

Folha de pagamento na nuvem: agilidade e segurança

Marcello Porto (*)

A digitalização de processos já é uma realidade na gestão de pessoas

Muitas empresas que não se sentiam prontas e postergavam essa decisão se viram obrigadas a acelerar a transformação digital e aderir à tecnologia para garantir a eficiência de seus negócios, em meio a uma crise de saúde sem precedentes na história recente. Diante disso, uma discussão é pertinente: a gestão da folha de pagamento. Essa atividade corriqueira e fundamental para a área não precisa mais de contato pessoal para ser eficiente.

Pelo contrário, a tecnologia permite, inclusive, um acompanhamento detalhado das mudanças na legislação trabalhista, minimizando eventuais erros por falta de adequação. Mas, então, com esses benefícios, o que falta para as empresas adotarem uma gestão remota da folha de pagamento? A pandemia nos mostrou que processos digitais bem estabelecidos são essenciais para o bom funcionamento das organizações, independente do local onde a força de trabalho esteja cumprindo suas atividades.

Destaco algumas vantagens que podem ajudar as empresas a aderir à nuvem para gerir a sua folha de salários. Primeiramente, a escalabilidade, pois, as companhias reduzem as preocupações com infraestrutura de TI ou com o dimensionamento de possíveis ampliações e diminuições na demanda desses recursos. A responsabilidade de hospedagem é do fornecedor, tornando o processo mais simples.

Com isso, os executivos podem concentrar seus esforços no core business da organização.

A disponibilidade é outro ponto a se considerar, já que os aplicativos na nuvem podem ser acessados via

internet, a qualquer hora, em qualquer lugar e a partir de múltiplas plataformas. Isso facilita o trabalho do RH, principalmente das empresas que adotaram o home office durante a pandemia – também daquelas que sentiram os benefícios e pretendem implementar modelos mistos de trabalho remoto. Afinal, não será necessário estar no escritório para fazer os ajustes na folha de pagamento ou em outros subsistemas de gestão de pessoas.

Além disso, as atualizações e instalações são muito práticas. Esses procedimentos são assumidos pelo fornecedor, que também se encarrega de realizar eventuais customizações e outros códigos necessários ao funcionamento de seus aplicativos, garantindo o uso das versões mais recentes. Isso evita interrupções prolongadas de uso, que atrapalhavam nossas rotinas diárias na empresa. A segurança é outro ponto importante e ganha ainda mais relevância. Certamente, é uma das principais preocupações quando falamos de soluções nuvem.

Sabendo disso, a indústria de TI atua no desenvolvimento de técnicas avançadas de controle de acesso e de verificação de identidade de usuários, como utilização de senhas exclusivas e criptografadas, que devem obedecer a uma série de requisitos: configuração de permissão de funcionalidades, ações e visibilidade por usuário; criptografia de dados; dentre outras.

Importante reforçar que, ao ter uma solução de folha de pagamento nuvem com um parceiro de confiança, as empresas passarão por esse momento de digitalização acelerada com maior tranquilidade. Para finalizar, um convite à reflexão: sua empresa já aproveita todos esses benefícios que a folha de pagamento nuvem pode oferecer?

(*) - É Vice-Presidente da LG lugar de gente.

Austrália aprova lei que obriga big techs a pagar por conteúdo



Facebook chegou a bloquear conteúdo jornalístico durante debates da nova legislação.

A Austrália aprovou ontem (25) a lei que obriga as grandes empresas de tecnologia na internet a pagar os veículos de mídia do país pela publicação de conteúdo noticioso profissional em suas plataformas. Os debates sobre o projeto de lei se arrastaram por três anos e Google e Facebook foram contra a medida desde o início.

No entanto, no fim do ano passado, o primeiro cedeu e fechou acordos com os grandes grupos de mídia australianos para fazer o pagamento. Já a rede de Mark Zuckerberg chegou a bloquear a página de todas as emissoras, jornais e sites jornalísticos no país no dia 18 de fevereiro para

protestar contra a medida. Porém, na última terça-feira (23), após um acordo com o governo australiano, a plataforma também informou que pagará pelo conteúdo de empresas selecionadas por ela. Para “acalmar” as big techs, o governo adicionou emendas ao projeto de lei para garantir mais clareza sobre o código de conduta que deve ser adotado.

A legislação australiana é inédita no mundo e é considerada um teste sobre um controle maior das empresas de tecnologia. Diversos outros países já debatem formas semelhantes de cobrança, incluindo a União Europeia. (ANSA).

Qual a importância das redes sociais na digitalização das empresas?

