

A influência de benefícios não tradicionais na contratação de jovens profissionais

The influence of non traditional benefits on hiring young professionals

La influencia de los beneficios no tradicionales en la contratación de jóvenes profesionales

Graziela Alves Andrade¹

Graziela.andrade@fatec.sp.gov.br

Kauane da Silva Amarília¹

Kaune.amarilia@fatec.sp.gov.br

Lavinia Lais de Souza Noronha¹

Lavinia.noronha@fatec.sp.gov.br

Matheus Rodrigues Santos¹

Matheus.santos345@fatec.sp.gov.br

Jadir Perpétuo dos Santos¹

Jadir.santos@fatec.sp.gov.br

Palavras-chave:

*Benefícios.
Contratação.
Motivação.
Jovens.*

Keywords:

*Benefits.
Hiring.
Motivation.
Young people.*

Palabras clave:

*Beneficios.
Contratación.
Motivación.
Jovens.*

Apresentado em:

05 dezembro, 2024

Evento:

7º EnGeTec

Local do evento:

Fatec Zona Leste

Avaliadores:

José Carlos Hoelz
Simone Afini Cardoso Brito



Resumo:

O presente artigo tem como objetivo compreender os principais fatores avaliados no processo de candidatura a uma vaga de emprego. Para a obtenção dos resultados, foram utilizados métodos de pesquisa quantitativa e descritiva, além da coleta de dados realizada por meio de um formulário respondido por 85 participantes de diferentes faixas etárias, com predominância de jovens. Os resultados indicam que benefícios não tradicionais têm sido um dos fatores principais considerados pelos candidatos, sobretudo em relação à busca por uma melhor qualidade de vida. A pesquisa também constatou que esses benefícios estão sendo mais avaliados no momento da contratação do que o próprio salário, que por muitos anos foi o principal critério para a escolha de uma empresa. Dessa forma, o estudo pode contribuir para que as empresas adaptem seus pacotes de benefícios, incorporando opções não tradicionais como uma estratégia para reter e atrair talentos.

Abstract:

The aim of this article is to understand the main factors assessed in the job application process. Quantitative and descriptive research methods were used to obtain the results, and data was collected using a form answered by 85 participants from different age groups, with a predominance of young people. The results indicate that non-traditional benefits have been one of the main factors considered by candidates, especially in relation to the search for a better quality of life. The survey also found that these benefits are being evaluated more when hiring than the salary itself, which for many years was the main criterion for choosing a company. In this way, the study can help companies adapt their benefits packages, incorporating non-traditional options as a strategy for retaining and attracting talent.

Resumen:

El objetivo de este artículo es conocer los principales factores evaluados en el proceso de solicitud de una vacante de empleo. Para obtener los resultados se utilizaron métodos de investigación cuantitativos y descriptivos, y los datos se recogieron mediante un formulario respondido por 85 participantes de diferentes grupos de edad, con predominio de los jóvenes. Los resultados indican que los beneficios no tradicionales han sido uno de los principales factores considerados por los candidatos, especialmente en relación con la búsqueda de una mejor calidad de vida. La encuesta también encontró que estos beneficios están siendo evaluados más a la hora de contratar que el propio salario, que durante muchos años fue el principal criterio para elegir una empresa. De esta forma, el estudio puede ayudar a las empresas a adaptar sus paquetes de beneficios, incorporando opciones no tradicionales como estrategia para retener y atraer talento.

¹ Faculdade de Tecnologia da Zona Leste

1. Introdução

No cenário atual do mercado de trabalho nota-se uma crescente mudança de objetivos e atualização de modo de viver diretamente relacionados à qualidade de vida dentro e fora do trabalho. Os benefícios e tipos de remuneração estão diretamente ligados à tal adequação e demonstram essa mutação de prioridades de acordo com as gerações e pessoas ativas nesse mercado (Araujo e Garcia, 2014).

