

## Educação não é modinha, é investimento perene

Victor Rocha (\*)

*Investir em uma franquia, no mercado atual, é um tiro certo para quem quer alavancar sua vida financeira e se desenvolver profissionalmente*

O cuidado que deve ser tomado é em qual tipo de franquia apostar, e se atentar se a modalidade escolhida não é parte de um mercado passageiro. Já dizia Charles Duhigg: “Bons líderes aproveitam crises para reformular hábitos organizacionais”.

Eu acrescento a esta frase e ainda digo que bons líderes também aproveitam o momento da crise para se reinventar e surpreender o mercado. Posso afirmar com garantias que a educação é um mercado perene para quem tem visão estratégica.

No setor da educação, ao contrário do que muitos pensam, é possível ser um explorador e se aventurar nas suas diversas divisões. Eu, por exemplo, entendi que precisava fundar uma escola online de desenvolvimento humano porque enxerguei a necessidade de atenção nas soft skills no mercado atual.

Estou no ramo da educação, que é um ramo totalmente essencial independente da fase econômica, porém mesmo assim consegui me reinventar e me colocar em ação mesmo quando muitos outros negócios estavam parando.

Esse é o segredo para

quem quer investir: a oportunidade não surgirá na sua frente, porque ela já existe. Basta você percebê-la. E no mercado da educação, basta você ter a qualificação e competência correta que oportunidades não faltarão, pois é um ramo com alto poder de mercado.

Minha dica para quem está buscando um novo negócio: invista em consistência, vista na educação. Além de ser um mercado constante, é um mercado em alta e, acima de tudo, um mercado muito necessário.

É só pararmos para analisar a crise pela qual acabamos de passar: a pandemia mundial. Com um rápido olhar nos setores mundiais, qualquer um consegue enxergar que não houve recuo no mercado educacional. Pelo contrário, graças à sua flexibilidade, acredito que houve um avanço considerável.

Também podemos enxergar o mercado educacional como um mercado de alto impacto, sem dúvidas. É um ramo em que você lida diretamente com vidas e cria oportunidades de futuro. Na minha escola de desenvolvimento humano, gosto de dizer que crio sonhos e ajudei a realizá-los. Então se você quer trabalhar com desenvolvimento de pessoas, está no ramo certo.

Para fecharmos o assunto, garanto a vocês: invistam na educação, invistam em pessoas e vejam o mercado se movimentar e crescer diante de seus olhos.

(\*) - É Presidente e Fundador da BIUP Educação (www.biupsejamais.com).

## Seguro empresarial apresenta alta no 1º semestre

Dados divulgados pela Susep (Superintendência de Seguros Privados) apontaram que o seguro empresarial apresentou alta de 19,8%, entre janeiro e maio, em relação ao mesmo período de 2020. O produto é voltado para pequenas, médias e grandes empresas, sejam do comércio, indústria ou serviços.

“Os números positivos mostram que os empresários estão cada vez mais preocupados em proteger seu negócio”, afirma Luiz Carlos Gama Pinto, Diretor Executivo da Corretora de Seguros Bancorbras. “O seguro é uma forma de minimizar os prejuízos que possam surgir”, completa.

Há diversos planos de seguro para empresas, com coberturas bem abrangentes, como para reformas, home office, perda ou pagamento de aluguel do imóvel, e outros. “Ter seguro empresarial é um passo essencial na gestão de qualquer empresa. É atuar com prevenção e formatar uma proteção contra

os diversos riscos a que as empresas e os que dela participam diariamente estão sujeitos”, diz o dirigente.

A cobertura básica do seguro empresarial, por exemplo, cobre danos materiais causados por incêndio, explosão, implosão, fumaça e queda de aeronave. Além disso, os clientes podem incluir na apólice coberturas adicionais, como para danos elétricos, subtração de bens e mercadorias, responsabilidade civil de empregador e outros.

As coberturas e serviços são personalizados para cada segmento. “Dessa forma, o empresário consegue montar a sua apólice de acordo com as necessidades do seu negócio”, afirma Luiz Carlos. Além das coberturas gerais, o diretor também conta que os clientes também podem aproveitar os serviços de assistência 24 horas como: encanador, eletricista, chuveiro e outros. - Fonte e outras informações: (www.bancorbras.com.br).

# Confira cinco dicas para aumentar o engajamento no Instagram

Para os criadores de conteúdo do Instagram, é importante acompanhar as suas métricas para saber quais ações estão fazendo sucesso e quais não estão obtendo um resultado positivo para o seu perfil

Aldrin Nery, especialista em mídias sociais explica que mesmo com as individualidades de cada conta, há cinco dicas essenciais que devem ser seguidas por quem quer aumentar o seu engajamento na plataforma.

