

# Intenção de consumo das famílias volta a crescer após cinco quedas

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF), medida pela Confederação Nacional do Comércio (CNC), voltou a crescer em setembro (+1,3%), após cinco quedas consecutivas, e subiu a 67,6 pontos

Mesmo com a alta, o índice registrou o pior desempenho para um mês de setembro desde o início da série histórica, em janeiro de 2010. Além disso, no comparativo anual, houve recuo de 26,9% – a sexta retração seguida nesta base comparativa. O indicador está abaixo do nível de satisfação (100 pontos) desde abril de 2015.

Para o presidente da CNC, José Roberto Tadros, a flexibilização do funcionamento dos estabelecimentos comerciais tem ajudado na recuperação do consumo dos brasileiros. “As famílias têm se revelado mais satisfeitas diante das novas regras de abertura do comércio, mesmo que o momento atual ainda exija cautela”. O único indicador relativo ao momento atual que apresentou retração foi o relacionado à renda (-1,1%). O item acumulou a sexta queda seguida e caiu a 76,5 pontos – o menor patamar da série histórica.



A flexibilização do funcionamento dos estabelecimentos comerciais tem ajudado na recuperação do consumo.

“A renda continua sendo um fator sensível para as famílias, mesmo tendo melhora nas percepções em relação ao mercado de trabalho, que se tornaram menos negativas”, destaca Catarina Carneiro da Silva, economista da CNC responsável pelo estudo. O subíndice que mede a satisfação dos consumidores com relação ao emprego voltou a registrar crescimento (+0,3%) e fechou o mês como o item

de pontuação mais elevada (85,7 pontos).

Na esteira do aumento do indicador Emprego Atual, o subíndice que avalia a perspectiva profissional dos brasileiros apresentou o maior crescimento mensal em setembro (+5,9%), chegando a 75,2 pontos. Catarina chama a atenção para o fato de o item ter obtido a segunda variação positiva consecutiva, ainda mais acentuada que a anterior (+4,6%).

“Esses fatores revelam que a percepção mais favorável do mercado de trabalho atual já se reflete positivamente e de forma mais intensa nas perspectivas em relação ao futuro profissional para os próximos seis meses”, afirma a economista da Confederação.

Em relação às condições de consumo, o subíndice Consumo Atual voltou a apresentar crescimento (+1,6%), chegando a 50,7 pontos. O item Acesso ao Crédito seguiu o mesmo caminho, registrando aumento mensal de 0,8% e atingindo 81,1 pontos. Assim como os dois primeiros, o indicador Momento para Duráveis também subiu em setembro (+3,2%), chegando a 42,3 pontos. Com relação à perspectiva de consumo, houve leve retração mensal (-0,1%), o que, segundo Catarina, “mostra que, apesar da melhora na percepção de consumo atual, as famílias continuam seletivas com sua renda” (Gecom/CNC).

## A jornada do consumidor no contact center responsivo

Vanessa Tiba (\*)

Nos últimos tempos, especialmente com o início da pandemia da Covid-19, o atendimento ao cliente se tornou ainda mais importante.

As empresas buscam novas formas de atender às demandas de consumidores mais exigentes com qualidade e rapidez, para garantir satisfação e fidelização. Nesse cenário, o contact center responsivo ganhou ainda mais espaço no mercado. O modelo surge com o objetivo de atender o cliente em qualquer situação – de forma rápida e eficiente, a fim de priorizar suas demandas, mesmo em momentos de pico no atendimento ou até mesmo fora do horário comercial.

Além disso, é compatível com diversos canais de atendimento para que o consumidor possa transitar, de acordo com sua necessidade, mantendo sempre o contexto e histórico das interações anteriores. Para entender melhor como funciona um contact center responsivo, veja o exemplo abaixo, que simula um problema real com uma cliente fictícia (Luísa) durante o contato com a sua seguradora:

- **Problema:** Luísa está com problema de inundação no banheiro e, no caminho para academia, decide ligar para sua companhia de seguros. O concierge da seguradora reconhece quem é a cliente, identifica que há conversas recentemente fechadas em algum dos canais e tenta transferir a chamada ao consultor de sua conta, Eric.

