

Existe momento certo para trocar de carreira?

Norberto Chadad (*)

Sócrates – o filósofo grego, não o jogador de futebol – dizia há mais de 2.000 anos uma frase sábia: “Conhece-te a ti mesmo”. A recomendação vale para os dias de hoje. Antes de tomar qualquer decisão, você precisa compreender as suas próprias motivações, características, competências e habilidades.

Vou dar um exemplo. Alguém diz para você: “Puxa, gostei do seu atendimento. Já pensou em ser vendedor?”. E você para e pensa: “É mesmo... Como nunca pensei nisso antes?”

É um sinal de que você não refletiu sobre si mesmo, não se descobriu de verdade.

Esse autoconhecimento ocorre em diferentes estágios da vida, dependendo da pessoa e das circunstâncias que ela enfrenta. O trabalhador que escolhe o caminho do funcionalismo público aos 18 anos em busca de estabilidade e salário fixo possivelmente não será desafiado a perscrutar seu íntimo e verificar que outro caminho poderia ter tomado na vida. A tendência é que ele permaneça mergulhado na rotina – cômoda ou incômoda – das suas obrigações.

Por outro lado, o mesmo jovem de 18 anos munido de ‘rebeldia’ e disposto a se entender, avaliar os sonhos e correr atrás deles antes de tomar uma decisão profissional possivelmente poderia encontrar um emprego mais instigante e motivador, para o qual tivesse vocação.

Vocação é a palavra-chave. O trabalhador mais feliz é aquele que faz o que gosta.

Como eu disse, o autoconhecimento pode ocorrer com alguém num estágio mais maduro da vida profissional. Pode surgir de uma ruptura emocional, da falência da empresa onde trabalhava, de uma reforma estrutural da instituição onde atua, de um acidente, uma doença, ou até um insight que o faça ver que está desperdiçando a vida num trabalho rotineiro e chato.

O que fazer, então? Sair cor-

rendo e pedir demissão para buscar outro emprego que ofereça mais realização? Tem gente que faz isso, mas não é recomendável. Precisamos ter cuidado com os impulsos. É importante avaliar primeiro as próprias motivações, refletir sobre os possíveis obstáculos e então decidir o que se quer fazer da vida. Aí pesquisa-se o mercado, traça-se uma meta e prepara-se um plano.

Portanto, a resposta para o título deste artigo é esta: existe um momento certo para cada pessoa quando se trata de trocar de carreira. E, pode acreditar, nunca é tarde.

Há dezenas de exemplos. Lembro-me de uma reportagem publicada pela revista Exame (edição de 25 de fevereiro de 2016), que mostra alguns casos. Um deles é Marcos Amaro, filho dos fundadores da TAM, o comandante Rolim Amaro. Começou carreira trabalhando com o pai, mas em 2013 decidiu vender tudo o que tinha e virou artista plástico. Garante que está mais feliz agora. Bruno Minervino fez um trajeto quase inverso: interessado pela informática, evoluiu na área da publicidade digital e aos 24 anos era gerente de operações online em diversas empresas. Foi a partir de um telefonema-convite que resolveu largar tudo e se tornar piloto de avião.

Mas um dos casos mais emblemáticos, para demonstrar que não existe época e nem idade certa para trocar de carreira, é o da Juliane Marinho. Depois de atuar como advogada por 18 anos, tendo chegado a ocupar o cargo de diretora jurídica e diretora de investimento na Odebrecht, abandonou tudo para criar uma empresa virtual que, entre outras coisas, ajuda pessoas a promoverem sua transição profissional.

Aí está. É possível mudar de profissão aos 24 ou aos 44. Basta se conhecer bem, respeitar a própria vocação e trabalhar para encontrar o lugar mais adequado para a sua satisfação profissional e pessoal.

(*) É Engenheiro Metalurgista pela Universidade Mackenzie, Mestre em Alumínio pela Escola Politécnica, Economista pela FGV, Master em Business Administration pela Los Angeles University e CEO da Thomas Case & Associates, consultoria de soluções em gestão de pessoas e de carreiras com 40 anos de atuação. www.thomascase.com.br

Precisa de condições melhores? Veja nove dicas para a revenda negociar com seus fornecedores

Negociações entre fornecedores e revendedores devem ser bem construídas e estruturadas para o sucesso de um negócio, especialmente no mercado com margens tão apertadas, como o de distribuição de TI

Júlio Miranda (*)

Esse é um fator de grande importância para a prosperidade dos estabelecimentos, pois o caminho de aquisição de mercadorias, preços competitivos, prazos de pagamento e entrega influenciam na gestão do estoque e lucro da empresa. É muito importante uma negociação seja satisfatória para distribuidor e revendedor, e a empatia é, sem dúvida, um ingrediente essencial nessa relação.