Os benefícios são parte da remuneração ou uma forma de remuneração indireta e direcionada para determinada função na qualidade de vida e saúde do colaborador, alguns são assegurados por lei como determina a CLT, como por exemplo, o vale transporte para o colaborador e são chamados de benefícios legais. Já os chamados benefícios espontâneos são os que as organizações oferecem de forma livre dependendo do cargo, função ou posição hierárquica do colaborador, é usado como um fator estratégico para a captação e retenção de talentos, fator motivacional e diferencial competitivo perante outras empresas.

Com a transição de gerações, influência do avanço tecnológico, evolução de pautas em direitos trabalhistas e saúde mental atrelada a qualidade de vida traz à tona a pauta de benefícios modernos que se adequam às prioridades dos jovens trabalhadores e as novas necessidades por conta de diferentes modalidades de trabalho, como por exemplo o auxílio psicológico ou incentivo ao esporte como benefícios requisitados e bem oferecidos por grandes organizações.

Esse estudo tem como objetivo principal evidenciar a eficácia da introdução de um bom plano de benefícios aos colaboradores e demonstrar as novas tendências desse mercado seguindo a preferência da nova geração, fazendo com que o pacote de benefícios bem aplicado seja uma estratégia organizacional que dita tendências com o passar dos anos.

2. Fundamentação Teórica

A literatura e revisão de textos acadêmicos fez parte de todo o artigo, com o objetivo de consolidar uma base para os conceitos da pesquisa e mostrar ao leitor as definições de cada tópico, gerando um melhor entendimento sobre como os benefícios não tradicionais influenciam na contratação de jovens profissionais.

2.1. Benefícios como fator estratégico motivacional

A inclusão de benefícios sociais nas empresas demonstra o cuidado e a valorização dos colaboradores, evidenciando o compromisso da organização com o bem-estar de sua equipe ao oferecer vantagens que atendam às suas necessidades. É importante fornecer incentivos para mostrar o quanto os funcionários são valiosos e exercem um papel fundamental para a continuidade da organização (Oliveira *et al.*, 2024). Segundo Chiavenato (2014, p. 340 *apud* Lima, 2020, p. 9), “[...] benefícios são recompensas não financeiras, baseadas no fato de pertencer à organização e que são oferecidas para atrair e manter os colaboradores”. Além dos benefícios tradicionais as empresas podem optar pelo modelo de benefício flexível, no qual elas definem o que os colaboradores irão receber, assim conseguindo benefícios mais amplos e buscando atender melhor às necessidades de cada pessoa que faz parte da organização (Santos *et al.*, 2024).

É possível relacionar também, os benefícios como um fator estratégico motivacional, visto que as empresas têm buscado adicionar benefícios que mais atraem seus colaboradores e que mais se encaixam com o perfil da empresa, de modo, que os colaboradores fiquem mais motivados por estarem recebendo tais benefícios. Dessa forma, funcionários motivados provocam melhores resultados, trabalham com mais empenho, podendo influenciar toda a equipe, trazendo grandes resultados para a organização, financeiramente e culturalmente (Oliveira *et al.*, 2024).

A implementação de novos benefícios nas organizações pode trazer resultados e impactar positivamente nas seguintes áreas: atração de talentos mais qualificados; fortalecimento da marca empregadora e cultura organizacional; vantagem competitiva; redução de rotatividade (*turnover*); melhoria nos índices de produtividade.

A política de benefícios dentro de uma instituição é um investimento de alto retorno, pois, além de trazerem resultados financeiros, fortifica a cultura organizacional e retém os profissionais (Santos *et al.*, 2024). Um pacote de benefícios alinhado com os valores da empresa também tende a criar um vínculo mais forte entre os funcionários, ajudando a implementar um verdadeiro espírito de equipe na organização. Ao trabalharem mais felizes e motivados, os colaboradores se dedicam mais e conseguem encontrar propósito em suas funções.

Além de ser um dos principais fatores motivacionais, os benefícios sociais têm se tornado cada vez mais decisivos na escolha de candidatos ao se candidatar a uma vaga. “A conscientização da prática dos benefícios sociais é cada vez mais crescente atualmente. Por possuírem esta percepção, as organizações estão disputando de forma acirrada seus profissionais, oferecendo mais e melhores recursos assistenciais” (Araujo e Garcia, 2014, p.156).

