhecimento dividido, seguida do conhecimento de suas afinidades e continuidades frequentes, com a intenção de expor soluções para definir inquisição contrariedade. (PRODAVOV; FREITAS,2013).

Neste trabalho pretende-se utilizar o método da observação direta intensiva para obter aspectos da realidade; examinar fatos e fenômenos que se deseja estudar. Esse método contribui com o observador no reconhecimento e na aquisição de evidências em relação as finalidades sobre os quais os indivíduos não têm compreensão, mas que estimulam seu desempenho, expõe o observador a uma ligação mais direta com a realidade.

O grau de atuação do observador é muito importante, assim como o tempo das observações, sendo fundamental idealizar o que e como observar.

- Observação estruturada (Sistemática, planejada, controlada): dispõe de ferramentas para a coleta de dados ou fatos observados. Onde o observador entende o que busca e o que necessita de destaque;
- Observação não-participante: o observador não se incorpora aos indivíduos observados;

Estudo realizado na vivência efetiva (exercício de campo).

A investigação concreta e intensa é uma variedade de estudo que emprega as consciências com seguimento de estabelecido pontos da prática. Não se expressa somente em observar e atentar, mas do mesmo modo aprofundar acontecimentos ou fenômenos que se pretende compreender. (MARCONI; LAKATOS, 1992).

Tabulação e Apresentação de Dados

Nessa etapa da pesquisa, pode-se lançar mão de recursos manuais ou computacionais para estruturar as informações obtidos na pesquisa de campo. Na atualidade, com o advento da informática, é proveniente que se definam os recursos computacionais para ter como base à composição de índices e cálculos estatísticos, tabelas, quadros e gráficos (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Análise e Interpretação de Dados

Essa fase da pesquisa, analítica e descritiva, pressupõe a interpretação e o estudo dos dados tabulados, os quais foram elaborados na fase anterior. A análise deve ser feita com o propósito de satisfazer os fins da pesquisa e para equiparar e confrontar dados e provas com a finalidade de confirmar ou rejeitar a(s) possibilidade(s) ou os pressupostos da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Considerações Finais

Nos dias atuais se tornou grande a necessidade de as pessoas serem mais competitivas, e isso fez com que elas buscassem cada vez mais melhorar a qualidade de vida. Uma pessoa que alcance esse patamar no ambiente escolar se torna mais produtiva, com isso seria necessário que as escolas aplicassem a ergonomia no ambiente de estudo. A ergonomia quando realizada de forma correta, oferece benefícios diretamente ligados com ambas as partes, uma vez que o aluno se sente adequado as suas condições de estudo, tendo dentro de uma escola condições boas a seu favor, acabam por proporcionar crescimento dentro da escola.

O estudo deste trabalho tem como prioridade encontrar dados e soluções que contribuem para a diminuição do transtorno do sistema de produção e os princípios da atividade real do estudante. Com isso, também podemos observar as irregularidades em relação a má postura dos alunos em sala de aula, dos funcionários da secretaria, dos professores em sala, entre outros.

Consequentemente, essa má postura pode causar grandes problemas no futuro, as ações propostas pela ergonomia contribuem também para vida pessoal de um funcionário e aluno, pois quando realizada de forma correta e continuamente ajudam na prevenção de doenças ocupacionais.

A também pratica de exercícios físicos é um grande aliado para essas pessoas, ajudando a fortalecer coluna e membros inferiores, trazendo assim, sucesso em suas atividades realizadas.

Bibliografia

BEECORP (São Paulo) **Conheça um pouco da história da ergonomia.** 2017. Disponível em: <<http://beecorp.com.br/blog/historia-da-ergonomia/>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

CAON, Flavio Zanoto; SILVA, Luis Carlos Martins da. **Ergonomia da correção: Análise ergonômica dos guichês de venda de passagens em estação rodoviária de Porto Alegre.** I Encontro Pan-Americano de Ergonomia, X Congresso Brasileiro de Ergonomia. Rio de Janeiro, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração.** São Paulo, MAKRON BOOKS, 1993.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

DOS-SANTOS, Ana Cristina Batista; CARDOSO, Monique Fonseca; PELOGIO, Emanuely Alves; AMARAL, Inácia Girlene; OLIVEIRA, José Arimatés de. **Sobre o trabalho, o trabalhador e a teoria das organizações: uma leitura crítica.** Qualitas Revista Eletrônica, v. 9, n. 3, 2010.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research.** Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

FREITAS, Audrey Sanny Alves de. **A Ergonomia em benefício da qualidade de vida do trabalhador.** Monografia. Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Campina Grande, 2012

HENDRICK, Hal W. **Macroeconomics: a new approach for improving productivity, safety, and quality of work life.** Palestra realizada na COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, 1993.

LIMA, Marcos Santos; GOMES, Júnior do Santos; FONTES, Mayara Nascimento; ROVERI, Vinícius; ZAUBERAS, Rodrigo Tognotti. **Ergonomia – Segurança no Manejo de Agrotóxico.** Revista Don Domênico, v. 7, jun. 2015.

MARELLI (Caxias do Sul - Rs). **Ergonomia**. Disponível em: <<http://www.marelli.com.br/ergonomia>>. Acesso em: 30 out. 2018.

MARKONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Manual de aplicação da norma regulamentadora**, nº 17. 2 ed. Brasília: SIT, 2002.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

MOTTA, Fabrício Valentim. **AVALIAÇÃO ERGONÔMICA DE POSTOS DE TRABALHO NO SETOR DE PRÉIMPRESSÃO DE UMA INDÚSTRIA GRÁFICA**. Monografia. Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. Juiz de Fora, 2009.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

SANTOS, Neri dos; FIALHO, Francisco. **Manual da Análise Ergonômica do Trabalho**. 2. Ed. Curitiba: Editora Genesis, 1997.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação**. 1.ed. 21 reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

VERDUSSEN, Roberto. **Ergonomia: a racionalização humanizada do trabalho**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S/A, 1978.

VIDAL, Mario Cesar. **A Interdisciplinaridade da Ergonomia**. Revista da Associação Brasileira de Ergonomia, v. 1, n. 2, 2001

VIDAL, Mario Cesar. **INTRODUÇÃO À ERGONOMIA**. Aula de Introdução à Ergonomia. Curso de Especialização em Ergonomia Contemporânea. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2008.

LER/DORT

Ilma Roberta de Jesus

Isadora Carolina de Souza

Maria de Fátima da Silva

Introdução

Esse trabalho dedica-se a estudar sobre doenças repetitivas ocupacionais as Lesões por Esforço Repetitivo (LER) e os Distúrbios Osteomuscular Relacionado ao Trabalho (DORT). Esse assunto trata-se de um tema considerável de alta relevância nos dias atuais onde muitos colaboradores sofrem de doenças repetitivas devido a suas atividades profissionais. Após o exposto encontra-se a necessidade de buscar prevenções e métodos de modo a minimizar e diminuir o número de incidências dos casos atingidos por essa síndrome.

No Brasil, doenças relacionadas ao trabalho foram reconhecidas pelo Ministério da Previdência Social a partir de 1991, naquela época apenas as Lesões por Esforços Repetitivos (LER). Em 1997, o órgão passou a introduzir uma nova classificação para doenças que afetam os membros superiores, pescoço e costas, reconhecendo também os Distúrbios Osteomusculares Relacionados ao Trabalho (DORT) (AUGUSTO et al., 2008).

Essas síndromes patológicas não são recentes, várias literaturas relatam que, desde o início de 1717 haviam relatos que os movimentos bruscos e repetitivos, bem como postura inadequada no decorrer das atividades de trabalho, podiam acarretar sérios danos à saúde (BUENO; KALINOWSKI; SANTOS, 2010). Mesmo excedido esse protótipo mecanicista do homem vigoroso em relação ao trabalho repetitivo. As doenças ocupacionais correspondem entre 80% a 90% dos casos de Síndrome registrados na Previdência Social (INSS) (MERLO et al., 2001).

Desta maneira, justifica-se a importância social do levantamento de dados desse trabalho, dado que é importantíssimo para a sociedade o conhecimento das causas e consequências

das doenças ocupacionais.

Referencial Teórico

LER/DORT

Lesões musculares e esqueléticas são uma inquietação frequente em países desenvolvidos, uma vez que implicam em dificuldades na saúde do trabalhador assim como, também abalam negativamente a aptidão e a produção final do operário (FINNERAN; O'SULLIVAN, 2011).

Agrupam-se como LER/DORT indisposições que podem agredir tendões, articulações sinoviais, músculos, nervos e ligamentos de forma afastada ou agregada, com ou sem degeneração de tecidos, compreendendo, principalmente, mas não tão somente, os membros superiores, região escapular e pescoço, com origem ocupacional (SBR, 2011). Abrangem quadros clínicos definidos pela ocorrência de vários sintomas concomitantes ou não, tais como dor, sensação de peso e de fadiga (HOEFEL, 1996).

No Brasil, as síndromes foram descritas e mostradas pela primeira vez em 1973, usando casos em trabalhadoras domésticas, discutindo e recomendando para que notassem pausas de trabalho para aqueles que operavam intensamente com as mãos (GUERRA, 2017).

Numerosas categorias no ramo da tecnologia da informação são atingidas pela seriedade da epidemia LER e DORT, várias fontes afirmam que essas doenças relacionada ao trabalho consta um número significativo de auxílio pelos benefícios liberados pela previdência social entre 2011 e 2013 (VIEGAS; ALMEIDA, 2016).

A prevenção foi, e prossegue sendo, a melhor conformação de combate a este tipo de fenômeno provocados pelos esforços repetitivos, pois a aceitação de posturas e ritmos de trabalho mais apropriados são primordiais (JESUS *et al.*, 2016). No instante em que está confirmada a suspeita de uma lesão e necessário uma escolha de um profissional torna-se primordial para uma avaliação e tratamento e terapia do funcionário.

Doenças profissionais de informática

Os profissionais da tecnologia das informações têm sido relatados como vítimas de uma série de problemas relativos a saúde causada pelas doenças repetitivas relacionados ao

trabalho (LER/DORT). Tais como problema de visão, lesões de coluna e problemas nas mãos (RODRIGUES FILHO; XAVIER; ADRIANO, 2001).

Levando isso em conta foi proposto uma solução para lidar com essa incerteza dos sintomas, classificando a LER/DORT como um processo no qual os sintomas iniciais de dor e desconforto inespecíficos podem progredir para a deflagração de um diagnóstico de semelhantes entidades clínicas (tendinite, síndrome do túnel de carpo e outras), que constituem uma indicação de graus mais avançados de LER/DORT, nos quais a dor crônica é a característica central (AUGUSTO et al., 2008). Segundo Moraes e Bastos (2013) “a complexidade das LER/DORT origina-se do fato de ser um fenômeno multifatorial (fatores biomecânicos, organizacionais e psicossociais) e multidimensional (dimensão individual, grupal e social) ”.

Parcialmente, essa complexidade indica o porquê não se tem resolvido o problema dos distúrbios osteomusculares no trabalho, sobretudo num contexto de precariedade das intervenções e poucos investimentos em prevenção. Mesmo com as dificuldades conceituais as LER/DORT são uma das principais causas de afastamento por doença do trabalho no país, provavelmente porque o sintoma principal é a dor incapacitante.

O ambiente de trabalho inadequado pode ser uma inesgotável fonte de problema. São apontadas como fatores agravantes o aumento da produtividade a repetição de atividades, má divisão de tarefas o mobiliário não adaptado as pressões no ambiente de trabalho e a sobrecarga física no trabalho (VIEGAS; ALMEIDA, 2016).

Um ou mais dos seguintes fatores organizacionais no ambiente de trabalho, quando não são respeitados, favorecem o aparecimento dos problemas. São essenciais à prevenção da LER/DORT: (i) treinamento e condicionamento (técnicas para execução de tarefas); (ii) local de trabalho adequado (piso, superfície, barulho, umidade, ventilação, temperatura, iluminação, distanciamentos, angulações); (iii) ferramentas, utensílios, acessórios e mobiliários adequados; (iv) duração das jornadas de trabalho; (v) intervalos apropriados; (vi) posturas adequadas; (vii) respeito aos limites biomecânicos (força, repetitividade, manutenção de posturas específicas por períodos prolongados). Portanto, um ambiente de trabalho organizado reduz muito a possibilidade de um indivíduo desencadear um distúrbio musculoesquelético (SILVA *et al.*, 2013).

Existem também alguns fatores biológicos individuais que incrementam a possibilidade de um trabalhador desenvolver uma dessas síndromes. Distúrbios do aparelho locomotor, estresse, problemas psicológicos e estilo de vida podem todos contribuir para o aparecimento das doenças (AUGUSTO et al., 2008).

É fundamental desmistificar algumas situações referentes a essas doenças, uma vez que ao contrário do que alguns sugerem elas têm tratamento, inclusive os casos mais graves e, ou, que não respondem ao tratamento clínico podem ser beneficiados por procedimentos cirúrgicos e reabilitação específica (SBR, 2011).

Metodologia

A caracterização de uma pesquisa científica se dá pelo esclarecimento da escolha de procedimentos para a descrição e explicação de fenômenos e fatos, sendo assim definindo a sua natureza mais apropriada. Essa caracterização auxilia a elencar as possibilidades para a coleta de dados em qualquer estudo (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Ao inverso da averiguação qualitativa, os métodos quantitativos se propõem pelo emprego da quantidade nas modalidades de arrecadações de dados e na conservação dessas informações por intermédio de técnicas estatísticas (RICHARDSON, 2008).

É necessário esclarecer que a quantificação deve autorizar a conquista de uma capacidade de medida fiel. Evidenciando que é visível a características da qualidade dos dados quantitativos e definidos pelos ajustes de métodos de relação usadas com o nível de programação e fundamentos abstratos indispensável para a correção das hipóteses, lembrando que dessa forma para ter maior entendimento do comportamento de vários fatores e elementos que impulsionam o determinado fenômeno (RICHARDSON, 2008).

A pesquisa quantitativa pode ter sido definida, e deve ser baseada com conceitos adequados de coletas de informações e também ter uma fundação teórica ou visão bibliográfica bem construída, porem a validação de informações é dependente de uma grande parte disso (RICHARDSON, 2008).

A seleção dos dados é uma trajetória da metodologia de informações, lembrando que o essencial a obter real informações. Na coleta de dados, o leitor deve ser informado sobre como o pesquisador pretende obter os dados de que precisa para responder ao problema.

Não se deve deixar de correlacionar os objetivos aos meios para alcançá-los, bem como de justificar a adequação de uns aos outros (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Tem como intuito o trabalho científico e a sintetização metodológica e objetiva de informações, com segmento de conhecimento com uma sequência de repetição, levando como finalidade de cobrir respostas por um a questão-problema (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A ferramenta utilizada para a coleta de dados consiste em uma pesquisa de campo quantitativo-descritivo. Essa técnica consiste em usar artifícios para a coleta sistemática de dados sobre populações, programas ou amostras. Neste caso, em específico, será utilizado um questionário, que é uma série ordenada de perguntas, respondidas sem a presença do pesquisador. Estas podem ser constituídas segundo a forma – perguntas abertas, fechadas ou de múltipla escolha – ou segundo o objetivo – perguntas de fato, perguntas de ação, perguntas de intenção, opinião ou perguntas-teste (VIANELLO, 2013).

A tabulação e organização serão recursos manuais e computacionais na ordenação de dados recebidos durante as informações colhidas em campo. Atualmente, o advento da tecnologia da informação é natural que se acolham os recursos computacionais para avaliar gráficos, cálculos, recursos computacionais, tabelas, quadros e índices (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A interpretação e análise dos dados recebidos, no qual foram buscados na fase anterior, serão percebidos com a finalidade de perceber os objetivos de estudos e para fazer uma comparação de confrontar as informações e dados de provas como o intuito de afirmar ou negar a hipótese ou pressupostos de um estudo de informações (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Depois da etapa de estudo dos dados, as pesquisadoras se propõem a buscar informações de necessidades e para entender melhor o seu trabalho. Que pode afirmar-se que a etapa poderá e deve ser verificada, como retorno a dificuldade de dados que foi adquirida. E nessa fase que se passa pela análise de dados de uma informação que antecede a fase de finalização, a de representação das conclusões (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Bibliografia

AUGUSTO, V. G.; SAMPAIO, Rosana F; TIRADO, M. G. A.; MANCINI, Marisa Cota; PARREIRA, Veronica F. **Um olhar sobre as LER/DORT no contexto clínico do fisioterapeuta.** Revista Brasileira de Fisioterapia, v. 12, n. 1, p. 49-56, 2008

BUENO, Jail; KALINOWSKI, Flavio Guimarães; SANTOS, Celso Bilynkievycz dos. **Análise de Distúrbios Osteomusculares Relacionados ao Trabalho (DORT) de Funcionárias da Cozinha e Limpeza do Colégio Agrícola Estadual Augusto Ribas - U.E.P.G.** Secretária da Educação do Paraná, 2010

FINNERAN, A.; O’SULLIVAN, L. W. An ergonomic performance prediction model (ERGO PRO-PREDICT). In: **Contemporary Ergonomics and Human Factors.** Proceedings of the international conference on Ergonomics & Human Factors 2011, Stoke Rochford, Lincolnshire, 12-14 April 2011. CRC Press, 2011

GUERRA, Maria de Fátima Lage. **Trabalhadoras domésticas no Brasil: cortes, formas de contratação e famílias contratantes.** Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Belo Horizonte, 2017.

HOEFEL, Maria da Graça Luderitz. **Lesões por esforços repetitivos.** Em B. Duncan, M.I. Schmidt & E. Giuliani (Orgs.), Medicina ambulatorial: Condutas clínicas em atenção primária (pp. 762-746). Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

JESUS, Josefa Almeida; COUTO, Antonio Marcos Ribeiro; SANTOS, Rosilene Rodrigues dos; SILVA, Valdenice Santos da; TELES, Matheus Henrique dos Santos. **ERGONOMIA: Influência e Impacto no Desempenho de Atividades Profissionais.** II Encontro Científico Multidisciplinar da Faculdade Amadeus, Aracajú, 2016

MERLO, Álvaro Roberto Crespo; JACQUES, Maria da Graça Corrêa; HOEFEL, Maria da Graça Luderitz. **Trabalho de grupo com portadores de LER/DORT: Relato de experiência.** Psicologia: Reflexão e Crítica, v. 14, n. 1, p. 253-258, 2001

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

MORAES, Paulo Wenderson Teixeira; BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. **As LER/DORT e os fatores psicossociais.** Arquivos Brasileiros de Psicologia, v. 65, n. 1, p. 1-19, 2013

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

RODRIGUES FILHO, José; XAVIER, Jefferson Colombo B.; ADRIANO, Ana Livia. **A tecnologia da informação na área hospitalar: um caso de implementação de um sistema de registro de pacientes.** Revista de Administração Contemporânea, v. 5, n. 1, jan/apr 2001

SBR. Comissão de Reumatologia Ocupacional. **LER/DORT – Cartilha para pacientes.** 2011

SILVA, Emília Pio; MINETTE, Luciano José; SOUZA, Amaury Paulo; MARÇAL, Marcio Alves; SANCHES, André Luis Petean. **Fatores organizacionais e psicossociais associados ao risco de LER/DORT em operadores de máquinas de colheita florestal.** Revista Árvore, v. 37, n. 5, p. 889-895, 2013

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

VIEGAS, Louise Raissa Teixeira; ALMEIDA, Milena Maria Cordeiro de. **Perfil epidemiológico dos casos de LER/DORT entre trabalhadores da indústria no Brasil no período de 2007 a 2013.** Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, n. 41, e. 22, 2016

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Joseane Cristina Boaventura

Maria Sônia Costa Dos Santos

Tamires Da Conceição Boaventura

Introdução

O comércio eletrônico tem se consolidado a cada dia por meio de processos que são desenvolvidos sobre os que já eram executados em um setor de menor infraestrutura tecnológica (ALBERTIN; MOURA, 2002). No Brasil, comprar pela internet, ficou cada vez mais comum. Com o crescimento e desenvolvimento da tecnologia. Contudo inicia-se uma mudança no ramo empresarial que começa a gerar mudanças no comércio.

O e-commerce, ou comércio eletrônico, é a prática que utiliza um site para realizar vendas de produtos. É como uma loja, só que virtual, onde o cliente tem a oportunidade de conhecer a marca, visualizar o produto por meio de fotos e realizar a compra (SEBRAE, 2017).

