



## “1st topic – Ready to become an inclusion mentor?” 1º tópico - Pronto para se tornar um mentor inclusivo?

### “Sharing of good practices for inclusion”

#### Partilha de boas práticas inclusivas

O currículo vitae é uma das peças mais fundamentais para uma entrada bem-sucedida no mercado de trabalho. Nesse sentido, foi criado um modelo de CV que englobasse tanto a parte pedagógica como a profissional, isto é, que fosse um modelo intuitivo composto por um layout simples e apelativo, cumprindo as normas definidas sobre a construção de “um bom CV”. Sabendo que o público-alvo deste curso são estudantes com Deficiência Intelectual e Desenvolvimental (DID) um dos principais desafios no desenvolvimento deste modelo de CV seria a simplificação, tanto da própria estrutura como dos elementos a preencher por parte dos estudantes. Como tal, foram designadas as seguintes secções:

**Dados Pessoais** (Nome Idade, Telemóvel, Email e Nacionalidade). Alguns destes dados são de preenchimento automático de forma a facilitar o seu preenchimento. Esta secção conta ainda com um campo de inserção de imagem.

**Experiência Profissional** (Contém campos de preenchimento automático como é caso das datas a preencher, surgindo um calendário para uma seleção mais fácil e intuitiva da data a utilizar. De seguida, surgem os campos “Nome da Entidade, Empresa ou Local de Trabalho” e “Cargo ou Função Desempenhada”, para que os estudantes pudessem identificar em que entidades trabalharam e que cargos desempenharam relativamente às suas experiências profissionais.

**Educação e Formação** (Contém campos de preenchimento automático semelhantes à secção anterior como é o caso das “Datas” e “Instituição de Ensino e Formação”. O único campo que difere é o “Curso, Formação ou Nível Equivalente” que permite identificar qual o tipo ou nível de formação do estudante.

**Competências Pessoais** (Esta secção é composta unicamente por campos de preenchimento automáticos. Os campos iniciais são designados para competências de linguística, nomeadamente, “Língua Materna” e “Outras Línguas”. De seguida, surgem três campos relacionados com o nível de “Compreensão”, “Oralidade” e “Escrita” que podem ser classificados tendo em conta o Quadro Europeu Comum de Referência para Línguas, isto é, através de níveis comuns de referência (A: utilizador básico – A1: Inicial; A2: Básico; B: utilizador independente – B1: Intermédio; B2: Independente; C: utilizador competente – C1: Fluente eficaz; C2 – Fluente estruturado). Esta grelha encontra-se como nota de rodapé no modelo de CV para que os estudantes possam consultar cada

nível e a sua respetiva descrição, orientando a sua escolha aquando a seleção dos níveis de “Compreensão”, “Oralidade” e “Escrita”.

**Competências Chave** (Os dados que compõe esta secção são competências que, após reunir com as empresas, foram identificadas como “competências-chave” que os estudantes devem ter para integrar, de forma bem sucedida, o mercado de trabalho. Algumas destas competências-chave são: a pontualidade; respeito; resolução de conflitos; criatividade; etc e, de forma a tornar-se mais claro o grau de relevância que estas competências assumiam perante o perfil do estudante, aplicou-se uma escala likert ou psicométrica com os seguintes itens: 1-Nada; 2- Pouco; 3-Ligeiramente; 4-Muito; que representam os níveis de apetência que os estudantes sintam ter de acordo com a competência a selecionar.

**Competências de Comunicação** (A metodologia adota para o preenchimento dos dados que aqui figuram é, essencialmente, semelhante à secção anterior. As diferenças surgem apenas nos itens da escala de likert aplicados, ficando: 1- Pouco; 2-Adequada; 3-Boa; 4-Muito Boa; 5-Excelente. Para além disso, as competências são também diferentes sendo aplicadas habilidades relacionadas com o aspeto comunicativo dos estudantes. Habilidades como: Comunicação Não Verbal; Escuta ativa; Simpatia; Empatia; Respeito; entre outras.

