

FABRIZIO MAIA MORAIS E PERDIGÃO
fabrizioperdigao@hotmail.com
+55(27)99981-0304
CRA-ES - 5175

**O ABC DO DESENVOLVIMENTO HUMANO/CAPITAL –
EMPRESA HUMANO/CAPITAL**

**Modelo Conceitual de Gestão Estratégica Financeira para
Desenvolvimento Econômico e Social.**

VITÓRIA
ESPÍRITO SANTO - BRASIL
13 de dezembro de 2010

SUMÁRIO

RESUMO.....	03
INTRODUÇÃO.....	03
1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	04
2 A EMPRESA HUMANO-CAPITAL.....	05
3 ANÁLISE ADMINISTRATIVA MERCADOLÓGICA.....	07
4 GESTÃO PARTICIPATIVA.....	10
5 VISÃO CONCEITUAL DO MODELO.....	11
5.1 ENTRADAS E SAÍDAS.....	11
5.2 FINANCEIRO.....	12
5.3 CADASTRAIS.....	12
5.4 IDEOLÓGICO.....	13
5.5 MERCADOLÓGICO.....	13
5.6 REGULAMENTOS.....	14
5.6.1 Ciclo Econômico.....	14
5.6.2 Sinergia do Capita Humano.....	15
5.6.3 Matemática.....	16
5.7 APLICAÇÕES POSSÍVEIS.....	20
5.7.1 Projeto Manguezal.....	20
5.7.2 Projeto Remo.....	22
5.7.3 Projeto Porto.....	24
5.7.4 Projeto para Capacitar as Pessoas.....	26
5.7.5 Projeto Recepcionista.....	30
5.8 DESCRIÇÃO DO PRODUTO FINAL.....	32
CONCLUSÃO.....	35
REFERÊNCIAS.....	37
ANEXO I.....	39
Desenho Ideológico	
ANEXO II.....	40
Certificado de Registro de Direitos Autorais	

RESUMO

Buscar um modelo gerencial para desenvolver, profissionalizando mercadologicamente as ações e intensificando rendimentos participativos, necessita de ferramentas, métodos e visão de administração geral, holisticamente entendida, e adaptação instrumental no paradoxo capitalista. É importante frisar que, através de sistemas cooperativos os riscos são minimizados, quanto aos investimentos feitos e a forma de execução, por serem fiscalizados com a sociedade constituída. O sistema proposto visa solucionar a forma administrativa de organização financeira e institucional para destinar investimentos interativos, de participação mútua e de diversificação de atividades patrocinadas. Entendido como uma idéia sistematizada que em organização subsequente proporciona o desenvolvimento ordenado de determinada região, bem como sua sustentabilidade para o enfoque de mercado e suas mudanças.

INTRODUÇÃO

Atualmente com a hegemonia do sistema capitalista, a ausência de entendimentos sociais cooperados se torna mais latente. Necessário compreender que com determinados ajustes de forma estrutural, o capitalismo pode se tornar socialmente aceito em sua amplitude, e se tornar humanista em liberdade de ações.

Peter Drucker, em *O futuro do homem industrial (1942)* (BEATTY, Jack – pág. 56, cap. 8),

“A liberdade política não é fácil, nem automática, nem agradável, nem segura. É a responsabilidade final do indivíduo pelas decisões da sociedade como se fossem suas próprias decisões – e na verdade são, considerando-se a verdade e a responsabilidade moral.”

A comunicação e a informação consciente e divulgada são aliados importantes no processo. Disseminando o conhecimento filosófico da questão, encontram-se indícios de formação social de consumo, o que identifica características preferenciais e grupais determinadas.

A união de capital proporciona maiores realizações de sucesso na forma de produção para suprir as necessidades desses grupos de consumo.

E, o destaque importante é que, administrativo e organizacional voltado para carências de mercado, este fundo participativo, proporciona desenvolvimento e lucros rentáveis à determinada região e aos envolvidos, direta como investidores e indiretamente como executores.

OBJETIVO

Sistemas organizacionais de entrada e saída de recursos financeiros, como forma de investimentos e rendimentos provenientes de pessoas físicas, jurídicas, governamentais, ONG's e instituições em geral, que de forma conjunta, buscam na produção

mercadológica, lucros atrativos ou ideológicos, contribuindo para o desenvolvimento de determinada região.

Proporcionar uma solução organizacional para crises econômicas de determinada região através de um modelo administrativo geral de capital aberto, que alavancado de forma participativa, minimize prejuízos além de reestruturar a produção interna de acordo com as necessidades de mercado.

Esclarecer em forma de monografia a possibilidade de implantação, formação e execução do modelo proposto, tornando assim, o entendimento prático de fácil acesso e interessante para futuras pesquisas.

METODOLOGIA

Na busca do esclarecimento das etapas necessárias à formação de todo processo e de identificação dos métodos e instrumentos que compõem o sistema de modelo proposto, faz-se transparente a forma de visualização em partes.

1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O desenvolvimento sustentável é um modelo de desenvolvimento econômico que foi concebido para assegurar a qualidade de vida da comunidade de uma determinada região e manter a qualidade do ambiente do qual dependem tanto a comunidade como o turista, exercendo uma importância fundamental no planejamento de crescimento da produção e conseqüentemente da sociedade lá existente, juntando os aspectos culturais, sociais, políticos, econômicos e ambientais em transformação harmônica na busca por melhoria da situação apresentada na localidade.

Nesse processo, a parceria é fundamental, assim como, a comunicação franca, clara e objetiva.

O controle dos valores financeiros de um empreendimento, custos e lucros, deverão ser analisados criticamente, diagnosticando, para que com o padrão de exatidão dos cálculos, possamos ter respostas precisas que visem estratégias criativas de venda, promoção e publicidade do produto/serviço, satisfazendo plenamente o consumidor e possibilitando maiores ganhos, financeiros e de marketing, administrando a organização de forma mercadológica e original.

Philip Kotler, professor norte americano nascido em 1931, comenta (em GRAINER, Stuart),

“Boas empresas atuarão de forma a prover necessidades, excelentes empresas criarão mercados.”

As estratégias de preços de venda do produto/serviço atrativo de uma determinada região para os períodos sazonais determinam o lucro do empreendimento de forma rentável, de vida longa e movimentação constante de recursos, sendo assim, necessária a construção de diferenciais ou desenvolvimento conjunto de motivação do consumo visto que, o produto/serviço é perecível – se não a venda se perde.

2 A EMPRESA HUMANO/CAPITAL

Para desenvolver os recursos financeiros, os parceiros devem estabelecer um sistema administrativo similar ao funcionamento de um banco comum. O processo de adesão, depósitos e retiradas, compensando os lucros do fundo de alavancagem proporcionalmente aos valores referentes na conta de cada participante individual, é o método empregado.

Um sistema de software ou um bom profissional de contabilidade pode sistematizar o processo. Os recursos do fundo podem ser investidos em diversas modalidades havendo o conseqüente retorno financeiro com seus respectivos dividendos. Através de cálculos traçados por aproximação, fazendo a correção dos possíveis desvios, é determinado o índice de rendimento mensal após um período de tempo de execução dos projetos.

Peter Drucker, em *Inovação e espírito empreendedor* (1985) (BEATTY, Jack – pág. 186, cap. 8), diz,

“Naturalmente, a inovação é arriscada. Mas também é arriscado entrar no carro e ir ao supermercado comprar pão. Toda atividade econômica é por definição de ‘alto risco’, e defender o passado – ou seja, não inovar – é bem mais arriscado que construir o futuro”.

Então, o sistema configurado é denominado pelo autor de Empresa Humano/Capital, explicado a seguir:

Apresentação:

O ABC do Desenvolvimento Humano/Capital pressupõe que o ser Humano desenvolverá por completo – Corpo, Espírito e Mente – a partir da sustentabilidade econômica propícia ao crescimento, que variando em cada indivíduo de acordo com suas necessidades e desejos de vida, ditará através do Capital, o tempo certo para essa empreitada.

Com essa perspectiva surge a Empresa Humano/Capital (HuCa) que pressupõem um Fundo Financeiro, criado e mantido por parceiros de desenvolvimento que visem rentabilidade superior do que qualquer investimento atual, movimentando economicamente determinada região, ativando a produção dos parceiros, alavancando melhorias para os problemas sociais existentes, gerando qualidade de vida e divisas econômicas no mercado de implantação proporcionado pela orientação profissional capacitada.

A HuCa é uma organização cooperativa formada pela união de capital de terceiros em um sistema de adesão com depósitos cujo objetivo é a alavancagem dos envolvidos por meio de lucros diretos e indiretos. Esta rentabilidade será alcançada pelo investimento do capital proveniente das parcerias. Diretos por intermédio de atividades executadas pelos parceiros financiados e Indiretos por meio do rendimento do capital individual.

O capital inicial e de giro da HuCa é a adesão dos sócios – portanto sempre passível de crescimento pois a empresa está sempre aberta a novos parceiros comerciais – mais o lucro sobre os investimentos que a empresa já tenha e/ou virá a realizar, além dos depósitos espontâneos.

Com o montante proveniente da adesão, a HuCa aplicará em diferentes meios de geração de lucros como shows diversos, excursões, cursos de capacitação, teatro, entre outros. Observamos assim, que se assemelha a fundos ou carteiras de investimentos, porém sem objetivos especulativos e sim com projetos de produções artísticas, de lazer e profissionalizantes.

O modelo de gerenciamento e administração da HuCa pode ser adaptado dentro de uma empresa qualquer como forma de participação dos lucros pelos funcionários (o que requer algumas alterações nos procedimentos) ou em sub-divisões fazendo com que os setores de alimento, transporte, hospedagem e lazer, serviços turísticos em geral, órgãos públicos e empresas diversas dos variados setores da economia (pessoas físicas ou jurídica), que serão os beneficiados, tenham um montante particular para cada e os participantes, uma conta onde será depositado o seu lucro proporcionalmente ao seu capital.

Após a execução dos projetos e o pagamento dos envolvidos para sua realização serão contabilizados os lucros. A estimativa sobre o rendimento do capital investido pelos participantes poderá ser demonstrada através de gráficos, corrigindo os possíveis desvios que ocorreram durante um determinado período de tempo, traçando assim o valor percentual mensal de rendimento.

Fluxo Financeiro:

1. Capital destinado ao Fundo é voluntário.
2. Risco é calculado e avaliado pelos parceiros e pela Huca.
3. Lucro: direto é obtido pela execução da atividade determinada e indireto pelo rendimento do Fundo.
4. Destino do lucro é variável proporcionalmente ao capital existente do parceiro dentro do valor total do Fundo.
5. As aplicações do Fundo são no desenvolvimento do Turismo por ser uma atividade de movimentação econômica completa ou na necessidade do mercado.

Funcionamento:

A princípio:

- Buscar empresas interessadas em participar de um fundo participativo de crescimento econômico e social;
- Estipular um valor para adesão individual das pessoas;
- O capital de adesão deverá ser investido pela Huca ou Banco Contratado em diferentes meios de rentabilidade para sua própria rentabilidade operacional;
- Traçar gráficos de porcentagem de rendimento mensal por aproximação.

Simultaneamente:

- Os depósitos de qualquer valor após a adesão terão um dia único para retirada;
- Os depósitos ficam necessariamente retidos por um mês. Exemplo: um participante que tem a retirada no dia 05 e depositar no dia 06 só poderá sacar o dinheiro no dia 05, após um mês e vinte e nove dias (depósitos mais lucros);

- Os lucros serão contabilizados proporcionalmente em relação ao capital de cada participante dentro de um todo. Exemplo: se o total de capital for R\$ 1.000,00 e são dez associados com R\$ 100,00 cada, então cada um receberá 10 % do lucro obtido pelo investimento destes R\$ 1.000,00, ou seja, ao final de um ano receberão cada R\$ 110,00.