A evolução com cautela

O comércio eletrônico, já é uma realidade, na grande maioria das organizações, que passa a ter uma estratégia de mercado, na forma diferenciada na venda de produtos e serviços. Com tudo é preciso identificar as barreiras encontradas pelo consumidor, pelo fornecedor, e o que pode ser feito para melhorar as empresas referentes ao e-commerce. Dessa forma, demonstrar para os consumidores uma maior compreensão do tema e da problemática tratada nesta pesquisa (SOUZA; SANTOS, 2017).

Comércio eletrônico pode ser definido como qualquer negócio conduzido por meio eletrônico, sendo chamados de *e-commerce*. Também são definidos assim qualquer função eletrônica utilizada por empresas nas conduções dos negócios (SMITH; SPEAKER; THOMPSON, 2000).

Mas é preciso que as organizações invistam nos softwares para garantir a segurança dos dados dos clientes, sendo cada vez mais eficazes no processo de venda. O comércio eletrônico apresenta uma série de oportunidades de atuação no ramo de comércio. Várias as formas de pagamento e envio, depende de cada empresa, as várias possibilidades ao cliente e ele faz a escolha. Todo o processo é feito com rapidez e eficácia, sem importar a localização geográfica ou o fuso horário do seu comprador (PRATES; OSPINA, 2004).

Para atender as necessidades do novo ambiente, novas empresas foram criadas para atender um novo público. Assim o comércio eletrônico é percebido como uma tendência emergente, com capacidade inovadora em vários setores econômicos (ALBERTIN, 1998).

Os vários aspectos que englobam o comércio eletrônico podem ser descritos por: (i) relação com clientes; (ii) privacidade e segurança; (iii) sistemas eletrônicos de pagamento; (iv) implementação; (v) aspectos legais; e (vi) competitividade (ALBERTIN, 1999).

Riscos da compra

Os canais de comunicação têm atualmente advertido com notícias frequentes de invasões de hackers à sites de compras de grandes redes de lojas mundiais, isso provoca uma sensação negativa para quem precisa comprar via Comércio Eletrônico, pois muitos consumidores deixam de efetuar a compra eletrônica, devido à suspeita e o medo de sofrer prejuízos.

A Internet ainda é vista como um ambiente virtual inseguro por alguns usuários e consequentemente muitas compras eletrônicas deixaram de ser feitas. Parte dos compradores online possuem tem como maiores preocupações o risco à privacidade das informações, o que inclui o roubo e a transmissão de dados pessoais pelas empresas (KOVACS; FARIAS, 2004).

Há notícias sobre fraudes cometidas por hackers, interferindo na realização de compras virtuais. Uma questão que alerta os especialistas durante a transação eletrônica é a ausência de confiança que inibe os consumidores. As causas pela ausência de confiança são enumeradas como probabilidade de o número do cartão de crédito ser clonado por outros, pagamento à vista sem garantia de recebimento do produto e inexistência de

informações gerais sobre os produtos (NAKAMURA, 2011).

Outro ponto importante, que os consumidores temem, é de realizar a compra e o produto não chegar, ou de comprar produtos exclusivos e originais e receberem produtos falsificados. Além dos riscos citados acima, existem criminosos que criam sites falsos para extorquir dinheiro de pessoas desatentas a compra na internet (OLIVEIRA, 2013).

O que pode certificar de uma forma positiva a compra eletrônica é a imagem construída pelas empresas, transmitindo segurança nas páginas na web. O risco causado pela intuição de insegurança na plataforma digital é um grande restrigente desse tipo de comércio. Todavia tal suspeita vem restringindo com a utilização de dispositivos de autoconfiança, como criptografia e certificados digitais, mesmo que ainda na ausência de regulamentações mais específicas para crimes digitais, e do código de defesa do consumidor para esse tipo de transações.

Com a demonstração do ícone de certificação digital é possível verificar a veracidade do site. Outro conselho é verificar se a loja virtual disponibiliza o número de seu CNPJ (NAKAMURA, 2011).

Vale ressaltar a importância de manter os dispositivos de software de antivírus atualizados, evitando os *malwares*. Quem entra no mundo digital deve compreender que ficará mais vulnerável a ataques de acessos ilegais, uma vez que abre portas de conexão para a rede mundial. Junto com as soluções de firewall, entram no combate os antivírus especializados para esse tipo de proteção, capazes de checar o conteúdo dos dados transmitidos (NAKAMURA, 2011).

Os riscos de segurança envolvendo o cliente são tão importantes que precisam receber atenção na intenção de compreender o espectro amplo do problema de segurança nas transações eletrônicas (ALBERTIN, 1998)

Uma parte dos usuários que já efetivaram compras, e ainda uma boa parte daqueles que nunca efetivaram uma transação online, detém as mesmas apreensões em relação à possibilidade de ter informações roubadas (KOVACS; FARIAS, 2004)

Constata-se então a importância de reforçar a segurança, por parte dos consumidores e por parte das lojas, na intenção de proteger-se de todas as maneiras da possibilidade de

golpes e fraudes provocadas por hackers, reforçando assim o apelo das compras online.

Metodologia

A caracterização dessa pesquisa leva em conta o esclarecimento de procedimentos sistemáticos para descrever e explicar os fenômenos. Assim busca-se enfatizar a natureza e o tipo de pesquisa para definir o estudo, os elementos abordados e o problema de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016). Para a realização do estudo será executada uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, na forma de estudo de casos do tipo multicascos. Nesse tipo de estudo, segundo Yin (2005) é possível utilizar dados públicos coletados por meio das redes, de maneira a confirmar as hipóteses de pesquisa. Esse tipo de natureza qualifica-se como pesquisa qualitativa.

A pesquisa qualitativa é quando o fenômeno é analisado pelo ponto de vista do pesquisador e também por elementos que serão revelados a partir da pesquisa. De acordo com Demo (2000) há uma vantagem por captar o lado abstrato dos eventos, de forma que o pesquisador busca declarações que se transformam em dados para a pesquisa. Caso seja necessário retornar em alguma das etapas da pesquisa, para uma nova coleta de dados, por exemplo, isso não é observado como uma falha, a pesquisa qualitativa não se aflige com expressão numérica, porém com a compreensão de um grupo social (TRIVIÑOS, 2012).

No processo de coleta de dados pretende-se obter os dados necessários para responder ao problema. Não se deve deixar de correlacionar os objetivos aos meios para alcançá-los, bem como de justificar a adequação de uns aos outros (PRODANOV; FREITAS, 2013). O propósito engloba um tema sobre os quais elementos serão geradores de mudanças para as quais as pessoas estão relacionadas diretamente com o processo de compras pela internet (VIANELLO, 2013)

A pesquisa e a perspectiva desenvolvem-se com base em indícios analisados, com decisão da metodologia, com relações feitas através do referencial teórico e complementadas com o posicionamento do pesquisador. Em seguida da coleta de dados, o pesquisador possui as informações necessárias para o seu trabalho. Essa é a etapa da análise dos dados da pesquisa, que antecede à fase final, a de apresentação das conclusões (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Referência Bibliográfica

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: um estudo no setor bancário**. Revista de Administração Contemporânea, v. 3, n. 1, 1999

ALBERTIN, Alberto Luiz; MOURA, Rosa Maria de. **Comércio eletrônico: mais evolução, menos revolução**. Revista de Administração de Empresas, v. 42, n. 3, p. 114-117, 2002

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KOVACS, Michelle H; FARIAS, Salomão A. de. **Dimensões de Riscos Percebidos nas Compras pela Internet**. RAE-eletrônica, v. 3, n. 2, p. 1-18, 2004.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

NAKAMURA, André Massami. **Comércio Eletrônico – Riscos nas compras pela Internet**. Monografia. Faculdade de Tecnologia de São Paulo, São Paulo 2011

OLIVEIRA, Flaubert Mesquita de. **Pseudo: Uma análise sociocognitiva sobre insinceridades, mentiras e crimes de fraude**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Natal, 2013

PRATES, Gláucia Aparecida; OSPINA, Marco Túlio. **Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios**. Revista de Administração Contemporânea, v. 8, n. 2, 2004

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

SEBRAE. **Comércio Eletrônico**. (2017). Disponível em <
http://www.sebraepr.com.br/StaticFile/PortalInternet/img/cartilha_com_eletronico.pdf>
Acesso em: 16 de outubro de 2018

SMITH, Rob; SPEAKER, Mark; THOMPSON, Mark. **O Mais Completo Guia Sobre E-Commerce**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2000.

SOUZA, Julio Cesar Rodrigues de; SANTOS, Natallia Erlandes. **A estratégia de e-commerce: um estudo de caso de uma empresa no segmento de supermercado da Serra**. Monografia. Instituto de Ensino Superior Blauro Cardoso de Mattos, Serra, 2017

TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação. 1.ed. 21 reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso. Planejamento e Métodos**. 3. Ed. Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Editora Bookman, 2005

RESUMO

Nota-se que muitas medidas são tomadas para que nossas reservas naturais sejam usadas com consciência, provendo o futuro de novas gerações. Uma destas medidas é a certificação pela norma NBR ISO 14001 que é voltada para uma gestão ambiental eficaz. No entanto há muito trabalho a ser feito para que uma porcentagem maior de excelência e proteção ao meio ambiente e recursos naturais. Com estas novas visão de desenvolvimento sustentável, novas medidas passam a ter mais ênfases e debates voltados a proteção e preocupação com a falta de recursos naturais.

Palavras-chave: ISO, NBR, meio ambiente, sustentabilidade, recursos naturais.

Introdução

Este trabalho tem como objetivo evidenciar os impactos causados ao meio ambiente por empresa em suas atividades de uso de recursos naturais. Evidenciar também as normais e procedimentos adotados para minimizar estes impactos visando utilizar-se dos recursos de maneiras sustentáveis para que futuras gerações possam gozar deste recurso que se tem fontes as vezes não renováveis.

Assim pretende-se com esta pesquisa evidenciar ações e empresas que já tratam o tema com seriedade, relatar sobre a evolução da política de meio ambiente dentro das empresas depois da certificação NBR ISO 14001 criada em 1996 e revisada em 2004. Da mesma maneira pretende-se expor dados que mostre os benefícios de se atentar para uma boa política de preservação do meio ambiente e recursos extraídos visando sempre a longa vida de exploração destes recursos.

Torna-se imprescindível a elaboração deste trabalho dividido a atualidade essencialmente aos danos que o mau uso dos recursos naturais vem trazendo para a população mundial. Os setores que exploram estes recursos têm por obrigação se atentar em diminuir os impactos causados por eles. As normas e certificações vem tendo grande crescimento

neste setor, com a política ambiental mostrando as empresas e poder público a grande responsabilidade que se tem em preservar nossa fonte naturais.

As políticas ambientais vêm realizando diversas medidas e diretrizes eco eficientes na incansável e árdua luta de conscientização. Grandes avanços já foram realizados, mas ainda a muito que percorrer para que um dia os danos causados sejam de mínima magnitude.

Referencial teórico

A sociedade vem preocupando-se cada vez mais com os impactos ecológicos causados pela busca constante do aumento de produção e consumo das nações, principalmente nas últimas décadas onde o ritmo intensificou-se com a produção de bens com vida útil menor, ou seja, produtos produzidos para durarem pouco, seja pela qualidade ou pela tecnologia constantemente aperfeiçoada, gerando com isso uma enorme quantidade de lixo e poluentes no planeta (ASSIS, 2009).

Podemos observar a grande preocupação e o desafio dos órgãos e sociedade em tentar controlar todas estas emissões poluentes no meio ambiente tentando assim minimizar o impacto mundial, para que os recursos naturais cheguem até as futuras gerações podendo usufruir deste recurso sem preocupação pela falta de recurso (LIRA; CÂNDIDO, 2013).

Com isso surge uma nova disciplina para reformular e estudar a problemática da sustentabilidade, a Economia ecológica, onde se estuda a capacidade dos ecossistemas de se sustentarem paralelamente ao crescimento econômico. Segundo Monte-Mor (2005), a economia tradicional preocupa-se apenas em analisar os impactos econômicos que os recursos naturais e eventuais limitações naturais e ecológicas impõem aos processos de produção, distribuição e consumo (VIEIRA, 2011).

A partir desta iniciativa as empresas vem se adequando as novas leis e normas implantadas por instituições, além de serem alvos constantes de intervenções de movimentos sociais para que reduzam a quantidade de poluentes e reutilizem a matéria prima para desafogar os gastos ao meio ambiente.

Felizmente, cada vez mais as empresas compreendem que o custo financeiro de reduzir o passivo ambiental e administrar conflitos sociais podem ser mais altos do que o custo de “fazer a coisa certa”, isto é, de respeitar os direitos

humanos e o meio ambiente de todos os povos, pois influenciam a percepção da opinião pública sobre a corporação, dificultando a implementação de novos projetos e a renovação de contratos (VINHA, 2003, p. 174).

O conceito proposto de Eco desenvolvimento nasceu durante os anos 70, por conta da polêmica gerada na primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, em Estocolmo (1972). Entre aqueles que defendiam o desenvolvimento a qualquer preço, mesmo pondo em risco a própria natureza e os partidários das questões ambientais. O termo foi proposto por Maurice Strong e, em seguida, ampliado por Ignacy Sachs, que, além da preocupação com o meio ambiente incorporou as devidas atenções às questões sociais, econômicas, culturais, de gestão participativa e ética (VIEIRA, 2011).

O estilo de desenvolvimento que, em cada eco região, insiste nas soluções específicas de seus problemas particulares, levando em conta os dados Ecológicos da mesma forma que os culturais, as necessidades imediatas, como também aquelas de longo prazo (SACHS, 1986, p. 18).

Assim a formulação de ECO desenvolvimento vai de contra a cartilha econômica que tem uma percepção contrária e não leva em consideração as demissões desta realidade, visando somente a produção e lucros. Não levando em conta os impactos sociais e ambientais. ECO desenvolvimento é de necessidade básica das populações, através da sustentabilidade e tecnologias o meio ambiente pode ser explorado da mais simples a mais complexa maneira evitando grandes danos e degradação (LOPES, 2017).

Analisando o conceito acima, observamos a inexistência do foco político e as questões das técnicas de produção já abordadas no conceito de desenvolvimento. Faltava neste instante, uma ligação entre este novo conceito e o já adotado e praticado até então, ou seja, precisávamos de um conceito que abrangesse ambas preocupações (VIEIRA, 2011).

Na década de 80 começou a usar o termo Desenvolvimento Sustentável (DS) para então englobar tais abordagens. Assim as novas abordagens passaram a incluir a natureza em consideração nos cálculos econômicos.

Em 1987, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMAAD), presidida pela primeira Ministra da Noruega, Oro Harlem Brundtland, debatem a questão para a criação de um novo modelo de desenvolvimento onde contemplem o progresso do planeta sem o esgotamento

de suas reservas naturais. Para isto, foi elaborado um relatório chamado de "Our Common Future" (Nosso Futuro Comum) mais conhecido como "Relatório Brundtland" onde define oficialmente o conceito de Desenvolvimento Sustentável (VEIRA, 2011).

Garantir que ele atenda às necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem também as suas (CMAAD, 1987, p.9).

Na visão do SEBRAE uma política ambiental estabelece um senso geral de orientação e fixa os princípios de ação para uma organização. Determina o objetivo fundamental no tocante ao nível global de responsabilidade e desempenho ambiental requerido da organização, com referência ao qual todas ações subsequentes serão julgadas. De acordo com o Sistema de Gestão Ambiental e sua implantação nas empresas a partir da certificação ISO 14001.

NBR ISO

A ISO, International Organization for Standardization (Organização Internacional de Normalização), tem como objetivo promover o desenvolvimento de normas, testes e certificação, com o intuito de encorajar o comércio de bens e serviços. Esta organização é formada por representantes de aproximadamente 120 países, cada um, representado por um organismo de normas, testes e certificação. Fundada em 23 de fevereiro de 1947, em Genebra, na Suíça, a ISO aprova normas internacionais em todos os campos técnicos.

No Brasil a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) é o órgão responsável pela normatização técnica e tem como foco a promoção do desenvolvimento da tecnologia, da ciência, da indústria e do comércio e é esta quem representa o país na ISO.

A ISO produz normas numeradas de forma crescente, divididas em séries. Uma das séries mais conhecidas é a 9000, voltada à qualidade. Já a série 14.000 está reservada para as normas e controles ambientais.

A NBR ISO 14000 é uma série de padrões internacionalmente reconhecidos por estruturar o sistema de gestão ambiental (SGA) de uma organização e o gerenciamento do desempenho ambiental. A série ISO 14000 inclui padrões para o SGA (14001, 14004), auditoria (14010, 14011, 14012), rotulagem (14020, 14021, 14024), avaliação de

desempenho ambiental (14031), e análise de ciclo de vida (14040). No presente trabalho estará sendo abordado, questões e dados referentes às ISO 14001.

NBR ISO 14001

Conforme o Centro de Informação Metal Mecânica (CIMM – Dados retirados do portal CIMM: Acesso pelo Portal <http://www.cimm.com.br/portal>), na década de 90 surgiram pelo menos três conjuntos de normas para empresas, de uso voluntário, relacionadas à gestão ambiental: a BS 7750, a EMAS e ISO 14001.

- **BS 7750:** Em 1992 a Bristish Standart Institution, entidade inglesa de normalização, desenvolveu a BS 7750, um sistema de normas de gestão ambiental para empresas do Reino Unido. Conforme Campos e Lerípio (2009), esta norma fornece condições necessárias para o desenvolvimento, implantação e manutenção do sistema de gestão ambiental visando à garantia e o cumprimento de políticas e objetivos ambientais.

- **EMAS:** Em 1994, a União Europeia publicou uma regulamentação para todos os seus países-membros, criando uma norma para sistemas de gestão ambiental, como parte do seu EMAS “Esquematização da Gestão e Auditoria Ambiental”. Segundo Campos e Lerípio (2009), o objetivo do EMAS é promover a melhoria contínua do desempenho ambiental de atividades industriais através de políticas, gestão e avaliações ambientais periódicas.

- **ISO 14000:** A ISO - International Standart Organization –“Organização Internacional de Normatização” desenvolveu sua própria norma, a ISO 14001, a partir da instalação do Comitê Técnico 207, em 1993. A ISO 14001 é a única considerada como de âmbito intercontinental, tendo em vista o número de países que participam da instituição.

Segundo o INMETRO (2010), a ISO 14001 é uma norma para os Sistemas de Gestão Ambiental voltadas as empresas que se preocupam com a preservação do meio-ambiente de forma responsável. A norma ISO 14001 é uma ferramenta para garantir a gestão eficiente e eficaz dos assuntos ambientais, pois este sistema possibilita identificar, priorizar e gerenciar os aspectos e os impactos ambientais, além do atendimento de requisitos legais. Atualmente no mundo inteiro, empresas e países estão impondo que seus fornecedores, principalmente dos seguimentos de química, petroquímica, papel e

celulose, sejam certificados pela ISO 14001. A finalidade da ISO 14001 é promover a proteção ambiental e a prevenção da poluição com as necessidades sócio econômicas.

Vale ressaltar que a ISO 14001 não tem caráter obrigatório para as empresas e sim voluntário, fazendo com que as unidades de negócio possam a seu critério implementar seu sistema de gestão ambiental por entidades credenciadas ou não pelo INMETRO (VIEIRA, 2011).

A ISO 14001 é a referência normativa na qual são feitas as certificações de sistemas de gestão ambiental das organizações. A certificação não é concedida pela ISO, que é uma entidade normalizadora internacional, mas sim por uma entidade de terceira parte devidamente credenciada. No Brasil, foi estabelecido pelo CONMETRO (Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, tendo sido o Inmetro designado por aquele Conselho como organismo credenciador oficial do Estado brasileiro. Uma certificação feita no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade tem que necessariamente ser realizada por organismo credenciado pelo Inmetro. Como a Norma ISO 14001 tem caráter voluntário, as certificações podem ser feitas fora do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade por organismos credenciados ou não pelo Inmetro. Independentemente de a certificação ser feita dentro ou fora do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, quando realizada por organismo credenciado pelo Inmetro, a mesma é conduzida com base nos mesmos requisitos e metodologia (INMETRO, 2010).