**Competências de organização** (À semelhança da secção anterior, esta também se encontra estruturada sob o mesmo processo metodológico, ou seja, através da implementação de uma escala de likert com os mesmos itens de classificação (de 1- Pouco a 5- Excelente). Relativamente às competências em si, estas enquadram-se com aspetos de gestão organizacional como: Gestão de ideias, gestão de tempo; sentido de organização; autonomia; flexibilidade; entre outros.

**Competências Digitais** (Relativamente à secção das competências digitais esta estrutura-se segundo um conjunto de ferramentas digitais (Microsoft Office Word; Powerpoint; Excel; Google Docs and Presentations; Google Hangouts; Skype; Padlet; Windows Movie Maker; Fotor; Gmail). Estas ferramentas foram identificadas como toolset essencial para a aprendizagem digital dos estudantes, sendo que se classificam segundo os níveis: básico, intermédio e avançado. Estes níveis permitem aos estudantes uma melhor compreensão do seu domínio e capacidade de utilização para cada ferramenta digital.

CV LITERACIA DIGITAL\_diogo bernardo.pdf

## CV

### LITERACIA DIGITAL PARA O MERCADO DE TRABALHO

#### DADOS PESSOAIS



**NOME:** Diogo Bernardo Fernandes Rosário

**IDADE:** 20 anos

**TELEMOVEL:** clique ou toque aqui para introduzir texto.

**EMAIL:** 180200004@ese.ipsantarem.pt

**NACIONALIDADE:** Portuguesa

#### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

**DATA DE:** 03/01/2017 **ATÉ:** 01/06/2018

**NOME DA ENTIDADE, EMPRESA OU LOCAL DE TRABALHO:** Biblioteca na Escola Ginestal Machado

**CARGO OU FUNÇÃO DESEMPENHADA:** Administrativo

#### EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

**DATA DE:** 01/09/2016 **ATÉ:** 01/06/2018

**INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO:** Escola Dr Ginestal Machado

**CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE:** Carpintaria, 12 ano

**DATA DE:** 11/10/2018 **ATÉ:** 09/06/2020

**INSTITUIÇÃO DE ENSINO OU FORMAÇÃO:** Escola Superior de Educação de Santarém

**CURSO, FORMAÇÃO OU NÍVEL EQUIVALENTE:** Curso Literacia Digital para o Mercado de Trabalho

#### COMPETÊNCIAS PESSOAIS

**LÍNGUA MATERNA:** Português – Portugal

**OUTRAS LÍNGUAS:** Inglês – Estados Unidos



## “3rd topic -Challenge opportunities and employability digital environment”

### 3º tópico – Desafios, oportunidades e empregabilidade digital

#### “Self-employment”

#### Ser Empreendedor

##### Diagnóstico do Empreendedor

Empreender é extremamente exigente e contempla uma dose de risco considerável pelo que a decisão de empreender deve ser tomada de forma cuidada. Um exercício muito aconselhável é a realização de uma avaliação da capacidade empreendedora, analisando com realismo e frontalidade um conjunto alargado de questões, fundamentais para um empreendedor, que se detalham em seguida:

##### **Saber Fazer:**

Formação escolar, académica ou profissional do promotor relevante para a ideia apresentada.

Conhecimentos no domínio técnico relevantes para a ideia apresentada.

