

## COMPETÊNCIAS NECESSÁRIAS

## DESENVOLVER UMA MENTALIDADE EMPREENDEDORA ANTI-CRISE

▶▶ Leia na página 6



## Interação social nos escritórios faz falta na rotina dos funcionários, aponta estudo

A pandemia mudou drasticamente a rotina dos escritórios e levou grande parte dos funcionários para o home office.

Assim, o futuro dos espaços corporativos entrou em análise, em especial para ocupantes de grandes lajes. Acompanhando essa tendência, a JLL realizou um estudo global junto a seus clientes para entender sobre o futuro da demanda por escritórios. Segundo a pesquisa, os escritórios não vão acabar, mas devem passar por mudanças de função e propósito.

O estudo mostra que, sob a ótica dos colaboradores, o escritório fornece um local de interação que a tecnologia não é capaz de replicar, como a conexão pessoal, colaboração e gerenciamento de talentos. Mesmo com o sucesso da experiência de trabalhar em home office, a maioria dos funcionários declara que gostaria de estar fisicamente nos escritórios a maior parte da semana.

O espaço do escritório ainda tem um papel fundamental a desempenhar na facilitação de atividades presenciais essenciais que não são fáceis de serem replicadas online. Integração de novos funcionários, treinamento e orientação são primordiais para a progressão na carreira e manutenção de uma força de trabalho produtiva. Além disso, o escritório oferece um espaço para as pessoas se reunirem, colaborar, inovar e se engajar com o crescimento dos negócios.

Para alguns, o escritório é um local de concentração, permitindo uma distinção mais clara entre a vida doméstica e os afazeres corporativos.

A especialista em workplace da JLL, Roberta Hodara, avalia que os gestores e suas equipes devem ser responsáveis pela divisão de tempo em home office e no escritório de cada time. "O RH tem agora um papel muito ativo em estruturar a política de home office para que os líderes consigam definir junto aos seus colaboradores quem precisa estar presencialmente no escritório, quando e porque", explica.

Do ponto de vista das empresas, os escritórios oferecem espaço físico que facilita a coordenação



ção de atividades e o aumento da criatividade. Também desempenham papel fundamental na transmissão da cultura organizacional e atraem e retêm talentos. O estudo aponta que a tendência é que os espaços continuem evoluindo, da mesma forma que as baias famosas nos anos 1990 foram abandonadas e, até a pandemia, vivíamos o momento do compartilhamento de mesas e espaços.

Os quatro fatores principais apontados pelo levantamento da JLL que terão impacto a curto prazo da demanda por escritórios são:

**1. Home Office** – a adoção abrupta do trabalho remoto evidenciou alguns dos benefícios do home office, como o horário flexível e não ser preciso deslocar-se. Contudo, para muitas pessoas, o espaço destinado ao trabalho em casa mostrou-se inadequado – pequeno, sem estrutura ou repleto de distrações. Além disso, perdeu-se a interação social proporcionada pelo escritório.

A longo prazo, ainda não está claro como será a produtividade fora do espaço do escritório. A flexibilidade será a chave para a satisfação

do funcionário, mantendo equilíbrio entre o trabalho no escritório e a possibilidade de trabalhar de qualquer lugar.

**2. Design do Escritório** – a mudança mais evidente no layout dos escritórios diz respeito à densidade do espaço. Se antes a tendência antes era ascendente, agora o distanciamento social será a regra. Caso uma vacina ou remédio sejam descobertos, é possível que o adensamento volte a crescer, contudo, saúde e bem-estar permanecerão entre as principais preocupações dos ocupantes.

**3. Tecnologia** – A curto prazo, a adoção de novas tecnologias já está facilitando a adoção do trabalho remoto, bem como o retorno à garantia de bem-estar e saúde dos funcionários na volta aos escritórios. A longo prazo, acredita-se que os ocupantes demandarão cada vez mais edifícios inteligentes, refletindo também a preocupação das companhias com o meio ambiente e a sustentabilidade. Assim é provável que a demanda por ativos de qualidade inferior caia no futuro.