O mundo digital está cada dia mais imerso na sociedade. As novas tecnologias trazem mais praticidade e comodidade para todos os usuários e, para os empreendedores, não é diferente

Investir em um novo negócio não é uma tarefa fácil e o ano de 2020 foi marcado por essa questão.

Muitos resolveram abrir um novo negócio ou até mesmo migrar para o mercado online, já que por causa do distanciamento social, causado pela pandemia, muitos estabelecimentos físicos não puderam funcionar. Mas tão importante quanto migrar para o mercado online é aderir às redes sociais como estratégia de marketing, elas são um caminho para estar presente onde o público-alvo daquele segmento está.

Portanto, usando a internet com ferramentas e com os recursos de maneira correta é possível obter muito mais resultado com menos custo.

“O alcance que o empreendedor pode ter é muito maior, afinal, é possível segmentar e alcançar grupos de pessoas específicas com anúncios e, também, é possível dar mais visibilidade a sua marca sendo presente nas redes



Tão importante quanto migrar para o mercado online é aderir às redes sociais como estratégia de marketing.

sociais. Nesse sentido, você vai alcançar mais pessoas e gastar menos do que gastaria se tivesse que alcançá-las sem usar a internet”, explica André Patrocínio, CEO e cofundador da Etus.

O Brasil é responsável por 10% do tempo gasto nas mídias em todo o mundo, ficando em segundo lugar, atrás apenas dos Estados Unidos, de acordo com a ComScore. Por isso, ao ter perfis das empresas nas redes sociais, postando conteúdos que

possam agregar ao cliente, é possível melhorar muito o relacionamento com ele.

Assim, faz com que o usuário lembre-se do negócio e opte por comprar ou até mesmo indicar para outras pessoas. A gama de redes sociais é enorme, é possível estudar e alinhar quais os principais propósitos daquele negócio e assim escolher a melhor mídia para divulgação.

“O empreendedor precisa saber que não basta só criar

o perfil nesses canais, é necessário agregar conteúdos para os seguidores, consumidores e outros usuários. Para isso, é importante ter um planejamento para fazer uma boa gestão das redes. Só postar foto dos produtos, por exemplo, não é suficiente. Para uma boa estratégia de marketing é preciso que você engaje seu público-alvo e responda aos comentários e directs em até 24h.”, acrescenta o CEO.

Além desses pontos destacados, uma das grandes vantagens de usar a internet a favor do negócio, é a possibilidade de analisar os resultados, público e nicho da empresa com mais facilidade. Assim, o empreendedor acerta cada vez mais nas tomadas de decisões impactando direta e positivamente o seu negócio. E a internet também pode ajudar a tomar decisões para sua loja física, caso exista. - Fonte e outras informações: (<https://etus.com.br/>).

Empresas ainda não estão adequadas à LGPD a menos de 3 meses do início

A Lei de Proteção de Dados (LGPD) foi sancionada em 2018, e programada para entrar em vigor em 2020. Com a pandemia, foi adiada para maio próximo. Segundo o levantamento feito pela Deloitte, apenas 38% das empresas estão preparadas para as adequações exigidas pela nova legislação. 46% declara estar parcialmente preparada e 16% admitem não estarem realmente preparadas. As novas adequações determinadas pela lei, têm tirado o sono de muitos empresários.

Muito se especula, já que estamos em um contexto de muita conectividade e transformação digital. Após o vazamento de informações confidenciais e, de como o Facebook utilizava os dados dos usuários, o mundo voltou a estabelecer regras de usabilidade destes dados, protegendo assim a integridade dos usuários. De acordo com a nova lei, entende-se por dados pessoais quaisquer informações que identifiquem uma pessoa, como nome, sobrenome, CPF, endereço, telefones, entre outros.

Muitas empresas, principalmente no setor de comunicação, utilizam estes dados para a captação de leads e resultados mais assertivos. Por isso, a lei ainda divide opiniões dentro da comunidade. “Para nós, da publicidade, a LGPD vem regulamentando a nossa utilização dessas informações, para evitar fraudes e a descredibilidade dos usuários. Somos a favor da Lei e estamos elaborando estratégias para fazer parte das empresas de publicidade que já estão adequadas aos parâmetros da lei”, comenta Leandro Rampazzo, CEO da Godiva Propaganda.