Para ser certificada pela norma NBR ISO 14001 uma empresa deve se enquadrar nas seguintes questões:

- Desenvolver uma política ambiental com um compromisso para as necessidades, prevenção de poluição, e melhoria continua;
- Conduzir um plano que identifica aspectos ambientais de uma operação e as exigências legais, fixar objetivos e metas consistentes com políticas ambientais e estabelece um programa de gerenciamento ambiental. No planejamento está contemplado a definição dos aspectos e impactos ambientais, onde pelo primeiro entende-se qualquer elemento das atividades, produtos ou serviços de uma organização que pode interagir com o meio ambiente. Já por impacto ambiental entende-se qualquer modificação do meio ambiente, adversa ou benéfica, que resulte, no todo ou em parte, das atividades, produtos ou serviços de uma organização (NBR ISO 14001, 2004);

- Implementar e operacionalizar um programa que inclua uma estrutura e responsabilidades definida, nesta etapa define-se os pilares de sustentação do sistema, tais como, treinamento, comunicação, documentação, controle operacional, e preparação para atendimento a emergências;
- Na revisão do gerenciamento é onde serão definidas a periodicidade em que as empresas irão analisar criticamente o sistema para assegurar uma melhoria contínua do processo.

Metodologia

Ao construir a metodologia de uma pesquisa científica, é necessário caracterizá-la. É nesse momento que se esclarece a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenômenos e se faz necessário enfatizar qual é a natureza e o tipo de pesquisa que se mostram apropriados para definir o estudo a ser realizado. Enfatiza-se que tais elementos são definidos considerando o problema de pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Pesquisa Qualitativa

A pesquisa qualitativa é quando o evento em estudo foi interpretado, por meio de informações abstratas, sobre uma realidade, ou seja, o evento analisado não somente com o que está “à vista” do pesquisador, mas também por elementos que serão relevados a partir da pesquisa. Segundo Demo (2000), na pesquisa qualitativa, há um benefício em coletar também o lado subjetivo do evento, por isso o pesquisador busca depoimentos que se modificam em dados importantes para pesquisa. Sendo assim. Podemos salientar que a pesquisa qualitativa não lida somente com dados evidentes, mas também procura buscar dados relevantes e não revelados de uma realidade.

Coleta de Dados

A coleta de dados é a etapa do método de pesquisa, onde o propósito é obter informações da realidade. Nessa fase, define-se onde e como será realizada a pesquisa, o tipo de pesquisa, a população (universo da pesquisa), a amostragem, os instrumentos de coleta de dados e a forma como pretende-se tabular e analisar seus dados. É a fase da pesquisa em que se agrupa dados através de técnicas específicas (PRODANOV; FREITAS.2013)

A pesquisa documental se caracteriza pela coleta de documentos escritos ou não, tendo como fontes arquivos públicos – documentos oficiais, jurídicos e outros – arquivos particulares – autobiografias, correspondências, ofícios, atas e outros – e fontes estatísticas – IBGE, IBOPE, departamentos e institutos de estatísticas (VIANELLO, 2013).

Tabulação e Apresentação de Dados

Nesta etapa podemos utilizar de recursos manuais ou computacionais para preparar os dados encontrado na pesquisa de campo. Atualmente, com o advento a da tecnologia, é natural que se opte pelos recursos computacionais para auxiliar na elaboração de índices e cálculos estatísticos, tabela, quadros e gráficos (PRODANOV; FREITAS,2013).

Análise e Interpretação de Dados

Essa fase da pesquisa, analítica e descritiva, presume e analisa os dados tabulados os quais foram estruturados na etapa anterior. A avaliação deve ser feita de maneira a atender os objetivos da pesquisa e comparar e confrontar dados e provas com o objetivo de comprovar ou recusar a (s) suposições ou as conjecturas da pesquisa. A análise e a interpretação desenvolvem-se a partir das evidências encontradas de acordo com a metodologia. Com relação feita a partir do referencial teórico (PRODANOV; FREITAS,2013).

Após a etapa de coleta de dados, o pesquisador dispõe de todas as informações obtidas a com conclusão de seu trabalho. Desde então significa que, nessa etapa a teoria já estará examinada e a resposta do problema de pesquisa foi obtida. Assim pode-se dizer que a análise de dados da pesquisa, que antecipa a fase de termino, a de divulgação das conclusões.

Referência Bibliográfica

ABNT NBR ISO 14001. Sistemas da gestão ambiental – Requisitos com orientações para uso. <<http://www.madeira.ufpr.br/disciplinasghislaine/iso-14001-2004.pdf>> Acesso novembro 2018.

ASSIS, Bruno Bastos de. **Avaliação do ciclo de vida do produto como ferramenta para o desenvolvimento sustentável.** Monografia – Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2009.

CAMPOS, Lucila Maria de Souza; LERÍPIO, Alexandre de Ávila. **Auditoria Ambiental. Uma ferramenta de gestão.** São Paulo: ed Atlas, 2009.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **Nosso futuro comum.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL – INMETRO. Disponível em < <http://certifiq.inmetro.gov.br/>>. Acesso em novembro 2018.

LIRA, Waleska Silveira; CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde. **Gestão, sustentável dos recursos naturais: uma abordagem participativa.** Campina Grande: EDUEPB, 2013.

LOPES, Alex Eduardo; ROCHA, Ana Carolina Toledo; LIMA, Amanda Oliveira; ANTUNES, Denise Aparecida; FERRÃO, Elder Magno Gava; OLIVEIRA JÚNIOR, Arnaldo Freitas de. **Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável: a trajetória de conflitos e desafios para o meio ambiente.** ForScience: Revista Científica do IFMG, Formiga, v. 5, n. 2, out. 2017.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PRODANOV, Cléber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2ª Ed. Novo Hamburgo, FEEVALE, 2013.

SACHS, I. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado.** Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

VIEIRA, Marcelo Osmar. **Economia Ecológica – A visão das empresas certificadas pela norma NBR ISO 140001**. Monografia – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, 2011.

VINHA, Valéria da. **As Empresas e Desenvolvimento Sustentável: da Eco-eficiência à Responsabilidade Social Corporativa**. In MAY, Peter H., LUSTOSA, Maria Cecília e VINHA, Valéria da, organizadores. *Economia do Meio Ambiente, Teoria e Prática*. Rio de Janeiro, Elsevier, 2003.

Michael Douglas Simão

Geison Alves

Charles Sobreira

RESUMO

Este trabalho se destina a estudar a influência e as práticas de e-commerce no Brasil nos últimos anos e principalmente no ano de 2018. Entende-se que o comércio eletrônico é uma prática moderna e cada vez mais relevante ao cenário das empresas, seja ela de qualquer um dos setores da economia, indústria, comércio ou prestadores de serviço.

O objetivo desta pesquisa é estudar as vantagens e as desvantagens do comércio eletrônico na internet e determinar as vantagens e desvantagens de efetuar compras pela internet em comparação com as lojas físicas

Palavras-chave: Público alvo, Consumidores, lojas virtuais, Tecnologia, facilidades

Introdução

Este trabalho se destina a estudar a influência e as práticas de *e-commerce* no Brasil nos últimos anos e principalmente no ano de 2018. Entende-se que o comércio eletrônico é uma prática moderna e cada vez mais relevante ao cenário das empresas, seja ela de qualquer um dos setores da economia, indústria, comércio ou prestadores de serviço.

O objetivo desta pesquisa é estudar o comércio eletrônico na internet e determinar as vantagens e desvantagens de efetuar compras pela internet em comparação com as lojas físicas. Esse será realizado em etapas, contendo o processo de *e-commerce*, as publicidades em motores de busca, o direcionamento para lojas virtuais, o tempo gasto na realização de uma compra e quão confiável é a relação entre cliente e vendedores. Por fim, quando o produto chegará em seu destino final, é preciso compreender a satisfação do público alvo.

Justifica-se o interesse no desenvolvimento deste estudo, como relevante para a comunidade científica, uma vez que se trata de assunto atual. Para a sociedade, se faz importante o conhecimento da relação de compra e venda entre lojas virtuais e os consumidores, assim como faz-se relevante aos pesquisadores que detém conhecimento técnico em informática para a internet, a desenvolverem websites de hospedagem de lojas virtuais.

Referencial Teórico

O Público alvo nas compras pelo e-commerce são pessoas com a faixa etária entre 35 a 49 anos e os produtos mais comprados pelos consumidores são smartphone e depois os eletrodomésticos e acessórios masculinos e femininos (SEBRAE, 2017).

As vantagens de comprar pelo *e-commerce* é que o consumidor tem a facilidade de efetuar as suas compras pela internet sem precisar sair de casa e sem precisar de enfrentar filas, diferente das compras em loja física, onde se deparam com a demora escolhendo os produtos que desejam. “O e-commerce teve seu surgimento no Brasil há cerca de 18 anos, e o faturamento por este meio de compra e venda foi de R\$ 549 milhões apenas no ano de 2001” (GARBIN; CARDOSO; OLIVEIRA, 2018).

O *e-commerce* tem se tornado uma ferramenta muito utilizada pelos brasileiros nos dias atuais, uma vez que facilitam as compras pela praticidade e descontos, com juros mais baixos (GOMES, 2017).

Para as empresas não é diferente. A tecnologia tem tomado um espaço cada vez maior, visando facilitar e melhorar os processos. A forma de comprar e de vender está entre as inovações trazidas pela tecnologia e pela internet. O e-commerce representa hoje, para as empresas, uma forma de divulgar seus produtos ou serviços com um alcance amplo, possibilitando o aumento de seus lucros e a expansão de seus negócios (FÚCIO *et al.*, 2018).

A utilização cada vez mais acessível e constante da internet pelos brasileiros afeta diretamente na capacidade e condição dos usuários em realizar compras online. Cada vez mais, o brasileiro parece manter-se mais tempo online, de acordo com pesquisa recente cerca de três horas e quarenta minutos diariamente (FOLHA, 2015)

A internet tem se destacado como um item essencial, seja na vida pessoal, por meio da interação nas redes sociais; seja na vida profissional, modificando até mesmo as relações de trabalho. Nota-se que o fenômeno tecnológico “vem alterando ou modificando a qualificação profissional, os relacionamentos, o meio acadêmico, o crescimento pessoal, enfim todas as relações humanas [...]” (CARVALHO; OLIVEIRA, 2017).

A maioria dos consumidores que compram pelo e-commerce preferem pagar em cartão de crédito e débito, e aproveitam as oportunidades, de terem os melhores preços e os melhores descontos que as lojas oferecem para os consumidores que compram online (PATTAT, 2014).

Realização do comércio eletrônico necessita de uma infraestrutura que conte com: vendedores, compradores, intermediários, protocolos e padrões, serviços de apoio e segurança, logística e pesquisa de mercado e o respeito aos aspectos da legislação pertinentes ao tipo de transação comercial (FÚCIO *et al.*, 2018).

Além de ter uma infraestrutura adequada para os seus produtos disponíveis para os clientes, tem que ter um autoatendimento para os consumidores entrarem em contato com o *e-commerce*.

O comércio eletrônico pode ser compreendido como o recurso que propicia a compra de produtos via internet, sendo este tipo de comércio bastante diversificado na atualidade, permitindo ao comprador o acesso a uma grande variedade de produtos, das mais diferentes marcas e preços. Além disso, outra vantagem deste tipo de venda é que o consumidor pode comparar os produtos nas lojas visitadas sem precisar sair de casa, sem imposição de horário de funcionamento, uma vez que a loja na internet se encontra aberta e disponível 24 horas por dia (FÚCIO *et al.*, 2018).

As vantagens do *e-commerce* podem ser enumeradas como a variedade de produtos, melhores preços, descontos relâmpago, e frete grátis em determinadas situações. As vantagens atraem uma grande quantidade de consumidores. Em 2011 as receitas se encontravam na casa de R\$ 18,7 bilhões, as empresas que atraem consumidores no *e-commerce* garantem que as compras continuam a acontecer, além da possibilidade da propaganda via mídias sociais e boca a boca (FÚCIO *et al.* 2018).

Mas não é sempre que os consumidores ficam satisfeitos, em algumas situações ocorrem fatores com algumas lojas, atrasos na entrega, defeitos, o que causa transtorno ao cliente, e a indignação pelo estorno do produto que demora ainda mais para chegar.

Assim, diante desta necessidade o indivíduo irá buscar informações que podem ser obtidas com familiares, amigos, vizinhos, vendedores, meios de comunicação, redes sociais, observação e teste do produto. Depois de obtidas as informações sobre o produto que necessita a pessoa irá realizar uma avaliação das alternativas que possui e decidir sobre a compra. Um momento de relevância é o de pós-compra, uma vez que nesse momento, com o consumo do produto será possível que o consumidor defina a satisfação ou insatisfação pelo uso do produto (NASCIMENTO, 2009).

São muitas as pessoas que odeiam enfrentar filas, ou até mesmo sair de casa para comprar alguma coisa. Esse público vem sendo atendido constantemente ao utilizar a internet de maneira em que provoca a fuga de preços altos e de filas para comprar.

Metodologia

Um projeto consiste na solução que se pretende alcançar para um determinado problema. A pesquisa quantitativa é a mais indicada e visa esclarecer sobre possíveis problemas no ambiente interno (MISUNAGA; SILVA, 2016). A globalização, os avanços tecnológicos, a concorrência e as mudanças do mercado vêm fazendo com que as empresas modifiquem suas ações estratégicas para adaptarem-se à qualidade e superarem expectativas tanto internas quanto externas. Assim, a pesquisa quantitativa tem grande importância nesse contexto, sendo usada como pesquisa de mercado e/ou opinião.

O método quantitativo é bastante eficaz, pois, encontram meios para tentar solucionar os problemas de uma organização, consistindo em avaliar, mensurar atitudes, sugestões, satisfações, hábitos e sensações do universo empresarial. Com o resultado, é possível observar ameaças ou oportunidades (RICHARDSON, 2008).

O instrumento utilizado para coleta de dados no método quantitativo é o questionário, bem estruturado com questões fechadas, ou questionário semiestruturado, com perguntas fechadas e abertas. É importante ressaltar que uma boa pesquisa não é garantia de sucesso. Mas por meio dela, as chances de erro serão menores (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Independente da área de atuação ou do porte da empresa, ela deve adotar práticas como trabalho em equipe, ética em seus negócios, transparência, qualidade, inovações, capacitação dos seus colaboradores e também o auxílio da pesquisa quantitativa para avaliar e manter o relacionamento entre as lojas virtuais e os consumidores do *e-commerce*, para saber a satisfação e a insatisfação, e também se os consumidores satisfeitos com a compra e com as entregas se recomendaria para amigos, e parentes, estar comprar pelo *e-commerce*.

A análise será efetuada de forma quantitativa por meio da porcentagem simples. Segundo Marconi e Lakatos (2009), “a metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano.”

Neste cenário econômico da globalização, levando-se, em conta, que a internet e a facilidade de acesso propiciado por esta e outras formas de comunicação, as empresas precisam constantemente buscar inovações que agreguem valor ao seu produto. As lojas do virtuais precisam ser estudas para entender o comportamento frente a concorrência local e também com a mais distante.

As novas tecnologias propiciam esta amplidão de mercados para todas as empresas, facilitando acesso rápido aos consumidores aos prestadores de serviços distantes aumentando a concorrência. Outro dado interessante se refere ao modo de acesso ao *e-commerce*, sendo que 98% dos pesquisados acessam as lojas online por meio do computador, mesmo diante do crescimento de acesso à internet por meio de *smartphones* e *tablets*, por ser mais cômodo e por permitir a visualização de mais preços e variedade de produtos (FÚCIO *et al.*, 2018).

Conclusão

Conclui-se que o *e-commerce* tem trazido mudanças profundas ao mercado e obrigado os consumidores a se adaptarem rapidamente diante dessa nova realidade digital. A internet modificou a forma como as pessoas encaram o entretenimento, assim como a comunicação e o relacionamento sociais.

Para isso é necessário utilizar de forma consciente todas as ferramentas de relacionamento, divulgação, acompanhamento e serviços de pós-vendas disponíveis.

Hoje em dia os consumidores querem ganhar tempo e por isso preferem comprar pela as lojas virtuais. As lojas virtuais crescem cada vez mais no Brasil e no mundo, conquistando os consumidores com as grandes ofertas e muitas facilidades.

Bibliografia

CARVALHO, Priscilla Bezerra Silva de; OLIVEIRA, Josué Petrônio Q. **E-commerce: perfil de estudantes universitários como consumidores virtuais**. Ano XIII, n. 02. Fevereiro/2017

FOLHA. **Brasil é o terceiro país do mundo que fica mais tempo online no celular**. (2015). Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/09/1679423-brasil-e-terceiro-pais-do-mundo-que-fica-mais-tempo-on-line-no-celular.shtml>> Acesso em 16 de outubro de 2018.

FÚCIO, Igor Ferreira; SOUZA, Reginaldo Adriano de; VENTURA, Rita de Cássia Martins de Oliveira; SOUZA, José Carlos de; LONGO, Lilian Beatriz Ferreira. **Perfil e-consumidor dos discentes do curso de administração de uma IES Brasileira**. Brazilian Applied Science Review, v. 2, n. 4, ed. especial, p. 1451-1469, 2018.

GARBIN, Ana Queli; CARDOSO, Lady Diana; OLIVEIRA, Evandro Luiz. ESTUDO COMPARATIVO ECONÔMICO/FINANCEIRO ENTRE UM E-COMMERCE DE VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS FEMININOS E UMA LOJA FÍSICA NO MUNICÍPIO DE XANXERÊ-SC. **Seminário de Iniciação Científica, Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão e Mostra Universitária**, 2018

GOMES, Diego Baptista. **Estudo da viabilidade econômica da implementação de uma unidade de negócios através de um portal de e-commerce no modelo B2B no segmento de skate**. Monografia. Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES. Lajeado, 2017

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

NASCIMENTO, André Ribeiro do; SILVA, Bruna Ferreira da; SANTOS, Gisele Gomes dos. **E-commerce: o melhor caminho no mercado atual**. Monografia. Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha” – UNIVEM. Marília, 2009

PATTAT, Tahinan. **E-commerce – comportamento do consumidor frente às transações online**. Monografia. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUI. Santa Rosa, 2014

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

SEBRAE. **Comércio Eletrônico**. (2017). Disponível em <
http://www.sebraepr.com.br/StaticFile/PortalInternet/img/cartilha_com_eletronico.pdf>
Acesso em: 16 de outubro de 2018

INSTAGRAMMERS E YOUTUBERS: A NOVA GERAÇÃO DE INFLUENCIADORES

Sara de Souza das Graças

Welinton Emanuel de Andrade

Witória Carolinny Viana Pereira

Introdução

Com o avanço tecnológico e a diversificação de recursos de mídia, as pessoas tem hoje em dia uma enorme facilidade em produzir conteúdo para internet, seja esse conteúdo uma informação ou apenas para o entretenimento do público alvo. Os produtores desses conteúdos, e que acabam adquirindo muitos seguidores tornam-se influenciadores digitais.

Nos últimos anos as redes sociais estão sendo voltadas como ferramenta de trabalho. Mundialmente duas redes sociais mais voltadas para esse recurso são o Instagram e o YouTube. As pessoas que trabalham com esses instrumentos de comunicação são nomeadas Instagrammers e YouTubers.

REDE SOCIAL PREFERIDA

No resultado geral, o Instagram foi citado como rede preferida por 47,1% dos respondentes. O Facebook ficou em segundo lugar, com 29,6% de preferência.

Gráfico 1. Preferência entre as redes sociais no Brasil (OLHAR DIGITAL, 2017)

Em um levantamento prévio, os maiores influenciadores do Instagram, em quantidade de seguidores são: Selena Gomez com 134 milhões de seguidores, Cristiano Ronaldo com 122 milhões e Ariana Grande passando a marca dos 118 milhões.

Segundo pesquisas do dia 23 de abril de 2018 feitas pelo site Vidmonsters, o ranking dos maiores YouTubers está formada por PewDiePie com 60 milhões de inscritos, HolaSoy German com 33 milhões, e em terceira colocação Dude Perfect com 28 Milhões.

Entre os diversos temas abordados pela rede social evidenciam os conteúdos mais procurados, sendo eles: moda, gastronomia, beleza e mundo fitness. Sete formatos de conteúdos de vídeos são mais procurados: Unboxing, Review, Reações, Tutoriais, Time-lapse, Vídeo de fãs, e Gameplay. Uma pesquisa feita recentemente apontou que a maior

parte dos usuários do YouTube tem mais de 35 anos, 18% dos usuários têm menos de 18 anos, 20% têm entre 18 e 34, 19% têm entre 35 e 44 anos e 21% ficam na faixa de 55 para cima (YOUTUBE, 2018).