2.2. Benefícios sociais

Foi por volta do ano de 1970 que os sindicatos começaram a reivindicar mais fortemente por melhores condições de trabalho e segurança aos funcionários para que lhes fossem garantidos benefícios mais eficazes (Araújo e Garcia, 2014), dessa forma pode-se perceber uma crescente na oferta de benefícios como remuneração indireta, sendo eles subdivididos em benefícios legais e benefícios espontâneos.

São considerados benefícios legais aqueles fornecidos pelas organizações devido à determinação presente na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e para todos os colaboradores, como, por exemplo a oferta do vale-transporte que é obrigatória conforme a Lei No 7.418, de 16 de dezembro de 1985, Art. 4.º — “A concessão do benefício ora instituído implica a aquisição pelo empregador dos Vales-transportes necessários aos deslocamentos do trabalhador no percurso residência-trabalho e vice-versa, no serviço de transporte que melhor se adequar” (Brasil, 1985, p.1).

Contrariamente, os benefícios espontâneos são aqueles oferecidos conforme a posição hierárquica em que o profissional se encontra e ainda referente às estratégias da organização para atrair e reter talentos, uma vez que “a transferência de benefícios sociais para as organizações não representa custos exacerbados e, sim, suporte na satisfação e na qualidade de vida do trabalhador” (Stefano; Campos; Christ, 2014, p. 85).

Logo, esses diferentes tipos de benefícios servem para que os colaboradores tenham um maior equilíbrio no bem-estar físico, social e mental, tanto para si, quanto para os seus familiares ou dependentes, também sendo ponto relevante para as instituições não levarem em conta o capital humano apenas como meros recursos, e sim, uma forma de fornecer razões para mantê-los (Stefano; Campos; Christ, 2014).

2.3. A influência dos benefícios para os jovens

Com o passar dos anos e das gerações, comportamentos e costumes mudam e tornam-se características de cada agrupamento de seres nascidos em determinada época.

Existem 4 gerações de pessoas os *Baby-Boomers*, Geração X, Geração Y e Geração Z (Dias; Santos; Souza, 2023). Conforme Coelho Neto (2022), os *baby-boomers*, nascidos entre 1946 e 1964, são profissionais com perfil conservador e ficam em um emprego pela vida toda, em uma espécie de fidelidade. Por sua vez, a geração X, com pessoas nascidas entre 1965 e 1980 e fazem equilíbrio de três dimensões da vida, pessoal, profissional e qualidade de vida, mas possuem a mesma fidelidade da geração anterior (Coelho Neto, 2022). Já a geração Y, nascidos de 1981 a 1994, na visão de Coelho Neto (2022), são questionadores, inovadores e imediatistas, essas pessoas estiveram em contato com

muitas descobertas e avanços tecnológicos, além disso, não gostam de hierarquia (Dias; Santos; Souza, 2023). Por fim, a geração Z, de 1995 a 2010, são indivíduos que nasceram já envolvidos com tecnologia e ela faz parte do perfil pessoal, se parecem com os Y, mas as similaridades acabam quando precisam trabalhar em equipe, pelo fato de estarem vivendo conectados, o contato humano se torna mais difícil (Coelho Neto, 2022). O que motiva essas pessoas são flexibilidade, liberdade e autonomia e a qualidade de vida aliada a esses quesitos, conforme demonstrado por Dias, Santos e Souza (2023).

Como pensado por Araujo e Garcia (2014), ao analisar as idades, fica perceptível que, atualmente as empresas possuem em seus quadros de funcionários diversas gerações e cada uma delas terá uma motivação diferente. Assim, caberá aos líderes, gestores e administrações saberem e estabelecerem uma política de benefícios sociais que satisfaça as diferentes necessidades que há. A aplicação de um bom plano de benefícios influenciará diretamente as pessoas, seus familiares e suas demandas.

As organizações, ao praticarem esta ação, proporcionam às pessoas envolvidas incentivos internos como vantagens e praticidades, oferecendo benefícios que complementam suas necessidades pessoais no que diz respeito aos diversos tipos de benefícios sociais já estudados. (Araujo; Garcia, 2014, p.156).

