

Atividade industrial segue em recuperação com alta do emprego

A atividade industrial continua em recuperação e já se encontra no patamar pré-crise, de acordo com a Sondagem Industrial, divulgada ontem (22) pela Confederação Nacional da Indústria (CNI)

A Utilização da Capacidade Instalada (UCI) alcançou 71%, 2 pontos percentuais acima do apurado em agosto de 2019 e 4 pontos percentuais a mais na comparação com julho. É o maior percentual para o mês desde de 2014, quando o UCI ficou em 72%.

“Na esteira dessa recuperação, o otimismo do empresário também continuou aumentando, impulsionado tanto pela recuperação da economia, como pelo início do período de fim de ano, sazonalmente mais favorável à produção industrial”, diz a sondagem. Mesmo com meses de crescimento da produção, os estoques seguem em queda e em nível abaixo do planejado. O índice de evolução do nível de estoques registrou 46,3 pontos em agosto. Desde abril, os estoques vêm registrando queda.



Sondagem indica que atividade já se encontra no patamar pré-crise.

O índice de evolução do número de empregados atingiu 53,8 pontos em agosto. “O índice já havia superado a linha divisória de 50 pontos em julho (índice de 50,9 pontos) mas, ao se afastar da linha, revela maior disseminação do movimento de aumento do emprego”, diz a CNI. O indicador de agosto é o maior da série histórica

mensal, iniciada em janeiro de 2011. Todos os índices de expectativa mantiveram-se em crescimento na pesquisa realizada neste mês. “O otimismo do empresário vem sendo impulsionado tanto pela recuperação da economia, como pelo início do período sazonalmente mais favorável à produção industrial”, diz a CNI.

O índice de expectativa para a demanda em setembro aumentou 1,7 ponto, em relação a agosto, para 63,1 pontos, o melhor resultado para o índice em mais de dez anos. O índice de expectativa de compras de matérias-primas aumentou 1,9 ponto para 60,6 pontos. A última vez que o índice havia superado 60 pontos foi em agosto de 2010. Já o índice de expectativa de número de empregados foi de 54,8 pontos, o maior desde abril de 2011. A expectativa de exportação aumentou 3 pontos e atingiu 55,4 pontos. O indicador de intenção de investimento cresceu pelo quinto mês consecutivo e atingiu 55,3 pontos, avanço de 4,3 pontos frente a agosto. Desde maio, o indicador acumula crescimento de 18,6 pontos (ABR).

Safra brasileira de café é a segunda maior da história

Em seu 3º Levantamento da Safra 2020 de café, a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) indica que o Brasil deve colher 61,6 milhões de sacas beneficiadas, considerando-se os tipos arábica e conilon. Isto representa aumento de 25% em relação ao ano passado. Será a segunda maior safra brasileira de todos os tempos, atrás apenas da colheita de 2018, quando a produção total chegou a 61,7 milhões e a de arábica, a 47,5 milhões de sacas. A área total é estimada em 2,2 milhões de hectares.

O grande destaque desta safra é o café arábica, que tem produção estimada em 47,4 milhões de sacas, crescimento de 38,1% sobre o ano passado e se aproximando do recorde de 47,5 milhões de sacas alcançado na bienalidade positiva anterior (2018). O clima foi favorável nas fases de floração e frutificação. Já a produção de café conilon enfrentou condições



O grande destaque desta safra é o café arábica, que tem produção estimada em 47,4 milhões de sacas.

climáticas desfavoráveis no Espírito Santo, impactando o potencial produtivo dessas lavouras que levaram à queda de 5,1% na produção nacional, prevista em 14,3 milhões de sacas.

Minas Gerais, maior produtor, deve colher 33,5 milhões de sacas, 36,3% a mais que no ano passado, sendo

99,1% de arábica e 0,9% de conilon. Para o Espírito Santo, a estimativa é de 13,6 milhões de sacas, com aumento de 49,1% para o café arábica (4,5 milhões de sacas) e queda de 13% para o conilon (9,1 milhões de sacas). São Paulo deve colher 6,2 milhões de sacas de arábica e a Bahia, 4,1 milhões, com o aumento de área em produção, áreas irrigadas e clima mais favorável.

O dólar valorizado elevou os preços do café. As exportações, no entanto, estão ligeiramente menores que as do ano passado. O total de café exportado no ano civil (janeiro a agosto de 2020) foi de 26,4 milhões de sacas milhões de sacas, volume 3,0% menor que no mesmo período de 2019. O cenário de preços elevados motivou o produtor a vender boa parte da safra antecipadamente. A comercialização da safra 2020/21 (julho a junho) está por volta de 60% (GI/CONAB).