Desenvolvimento

Se tornar um *digital influencer* atualmente é o objetivo de muitos jovens em todo o mundo. O termo se refere a uma pessoa que se torna referência em determinado segmento, de produto ou serviço, por ter um grande número de seguidores nas redes sociais, e uma capacidade de influenciar o seu comportamento (CARDOSO, 2016).

Há mais de 1,5 bilhão de usuários ativos todos os meses nas duas redes sociais, com um percentual na casa dos 60% de usuários diários (OLHAR DIGITAL, 2017). Desta maneira, há um mercado em potencial para uma demanda de canais e produção de conteúdo, que possa gerar receita e audiência.

Gráfico 2 – Número de acessos diários/médio nas redes sociais (OLHAR DIGITAL, 2017)

Instagram

O Instagram tem bastante engajamento os usuários, em outras palavras, as pessoas interagem e consomem conteúdo nessa plataforma. O número de seguidores depende bastante do seguimento de mercado pretendido. Outro fator importante a localização. Não

há um número de seguidores estipulados para obter retorno financeiro e de audiência (KARHAWI, 2017).

Existem quatro maneiras principais para obter receita no Instagram: (i) conteúdo patrocinado – publicações pagas por marcas que desejam divulgar produtos, serviços e até iniciativas sociais; (ii) divulgação de produtos com perfil afiliado – tornando-se parceiros de empresas que vendem produtos voltados para o público-alvo do perfil; (iii) produtos e serviços - usando o Instagram para divulgar produtos e serviços; e (iv) venda de fotos para banco de imagens – baseando-se no fato de algumas marcas precisam de fotos de qualidade todos os dias para compor suas próprias estratégias de comunicação digital (CARDOSO, 2016).

Estas propostas devem seguir lógicas mercadológicas para o crescimento da página/perfil e estabelecimento de uma audiência frequente. Para isso o usuário que almeja alcançar esse patamar detém certas características, como uma linha editorial própria (SILVA; TESSAROLO, 2016).

Também já existe um mercado de agenciamento e divulgação de influenciadores, que possibilitam investir em divulgação para obter retorno de seguidores, visualizações, curtidas e comentários, aumentando consideravelmente o engajamento com a plataforma. Algumas delas são consolidadas no mercado – *Airfluencers*, *Celebryts*, *Digital Influencers*, *Hubble* (CARDOSO, 2016).

Recentemente o Instagram desenvolveu um novo recurso, o IGTV, que permite a transmissão de vídeos maiores que um minuto – tempo padrão em postagens normais na plataforma. Este novo recurso aumenta a possibilidade de criar novos conteúdos e atrair uma quantidade maior de pessoas.

YouTube

O YouTube é uma plataforma apenas de vídeos de entretenimento cujo número de usuários ativos mentalmente ultrapassa os 2 bilhões de pessoas (OLHAR DIGITAL, 2017). É por isso que o site se tornou uma fonte de renda para diversas pessoas.

As maneiras de faturar dinheiro com a criação e exibição de vídeos dependem principalmente do público-alvo do canal, sua faixa etária, o gênero e a área de interesse.

O compartilhamento e as *curtidas* são duas ferramentas para divulgação e engajamento do público, além de termômetro do quão popular é aquela publicação (KARHAWI, 2017).

Os vídeos da plataforma são valorizados pela quantidade de exibições, sendo que a cada mil visualizações o site paga entre US\$ 1 e US\$ 5, isso traduz que os vídeos mais populares – os que ultrapassam mais de um milhão de visitas – podem render entre US\$ 1 mil à US\$ 5 mil (KARHAWI, 2017).

Metodologia

Ao construir a metodologia de uma pesquisa científica, é necessário caracterizá-la. É nesse momento que se esclarece a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenômenos e enfatiza qual é a natureza e o tipo de pesquisa que se mostram apropriados para definir o estudo a ser realizado (MISUNAGA; SILVA, 2016).

O método quantitativo se caracteriza pelo emprego da quantificação nas modalidades de coleta de informações e no tratamento dessas informações por meio de técnicas estatísticas (RICHARDSON, 2008). A quantificação deve permitir a obtenção de uma medida fiel, discriminante e válida. A medida fiel é a que permanece constante quando medida em condições constantes.

Sendo assim percebe-se que a qualidade dos estudos quantitativos é determinada pela combinação das técnicas de correlação usadas com o nível de planejamento e fundamentação teórica essencial a análise das hipóteses, para, dessa forma, obter melhor entendimento do comportamento de diversos fatores e elementos que influenciam sobre determinado fenômeno (RICHARDSON, 2008).

Na pressuposição básica da pesquisa quantitativa a realidade é constituída de fatos objetivamente mensuráveis. O objetivo é determinar as causas dos fatos. O modelo de abordagem é considerado experimental. Os pesquisadores exercem o papel imparcial e neutro (FIRESTONE, 1987)

A coleta de dados é a fase do método de pesquisa, cujo objetivo é obter informações da realidade. Nessa etapa, define-se onde e como será realizada a pesquisa, o tipo de pesquisa, a população, a amostragem, os instrumentos de coleta de dados e a forma como

pretende-se tabular e analisar seus dados. É a fase da pesquisa em que se reúne dados através de técnicas específicas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

O objeto de um trabalho científico é a sistematização metódica e objetiva de informações fragmentadas, seguida da identificação de suas relações e sequências repetitivas, com a finalidade de descobrir respostas para determinada questão-problema (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Será adotado o modelo de questionário para recolher os dados necessários para a pesquisa. O questionário é uma série ordenada de perguntas, respondidas por escrito. Pode ser constituído por vários tipos de perguntas, como: perguntas abertas, perguntas fechadas, perguntas de múltipla escolha. Os objetivos do questionário são perguntas de fato, perguntas de ação, perguntas de intenção, perguntas de opinião e perguntas teste (VIANELLO, 2013).

Atualmente, com o advento da informática, é natural que se escolham os recursos computacionais para dar suporte à elaboração de índices e cálculos estatísticos, tabelas, quadros e gráficos. Nessa etapa, pode-se lançar mão de recursos manuais ou computacionais para organizar os dados obtidos na pesquisa de campo (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Logo após há a interpretação e a análise dos dados tabulados, os quais foram organizados na etapa anterior. A análise deve ser feita a fim de atender aos objetivos da pesquisa e para comparar e confrontar dados e provas com o objetivo de confirmar ou rejeitar as hipóteses da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A partir das evidências observadas, a análise e a interpretação desenvolvem-se de acordo com a metodologia, com relações feitas através do referencial teórico e complementadas com o posicionamento dos pesquisadores (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Bibliografia

CARDOSO, Bruna Crasoves. **Influência das redes sociais da Digital Influencer Paula Feijó no comportamento de seus seguidores**. Monografia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Porto Alegre, 2016.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research**. Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores Digitais: conceitos e práticas em discussão**. Anais do XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação, 2017

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

OLHAR DIGITAL. **40% da população mundial está nas redes sociais, diz estudo**. (2017). Disponível em <<https://olhardigital.com.br/noticia/40-da-populacao-mundial-esta-nas-redes-sociais-diz-estudo/70226>> Acesso em: 16 de outubro de 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. **Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, 2016.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

VIDMONSTERS. **Youtubers famosos**. (2018). Disponível em <<https://vidmonsters.com/blog/youtubers-famosos/>> Acesso em 16 de outubro de 2018.

YOUTUBE. **Imprensa**. (2018). Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>> Acesso em: 16 de outubro de 2018.

COMO A PERFORMANCE DO COMPUTADOR INFLUENCIA NO DESEMPENHO DO ATLETA DE E-SPORTS

André Carlos De Assis Magalhães

Arthur Filipe De Assis Magalhães

Leone Guilherme De Freitas Dias

Vinícius Samuel Da Silva

Introdução

A evolução tecnológica iniciou novos segmentos do entretenimento. Um desses novos segmentos é a indústria do e-sports – os esportes eletrônicos. Por meio do computador os novos atletas possuem estatísticas em relação ao seu esporte para melhorar a habilidade e corrigir seus erros. Como instrumento essencial ao esporte, o computador pode influenciar tanto na vida pessoal do atleta quanto na vida profissional do mesmo. A depender do desempenho do computador os atletas podem melhorar seus níveis de habilidade, com novos treinos, ideias e novidades.

É importante que os atletas utilizem os computadores não apenas para a prática do e-sport em si, mas para ver resultados de torneios, classificações das tabelas de times e estudam próximos adversários procurando melhorar estratégias, sem falar no próprio marketing pessoal.

Esse trabalho, portanto, pretende demonstrar o quanto o uso do computador tem influenciado na carreira dos jogadores de e-sports, melhorando suas habilidades, trazendo novos treinos e novas táticas de jogos. Assim tem-se a intenção de investigar o quanto a capacidade do computador melhora os níveis de desempenho do atleta, ajuda na investigação de adversários e desenvolve os treinamentos individuais e em equipe.

Assim, esse trabalho se justifica na intenção de transmitir a importância da capacidade de processamento e desempenho de um computador, dentro de um ambiente competitivo que apareceu como nova modalidade esportiva nos últimos anos.

Referencial teórico

A história dos games

Os jogos virtuais estão evoluindo tanto na internet como também nos computadores. A maioria dos jogos *multiplayers* eram simples e jogados em universidades americanas. Em 1973 o *Mazewar* foi o primeiro jogo virtual onde jogadores trocavam tiros entre si, depois dele foram lançados outros vários jogos na década 1970. Um dos principais gêneros que se destaca e perdura até hoje são os *Role Playing Games* (RPG), caracterizados pelas interfaces gráficas destacadas (PEREIRA, 2014).

A evolução natural desses jogos resultou em jogos *Multi-User Dungeons* (MUD). Esses jogos chegaram a ter mais de 200 versões diferentes. Sua revolução foi tamanha que foi proibido em alguns países, como a Austrália. Em 1980 começaram a surgir os primeiros jogos online, a distribuições naquela época era feita por provedores da internet autorizados. Já então era possível mundos virtuais de grande escala, onde os jogadores conversavam enquanto jogavam (REIS, 2013).

Em 1990 outros vários títulos importantes foram lançados, como o *The Realm Online*, *Nexus: The Kingdom of the Winds* e *Meridian 59* que se tornou o lançamento mais importante daquela época. A década de 1990 foi importante porque teve o surgimento dos primeiros jogos de tiro, chamados de First-person Shooter (FPS) pela câmera do jogo posicionada proporcionando a visão em primeira pessoa, nesta época também foi que a internet e os computadores se tornaram mais acessíveis (REIS, 2013).

Ainda na década de 1990 outro gênero se tornou bastante popular, foram os Real-time Strategy (RTS), jogos de estratégia, que simulam batalhas com vários personagens, como uma guerra em que o jogador que não comanda só um jogador, mas todo um exército ou horda (PEREIRA, 2014).

Na década de 2000 os consoles começaram a ter acesso a internet. Esse evento deu maior visibilidade para as séries de esportes e de tiro, como FIFA, *Pro Evolution Soccer* (PES) e *Call of Duty*, que puderam ser praticados online também nessa plataforma. A diferença entre computadores e consoles será considerada trivial neste projeto, atendo-se apenas ao aspecto online dos jogos, que é, essencialmente, o mesmo (CRUZ JUNIOR, 2016).

Competições de games

Os videojogos possuem competições desde pouco tempo da sua criação. Quando a Atari realizou, em 1980, o primeiro campeonato de *Space Invaders*, reuniu mais de dez mil pessoas. Naquela época já se iniciavam as competições de games, o que mais tarde passaria a ser denominado *e-sports* ou *ciberesporte*. Em instâncias menores, por exemplo, se tinha quando a máquina de fliperama exibia um ranking dos maiores pontuadores ao fim de cada partida (LUPATINI, 2014).

Em 1994, com o sucesso do jogo Doom II, a Microsoft fez um campeonato mundial da modalidade no final do ano, aproveitando-se do início das conexões populares na rede mundial de computadores. A Nintendo também realizou competições durante a década de 1990, onde premiavam os vencedores com cartuchos de jogo prateados e dourados. Naquela época, entretanto, as competições não eram profissionais pois não exigiam rotinas de treino e estudo, nem premiavam em dinheiro ou envolviam contratos de patrocínio e salários (PEREIRA, 2014).

O panorama foi mudando de acordo com a evolução da tecnologia. A década de 2000 trouxe torneios de uma variedade de títulos. A medida que jovens talentosos iam se destacando em cada uma dessas competições, começavam a ganhar reconhecimento, e passaram a ser convidados especiais de torneios, sendo pagos por isso à medida que a popularidade crescia (LUPATINI, 2014).

As competições de *e-sports* não acontecem online, e sim offline com todos os jogadores no mesmo local físico. O motivo principal é a isonomia, evitando uma desigualdade técnica, os jogadores utilizam computadores semelhantes com a mesma conexão de internet, o que repele que deficiências tecnológicas alterem o resultado da partida. No entanto, a carreira de um jogador deste nível costuma ser construída online, na própria casa do jogador, por meio de transmissões ao vivo em plataformas digitais (LUPATINI, 2014).

Campeonatos de *e-sports* são usualmente transmitidos por plataformas de *streaming* pela internet, mas em países onde a popularidade é acentuada, como a Coreia do Sul, eles constantemente são transmitidos na TV aberta. Os jogadores sul-coreanos também são os que mais recebem mensalmente para jogar, com valores médios de 5 mil reais por mês

apenas para jogar (SEULA, 2017).

Um dos mais antigos campeonatos de *e-sports* é o World Cyber Games (WCG) que passou dos 20 mil reais em premiação, no primeiro ano, para 462 mil dólares em prêmios apenas seis anos depois, recebendo um número de jogadores sete vezes maior. Pelo aumento da exposição, diversas marcas começaram a investir em patrocínio para equipes ou jogadores específicos, cobrindo despesas e fornecendo equipamentos, a exposição acontece nas roupas, bonés entre outras (PEREIRA, 2014).

O *e-sport* mais disputado atualmente é conhecido como League of Legends (LoL), da Riot Games, em segundo lugar vem World of Warcraft (PADILHA, 2017). A Riot Games tem sido um dos principais incentivadores do *e-sports* no cenário mundial, valendo-se da popularidade atingida por seu principal título para organizar torneios mundiais de LoL por conta própria, gratificando com um alto valor em prêmios e também consequentemente oferecendo contratos de profissionalização aos melhores jogadores, para que se dediquem exclusivamente aos treinos. No Brasil, por exemplo, a final do torneio teve audiência de 115 mil pessoas por *streaming* e 8 mil pessoas *in loco* no WTC em São Paulo (LUPATINI, 2014).

Atração dos fãs pelos jogos pode não corresponder necessariamente a um interesse por *e-sports*, mas sim a um jogo individual, ou ao gênero em que ele está inserido. A carreira de um jogador profissional pode durar de dois a três anos em um mesmo jogo, mas o estabelecimento dos gêneros e mecânicas de jogo tende a aumentar esse ciclo cada vez mais no futuro. Além disso, o fim desse ciclo não representa obrigatoriamente a aposentadoria ou o fim da carreira deste jogador como atleta profissional, pois algo que todos os jogos têm em comum é um método de aprendizado e treino que já é dominado por estes indivíduos (LIMA, 2014).

Competir e ser profissional de *e-sports* são definidos de maneiras diferentes e a própria comunidade definiu os níveis de cada patamar. Os profissionais são aqueles que recebem dinheiro com a prática de *e-sports*, desta maneira estes se dedicam a aprimorar o tempo de jogo, os demais jogadores possuem objetivos próprios quando jogam (PEREIRA, 2014). Estes jogadores são definidos ainda pelos termos “*casual*” e “*hardcore*”, que ajudam os jogadores a encontrarem seus semelhantes, alinhando expectativas, o primeiro tipo é mais tranquilo e joga de maneira esporádica, o segundo é dedicado e busca se

transformar em profissionais (MACEDO, 2018).

A prática remunerada de *e-sports* no Brasil ainda é iniciante, especialmente comparada a países pioneiros no ramo como Estados Unidos e Coreia do Sul. A falta de uma associação de *e-sports* pode descentralizar a realização de torneios e por consequência diminuir as premiações, os valores de patrocínio e até o prestígio das competições. Por outro lado, muitas entidades se anunciam “oficiais”, o que dificulta a organização dos próprios jogadores nessa comunidade. Na Coreia do Sul, por exemplo, existe a KeSPA (*Korea e-Sports Association*), a associação dirige torneios e ligas, assim como as transmissões. Desta maneira profissional o país se tornou referência no mundo (PEREIRA, 2014).

No caso do Brasil a Riot Games teve destaque ao organizar e divulgar o campeonato oficial de sua própria franquia, oferecendo premiações razoáveis aos campeões e também assinou contratos com os times vencedores. Ao trazer pela primeira vez para o Brasil uma estrutura de campeonato comparável às do exterior, a empresa abriu precedentes para que outras produtoras percebam o potencial do mercado local (MACEDO, 2018).

Entretanto ainda é complicado falar em *ciberatletas* profissionais no Brasil, a mudança desse cenário ocorre e pode acelerar muito rapidamente. Com cada vez mais torneios de ponta sendo realizados.

A transmissão via *streaming* é outra coisa que atrai muito público. O *Twitch.tv* é aberto para qualquer um transmitir experiências de jogo. A comunidade, responsabiliza-se de decidir o que é mais importante para seus interesses, e a preferência pelos jogos fica claro pelo número de espectadores que assistem cada transmissão (SEULA, 2017).

No Brasil alguns sites são dedicados a games poucos abordam o único tema. Entre dois dos mais populares estão o site do SporTV, do Grupo Globo de Comunicação, e o Esporte Interativo, do Grupo Turner. Estes portais detêm páginas dedicadas exclusivamente ao *e-sports* como pode-se observar nas imagens abaixo.

Imagem 1. Cópia da página E-SporTV (Fonte: Divulgação Site Oficial)

Imagem 2. Cópia da página Esporte Interativo (Fonte: Divulgação Site Oficial)

Metodologia

O capítulo dedicado à metodologia destina-se a caracterizar a natureza do trabalho, estudando as opções de métodos para definição de dados e fenômenos (MISUNAGA; SILVA, 2016). Creswell (2007) afirma que a caracterização adequada da pesquisa auxilia, elencar todas as probabilidades para a coleta de dados em qualquer estudo. Desta maneira, entendendo o assunto abordado como de natureza subjetiva e que remete aos ideais dos pesquisadores em entender como ele se adapta à atual sociedade, compreende-se por necessário assumir uma abordagem de pesquisa qualitativa.

A pesquisa qualitativa é quando o fenômeno em estudo foi abordado, por meio de dados subjetivos, sobre uma realidade. Nesta natureza a realidade é construída de fenômenos e o objetivo é compreendê-los melhor com uma abordagem observacional de acordo com a qual o pesquisador precisa ser participante não neutro (MISUNAGA; SILVA, 2016).

A pesquisa de campo qualitativa descritiva é motivada a partir do momento em que se utiliza entrevistas, face a face, sobre o uso do computador pelos atletas, colhendo suas opiniões e impressões sobre os jogos virtuais, as competições e o ambiente de exigência do *e-sports* profissional.

Conclusão

Com esse trabalho percebe-se como o computador é fundamental é extremamente importante e sua performance influencia no desempenho do atleta de *e-sports*.

Referências:

CRUZ JUNIOR, Gilson. **Retóricas de um crime e poéticas do fora-da-lei: rastros de uma pedagogia do “mau exemplo” nos videogames**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2016

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LIMA, Luiz Henrique Magnani Xavier de. **Isto não é só um jogo: videogames e construção dos sentidos**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2014

LUPATINI, Lucas. **A cobertura midiática e a profissionalização do e-sports no Brasil: uma contribuição do feature radiofônico**. Monografia. Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2014

MACEDO, Tarcízio Pereira. **Like a Pro: dinâmicas sociais no e-sport**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Pará – UFPA. Belém, 2018

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PADILHA, Jaqueline dos Santos. **Entre a horda e a aliança na guerra por Azeroth: sociabilidade em torno do MMORPG World of Warcraft.** Monografia. Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2017

PEREIRA, Silvio Kazuo. **O videogame como esporte: uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais.** Monografia. Universidade de Brasília – UnB. Brasília, 2014

REIS, Leoncio José de Almeida. **Sozinho, mas junto: sociabilidade e violência no World of Warcraft.** Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2013

SEULA, Roger Sandro. **Jogando para vencer e jogando para entreter: análise comparativa da performance do pro-player brTT de League of Legends em live streamings.** Monografia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRG. Porto Alegre, 2017

LER/DORT

Bruno Henrique dos Santos

Gustavo Henrique Vasconcelos

Natália de Paula

RESUMO

Resumo. O trabalho terá como ponto de pesquisa as doenças ocupacionais na área de Tecnologia da Informação pois a área citada tem um grande número de doenças relatadas como a LER e a DORT que são relacionadas a movimentos repetitivos ou por ficar muito tempo em uma determinada posição e assim despertando o interesse dos pesquisadores.

Palavras-chave: Ergonomia, Doenças Ocupacionais, Posturas, Acidente do Trabalho, Cargo de Trabalho Físico.

Introdução

Essa pesquisa é direcionada à área da ergonomia no trabalho no setor de **Tecnologia da Informação (TI)**. Essa área precisa ser cada vez mais estudada, com isso por uma outra área que indica um grande número de doenças relacionadas, na ergonomia como por exemplo: **Lesão de Esforço Repetitivo (LER) e Doenças Osteomusculares Relacionadas ao Trabalho (DORT)**.

Partindo dessa exposição, o trabalho tem como foco de resposta em entender como alguns serviços realizados no setor de TI tem ocasionado tipos de doenças como o LER e DORT, de acordo com as atividades e o ambiente de trabalho. Pretende-se apontar as causas das doenças e melhorias.

Logo se mostra necessário seguir as seguintes etapas: (i) como as doenças musculares são adquiridas no ambiente de trabalho e (ii) como isso acaba afetando na vida pessoal desse indivíduo.

Com essa pesquisa pode-se acrescentar à ciência, que irá dispor diversos números e estatísticas de forma que se faça uma pesquisa mais aprofundada e, com isso, ajudar os profissionais, colaboradores e a sociedade em geral que esteja interessada em saber mais um pouco sobre o assunto.

Referencial Teórico

A **Tecnologia da Informação** ou TI, é o grupo de tarefas e soluções envolvendo **hardware, software, banco de dados, e redes** que atuam para facilitar o acesso, a análise e gerenciamento de referências. Simplificando, a TI foi criada para ajudar o ser humano a lidar com informações (PRATES; OSPINA, 2004).

A definição da ergonomia foi feita no ano de 1857 na égide do movimento industrialista europeu. O cientista polonês Wojciech Jarstembowsky quem fez a primeira definição, em uma perspectiva comum da época, referenciando ergonomia como um artigo da ciência natural entendendo-a como “uma ciência do trabalho que requer entendimento da atividade humana em termos de esforço, pensamento, relacionamento e dedicação” (CORREA, 2005).

A ergonomia tem a capacidade de melhorar a condição de trabalho para diversos tipos de atividades, como por exemplo um trabalhador que diante de um microcomputador e quando se senta à frente desse equipamento os dois formam um conjunto nem sempre correto. Muitos colaboradores nesse tipo de ambiente reclamam dores no pescoço, nas mãos, lombares, e muitos não sabem o por que isso acontece (VIDAL, 2000).

A intervenção ergonômica é um conceito muito importante que foi inicialmente desenvolvido pela escola francesa de ergonomia. Consiste em afirmar que a ergonomia resulta em transformações positivas no ambiente de trabalho. Isso reflete em modificações envolvendo tecnologias que modificam a situação do trabalho para torná-lo mais adequado (BURKE, 1998).

Nos estudos e práticas sobre as questões relacionadas à saúde e ao trabalho, os aspectos psicossociais vêm, gradualmente, ocupando um espaço crescente pois a presença de uma doença e ou a vivência de um acidente repercutem na vida familiar, laboral e social e no psiquismo do trabalhador.

LER/DORT

Essas doenças são causadas pelos exercícios nas mesmas posições diariamente no decorrer da sua função do dia-a-dia. Isso acarreta em manter as posições das mãos do mesmo jeito por um longo tempo, sem mudar a postura. Isso pode trazer consequências piores, não só na função exercida no trabalho, mas também na vida pessoal (GAEDKE; KRUG, 2008).

No Brasil, a síndrome de origem ocupacional, composta de afecções que atingem os membros superiores, região escapular e pescoço, foi reconhecida pelo Ministério da Previdência Social como Lesões por Esforços Repetitivos (LER), por meio da Norma Técnica de Avaliação de Incapacidade (1991). Em 1997, com a revisão dessa norma, foi introduzida a expressão Distúrbios Osteomusculares Relacionados ao Trabalho (DORT) (AUGUSTO *et al.*, 2008).

O “LER” geralmente acontece com pessoas que trabalham em escritórios e, usualmente, nas seções de tecnologia por ficarem digitando diariamente por várias e várias horas sem mudar a postura. Isso provocam câimbras e perda de força nos membros – não conseguem segurar objetos direito. O “DORT” advém de problemas musculares, como dor nas costas, nas pernas, provocado porque os músculos ficam sempre tensos. Muitas pessoas que trabalham com tecnologia apontam dor em parte das costas, provocadas por má postura ao não apoiar nas cadeiras, e (ou) ficar em posição ruim, curvada, e por isso, depois de um tempo, os ossos do corpo acabam adotando a nova posição, trazendo diversos problemas à saúde. Outra doença relatada provocada por má postura é o AVC (BARBOSA *et al.*, 2007).

Em algum tempo é preciso fazer um alongamento, levantar da cadeira, andar um pouco para respirar, tomar água e depois de ter feito isso poder voltar ao trabalho minimizando as dores e câimbras (BARBOSA *et al.*, 2007).

No trabalho de Barbosa *et al.* (2007) entrevistas com colaboradores expõe as dificuldades para depois de descobrir a doença que portavam, um trabalhador relatou não conseguia lavar as próprias roupas, carregar o filho no colo e até mesmo escovar os dentes. Outro trabalhador disse que sofreu com as doenças e para minimizar um pouco as dores que

sentia constantemente, passou a levar uma tala de proteção para colocar debaixo do braço para igualar a altura com a mesa e o computador, evitando um pouco as dores.

Os relatos mostram como consequência uma depressão profunda, oriunda das dificuldades que estavam passando, para alguns a vida não teria mais graça, se sentindo como um vaso quebrado. Muitos dos casos precisam de acompanhamento psicológico, necessário para pacientes que apresentam ansiedade (BARBOSA et al., 2007).

O tratamento da LER/DORT

Todos os fatores explicativos e os mais comuns da LER/DORT concorrem por ser difícil o seu diagnóstico e tratamento. Seus portadores, em geral, apresentam situação médica onde a dor crônica não condiz com determinados exames clínicos. A ausência de melhora e a grande dificuldade associada aos casos têm demonstram pouca eficácia dos tratamentos isolados (MERLO; JACQUES; HOEFEL, 2001).

Uma sugestão terapêutica complementar, possível para considerar fatores da LER/DORT, são relacionadas aos exercícios de relaxamento e fortalecimento muscular. Essas duas maneiras de tratamento almejam consolidar terapias alternativas, além do tratamento clínico, da LER/DORT. Informações auxiliam os profissionais que trabalham com a doença, permitindo compreender dimensões obscuras ao observador externo, desta maneira desenvolver debates sobre a doença e todo o contexto psicossocial que a envolve podem diminuir o sofrimento provocado pelos fenômenos emocionais que lhe é simultâneo. Por fim, construir representações acerca da doença entre seus portadores que minimizem a punição individual e a mostrar as explicações baseadas em discriminações e no senso comum (OLIVEIRA, 2015).

Outros fenômenos determinantes do tratamento é aumentar o conhecimento levantado por meio de informações, constituindo um local onde os portadores dividam sentimentos e percepções com relação às doenças criando estratégias de saúde, criando possibilidades para lidar com a dor crônica, para acabar com o ciclo da dor e minimizar os reflexos no cotidiano dos pacientes. É propor procedimentos terapêuticos, entendendo a recuperação de cada indivíduo proporcionando fortalecimento muscular por meio de exercícios físicos, utilizando-se de terapias conservadoras – medicação, fisioterapia e acupuntura – como opção de tratamento (OLIVEIRA, 2015).

A intenção é que os doentes possam conviver de maneira coletiva e individual com os limites impostos pela doença, dando apoio mutuamente entre eles, assim com o apoio de outros lugares da comunidade – Centros de Referência, Sindicatos, ONGs – até as opções de reinserção em atividades múltiplas, inclusive mesmo as de caráter produtivo e o aumento da amplitude articular (COSTA, 2015)

A extensão dos objetivos não sugere ignorar as diferenças de grupos e de indivíduos em particular. As terapias com grupos foram nomeadas de Grupos Temáticos e Grupos de Intervenção. Os primeiros são organizados previamente, curtos, com objetivos de introduzir as abordagens grupais, incluindo um número extensivo de portadores de LER/DORT (MERLO; JACQUES; HOEFEL, 2001).

Os segundos, de acordo com a rotina proposta, devem ocorrer posteriormente à realização de Grupos Temáticos possuía eficácia tende a aumentar se já tiver sido previamente trabalhada a participação em grupos de discussão. A avaliação desses grupos é realizada através de uma abordagem objetiva (exame da incapacidade física) e de uma apreciação dos participantes quanto às expectativas alcançadas (MERLO; JACQUES; HOEFEL, 2001)

Metodologia

As informações apresentadas são voltadas para a área de doenças ocupacionais no setor de tecnologia da informação, essa pesquisa se concentrará em entrevistas com trabalhadores que sofrem doenças como a LER e a DORT, pois essas doenças são mais comuns do que em outros setores. Documentos apresentados como fonte de informação e desenvolvimento do trabalho.

Pesquisa Qualitativa:

Essa pesquisa é definida como qualitativa, pois será implementada com dados reais, apresentados sob o ponto de vista dos pesquisadores e também com pesquisas em diferentes artigos. Essa pesquisa traz entrevistas e depoimentos prestados pelos portadores dessas doenças podendo extrair um ponto de vista mais abrangente sobre o determinado assunto (MISUNAGA; SILVA, 2016).

O levantamento documental intenciona saber o motivo pelo qual essas doenças são comuns na área de trabalho citada e o impacto das mesmas na vida dos indivíduos na sociedade moderna, com a pesquisa e as entrevistas apresentadas pretende-se obter dados que podem ser incrementados à ciência.

Coleta de dados:

Na coleta de dados a pesquisa será realizada em documentos recebidos e arquivos da rede de computadores. As informações do documento devem ter como base diversos artigos relacionados ao tema proposto, depois de uma pesquisa e a leitura chega-se em dados das pesquisas que apresentam que as consequências das doenças ocupacionais em vários setores de trabalho e principalmente a área de TI.

O interessante é entender o achado dos diversos autores diferentes, assim difundindo essas opiniões, e formando novos pontos de vista. Isso baseará a entrevista, que deverá ser construída com um roteiro semiestruturado, objetivando entender as consequências das doenças para os seus portadores.

Como a pesquisa apresentada é qualitativa a realidade é construída de fenômenos socialmente construídos e assim compreender melhor os fenômenos, depois de se observar os fatos aqui apresentados diante do ponto de vista do participante não neutro do fenômeno apresentado (FIRESTONE, 1987).

Tabulação, análise e interpretação

Nessa etapa de tabulação de dados, os dados seriam organizados do ano da publicação dos arquivos de onde as informações foram retiradas em ordem cronológica, assim os arquivos serão mais fáceis de ser encontrados. Atualmente com os recursos disponíveis à tabulação dos dados serão selecionados os dados computacionais por dar um suporte mais avançado, e assim também ter as facilidades de encontrar esses dados serão melhores em relação aos dados manuais.

Essa fase da pesquisa, analítica e descritiva, prevê a interpretação e a análise dos dados, os quais foram organizados na etapa anterior. A análise foi feita a fim de responder aos objetivos da pesquisa e fazer comparações e confrontar dados e provas com o objetivo de

confirmar ou rejeitar a (s) teoria (s) ou as suposições da pesquisa em relação a LER/DORT na área de TI. (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A análise e a interpretação se apresentam das evidências coletadas, de acordo com a metodologia, depois de fazer o referencial teórico os pesquisadores têm um breve posicionamento que a LER/DORT pode ser reduzida com exercícios periódicos antes, durante e depois do horário de trabalho e com o posicionamento durante o expediente e fora dele.

Depois da etapa de coleta de dados, os pesquisadores implantam todas as informações necessárias para se concluir o trabalho. Isso significa que, nessa etapa, as hipóteses sobre o tema pesquisado já terão sido verificadas e as repostas do problema, se a pesquisa foi concluída, serão apresentadas com as conclusões sobre doenças ocupacionais na área de TI.

Bibliografia

AUGUSTO, V. G.; SAMPAIO, Rosana F; TIRADO, M. G. A.; MANCINI, Marisa Cota; PARREIRA, Veronica F. **Um olhar sobre as LER/DORT no contexto clínico do fisioterapeuta.** Revista Brasileira de Fisioterapia, v. 12, n. 1, p. 49-56, 2008

BARBOSA, Maria do Socorro Aléssio; SANTOS, Regina Maria dos; TREZZA, Maria Cristina Soares Figueiredo. **A vida do trabalhador antes e após a Lesão por Esforço Repetitivo (LER) e Doença Osteomuscular Relacionada ao Trabalho (DORT).** Revista Brasileira de Enfermagem, Brasília, v. 60, n. 5, 2007.

BURKE, Mike. **Ergonomics Tool Kit**, Aspen Publication, Maryland, USA 1998

CORREA, Vanderlei Moraes. **Introdução à ergonomia.** In Ergonomia. Porto Alegre: Grupo A Editora, 2005

COSTA, Nathália Carvalho. **O perfil dos trabalhadores acometidos por LER/DORT e as repercussões sobre sua qualidade de vida.** Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Viçosa – UFV, Viçosa, 2015.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research.** Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

GAEDKE, Mari Ângela; KRUG, Suzane Beatriz Frantz. **Quem sou eu? A identidade de trabalhadoras portadoras de LER/DORT.** *Revista Textos & Contextos*, Porto Alegre, v. 7, n. 1. p. 120-137, 2008.

MERLO, Álvaro Roberto Crespo; JACQUES, Maria da Graça Corrêa; HOEFEL, Maria da Graça Luderitz. **Trabalho de grupo com portadores de LER/DORT: Relato de experiência.** *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 14, n. 1, p. 253-258, 2001

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

OLIVEIRA, Mariana Branco de. **A abordagem de pacientes com dores crônicas e cuidados paliativos na Estratégia de Saúde Familiar.** Monografia .Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ. Rio de Janeiro, 2015

PRATES, Gláucia Aparecida; OSPINA, Marco Túlio. **Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios.** *Revista de Administração Contemporânea*, v. 8, n. 2, 2004

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

VIDAL, Mario César. **Introdução à ergonomia.** Curso de Ergonomia. Especialização em Ergonomia. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000

EVOLUÇÃO DOS JOGOS E O USO COMO FERRAMENTA EDUCACIONAL

Cintia Heloisa

Jorge Diniz

Robson Cosme

RESUMO

Esse trabalho se dedica a estudar a influência dos jogos eletrônicos na educação e no desempenho escolar. Espera-se encontrar resultados que indiquem a melhor utilização dos games na educação demonstrando as diversas formas do uso dos games, não só como um objeto de diversão, mas como uma contribuição para interação e socialização dos mesmos.

Palavras-chave: games, jogos eletrônicos, educação, interação e jogos digitais

Introdução

Esta pesquisa tem como objetivo apresentar a evolução dos videojogos, popularmente conhecidos por *games*, desde o início do desenvolvimento da tecnologia até sua posição no mercado atual. Inserida na sociedade os jogos estão em constante desenvolvimento, ampliando os meios de educação, comunicação e novas formas de interação e socialização.

Essas tecnologias dependentes de processamento em tempo real e, por isso, são influenciadas pela evolução da computação, tanto do ponto de vista do hardware quanto do software. O que antes se restringia a computadores de grande porte e a aplicações de computação gráfica foi atualmente expandido para microcomputadores, plataformas móveis e Internet, envolvendo aplicações gráficas, sonoras, gestuais e de reação de tato e força.

A história dos videogames

A primeira geração de consoles deu início à paixão de milhões de pessoas. Formados por Odyssey 300, Channel F e o Super Pong, foram aparelhos que, em sua maioria, rodavam diferentes versões do jogo Pong, jogo que simulava tênis de mesa. A segunda geração estabeleceu uma rápida expansão dos videogames com destaque para o lançamento do Atari 2600, mas também com outros consoles pouco conhecidos, como o Intellivision, o Arcadia 2001 e o primeiro console portátil, o Microvision (BGS, 2017).

Após esse período algumas franquias tiveram início, como *Sonic the Hedgehog* (1991), *Super Mario Bros.* (1985) e *Final Fantasy* (1987) em consoles como a Nintendo Entertainment System (NES) e Master System. Estes equipamentos foram continuados por Mega Drive, NeoGeo, Super Nintendo (SNES) e TurboGrafx16 que devido à grande competição, alguns deles não tiveram o sucesso esperado, tendo a Nintendo (SNES) e a Sega (Mega Drive) obtido maior destaque (BGS, 2017).

Após o lançamento de uma quinta geração, com evolução da qualidade técnica e aumento da capacidade de processamento, os videogames se popularizaram ainda mais com o Playstation (SONY) e Nintendo 64 (Nintendo). A partir da entrada da Microsoft nesse mercado, com a primeira versão do XBOX, a competição por determinados nichos aumentou bastante com o lançamento de uma nova geração de consoles que tinha, além da marca americana, Playstation 2 (SONY) e Gamecube (Nintendo). Atualmente, as três empresas evoluíram para uma sétima e oitava geração, marcada por Playstation 3 e 4, XBOX 360 e One e, por fim, Nintendo Wii e Wii U (BGS, 2017).

Referencial Teórico

Os games são derivados dos jogos “tradicionais”, divididos em diversas categorias, mas a principais características dos games é que proporcionam ao jogador criar um ambiente controlado pelo auxílio da tecnologia computacional (KRUGER; CRUZ, 2001).

Sabendo que os games contribuem para a criação de um ambiente virtual, que oferece novas formas de interagir sobre a realidade, os games podem ser simplificadores da aprendizagem e desenvolver importantes habilidades, como percepção, a criatividade e o raciocínio (PRENSKY, 2001; GEE, 2003).

Com o avanço da tecnologia os jogos ampliaram a forma de entretenimento. Possibilitando novas formas de produção, divulgação e aprendizagem, ampliando os segmentos da informação como mecanismo de interação.

O avanço tecnológico dos games possibilitou uma mudança na forma como consumimos entretenimento. Segmentos como educação e jornalismo podem – e alguns já estão – incorporando elementos dos jogos em seus processos de produção, divulgação e disseminação de informação e conhecimento (BARBOZA; SILVA, 2014).

A evolução dos jogos eletrônicos está ligada profundamente à evolução de dispositivos tecnológicos como a televisão, o computador, os processadores de imagem e os sistemas de transmissão de dados (BARBOZA; SILVA, 2014).

“Os jogos são um representante cultural das Sociedades antigas e modernas. Acompanham o crescimento humano e enriquecem as experiências entre as pessoas” (GULARTE, 2010, p. 17).

Para a criação de um jogo o principal conceito do desenvolvedor é saber como o jogador conseguirá entender a finalidade e o objetivo do desafio para chegar ao resultado final. “Qualquer pessoa que for apresentada às informações tem de conseguir entender os objetivos do conceito do jogo” (CHANDLER, 2012, p. 215).

O roteiro de um jogo deve evitar que o objetivo seja duvidoso ou confuso para o jogador, que torne a experiência do jogo mais interessante. Algumas dessas características importantes de “gancho do jogo – *cliffhanger*”, não havendo necessidade de ser demasiadamente detalhado ou rebuscado (CHANDLER, 2012).

De fato, os *players* demonstram atração por obstáculos desafiantes, é desta maneira que os jogos mais complicados tendem a uma maior quantidade de jogadores. Dentro do trabalho de Schuytema (2011), há uma entrevista em que um dos jogadores analisados comenta da forma como os desafios surgem durante o mapa, e como isso é realmente a diversão proposta nos videojogos.

As variações de jogos

Os jogos de *Role Playing Games* (RPG) surgiram na década de 70 nos EUA se espalhando rapidamente pelos grupos de jovens daquele país, estes tipos de jogos se baseiam em uma realidade criada pelos jogadores seguindo e criando suas próprias regras. O RPG se constitui a partir de 4 a 5 players que contém características distintas. “O RPG é um jogo de interpretação grupal desenvolvendo-se no plano da imaginação. É uma atividade oral que requer leituras diversas para fomentar a imaginação dos jogadores” (BRAGA, 2007, p.3).