Como a geração Z está diretamente associada ao futuro, principalmente por sua natividade tecnológica, as empresas veem esses jovens como talentos que continuarão a caminhada do sucesso conforme explanado por Dias, Santos e Souza (2023).

As motivações e comportamentos dessas pessoas são diferentes, as empresas necessitam implementar um plano de benefícios que atue influenciando diretamente nesses campos. “Recompensar de forma estratégica esses jovens pode contribuir para satisfação e motivação, e por tabela, promover o alcance dos objetivos organizacionais” (Santos et al., 2019).

Ao oferecer alguns benefícios como por exemplo: auxílio educação, incentivo ao esporte e lazer, *home office*, horário flexível, *ticket* alimentação, assistência psicológica, previdência privada, rotação em áreas etc. Estes influenciarão na vida do jovem e principalmente, nos fatores que esse grupo considera motivador e crucial no mercado de trabalho. Segundo Coelho Neto (2022), as gerações Y e Z buscam qualidade de vida no âmbito profissional e pessoal, estão em busca de oportunidades em que possam ter essa qualidade, se não tiverem, ficam desmotivados e não permanecem em seus empregos. A geração Z se diferencia dos demais por ser mais conectada às tecnologias e dar mais valor ao seu bem-estar que ao valor de salário e ao trabalho em si.

3. Método

Para a realização do estudo, optou-se pela pesquisa de método misto, que segundo Gil (2023, p. 41) mescla as abordagens qualitativas e quantitativas a fim de realizar uma análise clara e objetiva dos resultados obtidos. Em que se utiliza a coleta de literaturas acadêmicas, para à amostra valeu-se da aplicação de um formulário *online*, a fim de consolidar ou refutar a hipótese de que os benefícios não tradicionais são fatores que influenciam na contratação de jovens e adultos.

4. Resultados e Discussões

Por meio de formulário de pesquisa, foi analisada uma amostra de 85 pessoas sem identificação por sexo. O público que constitui a pesquisa se caracteriza em: 7,1% (6) de pessoas menores de 18 anos, 61,2% (52) de 18 a 29 anos, 25,9% (22) de 30 a 45 anos e 5,9% (5) com mais de 45 anos. Com tal volume de amostras, é possível ilustrar a preferência relacionada a diversos tipos de benefícios, dependendo da geração que iniciou ou atua no meio profissional.

O gráfico 1 analisou fatores que consideram quando se candidatam a uma vaga de emprego. O primeiro grupo de menores de 18 anos, escolhem salários e benefícios como os mais relevantes, ambos ficando com 33,3%. Já o modelo de trabalho híbrido ou *home office* e horário flexível ocupam 16,7% dos resultados.

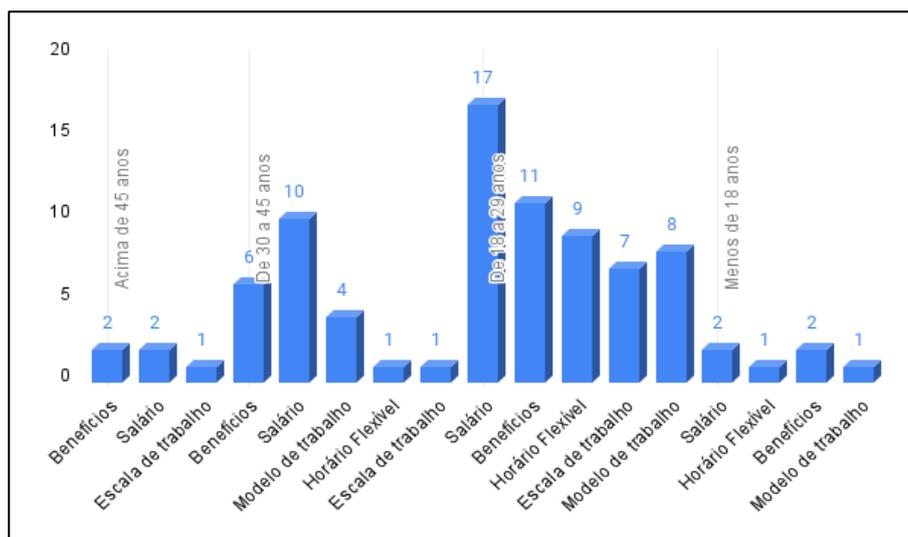
Ao verificar a faixa de 18 a 29 anos, constatou-se que o salário corresponde a 32,7% da preferência dos pesquisados e os benefícios tradicionais de maneira geral ocupam um total de 21,2%, já os benefícios não tradicionais abrangem a seguinte classificação: 17,3% horários flexíveis, 15,4% trabalho híbrido ou home office e escala de trabalho com 13,5%.

