

Contadores: hora de abraçar o papel de agentes de mudança

Francisco Sant'Anna (*)

Os contadores profissionais sempre precisaram ter conhecimento profundo das normas éticas e profissionais

Em como as estruturas regulatórias existentes, para atualizar e desenvolver regularmente seu conjunto de habilidades e atender às mudanças dinâmicas do mercado e às transformações no mundo. Agora, a necessidade é talvez ainda maior no ambiente atual de transações complexas e novas tecnologias.

Uma visão mais abrangente dos negócios, incluindo não apenas questões contábeis, mas também medidas e informações sobre assuntos ambientais, sociais e de governança corporativa (ESG, na sigla em inglês) está em alta. Neste contexto, vale destacar o desenvolvimento de um Conselho de Normas Internacionais de Sustentabilidade (International Sustainability Standards Board), sob a coordenação da Fundação IFRS, com o apoio da IFAC e outras instituições globais.

Isso garantirá que haja um padrão mundial de excelência em relatórios corporativos, baseado em experiências com os modelos existentes, e deverá melhorar significativamente a qualidade das informações neste campo.

As demandas por informações não financeiras são cada vez maiores, uma vez que, atualmente, na visão dos investidores e usuários de relatórios corporativos, as informações contidas nos relatórios corporativos não são mais suficientes para demonstrar que uma empresa é lucrativa se também não tiver um impacto positivo sobre a população, a comunidade e o meio ambiente.

Além disso, os valores e missões de muitas empresas estão ligados a questões não financeiras, como compromissos sociais e climáticos. Esses são aspectos adicionais e sensíveis para entender e aceitar como os valores de uma entidade são criados e mantidos.

Portanto, a qualidade das informações fornecidas a vários usuários de relatórios corporativos é essencial

para apoiar a eficiência do mercado de capitais. Como resultado, os investidores de hoje e outros usuários de demonstrações corporativas exigem informações ESG cada vez mais confiáveis e comparáveis. A progressão e padronização global das informações contábeis nessa área, por sua vez, só aumentará a relevância e a contribuição dos contadores profissionais.

Esse é o motivo pelo qual nós, contadores e auditores profissionais, devemos apoiar a Fundação IFRS em seu objetivo de estabelecer um Conselho de Normas Internacionais de Sustentabilidade. Já como parte essencial do mercado financeiro - fornecendo opiniões imparciais sobre a confiabilidade das divulgações das empresas.

É natural que nossa participação se estenda com mais ênfase nos mais altos poderes de decisão públicos e privados - nos poderes executivo e legislativo federal, estadual e municipal e nos conselhos de administração das empresas. O conhecimento especializado e a atuação dos contadores profissionais, norteados pelo ceticismo profissional, proporcionam um retorno significativo à sociedade, tendo em vista que nosso trabalho visa atender ao interesse público.

Há espaço para contadores profissionais mais proativos no universo de tomada de decisões. No entanto, esse progresso apenas será possível quando assumirmos nossa responsabilidade de sermos ambiciosos e focados no futuro. Nesse sentido, cabe a nós buscarmos essas posições. Agora não é o momento de nos resignar a atuar como contadores tradicionais, mas de entender nossa responsabilidade como agentes de mudança e aproveitar novas oportunidades que farão a diferença.

O mundo está passando por mudanças e desafios profundos. Devemos cada vez mais participar de conversas mais diversas e precisamos de outros profissionais para fazer avançar essas mudanças e aproveitar as oportunidades à nossa frente. Avante!

(*) - É auditor independente e presidente do Conselho de Administração do Instituto dos Auditores Independentes do Brasil - Ibracon.

O atendimento humanizado pode diminuir a perda de clientes

Um dos grandes desafios das empresas B2C com presença digital é conquistar a satisfação e aprovação de seus clientes.

Rodolfo Reis (*)

A construção de marcas sólidas e respeitadas no mercado passa pelo crivo de quem mais importa: o consumidor. Por isso, é importante que os empreendedores, de todos os portes, conheçam a fundo o público e saibam acolher as pessoas. Essa é a proposta do atendimento humanizado.

Mas o que é isso? O Atendimento Humanizado parte do princípio de que nós temos uma necessidade básica de convívio. Faz parte da natureza do ser humano querer ser ouvido, acolhido, compreendido e ajudado. Estas são ações que as pessoas esperam em um contato. E por que não levar esse conceito ao mercado e ao cliente final? Diversos estudos mostram que o consumidor está disposto a pagar mais por um produto ou serviço, caso seja bem atendido. Ora, mas isso não deveria ser o básico?