**1) Poste reels todos os dias** - O recurso “reels” ainda é uma novidade no Instagram. É com esta ferramenta que a plataforma está brigando com as outras redes sociais por usuários e audiência, pois, conteúdo de vídeo é algo que está crescendo exponencialmente na internet. O Instagram tem otimizado bastante a entrega de conteúdos publicados nesse formato, o que garante uma maior probabilidade de viralizar, seja com quem tem muitos seguidores ou com quem tem poucos.

**2) Faça stories todos os dias** - A frequência nos stories é essencial para os perfis que querem crescer no app, pois é lá que o criador de conteúdo irá criar a conexão com o seu público. É nos stories que a pessoa irá mostrar os bastidores do seu



A chance de mais usuários interagindo e de atrair novos seguidores.

negócio, seu dia a dia e, isso gera identificação dos seguidores com o criador de conteúdo e consequentemente terá aumento nas interações.

**3) Poste no feed todos os dias** - Enquanto o stories diz quem o criador é, o feed mostra o que o criador faz, então já que são objetivos diferentes precisa ter consistência também, porque afinal é lá que vai ser possível algum conteúdo ter muitos compartilhamentos, salvamentos e pode até ser viralizado. Além da frequência, o criador precisa se preocupar em postar sempre fo-

tos e vídeos de qualidade para o Instagram entregar para mais usuários.

**4) Responda todos os comentários** - Os comentários são métricas importantíssimas para suas publicações, pois com maior quantidade de interações possíveis no seu post, como, curtida, salvamento, compartilhamento, retenção e ainda comentários, mais o algoritmo do Instagram entende que aquela publicação é relevante e então ele leva o conteúdo para mais perfis. Com isso, surge a chance de mais usuários in-

teragindo e de atrair novos seguidores.

**5) Responda todos os direct** - Os direct são muito relevantes e precisam de atenção. Normalmente interagimos no direct com pessoas que conhecemos, mas já repararam que quando as pessoas que a gente interage bastante no direct posta algum conteúdo nos stories e/ou no feed, esse conteúdo aparece para a gente? Isso acontece porque o algoritmo entende que aquele conteúdo vai ser relevante para nós e quase sempre é.

O algoritmo do Instagram luta para mostrar somente os conteúdos que cada pessoa gosta, por isso ele realiza esse somatório de análises para entregar o conteúdo mais otimizado possível. “Caso o seu conteúdo consiga reter usuários ele recompensará o perfil, porque o seu conteúdo estará trabalhando para ajudar o próprio Instagram em ter mais usuários acessando o aplicativo e consequentemente ele estará ganhando altas cifras em anúncios”, conclui Nery. Fonte e mais informações: (www.instagram.com/aldrinny).

## Indústria completa 11 meses de alta no emprego,

Os Indicadores da Confederação Nacional da Indústria (CNI), mostram que a indústria fechou o primeiro semestre de 2021 melhor que antes da pandemia. A Utilização da Capacidade Instalada (UCI) cresceu novamente em junho e se encontra no maior patamar desde 2013. São dois meses consecutivos de alta e quatro meses de UCI acima de 80%. O emprego industrial segue acumulando altas. Com o resultado de maio, são onze meses consecutivos de crescimento.

De acordo com o gerente de Análise Econômica da CNI, Marcelo Azevedo, as altas mensais do emprego vem sendo significativas e o nível da UCI se mantém alto há vários meses. “A utilização da capacidade instalada cresceu da passagem de maio para junho, o que vem sendo traduzido em empregos. Já temos 11 meses consecutivos de crescimento nas contratações. Mesmo o faturamento e horas trabalhadas, que têm oscilado bastante, permanecem acima do registrado antes da pandemia” (AI/CI).

## Investidores em imóveis elegem Aspen como novo polo

O mercado imobiliário em Aspen, no Colorado, está aquecido pelo número de brasileiros que descobriram na região mais do que um destino de férias. “Transparência nas transações imobiliárias e segurança jurídica garantem a confiança dos investidores”, comenta o empresário Tony Marx, que vende, aluga e administra imóveis, em Aspen.

“Dos oito imóveis que vendemos este mês, seis foram para brasileiros, um para um peruano e outro para um mexicano. Até o fim deste ano movimentaremos mais de 40 milhões de dólares”, acredita. “Segurança, qualidade de vida, sustentabilidade, rentabilidade em tre outros fatores são os maiores atrativos apontados pelos compradores”, diz. Logo que começou o verão no Hemisfério Norte, a cidade de Aspen já registrava a ausência de imóveis para locação e a ocupação hoteleira está em torno de 90%.