O terceiro grupo pesquisado foi o de 30 a 45 anos, que elegem o salário como primeiro fator, sendo referente a 45,5% do total, já os benefícios compõem 27,3%, modelo de trabalho híbrido ou home office 18,2% e os que preferem escala de trabalho e horário flexível 4,5%. Em contrapartida os com mais de 45 anos, ficam divididos com salário 40% e também com 40% benefícios, e por último a escala de trabalho com 20%.

Nota-se que nas quatro faixas de idade pesquisadas, o salário ainda é o elemento mais expressivo ao se candidatar a uma vaga, no qual 33,3% dos menores de 18 anos preferem, 32,7% de 18 a 29 anos, 45,5% de 30 a 45 anos e 40% das pessoas acima de 45 anos. Em segundo lugar os benefícios se destacam, alcançando a seleção de 21,2% das pessoas de 18 a 29 anos, 27,3% de 30 a 45 anos e 40% pessoas de mais de 45 anos.

Todavia, o horário flexível abrange: 16,7% de menores de 18 anos, 17,3% de 18 a 29 anos e 4,5% de 30 a 45 anos. O modelo de trabalho híbrido ou *home office* inclui 16,7% menores de 18 anos, 15,4% de 18 a 29 anos e 18,2% das pessoas de 30 a 45 anos. Já a escala de trabalho é uma parte avaliativa ao se candidatar a novas oportunidades para 13,5% das pessoas de 18 a 29 anos, 4,5% de 30 a 45 anos e 20% das pessoas acima de 45 anos.

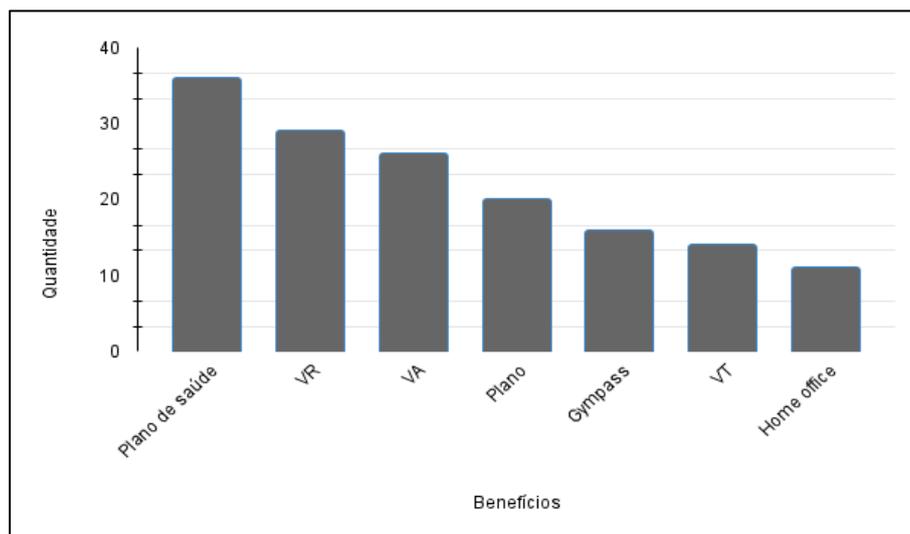
Gráfico 1 - Fatores avaliativos ao se candidatar



Fonte: autores (2024)

Em seguida, de forma geral, foi perguntado aos participantes sobre os benefícios que já possuem por estarem empregados ou realizando estágios que poderá ser bem visualizado no gráfico abaixo.

