

Resolva o seu passado

Eliana Dutra (*)

Que é primordial focar nas metas profissionais e em um novo estilo de liderança para se adaptar ao cenário de trabalho em constante transformação, todo mundo sabe

Contudo, muitos não se dão conta que há um fator importante nessa equação: o passado. Muitos preferem escondê-lo, outros buscam esquecê-lo e alguns acham que levantarmos esse tema é coisa de cartomante: o que você quer? Passado, presente ou futuro. Nada disso! O que hoje quero mostrar para vocês é que o passado às vezes é algo tão presente nas nossas vidas que acaba influenciando em nossas decisões profissionais para melhor ou pior.

Imaginemos, então, a vida como uma estrada e nela você caminha carregando uma mochila. Ao encher a sua mochila de coisas do passado não resolvidas e que você lembra a todo o momento, isso ocupa um espaço considerável na sua vida, não permitindo que as boas coisas entrem e que lembranças positivas sejam criadas. Ou seja, a mochila fica pesada demais e, consequentemente, a caminhada mais difícil.

Logo, para você ter espaço nessa sua “mochila da vida”, torná-la

mais leve e, consequentemente, para crescer em um novo emprego e/ou carreira, é preciso se desapegar do emprego ou carreira anterior. Ou seja, não só abandonar velhos hábitos como também adotar comportamentos diferentes

diantes de situações e obstáculos que provavelmente irão surgir. A empresa de onde você saiu tinha uma cultura diferente? Você precisa se adaptar, não adianta ficar saudosos.

Mas, para fazer esse movimento é preciso primeiro que você resolva o seu passado. E, claro, você não é obrigado a solucionar todas as questões, mas deve resolver principalmente aquelas as quais sente que são realmente um peso e que de certa forma influenciam suas ações e comportamentos atualmente. Nesse momento você deve estar se perguntando: como fazer isso? Como saber quais pontos do meu passado eu preciso resolver?

A primeira coisa a fazer é listar todas as situações do seu passado que te incomodam, como por exemplo, aquele comentário que uma pessoa fez um dia na festa do trabalho, você riu, mas te magoou; ou aquele feedback que recebeu do chefe, que você ouviu, mas não entendeu direito. Mas, ele era seu superior, então engoliu.

Uma vez a lista concluída, eleja aqueles pontos que realmente farão diferenças se você resolver. Por fim, busque de fato solucionar essas questões, como dizendo ao chefe como você se sentiu quando recebeu aquele feedback. É claro que você encontrará pessoas que não irão querer conversar, mas você fez a sua parte e isso, acredite, esvazia a sua mochila e você perceberá que a caminhada para aquele futuro profissional tão almejado se tornará bem mais fácil.

(*) - É CEO da ProFitCoach, Master Coach Certified pela International Coach Federation (ICF) e Sócia-fundadora do Grupo Nikaia.

Curso do Grupo IMAM explica Técnicas de Negociação

O profissional de hoje precisa encontrar alternativas para situações difíceis, através de metodologias e técnicas que ofereçam soluções eficazes na gestão do relacionamento. O curso do Grupo IMAM, “Técnicas de Negociação”, proporciona esses conhecimentos. As técnicas de negociação melhoram o desempenho e habilidades pessoais, objetivando acordos mutuamente aceitos.

O treinamento vai municiar os participantes com instrumentos eficazes para dinamizar seus relacionamentos interpessoais, levando-os a negociar com maestria, estreitando laços, obtendo e melhorando resultados, e fidelizando alianças, pela solidificação da confiança em seus relacionamentos. O evento acontece nos dias 7 e 8 de fevereiro (www.imam.com.br).

Brasil é o quinto país mais otimista com a economia

De 23º país mais otimista entre 35 economias no segundo trimestre de 2018, para a 5ª colocação no segundo semestre do mesmo ano, o Brasil se destaca no levantamento global International Business Report (IBR), elaborado pela Grant Thornton, ficando atrás da Irlanda, Finlândia, Nova Zelândia e Índia

O estudo global revela o grau de otimismo dos empresários com relação ao futuro dos negócios a partir da análise de diversos indicadores para os próximos 12 meses. Após uma reformulação, a última edição entrevistou aproximadamente cinco mil empresários, sendo 250 no Brasil.

Globalmente, 39% dos empresários entrevistados veem com otimismo os próximos 12 meses. No segundo trimestre de 2018, mais da metade dos entrevistados (54%) manifestavam esse tipo de confiança, uma queda de 15 pontos percentuais. Trata-se da menor pontuação global de otimismo registrada desde o quarto trimestre de 2016.

A queda no índice de otimismo global é impulsionada pela incerteza econômica, com um pico de 50%, um aumento de 22% em relação ao segundo trimestre de 2018. Esse aumento pode ser parcialmente



O Brasil é um país que atrai olhares de investidores estrangeiros e com os planos do novo governo a confiança no país aumentou.

atribuído a tensões geopolíticas como a guerra comercial entre EUA e a China. Apesar da desaceleração do crescimento do PIB para muitas economias avançadas, as emergentes Ásia Pacífica e a América Latina, em geral, vêm resistindo a essas incertezas.