Os jogos do tipo *Multi-User Dungeons* (MUD) foram a primeira experiência de interação surgida na rede, a transposição do jogo de RPG para a internet onde os players podiam jogar com participantes de diferentes lugares, enriquecendo mais as variações da forma de jogo e a cultura, assim se dão início às práticas sociais (LESNIESKI, 2008).

Os jogos do estilo *First Person Shooter* (FPS) seguiram a esteira da popularização dos jogos digitais, apresentando uma dinâmica para o jogador onde o objetivo é destruir o inimigo utilizando-se de armas de fogo e aparatos de aniquilação. Esse tipo de jogo é caracterizado pela visualização da câmera – em primeira pessoa – onde o personagem protagonista não é visto, e sim encarnado. Desta maneira o jogador tem a impressão de participar dos eventos em ação no monitor, tendo como missão destruir o máximo de inimigos (LESNIESKI, 2008).

O game como ferramenta educacional

O Programa Nacional de Tecnologia Educacional (ProInfo) é um programa educacional que visa promover o uso pedagógico da informática nas escolas da rede pública. Assim, este programa disponibiliza computadores e outros recursos, tendo como contrapartida a garantia de estrutura por parte dos estados e municípios (MEC, 1997).

Os primeiros jogos surgiram com a intenção de organizar estratégias de guerras, por volta de 3.000 a.C na China. Após as Grandes Guerras, os games passaram do âmbito militar para à esfera comercial (ROSA; AZUAYA, 2006). Essa desmistificação do jogo como apenas brincadeira, conduz a atenção para a relação que existe entre o entretenimento eletrônico e a educação dentro da sociedade contemporânea (ZANOLLA, 2010).

É por isso que os jogos eletrônicos se bem utilizados, tem contribuído para a formação de crianças, jovens e adultos. Os *games* estão cada vez mais apresentando informações de maneira interativa, divertida e lúdica, contribuindo para o processo de formação. O ato de transportar a diversão digital para a validade educacional intensifica-se as camadas de envolvimento das crianças, jovens e adultos com a ludicidade da ação. Ao mesmo tempo, forma e informa o público de diversos conteúdos culturais, históricos, econômicos e sociais (YANAZE, 2012).

Estudos demonstraram que os jogadores de *games*, obtiveram maior sucesso acadêmico, apresentando habilidades superiores de leitura e compreensão, aprendidos por meio dos jogos. Essa comparação foi realizada com a utilização de 23 diferentes tipos de entretenimento interativo, resultando no dado em que os videogames contribuem também para o pensamento crítico (KROTOSKI, 2005).

O avanço tecnológico transforma em uma adaptação das diversas maneiras de trabalhar a educação, isso inclui modificar os tratamentos dados aos *videogames* e seus consumidores, que podem usufruir de modelos e maneiras novas de aprendizado, aproveitando da forma lúdica em que se joga.

Metodologia

É na caracterização da metodologia de pesquisa que se esclarecem os procedimentos para a descrição e explicação de fenômenos e se faz necessário enfatizar qual é a natureza e o tipo de pesquisa que se mostram apropriados para definir o estudo a ser realizado (MISUNAGA; SILVA, 2016).

É caracterizada como pesquisa qualitativa aquela cujos fenômenos em estudos, são analisados por meio de dados subjetivos. O resultado da pesquisa não é analisado somente pelo entendimento do pesquisador, mas pelo processo de coleta a partir da pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

A pesquisa qualitativa não segue uma sequência, a perspectiva principal está relacionada ao processo e não no resultado. Caso ocorra algum problema na coleta de dados não considerado como falha (TRIVIÑOS, 2012).

A pressuposição básica é a de que a realidade é constituída de fatos objetivamente inacabáveis, sendo assim o objetivo deverá determinar as causas dos fatos. O tipo de abordagem realizada para a coleta de informações será experimental, e o papel do pesquisador terá de ser a de envolvido no processo (FIRESTONE, 1987)

A etapa de coleta de informações pretende recorrer à pesquisa documental indireta. A técnica empregada será a pesquisa documental, como base essa coleta utiliza documentos escritos ou não, fontes estatísticas como IBGE, IBOPE, Departamentos e Institutos de Estatística, sendo assim, suas fontes de documentos são: Arquivo público (documentos oficiais, jurídicos e outros) e arquivos particulares (autobiografia, correspondências, ofícios, atas e outros) (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Conclusão

Dada à importância do assunto, torna-se necessário o desenvolvimento de novas formas de educação, pois além de melhorar a assimilação entre teoria e prática, estimula a persistência, usando a maneira e a determinação do jogador em continuar. Quando se está ganhando, é estimulado a seguir em frente pelo nível de dificuldade que aumenta a cada etapa. Quando se está perdendo, tem a possibilidade de tentar mais uma vez e provocar o senso de persistência.

Além de os videojogos proporcionarem novas formas de aprendizado pode potencializar o trabalho em equipe, contribuindo para novas maneiras de interação e socialização.

Referências bibliográficas:

BARBOZA, Eduardo Fernando Uliana; SILVA, Ana Carolina de Araújo. **A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame**. V Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, Campo Grande, 2014

BGS (Brasil Game Show). **Evolução do Videogame**. (2017). Disponível em < <http://www.brasilgameshow.com.br/evolucao-do-videogame/>> Acesso em: 09 de outubro de 2018.

BRAGA, Jane Maria. **Aventurando Pelos Caminhos da Leitura e Escrita de Jogadores de Role Playing Games**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. Juiz de Fora, 2007

CHANDLER, Heather Maxwell. **Manual de produção de jogos digitais**. Tradução: Aldir José Coelho Corrêa da Silva. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research**. *Educational Researcher*, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

GEE, James Paul. **What video games have to teach us about learning and literacy**. New York: Palgrave/Macmillan, 2003.

GULARTE, Daniel. **Jogos eletrônicos: 50 anos de interação e diversão**. Teresópolis, RJ: Novas Ideias, 2010.

KROTOSKI, A. The social life of virtual worlds. **Intersection: Journal of Contemporary Screen Studies**, v. 1, n. 1, p. 1-12, 2005.

KRUGER, Fernando Luiz; CRUZ, Dulce Márcia. **Os jogos eletrônicos de simulação e a criança**. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande, 2001

LESNIESKI, Marlon Sandro. **A evolução dos jogos online: Do RPG ao MMORPG**. IX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. Guarapuava, 2008

MEC (Ministério da Educação e Cultura). **Programa Nacional de Tecnologia Educacional – ProInfo**. (1997). Disponível em < <http://portal.mec.gov.br/secretaria-de-educacao-a-distancia-sp-2090341739/programas-e-acoes?id=244> > Acesso em 09 de outubro de 2018.

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia**. Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

PRENSKY, Mark. **Digital Natives, Digital Immigrants**. MCB University Press, v. 9, n. 5, 2001

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

ROSA, André R.; AZUAYA, Antônio Carlos A. **Jogos de Empresa na Educação Superior no Brasil: Perspectiva para 2010**. In: Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-graduação em Administração, v. 30, 2006

SCHUYTEMA, Paul. **Design de games: uma abordagem prática**. Tradução: Cláudia Mello Belhassof. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação. 1.ed. 21 reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

YANAZE, Leandro. **Tecnopedagogia: os games na formação dos nativos digitais**. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2012.

ZANOLLA, Silvia Rosa Silva. **Videogame, educação e cultura: pesquisas e análise crítica**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2010.

SEGURANÇA DO TRABALHO

Laís Martins Urbano

Lígia Vitória Furtado

Lucas Duarte Dos Santos

RESUMO

Este trabalho tem como propósito falar sobre, as técnicas em ambientes de trabalho, que visa estudar a relação entre homem e trabalho. A ergonomia pode oferecer ao ser humano um conforto apropriado e vários métodos de prevenção contra acidentes, a má postura, doenças ocupacionais, ela pode ser entendida como a principal adaptação do trabalho ao trabalhador, alterando as formas de trabalho, proporcionando ao trabalhador a possibilidade de realizar suas atividades com mais desempenho, agilidade, satisfação e segurança.

Palavras-chave: Ergonomia, Força no Trabalho, Carga de trabalho, Doenças ocupacionais, Segurança do trabalho.

Introdução

Esta pesquisa aborda o conceito de ergonomia, que cada vez se mostra necessário para entendimento e estudos na intenção de prevenir doenças provocadas pelo trabalho. A ergonomia se mostra cada vez mais precisa dentro das empresas, seja em qualquer setor de trabalho, ela pode ser entendida como a adaptação do trabalho ao trabalhador, alterando as formas de labuta, proporcionando ao funcionário a possibilidade de realizar suas atividades com mais desempenho, agilidade, satisfação e segurança.

Referencial Teórico

A palavra “ergonomia” foi escrita pela primeira vez por W. Jastrzebowski em um ensaio intitulado “ergonomia ou ciência do trabalho baseada nas leis objetivas da ciência da natureza” em 1857. Mais tarde, o conceito se desenvolveu durante a II Guerra Mundial

como uma área de conhecimento humano atrelada a tecnologia e biologia (DUL; WEERDMEESTER, 1995).

Em 1949, foi criada na Inglaterra, mais precisamente em Oxford, a primeira sociedade de ergonomia, a “*Ergonomics Research Society*”. Em 1959, foi organizada a Associação Internacional de Ergonomia, em Estocolmo (MARTINS, 2011). Segundo essa organização os estudos na área devem se dividir em três subáreas: (i) física, tratando das reações do corpo humano quando exposto ao trabalho; (ii) cognitiva, também conhecida como engenharia psicológica, e lida com a relação entre os seres humanos e fatores decisivos, de desempenho, erro humano e treinamento; e (iii) organizacional, também chamada de macro ergonomia, voltada a eficiência dos sistemas na busca de conjunto de processos que maximize o rendimento dos trabalhadores (ABRANTES, 2011).

O conceito diz respeito a adaptação do ambiente de trabalho ao indivíduo, é definido por aplicação das ciências biológicas em conjunto com a engenharia para ajustar ser humano e trabalho assegurando eficiência e bem-estar (MIRANDA, 1980). Abraão e Pinho (2002) a tratam como abordagem ao trabalho e suas interações para produzir conhecimento, ferramentas e princípios, gerando condições para melhorar a relação do homem com o trabalho.

Em termos científico-acadêmico, a ergonomia é uma disciplina ainda bastante recente, evoluindo para uma área de estudo e almejando alcançar o *status* de ciência. De forma que, assim como outras áreas de estudo recentes, tem fundamentos em outras grandes áreas de estudo, como a Psicologia Experimental. Para Abraão e Pinho (1999) o arcabouço teórico dessa disciplina inclui a Antropometria, a Fisiologia, a Psicologia, a Sociologia e a Engenharia.

Atualmente ela se insere entre o conjunto das disciplinas que estuda a organização do trabalho. Desta maneira, dois objetivos são fundamentais para os estudiosos de Ergonomia. Aplicar e desenvolver técnicas de adaptação do trabalho ao ser humano, e produzir conhecimento sobre trabalho, condições e a relação do homem com o trabalho (MONTMOLLIN, 1990; WISNER, 1987).

Desta maneira, a Ergonomia se define como uma articulação entre todas essas áreas. Dejours (1997) afirma que a Ergonomia atua como uma alavanca para os estudos em

outras áreas, produzindo estudos em lacunas observadas nas grandes áreas da ciência. Entretanto, essa mesma alavancagem produz conflitos entre estudiosos, levando a uma busca por transformar a própria Ergonomia em uma área da ciência.

A Ergonomia no Brasil

Em agosto de 1963 foi estabelecida a Associação Brasileira de Ergonomia (ABERGO). Partindo do aparecimento recorrente do termo e de estudos nos meios acadêmicos e empresariais em outros países do mundo. Com o estabelecimento de uma organização, iniciou-se a busca por regras, leis e regulamentos que exigissem das empresas ambientes de trabalho adaptados, seguros e saudáveis (SOARES, 2008).

A legislação nacional passou então a reconhecer os alertas iniciados pela associação, dedicando-se a estabelecer uma Norma Regulamentadora específica para a área (NR-17) em 1990. Desta maneira, se identificou como riscos ergonômicos, o uso de computadores, postura imprópria, mobiliário inadequado, ritmos exagerados de trabalho, monotonia e repetitividade. Outros riscos identificados condizem com o ambiente, incluindo ruído, temperatura, iluminação e outros fatores que expõem os trabalhadores ao risco de acidente (MANUAL NR-17, 2002).

Os estudos sobre o tema no Brasil têm seguido uma linha parecida com o que há internacionalmente e evoluído de maneira significativa. Os estudos têm abordado temas como características dos materiais de trabalho, peso dos instrumentos, resistência dos comandos, dimensões dos postos de trabalho. Outra vertente estuda a duração das jornadas de trabalho, os modelos de treinamento e liderança (SANTOS, 2000). Estas linhas devem ter maior enfoque, uma vez da mudança com a Reforma Trabalhista pode afetar os trabalhadores nesse sentido.

A ergonomia afetou e contribuiu em projetos e modificações nos ambientes de trabalho no Brasil, maximizando a produção ao passo que determina melhores condições de saúde e bem-estar para estes ambientes. Neste contexto, não foi importante apenas considerar maquinário e equipamentos, mas também toda a situação organizacional. Isso provocou uma diminuição nos afastamentos por acidentes de trabalho e lesões oriundas do trabalho (FREITAS; MINETTE, 2014).

Ao transformar o ambiente de trabalho para proporcionar a integridade dos operadores,

os ergonomistas passaram a ter reconhecimento do mercado sobre a importância do funcionamento humano e das maneiras de atuação nos processos e situações do trabalho (SANTOS; ZAMBERLAN, 1992). Isso promoveu não apenas ajustes em termos de objetos, mas também em relação ao aumento das atividades físicas e cognitivas no ambiente de trabalho, fugindo da linguagem de aptidões simples que eram usadas para definir as qualidades exigidas dos operadores para executar o trabalho (SANTOS, 2000).

Por fim é preciso entender a ergonomia como aplicações que podem ser atribuídas em diversos locais, da indústria aos prestadores de serviços, no sentido de aperfeiçoar não apenas a relação homem-máquina, como também toda a relação de homem-trabalho. Da agricultura à mineração, é possível aplicar os conceitos da Ergonomia para transformar a vida do trabalhador em uma posição mais confortável, desejável e atrativa. Ao extrapolar os limites do ambiente de trabalho, a Ergonomia pode ser tratada desde aos transportes públicos aos ambientes domésticos, transformando então a relação do indivíduo com todo o ambiente, não apenas àqueles em que ele se dedica ao trabalho.

Metodologia

A natureza dessa pesquisa será de a de um estudo qualitativo. A pesquisa qualitativa trata o fenômeno por meio de dados abstratos, sobre a realidade. Isto é, o acontecimento é averiguado não apenas com o que está “diante dos olhos” do pesquisador, sendo que serão demonstrados a partir da pesquisa (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Conforme a pesquisa qualitativa, há uma vantagem em buscar também o lado subjetivo dos fenômenos, sendo assim o pesquisador buscar por declarações que se modificam e dados importantes para a pesquisa. Nesse sentido, podemos salientar que a pesquisa qualitativa não lida apenas com dados evidentes, mas do mesmo modo procura buscar os dados complexos e não revelados de uma realidade (DEMO, 2000)

Triviños (2012) afirma que uma das raízes da pesquisa qualitativa está no campo da antropologia e, em seguida, nas práticas dos sociólogos em seus estudos sobre a vida em comunidades. Os pesquisadores perceberam que muitas informações sobre a vida dos povos não podiam ser quantificadas e precisavam ser interpretadas de forma mais ampla e aprofundada.

A ferramenta de coleta de dados proposta é o modo de pesquisa, do qual propósito é conseguir conhecimentos do que foi produzido em termos de Ergonomia. Nesta fase, decide em que parte e como será feita a pesquisa, gênero da pesquisa, o universo da pesquisa, a demonstração, as ferramentas de coleta de dados e a forma como pretende-se tabular e analisar seus dados. É a etapa da pesquisa em que junta dados pelo meio de técnicas específicas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Nesta pesquisa far-se-á uma observação direta intensiva de algumas empresas a respeito da ergonomia, utilizando os sentidos para obter aspectos da realidade, examinando fatos e fenômenos que se deseja estudar, o que coloca o pesquisador em contato direto com a realidade, diante de comportamentos não percebidos pelos sujeitos, podendo ser variável, em segundo os meios utilizados por observação não estruturada e estruturada, segundo a participação do observador, em observação não participante e o participante, segundo o número de observações em observações individual e em equipe, e segundo lugar onde se realiza, na vida real e em laboratório (VIANELLO, 2013).

Bibliografia

ABRAHÃO, Júlia I.; PINHO, Diana. **Teoria e prática ergonômica: seus limites e possibilidades**. In M.G.T. Paz & A. Tamayo (Orgs), Escola, saúde e trabalho: estudos psicológicos. Brasília: Editora Universidade de Brasília, p. 229-240, 1999

ABRAHÃO, Júlia I.; PINHO, Diana. **As transformações do trabalho e desafios teóricos e metodológicos da ergonomia**. Estudos de Psicologia, v. 7, n. especial, jan. 2002

ABRANTES, José. **A ergonomia cognitiva e as inteligências múltiplas**. VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGeT, 2011

DEJOURS, Christophe. **O fator humano**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

DUL, Jan; WEERDMEESTER, Bernard. **Ergonomia Prática**. São Paulo: Editora Edgard Blücher LTDA, 1995

FREITAS, Marcelo Pinto; MINETTE, Luciano José. **A importância da ergonomia dentro do ambiente de produção.** IX Simpósio Acadêmico de Engenharia de Produção, Viçosa, 2014

MANUAL NR-17. **Manual de aplicação da Norma Regulamentadora nº 17.** 2. Ed. Ministério do Trabalho e Emprego. Brasília, 2002

MARTINS, Caroline de Oliveira. **Ergonomia e Análise Ergonômica do Trabalho.** Aula da Disciplina de Ergonomia. Universidade Federal da Paraíba – UFPA. João Pessoa, 2011

MIRANDA, Ivete Klein de. **A ergonomia no sistema organizacional ferroviário.** Revista Brasileira de Serviços Ocupacionais, v. 8, n. 29, p. 63-70, jan/mar, 1980

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

MONTMOLLIN, Maurice de. **A ergonomia.** Lisboa. Instituto Piaget, 1990.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

SOARES, João Marcelo Ribeiro. **Contribuições dos fatores ergonômicos para o desenvolvimento de design de sistemas informatizados.** Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual Paulista – UNESP. Bauru, 2008

SANTOS, Neri dos. **Ergonomia e segurança industrial.** Aula ministrada para a disciplina de Ergonomia. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2000

SANTOS, Venetia; ZAMBERLAN, Maria Cristina. **Projeto Ergonômico de Salas de Controle.** São Paulo: Fundación Mapfre-Sucursal Brasil, 1992.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa na educação. 1.ed. 21 reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

WISNER, Alain. **Por dentro do trabalho – ergonomia: métodos e técnicas**. São Paulo: Oboré, 1987

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Alexandre Patrick

Gabriel Douglas

Lucilene Machado

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de demonstrar um pouco sobre o empreendedorismo sustentável, dando uma leve ideia do que empreendedorismo sustentável ou empreendedorismo direcionado sustentabilidade já que é um assunto pouco falado por ser novidade aos olhos dos observadores. Respeitando as diversidades do homem que produz diferentes formas existentes no nosso mundo.

Palavras-chave: empreendedorismo sustentável, empreender, sustentabilidade, consciência coletiva, capital humano.

Introdução

O empreendedorismo sustentável se baseia em empreender de forma “amigável” com o planeta, de forma na que haja evolução sem prejudicar o mesmo. O inquestionável compromisso com “desenvolvimento sustentável” se firmou a partir do final dos anos 1980, sendo uma clara manifestação de que se tornou imprescindível encontrar um modo menos destrutivo de crescimento econômico.

O conceito do empreendedorismo sustentável envolve o reconhecimento, criação e exploração de novos produtos e serviços que possibilitem obter lucros a partir da solução de um problema ambiental e social (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012). Para entender este processo, essa pesquisa tem como objetivo levantar fontes sobre o processo de descoberta de oportunidades de negócios sustentáveis.