Gráfico 2 - Benefícios mais oferecidos nas empresas



Fonte: autores (2024)

Dentre os benefícios analisados, o mais presente nas empresas é o Plano de Saúde (25,5%), essencial para manter a saúde e bem estar dos colaboradores. Em segundo lugar temos o Vale Refeição (VR) (20,6%) e em terceiro o Vale Alimentação (VA) (18,4%), itens valiosos no incentivo para uma alimentação correta e saudável. Já em quarto lugar temos o plano odontológico (14,2%) e em quinto o *Gympass* (11,3%). O Vale transporte (VT) (9,9%) e o *home office* (0,1%) ocupam o sexto e sétimo lugar respectivamente.

Isso nos mostra que, dentre os benefícios mais ofertados pelas organizações, os que abrangem maior posição são os relacionados a saúde e alimentação, pois fazem parte de nossas demandas físicas primárias, ou seja, são fatores de extrema importância quando pensamos em nossas necessidades básicas. Logo, no momento em que uma organização se interessa com os cuidados substanciais dos seus colaboradores, acaba suprimindo suas principais carências ou de seus familiares, evidenciando sua consideração para com seus funcionários.

Ao serem perguntados sobre benefícios que os chamam atenção, as respostas variaram conforme faixa etária, conforme tabela a seguir, há um padrão na popularidade dos benefícios em todas as faixas o *ranking* foi igual, só se discrepando em relação ao auxílio psicológico e *home office* que aparecem no público a partir de 30 anos. Esse ponto da pesquisa se constituiu nos seguintes resultados: 40,4% VR e VA, 32,4% plano de saúde, 17,8% bolsa de estudos, 7,6% *home office* e 1,6% auxílio psicológico.

Conforme tabela, há um padrão na popularidade dos benefícios em todas as faixas o *ranking* foi igual, só se discrepando em relação ao auxílio psicológico e *home office* que aparecem no público a partir de 30 anos. Esse ponto da pesquisa se constituiu nos seguintes resultados: 40,4% VR e VA, 32,4% plano de saúde, 17,8% bolsa de estudos, 7,6% *home office* e 1,6% auxílio psicológico.

Outro ponto considerável, é que os menores de 18 anos e o grupo de 18 a 29 anos demonstram grande interesse em vagas que ofertam bolsas de estudo, assim podemos interpretar que pelo fato de haver maior incentivo aos estudos nessas faixas etárias, acaba se tornando um coeficiente de grande importância para esse público. Já o auxílio psicológico e *home office* são benefícios que do mesmo modo aparecem entre os que chamam atenção, porém atraem um público com mais idade em relação a amostra pesquisada.

Quadro 1 - Benefícios que chamam atenção

	Benefícios	Quantidade
Acima de 45 anos	VR e VA (mesmo cartão)	3
	Plano de saúde	4
	Auxílio psicológico	3
De 30 a 45 anos	VR e VA (mesmo cartão)	16
	Plano de saúde	17
	Home office	14
De 18 a 29 anos	VR e VA (mesmo cartão)	50
	Plano de saúde	33
	Bolsa de estudos	28
Menos de 18 anos	VR e VA (mesmo cartão)	6
	Plano de saúde	6
	Bolsa de estudos	5

Fonte: autores (2024)

5. Considerações Finais

O presente estudo, destaca a influência dos benefícios não tradicionais principalmente na contratação de jovens. Os resultados revelaram que os benefícios são fatores decisivos, não apenas ao se candidatar a uma vaga, mas também em permanecer na empresa, assim, reiterando a importância da pesquisa.

Enquanto alguns participantes expressaram que o salário é o motivo decisivo para a escolha de uma vaga, a maior parte dos indivíduos demonstraram maior interesse nos benefícios ofertados pela empresa, incluindo o modelo de trabalho híbrido ou *home-office*, horário e escala de trabalho flexíveis. Ao realizar essa análise é possível entender que futuramente, os benefícios serão mais buscados no mercado de trabalho, principalmente por novas gerações que serão inseridas no mercado de trabalho.