Após:

- Contratos de após um ano é que será possível desvincular-se da HuCa, pois assim se poderá retirar a adesão.
- O valor da adesão não valoriza de acordo com o crescimento da Huca, em acordo com seus associados.

Regras:

- O sistema financeiro de controle do Fundo deve ser informatizado possibilitando o acesso dos parceiros a seus saldos.
- O capital de cada parceiro deve ficar bloqueado por um mês, sendo que o sistema de software propicia isso.
- O software destinado ao Fundo será controlado por uma ferramenta básica para a movimentação dos recursos financeiros.
- O marketing, em toda sua abrangência, é peça fundamental na elaboração estratégica de aplicação financeira.
- O Fundo, a princípio, não pode ter concorrentes como parceiros, sendo assim será aconselhado ou não a criação de outra e outra... HuCa, posteriormente, aquisições e fusões poderão ser realizadas se for de interesse.
- Cada participante terá sua porcentagem referente ao capital existente ou investido antes do lucro e um dia no mês para retiradas (depósitos mais lucros) caso julgue necessário pois a HuCa cresce através dos rendimentos do fundo de adesão (estático/retido por um ano na empresa) em retorno sobre projetos realizados em conjunto com os parceiros ou associados ou cooperados, como preferir.
- Sempre serão registrados os valores para os serviços prestados, pois o restante será o lucro repartido que estará à disposição para retirada do participante no dia estabelecido, mensalmente.
- Com esse tipo de sistema administrativo financeiro será possível obter resultados proporcionais e eficientes formas gestão conjunta, ampliando a comunicação existente, pois as pessoas realmente estarão comprometidas com o desenvolvimento do todo.

3 ANÁLISE ADMINISTRATIVA MERCADOLÓGICA

Na comunicação é preciso difundir o conhecimento do modelo 5S, além de partilhar com todos, comunidade e trabalhadores, as metas e os planos de desenvolvimento na região, informando seus papéis nestes planos, mostrando que são viáveis e seguros. A preocupação com o bem estar de todos, além de como é feita a avaliação do desempenho

da atividade, como os pagamentos e rendimentos são administrados, como os benefícios funcionam e o que devem fazer para progredir individual e coletivamente na atividade.

Também é fundamental despertar a consciência de todos para a necessidade de mudança, do propósito em torno do qual estamos nos mobilizando, da cultura e do comportamento que perseguimos, dos padrões e objetivos de nossos desempenhos, de como estamos nos saindo em relação a esses padrões e objetivos, e de porque estamos tomando determinadas atitudes e como essas atitudes servem ao nosso propósito. É a comunicação autêntica que reúne as pessoas em uma comunidade – ouvindo, respondendo, confrontando, assegurando e discutindo – engajadas no perpétuo processo de mudança e melhorias contínuas.

Em, MCDONALD, Malcolm,...(pág. 253, cap. 9), diz:

“ Uma abordagem melhor é considerar o valor do acionista e o valor para o cliente juntos, uma vez que são mutuamente dependentes.”

Os consumidores preocupam-se com a qualidade, preço e serviço. Os empregados com os salários, segurança, controle e dignidade. Os investidores com dividendos e riscos.

A responsabilidade das obrigações pelos empregados faz com que possa surgir uma equipe e uma administração flexível.

Com inspeção, círculo de controle de qualidade, reuniões usando técnicas específicas, auditorias, palestras e seminários, comunicação face a face entre todos os níveis e simpósios eficientes, é possível lidar com as diversas culturas e as rápidas mudanças da atividade, tirando proveito de todas as possibilidades de uso da diversidade inerente.

Despertar a auto-estima, confiança, auto-consciência e disciplina, adquirindo o auto-conhecimento e o auto-desenvolvimento conseqüente, as funções dos líderes administradores para com todos, bem como proporcionar aos participantes da atividade produtiva a aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes inerentes ao gerenciamento.

Gerar mobilização implica na aceitação das mudanças de uma reestruturação estando prontos e dispostos a fazê-las acontecer. Fazendo, essencialmente, uma campanha honesta, abrangendo a região como um todo, de persuasão por razões para que o comportamento (o que valorizam) seja adaptado, devido aos motivos da mudança em sua sinceridade e a visão do futuro, melhor que o presente.

Em, MCDONALD, Malcolm, ... (pág. 107, cap. 4), diz,

“O papel do dirigente empresarial é criar e adotar comportamentos distintos e capacidades organizacionais que forneçam soluções inovadoras antes dos concorrentes.”

É preciso grande perícia gerencial para capacitar e mobilizar as pessoas a liderarem com as culturas e grupos étnicos diversos, sem preconceitos, sem discriminação, pois a atividade organizada pode ser rica em diversidades raciais e conseqüentemente a inter-relação entre essas.

Uma saída é a redução dos custos que devido à burocracia e cargos irrelevantes, fazem do desempenho da atividade uma organização não tanto competitiva. Demitir funcionários não é tão necessário! Porém, havendo um enxugamento, as pessoas restantes

descobrirão como fazer seu trabalho de forma diferente, certamente ajudando na reengenharia. É assim uma forma de desenvolver a excelência operacional.

Convencer a todos da organização que os novos tempos não são mais determinados pelo inexorável movimento do calendário, mas pelos mercados, tecnologia e pelos concorrentes em transformação e por clientes exigentes.

Quanto à capacitação, não basta motivação, energizar e preparar o pessoal todo dia, é preciso dar-lhes os meios. O redesenho do trabalho de modo a oferecer a oportunidade de exercitar ao máximo possível de suas capacidades para êxito.

Fortalecer os outros para executarem novos trabalhos operacionais além de satisfazer as necessidades dos clientes fazendo o que for necessário, são responsabilidades dos gerentes, administradores dos treinamentos de acordo com as aptidões individuais. Abrir mão do controle é um temor grande dos gerentes, pois já chegaram à sua satisfação pessoal ou autoridade existencial.

Equipamentos, desenvolvimento cultural, desenvolvimento da equipe, retorno sobre o investimento, produtividade e eficiência são essenciais no direcionamento da liderança.

Deve ser redistribuída a preocupação com a qualidade do trabalho. Para isso, deve-se estudar e testar cuidadosamente a cultura da organização a fim de verificar sua capacidade de aceitar a autoridade e responsabilidade, amplamente disseminadas.

A única forma de manter a confiança, ao longo do tempo, é ter uma cultura que garanta intencionalmente que as pessoas se comportem da forma que a organização necessita.

Bill Gates escreve (em GATES, Bill – pág. 274, cap. 4, item 16),

“Fazer com que enfrentem processos inteiros possibilitará que as pessoas tenham um trabalho mais interessante e desafiador. O trabalho (tarefa) unidimensional será eliminado, automatizado ou integrado num processo maior.”

Definir a ambição da organização para a região, ou seja, administração por objetivos, dedicando sua liderança à experimentação contínua.

Aprender com as comparações – o que queria alcançar e o que conseguiu – para depois aprender a agir segundo o que aprendeu, são objetivos claros como ferramentas adequadas para seu gerenciamento.

Dar autonomia às pessoas da linha de frente de forma que entendam o real objetivo aqui definido, pois o momento do encontro é onde você satisfaz ou não o cliente – momento ou hora da verdade – sendo necessário para isso que os gerentes forneçam os recursos necessários após os devidos treinamentos para a função, com visão global da empresa sabendo a importância da ação individual no contexto, com comprometimento e entendimento claro dos objetivos e metas da organização e participando das melhorias através de sugestões que auxiliem na tomada de decisão.

Na avaliação deve-se manter a responsabilidade concentrada no que realmente importa para o negócio. Só podemos medir os desempenhos, seja das pessoas, dos serviços/produtos ou dos processos de uma organização, em termos de resultados para o cliente – seu prazer e/ou sofrimento. O julgamento do cliente é a avaliação mais importante, e é através dela que se deve ter treinamentos ou melhorias na qualidade total da organização ou na sua gestão.

O motivo pelo qual os administradores realmente conseguem administrar nos mercados atuais – participar da corrida que começa em alta velocidade, e depois vai aos poucos pegando o ritmo – é o fato de não estarem sozinhos. Eles são “nós”. “Nós” com nossos subordinados (se essa é a palavra certa); “nós” com nossos chefes (se essa é a palavra certa); e “nós” com nossos pares (que certamente é a palavra certa). Hoje, em algumas organizações, não existe a palavra certa para definir plenamente o trabalho a ser desenvolvido, que pode perfeitamente ser a melhor de todas.

Stan Davis e Christopher Meyer, BLUR: The Spread of Change in the Connected Economy diz (em GATES, Bill – pág. 121, cap 2, item 7),

“A conectividade possibilita que você conquiste mais independência, ao mesmo tempo em que a independência o motiva a ficar cada vez mais conectado.”

A fidelidade dos clientes deve ser conquistada como política ou mesmo missão da empresa, enquanto as parcerias devem ser adquiridas a título de informalidade com os fornecedores que proporcionarão produtos ou serviços para o crescimento econômico e social, produção ou expansão produtiva estrutural da organização.

Fornecedores devem ser estimulados à competição, com cotação ou pesquisas de preços, o que estimularia o crédito e o marketing mix da organização no mercado e os clientes à lealdade proporcionando-lhes os produtos/serviços pelos menores preços, analisados mercadológica e estrategicamente.

Em, MCDONALD, Malcolm, ... (pág. 133, cap. 5), diz,

“Somente as organizações que têm produtos fortes e inovadores, amparadas por cadeias de abastecimento ágeis e capazes de responder rapidamente às demandas voláteis do mercado, sobreviverão, e prosperarão no mercado futuro.”

Agenciadores que estimulem a produção, conquistando e aumentando o número de clientes, devem ser comissionados e priorizados como estratégia administrativa empresarial.

A globalização, esse aspecto, fator ou mesmo movimento, fez com que as empresas se voltassem para a idéia ou ações de competitividade, necessitando, assim, uma administração polivalente com enfoque multidisciplinar, tendo a visão da organização ou empresa como um todo cuidando tanto dos seres humanos da organização quanto da produção, abordando todos os aspectos necessários ao bom funcionamento e desenvolvimento empresarial (humano/capital).

4 GESTÃO PARTICIPATIVA

Na análise de gestão organizacional destacam-se ações realizadas pelo pessoal da linha de frente, ou seja, os que lidam diretamente com clientes e fornecedores além da importância dos que efetivamente executam o processo de produção. Os negociadores devem atuar beneficiando a organização que representa através do modelo que todos ganham, onde não há perdedores. Os executores devem eficientemente fornecer o produto/serviço atendendo as especificações que foram definidas com padrões. Todos

devem participar da tomada de decisão, dentro das diversas formas existentes, proporcionando conteúdo de conhecimento e informações necessárias à atuação estratégica da organização em função do mercado e suas tendências.

Com ênfase no desenvolvimento sustentável, a gestão participativa, agindo para levantar questões e buscar melhorias, usará de criativas sugestões que, discutidas em conjunto, determinarão o potencial de crescimento econômico, emprego e renda, bem como a utilização equilibrada do espaço físico respeitando o meio social e cultural da região dentre outros.