Assim, como passos a serem percorridos, se demonstra o conceito de empreendedorismo sustentável, a sua evolução e também a evolução das oportunidades de negócios

sustentáveis. Na sequência avalia-se a capacidade de descobrir novos negócios e de que maneira essas oportunidades dão a possibilidade de solucionar algumas falhas do mercado ambientalmente relevantes.

Este é um tema novo e interdisciplinar, que pretende buscar os conceitos de empreendedorismo e também da sustentabilidade. Ele surge a partir da relevância que o tema vem recebendo por tratar do meio ambiente e de responsabilidade social, como uma resposta à necessidade de mudanças em relação às suas práticas sociais e ambientais.

Referencial Teórico

A pesquisa leva em consideração três indicadores sobre o empreendedorismo sustentável. A primeira é de negócio a ser explorado, que leva em consideração a possibilidade de explorar um negócio ambiental – produtos ecoeficientes, turismo e lazer na natureza, agricultura orgânica ou reciclagem – ou um negócio social – produtos para grupos especiais, microcrédito, comércio justo ou negócios na base da pirâmide.

O segundo indicador se relaciona a de motivação de atrelar a sustentabilidade e o uso da responsabilidade social na empresa. O terceiro indicador se refere à utilização de pressupostos da responsabilidade na empresa que está sendo criada (BORGES *et al.*, 2013).

Em grande parte, as indústrias hoje seguem uma interpretação no qual a natureza é um obstáculo, que precisa ser removida em lugar ao progresso e desenvolvimento. Por sua vez, a discussão sobre empreendimentos que se aproveitem diretamente do patrimônio natural vem ganhando espaço, e conquistando um público cada vez maior (EHLERS, 2018).

O desenvolvimento de certas regiões rurais depende mais de maneiras viáveis para tornar proveitoso a conservação do patrimônio natural e cultural, do que da exploração das velhas qualidades baseados na exploração da fertilidade dos solos, ou no aproveitamento de vantagens de localização industrial (VEIGA, 2000).

Em organizações que se voltam à conservação da biodiversidade predomina a ideia de utilizar recursos tradicionais para conservar e expandir reservas controladas pelo poder público, ou desenvolver fundos que assumam custos dos empresários rurais esclarecidos,

proprietários de florestas, fazendeiros e agricultores familiares dispostos a adotar práticas ecologicamente mais corretas (VEIGA, 2000).

Pior, pouco se recolhe dos agentes que mais se beneficiam da existência de unidades de conservação, os recursos necessários para a sua própria manutenção. O mais comum é que os proprietários agrários das imediações fiquem com as novas rendas de localização e outros tipos de quase-renda elaborados pela existência de parques, reservas ou estações, sem qualquer tipo de contrapartida (VEIGA, 2000).

A mudança de foco, da perda de informação genética para a perda de resistência, são alertas de várias pesquisas. O desenvolvimento sustentável procura estabelecer uma tríade entre o social-econômico-ambiental, conciliando o financeiro e econômico com a justiça, o bem-estar social, a conservação ambiental e a utilização racional dos recursos naturais (BORGES *et al.*, 2013).

Esses movimentos formam o corpo da discussão sobre a importância de mudanças nas organizações, e assuntos como gestão ambiental e responsabilidade social empresarial ocupam a agenda dos gestores. Nessa linha, procura-se transformar organizações tradicionais em organizações sustentáveis (BORGES *et al.*, 2013).

Neste sentido, integrar políticas ambientais econômicas se mostra atrasado no âmbito da conservação biológica em comparação, por exemplo, ao domínio energético, onde recursos arrecadados têm sido cada vez mais usados, por exemplo, para reduzir impostos que inibem a criação de empregos (VEIGA, 2000).

E possível deduzir que as oportunidades de mercado são particularidades às falhas e apresentam necessidade de melhoria do bem-estar social. Por sua vez, a economia ambiental ressalta que a degradação é oriunda de falhas de mercado ambientalmente relevantes. Isso é o que gera valor econômico ao passo que se reduzem problemas ambientais, o que, em última instância, promove o desenvolvimento social (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012).

Dessa forma, é possível caracterizar as oportunidades de negócios sustentáveis como sendo aquelas que proporcionam aos empreendedores a possibilidade de solucionar falhas de mercado ambientalmente relevantes de forma a aumentar o bem-estar social e promover o desenvolvimento sustentável da sociedade. Em suma, o reconhecimento de

oportunidades de negócios sustentáveis apresenta uma série de requisitos necessários (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012).

O empreendedor precisa, primeiro, identificar uma necessidade na forma de uma causa ou problema, social ou ambiental. Essa condição, entretanto, não é suficiente, pois os empreendedores devem também identificar os meios de atendê-la, ou seja, criar valor social e ambiental, a partir da geração de valor econômico. Finalmente, ele precisa, relativamente, unir esses dois conhecimentos em um objeto coerente que pode então ser chamado de oportunidade de negócios sustentáveis. Assim, oportunidades para negócios sustentáveis são reconhecidas quando o empreendedor cognitivamente relaciona seu conhecimento a uma causa social ou ambiental aos meios de satisfazê-la.

Assim que o Brasil buscar soluções para a crise econômica, dando ênfase ao crescimento sustentável, o estímulo aos empreendedores e às micro e pequenas empresas representa uma alternativa eficaz. As características dos pequenos negócios propiciam a criação de oportunidades àqueles com maior dificuldade de inserção no mercado, como, por exemplo, o jovem que busca o primeiro emprego e as pessoas com mais de 40 anos.

Além disso, as pequenas empresas são capazes de oferecer às pessoas a permanência no local de origem, além de distribuir renda e riqueza estimulando iniciativas individuais e coletivas. As micro, pequenas e médias empresas (MPME), em decorrência da globalização e suas imposições, vêm buscando formas de alcance de vantagem competitiva para sobrevivência no mercado.

Muitas procuram associação com redes locais como os Arranjos Produtivos Locais (APLs) como forma de combate contra a concorrência com grandes empresas. A globalização, fenômeno marcante e irreversível do fim do século XX e começo do século XXI, tem como elemento catalisador a combinação do crescente movimento de liberalização e desregulamentação dos mercados (sobretudo dos sistemas financeiros e dos mercados de capitais) com o advento do paradigma das tecnologias de informação (LASTRES; CASSIOLATO, 1999).

Passos para o empreendedorismo sustentável

Empreender de maneira sustentável é uma das grandes preocupações das empresas da atualidade. De porte de evidências de provas sobre os efeitos dos problemas ambientais,

as firmas aumentaram a responsabilidade em fazer o possível para um ambiente sustentável, independentemente do lucro (LIRA; CÂNDIDO, 2013).

Para que isso ocorra é necessário capacitar os colaboradores para que estabeleçam maneiras construtivas. É importante ter atenção a todos, que apresentam a ideias e casos do mundo atual, a fim de contribuir para os resultados da empresa. Este espaço comunica sensação de pertencimento, fazendo com que o empregado se sinta ouvido. A mudança de mentalidade somente será possível se houver conscientização por parte dos colaboradores (BUETTGEN *et al.* 2017).

De porte de melhor capacitação para os funcionários, é preciso também investir em processos e equipamentos modernos. É nessa etapa que se costuma investir tempo e determinação no sentido da reciclagem e na redução de consumo dos recursos naturais. Aqui é preciso rever todos os processos da empresa (LIRA; CÂNDIDO, 2013).

A melhor maneira de apresentar um planejamento sobre empreendedorismo sustentável para a organização em que se está inserido é encontrar um *benchmark*, uma referência que exista no mercado mundial. É preciso então conhecer os conceitos e ideias que deram certo, *cases* de sucesso, entendendo o que pode funcionar, o que pode ser adaptado e o que não é compatível com o empreendimento (BUETTGEN *et al.* 2017).

O consumidor também precisa ser reeducado, uma vez que para aplicar o conceito de empreendedorismo sustentável é necessário também agir externo à organização. Assim, buscar convencer os clientes sobre a necessidade de amenizar impactos e economizar recursos (LIRA; CÂNDIDO, 2013).

Não é de um dia para o outro que a empresa se transforma, é um processo vagaroso, que demanda envolvimento de muitos. A partir do momento em que determina uma mudança de pensamento é necessário ter persistência, para que os projetos não fiquem apenas no papel e possam ser implantadas, mesmo que pouco a pouco.

Já a nova empresa deve nascer sustentável, adotando desde o início uma mentalidade diferente. Inserir a sustentabilidade no DNA da organização faz com que as pessoas envolvidas saibam como determinadas ações devem funcionar em prol do meio ambiente.

A ideia de responsabilidade socioambiental deve caminhar conjuntamente com a responsabilidade por resultados econômicos positivos, de onde se conclui que, um empreendedor bem informado sabe que um dirigente só é considerado responsável quando gera retorno não só para os acionistas, mas também para a sociedade. Dessa forma, o empreendedor sempre será visto como responsável se buscar o mais perfeito equilíbrio entre economia, sociedade e natureza.

A floresta da Amazônia está a cada dia diminuindo sua vegetação, o ar das grandes cidades está prejudicando a saúde da população, esta poluição também está prejudicando o clima do mundo, ocasionando o aquecimento global e diversos fenômenos tropicais, a pobreza no mundo está aumentando, os recursos naturais estão se esgotando, a água potável do planeta é cada vez mais escassa, o mundo sofre com o capitalismo selvagem e predador, atualmente podemos dizer que é antiquado, pois se busca ganhar dinheiro sem olhar as consequências que isto está ocasionando (IPAM, 2014).

Com isso busca-se valorizar o trabalho e a economia usando a tecnologia para auxiliar o desenvolvimento de uma parceria (homem e meio ambiente) relacionando os acontecimentos do planeta e contribuindo para a solução. É preciso estar em alerta, vigilantes do que vem ocorrendo no dia a dia para prover ao planeta o apoio que ele mesmo oferece. O que se deixará gerações que virão? Depende de cada um e de suas atitudes na intenção de contribuir para os jovens conheçam aquilo que sempre se teve o privilégio de ter.

Referência Bibliográfica

BORGES, Cândido; BORGES, Marcos Martins; FERREIRA, Vicente da Rocha Soares; NAJBERG, Estela; TETE, Marcelo Ferreira. **Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa.** Revista de Empreendedorismo e Gestão, v. 2, n. 1, 2013

BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para Problemas Sociais e Ambientais.** Economia & Gestão, v. 12, n. 29, 2012

BUETTGEN, John Jackson; NASCIMENTO, Juliana Oliveira; RUGGI, Maíra Oliveira; CASSIOLATO, José Eduardo; LASTRES, Helena Maria Martins. **Globalização e inovação localizada: experiências de sistemas locais no Mercosul**. Brasília: MCT, 1999.

CHARVET, Patrícia. **Empreendedorismo, Sustentabilidade e Inovação no Brasil**. Curitiba: Cátedra Ozires Silva, 2017

EHLERS, Eduardo Mazzaferro. **Turismo sustentável: oportunidade de empreendedorismo e conservação ambiental**. Boletim Técnico do SENAC, v. 30, n. 1, 2018

IPAM, Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia. (2014). Disponível em <<https://ufrr.br/mepa/phocadownload/a%20floresta%20amaznica%20e%20as%20mudanas%20climticas.pdf>> Acesso em: 16 de outubro de 2018.

LIRA, Waleska Silveira; CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde. (Orgs.). **Gestão sustentável dos recursos naturais – uma abordagem participativa**. Campina Grande: EDUEPB, 2013

VEIGA, José Eli da. **Biodiversidade e dinamismo econômico**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 28, Campinas 2000

SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

Raíssa Ketlen Marques Silva

Samara Aparecida Rodrigues

Introdução

No cenário atual, cada vez se mostra mais necessário o estudo da saúde e segurança do trabalho, uma vez que o número de acidentes ainda é bastante alto. Dessa forma, percebendo que o mundo está em constante evolução, com criações de novas máquinas, projetos e estratégias de comércio é necessário usar cada uma dessas novidades oferecidas pela evolução tecnológica, científica e empresarial com segurança sem afetar a saúde. Assim, se mostra mais necessário o estudo sobre segurança do trabalho e suas ferramentas. Esta pesquisa diz respeito a quais ferramentas são usadas, como é feito a segurança do trabalho em si, quais as medidas adotadas para minimizar os acidentes de trabalho, dentre outros.

O objetivo dessa pesquisa é apresentar a importância das ferramentas de saúde e segurança e o que a falta e o mau uso dela pode ocasionar. A saúde e segurança no local de trabalho estão evoluindo à medida que a sociedade desenvolve novas ferramentas, por esse motivo é importante que esse tema seja discutido e debatido. Portanto é indispensável o entendimento deste conceito, pois ele oferece benefícios à empresa, no quesito de aumentar a produtividade, e aos componentes da civilização e a comunidade que estão ao redor do setor trazendo segurança. Desta maneira, entende-se como meta desvendar se tais medidas estão inseridas no meio dos trabalhadores não formalizados, ou seja, que trabalham sem carteira assinada.

O trabalho é composto por etapas de processo no qual são elas: o surgimento da saúde e segurança no trabalho, a maneira com que a evolução desse tema tem influenciado nas empresas e afins, ou seja, a consequência de assumir tais políticas. Levantar hipóteses se realmente os funcionários sabem manusear as ferramentas e relatar, em porcentagens, quantos riscos de morte foram evitados por utilização de ferramentas de segurança.

Essa pesquisa se justifica, por fazer com que novos meios de prevenção de acidentes sejam estudados cientificamente para melhoria da segurança, visando o bem-estar não só das empresas, mas também no meio social, evitando problemas graves devido aos acidentes de trabalho e deixando explícitas as diferenças entre um trabalhador formalizado e um trabalhador não formalizado. Levando em consideração esses critérios percebe-se o quanto é importante à aplicação de tais temas no cotidiano.

Referência Bibliográfica

Analisar-se-á neste trabalho a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) como ferramenta de gestão. Buscando tornar inteligível a origem e evolução da QVT, enfatizando a contribuição de alguns pesquisadores, para o estudo do assunto (VASCONCELOS, 2001). Durante a revolução industrial, a principal economia era o artesanato. Devido a demanda, os funcionários trabalhavam sem qualquer tipo de ergonomia que resultou em problemas de saúde, resultando em perdas econômicas. Depois de todo período de descaso com o bem-estar dos trabalhadores, se conquistou o direito à preservação da saúde assim como à incolumidade física. Com isso foi forjado as primeiras leis em relação a saúde e trabalho do empregador (STADULISKI; BEDIN, 2017).

Antes de abordar as causas do acidente de trabalho deve-se explicitar o que é o acidente de trabalho, conforme dispõe o artigo (art.) 19 da lei nº 8213/91, acidente de trabalho é o que ocorre pelo exercício do trabalho a serviço da empresa, que possa provocar lesão ou não, segundo o art.21 é considerando acidente quando, embora não seja a única causa, contribuíram para a morte, redução ou perda da capacidade do assegurado, sofrido em local de trabalho em consequência de agressão, sabotagem, causadas por terceiros ou companheiros de trabalho, casos fortuitos ou de força maior – como inundação, desabamento, incêndio – e doença causada por contaminação ocidental (CORDEIRO; SOUSA, 2017).

Um acidente é definido por algo que acontece em determinado ambiente em diversas situações. Raramente ocorre por uma única causa, por esse motivo devem ser investigados cuidadosamente (CATTABRIGA, 2014). Por exemplo o trabalho doméstico – um emprego utilizado por metade das mulheres brasileiras – e representa determinadas formas de exploração por parte dos empregadores. Esse trabalho desenvolve sintomas de doenças aos empregados, sendo alguns deles a depressão e ansiedade. Há uma alta

incidência de acidentes ocupacionais não fatais nessa ocupação, com percentual de 7,3%, a mais que os demais empregos (BAYLÃO; SCHETTINO, 2014).

Outro exemplo é a construção civil, um ramo de grande importância da economia brasileira, de modo que emprega mais de 4 milhões e 700 mil trabalhadores, sendo 954 mil trabalhando com carteira profissional assinada, a maioria do sexo masculino, migrantes, de baixa escolaridade e reduzida qualificação profissional. O mesmo nível de importância para a economia, é também o do descaso as condições de trabalho destes (IRIART *et al.*, 2008).

Este setor, além de ser considerado um dos mais perigosos, lidera as taxas de acidentes fatais e não fatais. Muitos fatores fazem com que os acidentes de trabalho tenham maior proporção: baixos salários dos trabalhadores; falta de infraestrutura, dentre outros. (IRIART *et al.*, 2008). Os eletricitas, por exemplo, estão expostos a certos riscos como ruídos, produtos químicos (nas atividades de manutenção dos equipamentos), movimentos e esforços repetitivos, além da precariedade das condições de trabalho (SCOPINHO, 2002). Os riscos ocupacionais dos pilotos de aeronaves apresentam a possibilidade de afastamento da profissão, as principais causas apontadas são 23,47% provém de doenças cardiovasculares e 20,41% agravos de audição e visão. Ainda existe o aumento da incidência de câncer, que está relacionado principalmente à radiação ultravioleta que passa pelo para-brisa e as teclas da aeronave (PALMA, 2002).

As atividades trabalhistas sofreram transformações ao longo do tempo, incluído as formas de terceirização, a subcontratação de força de trabalho, entre outros. Trabalhadores assalariados sem registro são contratados à margem da regulamentação do mercado de trabalho, à margem das regras dos contratos por tempo indeterminado de período integral e da organização sindical (MENDES; CAMPOS, 2004). Nota-se que dentre 73% dos acidentes ocorridos devido a fatores não previsíveis, na qual houve a presença de sangue, 20,83% dos trabalhadores informaram que não estavam fazendo uso do equipamento de proteção individual (EPI), no momento do acidente. O uso dos equipamentos de proteção individual não é suficiente para a segurança dos empregadores, porem contribui para praticas mais seguras (BALSAMO; FELLI, 2006). Na maioria dos casos, os acidentes são causados pelas próprias vítimas, pois os trabalhadores se expõem de maneira passiva a riscos que podem lesá-los ou matá-los. De modo que os equívocos ou as intenções que alteram o comportamento do

trabalhador em relação ao que se qualifica como corretamente esperado na exposição de riscos ocupacionais. Os trabalhadores de carteira assinada trabalham orientados pela empresa, e também pela consciência da realidade em que está inserido, contudo não é certo afirmar que o comportamento do trabalhador não contribui para ocorrência de acidentes, a intenção dessas análises não é culpar o empregador, mas sim, estabelecer nexos e determinar as causas (OLIVEIRA, 2003).

Metodologia

A metodologia de pesquisa fornece informações descrevendo princípios teóricos e elaboração de processos de dissertação e mestrado, além de proporcionar orientações práticas que auxiliam ao olhar crítico, aprendizado, disciplina inclusive a ortografia (SILVA; MENEZES, 2005). Ela se divide em dois, teoria e método, em que visam realizar o objetivo da pesquisa, a criação se baseia em atos reconhecidos sobre o assunto, respeitando as normas da ABNT (PEREIRA, 2006). Propicia organizar melhor os achados do texto, explicando os objetivos e metas em trabalhos de conclusão de curso, incluindo pós-graduações, obtendo domínio sobre as normas (JACOBSEN, 2016).

Pesquisa Quantitativa

A pesquisa quantitativa possui papel importante e sua utilização ocasiona melhores respostas, aumentando a margem de confiança quanto a referência dos resultados encontrados (BAPTISTA; CUNHA, 2007). Este recurso é definido pelo uso da quantificação, tanto na coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas. Possui um diferencial que garante a clareza nas atividades realizadas, obtendo resultados com menores distorções (RICHARDSON, 1989).

Dessa forma, os estudos da pesquisa quantitativos têm origem em quadros conceituais de referências bem estruturadas, formulando hipóteses sobre o que será estudado. Possui vários modos de utilização como a lista de consequências das quais serão deduzidas das hipóteses, e assim a coleta de dados ressaltará informações transformadas em números (POPPER, 1972). Além disso, existem estudos de correlação de variáveis (explicam o grau de relação), estudos comparativos causais (efeitos observados para descobrir seus antecedentes) e os estudos experimentais (testando hipóteses) (DIEHL, 2004).

Esse método é praticado em estudos descritivos, os quais dizem investigar “o que é” descobrindo características de um fenômeno (RICHARDSON, 1989). Os dados abordados são revelados numericamente. É sustentada a ideia que técnicas quânticas de análise e tratamento dos dados apontam possuir melhor compreensão e objetivo. Quantitativa é também uma semântica quantitativa e análise de conteúdo, procurando e mensurando dados de uma base textual (MARCONI; LAKATOS, 2002).