Dentre os benefícios fornecidos pelas organizações, o maior destaque nos resultados foram os planos de saúde com 25,5% e os benefícios voltados a alimentação (VR e VA) com 20,6% e 18,4% dos resultados. Tais dados reforçam o papel social que as empresas exercem na sociedade, em que, a oferta desses benefícios atua como uma extensão de salário, assegurando o atendimento das necessidades básicas das famílias brasileiras e reforçam que, independentemente do período geracional, os benefícios tradicionais seguem sendo essenciais.

O estudo contribui para o entendimento dos fatores considerados ao se candidatar a uma vaga e oferece observações importantes, os benefícios modernos de fato podem ser um diferencial estratégico para contratação, mas, as pessoas buscam bons salários e benefícios tradicionais ao se candidatar a uma vaga. Assim, destacando a importância de estudos futuros, se concentrando na avaliação do impacto a longo prazo dos benefícios como fatores motivacionais, além de explorar a perspectiva dos empregadores para compreender as estratégias que utilizam em relação a oferta de determinado benefício.

Referências

ARAUJO, Luís Cesar G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de Pessoas: estratégias e integração organizacional**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 389p.

BRASIL. **Lei nº 7.418, de 16 de dezembro de 1985**, institui o Vale-Transporte e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1985.

COELHO NETO, Nilton José. Geração Z e o mercado de trabalho: atração e retenção. **Brazilian Journal Of Development**, Curitiba, v. 8, n. 3, p. 20603-20612, 24 mar. 2022. South Florida Publishing LLC. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.34117/bjdv8n3-322>. Acesso em: 31 out. 2024.

DIAS, Jorge Edivan da Silva; SANTOS, Nycolle Oliveira Souza; SOUZA, Francisco Fernandes da Costa. A Geração Z como fator estratégico de vantagem competitiva. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 81-90, 31 mar. 2023. <http://dx.doi.org/10.51891/rease.v9i3.8702>.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2023. 186 p.

LIMA, Rômulo Brito de. **Benefícios como forma de reter e atrair o colaborador**. 2020. 22 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Faculdade Metropolitana de Maracanaú, Maracanaú, 2020

OLIVEIRA, Beatriz Cordeiro de; SILVA, Célia Barbosa da; JESUS, Clarilde Aparecida de; TEIXEIRA, Gessica da Silva; SOUZA, Thalita Cristina Cardoso de. **Benefícios e programas de incentivos para motivação dos colaboradores: uma proposta de implantação em pequenas e médias empresas**. 2024. 40 f. TCC (Curso de Recursos Humanos) - Escola Técnica Professor Massuyuki Kawano, Tupã, 2024.

SANTOS, S. S. D.; OLIVO, A. M.; PETRY, D. R.; ORO, I. M. Satisfação e Motivação no Trabalho: Insights sobre Percepção da Justiça Distributiva e Remuneração Estratégica por Indivíduos da Geração Z. **Revista de Ciências da Administração**, v. 21, n. 54, p. 77-94, 2019.

SANTOS, Amarhylis Bispo Alves dos; MORAES, Ana Flávia Fernandes de; SILVA, Lorenah Rodrigues da; SILVA, Patricia Teotônio da; PIRES, Thallya Vitória. **A política de benefícios como agentes motivadores para o desenvolvimento organizacional**. 2024. 22 f. TCC (Curso de Administração) - Escola Técnica Prof. Dr. José Dagnoni, Santa Bárbara D'Oeste, 2024.

STEFANO, Silvio Roberto; CAMPOS, Elaine Aparecida Regiani de; CHRIST, Eduardo. Práticas de benefícios sociais nas organizações: desafios na gestão de pessoas. **Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, Maringá, v. 19, n. 1, p. 65-88, 27 maio 2014.

"Os conteúdos expressos no trabalho, assim como os direitos autorais de figuras e dados, bem como sua revisão ortográfica e das normas são de inteira responsabilidade do(s) autor(es)."

"Os autores do trabalho declaram que durante a preparação do manuscrito foram utilizadas as ferramentas/serviços ChatGPT e Google Tradutor de Inteligência Artificial (IA) para realizar a tradução do resumo, título e palavras-chave. Após utilizar estas ferramentas/serviços, os autores editaram e revisaram o conteúdo conforme necessário e assumem total responsabilidade pelo conteúdo da publicação."