**Experiência Profissional:** Experiência profissional relevante para a ideia apresentada.

**Experiência Empresarial:** Experiência empresarial relevante para a implementação da ideia apresentada.

**Conhecimento do Sector:** Nível de conhecimento do sector e sua envolvente, nos domínios da ideia apresentada.

##### **Características Pessoais:**

**Maturidade:** Nível de responsabilidade e autodomínio manifestados.





**Imagem, Discurso e Comunicabilidade:** Adequabilidade da imagem para o contexto da situação de avaliação; postura, formalidade / informalidade no contacto estabelecido. Tipo de vocabulário utilizado; estruturação dos conteúdos; fluência; objetividade dos conteúdos. Grau de clareza na explanação das ideias e pensamento; acessibilidade do vocabulário utilizado

**Potencial Criativo:** Capacidade de gerar ideias suscetíveis de valorização.

**Atitude Inovadora:** Capacidade de utilização do potencial criativo na implementação de ideias suscetíveis de valorização.

**Espírito de Iniciativa:** Capacidade de estruturar planos de ação, internos e externos, tendentes à concretização das ações.

**Capacidade de Afirmação Pessoal:** Capacidade de transmitir uma imagem pessoal positiva no sentido de cativar, interessar e persuadir os interlocutores.

**Definição e Clareza de Objetivos:** Capacidade de definir de uma forma clara e adequada à realidade, os objetivos pretendidos.

**Capacidade de Quantificação de Riscos:** Capacidade de quantificar de uma forma clara, consciente e adequada à realidade, de acordo com as características internas e da envolvente, os riscos associados ao desenvolvimento empresarial da ideia apresentada.

**Capacidade para Arriscar:** Capacidade para arriscar de uma forma clara, consciente e adequada à realidade, de acordo com as características internas e da envolvente.

**Capacidade de Auto-análise:** Capacidade de determinar os pontos fortes e pontos fracos inerentes ao próprio, bem como à ideia apresentada.

**Fatores Motivacionais:** Focalização no Assunto. Capacidade de concentração e direcionamento do pensamento para a explanação da ideia apresentada.

**Sentido de Oportunidade:** Capacidade de identificar real e adequadamente oportunidades de negócio.

**Disponibilidade/Compromisso/Motivação/Determinação:** Nível de disponibilidade e compromisso, interno e externo, manifestados para a implementação da ideia apresentada. Nível de motivação e mobilização de recursos, internos e externos, demonstrados para a implementação da ideia



apresentada. Nível de determinação, interna e externa, manifestada na implementação da ideia apresentada.

**Energia Pessoal:** Nível de exteriorização e de mobilização de energia interna para a implementação da ideia apresentada.

**Posição da Família:** Nível de apoio e entusiasmo familiar para com o projeto.

Fonte: <http://sitiodoempreendedor.nersant.pt/>

“How To Be an Entrepreneur”  
Como ser Empreendedor

“10 steps to success in self-employment”

10 Passos para o sucesso para ser Empreendedor

## STEP 1 – TER UMA IDEIA FORTE

O primeiro passo para empreender é sem dúvida ter boas ideias, inovadoras, diferenciadas, que possam alcançar uma forte aceitação pelo mercado.

Na realidade para se ser empreendedor é necessário ter uma IDEIA de Negócio forte, que responda a uma OPORTUNIDADE identificada e ainda não suficientemente explorada que se sabe como aproveitar de uma forma INOVADORA.

De uma forma simplista podemos dividir as fontes de ideias em três principais grupos:

1. ANALISAR OS PROBLEMAS/NECESSIDADES DO MEIO ENVOLVENTE
2. IMPORTAR IDEIAS DE NEGÓCIO QUE TENHAM TIDO SUCESSO NOUTROS LOCAIS
3. EXPLORAR A MUDANÇA E AS TENDÊNCIAS DE NEGÓCIO

Claro que é necessário ter a capacidade para identificar as oportunidades. Além de ter sensibilidade, é preciso reunir informações e aumentar o seu conhecimento.

Contudo, uma boa ideia por si só não é sinónimo de sucesso. Para minimizar os riscos de insucesso é necessário maturar a ideia e avaliar os seus riscos e as suas potencialidades, percebendo sobretudo as tendências do mercado



## STEP 2 – ESTUDAR TODA A ENVOLVENTE

Do processo de maturação deve fazer parte um estudo aprofundado de toda a envolvente quer interna, quer externa, começando mesmo por uma análise do perfil de empreendedor pois na verdade ser empreendedor requer um conjunto de características e de competências que nem todos possuem, devendo por isso ser minimizadas as lacunas potencialmente existentes antes de se avançar com o negócio.

