

## Qual é o seu futuro profissional?

Marco Juarez Reichert (\*)

Para o jovem de hoje é evidente que muitas profissões serão extintas nos próximos anos

Quando se via à beira de uma das mais sérias escolhas de suas vidas, na fase de optar qual curso universitário seguir, no passado, a geração baby boomers – que hoje tem entre 55 e 75 anos – pensava em tomar uma decisão baseada em garantir o sustento da família, além de avaliar sobre as probabilidades em passar no exame vestibular e, por fim, no prazer que teria em aprender aquele ofício.

Um outro fator de atração para certas profissões era o glamour que elas geravam entre os jovens. Não raro, apareciam na lista dos cursos mais desejados, opções que não ofereciam boa remuneração, mas que apresentavam boas chances de se obter aprovação no vestibular ou que tinham o gostar e a realização profissional como fatores preponderantes na decisão.

Já a geração Z, dos nascidos após os anos 2000, examina os possíveis cursos com critérios semelhantes a de seus pais ou avós. Porém, com uma diferença determinante: o futuro das carreiras. Isso porque para o jovem de hoje é evidente que muitas profissões serão extintas nos próximos anos ou décadas, devido ao avanço da tecnologia, e outras tantas profissões vão ter papel de destaque.

Esse raciocínio é corretíssimo, pois é preciso analisar que, se novas atividades surgirem recentemente, profissões tradicionais tendem a desaparecer, assim como tantas outras vão passar a existir. E aí está o ponto crucial a ser ponderado pelos jovens. Isso porque máquinas e programas já substituem uma série de atividades e, daqui para frente, vão substituir mais ainda uma série de funções.

Ou seja: decidir qual profissão seguir hoje deve ser encarado como uma tomada de decisão seríssima, que deve ser estudada atentamente, a partir de informações embasadas, em vez de simples palpites. Dados objetivos é que devem nortear a escolha. Dialogar com professores é um bom caminho. Procurar fazer contato com profissionais de destaque em suas atividades também.

E outra boa dica é pesquisar em fontes de informação com credibilidade. Por fim, os consultores de Recursos Humanos e headhunters podem também trazer uma inestimável contribuição para a escolha profissional.

O fato é que se pudermos antecipar o avanço da tecnologia nas próximas três décadas, ficaremos estarelecidos. Para se ter uma ideia da dimensão do que estamos falando, basta dizer que a internet de uso amplo e pessoal – a rede www – é de 1992.

Ouseja: sequer completou trinta anos de existência. Já as redes sociais foram todas criadas nos idos dos anos 2000. Por sua vez, os celulares surgiram no Brasil na década de 90 e eram verdadeiros “dinossauros” quando comparados aos modelos atuais. Bastaram, portanto, apenas trinta anos para o mundo passar por essa grandiosa revolução tecnológica. E, há bem pouco tempo, se iniciou outra grande mudança: a Era da Indústria 4.0 ou 4ª Revolução Industrial.

Ela compreende áreas como Inteligência Artificial (IA), Internet das Coisas (IoT), Learning Machine, Robótica, Bigdata, além das impressões em 3D, nanotecnologia, computação quântica, entre outros campos do conhecimento. Eles se misturam, pois são todos interligados. O fato é que o futuro ninguém consegue prever, mas as tendências, sim. Veículos autônomos, tele-entregas por drones, comida feita por robôs domésticos, sistemas de inteligência artificial operada por cognição são alguns dos avanços esperados para os próximos anos.

Existe uma frase popular que diz “É bom, mas é ruim. É ruim, mas é bom”. Assim, apesar de difícil, tende a se dar melhor quem empreender e investir nessas áreas inovadoras. Ou seja, será bom para quem desde já estiver atento às futuras oportunidades mercadológicas. Mas, será ruim para quem não estiver capacitado e atento às mudanças.

Em síntese, em vez de dizer que os mais fortes sobreviverão, podemos acreditar que os mais aptos e preparados vão dominar o mundo profissional. Cabe, portanto, questionar: que futuro você vislumbra para si?

(\*) - Formado em Administração de Empresas, com MBA em Finanças e Governança Corporativa e Pós MBA em Inteligência Empresarial. É também autor do livro *Gestão Sem Estresse* (Ed. Casa do Escritor).

# Com vacinação, 54% das PMEs podem retomar faturamento até agosto

Um estudo feito pelo Sebrae, a partir de dados da Fiocruz, aponta que cerca de 9,5 milhões de pequenas empresas podem vir a retomar o nível de atividade anterior à pandemia até o mês de agosto, caso o ritmo de vacinação seja acelerado

A pesquisa também contou com dados populacionais do IBGE e com informações do cronograma para entrega de vacinas do Ministério da Saúde.

A retomada estimada representa cerca de 54% dos microempreendedores individuais e micro e pequenas empresas do Brasil, negócios estes que, no geral, atuam em setores menos atingidos pela crise e que teriam uma reação rápida diante da maior imunização da população, como comércio de alimentos, negócios pet, oficinas e peças, indústria de base tecnológica, educação, saúde, etc.

Até 24 de maio todos os idosos com mais de 60 anos de idade e todos os profissionais da saúde estariam totalmente imunizados contra o Coronavírus. Em julho, mais especificamente no dia 6, o grupo de vacinados seria ampliado, incluindo-se profissionais da educação, segurança, transportes,



A retomada estimada representa cerca de 54% dos microempreendedores individuais e micro e pequenas empresas do Brasil.

indústrias e pessoas com comorbidades.

Caso a vacinação siga por grupos de idade, 100% das pessoas com mais de 40 anos serão imunizadas até o dia 18 de agosto, data em que estima-se a chegada de dois terços da população imunizada com as duas doses da vacina. “A vacinação é o principal caminho para a retomada da economia do

país e a disponibilidade das doses é fundamental para a população”, comenta Thomas Carlsen, COO e co-fundador da mywork, startup de controle de ponto online e gestão de Departamento Pessoal.

“Embora a pandemia tenha mudado muitos hábitos de consumo e a tendência seja a retomada do comércio com poucas aglomerações,

acelerar a imunização da população com certeza é o caminho para sairmos da crise”, avalia o executivo.

O estudo ainda indica alguns dos setores que apresentariam um retorno mais lento ao patamar registrado antes do início da pandemia da Covid-19 mesmo diante da aceleração da vacinação. É o caso dos segmentos de Artesanato, Bares e Restaurantes e Moda.

Segundo o levantamento, tais atividades só retomariam as atividades pré-pandemia por volta de 11 de outubro, data em que está prevista a imunização de 100% das pessoas com mais de 25 anos de idade. O setor de Beleza só atingiria a retomada total do faturamento anterior à pandemia em 27 de outubro, enquanto os setores de Turismo e Economia Criativa devem retomar o faturamento anterior à crise apenas em 2022. Fonte: (bia@comuniquese1.com.br).

## As diferenças entre Drop Shipping e Cross-Border

O Drop Shipping, termo bastante conhecido no Brasil, é uma operação que consiste em criar uma loja virtual local, vendendo produtos de terceiros com origem de outros países, em sua grande maioria, da China.

“Muitos empreendedores que iniciam suas jornadas no canal digital acabam optando por essa modalidade de negócio”, diz Felipe Dellacqua, especialista em e-commerce e sócio da VTEX, multinacional que provê plataformas de e-commerce para um quarto das lojas virtuais do país.

Dessa forma, podemos dizer que o Drop Shipping é uma espécie de marketplace Cross-border, que vende produtos de sellers internacionais apenas para o mercado local. Diferente dessa modalidade, o Cross-Border nada mais é que um tipo de operação de e-commerce em que se vende para outros países. Este é um dos mercados que mais cresce na digitalização do varejo.

Já imaginou ter o seu catálogo em português em diferentes línguas e vender para outros países podendo ganhar muito mais com a sua operação? “Com o Cross-border, é possível ter o seu estoque no Brasil, com um catálogo de produtos em inglês precificado em dólar e um catálogo em espanhol precificado em euro, por exemplo, para atender a diferentes públicos no mundo inteiro.

Considerado a última barreira ou o último estágio de maturidade de uma operação online, o e-commerce Cross-border permite vender para mercados ainda maiores que o Brasil, ganhar crescimento e ter rentabilidade maior”, afirma o especialista. Fonte e mais informações: (www.vtex.com).

## RCS: a evolução do mercado de mensageria

Bernardo Borzone (\*)

ORCS (Rich Communications Service) é um protocolo de comunicação entre operadoras de telefonia móvel que tem o objetivo de oferecer um sistema de mensagens de texto muito mais completo, que forneça conteúdo multimídia. A tecnologia trouxe um novo padrão de comunicação digital para o mercado, permitindo que empresas e pessoas se comuniquem de forma mais simples e eficiente.

Ele funciona de forma similar ao SMS, porém com mais recursos para quem a experiência do usuário seja muito mais interativa e personalizada.

Criado pela Associação Mundial das Operadoras (GSMA), hoje, conta com toda a expertise da gigante Google. A proposta do RCS é permitir que as marcas consigam personalizar e atestar a autenticidade de suas comunicações através do logotipo e selo de verificação, que agora pode ser inserido diretamente na mensagem.

Na prática, as vantagens vão muito além. O RCS aceita recursos multimídia, como imagens, vídeos, áudios e gifs, tornando a comunicação mais leve e atrativa. Interação fácil é o grande destaque da ferramenta. O usuário consegue responder com apenas um clique, escolhendo rapidamente entre as opções



Ele funciona de forma similar ao SMS, porém com mais recursos.

sugeridas pelo remetente. Isso permite que as marcas desenhem experiências completas e estimulem ainda mais o engajamento. Além disso, as taxas de conversão são altas e os relatórios de envio e leitura são bastante completos.

As vantagens não são só para quem envia as mensagens, mas também para quem as recebe. O usuário pode interagir, respondendo apenas com alguns cliques nas opções pré-programadas, tudo de forma automatizada, sem a necessidade da intervenção humana. Com isso, o nível de engajamento costuma ser maior, podendo ter resultados até cinco vezes melhor que um SMS.

Boa parte desse sucesso é creditado ao fato de que o consumidor consegue identificar rapidamente quem é a empresa que está enviando a mensagem e sua política de privacidade. Outra questão é que a navegação é embarrada, não ocorrendo o

tradicional envio de um link que direciona o cliente para outra página – que normalmente tende a despertar desconfianças sobre possíveis fraudes.

Essa tecnologia está abrindo as portas para um novo formato de comunicação, mais dinâmico, interativo, atrativo e confiável. Ela chega para ampliar o leque de soluções de comunicação digital, permitindo o desenvolvimento de experiências mais completas, independente do perfil da empresa ou do objetivo da comunicação.

As marcas que já estão criando ações com o RCS estão caminhando a passos largos para construir uma conexão mais direta e de muito mais fidelidade com seus clientes.

(\*) - É diretor de receitas responsável pelas áreas de Customer Success, Comercial e Marketing na Pontaltech, empresa especializada em soluções integradas de voz, SMS, e-mail, chatbots e RCS (www.pontaltech.com.br).

## Proclamas de Casamentos

### CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS

#### 15º Subdistrito - Bom Retiro

Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faça saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RAFAEL LACERDA SOARES**, nascido nesta Capital, Itaquera - SP, no dia (26/06/1993), profissão técnico administrativo, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo - SP, filho de Claudio Pereira Soares e de Maria dos Reis Lacerda. A pretendente: **ANA PAULA ZWEIMAN COELHO**, nascida nesta Capital, Bom Retiro - SP, no dia (22/08/2000), profissão estudante, estado civil solteira, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo - SP, filha de Fernando Sergio Gimenes Coelho e de Ivete Zweiman Coelho.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local  
Jornal Empresas & Negócios

## Regras para inclusão de brindes na venda de produtos

O Inmetro publicou, no Diário Oficial da União de ontem (16) uma portaria que detalha alguns aspectos sobre como deverá ser feita a inclusão de brindes ou vale-brindes na venda de produtos. A portaria entrará em vigor no dia 1º de junho de 2021. As regras valem tanto para o caso de produtos de natureza diferente do objeto original, como no caso do brinde ser uma quantidade a mais do mesmo produto.

Ao permitir a inclusão de brinde ou vale-brinde “de natureza diferente

do produto nelas contido”, a portaria nº165, acrescenta que isso poderá ser feito desde que não cause nenhuma alteração na quantidade líquida nominal declarada antes de se efetuar a promoção.

“Quando o brinde referir-se a uma quantidade do produto em comercialização, deverá permanecer inalterada a quantidade nominal declarada antes de se efetuar a promoção, indicando-se adicionalmente, de forma clara, a quantidade entregue como brinde”,

diz a portaria ao acrescentar que, na verificação quantitativa, é que deverá ser considerado o somatório dos valores nominais.

A portaria acrescenta que, quando o brinde estiver anexado ao exterior da embalagem, “as informações obrigatórias relativas ao produto em comercialização deverão estar perfeitamente visíveis”. Por fim, o Inmetro alerta que a infringência desses dispositivos sujeitarão os infratores a penalidades já previstas na legislação brasileira (ABR).