Claro que sim! Como diz o velho ditado: "atendemos bem para atender sempre". No entanto, em muitos casos, a falta de estrutura adequada, capacitação de pessoas e organização impedem muitas



Faz parte da natureza do ser humano querer ser ouvido, acolhido, compreendido e ajudado.

empresas de fazer o mínimo. Ainda vemos muitos modelos ultrapassados e campeões de críticas nas plataformas de reclamações. Sinal de que é preciso rever a abordagem para atender aos anseios dos clientes.

Os consumidores estão cada vez mais independentes e observadores. As redes sociais são a prova de que a bola da vez é priorizar o atendimento, sanar as dúvidas, entender as dores e apresentar soluções que realmente ajudem as pessoas e que mostrem como fechar aquele negócio pode melhorar a vida delas.

Outro ponto é saber em qual canal o cliente se sente mais à vontade. Tem aqueles que preferem resolver tudo em um chat rápido no próprio site da empresa, outros não desgrudam das várias redes sociais existentes e há também os mais tradicionais que ainda preferem o bom e velho telefone. De qualquer forma, é importante oferecer atendimento pelo canal que for da preferência do cliente.

Essa comodidade é fundamental para atingir a sensação de proximidade entre consultor e consumidor, afinal você sempre sabe onde encontrar

aquele amigo para conversar. Estreitar laços com o consumidor é justamente o que o Atendimento Humanizado propõe: acolher o cliente e estar ao seu lado, com o intuito de ajudar e esclarecer suas dúvidas, como um amigo faria. Esse deve ser sempre o principal objetivo, assim a venda acontece como consequência.

Em suma, a boa experiência fará dele um cliente, se não agora, no futuro com toda certeza. O melhor e maior investimento de Marketing que uma companhia pode fazer é para conhecer o seu cliente. Afinal, uma boa experiência gera novas experiências e recomendações. Nada atrai mais o público do que uma boa recomendação de alguém de confiança.

Portanto essa é a mensagem que queremos transmitir. A valorização de cada cliente é o fator-chave para impulsionar seu negócio. O modelo é uma realidade e já mostra resultados fantásticos. E tudo sem muito alarde ou grandes promoções, mas com aquilo que todos nós temos e podemos explorar: o diálogo de pessoa para pessoa.

(*) - É CEO da WeClever (<https://weclever.co/>).

Retomada dos negócios: dicas de gestão para bares e restaurantes

Durante a pandemia, 50 mil estabelecimentos do setor de bares e restaurantes deixaram de existir no estado de São Paulo, segundo dados da Abrasel-SP, o que equivale a 20% do total. A Associação aponta ainda que 400 mil funcionários perderam seus postos de trabalho. Com o fim das restrições nos horários de funcionamento, empreendedores estão se organizando para retomar as operações em horário normal e esse momento exige cautela.

"Essa nova reabertura fez com que os empresários criassem uma expectativa positiva de que tudo voltará a ser como era antes, mas é importante que eles estejam atentos às novidades e saibam se organizar, pois ainda é um momento delicado para o setor", comenta João Quintella, CEO e fundador da Liuv, startup responsável pela criação de soluções digitais para bares e restaurantes.

Alerta que algumas estratégias podem garantir uma retomada mais fácil e bem-sucedida depois de um período de tantas instabilidades. Por exemplo, ser digital é a nova tendência e a pandemia acelerou ainda mais esse processo. É importante que os estabelecimentos ofereçam serviços digitais, especialmente aqueles serviços que, além de representarem facilidades e maior qualidade no atendimento, também



É possível ter um volume maior de clientes e oferecer bons e rápidos serviços para que todos saiam satisfeitos.

sejam uma forma de prevenção ao Coronavírus.

Ou seja, se você é um bar ou restaurante, em vez de entregar um cardápio de papel para seu cliente, ofereça a opção de acesso via QR Code, para que ele acesse diretamente do celular, sem a obrigatoriedade de tocar em algo. Além disso, você também pode possibilitar que o pagamento seja feito por meio de app, para evitar que aquele cliente fique

em uma fila ou espere pelo garçom e que ainda tenha que tocar na máquina de cartão.

Essa dica parece simples e trivial, mas existem muitos estabelecimentos que ainda não têm o próprio controle do custo de mercadoria vendida e isso torna o dia a dia da gestão do negócio muito mais complexa. "Ter uma plataforma de gestão que auxilie no controle dos produtos mais vendidos, do ticket médio do negócio, entre outros indicadores, ajuda o empreendedor a gerir de melhor forma o negócio e até a produzir estratégias mais certeiras de marketing", aponta Quintella.

O 'novo normal' trouxe aceleração no dia a dia do consumidor. Hoje ele quer sentar, consumir e pagar de maneira mais rápida. É importante que o estabelecimento esteja ciente disso e se organize para conseguir girar as mesas, diminuir as filas e prestar um bom atendimento. Assim, é possível ter um volume maior de clientes e oferecer bons e rápidos serviços para que todos saiam satisfeitos.