Confira nove dicas para as vendas que precisam de melhores condições de pagamento, treinamento e outras vantagens para ajudar a alavancar as vendas:

1. Pesquise e peça orientações

Antes de tudo, pesquise sobre o produto e busque alternativas parecidas que existem no mercado. Desconhecer informações sobre o item desejado é uma desvantagem, portanto solicite materiais explicativos e vídeos para seu distribuidor. Analise valores e condições como frente e prazo de entrega.

2. Saiba o que você quer (e precisa)

É importante chegar em uma negociação sabendo o que quer e até onde pode ir. O empresário deve saber os seus limites – seja para preço ou para prazos. Se não tiver certeza do número de produtos que vai comprar, até quanto pode pagar, o prazo de entrega etc., o negociador fica sem argumentos. Quando se sabe até onde é possível ir, diminui-se a probabilidade de arrependimentos depois do negócio fechado.

3. Investigue no que ele pode te ajudar

Seu distribuidor pode te ajudar, principalmente, com orientações fiscais: estado de armazenamento e forma de tributação de alguns produtos podem influenciar no valor dos impostos pagos, no final das contas.

4. Solicite suporte técnico

Descubra se existe algum suporte para dúvidas técnicas em caso de dificuldades, assim é possível evitar a contratação de um especialista para problemas pontuais, o que acaba saindo mais caro. Portanto, a opção por um fornecedor com suporte e/ou treinamentos pode gerar uma economia relevante.



5. Avalie diferentes modelos de negócio

Alguns distribuidores trabalham com venda direta. Isso significa que nem sempre é necessário comprar o produto e tê-lo em estoque. É possível ter apenas um catálogo de produtos e, diante da decisão de compra do cliente, intermediar a venda e ganhar uma comissão – o que deverá otimizar o seu fluxo de caixa.

6. Use o estoque de seu distribuidor a seu favor

Fazer algumas compras programadas por mês (duas ou três) com seu fornecedor pode ajudar a otimizar o espaço de armazenamento e prazos de pagamento, o que vai deixar sua empresa mais saudável financeiramente.

7. Compre produtos em promoção

Peça para o seu fornecedor te enviar regularmente os produtos em promoção. É comum mercadorias entrarem em liquidação por motivos diversos e, acostumado a comprar sempre os mesmos produtos, as mercadorias mais baratas acabam sendo deixadas de lado pelos compradores.

8. Compre em grande quantidade

É uma excelente estratégia de negociação para aquele produto que você sabe que tem boa saída, pois pode conseguir preços especiais. Apesar de ser uma outra estratégia para conseguir um desconto na transação, é bom planejar bem e analisar estrutura de estoque.

9. Pague à vista

Se tiver certeza da saída do produto, pague à vista. É possível conseguir descontos interessantes com fornecedores nesses casos.

O importante é entender que os fornecedores estão cada dia mais parceiros dos clientes. A tendência é valorizar fregueses fieis e esse ambiente oferece maior abertura para negociações e apoios – não apenas financeiros – que podem ajudar muito a sua empresa ter mais lucratividade.

(*) É responsável pelo marketing da Reis Office, empresa de soluções completas para impressão, digitalização, transmissão e armazenamento de documentos.

Inteligência artificial e recursos de apoio à decisão clínica: um superpoder para os profissionais da saúde

Não é novidade que a inteligência artificial – capacidade de máquinas tomarem decisões e aprenderem padrões – tem impactado o dia a dia de todos e provocado mudanças disruptivas nos mais diversos setores. No setor da saúde não é diferente e a AI (Artificial Intelligence) veio para ficar, graças ao impacto para melhorar os serviços, tanto no atendimento aos pacientes como nos “bastidores” dos hospitais. A ideia não é, obviamente, que ela substitua os profissionais da saúde, mas sim os auxilie

nas tomadas de decisão. As tendências e possibilidades são inúmeras e atingem, de maneira geral, a todos os profissionais da saúde. Porém, ao ser integrada aos recursos de apoio à decisão clínica, os resultados são ainda melhores.

Em primeiro lugar, vamos aos exemplos mais gerais. No caso do time de enfermagem, a inteligência artificial colabora para detectar os primeiros sinais de possíveis doenças, riscos de infecções, antes que seja tarde demais. Tudo isso monitorando e descobrindo padrões inerentes às centenas de casos que os enfermeiros acompanham. Esse gerenciamento da saúde pode ser feito também à distância, quando os pacientes estão já se recuperando em casa. A equipe que presta esse serviço consegue personalizar as chamadas, direcionando a conversa com até um milhão de possíveis variações. Esses algoritmos ajudam a identificar de maneira inteligente respostas de alto risco, sinalizando inclusive as situações que requerem rápida intervenção. Sem falar que a AI também permite usar a linguagem natural para processar anotações médicas e histórico dos pacientes e ainda combinar todos esses dados não estruturados das anotações no prontuário eletrônico do paciente (PEP) e nos históricos de pacientes mais antigos. Enfim, inúmeras aplicações.