Cada vez mais pelo cliente

Glauber Correa (*)

O ano de 2020 tem sido um verdadeiro teste para todos os setores da sociedade

Estamos enfrentando uma pandemia de proporções imensuráveis e, com ela, os impactos do distanciamento social. Além dos desafios para a saúde e para a economia, o cenário coloca as empresas literalmente “na parede” quando o assunto é proximidade e relevância na vida do cliente. E mesmo no distanciamento, o atendimento humanizado ganha espaço, pois é o que faz o seu negócio se manter presente e indispensável.

Nesse contexto todo, estar atento e disponível para ouvir ainda mais a dor do cliente é fundamental. Pode parecer clichê e simples de executar, mas quantas vezes você teve um problema com um produto ou pediu ajuda e não se sentiu escutado? Quantas frustrações já carregou como consumidor? O próprio mercado financeiro como um todo tem um histórico não tão positivo nesse sentido - mas, quem sabe fazer isso bem, certamente alcança uma boa vantagem competitiva.

Adicionalmente, o atendimento é fator crucial na escolha, na indicação de uma marca e na manutenção do relacionamento - logo não dá para guardar essa informação na gaveta e não agir. De acordo com um levantamento da consultoria Forrester realizado no Brasil e em outros quatorze países no ano passado, 60% das pessoas decidem cancelar um serviço ou deixam de comprar um produto quando ficam insatisfeitas com o atendimento.

Ou seja, a opinião do cliente deveria guiar as decisões de qualquer empresa e precisaria ser um trabalho constante, desenvolvido diariamente. E ouvir o cliente não significa somente adaptar-se ao que ele “diz que quer”, mas sim buscar entender toda a sua experiência com a marca e identificar os pontos frágeis nessa jornada, porque eles sempre existem.

É preciso dialogar de forma clara para entender até mesmo o que o cliente não fala ou não expressa diretamente, pois é isso que faz do atendimento humanizado a chave para essa conexão mais profunda com o público e para a construção de um relacionamento sólido e duradouro. Certamente, a melhor experiência de atendimento é a que envolve e inclui. É a que resolve os problemas que trouxeram o cliente até você. É a que compreende a sua linguagem e usa isso para gerar entendimento.

No mundo da tecnologia, também significa acolher as diferenças e lidar com o comportamento das gerações, sabendo que o uso das soluções não será o mesmo para todos. Pensar que somente “ter um aplicativo” para vender seus produtos ou prestar serviço será su-

ficiente é minimizar o atendimento. O desafio é “ser” um aplicativo com a melhor experiência para o usuário e facilitar a sua vida.

E vou além: é manter-se disponível para ajudá-lo a fazer uso, para mostrar como funciona, especialmente quando esse aplicativo é estranho à sua rotina ou lhe causa medo e insegurança. É por isso que a humanização do atendimento deveria ser sempre uma premissa para todos os negócios, independentemente do canal pelo qual você vende ou serve o seu cliente, pois isso é uma questão de atitude de marca.

No digital, no físico ou nos dois, o que mais importa é pensar na experiência, pois você pode ter um atendimento presencial mais robótico do que um chatbot, ou pode ouvir muito o seu cliente e conhecê-lo tão bem que o seu chatbot consegue gerar satisfação. Nas instituições financeiras, por exemplo, que impactam milhares de pessoas em diferentes condições sociais e econômicas, nem sempre a busca por eficiência operacional e pela digitalização resultou em melhor qualidade no atendimento.

E quando pensamos no público 50+, especialmente em cortes inferiores de renda, isso tem ainda mais impacto, pois você não pode apenas aplicar tecnologia sem empreender esforços para incluí-los digitalmente e ajudá-los a lidar melhor com o dinheiro. Nessa hora, a personalização dessa relação ganha ainda mais espaço, pois é quando você começa a individualizar o seu serviço com a intenção genuína de ajudar o cliente.

Inclusive é isso que ele está dizendo. Em pesquisa recente “Como bancos e fintechs podem democratizar os serviços financeiros na América Latina”, realizada pela consultoria IDC, sete em cada dez clientes afirmaram desejar um melhor relacionamento com seus bancos e experiências mais personalizadas. E quando essa proximidade vem à tona, o retorno também acontece, pois o cliente volta a comprar na sua loja e recomenda o seu serviço sempre que alguém pergunta - e promotores para a sua marca são o maior valor que um negócio pode ter.