Não é porque seu estabelecimento voltou a funcionar em todos os horários, que você pode relaxar com a segurança dos clientes e funcionários. "Cumprir os protocolos de prevenção à Covid-19 faz com que todos se sintam seguros e queiram retornar sempre ao seu bar ou restaurante", finaliza o CEO. Fonte e outras informações: (www.liuv.it).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL Distrito São Miguel Paulista Andrea Santos Gigliotti - Oficial

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

O pretendente: **CARLOS HENRIQUE TEIXEIRA**, profissão: engenheiro, estado civil: divorciado, naturalidade: São Carlos, SP, data-nascimento: 29/05/1974, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de José Carlos Teixeira e de Ina da Silva Teixeira. A pretendente: **KEILA DE MATOS FLOR BRASIL**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: Suzano, SP, data-nascimento: 01/11/1981, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Luiz Flor Brasil e de Ana de Matos Brasil.

O pretendente: **THIAGO JOSÉ CALÓ**, profissão: policial civil, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 27/04/1980, residente e domiciliado em São Miguel Paulista, São Paulo, SP, filho de Antonio Joaquim Caló e de Maria Isabel Negreiros Caló. A pretendente: **BRUNA PERUCHI**, profissão: fisioterapeuta, naturalidade: Congonhas, MG, data-nascimento: 13/08/1981, residente e domiciliada em Cotia, SP, filha de Luiz Peruchi e de Elena Marquetti Peruchi.

O pretendente: **TIAGO CANTUÁRIA DA SILVA**, profissão: contador, estado civil: solteiro, naturalidade: Guarulhos, SP, data-nascimento: 14/03/1986, residente e domiciliado em SP, filho de Rafael Lucindo da Silva e de Miraci Rosa Cantuária da Silva. A pretendente: **MONICA SANTANA CORREIA**, profissão: secretária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 23/05/1993, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de José Carlos Correia e de Eiza Flora Santana Correia.

O pretendente: **IDELSON VENTURI DOS SANTOS**, profissão: aposentado, estado civil: divorciado, naturalidade: Jacobina, BA, data-nascimento: 22/03/1949, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Arcelino Dias dos Santos e de Celzira Venturi dos Santos. A pretendente: **CLAUDIA SIMONE TEODOZIO**, profissão: do lar, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 20/12/1972, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de José Joaquim Teodoro e de Maria Carmina Teodoro.

O pretendente: **JACKSON SOUZA DOS SANTOS**, profissão: motorista, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 07/06/1982, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Anatolio Brito dos Santos e de Helenita Souza Silva dos Santos. A pretendente: **SUELLEN ROBERTA BRAGA DE SOUZA**, profissão: prendas domésticas, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 08/05/1998, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Valdeir João de Souza e de Silvana de Oliveira Braga.

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

Quais serão os impactos do 5G aqui no Brasil?

O 5G é uma tecnologia de transporte de dados nos dispositivos móveis e é uma evolução da que usamos atualmente, a 4G. Com ela, a latência será de cerca de 1 milissegundo, o que significa que possibilitará demandas instantâneas de resposta entre o dispositivo e a rede.

Além disso, atenderá espaços que necessitam de alta largura de banda, tornará as conexões mais seguras e estáveis e suportará um número elevado de equipamentos ao mesmo tempo. Ele também possibilitará avanços na indústria, no agronegócio e em diversos outros segmentos. Com o 5G será possível ter uma estrutura de rede baseada em internet das coisas, um conceito que se refere ao crescente número de objetos conectados no mundo.

Antes essas conexões se limitavam principalmente aos celulares, mas hoje é comum as pessoas usarem, relógios, carros e até lâmpada. Atualmente, existem mais de 14 bilhões de dispositivos conectados e a expectativa é que até 2025 esse número chegue a 55 bilhões, o que representaria em média sete dispositivos por pessoa.

Esse é um dos motivos que torna essa revolução tecnológica tão necessária, já que ela será essencial para atender toda essa demanda. Para Giovanni Pacifico, diretor de produtos e vendas da Zyxel, multinacional taiwanesa especializada em soluções de conectividade e redes corporativas, a empresa está preparada para esse momento com equipamentos robustos no portfólio, ideais para atender altas demandas.

"As experiências positivas da Zyxel com o 5G em outros países têm norteadado o nosso trabalho aqui no Brasil. Nossa dica é que os provedores e as empresas de maneira geral também estejam cada vez mais preparados para essa revolução tecnológica que deve acontecer em breve", comenta o executivo.

Para que vire realidade no Brasil, o próximo passo é a realização do leilão das frequências, que deve acontecer em outubro. A previsão do Ministério das Comunicações é que o serviço esteja disponível em todas as capitais e no DF até julho de 2022. - Fonte e outras informações: (www.zyxel.com.br).