Coleta de Dados

Nesta etapa é realizada a pesquisa de campo, propriamente dita. Devendo o pesquisador, para obter êxito neste processo, deter duas qualidades fundamentais, a paciência e a persistência (SILVA; MENEZES, 2005). O questionário é uma série de perguntas, constituídas por tais formas: perguntas abertas, fechadas ou de múltipla escolha, perguntas de fato, perguntas de ação, entre outras (VIANELLO, 2013).

Tabulação e Apresentação de Dados

Nesta etapa é possível lançar mão de recursos manuais ou computacionais para organizar os dados obtidos na pesquisa de campo. Atualmente, com o advento da informática, é natural que os recursos computacionais deem suporte à elaboração de índices e cálculos estatísticos, tabelas, quadros e gráficos (SILVA; MENEZES, 2005).

A análise e interpretação dos dados tabulados são a última etapa metodológica. A análise precisa ser feita para atender aos objetivos da pesquisa, para comparar e confrontar dados e confirmar ou rejeitar a (s) hipótese (s) ou os pressupostos da pesquisa (SILVA; MENEZES, 2005).

Bibliografia

BALSAMO, Ana Cristina; FELLI, Vanda Elisa Andres. **Estudo sobre os acidentes de trabalho com exposição aos líquidos corporais humanos em trabalhadores da saúde de um hospital universitário**. Revista Latino-americana de enfermagem, v. 14, n. 3, may/jun 2006

BAPTISTA, Sofia Galvão; CUNHA, Murilo Bastos da. **Estudo de usuários: visão global dos métodos de coleta de dados**. Perspectiva Ciência e Informação, v. 12, n. 2, mai/ago 2007

BAYLÃO, André Luis da Silva; SCHETTINO, Elisa Mara Oliveira. **A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro**. XI SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2014

CATTABRIGA, Leonardo. **Saúde e Segurança no Trabalho**. Capítulo do livro Tecnologia de Rochas Ornamentais: Pesquisa, Lavra e Beneficiamento. Rio de Janeiro, CETEM/MCTI, 2014

CORDEIRO, Toni Carvalho; SOUSA, Tatiane Pinheiro de. **Acidentes do trabalho no setor público – ausência da comunicação do acidente do trabalho e seus impactos**. NIP. Centro Universitário de Desenvolvimento do Centro-Oeste – UNIDESC. 2017

DIEHL, Astor Antonio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

IRIART, Jorge Alberto Bernstein; OLIVEIRA, Roberval Passos de; XAVIER, Shirlei da Silva; COSTA, Alane Mendara da Silva; ARAÚJO, Gustavo Ribeiro de; SANTANA, Vilma Sousa. **Representações do trabalho informal e dos riscos à saúde entre trabalhadoras domésticas e trabalhadores da construção civil**. Ciência saúde coletiva, v. 13, n. 1, Rio de Janeiro, 2008

JACOBSEN, Alessandra de Linhares. **Metodologia Científica (Orientação ao TCC)**. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2016

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MENDES, René; CAMPOS, Ana Cristina Castro. **Saúde e segurança no trabalho informal: Desafios e oportunidades para a indústria brasileira**. Revista Brasileira de Medicina do Trabalho, v. 2, n. 3, p. 209-223, jul/set 2004

OLIVEIRA, João Cândido de. **Segurança e saúde no trabalho: uma questão mal compreendida**. São Paulo Perspectiva, v. 17, n. 2, abr/jun 2003

PALMA, Alexandre. **Ciência pós-normal, saúde e riscos dos aeronautas: a incorporação da vulnerabilidade.** Tese de Doutorado. Escola Nacional de Saúde Pública Fundação Oswaldo Cruz – ENSP/FIOCRUZ. Rio de Janeiro, 2002

PEREIRA, Ana Maria. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos da UDESC: teses, dissertações, monografias e TCCs.** Florianópolis: UDESC, 2006

POPPER, Karl. **A lógica da pesquisa científica.** 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1989.

SCOPINHO, Rosemeire Aparecida. **Privatização, reestruturação e mudanças nas condições de trabalho: o caso do setor de energia elétrica.** Caderno de psicologia, sociologia e trabalho, v. 5, São Paulo, 2002

SILVA, Edna Lúcia; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação.** 4. Ed. rev. atual. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2005

STADULISKI, Juliano; BEDIN, Barbara. **A caracterização dos acidentes de trabalho no contexto da saúde e segurança do trabalho.** V Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG, Caxias do Sul, 2017

VASCONCELOS, Anselmo Ferreira. **Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e perspectivas.** Caderno de Pesquisas em Administração, v. 8, n. 1, p. 23-35, 2001.

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa.** Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013.

MARKETPLACE NO BRASIL

Ana Beatriz Costa dos Santos

Fernanda Luíza Gomes de Paula

Tatiane Cosme de Queiroz

Virgínia Ferreira da Boaventura

RESUMO

Esse trabalho destina-se mutuamente ao conhecimento específico do Marketplace, abordando os detalhes que envolvem o processo para conquistar uma plataforma eficiente e geradora de lucros. Atualmente no Brasil, existem diversas plataformas de Marketplace, ambas de diferentes segmentos. Com isso, o Marketplace é visto como uma boa opção de investimento para aqueles que pretendem iniciar um negócio.

Palavras-chave: marketplace, e-commerce, plataforma de vendas, vendas online, marketing digital.

Introdução

Este trabalho refere-se ao estabelecimento do conceito de *Marketplace* no Brasil, visa entender e analisar o comportamento das empresas junto às plataformas do comércio eletrônico. Com o avanço da tecnologia é necessário estudar mais à fundo os aspectos que envolvem essa prática, mas, principalmente, descrever o que atrai as empresas para esse tipo de comércio, avaliando as variações ao longo dos anos. Portanto, é extremamente importante averiguar as ações das empresas, ou seja, o que fazem para despertar o interesse do público consumidor.

Com a grande globalização e expansão do e-commerce, este trabalho busca descobrir e caracterizar de forma íntegra as barreiras que impedem o crescimento do mercado online. Explorar os fundamentos do *Marketplace*, é necessário para que seja possível compreender até que ponto esse tipo de negócio se torna vantajoso. Contudo, o objetivo

deste trabalho é buscar a compreensão do funcionamento do *Marketplace*, para que determinadas ações que forem executadas sejam satisfatórias, pois, através disso é possível determinar a viabilidade do negócio.

Encontrar caminhos lógicos que leve às respostas mais claras é difícil, por isso analisar o mercado e construir planos estratégicos se torna necessário, entretanto, é imprescindível seguir uma linha de pesquisa óbvia, destacando e traçando objetivos específicos a serem seguidos, obtendo informações sobre o assunto retratado. Além disso, é preciso analisar o perfil dos investidores caracterizando o percentual de investimento no negócio, conhecer o perfil do consumidor destacando suas prioridades de consumo no e-commerce, bem como, entender porque as empresas optam por divulgar seus produtos nas plataformas de outras empresas.

Este trabalho possui índices relevantes se inserido em meios acadêmicos, com isso é possível entender as diversas formas paralelas que fazem a economia se movimentar, no Brasil o mercado online se solidifica cada vez mais. A sociedade precisa estar em conexão com as melhores oportunidades que surgem a cada dia, por isso é muito importante adequar o conhecimento à realidade dos fatos, assim, toda a comunidade sairá ganhando. Nos dias atuais é possível determinar as escolhas a serem feitas, buscar conhecimento é a principal fonte de alimentação da sabedoria, usar a tecnologia se torna um meio mais prático de se conquistar objetivos, portanto, conhecer de maneira nítida tudo que abrange o comércio eletrônico no Brasil é extremamente importante. Embora, a prática do *Marketplace* seja ainda desconhecida por muitos, é viável estudá-la e apresentar possibilidades reais de concretização. Além disso, já se convive com isso o tempo todo e em qualquer lugar do mundo é possível encontrar plataformas do *Marketplace*, desta maneira por que não a conhecer bem na sociedade brasileira?

Referencial Teórico

Conceito Marketplace

O conceito de Marketplace, suas funcionalidades e seus principais *players* encontra definição a seguir:

“Marketplace também conhecido como Feirão Virtual, ou e-Shopping, que é semelhante a um shopping center físico que disponibiliza em uma única

estrutura vários vendedores, diversas marcas, linhas de produtos e serviços diferenciados. O cliente consegue, de forma simples, localizar facilmente o melhor produto com o melhor preço. A Amazon popularizou este modelo de negócio e é referência até hoje. Já no Brasil o grupo Cnova controlador das operações digitais do Extra, Casas Bahia, Ponto Frio e outros, foi o responsável pelo modelo ganhar força” (MAYER *et al.*, 2017).

O objetivo principal é aumentar o número de empresas na plataforma Marketplace e garantir aos clientes uma variedade de ofertas. Outro exemplo que ganha representação é a da empresa chinesa Alibaba, que apoia a transação de produtos entre o comércio brasileiro e os consumidores chineses, garantindo assim que a prática ganhe força e competitividade no e-commerce (GUISSONI; OLIVEIRA; TEIXEIRA, 2016).

Funcionamento

O sistema da loja faz a realização do registro em uma ou mais plataformas Marketplace, em seguida, seleciona os produtos que serão cadastrados e começa a divulgar o início das vendas. As plataformas incluem algumas considerações, uma delas é a forma de cobrança. A maioria funciona com base de comissão sobre vendas da loja, conhecido como CPA (Custo por Aquisição) que varia de 9,5% a 30% (GUISSONI; OLIVEIRA; TEIXEIRA, 2016).

Um produto cadastrado no sistema pelo lojista implica diretamente no posicionamento dele no mercado, envolve aspectos como: tipo de anúncio, perfil da loja e o quanto será a sua visibilidade em relação a maiores chances de venda, com maior acarretamento de percentual a ser pago ao Marketplace (GUISSONI; OLIVEIRA; TEIXEIRA, 2016).

Desafios e Riscos

Para os Marketplace os principais pontos de riscos e desafio está na manutenção da qualidade de lojista e de seus produtos. O que pode ser solucionando a ranking e percentuais de comissão (MAYER *et al.*, 2017).

Já para os lojistas um dos maiores desafios está relacionado a gestão do negócio, se resume em garantir bom atendimento da gestão do estoque, sendo assim os comerciantes que utilizam o Marketplace sempre possui também uma loja física e virtual. Outro ponto desafiante é divulgar os produtos e ao mesmo tempo conquistar visibilidade no

Marketplace, de qualquer forma é imprescindível conhecer as ferramentas e métodos de funcionamento, compreendendo também os aspectos relativos ao ganho de destaque no mercado. Os riscos são existentes para ambas as partes, tanto para o lojista quanto para a plataforma (MAYER *et al.*, 2017).

Principais benefícios

Evidencia-se que em uma única plataforma é possível encontrar os mais variados tipos de produtos, os quais podem ser de múltiplos fornecedores, diferentes marcas, preços e formas de pagamento (MAYER *et al.*, 2017).

Desse modo acaba sendo natural os produtos situados nesse contexto acabem sendo mais competitivos e o pagamento pelos produtos de diferentes lojistas pode ser feito em uma única transação, trazendo mais um benefício ao usuário (BOOT, 2016).

Para a plataforma de Marketplace existem algumas vantagens que podem agregar a esses negócios. Esses sites trabalham com uma quantidade alta de tráfego e uma variedade de produtos. Dessa forma é possível que as fidelizações de clientes aumentem, tornando o site em uma saída para muitos impasses que os usuários acabam encontrando quando precisam procurar em outras páginas eletrônicas (BOOT, 2016).

Há também privilégios para os lojistas que querem atuar em uma plataforma de e-commerce. Podendo ser o principal deles o aumento considerável da perceptibilidade dos produtos da loja, pois passarão a ter muito mais usuários tendo acesso a esses produtos (SEBRAE, 2017).

Existe uma diversidade de Marketplace no mercado, desde os generalistas, que vendem produtos de variadas categorias, até os de nicho, como moda/vestuário por exemplo. Negociantes que possuem operações virtuais, quanto lojas físicas, podem anunciar os seus itens em uma plataforma que garante uma infraestrutura tecnológica segura, ambiente para cadastro de produtos, cálculo de frete, pagamento e avaliação de riscos. Considerando-se que o comerciante não precisa se importar com infraestrutura, ele consegue aperfeiçoar sua produtividade, o que possibilita manter a coordenação do negócio (MAYER *et al.*, 2017).

Vantagens e desvantagens do Marketplace

Diversas podem ser as vantagens de investir no posicionamento de uma empresa em um Marketplace. De acordo com o Portal E-Commerce Brasil (2017) podem ser citadas como principais: (i) a visibilidade, pois elimina a necessidade de investimento de tempo e dinheiro para a divulgação; (ii) custos e retornos, uma vez que a loja em uma plataforma com outras marcas, os custos de publicidade acabam sendo reduzidos; (iii) oportunidade de vendas para as lojas; (iv) atrelamento à sites bem indexados, adquirindo e contribuindo para o ranqueamento do site e disparando nos acessos e vendas diretas; (v) aumento dos acessos, culminando em diversidade de público e, conseqüentemente, maior visibilidade visando ganhos de clientes e faturamento.

Entre as desvantagens apontadas pelo Portal E-Commerce Brasil (2017) são apontadas: (i) a dependência, uma vez que, se o Marketplace encerrar as atividades, todas as marcas que estão inclusas no site perdem seu canal de venda; (ii) afetar a personalidade da marca, levando os clientes a identificar pela loja e não pela marca do produto.

Conhecimentos necessários para operacionalizar um Marketplace

Para se posicionar em um Marketplace é importante entender boa parte de estratégias de mercado, conhecer seu segmento e os aspectos ligados a ele e, para isso, se faz muito importante a responsabilidade de cada lojista/vendedor. Bom atendimento, produto certo, no lugar certo, no prazo certo de acordo com o combinado, possuir registros e ainda garantir que está em dia com normas e leis é crucial para o funcionamento do negócio (GUISSENI; OLIVEIRA; TEIXEIRA, 2016).

Sabendo da atual realidade, onde o mercado é extremamente competitivo e com grande variedade de produtos, é quase obrigação dos lojistas ter a consciência da necessidade de um diferencial concorrente para chamar a atenção de seus consumidores. Anúncios devem ser mais atrativos para que possam aumentar a performance de vendas de seus produtos.

Alguns exemplos dessa abordagem são citados por Mayer *et al.* (2017) como diferenciais: (i) produtos exclusivos; (ii) boa imagem descritiva; (iii) detalhes de descrição dos produtos; (iv) precificação em tempo real. É seguindo essa linha que o comerciante tem a liberdade para fazer promoções e mudanças de preços para maximizar seus resultados.

Metodologia

Para estabelecer a metodologia de uma pesquisa é necessário informar os mecanismos de busca que serão utilizados, bem como a definição da natureza da observação, mostrando-se pertinentes quanto à forma de estudo a ser executado para obtenção de resultados positivos (MISUNAGA; SILVA, 2016).

Pesquisa Quantitativa

A exploração de natureza quantitativa é empregada na resolução de métodos de coletas de dados, bem como, na abordagem de informações por meio de técnicas específicas, destinadas a fundamentação de dados cujo o principal objetivo é o entendimento realista do fenômeno (RICHARDSON, 2008).

Segundo Bruyne (1977), o dimensionamento de dados aborda diretamente a obtenção de grandezas reais que definem diretamente os resultados obtidos. Com isso, é possível observar a qualidade das técnicas usadas, elevando os níveis de planejamento, ou seja, analisar todas as hipóteses é extremamente importante para extrair o melhor e mais completo entendimento dos fatores resultantes da pesquisa. O embasamento da pesquisa precisa passar por uma fase de averiguação dos procedimentos de coleta de dados, assim é possível determinar a objetividade do assunto retratado (RICHARDSON, 2008).

Os quesitos essenciais da pesquisa quantitativa estão relacionados com a pressuposição básica, ou seja, a realidade é constituída de fatos objetivamente mensuráveis. O objetivo da pesquisa é determinar as causas dos fatos, tomando como base a abordagem experimental, colocando o papel do pesquisador como imparcial e neutro (Firestone, 1987)

Coleta de Dados

A coleta de dados é um conjunto importante do método de pesquisa, cuja finalidade é a obtenção de informações reais. Nessa etapa, define-se onde e como será realizada a pesquisa, o tipo de pesquisa, a população (onde é aplicada), a amostragem, os instrumentos de coleta de dados e a forma como pretende-se tabular e analisar seus dados. É a fase da pesquisa em que se reúne dados através de técnicas específicas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Nessa etapa, define-se onde e como será efetuada a pesquisa, o tipo de pesquisa, a população (onde é aplicada), a amostra, os materiais, os objetos de estudos e a forma de como planejar trabalhar e averiguar seus dados. Essa parte da pesquisa engloba dados através de técnicas exclusivas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Para a coleta de dados, o leitor deve ser comunicado sobre como o pesquisador deseja obter os dados de que necessita para responder o problema. Não necessita de concluir os objetivos aos meios para que seja concluído, do mesmo modo justificar a adequação de uns aos outros (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A finalidade de um trabalho científico é a organização moderada e objetiva de informações divididas, com a finalidade de reconhecimento de suas relações e continuação recorrente, com o intuito de identificar respostas para estipuladas questão-problema (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Técnica Empregada

Pesquisa de campo quantitativo-descritiva, trata-se da análise de questionários respondidos por gestores. Usando artifícios quantitativos para coleta sistemática de dados sobre populações, programas ou amostras. Contudo, podem usar entrevistas, questionários, formulários e outros (VIANELLO, 2013).

Tabulação e Apresentação de Dados

Nessa fase, pode-se fazer uso de recursos manuais ou computacionais para ordenar os dados obtidos na pesquisa de campo. Nos dias de hoje, com a vinda da informática, é natural optar por meios computacionais para dar suporte à estruturação de índices e cálculos estatísticos, tabelas, quadros e gráficos (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Análise e Interpretação de Dados

Essa etapa da pesquisa, determina a interpretação e a análise dos dados recolhidos, os quais foram organizados na etapa anterior. Analisar os conceitos da pesquisa é fundamental para compreensão dos objetivos situados, ao mesmo tempo presumir a realidade dos fatos, ou seja, declarar válida as hipóteses levantadas no âmbito da pesquisa.

Além disso, evidencia-se também de acordo com a metodologia, as relações feitas através do referencial teórico e correlacionadas com o posicionamento do pesquisador.

Após a etapa de coleta de dados, o observador disponibiliza as informações essenciais à conclusão de seu trabalho, ou seja, as hipóteses já terão sido averiguadas e a obtenção da resposta ao Problema de Pesquisa foi concluída. Essa fase é imprescindível pois, antecede à fase final de exposição de conclusões (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Referência Bibliográfica

BOOT, Mariana Couto. **Avaliação da adequação do conceito de *Marketplace Lending* para o Brasil – Um estudo exploratório.** Monografia. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/Rio. Rio de Janeiro, 2016

BRUYNE, Paul de; HERMAN, Jacques; SCHOUTHEETE, Marc de. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais: os polos da prática metodológica.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

FIRESTONE, William A. **Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research.** Educational Researcher, v. 16, n. 7, p. 16-21, oct. 1987.

GUISSONI, Leandro Angotti; OLIVEIRA, Tânia Veludo de; TEIXEIRA, Thales. **Um novo momento para o e-commerce.** GVExecutivo, v. 15, n. 1, jan/jun 2016

MAYER, Celso Henrique; TESKE, Fernando Ricardo; OLIVEIRA, Hugo de; TOMASI, Jean Saul. **Plano de negócio: criação de marketplace para supermercados.** Monografia. Faculdade de Tecnologia Senac Blumenau. Blumenau, 2017

MISUNAGA, Haroldo Yutaka; SILVA, Patrícia Rodrigues da. **Estágio I – Metodologia.** Centro Universitário Maringá. UniCesumar, Maringá, 2016.

Portal E-Commerce Brasil. **Marketplace: Vantagens e Desvantagens.** (2017). Disponível em <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketplace-vantagens-e-desvantagens/>> Acesso em: 12 de novembro de 2018

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo, Feevale, 2013

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2008.

SEBRAE. **Comércio Eletrônico**. (2017). Disponível em <
http://www.sebraepr.com.br/StaticFile/PortalInternet/img/cartilha_com_eletronico.pdf>
Acesso em: 30 de outubro de 2018

VIANELLO, Luciana Peixoto. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Núcleo de Ensino a Distância. Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2013