

A importância da diversidade nas empresas

Ylana Miller (*)

Diversidade pode ser compreendida como o conjunto de diferenças e valores compartilhados na vida social dos indivíduos

Se refere à pluralidade e multiplicidade. Quanto mais variada for uma equipe, mais possibilidades uma organização terá no desenvolvimento de uma cultura inovadora. Um ambiente criativo é impulsionado por visões e vivências diferentes. No Brasil, falar sobre diversidade no mercado de trabalho ainda é falar sobre discriminação e desigualdades.

As empresas alcançam apenas 5% de pessoas com deficiência (PcD) em seu quadro funcional, segundo a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), de 2019. A presença de mulheres na força de trabalho também é pequena, além de serem mal remuneradas e grande parte trabalhar na informalidade. Em cargos de alta gestão, temos 19%, enquanto a média global é de 27%. A comunidade LGBTQ+ representa 9% da população brasileira e 43% afirmam ter sofrido discriminação no ambiente de trabalho.

No país, pretos constituem 55,8% da população, segundo o IBGE, entretanto a inserção no mercado de trabalho é baixa e recebem salários menores. No ambiente de trabalho, investir na diversidade não pode ser apenas cumprir a legislação ou fazer parte de tendências para fortalecer a marca da empresa. A diversidade nas organizações contribui para o alcance de resultados ainda mais diferenciados.

Pesquisas da Harvard Business Review e da Consultoria McKinsey & Company demonstram aumento de retorno financeiro em empresas que tem em seu quadro funcional diversidade de gênero e étnica, por exemplo. Os profissionais se sentem mais acolhidos trabalhando com um grupo diversificado. Engajamento, trabalho em equipe, cooperação, tolerância e inteligência emocional são habilidades mais presentes na cultura de organizações inclusivas.

O papel da liderança é fundamental para a promoção dessa cultura. Um líder que de fato inspire as

pessoas e respeite a individualidade dos profissionais da sua equipe reconhecerá a importância e os benefícios de fomentar a diversidade. Em empresas onde existe respeito à diversidade há uma tendência a se ter menos conflitos. A convivência entre as diferenças é saudável e lidar com divergências de opiniões pode estimular uma negociação ganha-ganha e a busca pelo consenso.

Percebemos que as novas gerações se posicionam com mais naturalidade a favor do respeito ao próximo, estimulando e provocando discussões sobre o tema.

Algumas iniciativas podem contribuir para fortalecer a cultura da diversidade no mundo corporativo. Por exemplo, a realização de trabalhos voluntários na empresa pode influenciar a adoção de uma política de diversidade no ambiente de trabalho, além de promover a oportunidade de desenvolver algumas habilidades, além da empatia e respeito às diferenças.

Há organizações que implementam projetos de voluntariado, como pontapé inicial para o trabalho de mudança de cultura. Programas de inclusão na empresa promovem mais engajamento de líderes e equipes, pois muitos defendem causas e não encontram espaço no mundo corporativo para se manifestarem. Comitês de mulheres e de LGBTQIA+, por exemplo, podem ser estruturados e liderados por colaboradores, que sentirão mais liberdade para ter autenticidade e genuinidade no trabalho.

Ampliar e garantir a diversidade nas organizações significa dar a oportunidade para que a pessoa tenha um melhor desempenho, independentemente do seu gênero, do que gosta e de como pensa, em um ambiente que seja aberto a receber diversos perfis. A nossa sociedade pede por mudanças estruturais em relação à pluralidade, além da necessidade de adotar mais iniciativas de empoderamento e combate ao preconceito. Todas as causas devem ser abraçadas.

Não há mais espaço para hostilidade. É um valor agregado fazer parte de uma organização que pensa e age dessa forma.

(*) - Pedagoga, graduada pela UERJ, e Administradora de Empresas, pela Universidade Cândido Mendes, é especialista em RH e Sócia-Diretora da Yluminarih (ylana@yluminarih.com.br).

Com mercado em alta, setor pet vira opção de empreendedorismo e emprego

Com a dificuldade de voltar ao mercado de trabalho, uma das opções é tentar um negócio próprio, de preferência em uma área com crescimento constante e que pouco sofre com as crises

Nesse cenário, o mercado de serviços pet tem atendido os quesitos e chamado a atenção de muitos empreendedores.