- **Atendimento:** O sistema verifica que o atendente está ocupado com outra ligação e dá algumas opções para Luísa: esperar até que Eric esteja disponível, deixar uma mensagem de voz ou falar com outro atendente. Ela decide gravar uma mensagem de voz, pois já está acostumada a falar com Eric e gosta de seu atendimento.

- **Retorno:** Quando fica livre, Eric vê a transcrição da mensagem de voz e retorna a chamada. Ele explica o procedimento

e pergunta se Luísa quer receber o formulário de incidentes por e-mail ou SMS e ela opta pelo e-mail. Ao chegar em casa, ao final do dia, Luísa abre o e-mail e preenche o formulário – também decide enviar uma mensagem no WhatsApp pedindo confirmação do recebimento do documento e pergunta qual o tempo estimado para a resolução do problema.

- **Contato:** Eric vê a mensagem no início do turno no dia seguinte – o sistema lhe entregou a interação automaticamente porque ele é o responsável por aquele atendimento – e responde confirmando que recebeu o e-mail com o formulário, sugerindo fazer uma chamada de vídeo com o avaliador de seguros mais tarde naquele mesmo dia, para que Luísa possa mostrar os danos por vídeo e economizar tempo.

Mais tarde, na hora combinada, ela abre o link e inicia uma chamada de vídeo com o avaliador, mostra seu banheiro inundado e o avaliador ativa a geolocalização para confirmar o endereço e tira fotos dos danos causados pela inundação.

- **Confirmação:** Dois dias depois, Luísa recebe um SMS confirmando o valor que ela receberá para cobrir os danos e também um link para uma pesquisa de NPS. Ela preenche a pesquisa com 100% satisfação, e o consultor ajusta o caso para “Incidente resolvido”, encerrando a interação.

Todo esse processo só é possível quando o contact center possui interação completamente automatizada e, ao mesmo tempo, humana e personalizada. Para isso, são necessárias tecnologias que combinam agentes humanos e bots de conversação e que permitem que toda a informação viaje de canal em canal com uma visão ampla e histórico unificado.

(\*) - É Country Manager da Altitude Software Brasil (www.altitudesoft.com.br)

## IBGE: 3,4 milhões estavam afastados do trabalho no início setembro

A população ocupada entre 30 de agosto a 5 de setembro foi estimada em 82,3 milhões, desse total, 4,2% ou cerca de 3,4 milhões estavam afastados do trabalho devido ao distanciamento social. No período anterior tinha sido 4,4% ou 3,6 milhões de pessoas e bem abaixo da primeira semana da pesquisa, de 3 a 9 de maio quando era 19,8%, quando eram 16,6 milhões. Os dados fazem parte da Pnad Covid19 semanal foram divulgados pelo IBGE.

A população ocupada e não afastada do trabalho foi estimada em 76,8 milhões de pessoas na semana anterior eram 76,1 milhões). No entanto, representa aumento frente a semana de 3 a 9 de maio (63,9 milhões). Entre essas pessoas, 8,3 milhões ou 10,8% trabalhavam remotamente. A pesquisa indicou que o contingente é estável frente a semana anterior quando o total de pessoas era 8,3 milhões e o percentual 10,9%. A população desocupada nesse período ficou em 13,0 milhões de pessoas, o que significa estabilidade na comparação com a semana anterior, quando registrou 13,7 milhões de pessoas.

A população ocupada foi estimada em 82,3 milhões na semana de 30 de agosto a 5 de setembro e ficou estável também em relação à semana anterior (82,2 milhões de pessoas), mas houve queda na comparação ao período de 3 a 9 de maio (83,9 milhões de pessoas). “Desde meados de junho há uma recuperação no total de pessoas



O motivo foi o isolamento social imposto pela pandemia da Covid-19.

ocupadas, depois da forte queda de início de maio até meados de julho.

Essa recuperação recente vem se dando, especialmente, entre trabalhadores informais e trabalhadores por conta própria, que foram os mais atingidos no início da pandemia”, observou a coordenadora da pesquisa, Maria Lúcia Vieira. A taxa de informalidade aproximada (34,6%) foi pouco acima da semana anterior (34,0%) e menor do que a registrada entre 3 e 9 de maio (35,7%) (ABr).