Peter Drucker, em A nova sociedade (1950) (BEATTY, Jack – pág. 87, cap. 5), reflete que,

“O trabalhador precisa ver a fábrica como se fosse um gerente. Só assim ele pode visualizar a sua parte; de sua parte ele pode alcançar o todo. Esse ‘ver’ não é uma questão de informação, de cursos de treinamento, de percorrer a fábrica como um visitante ou processos semelhantes. É necessária a experiência real do conjunto por meio do trabalho individual.”

Diante das novas perspectivas surgidas, no momento atual de visão holística e de muitas e rápidas mudanças, o sistema de gestão deve ser integrado, inter-relacionando pessoas na busca participativa somatória das partes, que com a importância dos acontecimentos mencionados, transformarão o contexto, beneficiando a estrutura global com a implantação de projetos determinantes para educação e prosperidade econômica, influenciando assim, métodos organizacionais de desenvolvimento.

5 VISÃO CONCEITUAL DO MODELO

5.1 ENTRADAS E SAÍDAS

O modelo proposto identifica a formação de dados: financeiros, cadastrais, operacionais, lógicos, de mercado, profissionais, e de normas reguladoras, entre outros.

A formação de grupos participativos, como cooperados, proporciona a entrada de informações cadastrais importantes como atividades desempenhadas, registros e compromisso.

O capital que por elas aplicado tem o retorno em forma de lucros financeiros diretos pela rentabilidade do investimento de capital e pelo aumento das atividades produtivas para determinados participantes que indiretamente usufruem da execução proposta.

A noção das regras, normas e funcionamento do modelo sistematizado para benefícios capitalistas dos participantes acionistas, requer uma conjuntura estrutural conectada com a realidade que identifica mecanismos claros e transparentes de acompanhamento através da “Internet”.

Em primeiro momento, existe a sintonia com o mercado, executando o que se necessita e tendo a rentabilidade estabelecida previamente. Depois, é ditado o que explorar, devido ao volume econômico do fundo, direcionando o planejamento desenvolvimentista econômico e social de determinada região.

5.2 FINANCEIRO

É fácil a compreensão de que quanto maior o investimento de capital, maior será sua porcentagem de retorno na forma de lucros ou prejuízos.

Estipular o montante máximo para retirada após determinado valor investido faz-se necessário.

Definir o voto individual, sendo opcional para valores variados, de caráter não obrigatório na escolha do produto/serviço tornará o processo democrático.

Deixar a partir daí, a preferência para o investimento no mercado, tendo no projeto produto/serviço a previsão de retorno econômico e social definidos por porcentagens em cada situação.

Definição de aplicações de curto, médio e longo prazos, importância, risco e mercado sendo os projetos de rentabilidade variada.

Dar de forma matemática o contexto democrático do sistema de modelo desenvolvimentista proposto requer devido programa software e análise minuciosa dos casos, estipulando punições financeiras para o não cumprimento das normas e regras estabelecidas através do contrato de adesão conforme estatuto do modelo instituído.

O funcionamento do modelo tem como filosofia e incentivo a produção, tendo seus moldes similares aos de investidores de Bolsas de Valores, de capital volátil especulativo, diferenciando-se portanto, para um sistema de aplicação, que teoricamente, a rentabilidade é maior financeira e socialmente, diretamente no mercado produtivo.

5.3 CADASTRAS

Todo cadastro deve ser o mais completo, participantes sócios, fornecedores, clientes, etc., devem ser avaliados e analisados pelas informações existentes, e que estas sejam de forma transparente, revelando sempre a realidade.

As empresas fornecedoras, por ser de interesse pulverizar a mercadoria e manter o preço de mercado, consolidando clientes, evitam a venda de suas mercadorias para algumas grandes redes, essas compram em grande quantidade, fazendo promoções e desestabilizando o mercado.

Este modelo proposto pressupõe uma forma organizacional eficiente, evitando a lentidão burocrática para aplicação de recursos bem como a eficácia em resultados devido ao acompanhamento rigoroso das ações responsáveis referentes ao ótimo andamento dos negócios e seus rendimentos lucrativos.

Faz-se então necessário que tudo, de todos envolvidos, sejam acompanhados como materiais cadastrais, retendo informações atualizadas para eficiente desempenho administrativo do modelo.

5.4 IDEOLÓGICO

Não distante do futuro, a realidade propõe criar necessidade e estimula o despertar dos desejos, tendo assim, correntes de marketing com foco no produto/serviço e foco no cliente.

A arte e a ciência também são correntes de administração que devem auxiliar no processo de globalização informacional e econômico. É papel dos encarregados pela gestão do processo, perceber a importância da preservação da riqueza cultural regional, tendo como um paradoxo, a globalização da economia, atuando como gestor eficiente neste contexto, como “artista” e profissional no capitalismo.

Dentro da psicologia conhecida, os indivíduos buscam exercer seus papéis, às vezes insatisfeitos, sendo obrigados por razões econômicas a encontrar na vida o que realmente os preencha.

O controle, conhecimento, motivação individual acompanhado da afetividade e inter-relacionamento coletivo, buscará equilíbrio na vida, a procura de conforto, segurança, liderança, realização, etc., o que será conseguido com o mínimo satisfatório de dinheiro sem imobilizar o consumo.

5.5 MERCADOLÓGICO

O vendedor transforma-se no negociador que busca no processo de vendas o fator concorrência, beneficiando a empresa e o cliente, aparando obstáculos, para ser competitivo.

O administrador, em sua abrangência de atuação, necessita de visão, cada vez mais holística, tornando-se especialista em especificidades, como modelador, quebrando os “nós” na empresa, dando fluência aos processos de produção como um todo para o crescimento do negócio em resultados e objetivos.

O valor da auto-estima é contagiante, tornando a imagem da empresa, seu atendimento e as pessoas, o próprio produto/serviço.

No novo paradigma informacional do conhecimento, o tecnológico, o ecológico e o empresarial, são de mudanças complexas e gestão de transformação prol desenvolvimento. Profissões permanecem e surgem novas, todas propícias às mudanças em preparação para o avanço global.

Transforma-se o ser humano, neste novo contexto, em um participante constante ao meio ambiente externo e vice-versa. O grande desafio será a realização dos desejos dos clientes, nos quais, a exigência por serviços e produtos diferenciados qualitativamente e personalizados torna-se constante.

5.6 REGULAMENTOS

A escolha dos parceiros executores será feita por licitação sobre o menor preço, sendo que feito através de leilão dinâmico pela “Internet” permitirá agilidade e tempo real ao processo.

Poderá haver mais de um participante envolvido na execução, dependendo de sua capacidade de produção e do projeto a ser executado, havendo margem até, para contratação de terceiros definidos pelos participantes ou pela administração estipulando todos os itens flexíveis de forma administrativa de direitos e deveres.

Às vezes, é mais benéfico lucrativamente, ter a produção parada de uma empresa monopolista do que ter falta de concorrentes. Quebrar o monopólio é fundamental, dando assim, a oportunidade de concorrentes reaquarem suas finanças e serem competitivos.

Baseado nas leis de livre comércio, onde os mercados regulam-se por si só, faz-se necessário destacar alguns pontos a serem regulamentados como o controle de natalidade, a valorização da longevidade, o controle dos recursos materiais e naturais, a oportunidade de consumo, trabalho e renda para todos os humanos, e a Empresa Humano/Capital em sua lei, que define a pessoa jurídica proibida de se expandir quando atinge 50% do capital do mercado ao qual faz parte, ou seja, em cada segmento.

Dr. Ikbal k. Taimni, em O Homem, Deus e o Universo (1995) (pág. 141, cap. 14),

“Assim, ao que parece, precisamos rever nossas idéias sobre todas essas coisas: Tempo, Espaço, desenvolvimento, Eternidade etc....”

O controle de natalidade de forma legal e democrática, em respeito à cultura regional, e voltada para o bem estar de todos, principalmente das crianças, deve ser o foco.

O estímulo à longevidade valorizando a criatividade e a fabricação de diversidades ambientais, sociais e materiais, também em respeito às leis gerais para o desenvolvimento humano, têm grande importância nesse processo ou modelo de gestão.

Desenvolvimento Sustentável são as palavras chaves deste sistema, visando harmonia em todos os setores, urbano e rural, além de eficiente condução dos recursos disponíveis, materiais e naturais, gerando assim, valor para diferenciação e preservação dos bens em amplitude com as leis vigentes, democráticas e justas.

Como os bancos em geral têm o setor de desenvolvimento de produto/serviço e marketing em sua Sede, será necessária somente uma avaliação de viabilidade operacional do modelo proposto, tornando o sistema HuCa uma realidade com sua implantação e adaptação à estrutura existente.

5.6.1 Ciclo Econômico

Segue abaixo uma proposta administrativa, de visão evolutiva, dos cuidados e benefícios que o modelo da Empresa Humano/Capital proporciona:

1º São as pessoas físicas votantes que fazem e devem fazer parte do Fundo Participativo, sendo elas responsáveis por decisões e proprietárias do capital de investimento.

2º São as pessoas jurídicas as tomadoras dos empréstimos a uma taxa de juros pré-fixada e período determinado.

3º As pessoas jurídicas fazem e poderão fazer aquisições ou fusões no mesmo segmento ou com segmentos e atividades distintas, mas respeitando a lei HuCa de não ultrapassar 50% de influência no mercado de cada segmento.

4º Não havendo respeito à lei HuCa, uma pessoa jurídica poderá controlar todo o mercado, mesmo havendo várias pessoas físicas detentoras de capital investido no Fundo Participativo ou não. Portanto, em respeito aos princípios aqui definidos, a lei HuCa faz-se necessária e fundamental para o sucesso ou fracasso do sistema proposto.

5º Poderão ser feitos e terão oportunidades as pessoas físicas em empreender, fazer aquisições ou fusões, tornando-se jurídicas, por meio do capital, da diferenciação de ações, idéias, ideais e a devida proteção pela lei de direitos e deveres de cada país ou região.

É preciso desenvolver o produto/serviço do modelo através de um banco ou criando um.

Apesar de votos optativos, sem pesos ou medidas para o valor aplicado, a idade para a pessoa física ter direito ao voto depende das leis de cada país ou região, buscando na educação formal e familiar tal entendimento, sendo assim somente possível contas bancárias ou hucanianas individualizadas.

A utilização de dados estatísticos e cadastrais bem como a discriminação da atuação dos empréstimos na área de Turismo, sem excluir outros setores, ou seja, por movimentar toda economia com consciência de preservação patrimonial e ambiental, faz o projeto HuCa muito atrativo para o desenvolvimento mercadológico e sócio-cultural da região.

5.6.2 Sinergia do Capital Humano

Para exemplificar a sinergia do capital humano no modelo de Empresa Humano/Capital, é necessário analisar o grau de risco inerente às pessoas, física e jurídica:

- 1) A pessoa jurídica enfrentará maiores riscos por vários motivos referentes à oferta e também em análise da demanda para sua empresa, gerenciamento interno, mercados e etc. Portanto, sempre buscará o menor custo de produção, utilizando a pesquisa de preços, taxas de juros cobradas para empréstimo ou para adquirir sua mercadoria para estoque ou não.
- 2) A pessoa física, que trabalha para a jurídica acima mencionada, recebe uma porcentagem da receita em forma de salário ou lucros, ou os dois casos, se ambas estiverem no processo HuCa. Mas se a pessoa física estiver no Fundo das pessoas em geral, receberá o retorno de seu capital investido, que deverá ser protegido pelas leis dos homens. Caso a pessoa física esteja somente empregada, receberá apenas o salário e não terá direito a opinar, através de voto no mercado, destinando recursos financeiros para quem desejar, ou seja, nesse exemplo pode ser o próprio empregador até, e se beneficiar da decisão. Direta pela rentabilidade de seu dinheiro e indiretamente pela clara definição democrática do rumo da economia.