Nos nove primeiros meses de 2020, graças aos efeitos da crise do Coronavírus, a economia brasileira caiu 5% em relação ao mesmo intervalo de 2019. Segundo o Instituto Pet Brasil, nesse mesmo período, o setor de produtos e serviços para pets cresceu 7%, gerando um faturamento de R\$ 40 bilhões ao final do ano passado. O Radar Pet 2020 apontou que 53% dos domicílios brasileiros têm cães ou gatos entre os familiares, ou seja, um mercado consumidor imenso, com mais de 37 milhões de lares.

Quem viu de perto toda a movimentação do setor foi a groomer internacional e diretora da Uau Escola de Estética Animal, localizada em Sorocaba, Natália Espinosa. Mesmo com quatro meses de portas fechadas por conta da pandemia, sua escola, voltada para profissionais do mercado pet, ainda cresceu 8% em 2020. “No começo, nós achávamos que o serviço de banho e



Nove em cada dez alunos da Uau Escola de Estética Animal já vêm com a ideia de abrir seu próprio negócio.

tosa não era essencial. Mas quando passamos alguns meses fechados, eu percebi em que estado ficaram os animais”, relata Natália.

Não foi apenas a groomer que percebeu a importância da rotina de banho e tosa. Muitos tutores, que por conta do isolamento passaram a ter mais tempo com os pets, também notaram essa necessidade. O resultado foi que os serviços de estética, que incluem banho e tosa, oferecidos pela Uau Escola, cresceram 45,21% no primeiro semestre de 2020 em relação ao mesmo período

do ano anterior. Esse é um movimento que também foi sentido em outras empresas do setor.

“A procura por profissionais está tão grande que nós recebemos, semanalmente, de cinco a oito vagas de emprego em petshops da região e não conseguimos preencher todas”, releve Natália Espinosa. “Nove em cada dez dos nossos alunos já vêm com a ideia de abrir seu próprio negócio”. Para atender essa alta demanda pelo empreendedorismo, alguns cursos oferecidos pela instituição já possuem

aulas específicas para as necessidades desse público, como noções básicas de finanças, empreendedorismo e o desenvolvimento do perfil comportamental do gestor.

“As pessoas estão começando a compreender o valor de um bom profissional. Os profissionais do futuro precisam ter uma qualificação melhor e cada vez mais contar com especializações e atualizações. Só assim vai ser possível se destacar no mercado de trabalho e obter sucesso nos seus empreendimentos”, relata a groomer com experiência internacional.

“Uma tendência é investir em pet boutique, e salões de tosa com projeto e decoração que remeta a um salão de beleza humano, um lugar que ofereça atendimento especial, produtos e serviços diferenciados para um público que não mede esforços para ter o seu pet tratado e cuidado como ele merece”, finaliza Natália. Aproveitar o momento para entrar no mercado pet pode ser uma importante estratégia, mas exige muito planejamento e estudo. Fonte: (www.instagram.com/uauescola/).

Estratégias de áudio e voice search estão em alta

Uma das características dessa geração é ser multitarefa. É comum você ver uma pessoa ouvindo música, escrevendo um relatório e passando uma informação para alguém. Com isso, existem cada vez mais ferramentas para explorar todos os nossos sentidos e capturar nossa atenção. Uma dessas ferramentas é sem dúvida o áudio. O mercado de negócios e marketing já entendeu isso e investe cada vez mais em ferramentas para potencializar negócios.

Recentemente a Deloitte apontou que o mercado de podcasts movimentou mais de US\$ 1 bilhão em 2020. Já o app da vez, Clubhouse chegou a valuation de US\$1 bilhão em apenas um ano e virou febre entre os brasileiros. Além desses, tem as compras por voz, que é onde as empresas estão mais focadas, afinal através desse canal elas podem faturar, vendendo seus produtos e serviços.

“A popularização de homekits e assistentes pessoais virtuais tendem a tornar as compras realizadas por comando de voz cada vez mais comuns. É esperado que as conversas conduzidas por IA fiquem cada vez mais naturais e eficientes, enquanto isso os recursos humanos ficam livres para as tarefas onde são insubstituíveis. E baseando-se nos históricos de buscas e compras dos consumidores, as lojas podem oferecer recomendações mais assertivas”, observa Felipe Russi, diretor de marketing da Tatix Full Commerce.