É importante também ter clara a ideia de que a combinação da AI com a expertise e conhecimento médicos pode reduzir drasticamente as taxas de erro (em até 85%). Por isso, essa tecnologia tem sido incorporada aos prontuários eletrônicos e também aos recursos de suporte à decisão clínica, aliando informações baseadas em evidências, com experiência clínica e especificidades de cada paciente. Isso eleva a ferramenta a outro patamar: passando de um conteúdo mais consultivo



para um recurso de apoio com base em contexto. Avançados guias interativos, já disponíveis no mercado, permitem inserir informações sobre o paciente (como idade, sintomas, exames já realizados e resultados) e, com base em algoritmos dinâmicos, traçar o melhor caminho a ser seguido no diagnóstico e tratamento.

Esse tipo de proposição é extremamente importante na medida em que conhecer outros casos semelhantes ajuda a criar, manter e garantir a adoção de padrões para o

tratamento de doenças que apresentam maior variabilidade nos cuidados. Ademais, de certo modo, esclarece pontos de dúvidas dos médicos e faz com que eles, além de aprenderem no momento do atendimento, possam automatizar esse conhecimento, que é o que a inteligência artificial e a aprendizagem por máquinas preconizam.

A variabilidade é um problema recorrente, associado à ausência de padrão nos protocolos clínicos e que não só onera os recursos e ocasiona uma série de desperdícios, como é também uma das principais causas de erros médicos evitáveis. Por isso, ao diminuí-la, as organizações de saúde têm a oportunidade de melhorar os resultados a custos mais baixos. É nesse sentido que a inteligência artificial e os recursos de apoio à decisão clínica atuam juntos. Além de ajudarem os profissionais da saúde a entregarem cuidados consistentes, de alta qualidade e efetivos, também trazem maior segurança para o paciente e ajudam a reduzir a variabilidade.

Em suma, a adoção desse tipo de solução não só simplifica o processo de atendimento, como ajuda os médicos a estabelecerem um fluxo de tomada de decisão mais interativo e chegarem a decisões mais assertivas sobre os seus pacientes, inclusive do ponto de vista de diagnósticos laboratoriais e também aprenderem com isso. Existem objetivos e, para atingi-los, temos que confiar no que a tecnologia pode nos oferecer. Acho que há uma visão de longo prazo em que precisamos nos concentrar, mas que o futuro já hoje é promissor, isso é.

(Fonte: Diana Nole é CEO da Wolters Kluwer Health, líder mundial em fornecimento de informações para profissionais e estudantes da área da saúde).

News @TI

Treinamento especial

À ZEISS, referência internacional em tecnologias de mecânica de precisão, realizará treinamento especial sobre "GD&T - Técnicas Avançadas de Medição usando Software CALYPSO". O curso acontece no Hotel Alji, em Indaiatuba (SP), de 20 a 24 de agosto, e as inscrições podem ser realizadas no site <https://goo.gl/6J1WfN>. Ministrada por Thiago Coutinho, do CERTI, a capacitação tem como objetivo apresentar a linguagem GD&T de maneira mais clara, com foco nas avaliações de Tolerâncias Geométricas por meio do software CALYPSO. Durante o treinamento o aluno irá adquirir conhecimentos e habilidades em Tolerâncias Dimensionais e Geométrica; normas ISO e ASME; técnicas avançadas de extração e filtragem, bem como análise e validação de processos na medição de GD&T com MMC; e extração e avaliação de Engrenagens e Roscadas na MMC. Por tratar-se de um treinamento exclusivo e dinâmico, ao todo foram disponibilizadas apenas 20 vagas para turma única, sendo que ao final do curso, os participantes receberão um certificado de conclusão assinado pela ZEISS.

Nova plataforma visa apoiar mercado PME na transformação digital

Para auxiliar as empresas em sua jornada de transformação digital e de comunicação unificada, a OnPeople, empresa brasileira que vem atuando no mercado nacional há dois anos, expande seu portfólio e lança a plataforma OnUCPhone, buscando tornar-se um parceiro "One Stop Shop" para soluções de comunicação e colaboração unificadas. A ferramenta possui funcionalidades robustas de telefonia, chat, telepresença e web conferência em nuvem, que podem ser acessadas através de computadores e smartphones. Além de viabilizar a mobilidade e gerar agilidade para os negócios da empresa, a plataforma possui como diferencial um modelo de contratação simplificado, no qual a empresa paga apenas pelos recursos utilizados por cada usuário, o que a torna totalmente aderente ao mercado PME. Com a nova oferta a expectativa é que o faturamento da OnPeople, nesse nicho de empresas, seja da ordem de R\$ 1 milhão em 2019. Embora a plataforma também suporte ambientes de grandes corporações (com mais 1 mil ramais/seats) esta oferta reforça o comprometimento da OnPeople e o foco dos seus esforços no segmento PME, mercado que anteriormente não tinha acesso aos benefícios destas soluções devido aos altos investimentos necessários. Os recursos de colaboração da plataforma permitem também que as empresas conectem seus times em salas de reuniões virtuais, permitindo o compartilhamento de apresentações, planilhas, entre outros documentos (<http://www.onpeople.com.br/>).