Há que ter know-how, ser criativo, ser convincente, ser resiliente e auto-confiante para implementar uma ideia e garantir a aceitação do produto/serviço, assim como ser dinâmico e atento às oportunidades de negócio por forma a adequar os serviços às oscilações do mercado e da economia.

A forma como lida com o risco é outro factor relevante. Como empreendedor, é essencial que tenha disposição para correr alguns riscos mas de uma forma ponderada. Arriscar é aceitar desafios.

A liderança é outra característica essencial. Conseguir estruturar o negócio, organizar o funcionamento da empresa, gerir os recursos humanos e materiais é fundamental para perceber de que forma é possível acrescentar valor na empresa.

Já na envolvente externa deve ser sobretudo analisado o mercado e as tendências que se preveem poderem vir a influenciar o negócio, bem como a legislação vigente.

É necessário ter um profundo conhecimento quer do perfil dos potenciais clientes, do tipo de produto/serviço que procuram e da dimensão do mercado, quer também dos fornecedores e da concorrência, dos seus pontos fortes e fracos, dos preços praticados e das margens habituais.

Todo este estudo é exigente em termos de tempo e, por vezes, também em termos de recursos uma vez que alguns dos dados a obter poderão representar alguns custos. No âmbito deste estudo deverá recorrer à imensidade de informação disponível online, aos portais com informação estatística, às Associações empresariais e setoriais, à legislação e aos portais das entidades oficiais.

## STEP 3 – DEFINIR O MODELO DE NEGÓCIO FOCANDO-SE ESPECIALMENTE EM APRESENTAR UMA BOA PROPOSTA DE VALOR



Definir o Modelo de Negócios é essencial para se conseguir passar da ideia para o negócio, ou melhor, transformar a ideia num negócio.

É importante ter a noção de que uma ideia só por si não tem valor. É a sua implementação e a forma como decorrerá a mesma que pode, ou não, transformar a ideia em algo valioso.

Ao criar um modelo de negócio as primeiras questões que devem ser respondidas são quem é o cliente e o que é que o cliente valoriza.

Conhecendo estas respostas estará em condições de definir uma proposta de valor para os seus clientes ou seja, definir de que forma irá a sua oferta representar algo que o seu cliente valorize. Estará então em condições de dizer como vai obter dinheiro neste negócio.

Em seguida será necessário definir como irá criar, manter e aprofundar a relação com os seus clientes e também que canais utilizará para lhes fazer chegar a sua oferta.

Tendo todas estas questões definidas estará em condições de avançar no modelo de negócio para a parte relativa à operacionalização, ou seja, para realizar o negócio a que se propõe quais são as atividades-chave, quais são os recursos-chave que terá de deter, quais serão as parcerias-chave a implementar e quais os custos associados a estas atividades.

#### STEP 4 – PREPARAR O PLANO DE NEGÓCIOS

Existe uma enorme tentação em muitos empreendedores de passar da fase IDEIA para a fase PLANO DE NEGÓCIOS sem passar pelo estudo da envolvente e sem a definição do modelo de negócios. Esta tentação é um erro pois um Plano de Negócios é uma ferramenta de enorme importância cuja utilidade depende da qualidade da informação nele inserida.

Um plano de negócios deve incluir informação detalhada sobre todos os pontos críticos do negócio, desde a explicação da ideia e do seu potencial, ao perfil dos sócios e gestores, à análise do mercado, à descrição e justificação da estratégia, da operação e dos investimentos necessários à sua operacionalização, à projeção e justificação dos resultados previsionais e mapas de tesouraria, referindo ainda questões relativas ao controlo de gestão a implementar e à estratégia de saída em caso de insucesso.