Ou seja, o capital humano proporciona a sinergia econômica de um país ou uma região, estimulando como parte integrante do Fundo Participativo HuCa a força de alavancagem do Mercado, ajudando ou não as empresas pretendentes tomadoras dos empréstimos financeiros.

Os empréstimos podem ser feitos para uma ou várias pessoas jurídicas ao mesmo tempo ou em períodos espaçados, e a HuCa não tem lógica se houver a participação de apenas uma pessoa física. Aconselha-se começar fazendo grupos setoriais, uma pessoa jurídica de cada setor, visando assim, gerenciamento administrativo mercadológico.

5.6.3 Matemática

Também convém mostrar como se faz a parte de rendimentos em termos matemáticos de pretensão de retorno geral:

Se a pessoa jurídica necessitar de um empréstimo de alavancagem de R\$ 200,00 poderá eventualmente, de acordo com o mercado, estipular um retorno de capital previsto por amostragem, dando base a HuCa de traçar sua taxa de juros cobrada.

Seguindo o exemplo acima, vamos analisar:

- A. HuCa ou banco se mantém pelo rendimento das adesões retidas por 1 ano. Essas poderão ser renovadas ou não, havendo aumento ou diminuição no valor da renovação de acordo com o mercado HuCa ou bancário, terá nesse caso, o valor de adesão de R\$ 100,00. A HuCa receberá supondo 10% de rendimento, após análise geral, para se custear como sendo o retorno pró-fixado ou taxa de juros do mercado, ou seja, R\$ 10,00.
- B. Para a pessoa física que tem tal investimento no Fundo, exemplificando os outros R\$ 100,00, que poderá ser sacado mensalmente conforme regra, também será estipulado um rendimento de mais R\$ 10,00. Esse percentual global estipulado permite que cada participante, banco, pessoa física e até mesmo a jurídica tenham um equilíbrio quanto aos retornos proporcionais ao risco do capital investido.
- C. Para a pessoa jurídica, o valor mínimo de venda do produto/serviço de sua empresa, levando em conta que seu custo total de produção será de 10% do valor, então é de R\$ 240,00. Retendo R\$ 20, no mínimo como sua rentabilidade.

Outro exemplo financeiro pode ser o seguinte:

Dados:

Mercadoria R\$ 0,98 (custo unitário)

Mercadoria R\$ 9,80 (Custo Total)

Adesão R\$ 1,00

Fundo R\$ 9,00

Total da pessoa física R\$ 10,00

Após um mês de aplicação e havendo um empréstimo cotado em retorno de 10% sobre o valor investido, a pessoa física terá R\$ 9,90, que poderá sacar ou reinvestir, e R\$ 1,00 retido durante um ano a contar, sendo este exemplo, o primeiro mês do participante, totalizando assim R\$ 10,90. Portanto os retornos serão R\$ 0,90 e R\$ 0,10 para a pessoa física e para a HuCa respectivamente.

A pessoa jurídica para ter 100% de receita, terá que vender a mercadoria por R\$ 19,60 com acréscimo de R\$ 1,00, ou R\$ 20,80, como segue a demonstração abaixo:

Demonstração:

Custo Total R\$ 9,80

Pretensão de Retorno R\$ 9,80

Juros de Empréstimo R\$ 1,00
Receita R\$ 20,60
Retenção da pessoa jurídica R\$ 9,60

Ou em outra análise:

Custo Total R\$ 9,80
Empréstimo R\$ 11,00
Receita R\$ 20,80
Retenção da pessoa jurídica R\$ 9,80

Então, sem gastar nada, somente trabalho, empenho e dedicação, a pessoa jurídica retém capital ou gera sinergia, variando de acordo com as leis do mercado e seu próprio gerenciamento do negócio. O ciclo, ou o aumento de capital, evolui mediante investimentos contínuos, de forma geral, das pessoas físicas e jurídicas, mais rápidos e constantes em montante ou não.

A porcentagem de rentabilidade do Fundo nos projetos de investimento devem ser variados de acordo com pesquisa prévia da HuCa, futuramente coincidindo algumas.

Exemplificando, podemos citar três pessoas jurídicas: o Restaurante Slim irá retornar ao Fundo 10% do capital emprestado de acordo com a forma de juros ou custo do dinheiro mais o valor do empréstimo, é claro. Já a Casa de Eventos Z10 irá retornar 15% e o Parque Ecológico Explorer 10% respectivamente. Todos cumprindo prazos contratuais estabelecidos pela HuCa ou rede bancária.

Dependendo da reserva financeira da HuCa, sua gestão, e o prazo de contrato dos empréstimos com essas pessoas jurídicas, os participantes da HuCa poderão votar em somente uma, duas ou nas três organizações solicitantes.

É função da Empresa Humano/Capital proporcionar opções de investimento para votação, estimulando assim a concorrência saudável das pessoas jurídicas licitadas ou pesquisadas e fornecendo dados de medição e análise estatísticas gerais do comportamento do consumidor participante aos governos, contribuindo assim para políticas públicas de consciência global.

Será também, uma forma eficiente de promover as pessoas jurídicas, pois o participante antes de investir, poderá acessar o site dela (s) de seu interesse, conhecê-las (s) e até visitá-la (s).

No início de sua implantação, ou melhor, para iniciar sua operacionalização, a HuCa gera inflação com o aumento do custo do capital das pessoas jurídicas. Mas essa se auto-regulariza através das próprias leis de mercado, leis da HuCa e leis governamentais.

O fomento econômico e a regulação social pelo capital humano, é a única forma existente quando há necessidade de substituição do atual e decadente Sistema Capitalista para um Sistema Cooperativo, de consciência e ajuda mútua, tanto financeira quanto de qualificação humana, ou seja, Empresa Humano/Capital ou sistema se preferir.

Continuando, tal percentual é repartido proporcionalmente de forma igualitária dependendo do valor investido de cada participante. Exemplo: Sérgio tem R\$ 10,00 e Larissa tem R\$ 20,00, então o Fundo após receber o retorno de 10% dará R\$ 1,00 para Sérgio e R\$ 2,00 para Larissa respectivamente. Ou seja, o custo total passa a ser o foco que proporcionará crescimento e surgimento de novas empresas além do capital proporcionalmente desejado das mesmas através dos instrumentos geradores do capital.

A Empresa Humano/Capital deverá ter seu funcionamento baseado nos rendimentos provenientes da adesão, pois será uma forma de estimular a abertura de vários negócios.

Não havendo exclusividade para a operacionalização do sistema HuCa, a forma de custeio baseada na rentabilidade da adesão dos participantes, proporcionará a abertura de vários modelos similares que podem por um lado estimular a forte concorrência, fazendo com que as HuCas tenham cada vez mais eficiência em produto/serviço e/ou informações disponíveis com clareza. Mas por outro lado, poderá gerar distorções, corrupções e a desestruturação completa do sistema proposto, causando ainda mais desigualdades sociais, culturais e econômicas sem falar nas ambientais.

Poderá chegar, com o sucesso desta obra, protegida por direitos autorais, de forma operacionalizada num estágio onde existirão somente duas pessoas jurídicas, formadoras de dois segmentos de características diferenciadas, sendo 50% do capital do mercado pertencente a cada e uma poderá ser dividida em duas com 25% cada.

Vale a pena ressaltar que:

O 1º passo deve ser a formação de um grupo de capital humano e ciclo financeiro equivalente a 75% do dinheiro universo funcional existente e o 2º passo será a divisão igualitária, diferenciada e cooperativada dos outros 25% do Capital referente, proporcionando assim, a oportunidade para o 3º passo que deverá ser o fomento dos anteriores 25% do capital humano e financeiro hucaniano, para que com condições, agora igualitárias de 50% também, defina-se os parâmetros administrativos, de rentabilidade econômica, social, cultural e ambiental, além da de marketing da nova cooperada com a antiga, concepção de um acordo bilateral de desenvolvimento e progresso com respeito mútuo, harmonia geral em todos os setores avaliados e acompanhados previamente com diretrizes educacionais, familiar e formal, além de qualidade de vida organizada coerente com afirmativas sempre, e de eternidade, boas e locais.

Mas tendo seu funcionamento na força de trabalho eficiente da pessoa física, harmoniosa, participativa em decisão e no capital, fazendo com que elas estejam em eterna competição quanto a sua posição no mercado (lei HuCa). Quando uma pessoa jurídica ou setor decrescerem, poderão ser adquiridos por pessoa (s) ou pelo governo que os reinventem ou/e revitalizem tornando-os, novamente lucrativos ou diferenciados.

Ainda utilizando o exemplo acima mencionado:

Deverá ser estipulada uma remuneração justa para o idealizador da obra, que propõe a padronização do sistema num modelo de gestão e marketing a ser operacionalizado com êxito global, da seguinte forma:

Retorno pessoa física R\$ 10,90

Retorno da HuCa ou banco R\$ 0,10

Da Remuneração do idealizador 0,01 % do retorno da Huca ou banco.

Operacionalização e Aplicação HuCa R\$ 0,09

Adesão R\$ 0,10

A Empresa Humano/Capital ou o banco deverá arcar com a remuneração do idealizador e autor da obra através das adesões de R\$ 0,10, utilizando R\$ 0,09 para ser mantida em funcionamento e R\$ 0,00001 para pagamento dos direitos autorais, ou seja:

Aplicações Gerais = R\$ 10,10 – R\$ 0,00001

Para o banco ou Huca será necessário reter a adesão para sua operacionalização e devidas aplicações por um ano, pois senão encolherá.

Os direitos autorais serão pagos e retirados somente uma vez da adesão de cada participante pessoa física, o que dará tempo a administração hucaniana recuperá-lo com o restante da adesão aplicada, seja em custos incrementais ou aplicações correntes.

A receita da Huca ou banco deve também patrocinar as emissoras de rádio, canais de televisão, as companhias telefônicas de fixo e móvel, ou seja, telecomunicações e publicidades em geral poderão ser veículos de conscientização social com transparência voltada à educação, liberdade e etc., ou seja, companheira em criatividade e com sua potencialidade de informação, promoções e serviços em geral, divulgando a cultura continuada responsável e abrangendo todo o conhecimento existente até então.

Dependendo do contrato a firmado com o autor, os pioneiros a implantarem tal sistema serão beneficiados por vantagens competitivas no mercado, fazendo com que possam administrar suas rentabilidades através do valor da adesão pré-fixada de forma mais lucrativa.

As garantias são o próprio patrimônio da pessoa jurídica. Caso houver prejuízos e a impossibilidade da quitação do (s) empréstimo (s) ou parte dele (s), nos prazos estabelecidos pela HuCa ou banco (s) parceiros (s), os responsáveis, participantes do Fundo ou não, serão obrigados a quebrar seu sigilo administrativo empresarial, e o bancário e de bens individuais também. Isso definido em forma de contrato de conformidade com as leis do país.

As populações ou pessoas físicas terão realmente nas mãos, ou no voto, livre e qualificado, uma ferramenta e o poder de decisão do rumo da economia regional onde estejam inseridas ou não.

Através de diretrizes da HuCa e dos regulamentos de direitos e deveres, serão possíveis ações para o futuro, com um ser humano bem qualificado, bom fruto hucaniano, utilizando para isso um instrumento de fomento econômico e regulação social em plenitude, a Empresa Humano/Capital.

HUCANIALISMO

Depósito Pessoa Física R\$ 100,00.

Empréstimo Pessoa Jurídica R\$ 100,00.

Rentabilidade Fundo HuCa 10%.

Retorno para o Fundo HuCa ou banco R\$ 110,00.

Adesão da Pessoa Física R\$ 10,00 de R\$ 110,00.

Operacionalização e Aplicações da HuCa R\$ 9,999.

Remuneração do Autor 0,01 % da Adesão = R\$ 0,001.

Após 30 dias: (não havendo outros rendimentos)

Saque Pessoa Física R\$ 100,00.

Após 1 ano: (não havendo outros rendimentos)

Saque Pessoa Física R\$ 110,00.

Aplicações = R\$ 100,00 + R\$ 10,00 – R\$ 0,001.

Pessoa Física direciona com voto optativo a (s) Pessoa (s) Jurídica (s) a obter o Empréstimo.

Pessoas Jurídicas procuram competir entre elas por maior rentabilidade individual e por maior retorno ao Fundo HuCa em porcentagem, e para remuneração das Pessoas Físicas participantes.

Resultado: Desenvolvimento com Consciência Local.

P.S.: O banco ou HuCA poderá encolher se não reter a Adesão temporariamente para seu próprio benefício de rentabilidade.

Esse sistema deverá proporcionar o mais alto nível de comunicação na gestão de pessoas, nas empresas e em redes sociais.

Os valores de empréstimos serão rateados entre os correntistas na regra do menor para o maior, ou seja, se tenho cinco pessoas físicas com R\$ 10,00, R\$ 100,00, R\$ 60,00, R\$ 30,00 e R\$ 80,00 respectivamente e foi escolhida apenas uma pessoa jurídica para o empréstimo de R\$ 160,00, então a divisão ficará em R\$ 10,00, R\$ 40,00, R\$ 40,00, R\$ 30,00 e R\$ 40,00 seguindo a ordem acima, fornecendo assim oportunidade igualitária de rendimento.

5.7 APLICAÇÕES POSSÍVEIS

5.7.1 Projeto Manguezal

Como sugestão, segue uma estruturação para os mangues que são encontrados por todo litoral brasileiro.

O Projeto Manguezal consiste em:

Objetivo:

Criar uma infra-estrutura em conjunto com a comunidade que vive à beira do Mangue para desenvolver:

- Conhecimento da população/turistas para a necessidade e importância da preservação dos manguezais;
- Envolvimento da comunidade como agente de vigilância e preservação;
- Esclarecimento e fortalecimento da importância dos manguezais como berçários do mar;
- Atividades turísticas em geral sem excluir os outros setores que movimentam o desenvolvimento econômico e do capital humano regional;
- Atividades de estudo e pesquisa do ecossistema existente;
- Atividades de renda junto ao setor alimentício;
- Educação na exploração usando de marketing para o Mangue como um todo.

Estratégias:

- Através de parcerias com a iniciativa pública e privada, adquirir recursos financeiros além de materiais e humanos para realizar um trabalho junto aos Mangues, visando retorno a todos os participantes (comunidades, empresas e governos) e desenvolvendo sustentavelmente a região.
- Mobilizar pessoas qualificadas no conhecimento do Manguê para realizar, através de palestras, aulas face a face, entre outras atividades, a conscientização da população que o explora indiscriminadamente, mostrando os benefícios de um desenvolvimento sustentável.
- Empresas poluidoras deverão ter maior parte na contribuição. A comunidade tem muito a oferecer como experientes da prática no usufruto dos recursos existentes no manguezal.

Desenvolvimento do Projeto:

- O CAMAN (caranguejo manguezal) que será uma marca em apologia ao TAMAR (tartarugas marinhas) tem como finalidade divulgar a imagem do mangue, e do caranguejo em específico, como fonte de alimento rico em nutrientes, isso tudo através da mão-de-obra da comunidade que, junto com a iniciativa privada e pública, será capaz de criar ou produzir artesanatos, camisas, bonés, acessórios em geral (comunicação) e preservar a região contra a destruição.
- Com barcos dos próprios moradores da região, depois de devida reforma, será possível criar passeios com um roteiro turístico pela região além de torneios de pesca, desenvolvendo a região turisticamente.
- Em conjunto, técnicos, estudiosos, pesquisadores e comunidade poderão desfrutar do rico ecossistema para estudo e pesquisa podendo ajudar na medicina com remédios ou para o desenvolvimento sustentável do Manguê evitando sua exploração e destruição desordenada, orientando a época de reprodução das espécies que servem para alimentação humana ou coordenando a retirada do material necessário às fornecedoras de tal serviço como na produção da panela de barro, entre outros.
- Os catadores de caranguejo poderão manufaturá-los através do preparo do mesmo e venda somente de parte ou todo, podendo, assim, aumentar a renda desses trabalhadores.
- Poderão ser feitas trilhas, com infra-estrutura de parque na região, motivando o acesso para passeio e pesquisas, desde que não agridam o ecossistema.
- A retirada de recursos do Manguê de forma predatória será combatida através da conscientização da sociedade e da fiscalização pela própria comunidade que usufrui desses recursos, com o estabelecimento de penalidades severas aos transgressores.
- Com o CAMAN, será possível conscientizar a população, desenvolvendo atividades através de uma atuação de comunicação estratégica.
- Toda estrutura de desenvolvimento para o Manguê proporcionará uma interação com o meio, inter-relacionando as atividades com os envolvidos, fomentando recursos

financeiros, com uma exploração sustentável consciente de preservação do ecossistema.

- A publicidade usada nos veículos de comunicação será de acordo com o paradigma social e ecológico, destacando a importância das ações realizadas e estimulando o consumo, além de fortalecer positivamente a imagem dos parceiros envolvidos.

Descrição do Produto:

- O Projeto Manguezal é social e consiste do ponto de vista do autor, pois inclui benefícios ao meio ambiente, desenvolvimento turístico, estudo e pesquisa, maior renda à população que já desfruta de seus recursos além de criar novos campos para trabalho, seja na área Alimentícia, de Turismo, de Pesquisa, Social ou de Criação.
- O Mangue tem um grande potencial a ser desenvolvido e explorado, e o Brasil não pode deixar a destruição tomar conta dele, é preciso crescer.

5.7.2 Projeto Remo

Ainda a título de exemplo, temos o projeto que visa viabilizar a prática esportiva do remo como um atrativo turístico em Vitória - ES.

O Remo como Atrativo Turístico em Vitória - ES consiste em:

Objetivo:

- Criar uma estrutura para apreciação dos treinos e campeonatos de remo realizados na baía de Vitória - ES;
- Atrair turistas espectadores da modalidade fornecendo uma boa recepção estrutural;
- Divulgar os patrocinadores da atividade, bem como o prazer adquirido pelos praticantes de atividade de remo;

Estratégias:

- Os clubes de regata e associações que desenvolvem e participam da atividade do Remo devem ser parceiros no intuito de difundir e divulgar promocionalmente a modalidade, procurando trocar conhecimentos informativos, visando à preparação dos atletas, estrutura para o seu desenvolvimento e equipamentos/materiais necessários a isto.
- Junto com os patrocinadores de cada clube ou da atividade em geral, buscar apoio financeiro para o treinamento dos atletas, bem como para a criação da estrutura receptiva dos espectadores dessa modalidade na baía de Vitória - ES.
- Buscar após todas as parcerias firmadas (atletas, clubes e patrocinadores), o apoio do poder público para elaboração da área ao lado do Porto de Vitória - ES.

Desenvolvimento do Projeto:

- Na área em frente ao morro do Penedo, perto da curva do Clube Saldanha e ao lado do Porto de Vitória - ES, existe a possibilidade de criação de arquibancadas flutuantes, bem como lanchonetes de pequeno porte nos mesmos moldes.

- As arquibancadas receberiam na parte detrás (parte virada para a avenida) os anúncios dos patrocinadores para que quem passasse pela avenida de carro, pudesse apreciar seu design e ser persuadido de uma forma geral, a ser um futuro cliente desta empresa anunciadora.
- Poderão existir ainda lojas flutuantes para exibição dos produtos ou serviços dos patrocinadores.
- A estrutura de informação mostrará, através de placas, quais os horários de treinos de cada clube de regatas e os campeonatos a serem realizados sempre com antecedência, para que o turista espectador possa se planejar.
- A comunicação promocional em jornais, televisão e rádio ou em internet deve ocorrer por conta dos patrocinadores, que em possível associação, façam os custos caírem. Da mesma forma, a administração da estrutura será realizada podendo, talvez, cobrar bilheteria para a apreciação dos campeonatos.
- O retorno financeiro gerado pelo incremento da atividade Remo através da exploração publicitária de parceiros, clientes e atividade como um todo, e comercialização de produtos/serviços ofertados em virtude da estrutura formada, fornecerão aos parceiros envolvidos ótimas oportunidades de negócios.
- Os segmentos de alimentos, hospedagens, transportes e lazer, de serviços turísticos diversos, os órgãos públicos e as diversas empresas privadas dos variados setores econômicos (pessoas físicas ou jurídicas), poderão patrocinar tal desenvolvimento (HuCa), sendo parceiros no fortalecimento do esporte, e companheiro na exploração turística da região, atraindo turistas com atendimento personalizado proporcionado pelo diferencial estrutural formado.

Descrição do Produto Final:

- As arquibancadas flutuantes, bem como toda estrutura, será um diferencial do projeto, pois promoverá por si só uma atração a parte, agradando o turista espectador/participante que se divertirá com o movimento local devido as ondas da baía de Vitória - ES.
- O Remo é uma modalidade esportiva que necessita de divulgação e estrutura em geral para ser um atrativo turístico em potencial.

Necessidade de Pesquisa:

- Logicamente, serão necessárias pesquisas que visem dar a base de sustentação para tal projeto, mostrando a viabilidade de implantação.
- O levantamento de opinião da comunidade, atletas, dirigentes e patrocinadores, bem como, dos parceiros envolvidos, mostrará o apoio técnico e de colaboração que será fundamental na implantação do projeto, bem como, quantos clubes de regata têm interesse na proposta.
- A pesquisa de estudo de caso, enfocando o passado, a situação atual e a perspectiva de futuro do remo como atividade demonstrará todo potencial do esporte.

- Os aspectos geográficos e estruturais devem ser avaliados para pesquisa de possibilidade de implantação, incremento e evolução promocional da região e esporte Remo.
- O mercado deve ser pesquisado objetivando conhecimentos para realização da publicidade, do desenvolvimento da atividade Remo, da imagem que se pretende alcançar dos envolvidos e da região, e como será a divulgação e distribuição nos pontos de venda e veículos de comunicações.

5.7.3 Projeto Porto

Dentro de uma estruturação para o crescimento do Turismo em Vitória - ES que proporcionará geração de riquezas dentro do seu círculo de atuação.

A Reestruturação do Porto de Vitória - ES como Desenvolvimento Turístico consiste em:

Objetivo:

Propor a CODESA um estudo fundamentado que vise:

- Criar infra-estrutura no Porto de Vitória - ES para desenvolvimento da atividade turística, ou seja, de Cruzeiros Marítimos ou de visitação aproveitando a já existente e a incrementando-a;
- Organizar os receptivos para cidade de Vitória - ES e adjacentes, com variações de atrações tanto para os turistas de Cruzeiros Marítimos quanto para marinheiros que chegam dos navios de carga e descarga;
- Transformar o Porto de Vitória - ES em um núcleo turístico com potencial evolutivo.

Justificativa:

- O Porto de Vitória - ES tem uma localização especial privilegiada tanto para as atividades relacionadas ao Turismo quanto para obras possivelmente idealizadas, como para os intercâmbios de cargas e passageiros pelo transporte marítimo no litoral brasileiro.
- Para o desenvolvimento do Porto de Vitória - ES como atrativo turístico é necessária uma reestruturação visando o que o cliente quer, o turista e seus usuários.
- O turista está em busca de prazer, principalmente os de Cruzeiros Marítimos, pois estes querem uma nova experiência em cada um dos portos que atracarem.
- Uma reestruturação visando maior segurança para os turistas no embarque, necessitando para isso, de equipamentos e instrumentos com tecnologia de ponta, além de pessoas capacitadas a usá-los e oferecer um serviço de qualidade na recepção ao turista.
- Limpeza, agilidade de informações, autonomia para a equipe de frente, flexibilidade e integração dos funcionários proporcionando melhor atendimento às necessidades dos navios e passageiros, além de atrações utilizando da futura beleza do Porto, criatividade artísticas e culturais dos empregados, atividades interessantes sobre a cidade de Vitória - ES e adjacentes.

- O receptivo que levará o turista a passeios turísticos pela região deve ser de excelente qualidade, permitindo a satisfação do turista quanto à segurança e atendimento, utilizando os atrativos da cidade, como opções que visam dar o que o turista espera, ou melhor, surpreendê-lo, agradando-o mais do que esperava.

Estratégias:

- O Porto de Vitória - ES poderá usar os galpões lá existentes para maior agilidade em atendimento e tranquilidade ao turista que usufruirá de conforto, atividades típicas regionais, lojas de compras com produtos regionais, teatros, balcões de informações com um quiosque interativo, áreas verdes com jardins, pessoas qualificadas para recepção, além de acesso a computadores e telefones públicos que poderão ser usados para comunicações.
- Os administradores desta implantação e futura realidade para o desenvolvimento dessa atividade turística, Cruzeiros Marítimos, que gera muitas divisas, devem estar atentos para o conforto, comodidade, segurança e necessidades do turista elaborando assim, formulários de sugestões para melhoria dos serviços oferecidos, que após sua estada ajudará a evitar eventuais erros, além de detectar onde está e qual é o problema.
- Os receptivos com tours pela cidade de Vitória - ES e adjacentes devem ter opções variadas, além de proporcionar roteiros diversos para as diferentes faixas de idade. Praias, igrejas, templos e religiões em geral, bares, compras em Shopping Center e em lojas de bairro além de reservas naturais devem ser aproveitadas pelas famílias ou pelos ali residentes, avaliadas e divulgadas como meio de comunicação tanto pelos turistas como pelos trabalhadores locais com a participação governamental e detalhadas pelos seus diferenciais de forma clara e legível, e também para fiscalização dos órgãos especializados do governo local, além de estudadas e incrementadas pelos turistas ou trabalhadores em geral, formando um roteiro adequado a determinado grupo de turistas. Estes receptivos podem também oferecer seus serviços para os marinheiros de carga e descarga, e usuários do Porto de uma forma em geral.
- Profissionais para executar esta empreitada devem ser experientes, capacitados e eficazes para oferecer o melhor. Serão relacionados pela alta administração do Porto, mesmo após e com devida e minuciosa investigação fornecendo assim a concessão para atuar.

Descrição do Produto Final:

- A satisfação do turista é o nosso produto final que encontrará no Porto de Vitória - ES, um porto seguro para seu relaxamento após a longa estada no mar, apenas usufruindo dos equipamentos do navio.
- Os mercados interessados serão todos aqueles que participam da HuCa devido à visão administrativa mercadológica de seus participantes/parceiros (governos, empresas e comunidade), além dos próprios exploradores da atividade portuária como um todo.

- A prioridade de exploração no Porto de Vitória - ES nesse exemplo, para cruzeiros marítimos e turísticos devido às características de lazer no entorno da cidade e também existente, a estrutura portuária da região e o potencial deste segmento na geração de riqueza, proporciona desenvolvimento.
- O retorno financeiro (HuCa), o desenvolvimento do todo e a possibilidade de criação de novos mercados são proporcionados pela publicidade em torno da atividade que melhor inter-relaciona culturas face a face, além de ter forte penetração nas mentes das pessoas, despertando a atenção, através dos veículos de comunicação .
- É através de maior adequação, flexibilidade e competência dos dirigentes desta atividade que o objetivo, a reestruturação do Porto de Vitória - ES para receber Cruzeiros Marítimos, visando plena satisfação do turista, poderá ser alcançado em sua eficiência e eficácia, abrindo as portas, ou melhor, os portos para o desenvolvimento turístico da região.

Necessidades de Pesquisa:

- Logicamente existe a necessidade de levantamento do custo operacional, do custo para criação da estrutura (construção) e dos critérios para avaliação de agências receptoras candidatas à concessão.
- É claro que, dados sobre a capacidade de desembarque / mês dos navios, bem como de gestão operacional devem ser estudados a fundo (HuCa).
- A publicidade envolvida contribuindo para fortalecer a imagem da região deve ser pautada em pesquisas da capacidade de infra-estrutura existente do Estado do Espírito Santo, da qualidade dos equipamentos e serviços de receptivos turísticos de Vitória, e da capacitação dos profissionais que atuam no setor.
- Levantamento da viabilidade para criação de tal estrutura e do retorno financeiro será proporcionado, deverá ser analisado através de projeções de investimento e capacidade do mercado de rendimentos sobre o capital.

5.7.4 Projeto para Capacitar as Pessoas

Objetivos:

Capacitar, desenvolver e qualificar os empregados da empresa visando:

- Despertar o comprometimento dos funcionários com as metas da empresa proporcionando-lhes ambiente favorável à integração dos setores e flexibilidade na produção, satisfazendo as necessidades de mercado.
- Capacitar as pessoas em suas especialidades com estudo de tempos e movimentos das atividades individuais, visando redução de custos e aumento da produtividade com qualidade e precisão das tarefas/produtos.
- Proporcionar comunicação com efetividade para melhorar as informações com exatidão e clareza.
- Valorizar os recursos humanos da empresa com a transmissão de conhecimentos e informações fundamentais, objetivando seu crescimento profissional e pessoal.

- Conscientizar os funcionários de que o desempenho eficiente na parte de atuação, sua atividade individual, tem influência e importância fundamental no mercado como um todo.

Estratégias:

- Para se alcançar o comprometimento dos funcionários, será necessário e com extrema importância que:
 - Todos conheçam as metas e planos da empresa;
 - Saibam o seu papel individual nestes planos;
 - A empresa demonstre sua preocupação com eles;
 - Conheçam como o seu desempenho é avaliado;
 - Saibam como os salários são administrados;
 - O funcionamento dos benefícios sejam todos claros;
 - Visualizem o que fazer para progredir.
- O ambiente favorável é conseguido através de abertura desses pontos-chaves com uma política de Recursos Humanos e com inteligência ativa, participando face a face.
- A integração se faz através do esclarecimento da produção a todos da organização. Isso é conseguido através de palestras ou reuniões participativas, sendo primeiramente dos segmentos (alimento, hospedagem, lazer e transporte) e depois de chefes das áreas de serviços do segmento para não haver conflito de processos, idéias ou ritmo da produção. Com mecanismos apropriados como caixa de sugestões, quadro de informações, quadro de avaliações de desempenho, contato direto entre o corpo gerencial e os executantes com discussão franca e transparente, devendo tabular as principais ações a serem desenvolvidas para se conseguir a plena integração entre todas as áreas da organização. É necessário difundir o sentimento de crescimento constante para comprometer a todos no processo de progresso da atividade.
- A flexibilidade é adquirida através de equipamentos sofisticados e informações precisas e rápidas. Sua disposição em espaços adequados para agilidade na produção reduzindo tempos mortos e a qualificação das pessoas que poderão usá-las em função do conhecimento dos procedimentos operacionais, considerando sempre a redução dos custos, redução dos indicadores de acidentes no trabalho e a redução do estoque operacional.
- Para treinamento das pessoas as seguintes bases são necessárias:
 - Realizar levantamento de informações através de relatórios individuais sobre os procedimentos da tarefa realizada rotineiramente, em detalhes.
 - Proporcionar à chefia e funcionários estudo de tempos e movimentos buscando minimizá-los, facilitando maior produtividade com pesquisa de campo desenvolvendo capacidade de fornecer atendimento personalizado com maior eficiência.
 - Padronizar os procedimentos e acompanhar sua execução controlando nível de realização, com auditorias constantes.

- Promover palestras e cursos referentes ao setor, ao mercado, à produção, ao funcionamento total e completo da organização com o objetivo de motivar, qualificar e comprometer as pessoas envolvidas.
- Avaliar o desempenho individual e de setores.
- Incentivar o espírito de equipe.
- Dar manutenção da estrutura preventivamente.
- A redução dos custos empresariais com conseqüente aumento dos investimentos ou lucros dependerá de qualificação das pessoas envolvidas com a produção e de controle constante seguindo os procedimentos padronizados com avaliações preventivas detectando eventuais falhas, agindo corretivamente.
- Para uma comunicação com efetividade serão necessárias as seguintes bases:
 - Política de Recursos Humanos participativa.
 - Relatórios constantes das atividades direcionados a estudos.
 - Mural de informações por área.
 - Mural de avaliações exemplificando como são feitos os procedimentos para melhor desempenho.
 - Reuniões e Palestras participativas enfatizando motivação (status, empresa, queixas, conselhos, sugestões, etc.).
 - Interação dos gerentes agindo face a face com os executantes.
- A agilidade das informações de forma a ser clara para o receptor é essencial ao treinamento das pessoas, no sentido de dar continuidade ao padrão atingido. Esta tática deve ser permanentemente alimentada objetivando o controle preventivo sustentando o padrão de qualificação.

Desenvolvimento do Projeto:

- Através de palestras, cursos, comunicação face a face, reuniões e panfletos informativos, o primeiro passo é gerar motivação e fazer com que as pessoas conheçam suas dificuldades de conhecimentos através de amplo plano de mobilização, isso inclui a importância da sua função no processo.
- Para gerar motivação é necessário criar um senso de responsabilidade individual com possibilidade de criação, as inovações no trabalho ou mudanças, o reconhecimento dos chefes, a busca pela satisfação das necessidades despertando um senso de conquista, avanços pessoais em termos de cargo ou salário e crescimento no próprio trabalho através da experiência, autonomia, respostas à altura dos chefes, significância e identificação com a tarefa, e a habilidade existente em exercer a função.
- As pessoas motivadas são pessoas satisfeitas se forem supervisionadas adequadamente com relações interpessoais afetivas, tendo um ambiente de trabalho em termos de condições físicas favoráveis, participando de uma política organizacional e processos administrativos que lhes agradem, com um sistema de salários e de benefícios condizentes com as expectativas, adquirindo segurança no trabalho e status.

- A metodologia para o treinamento é feita abordando os fatos com questionários, entrevistas e reuniões buscando entender o processo para indicar falhas e também melhorá-las em pesquisa instrumental de desenvolvimento de capital humano com renda mercadológica.
- Identificar as pessoas chaves para dar andamento às mudanças e inovações que porventura venham surgir com o processo de treinamento de pessoas é um fato interessante, detectar aquela mais comunicativa com espírito de liderança.
- Serão oferecidos cursos na área de planejamento, comunicação para o RH, controle e melhoramentos, sistematização e processos, assim como gestão de pessoas, sempre enfatizando a empresa como desenvolvida e possuindo produtos de qualidade que, integrada a uma mão-de-obra capacitada deterá a liderança através de uma realista política de mercado.
- As necessidades da Empresa ainda serão avaliadas e a intensidade dos cursos de treinamento, conseqüentemente, ainda será definida.

Descrição do Produto:

Para as organizações turísticas, independente do número de participantes, devem ser oferecidos cursos e palestras de técnicas de reuniões, técnicas de comunicação, técnicas de gestão de pessoas a exemplo de um plano de implantação do Programa 5S que contempla dentre outros assuntos:

- Significado;
- Técnicas de aplicação;
- Forma de acompanhamento;
- Método de avaliação;
- Mensuração de resultados e outros, visando capacitar e qualificar ainda mais a equipe e a produção, no intuito de tornar a organização turística uma marca competitiva e atraente para despontar através de comunicação, para reconhecimento nacional e internacional

Entidade Organizadora:

Utilizando dos parceiros envolvidos no desenvolvimento, o trabalhador no seguimento ao qual estão inseridos ou não, a HuCa, possibilitando consultores preparados, poderá fornecer o treinamento e assessoria na implantação das melhorias qualitativas de capacitação dos trabalhadores e profissionais do setor.

O retorno financeiro será sentido no aumento progressivo da demanda, na maior produção qualitativa, na utilização de toda capacidade estrutural existente no equipamento turístico de implantação, além de rendimentos diretos devido ao volume de trabalhos desempenhados que geram receitas e indiretos através dos benefícios procedentes da parceria HuCa minimizando custos.

A publicidade existente nesse tipo de atuação de capacitar as pessoas, reflete na maior satisfação do consumidor atendido que recomendará, repetirá e motivará cada vez mais a produção dos melhores produtos/serviços, além de credibilidade para os parceiros consultores da HuCa de terem continuidade, assessorando no desenvolvimento e profissionalização do Turismo eficientemente.

5.7.5 Projeto Recepcionista

Quando falamos em capacitar e treinar as pessoas poderá ser necessário a visão de que existe desenvolvimento de habilidades específicas para cada profissional em sua respectiva função, nunca esquecendo que devem ser integrados para o trabalho harmônico e em equipe, equilibrando a atividade para funcionar como um todo conjunto.

O Projeto Recepcionista de Eventos nos mostra como orientar as pessoas de forma a desempenhar eficientemente sua função.

Este projeto consiste em:

Objetivo:

Capacitar pessoas a exercer o cargo de recepcionista de eventos.

Estratégias:

- Cursos de capacitação que inclui:
 - Técnicas de comunicação.
 - Técnicas de soluções de problemas.
 - Conhecimentos genéricos em Turismo.
- Cursos de relações interpessoais que inclui:
 - Postura e ética.
 - Linguagem.
 - Simpatia.
 - Saber sair de situações difíceis como assédio de um cliente com classe, simpatia e sem prejudicar a reputação ou nome da empresa que representar.
- Cursos de higiene que inclui:
 - Aspectos físicos de beleza.
 - Como se vestir e quais acessórios usar.
 - Limpeza pessoal.
 - Conhecimento do Programa 5S.
- Cursos de habilidades que inclui:
 - Coordenação motora.
 - Agilidade de pensamento.
- Os recepcionistas de eventos antes de começarem os cursos serão previamente selecionados pelos requisitos:
 - Porte físico

- Aspecto visual
- Simpatia
- Desenvoltura na comunicação

Desenvolvimento do Projeto:

- Todos os recepcionistas só poderão exercer a função se aprovados em tais cursos que terão um eficaz método de avaliação.
- A Equipe de Treinamento se responsabiliza pela preparação de cada recepcionista em capacitá-los para uma atuação eficiente e precisa, atendendo todas as necessidades possíveis e reais que ocorrem em eventos.
- Antes da aplicação dos cursos, os professores serão treinados em conjunto, participando entre si de questões diversas a respeito dos cursos e das empresas envolvidas em tal processo desenvolvimentista.
- Os recepcionistas serão avaliados após a conclusão dos eventos buscando maior experiência em informações para todos, além de ter uma visão interior de atuação.

Descrição do Produto:

- Pessoas qualificadas através de treinamento disciplinado, preparadas ao atendimento aos clientes satisfazendo suas eventuais necessidades ou indicando alguém para tal, tendo no rosto a estampa de felicidade e simpatia que serão, com educação preparada, a comunicação mais direta da empresa pois são pessoas e atuam face a face, demonstrando sua elevada motivação.
- Após a confirmação de cada contrato com empresas que necessitam dos serviços de Recepcionista de Eventos, cada profissional será preparado no conhecimento das características principais da empresa contratante, em seus mínimos detalhes, incluindo perfil da empresa, organograma, situação perante o mercado, etc.

Entidade Organizadora:

Utilizando dos parceiros envolvidos no desenvolvimento, a HuCa, com seus consultores em geral, preparados e capacitados com visões administrativas, poderá fornecer o treinamento e assessoria na implantação do projeto visando melhorias qualitativas mercadológicas de capacitação das recepcionistas.

O retorno financeiro será sentido na melhoria do atendimento pelas recepcionistas nos diversos eventos proporcionando satisfação nas pessoas e por tanto, possibilidades de maiores e melhores negócios, e dos benefícios procedentes da parceria HuCa minimizando custos.

A publicidade existente nesse tipo de atuação de capacitar as pessoas, reflete na maior satisfação do consumidor atendido que recomendará, repetirá e motivará cada vez mais a produção dos melhores produtos/serviços, além de credibilidade para os parceiros consultores da HuCa, terão também a continuidade dos serviços prestados sejam

assessorando no desenvolvimento e profissionalização do Turismo eficientemente ou em empresas diversas.

Outros projetos de igual importância aplicados ao assunto poderão ser idealizados e implantados, objetivando o incremento de atividades compatíveis com a teoria dissertada, e que possuam amplas condições de proporcionar resultados positivos e satisfatórios, beneficiando organizações e interesses públicos, mostrando que, com projetos de pesquisa, saúde, entretenimento, esportes, entre outros, é possível crescer e desenvolver o Turismo educadamente, gerando renda para todos.

5.8 DESCRIÇÃO DO PRODUTO FINAL

O Turismo é uma atividade que movimenta toda a economia, se bem desenvolvido, além de gerar divisas para o governo através de impostos que servirão para a melhoria da saúde, segurança e educação básicas.

Até as indústrias podem se beneficiar com o desenvolvimento da região, elaborando visitas turísticas participativas na empresa e divulgando sua marca, qualidade e atitude social.

Sabemos que existem para o Turismo várias dificuldades como infra-estrutura e falta de profissionais qualificados, mas isso tudo pode ser combatido com um pouco de boa vontade dos governantes e empresários, assessorados por pessoas capacitadas pelas instituições de nível superior.

Algumas categorias de Turismo que podem ser exploradas são:

- Aventura - escaladas, selva, automobilismo com rigorosas medidas de segurança envolvendo desafios físicos e guias especializados;
- Campestre - acampamentos, ecoturismo, rural, fazendas modelo, pantanal, reservas, etc.;
- Científico - pesquisas, arqueologia;
- Clássico ou Nostálgico - para aqueles que vão sempre ao mesmo local e realizam ali, o centro de suas férias;
- Cultural - museus, cidades históricas, monumentos;
- Esportivo e Recreação - caça, a pesca, torneios vários, praias, vida noturna, campeonatos, olimpíadas;
- Estudantil - albergues, casas de família através de intercâmbio;
- Negócios e Eventos - feiras, exposições, congressos, etc., divertimento e negócios;
- Fé Religiosa - romarias, semana santa, festas do padroeiro, manifestações marítimas, cidades santas, representações natalinas;
- Transporte Aquático - navios, cruzeiros, etc.;
- Saúde - clima, águas minerais e termais, balneários;
- Terceira Idade - fora de temporada, programas específicos, adaptação de alojamentos;
- Esotéricos - ligados a locais específicos, meditação, etc.;
- Social - em grupo, muitas vezes subsidiados ou facilitados por governos ou empregadores, de menor custo.

Entende-se como atrativos turísticos todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Dentre os principais atrativos turísticos podemos destacar:

- Os recursos naturais - montanhas, planaltos e planícies, costas ou litoral, terras insulares, hidrografia, pântanos, quedas de água, fontes hidrominerais, e ou termal, parques e reservas de fauna e flora, grutas, cavernas, áreas de caça e pesca, etc.
- Os recursos históricos culturais - monumentos, sítios, instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer (museu, bibliotecas), festas, comemorações, gastronomia, artesanato, folclore, música, dança, feiras, compras, etc. Inclui também todos os recursos em matéria de hospitalidade.
- As realizações técnica/científico - contemporâneas - explorações de minério, exploração industrial, obras de arte e técnica (usinas, barragens), centros científicos e tecnológicos (zoológicos, jardins botânicos), etc.
- Os acontecimentos programados - congressos e convenções, feiras e exposições, realizações diversas (desportivas, artísticas, culturais, sociais, gastronômicas, científicas), etc.

Entenderá como equipamentos e serviços turísticos a estrutura organizacional proporcionada, pois inclui as principais instalações de superfície, o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. São constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços.

Dentre os principais equipamentos e serviços turísticos podemos destacar:

- Os meios de hospedagem - estabelecimentos hoteleiros (hotéis, motéis, pousadas, pensões, acampamentos, etc.), etc.
- Os serviços de alimentação - restaurantes, bares, lanchonetes, casas de chá, confeitaria, cervejaria, etc.
- Os entretenimentos - áreas de recreação e instalações desportivas (parques, praças, clubes, pistas de esqui, autódromos, mirantes, marinas), estabelecimentos noturnos (boates, casas de espetáculos), cinemas, teatros, etc.
- Outros equipamentos e serviços turísticos como - operadoras e agências de viagens, transportadoras turísticas, postos de informações, locadoras de imóveis, locadoras de veículos, comércio turístico (lojas de artesanato e souvenir), casas de câmbio e bancos, locais de convenções e exposições, cultos, representações diplomáticas, etc.

Dentre as principais categorias da infra-estrutura de apoio turístico podemos destacar:

- As informações básicas do município.
- Os sistemas de transportes - terrestres (rodovias, terminais, estações rodoviárias e ferroviárias), aéreas (aeroportos e serviços aéreos), hidroviários (postos e estações e serviços fluviais) e marítimos. Inclui os equipamentos de transportes sejam: carro, ônibus, táxi, trem, navio, avião e outros veículos.

- Os sistemas de comunicações - agências postais e telegráficas, postos telefônicos, internet, etc.
- Outros sistemas - saneamento, água, gás, eletricidade, etc.
- Os sistemas de segurança - delegacias de polícia, postos de polícia rodoviária, corpo de bombeiros, etc.
- O equipamento médico hospitalar - pronto-socorro, hospitais, clínicas, maternidades, etc.

O Turismo deve ser em sua potencialidade uma função administrativa voltada para o desenvolvimento e crescimento de uma nação, como no Brasil, cuja cultura tem perfil flexível, espontâneo e de natureza alegre/receptiva que proporciona os meios para a evolução da atividade agindo como fator diferencial positivo quando comparado a outros mercados.

Classificado como ciências humanas e seguindo as tendências do paradigma informacional do conhecimento, o Turismo, através da HuCa, revela uma forma de comunicação e geração de riqueza, acelerando e gerenciando o desenvolvimento no diferencial dos seres humano, em aspectos financeiro e de marketing também.

Aprender a aprender deve ser a nova visão da organização e do profissional do Turismo, mostrando que a vida são mistérios a serem vividos e não problemas a serem resolvidos.