Um em cada cinco consumidores nos EUA já fizeram alguma compra por meio de um dispositivo controlado por voz, como o Amazon Echo ou Google Assistant, segundo aponta o estudo Future of Retail 2017, da



Existem cada vez mais ferramentas para explorar todos os nossos sentidos e capturar nossa atenção.

Walker Sands. “Os números impressionam. Estima-se que, até 2022, o volume transacionado por assistentes de voz será de US\$ 40 bilhões de dólares, de acordo com uma pesquisa da OC&C Strategy Consultants”, observa Felipe, acrescentando que hoje são mais de 1 bilhão de buscas por voz realizadas mensalmente, em um mercado de assistentes de voz que cresce 48% ao ano.

“Hoje, o principal uso desses dispositivos é para escutar música, consultar notícias, buscar informações e previsão do tempo, por exemplo. Mas a tendência é que a ferramenta vá se tornando um hábito diário e com isso os usuários variem seu uso até chegar às compras, que é o que estamos enxergando com bons olhos como conveniência e também acessibilidade”, finaliza Felipe. Fonte: (https://tatix.com.br/).

Nove em cada dez idosos ajudam financeiramente a família

Hoje, 21% dos aposentados brasileiros continuam ativos no mercado de trabalho. Segundo pesquisa feita pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo SPC Brasil, 47% destes idosos seguem trabalhando por necessidade financeira, porque, na maioria das vezes, o valor do benefício do INSS não é suficiente para pagar as contas ou manter o mesmo padrão de vida.

Desses, 91% contribuem ativamente com o orçamento familiar, sendo que 43% são os principais responsáveis pelo sustento da casa. A grande maioria dos brasileiros não costuma se preparar para a velhice ou planejar a aposentadoria, pensando apenas na renda que virá do

INSS. Mas, como geralmente o valor médio do benefício concedido não é suficiente para cobrir despesas básicas de saúde, muitos idosos precisam permanecer no mercado de trabalho.

“Com o aumento da expectativa de vida, é cada vez mais comum perceber que o brasileiro não tem planejamento financeiro e costuma não se preparar para a aposentadoria. Por isso, o número de aposentados que continuam trabalhando ainda é grande. Muitos deles quando chegam na terceira idade percebem que o valor do INSS, por exemplo, não é suficiente para manter despesas ou ajudar no orçamento familiar.

Por isso, ter um planejamento

financeiro é importante para uma velhice segura e com mais qualidade de vida”, explica o gerente da Sicredi Iguazu em Campinas, Wellington Marsula. Entre as dicas mais importantes para ter uma aposentadoria mais tranquila estão os investimentos na Previdência Privada. “Os tipos mais comuns são PGBL e VGBL. Estes dois planos são exemplos de aposentadorias privadas e não estão ligadas ao INSS. PGBL significa plano gerador de benefícios Livres e VGBL significa vida gerador de benefícios livres”, explica Marsula.

Em relação à tributação progressiva compensável no momento do resgate, a incidência de IR na fonte

acontece, de forma antecipada, na alíquota única de 15% e no recebimento de renda, conforme a Tabela Progressiva do IR. Os valores recebidos e o valor recolhido antecipadamente devem ser lançados na declaração de ajuste anual de IR e podem ser compensados ou restituídos de acordo com suas despesas médicas, escolares ou com os seus dependentes econômicos.

Já na Tributação regressiva definitiva ao longo do tempo, as alíquotas na fonte diminuem. Assim, quanto mais tempo o dinheiro ficar investido, menos imposto a pessoa pagará. No momento do resgate ou recebimento de renda, a incidência de IR ocorre de forma definitiva e

exclusiva na fonte, começando em 35%, com redução de 5% a cada 2 anos, até atingir 10% para prazos acima de 10 anos.

Durante toda a vida acabamos investindo apenas em gastos essenciais e esquecemos de fazer uma reserva financeira. Atualmente, existem vários tipos de investimentos seguros que podem ser usados, como poupança, títulos públicos e CDBs. Existem também investimentos de longo prazo com possibilidade maior de rentabilidade, porém com mais riscos, como os Fundos de Investimento de Ações, Fundos de Investimento Multimercado e Ações. - Fonte: (www.sicredi.com.br).