Mais uma vez: não importa o canal. O que faz a diferença é saber ouvir, acolher cada demanda como se fosse a única e transformar dados em informações para construir a melhor jornada para o cliente, o que passa sim por tecnologia e humanização dessa relação. Sigamos próximos, estabelecendo relações de ganha-ganha, seja no Dia do Cliente, que celebramos no último dia 15, ou em qualquer outro dia do ano.

(*) - É diretor de Negócios do Agibank e responsável pelas áreas de Vendas, Canais, Clientes e Atendimento da instituição, respondendo pelos canais digitais e pelos pontos de atendimento físicos.



NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A - Conselho da Juventude

O Governo de São Paulo abriu as inscrições do chamamento público para composição do Conselho Estadual de Juventude. Destinadas a jovens de 18 a 29 anos, serão realizadas por meio do formulário (<https://www.sdr.sp.gov.br/juventude/>). No ato da inscrição, o candidato deverá juntar digitalmente os documentos detalhados no edital. O órgão será composto por 24 membros, sendo 12 representantes da sociedade civil e 12 representantes de órgãos e entidades governamentais ligadas à juventude. O mandato será de dois anos. Encerradas as inscrições, a lista dos candidatos com número de inscrição será divulgada pela Comissão Eleitoral no site da Secretaria de Desenvolvimento Regional.

B - Mercado Digital

Com a promessa de realizar um evento gratuito por mês, a Alura (www.alura.com.br), plataforma de ensino online, promove a Semana da Agilidade, entre os dias 28 de setembro e 2 de outubro. O objetivo é aprofundar no universo digital, por meio de cases reais com empresas líderes de mercado, além de abordar os impactos da transdisciplinaridade na transformação de uma carreira e marca. Os conteúdos, em formato de lives, ainda vão discutir a importância de ser um “profissional T”, atualmente, que domina a área de atuação, mas tem habilidades que contribuem em outros setores da empresa. Com foco em profissionais que estão em um contexto de transformação digital e integrantes de times que utilizam metodologias ágeis, o evento contará com oito convidados. Inscrições podem ser feitas pelo link (<http://www.alura.com.br/semana-agilidade>).

C - Educação Inovadora

Com a expertise em tecnologia educacional, a Big Brain - referência na América Latina pelos diversos produtos e serviços oferecidos em parceria com a Microsoft, vai promover nos dias 30 de setembro, 1 e 2 de outubro o Congresso Latino-Americano de Educação Inovadora para auxiliar gestores e suas respectivas escolas sobre o novo cenário. O tema principal foi nomeado “Congresso Latino-Americano de Educação Inovadora: 2020: O ano que antecipou o futuro tecnológico educacional”, evidenciando o salto acadêmico que as instituições foram obrigadas a executar, muitas vezes sem o recurso ou assistência necessários. Os eventos ocorrerão entre as 18h30 e 21h00 com um cronograma vasto de palestras, debates e cases de sucesso, como: ‘O papel da tecnologia no futuro da educação’; Educação 4.0 x Indústria 4.0: O que espera a nova geração? e ‘O novo modelo de sala de aula’. Inscrições: (http://www.sympla.com.br/congresso-latino-americano-de-educacao-inovadora_974468).

D - Criatividade e Inovação

Pioneira na utilização de tecnologias educacionais, a International School, programa de educação bilíngue para escolas de ensino regular, promove uma competição entre crianças de todo o Brasil, de 6 a 11 anos. Usando lego, o concurso será lançado com um desafio por semana e revelará as principais criações a partir de temas como, poluição dos rios, invenções do futuro para ajudar o mundo, o cômodo da casa predileto na pandemia da Covid-19 e homenagem aos professores. Aberto ao público, o desafio será feito com as peças do brinquedo ou via soluções online, como o Draw Brick e Block Cad, e objetiva oferecer uma atividade educativa, despertando nas crianças habilidades necessárias para o século 21, como criatividade, inovação, empreendedorismo, pensamento crítico, bilinguismo e resolução de problemas. Para se inscrever, acesse: (www.isdesafio.com).

E - Exame de Suficiência

A segunda edição de 2020 do Exame de Suficiência do Conselho Federal de Contabilidade está marcada para o dia 8 de novembro (domingo), das 9h30 às 14h, seguindo o horário oficial de Brasília. A aprovação nessa avaliação é um dos requisitos para a obtenção de registro profissional em Conselho Regional de Contabilidade (CRC). A prova será composta por questões objetivas e acontece na modalidade online. As inscrições devem ser efetuadas no período entre 14h do dia 22 de setembro e 16h do dia 22 de outubro de 2020, somente pelo site da Consulplan (www.consulplan.net) ou pelo site do CFC (www.cfc.org.br).