CONCLUSÃO

Para entender o sistema de funcionamento do modelo conceitual de gestão estratégica financeira desenvolvimentista econômica e social, é necessária a compreensão dos fatores conseqüentes como metas e objetivos a serem alcançados.

Não basta questionar sem propor soluções, resolver problemas sem saber como, reclamar sem percepção do momento, criticar sem analisar a realidade, executar sem ser ético, é preciso confiar, sucumbindo e terminando com o medo, buscando a transformação necessária econômica, social, cultural, educacional, tecnológica e ambiental.

Este modelo, em fase de proposta, pretende inovar, visto que, junta partes das instituições e sistemas financeiros já existentes, e desafia a mudança de regras, normas e leis atuais para sua implantação.

Peter Drucker, em *Fronteiras do amanhã* (1959) (BEATTY, Jack – pág. 113, cap. 5), comenta:

“Somente as artes dão acesso direto à experiência. Eliminá-las da educação ou, pior, tolerá-las como ornamentos culturais é um obscurantismo antieducacional. Isso nos foi impingido inicialmente pelos pedantes e esnobes da Grécia helenística que tinham as representações artísticas em conta de coisa só para escravos (...)”.

“Em assuntos de livros, um estudante só pode fazer trabalho de estudante. Tudo o que se pode avaliar é a qualidade de seu aprendizado, não a qualidade de seu desempenho. Tudo o que ele pode mostrar é uma promessa”.

Na situação global dos dias de hoje, onde o trabalho e os recursos disponíveis executados tem valor capitalista, ou deveriam ter, será natural a preocupação em busca de soluções mais humanas e aceitas que conjunturas complexas de propostas se manifestem como opções, em conseqüência da própria evolução do homem com o capitalismo.

Com a globalização e os monopólios multinacionais surgindo, pretende-se competir e concorrer, através do modelo proposto, abrindo oportunidade para pessoas comuns participarem na busca de sua fatia de mercado, como empresários, trabalhadores e/ou investidores que estimularão o desenvolvimento de uma forma geral.

Uma nova e diferente linha de investimentos com opção de mercado e de ampliação financeira, socialmente desafiadora, transformando a cultura de consumo para poupadora de capital de destino desenvolvimentista, unindo em análise estrutural ampla globalização econômica e cultural para sustentabilidade social, ecológica e de tecnologia, democracia e entendimento com comunicações e informações transparentes de fácil acesso.

Terceirizar, pulverizar mercadoria, estimulando a concorrência, com compras e vendas temporárias, sem dependência de clientes e/ou fornecedores, competindo através de preços e derivações, desenvolvendo em interação com o mercado, é o que pretende a aplicação desse modelo, na busca por dias cada vez melhores de prosperidade social, cultural, humana/capital, de qualidade de vida valiosa e indiscutível.

O ABC do Desenvolvimento Humano/Capital – Empresa Humano/Capital como sistema de organização instrumental de fortalecimento dos pontos fortes de uma cultura, acredita que a educação em geral com todas suas áreas de conhecimento é a única maneira possível para o equilíbrio universal.

Na busca pela melhoria da qualidade de vida, deve prevalecer o pensamento ótimo, com ciência e Sabedoria. O bom senso, a transparência, o amor e a diversidade/diferenciada/detalhada serão com certeza os resultados para o encontro da felicidade de todos e o caminho para a maioria, o povo e seus governantes.

O autor desta obra terá o voto nas eleições nacionais, regionais, estaduais, municipais e de bairros anulados, não afetando assim, nas leis e decisões governamentais, devendo ser totalmente isento destas obrigações em virtude de sua necessária imparcialidade.

Cabe aos governos definirem o critério de votação hucaniano, que apesar de optativo, poderá ser secreto ou não, além dos respectivos valores financeiros dependendo da política adotada na região.

Assim como não deve ser função do idealizador da Huca influenciar ou ser influenciado politicamente para pareceres legislativos, judiciários ou executivos, apesar de ser cidadão inserido em uma sociedade, com direitos e deveres, sanções e benefícios em virtude de lei.

Dedicado aos juízes de valor.

REFERÊNCIAS

- AGUILAR, Francis. **A ética nas empresas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- BEATTY, Jack. **O mundo segundo Peter Drucker: as idéias e teorias de um gigante da administração**. Trad. Nota Assessoria. São Paulo: Futura. 1998.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **TCQ: Controle de Qualidade Total (no estilo japonês)**. Belo Horizonte – MG: Fundação Christiano Ottoni. Escola de Engenharia da UFMG, 1992. (Rio de Janeiro: Bloch Ed.).
- CHAMPY, James. **Reengenharia da Gerência**. O mandato da Nova Liderança. Gerenciando a mudança na reengenharia. Trad. Outras Palavras. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1995.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 4. Ed. São Paulo: Makron Books, 1993.
- GATES, Bill. **A empresa na velocidade do pensamento: com um sistema nervoso digital**. Trad. Pedro Maia Soares, Gabriel Tranjan Neto. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- GESTÃO pela qualidade total em serviços – casos reais**. Belo Horizonte – MG : Fundação Christiano Ottoni, Escola de Engenharia da UFMG, 1996.
- GRAINER, Stuart. **Os revolucionários da administração: um guia indispensável dos pensadores e suas idéias que criaram e revolucionaram a administração e o mundo dos negócios**. Trad. Roberto Galman. São Paulo: Negócios Editora, 1999.
- HESSELBEIN, Frances; GOLDSMITH, Marshall; RICHARD, Beckhard. **A Organização do Futuro**. Trad. Nova Assessoria. São Paulo: Editora, 1997. The Peter F. Drucker Foundation.
- HUTCHINS, David C ..**Sucesso através da Qualidade Total**. Trad. Luiz Edmundo Bastos Soledad. Rio de Janeiro: Imagem , 1992. Grifo /Enterprises – Série Qualidade e Produtividade. Best Seller Internacional.
- MCDONALD, Malcolm; CHRISTOPHER, Martin; PAYNE, Adrian; KNOX, Simon. **Clientes: os verdadeiros donos da empresa. Como construir uma organização orientada para o mercado**. Trad. Jhon Keeling e Eliana Keeling . São Paulo: Futura, 2001.
- NEVES FILHO, Jones Santos. **Empresa Comunitária: um novo modelo para a livre iniciativa**. 2. Ed. rev e ampl., 1993.
- PERDIGÃO, Fabrizio Maia Morais e. Direitos autorais concedidos pela Fundação da Biblioteca para o trabalho titulado, sob o registro nº 131. 052 do livro 206, na folha 443 de protocolo 1997 RJ – 5688. **O ABC do Desenvolvimento Humano/Capital – Empresa Humano/Capital**. Rio de Janeiro, 09 de junho de 1997. Site: <http://www.bn.br/portal/index.jsp?plugin=FbnBuscaEDA>

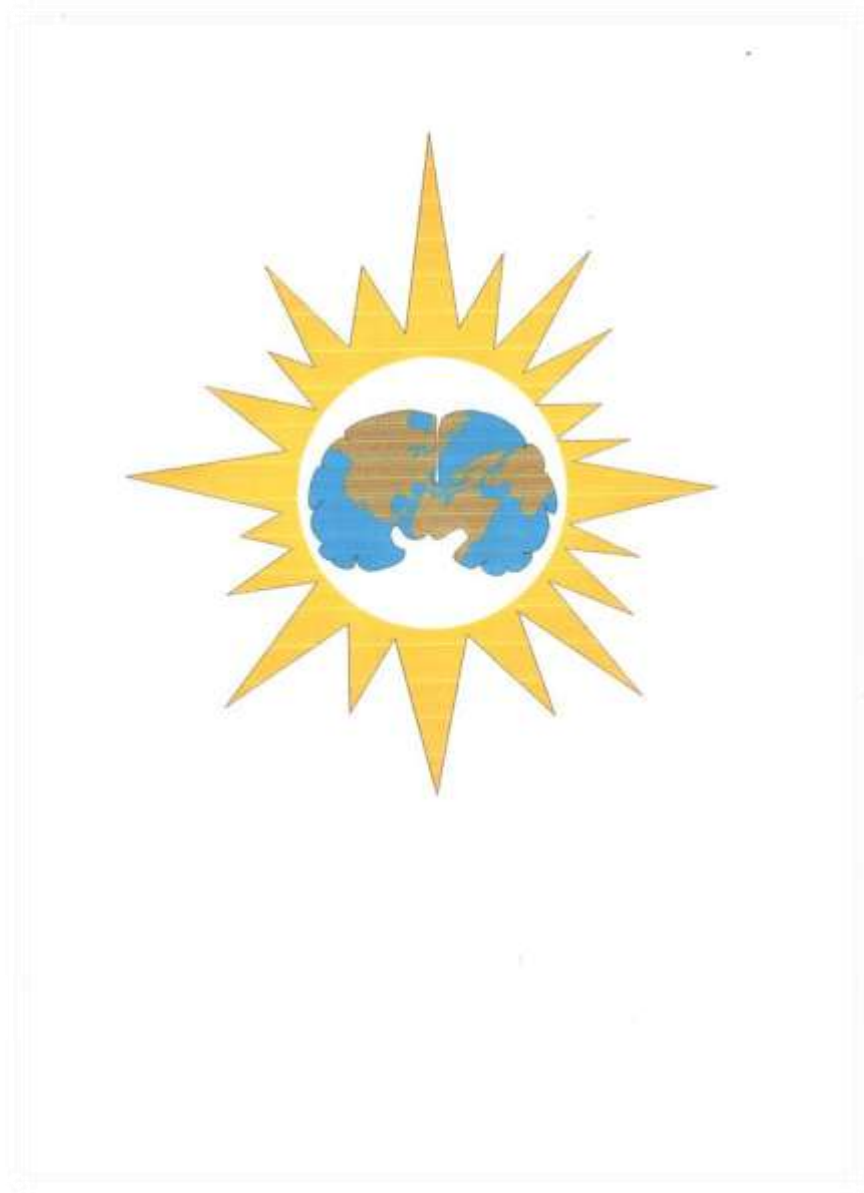
RIBEIRO, Haroldo. **5S: Um roteiro para uma implantação bem sucedida**. Salvador – BA: Casa da Qualidade, 1994.

TAIMNI, Ikbal K.. **O Homem, Deus e o Universo**. Trad. Annie Besant. São Paulo: Ed. Pensamento, 1995.

TZU, Sun. **A Arte da Guerra**. Trad. Pietro Nassetti. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2005.

WHITELEY, Richard C.. **A empresa totalmente voltada para o cliente**. The Customer Driver Company. Do Planejamento à Ação. 6. Ed. Trad. Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

ANEXO I



ANEXO II



Fundação BIBLIOTECA NACIONAL
MINISTÉRIO DA CULTURA
Escritório de Direitos Autorais

Certificado de Registro ou Averbação

Nº Registro : 131.052 Livro : 206 Folha : 443

O ABC DO DESENVOLVIMENTO HUMANO/CAPITAL - EMPRESA HUMANO ...

Protocolo do Requerimento : 1997IV_3685.
15 página(s)
Otra não publicada.

Dados do requerente

FABRIZIO MAIA MORAIS E PERDIGÃO, Fabrizio (Autoria)
E.I.C. - 009.702.497-08
Praça Regina Frigeri Furno, 160/103 - Jd. da Penha
Vitória / ES, CEP. 29060-200

Para constar lavra-se o presente termo nesta cidade do Rio de Janeiro,
em 9 de Junho de 1997, que vai por mim assinado.

Pedro Paulo Bezerra

referido é verdade e dou fé.

Pedro de Araújo

o/ Chefe do Escritório de Direitos Autorais