Um Plano de Negócios é fundamental na definição de objetivos e estratégias de alcance dos mesmos e é uma ferramenta “viva” pois há que ter a noção que





muitas coisas podem alterar-se ao longo do tempo ou passar-se de forma distinta daquela que foi planeada, pelo que o Plano de Negócios deve ser regularmente revisto apresentando novas estratégias e soluções inovadoras para os novos desafios que forem surgindo.

## STEP 5 – ESTABELECEM PARCERIAS

As empresas devem dedicar-se ao que fazem melhor, com maior eficiência e produtividade, entregando a parceiros todas aquelas atividades que estes possam de forma mais barata e eficiente do que a própria empresa.

Entre as atividades chave para o seu negócio, que definiu na elaboração do Modelo de Negócio, deve definir aquelas que fará com base em recursos internos e aquelas nas quais recorrerá a parceiros. Deve depois estabelecer parcerias com parceiros de referência e prevenir, sempre que possível de forma contratual, como funcionarão as parcerias nomeadamente tendo em conta questões como a confidencialidade (quando a mesma é relevante), a exclusividade (quando esta faça sentido), garantia de manutenção de preços, o controlo de qualidade, a partilha de responsabilidades em caso de falhas. A empresa deve igualmente estudar alternativas caso seja necessário mudar de parceiro.

## STEP 6 – CRIAR UMA BOA EQUIPA

Por vezes há quem queira empreender sozinho mesmo reconhecendo limitações próprias. Por exemplo quem queira empreender sozinho e diga que não gosta de fazer apresentações comerciais. Ou quem saiba muito de um determinado *métier* mas não saiba nada de gestão. Estes empreendedores não podem deixar de ter um bom comercial ou um gestor na sua equipa ou estarão condenados ao insucesso.

A criação de uma equipa de trabalho diversificada, com pessoas que tenham conhecimentos em áreas distintas e complementares com as do empreendedor pode ser decisiva para garantir a gestão das diversas áreas da empresa e o sucesso da mesma.

Ao criar a equipa é importante ter em atenção determinadas questões nomeadamente a confiança nas relações profissionais estabelecidas, a definição



de posições e funções consoante as aptidões de cada elemento e instituir e transmitir à equipa os objectivos a alcançar em cada momento.

## STEP 7 – FINANCIAR-SE DE FORMA ADEQUADA

A questão do financiamento é muitas vezes decisiva quando se inicia um novo negócio. Deve por isso ser tratada com especial cuidado.

Não são raras as vezes em que o novo empreendedor se preocupa muito com garantir recursos para realizar o investimento inicial dando-se por satisfeito quando alcança esses recursos, esquecendo o financiamento da parte operacional, sobretudo o fundo de maneo necessário para levar a empresa a ultrapassar os défices de tesouraria da atividade, que são naturais nos primeiros meses.

Outros dois erros habituais dos novos empreendedores relativamente ao financiamento são, por um lado a pressa na obtenção do financiamento, não estudando quais as opções que melhor se adequam ao seu caso, e por outro lado a ideia de que existem entidades ou sistemas de incentivos onde é só chegar, pedir 100% do dinheiro de que se necessita sem sequer meter capital próprio e que já está.

Ora, sendo a questão do Financiamento uma questão crucial, o empreendedor deve procurar financiar-se de forma adequada estudando e definindo o perfil de financiamento a adotar, a solução que melhor se adequa ao seu caso, o valor que será necessário, os custos do financiamento e o tempo e forma de amortização da dívida.

As Fontes de Financiamento dividem-se em 3 tipos:

- Capital (Capital Próprio, Business Angels, Fundos de Capital de Risco, Crowdfunding)
- Incentivos (European Union grants, funds and programmes)
- Dívida (Bank, ...)

A solução para cada caso pode vir apenas de uma fonte ou ser uma combinação das várias fontes.