Na América Latina, o Brasil e a Argentina se destacam com um aumento no otimismo, sendo na Argentina, passando de 8% para 27% e no Brasil, aumentando de 28% para 66%. Apesar das incertezas econômicas e a burocracia também serem apontadas com signifi-

cativa elevação (63% e 66%, respectivamente), não foram suficientes para restringir o otimismo do empresariado brasileiro e as expectativas positivas de negócios.

“O Brasil é um país que atrai olhares de investidores estrangeiros e com os planos do novo governo a confiança no país aumentou. A partir da aprovação de reformas importantes e por meio de iniciativas de redução de custos da máquina pública, potenciais mudanças regulatórias, manutenção do combate à corrupção e perspectivas no aumento de concessões e privatizações, entre outros, levaram ao aumento do otimismo dos empresários potencializando a retomada de novos investimentos e transações de fusões e aquisições”, afirma Daniel Maranhão, managing partner da Grant Thornton Brasil.

Fonte e mais informações (www.grantthornton.com.br).

Papa apoia educação sexual nas escolas sem colonização ideológica

O papa Francisco disse ontem (28) que o sexo não é um “monstro” e que é preciso ter aulas de educação sexual nas escolas. A declaração foi dada a jornalistas durante o voo que o levou de volta à Itália após uma viagem de cinco dias ao Panamá, onde presidiu a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) de 2019.

“Nas escolas, é preciso oferecer educação sexual. O sexo é um dom de Deus, não um monstro. É um dom de Deus para amar”, disse Francisco, ressaltando, porém, que a orientação deveria ser “livre de colonização ideológica”, pois já viu “alguns livros ruins”. “Mas tem que oferecer uma educação sexual objetiva, sem colonização ideológica. Se começam a dar uma educação sexual plena de colonização ideológica, destroem a pessoa”, comentou.

Segundo Francisco, a orientação sexual “deveria ajudar a emergir o melhor das pessoas”. “O problema é o sistema: quais professores escolher para essa função e quais livros. Há coisas que maturam e há coisas que danificam”, disse. “O ideal é que a educação sexual comece nas famílias, mas isso nem sempre é possível porque há muitas situações diferentes nas famílias. A escola supriria isso, porém, de qualquer maneira, fica um vácuo que acaba sendo preenchido por qualquer ideologia”, alertou.

Na mesma entrevista, o argentino Jorge Mario Bergoglio também disse ser contrário à ideia de permitir que o celibato



Para Francisco, “se começam a dar uma educação sexual plena de colonização ideológica, destroem a pessoa”.

seja opcional aos sacerdotes católicos. “Eu não farei isso. Sou fechado? Talvez. Mas não penso em me colocar diante de Deus com essa decisão”, comentou. Mas ele deu abertura para que o celibato seja opcional em áreas e países onde há falta de sacerdote. “Existe certa possibilidade onde há o problema pastoral por falta de sacerdote, como ilhas do Pacífico, mas os teólogos devem estudar a questão”, afirmou (ANSA).

Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

Os desafios da Internet das Coisas no varejo

Quando se pensa em Internet das Coisas (IoT), muito se fala no quanto esse ramo da tecnologia vem impactando os negócios e a vida das pessoas em todo o mundo - considerando as características socioeconômicas e o grau de inovação de cada país

Luiz Malere (*)

Embora o conceito já venha sendo disseminado há algum tempo, inclusive na mídia, ele ainda é carente de massificação de sua presença para que, finalmente, se torne algo comum em nosso cotidiano.

Em plena era da transformação digital, uma massa considerável de dados é gerada diariamente, permitindo que as empresas consigam extrair informações valiosas para que assim consigam tomar melhores decisões para seus negócios e, de alguma maneira, melhorar as nossas vidas. Esse ativo digital é a base para que a IoT se mantenha em constante evolução.

Isto só foi possível graças aos avanços obtidos em diversas áreas nos últimos anos, entre elas a de telecomunicações. Nesse setor, houve uma evolução significativa das redes de conexão, somado ao barateamento de sensores capazes de se comunicar, eliminando assim a necessidade de uma infraestrutura baseada em cabeamento.

De lojas, casas e eletrodomésticos conectados, passando por carros autônomos, caminhões recheados de sensores até indústrias em que todos os equipamentos “conversam” entre si, não há limites para as aplicações da IoT. Tudo isso buscando algo que vai além do que víamos nos desenhos dos Jetsons:

eficiência na gestão das mais diversas tarefas do nosso dia a dia.

Basta imaginar, por exemplo, o leque de possibilidades que a Internet das Coisas pode proporcionar no setor de varejo. Se até pouco tempo nem sempre era possível prever os caminhos que os consumidores tomariam até efetuar uma compra, hoje a situação é bem diferente.