Para o especialista, a LGPD tem mais benefícios do que malefícios. “Toda mudança tem desafios a serem cumpridos, mas isso não significa que eles são impossíveis. Precisamos garantir a segurança. A propagação da internet trouxe muitos avanços e precisamos que haja uma regulação e uma transparência por parte de grandes empresas de como nossos dados são utilizados”, afirma o CEO ao eleger alguns tópicos para que a LGPD seja implementada na sua empresa:

- **Educação do seu público** - Promover o esclareci-



Toda mudança tem desafios a serem cumpridos, mas isso não significa que eles são impossíveis.

mento a toda a comunidade e seus clientes sobre os benefícios da Lei (Utilize as suas redes sociais e o seu site para este fim);

- **Revisão de contratos** - Reavaliar os contratos com os seus parceiros e fornecedores e verificar se há algo que não está de acordo com as exigências da nova lei;
- **Capacitação da sua equipe** - Atualizar os funcionários sobre as práticas desenvolvidas na agência/empresa. Termos de confidencialidade ou de compromisso no manuseio das informações de terceiros. Leia sobre a lei, e se tiver alguma dúvida busque um escritório de advocacia. Repasse o conhecimento aos seus colaboradores!
- **Permissão de acessos** - Restrinja a permissão de acessos à profissionais corretos e garantidos em contrato das suas responsabilidades.
- **Transparência no uso** - Tenha o uso linear e transparente das informações coletadas de consumidores. Lembre-se: não precisamos deter o conhecimento de tudo, busque um advogado e esclareça as suas dúvidas para aplicar a lei antes do próximo mês de maio. - Fonte e outras informações (www.godivapropaganda.com.br).

Tempos difíceis criam organizações mais resilientes

Eduardo Missaka (*)

É inegável que 2020 foi um ano desafiador para os pequenos e médios negócios brasileiros.

Apenas no primeiro semestre, o Brasil testemunhou o desaparecimento de mais de 716 mil pequenos negócios, categoria que corresponde a mais de 51% dos empregos formais em nosso país segundo dados do IBGE. Diante desse cenário assustador, a pergunta que surge em conversas com gestores de empresas e empreendedores é inevitavelmente a seguinte: qual é o caminho para a criação de organizações mais resilientes para 2021?

Uma das respostas mais comuns que escuto é que a tecnologia seria uma espécie de panacéia que solucionaria todos os problemas das organizações no futuro, substituindo processos físicos por digitais (digitalização) ou mesmo reformulando empresas inteiras a partir do processo de transformação digital. Bastaria investir em tecnologia. Parece simples, não? Embora o raciocínio esteja correto, acredito que faltam nessa resposta algumas considerações importantes.

Em primeiro lugar, a tecnologia por si só não deveria ser um fim e sim um meio. Não

se investe em um novo projeto de software ou de digitalização simplesmente porque “é necessário” e existe um orçamento para isso. A forma de pensar mais adequada seria que o investimento é preciso pois traz resiliência no modelo de negócio, atrai novos clientes ou melhora a experiência de stakeholders internos e externos.

Não é coincidência, inclusive, que esses pontos são os mesmos citados pelo artigo “Digital Transformation: a Roadmap for Billion-Dollar Organizations” da Capgemini e do MIT como base para uma transformação digital de sucesso.

O processo de utilizar a tecnologia para melhorar a operação do seu negócio também não surge da noite para o dia. Cases de sucesso são frutos de estratégias pensadas a longo prazo para antecipar problemas antes deles surgirem e aproveitar oportunidades pouco exploradas no mercado. Pequenos negócios que já tinham uma estratégia e um bom fornecedor de tecnologia acabaram superando com maior facilidade os desafios e aproveitando melhor as possibilidades que surgiram da COVID19.

Ainda no assunto de prevenir crises, outro ponto particularmente importante e, em geral, pouco citado é a capacidade

de uma equipe em lidar com mudanças vindas do ambiente externo ao negócio. Em tom quase profético, os autores que trabalham com a ideia de um mundo cada vez mais “VUCA” (volátil, incerto, complexo e ambíguo) tiveram todas as suas teses confirmadas de uma só vez com a chegada da pandemia.

Projetos que originalmente teriam meses de duração precisaram ser implementados em dias, e processos que funcionavam bem há anos tornaram-se obsoletos de repente. Um cenário difícil para o qual nenhuma organização estava plenamente preparada, mas que algumas equipes souberam contornar com sua flexibilidade e agilidade.

Infelizmente ainda teremos um longo caminho até superarmos os efeitos econômicos e sociais advindos dessa pandemia. E mesmo que sejamos otimistas e que 2021 traga mais notícias sobre vacinas, tratamentos e melhoras na economia não há como saber quando surgirá a próxima crise.

Por isso, acredito que vale a reflexão: sua organização já está preparada para o próximo desafio?

(*) - É CEO da Espresso Labs.