Com temperatura amena, em média 27 graus, e com muitas opções de lazer, como festivais gastronômicos, grande variedade de lojas e restaurantes, a região se tornou a preferida



Segurança, qualidade de vida e rentabilidade, entre outros fatores, são os maiores atrativos da cidade.

dos americanos e brasileiros que moram nos EUA, principalmente em cidades como Miami, Boston e Nova York, onde as temperaturas no verão ultrapassam os 40 graus.

O empresário paulistano Tony Marx, de 47 anos, acumula em seu currículo uma série de iniciativas inéditas, como ter sido o primeiro a abrir um Kart Indoor na capital, no fim dos anos 90. De vendas de carros de luxo a autopeças empreendeu no segmento automotivo até meados de 2004, quando decidiu morar na China. Do oriente para o ocidente, optou por fixar residência nos EUA.

Casado com a executiva Karina Kwasnicka Marx, de 45 anos, e pai de Otto, 8 anos, e Tom, de 6 anos,

Marx fez do esporte que mais ama em um novo negócio, o esqui. Ele montou uma agência de turismo em Aspen, e de tanto levar brasileiros para a região, descobriu outro filão de negócio: venda e locação de imóveis.

Só de janeiro a abril, já movimentamos 25 milhões de dólares em transações imobiliárias, comemora o paulistano, nascido e criado nos Jardins. “Meu pai e avô eram corretores de imóveis. Vender está no meu sangue”, revela. O arquiteto Léo Shehtman foi convidado por Marx para esta empreitada e assina a ambientação de alguns imóveis. Outras informações: (@tonyskiconcept).

## Passion economy e o futuro do trabalho

Rafael Carvalho (\*)

Imagine trabalhar com aquilo que você mais ama. É esse o significado da Passion Economy, método que une uma paixão ou habilidade a uma oportunidade de negócio.

A expressão americana nasceu no Vale do Silício, mas está ganhando cada vez mais espaço no Brasil, devido às estatísticas econômicas e o panorama sobre o emprego no país. No primeiro trimestre, o Brasil bateu o recorde histórico com 14,4 milhões de pessoas desempregadas, segundo os dados divulgados em abril, pela Pnad Contínua, iniciada em 2012.

Este cenário abriu uma brecha maior para o surgimento de novas

atividades profissionais e de modelos de trabalho, como home office, híbrido e o nomadismo digital - o que também impulsionou ainda mais o movimento da ‘economia da paixão’.

Transformar atividades como jogar videogame em produção de conteúdo para as redes sociais; fazer pães e bolos em empreendimento virtual; tocar violão ou fazer churrasco em cursos online para compartilhar conhecimento com outras pessoas, tudo isso se tornou uma oportunidade de lucrar com um hobby, seja para as pessoas que precisaram começar um novo negócio, como as que mudaram de carreira ou precisaram criar uma fonte de renda extra com o objetivo de

garantir mais segurança financeira.

Monetizar habilidades e capitalizar suas paixões com um propósito maior faz da passion economy uma nova modalidade de empreendedorismo. Para quem quer começar, vale dar o primeiro passo e investir. Seja por meio de e-books, audiobooks, podcasts, vídeos aulas outros infoprodutos, plataforma de negócios (empresas que funcionam como lojas ou prateleiras virtuais comercializando e monetizando produtos digitais) ou por rede de afiliados (vendedores que incentivam o consumo de infoprodutos e são comissionados pelas vendas).

Trabalhar com uma rede de valores e

com aquilo que gosta é uma tendência para o futuro do trabalho e isso deve causar grandes impactos no mercado, uma vez que os trabalhos apoiados no mundo virtual estão em ascensão.

Um exemplo desse movimento é a força da internet, o Facebook, Twitter, TikTok e Instagram se tornam grandes redes, não só sociais, mas para construir vínculos e gerar lucro. Segundo o Panorama de Negócios Digitais Brasil 2020, realizado pela HeroSpark, 40% das pessoas já utilizam o Instagram como principal canal de divulgação para seus negócios digitais.

Na Passion Economy, qualquer um pode construir audiência e in-

terações baseando-se em interesses sinceros e em comum com toda uma rede.

As marcas e os criadores capitalizam isso e, ao mesmo tempo, descobrem que as paixões são um ativo muito mais valioso do que pensavam anteriormente. À primeira vista, a tendência parece enfatizar a individualidade, mas, na verdade, conecta ambos os lados dessa equação, favorece o empreendedorismo, o mercado de trabalho e dá ainda mais força às nossas paixões.

(\*) - Engenheiro de Telecomunicações pela Universidade Federal Fluminense, atua como palestrante, mentor e educador. É COO da HeroSpark, solução unificada para empreendedores digitais.