Antes de tomar uma decisão, eles realizam pesquisas na internet, acessam o site da loja para estudar as características do produto e buscam opiniões de outros clientes em fóruns de discussão e redes sociais. Tudo isso gera uma volume contínuo e crescente de dados que são um prato cheio para qualquer profissional de marketing que queira traçar um perfil detalhado de cada cliente e, dessa forma, influenciar em sua experiência de compra e aumentar a taxa de conversão.

Tal influência pode resultar na oferta de campanhas personalizadas ou melhorias no atendimento. A avaliação de informações obtidas em mapas de calor das lojas físicas e os dados coletados ao longo da jornada digital favorecem o disparo de campanhas ou a designação de um consultor para apoiar o cliente na decisão de compra. A possibilidade de tratar eventos no momento de sua ocorrência traz benefícios muito relevantes para o negócio, como monitorar a movimentação

dos clientes e a entrada ou saída de produtos das gôndolas, facilitando e muito o controle do estoque - automatizado, é claro.

Sabemos, porém, que ainda há um longo caminho a ser percorrido para que o varejo e outros setores tirem proveito máximo das vantagens da Internet das Coisas. São muitos os desafios, e isso inclui, por exemplo, maiores investimentos em infraestrutura, para facilitar e acelerar a integração entre os dispositivos.

São muitos e cada vez mais complexos os ambientes de TI atualmente existentes nas empresas, e justamente por isso é necessário explorar novas formas de conexão, cada vez mais velozes para lidar com o aumento contínuo do volume de dados. No caso do Brasil, especificamente, o mercado demanda ainda uma mudança cultural que ajude a acelerar o processo de imersão nessa tecnologia.

É certo que a IoT se desenvolverá de tal forma que, em poucos anos, ela passará a ser vista como algo natural, além de um importante fator para a definição de novas estratégias de negócios. O momento agora é de planejamento para uma nova percepção que a internet passará a ter em nossas vidas, consolidando o que há tempos estamos chamando de transformação digital.

(*) É consultor de Pré-vendas do SAS Brasil.

News @TI

Centro Paula Souza lança curso online gratuito sobre programação de Arduino

Que tal aprender de forma rápida e simples a criar um programa capaz de acender luzes automaticamente, acionar motores, disparar alarmes e até mesmo tocar um piano a distância? O Centro Paula Souza (CPS) acaba de lançar o curso livre online gratuito de Arduino. Com duração de 30 horas, divididas em quatro módulos, o curso conta com vídeos que apresentam o passo a passo para a realização de experimentos com o dispositivo, abordando desde os componentes do hardware e sua linguagem de programação, até como fazer a aplicação e o projeto final. O interessado pode se inscrever e estudar a qualquer momento, sem necessidade de processo seletivo. Basta acessar o site mooc.cps.sp.gov.br em um computador conectado à internet e se cadastrar com login e senha. Ao final do curso, é feita uma avaliação online para emissão de certificado.

Plataforma de análise de e-mail marketing

A Good To Connect (GTC) acaba de lançar o E-mail Metrics, uma plataforma de análise de e-mail marketing em tempo real. Inédito no Brasil, o sistema é uma ferramenta completa de analytics, que traz dados de centenas de e-mails marketing assim que eles são disparados ao mercado. Atualmente, a plataforma já concentra mais de 350 e-commerces em todo o Brasil. O E-mail Metrics nada mais é do que uma plataforma digital que organiza as informações dos e-mails marketing, extrai os dados contidos nas mensagens e disponibiliza o conteúdo para pesquisa dos seus assinantes. A ferramenta possibilita ter dados em tempo real, que ajudam a criar estratégias para aumentar conversões de venda. Entre os dados que a ferramenta apresenta estão, comparativos de preços entre os intervalos de disparo de e-mails, palavras-chaves mais usadas, departamentos que mais dispõem ofertas, datas de recebimento, títulos utilizados nos e-mails, quantidade de envios realizados por determinado e-commerce, entre outras análises da concorrência (www.emailmetrics.com.br).

Empresas & Negócios
José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Diretora Comercial: Lilian Mancuso (lilian@netjen.com.br)

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); *TV:* Tony Auad (central-noticia@bol.com.br).
Colaboradores: Cícero Augusto, Eduardo Shinyashiki, Geraldo Nunes,

Webmaster/IT: Ricardo Baboo; *Edição Eletrônica:* Ricardo Souza e Walter Almeida. *Impressão:* LTJ Gráfica Ltda. *Serviço Informativo:* Agências Estado, Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Vergueiro, 2949 - 12º andar - cjs. 121 e 122 - Vila Mariana - Cep: 04101-300. Tel. 3043-4171 / 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) - Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire: 35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Heródoto Barbeiro, J. B. Oliveira, Leslie Amendolara, Mario Enzo Belio Junior.

ISSN 2595-8410

RIO DE JANEIRO: J.C. REPRESENTAÇÕES E PUBLICIDADES EIRELI
Av. Rio Branco, 173 / 602 e 603 - Centro - Rio de Janeiro - CEP 20040-007
Tel. (21) 2262-7469 - CNPJ 30.868.129/0001-87