**NEGÓCIOS em PAUTA**  
lobato@netjen.com.br

### A – Jovens & Empresas

A Fundação Estudar está com inscrições abertas para o processo seletivo do “Conexão - Mercado Financeiro, Gestão Empresarial e Empreendedorismo & Inovação”. O evento gratuito acontece nos dias 11 e 12 de novembro e conecta formandos e recém-formados com interesse nas áreas Mercado Financeiro, Gestão Empresarial e Empreendedorismo & Inovação com grandes empresas de todo o Brasil, como Stone, Votorantim S.A., XP Inc., Banco Pan, Itaú Unibanco e Santander. As interações entre representantes e inscritos são convertidas em dados. Com essas informações, as organizações podem melhorar os quesitos de “marca empregadora”. Inscrições: (http://bit.ly/3kNuSBP).

### B – Maquinário de Mineradoras

De olho no crescimento do setor de mineração brasileiro, a thyssenkrupp passa a fabricar localmente equipamentos pesados para processamento de minério. O objetivo é atender aos clientes brasileiros com maior agilidade e competitividade, gerando maior valor agregado local e empregos. Dentro do escopo da nova atuação, a thyssenkrupp fabricará equipamentos em sua unidade brasileira proporcionando aos clientes conteúdo local de maneira a habilitá-los ao uso de recursos e financiamento nacional. A produção se concentrará no fornecimento e modernização de máquinas de ponta para moagem e processamento mineral, as prensas de rolo de alta pressão (chamadas de HPGR - high pressure grinding rolls) - das quais a thyssenkrupp é detentora de mais de 75% da base instalada no país.

### C – Live de Vendas

A Ford promove neste sábado (26), das 10h00 às 13h00, a sua primeira Live Nacional de Vendas, um evento inovador com preços e condições especiais para quem quer comprar um carro novo sem precisar sair de casa. O programa – com acesso pelo (fordlivenacionalvendas.com.br) – oferece a linha completa de modelos da marca, incluindo Ka Hatch, Ka Sedan, EcoSport, Ranger e o novo Territory, com condições exclusivas e os melhores descontos do mercado. Todas as concessionárias da Ford vão participar dessa ação, trazendo ofertas para incentivar as vendas, junto com outras facilidades oferecidas pela marca, como o financiamento com parcelas pela metade até 2022. O cliente pode fechar negócio sem precisar ir à concessionária e, se preferir, também tem a opção de receber o veículo em casa, com todos os cuidados de higiene e segurança.

### D – Aberta ao Turismo

Após anunciar a retomada gradual do turismo em Fernando de Noronha, a partir de 1º de setembro, para os turistas que já tiveram a Covid, a ilha entra em uma nova etapa de reabertura, liberando a entrada para todos. A medida, válida a partir do próximo dia 10 de outubro, foi anunciada pelo administrador da ilha, Guilherme Rocha. O acesso seguirá um novo protocolo, elaborado pela administração da ilha e pelas autoridades de saúde do estado. A principal regra do protocolo é a obrigatoriedade da realização do teste RT-PCR (nariz e garganta) para detecção da Covid-19 no dia anterior ao embarque ou na data da viagem. Também será necessário assinar o Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta concordando com o cumprimento do protocolo. Mais informações: (www.noronha.pe.gov.br).

### E – Atendimento Humanizado

A Infobip, uma das maiores empresas de mensageria do mundo, anuncia o lançamento do Moments, uma plataforma de comunicação omnichannel para profissionais de marketing, com o objetivo de humanizar o atendimento ao cliente. A ideia é fazer com que as marcas entendam melhor o comportamento dos seus clientes e interajam com eles por meio de seus canais favoritos, utilizando a filosofia mobile first para criar relacionamentos duradouros entre empresas e clientes em diversos canais de comunicação, incluindo WhatsApp, Facebook Messenger, SMS, e-mail, voz, apps móveis, websites e o RCS. Também auxilia profissionais de marketing na criação de campanhas que engajem seus clientes ao oferecer uma visão de todo histórico de comunicação entre o cliente e marca em uma única plataforma. Saiba mais: (www.infobip.com).