## STEP 8 – COMUNICAR EFICAZMENTE



A comunicação é uma das questões mais importantes a cuidar quando se inicia um novo negócio.

É uma evidência de que ninguém compra o que não conhece e o que não se divulga não existe. Mesmo em casos como o dos estabelecimentos comerciais de rua já lá vai o tempo em que era possível abrir um espaço comercial e ficar atrás do balcão à espera que os clientes entrassem e comprassem.

Nos dias de hoje, no qual a concorrência além de feroz é global, todas as questões relacionadas com a comunicação e com a promoção são fundamentais pelo que ter uma estratégia de comunicação e recursos para a colocar em prática são questões que qualquer empreendedor deve ter como prioritárias.

Naturalmente fazer campanhas publicitárias muito abrangentes e utilizando meios de grande penetração no mercado é algo que custa muito dinheiro e que só está ao alcance de grandes empresas. No entanto existe uma vasta panóplia de ferramentas e meios de comunicação, alguns de custo reduzido, que podem e devem ser colocados em prática, não só na abertura da atividade mas durante o desenvolvimento da atividade. A comunicação não é algo que se possa esgotar no mês da abertura pelo que deve existir sempre um conjunto de ações definidas e um budget atribuído para se ir fazendo publicidade.

Muitos novos empreendedores têm a ilusão de que basta ter uma página online ou numa rede social ou que basta abrir a porta e esperar que o negócio flua. Esta ilusão dificilmente se confirmará pelo que comunicar de forma eficaz é uma das atividades chave que um empreendedor não pode descurar.

## STEP 9 – DEFINIR OBJETIVOS E FAZER CONTROLO DE GESTÃO

Um novo empresário deve saber de cor os objetivos que tem de atingir para alcançar a sustentabilidade do seu negócio e deve controlar a atividade regularmente de forma a saber se está ou não a cumprir os objetivos definidos.

Para realizar controlo de gestão o empreendedor deve definir aquilo a que os anglo-saxónicos chamam os Key Performance Indicators (KPI's) ou seja os indicadores de performance mais importantes que devem ser controlados. Estamos nomeadamente a falar de vendas, margem bruta, custos e outros que, caso a caso, cada empresário deve definir, por exemplo a quantidade de visitas comerciais a realizar, a percentagem de orçamentos aprovados, o número de visitantes da loja online, etc.



Os KPI's são medidas quantificáveis para compreender se os objetivos estão a ser atingidos. A sua definição e o seu controlo são muito importantes pois é através deles que se compreende a necessidade de tomar novas atitudes para alcançar os resultados esperados.

Um controlo de gestão sistematizado permite medir e agir sobre a sua empresa, evitando os desvios e permitindo tomar medidas preventivas antes que grandes males aconteçam.

## STEP 10 – REPENSAR E REAJUSTAR REGULARMENTE A ESTRATÉGIA

Os passos 1 a 8 desta trazem conselhos sobretudo para a fase de preparação e início da implementação dos projetos. No entanto a grande aventura começa com o início de atividade e uma coisa é certa: por melhor que tenha sido a preparação (e a mesma é fundamental) vai haver sempre alguma coisa que não corre conforme o planeado. É por esta razão que é tão importante ter os objetivos claramente definidos e realizar o controlo de gestão referido no ponto anterior. E quando o negócio não estiver a correr conforme planeado (ou porque está abaixo do esperado, ou porque está a crescer depressa demais, ou porque houve alterações no mercado, ou por outro qualquer motivo e podem ser inúmeros) é necessário repensar e reajustar a estratégia definindo novas ações que terão novos objetivos que devem ser novamente controlados. Este é um ciclo contínuo fundamental pois a capacidade de decidir e alterar estratégias atempadamente é essencial para o sucesso de um projeto empresarial.

Fonte: <http://sitiodoempreendedor.nersant.pt/>



Center for Social  
Innovation