**4. Padrões de Deslocamento** – A ausência de deslocamento, citada como a maior vantagem do home office é um dos temas que causam maior preocupação quanto ao retorno aos escritórios – especialmente em cidades grandes que dependem do transporte público. Ao longo do tempo, a localização centralizada dos escritórios ainda deve ser priorizada, facilitando o acesso dos colaboradores. Assim, oferecimento de serviços de transporte, deve continuar influenciando preço e a demanda.

Segundo a pesquisa, os escritórios podem mudar suas configurações para atender a novos propósitos, mas continuarão sendo um espaço de conexão interpessoal importante tanto para as empresas quanto para os funcionários. Para Roberta, mesmo que as regras de distanciamento social sejam afrouxadas no futuro e o adensamento possa voltar a crescer, o escritório ainda deve permanecer como um espaço de socialização.

"As atividades que podem ser realizadas individualmente continuarão a ser resolvidas no tempo de home office, enquanto o escritório vai privilegiar as interações e o trabalho de equipe", revela. Fonte e mais informações: (www.jll.com.br).

## Negócios em Pauta



## Preparando Bartenders

A Pernod Ricard, dona das marcas Absolut, Ballantine's, Chivas e Beefeater, anuncia o lançamento do curso "The Bar World of Tomorrow" para bartenders e donos de bares. Disponível gratuitamente na sua plataforma de treinamento também em português, a iniciativa é fruto de uma parceria entre a Pernod Ricard University, o Instituto das Nações Unidas para Formação e Pesquisa (Unitar) e a EdApp, plataforma online para gerenciamento de cursos. Inscrições: (<https://www.edapp.com/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

## News@TI



## Debate sobre cenário legal e implementação prática da LGPD

@Adiada por diversas vezes, a entrada em vigor da nova Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) prevista para maio do próximo ano vai gerar uma série de desafios para as empresas, que passarão a ter que arcar com pesadas multas no caso de falhas na proteção de informações sensíveis, e terão que adotar medidas preventivas de segurança e de boas práticas de governança, com destaque para a transparência. Diante deste novo cenário que se desenha para as empresas, Hoje (5) a Tech Data realiza, em conjunto com a IBM e a Missão Compliance, o debate "Lei Geral de Proteção de Dados Cenário Legal e Implementação Prática" reunindo especialistas que irão discutir os impactos da entrada em vigor da nova lei. Para inscrição e mais informações sobre o encontro acesse <http://tiny.cc/1xxlsz> ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

## Contábil

Modernização das regras para contas de depósito em reais de residentes no exterior

Por Eduardo Moisés

▶▶ Leia na página 8



## Automação na experiência do consumidor

Quando pensamos em automação hoje em dia, geralmente nos vêm à cabeça inteligência artificial (IA) e chatbots. No entanto, no mundo da experiência do consumidor (CX), a automação cobre muitas áreas, incluindo self-service de voz ou "interactive voice response" (IVR - resposta interativa de voz), self-service web e móvel, comunidades online, chatbots, assistentes virtuais, e assim por diante. Cada um desses itens dá passagem a valores diferentes para companhias e consumidores. ▶▶

## Repensar gastos com energia e água

A prolongada permanência das pessoas em casa por causa do isolamento social para evitar a propagação da COVID-19, está aumentando os gastos e as contas de energia elétrica das famílias, sobretudo daquelas que estão em regime de home office. Outro recurso fundamental e que deve ser intensificado nas residências é o uso da água. A quarentena é uma boa oportunidade para repensar os hábitos de consumo desses dois recursos essenciais para o cotidiano das pessoas. Desde o início do ano, todos os consumidores brasileiros têm uma opção diferenciada de cobrança do consumo de energia elétrica: a Tarifa Branca. A modalidade tarifária foi criada pela Aneel, onde o valor da tarifa de energia varia de acordo com o horário do seu consumo. ▶▶

## Serviços de delivery

Com a necessidade de isolamento social diante da pandemia, o crescimento das compras pela internet, principalmente de alimentos e produtos de saúde, por meio de aplicativos e telefone, impactou significativamente o volume de entregas de mercadorias em domicílio. Na mesma proporção, cresceu também o nível de preocupação e de exigência dos clientes quanto aos cuidados adotados pelas empresas e pelos entregadores para evitar a transmissão do Coronavírus. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular

