

OPINIÃO

Como proporcionar uma volta segura ao trabalho presencial

Victor Hernández Albiter (*)

Com a vacinação contra a Covid-19 avançando e quase metade da população já com a primeira dose da vacina, começa a se discutir a volta ao trabalho presencial.

Embora uma parte das empresas já tenha anunciado um modelo de operação híbrido ou completamente remoto, boa parcela estuda como fazer uma volta segura. Segundo uma pesquisa recente da consultoria KPMG, 66,2% das empresas já voltaram ou esperam que isso ocorra até o final de 2021, e 33,8% preveem voltar ao trabalho presencial nos escritórios em 2022. Dessas, 87% manterão um modelo híbrido, buscando justamente a segurança, com um volume reduzido de pessoas no ambiente corporativo.

Os governos dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Distrito Federal, por exemplo, já decretaram a volta dos servidores públicos vacinados ao trabalho presencial, e tudo indica que essa deve ser uma tendência cada vez mais constante para os próximos meses também na iniciativa privada, na medida em que o número de imunizados cresce pelo país.

E se o distanciamento e o uso de máscaras continuam sendo primordiais nesse momento de transição, as condições de higiene no trabalho também são importantes para esse período, principalmente em espaços públicos, uma vez que o vírus continua a circular. Mas como garantir, de fato, os protocolos de higiene e limpeza?

Um outro levantamento, intitulado Return to Workplace, elaborado pela Essity nos Estados Unidos, mostra que há preocupação também por parte dos colaboradores em relação às medidas de segurança no ambiente de trabalho. A maioria dos americanos (89%) afirmou que gostaria que fossem implementadas medidas de limpeza e higiene, incluindo maior quantidade de estações para desinfecção das mãos e dispensadores de papel toalha com maior capacidade nas áreas comuns e banheiros.

Para ajudar na prevenção contra a contaminação cruzada, ou seja, quando há a transferência do vírus por gotículas repassadas pelo contato físico ou objetos e superfícies contaminadas, atualmente já existem sistemas “no touch” de grandes marcas do setor, como a Tork, marca da empresa sueca líder mundial em higiene e saúde, Essity.

Eles cumprem bem a função de evitar a transmissão em

ambientes que tenham grande fluxo de pessoas, uma vez que não é necessário tocar nas superfícies para pegar papel ou sabonete. Seja em banheiros ou em copas/cozinhas, esse tipo de ajuste, apesar de simples, pode fazer a diferença, já que a recomendação é de se higienizar as mãos a cada meia hora.

Isso porque, diferente do que a lógica pode sugerir, os secadores de ar para secagem das mãos, por exemplo, na verdade contribuem para a transmissão de vírus e bactérias, espalhando todos os germes pelo ar. O que ocorre é que, ao não lavar as mãos corretamente e utilizar esse tipo de secador, as pessoas acabam por contaminar não só o próprio secador, como tudo o que está em volta, propiciando a contaminação cruzada.

Já utilizando toalhas de papel, qualquer micro-organismo é absorvido com a água e descartado nas lixeiras junto ao papel. Nesse caso, contar com dispensadores que não requeiram o contato para a retirada do papel pode ser determinante nesse processo como um todo. Além disso, esse tipo de solução contribui também para a diminuição do desperdício de papel, o que também acaba por impactar em redução de custos e configura uma alternativa mais sustentável em qualquer operação.

Há também os produtos específicos indicados para a sanitização das superfícies e das mãos no espaço de trabalho, como o caso dos géis antissépticos e de lenços umedecidos bactericidas, que têm sido citados também como atores que contribuem para a prevenção, desde que garantidos os padrões de qualidade de desenvolvimento do produto, além do próprio ar, que deve ser renovado em turnos.

Mas, independente de qual seja o tamanho e setor de atuação da empresa ou quais produtos serão utilizados, levar em conta essas adaptações no ambiente de trabalho é essencial para garantir a volta dos funcionários em segurança. É importante sempre lembrarmos que a vacinação, mesmo sendo indispensável para a retomada das atividades presenciais, não garante que o vírus deixará de circular.

As medidas sanitárias são também imprescindíveis para propiciar um ambiente saudável e seguro para trabalhadores e é responsabilidade das empresas oferecer recursos para que essa transição seja possível.

(*) - É Vice-Presidente de Marketing e Vendas da Essity no Brasil (www.essity.com).

People Analytics, ciência e a psicologia organizacional – o tripé do novo recrutamento

O caminho que algumas empresas estão trilhando para abraçar o futuro, começa a ser mais nítido.

Felipe Sobral (*)

A transformação digital e cultural passou a fazer parte da rotina do RH, que teve a coragem e desapego das antigas formas de recrutamento, e isso requer mudança de mentalidade, ao mesmo tempo em que motivados por uma visão ampla e menos enviesada, estão seguindo uma jornada inclusiva para todas as pessoas. Estes times de recrutamento já entenderam que vivem o futuro e estão “abrindo mão” de alguns pré-requisitos na escolha de candidatos – antes cobrados e exigidos, como domínio do inglês, faculdades de primeira linha, certificações e experiências. Esses, entre muitos outros fatores, barram grande parte da população nos processos seletivos.

Pouco a pouco, esses profissionais de RH têm percebido, graças aos novos métodos de recrutamento, que avaliar um talento somente pelo seu currículo, ignorando seu perfil cultural e comportamental, pode eliminar muitas pessoas com potencial. Além da exclusão, afeta diretamente os índices e planos de ampliação de diversidade, como por exemplo, para jovens pretos, pessoas trans, pessoas PCD (Pessoa com deficiência), e muitas outras. O Brasil é um país desigual, economicamente e de oportunidades, e precisamos falar sobre isso para que essa realidade seja transformada, melhor e justa.

Paralelamente, muito se discute sobre o uso da tecnologia no R&S, e a importância de tê-la como aliada do RH, e não como uma inteligência programada, excluindo a humanização. No mesmo ritmo em que a área se torna cada vez mais estratégica e ágil para as empresas, as contratações de novos talentos exigem, em mesma escala, a utilização de métodos inteligentes e com embasamento científico. O mapeamento cultural, por exemplo, é uma excelente ferramenta para ajudar as empresas na busca de profissionais com estilo de trabalho semelhante aos delas. Isso proporciona um aumento do sucesso nas contratações e valoriza profissionais que combinam culturalmente com as contratantes.

O “futuro” sempre parece muito distante, mas esse é o RH do futuro, e as empresas que não acompanharem essa transformação, tanto tecnológica quanto cultural, estarão em constante retrocesso. Com os recentes desafios que a pandemia impõe, fica nítido o quanto a digitalização tem ajudado nas contratações a distância. A tecnologia é essencial nas relações e vital para o



Felipe Sobral

sucesso do recrutamento e seleção, sendo possível contratar talentos em todo país, ou seja, a barreira geográfica já foi superada.

Uma pesquisa realizada pela Kenoby, em janeiro deste ano, com analistas de RH, coordenadores gerentes, diretores, business partners, presidentes, CEOs, sócios, entre outros cargos, mostrou que a maioria das empresas, no Brasil, pretendem investir em tecnologias para tornar o RH mais estratégico. O levantamento mostrou que 38,8%, ainda analisam a possibilidade, 15% disseram não ser uma prioridade e 45% apontaram já ter um planejamento para isso acontecer. A pesquisa revelou, ainda, o quão tecnológico ou automatizado já é o RH. Cerca de 59% dos respondentes disseram ser “mais ou menos tecnológicos e/ou automatizados”, 20% afirmaram não ser nem um nem outro e apenas 19% disseram ser totalmente tecnológicos.

Contratação à base de dados, e menos vieses

Observando o movimento do mercado, o recrutamento será cada vez mais baseado em dados e, principalmente, nas habilidades individuais de cada candidato, relacionando capacidades pessoais às necessidades empresariais. Unindo perfis que tenham uma cultura mais próxima das empresas, cria-se conexões, deixa-se de lado pré-julgamentos, os vieses inconscientes, características físicas ou técnicas no currículo para possibilitar novas contratações. Quando o processo seletivo é baseado em estudo e metodologias ágeis e não somente em currículo, dinâmicas,

ou recomendações de profissionais, a pessoa candidata já tem um ganho, pois ela será avaliada por outros critérios, dessa vez, com reais embasamentos. A transformação digital permitiu essas novas formas de recrutar e, por isso, o currículo deixa de ser fator essencial e é tão somente complementar ao processo.

Utilizar as avaliações culturais, comportamentais e técnicas, e não apenas considerar faculdades ou experiências anteriores, reflete em possibilidades abertas para todas as pessoas, e não só para as que preenchem um tal requisito, majoritariamente, feito por uma pequena parcela social. Isso é contratar e recrutar sem viés, e os benefícios são claros: mais diversidade, melhores resultados e menos turnover. Um recrutamento que é baseado no processo científico e humano, capaz de fazer o match perfeito entre empresa, vaga e talento, além de trazer precisão aos processos, valoriza o potencial individual.

O foco sai do currículo e vai para a pessoa, com suas análises de fit cultural, fit técnico e soft skills do futuro. O RH agora tem agora dados valiosos nas mãos (People Analytics), que ajudam a tomar decisões mais precisas. É um sinalizador de caminho de onde e para onde o RH está indo e pode chegar e com quem querem chegar. Esse é o movimento, e o futuro já chegou!

(*) É diretor de marketing da O, software para gestão do recrutamento e seleção, que utiliza a ciência da psicologia organizacional para conectar os talentos às empresas e construir igualdade de oportunidades de empregos.

Open Finance: instituições se preparam para a evolução do Open Banking

A segunda fase de implantação do Open Banking no Brasil iniciou-se no dia 13 de agosto e trará um cenário mais favorável para os usuários do mercado financeiro. Com o sistema, eles poderão migrar seus dados de uma instituição para outra com facilidade, mantendo seu histórico financeiro quando optam por mudar de prestador de serviço. A evolução do Open Banking, o chamado Open Finance, também já está prevista para acontecer a partir de Dezembro. Além dos bancos, ele abrange fintechs e diversas outras empresas financeiras, como seguradoras, corretoras, companhias de câmbio e fundos de previdência, aumentando a concorrência e o aperfeiçoamento dos serviços, o que beneficia diretamente os clientes.

“Não há a obrigação de se manter preso a uma instituição. O cliente poderá (sempre com seu consentimento) compartilhar seu histórico de crédito e de transações com outras instituições, que então poderão oferecer condições melhores de crédito, tarifas menores e serviços personalizados, por exemplo. O cliente acaba tendo liberdade e autonomia para trocar de prestador de serviço sem “perder” o seu his-

tórico. Para as instituições, cria-se um ambiente competitivo benéfico, que leva mais opções aos usuários e permite a entrada de mais produtos e instituições no mercado”, explica Paulo Oliveira Andreoli, Head de OmniFinance, responsável pela área de Open Banking e Soluções de Pagamento no Grupo FCamara.

Novos sistemas exigem integração e certificação das instituições

Para que as instituições possam atuar nos modelos Open Banking e Open Finance, precisam realizar diversas integrações, além de conseguir a certificação de segurança na OpenID Foundation. “Esse modelo está apenas começando em nosso país e é importante que os participantes estejam homologados pelo Banco Central e aptos a aplicarem todas as regras de segurança e de padronização, gerenciar os consentimentos dos clientes e o uso adequado de suas informações. O principal risco de um sistema compartilhado é a segurança da informação. Os sistemas terão que conversar entre si e, ao mesmo tempo, estarem protegidos de ataques de hackers”, ressalta Andreoli.

O Grupo FCamara criou soluções e serviços que ajudam a implementação do Open Banking

no Brasil e atualmente têm em sua carteira de clientes importantes bancos, como o Banco BTG e o Banco PAN, entre outros. Com o apoio do grupo, as instituições conseguem fazer as integrações necessárias de forma facilitada, sem assumir os custos de desenvolvimento dessas soluções. “Saindo da postura conservadora e permitindo a criação de aplicações por terceiros, os bancos poderão inovar, melhorar a experiência de seus clientes e ampliar as possibilidades de receita, sem precisar arcar com todos os custos de desenvolvimento dessas soluções. É uma verdadeira situação “ganha, ganha”, finaliza o especialista.

De acordo com projeções do Grupo FCamara, cerca de 5 milhões de brasileiros irão aderir ao sistema Open Banking ainda em 2021. Para chegar a esse número, o Grupo levou em consideração a proporção de população bancarizada, o sistema financeiro ativo e desenvolvido do país, a inclusão nesse sistema de 10 milhões de pessoas pelas necessidades decorrentes da pandemia da Covid-19, além da chegada do Pix, que vem acostumando os brasileiros a uma forma de pagamento totalmente digital.

News @

Startup conecta transportadoras a postos com foco em redução do custo de combustível

@Reduzir os custos de combustível para as transportadoras e ampliar a margem de lucro dos postos. Esta é a finalidade da startup Gasola, que em dois anos no mercado, realiza cerca de R\$ 10 milhões em transações financeiras por mês. A startup tem como modelo de atuação uma plataforma digital que estreita o relacionamento entre transportadoras e postos de combustíveis, por meio de controle de gestão e aplicativo utilizado pelos motoristas na hora do abastecimento. Diferentemente dos meios tradicionais de pagamento existentes no país, o Gasola não possui nenhum custo com postos, gerando maior potencial de negociação para transportadoras na compra de combustíveis.

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Publisher: Lilian Mancuso (lilian@netjen.com.br)

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariouralph.com.br);
Comercial: Tatiana Sapateiro – tatiana@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza. Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080 – Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br) – Site: (www.netjen.com.br).
CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire:35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

RIO DE JANEIRO: J.C. REPRESENTAÇÕES E PUBLICIDADES EIRELI
Av. Rio Branco, 173 / 602 e 603 – Centro - Rio de Janeiro - CEP 20040-007
Tel. (21) 2262-7469 – CNPJ 30.868.129/0001-87