### F – Cabina Brasileira

A Daimler Trucks reafirmou a importância da Mercedes-Benz do Brasil como player global no desenvolvimento de caminhões. Pela primeira vez, a Companhia anunciou que o projeto da cabina do Novo Actros no Brasil, criado pela equipe brasileira, será a base de uma inédita cabina que será produzida na Alemanha para o “Novo Actros F”, versão de entrada que será comercializada em 24 países da Europa e de outros continentes, a partir de janeiro de 2021. A cabina brasileira, inédita para o mercado europeu e outros países, será produzida pela Mercedes-Benz Trucks na Alemanha. Ela chegará ao mercado com o também inédito modelo “Novo Actros F”, ampliando o portfólio dessa família de pesados. Mais informações: (https://mercedes-benz.com.br/institucional/).

### G – Desafios da Liderança

Leadership Conference, maior evento da América Latina sobre desenvolvimento de lideranças, promovido pelo TransformaçãoDigital.com,

ecossistema que conecta pessoas e empresas à transformação digital, acontece online e gratuito nos dias 19 a 23 de outubro, das 9h às 17h. O evento tem como foco debater a gestão de um líder e seus impactos na rotina de trabalho, assim como no desempenho do seu time e no negócio da empresa, o que pode, ou não, trazer entregas mais consistentes. A expectativa é de atrair 80 mil pessoas que poderão tirar as dúvidas em tempo real. Com oito conteúdos/dia, o evento soma mais de 30 horas de informações exclusivas e é voltado para empreendedores, líderes do mercado em atuação e em desenvolvimento, e profissionais de RH. Para se inscrever, acesse: (https://leadershipwebconference.com/).

### H – Jovens Engenheiros

A BP Bunge Bioenergia, companhia formada em dezembro de 2019 a partir da joint venture das operações de açúcar, etanol e bioeletricidade da BP e da Bunge, lança a primeira edição de seu programa destinado à formação de novas lideranças. O Jovens Engenheiros é dedicado a acelerar a carreira de profissionais que possuem de três a cinco anos de formação e vivência no setor sucroenergético ou em operações de grandes indústrias. O objetivo é capacitar colaboradores para cargos de líder, coordenador e especialista nas operações. O programa tem duração de 12 meses e é destinado a profissionais das áreas de Engenharias de Produção, Produção Mecânica, Agrônoma, Agrícola, Química, Mecatrônica, Elétrica e Mecânica. Interessados devem acessar: (http://jebbunge.across.jobs/).

### I – Posições Estratégicas

Na contramão do cenário, que vive seu período de retenção e incertezas econômicas, a Agrottools, maior AgTech da América Latina, mantém seu destaque no mercado de agronegócios e registra desenvolvimento em ritmo acelerado. Focada em contratações, a AgTech busca profissionais em diversos níveis profissionais, de posições mais estratégicas como, Head de Administrativo, Produtos, Canais Digitais e Marketing até Executivo de Vendas, Analista de GEO, Desenvolvedores e Designer UX/UI. A empresa também está com vagas abertas para estagiários - no suporte das áreas de Marketing e Negócios, Comercial, Finanças, Análise Geográfica e Ambiental e Projetos. Os interessados podem saber mais sobre as posições abertas e se candidatar em: (http://agrottools.gupy.io/).

### J – Programa de Estágio

A ClearSale, empresa líder em soluções antifraude nos mais diversos segmentos, lança seu Programa de Estágio, estruturando o processo de seleção e capacitação profissional de estudantes de graduação e tecnólogos, com oportunidades para quem está nos dois últimos anos, de qualquer curso superior. O programa conta com o acompanhamento e desenvolvimento personalizado para os estagiários, com a finalidade de formar talentos criativos, engajados, e com alta performance. Eles terão mentoria, palestras, avaliação de desempenho, um programa de desenvolvimento individual e todo o apoio para a elaboração e apresentação de um projeto de conclusão. As bolsas serão de R\$ 2.100,00 para os estudantes do penúltimo ano e R\$ 2.400,00 para os que estão no último ano do curso.