F - Viagem dos Sonhos

A Harley-Davidson do Brasil está em busca de um motociclista para fazer parte da equipe da H-DB em uma viagem dos sonhos, de Salvador até Brasília, pilotando uma Ultra Limited, equipada com Reflex Defensive Rider Systems. Esta viagem de tirar o fôlego, com duração de dez dias, abrange estradas da Bahia, Goiás e do Distrito Federal, descobrindo algumas das mais belas regiões brasileiras. O Rider Wanted 2021 objetiva criar conteúdo para o fim de aproximar ainda mais a H-D de seus clientes e entusiastas, promovendo a descoberta de mais lugares, mais paisagens, mais pessoas e mais histórias a bordo de uma motocicleta. Para participar, acesse o site: (https://freedom.harley-davidson.com/pt_BR-Rider-Wanted-Contest) e efetue o cadastro. Depois, envie um texto de no máximo dez linhas, ou o link de um vídeo próprio postado no YouTube, com até dois minutos, que melhor responda à pergunta: “Por que eu deveria ser escolhido para ser o motociclista nesta viagem dos sonhos da Harley-Davidson?”

G - Preparação e Revisão de Textos

A preparação e a revisão de textos são etapas fundamentais do processo editorial e fazem parte do grupo de fatores responsáveis por determinar a qualidade de um livro, revista, quadrinho ou qualquer outro produto editorial. Da mesma forma, ter um bom domínio da língua portuguesa é fundamental para qualquer preparador e revisor de textos; afinal, é o responsável por corrigir erros de gramática e ortografia dos projetos. É preciso também conhecer todas as normas, assim como as variações linguísticas regionais e de época. Os preparadores e revisores devem fazer o trabalho de checagem de todos esses dados para evitar a disseminação de informações erradas que podem culminar em uma repercussão negativa do livro. Para os que se interessam pelo mercado editorial, Universidade do Livro oferece o curso “Preparação e revisão: o trabalho com o texto”. Saiba mais em: (www.universidadedolivro.com.br).

H - Carro Zero em Jogo

Já pensou ganhar um carro zero jogando online? A Volkswagen e o Escape60 atenderam o seu pedido! No jogo Desafio Nivus Escape60, o grande vencedor vai levar o primeiro Smart Car produzido na América do Sul. Serão doze desafios classificatórios, com dois enigmas cada e apenas um ganhador. Os vencedores de cada desafio se enfrentarão na grande final, composta por cinco enigmas e o participante que ganhar o jogo no menor tempo levará para casa um Volkswagen Nivus Highline na cor Vermelho Sunset e outros prêmios exclusivos. Para participar, basta se cadastrar no site (www.vwnivusescape60.com.br). O primeiro desafio será realizado no próximo dia 29, às 20h. Cada desafio deve ser resolvido em até duas horas e o tempo passa a valer a partir das 20h.

I - Gastronomia para Pets

A partir da próxima semana chega ao mercado uma linha exclusiva de produtos da marca Mon Petit Chéri, trazendo o conceito de “gastronomia para pets”. A empresa inicia a venda dos “Tomperos Pets” assinados pelo chef francês e jurado do programa MasterChef, Erick Jacquin, juntamente com opções de rações superpremium livres de transgênicos. Os sabores são “salmão à carbonara”, “champignon ao azeite trufado”, “foie (fígado) agridoce” e “creme de vegetais com hortelã” (receita vegetariana). A ração superpremium, por sua vez, vai ser vendida nos sabores “peixe” (para gatos), bem como “frango” e “carne” (para cães). As rações vão ser comercializadas nos tamanhos de 1kg, 2,5kg e 6kg, já os “Tomperos Pets” em embalagem de 250ml. Saiba mais em: (www.monpetitcheri.com.br).

J - Saúde Suplementar

O Instituto de Estudos de Saúde Suplementar e a Escola de Negócios e Seguros lançam um curso inédito, online e gratuito, sobre os fundamentos da saúde suplementar. Desenvolvido por especialistas, o “Curso Básico de Saúde Suplementar”, com duração de 12 horas, em formato de Educação a Distância, apresenta aspectos regulatórios e econômicos do setor em aulas em vídeo e material didático de fácil compreensão e grande aplicação no dia a dia. É voltado aos profissionais da saúde suplementar, como operadoras de planos e seguros saúde, inclusive corretores, cooperativas, e para quem trabalha nas estruturas de serviços. Também é de interesse para o meio acadêmico, advogados e profissionais da área administrativa e pode ser bastante útil para magistrados. Inscrições e mais informações: (<http://iess.org.br/?p=eventos&evento=59>).