

Embalagem Livre de Frustração: conceito referência para o e-commerce

Manuel Alcalá (*)

É de conhecimento geral que a preferência pelo e-commerce e pelo varejo online vem aumentando significativamente nos últimos anos

Esse movimento ganhou força em 2020, durante a pandemia, que demandou que as pessoas ficassem em casa e, por consequência, adquirissem grande parte dos produtos pela internet. Com esse choque, empresas que não tinham uma presença no universo digital tiveram que reinventar seus modelos de trabalho, a fim de atender às novas necessidades dos consumidores.

De acordo com o relatório sobre o desempenho do e-commerce na América Latina dos últimos três anos, divulgado recentemente pela PayU, o Brasil tem, atualmente, o maior e mais desenvolvido comércio eletrônico da região, com quase US\$ 40 bilhões processados anualmente e projeções próximas a US\$ 60 bilhões entre 2021 e 2022. E com essa nova realidade do e-commerce, vimos o crescimento paralelo de outro mercado importantíssimo para o ciclo de produção: o de embalagens.

As embalagens são itens indispensáveis para a experiência dos consumidores, desde a proteção dos objetos até o momento em que as pessoas abrem suas compras, e essa importância é refletida no crescimento do setor - muito puxado pela ascensão do e-commerce -, que registrou um aumento de 31% no primeiro semestre de 2021. E quais aspectos têm que ser levados em conta para garantir uma jornada positiva dos clientes com as embalagens, e dar continuidade à trajetória gradativa desse mercado no Brasil?

Pensando no e-commerce, existe um conceito muito importante para o sucesso dessas soluções, o que chamamos de "Embalagem Sem Frustração" (Frustration-Free Packaging - FFP). O termo tem premissas como o foco no transporte das mercadorias

e no unboxing do consumidor, com o objetivo de solucionar dois problemas: o impacto das embalagens ao meio ambiente - diminuindo a quantidade de plástico ou isopor dentro de um pacote - e a insatisfação do cliente no processo de desempacotamento.

As soluções que recebem o certificado de FFP têm como grande diferencial o volume do pacote, que será menor e mais leve justamente por não conter componentes desnecessários. A facilidade do unboxing e a resistência durante o transporte dos produtos - aspectos padrões avaliados a fim de minimizar os danos durante a manipulação, transporte e o manuseio - também se diferenciam das embalagens convencionais.

Adotar esse programa pode trazer diversas vantagens para as empresas, como a redução de custos de empacotamento, economia de tempo, melhoria da experiência do cliente, diferenciação e o mais importante: aumento do índice de reciclagem.

Em abril, a Smurfit Kappa, empresa que liderou no Brasil, recebeu a certificação FFP da Amazon devido ao design inovador da embalagem Bag-in-Box de três litros da companhia.

Desde então, as empresas que vendem no marketplace da Amazon podem utilizar esse design pronto para uso da SK. O modelo faz parte do portfólio eBottle da empresa, ideal para transportar substâncias como vinhos e sucos, e utiliza em média 75% menos plástico do que embalagens plásticas rígidas, além de ser feito de materiais de fácil separação e reciclagem.

Pensando nos rumos que o setor de embalagens vem tomando e as preferências de consumo das pessoas - que estão em constante transformação -, é possível concluir que, cada vez mais, as empresas presentes no e-commerce devem aderir à metodologia de "Embalagem Livre de Frustração", uma vez que soluções com esse certificado trazem diversos benefícios para as companhias, clientes e, no longo prazo, ao meio ambiente.

(*) - É CEO da Smurfit Kappa no Brasil.

Teto do seguro-desemprego sobe para R\$ 2.106,08

O trabalhador demitido sem justa causa está recebendo um valor maior de seguro-desemprego. A tabela das faixas salariais usadas para calcular o valor da parcela seguiu o INPC de 2021 e foi reajustada em 10,16%. Com a correção, o valor máximo do seguro-desemprego subirá de R\$ 1.911,84 para R\$ 2.106,08, diferença de R\$ 194,24. O piso segue a variação do salário mínimo e aumenta de R\$ 1,1 mil para R\$ 1.212.

Os novos valores estão sendo pagos para as parcelas emitidas para saque e vale tanto para quem recebe o seguro-desemprego como para quem ainda dará entrada no pedido. A parcela do seguro-desemprego é calculada com base na média das três últimas remunerações

do trabalhador antes da demissão. Após a correção das faixas salariais, o benefício será definido da seguinte forma.

Pago ao trabalhador com carteira assinada dispensado sem justa causa, o seguro-desemprego tem de três a cinco parcelas, que dependem do número de meses trabalhados no emprego anterior e do número de pedidos do benefício. O benefício pode ser pedido por meio do Portal Emprego Brasil, do Ministério do Trabalho e Previdência. O trabalhador não pode ter outro vínculo empregatício. O prazo para fazer o pedido varia entre o 7º e o 120º dia da demissão, para trabalhadores formais, e entre o 7º e o 90º dia, para empregados domésticos (ABR).

Cinco dicas para pequenos negócios em 2022

Tradicionalmente o início do ano é considerado uma época ruim para as vendas do comércio, devido à necessidade da população de organizar as finanças e as contas pendentes do período como IPVA e IPTU

No entanto, existem táticas que podem ser adotadas para ajudar a virar o jogo e aumentar as suas vendas. A Zippi, fintech que oferece o cartão de crédito semanal para autônomos, trouxe cinco dicas para aplicar no seu negócio o quanto antes. Confira:

1) Realize uma queima de estoque

Apesar do período de fim de ano ser muito buscado para a realização de compras pela maioria das pessoas, algumas preferem aproveitar o começo de ano quando normalmente os preços dos produtos diminuem. Portanto, vale utilizar essa fase para fazer queimas de estoque com os produtos que não foram vendidos no Natal ou realizar descontos nos serviços oferecidos para atrair esse público.

2) Esteja preparado para gastos emergenciais

Em momentos com vendas mais baixas, é importante estar preparado financeiramente para possíveis gastos emergenciais que possam surgir, como pequenos reparos ou reposição de alguma mercadoria.



Existem táticas que podem ser adotadas para ajudar a virar o jogo e aumentar as suas vendas.

O que pode auxiliar em situações como essa é utilizar um meio de pagamento que acompanha o seu fluxo de recebimentos no trabalho, como um cartão de crédito semanal igual ao da Zippi. Dessa forma, assim que você conseguir realizar o serviço ou vender a mercadoria já consegue quitar a sua dívida.

3) Flexibilize as formas de pagamento

Uma boa forma de alcançar um grande número de clientes é oferecer diversas opções de pagamento, que se encaixem nos mais variados bolsos e estilos de vida. Muitos negócios perdem vendas justamente por

não aceitarem a forma de pagamento que o cliente tem a oferecer. O PIX, por exemplo, é uma novidade que está sendo cada vez mais usada e pode agregar no seu negócio.

4) Aproveite as trocas para vender mais

Começo de ano também é época de muitas pessoas aproveitarem para realizar trocas de produtos que compraram ou ganharam de presente. Essa pode ser uma chance de convencer o cliente a levar mais produtos para casa ou de fidelizar alguém que ganhou um presente e foi realizar a troca. Busque mostrar as promoções da queima de estoque e rea-

lizar um atendimento cuidadoso e atencioso para auxiliá-lo a escolher um novo produto que se encaixe nas suas necessidades.

5) Utilize as redes sociais

Principalmente depois da crise provocada pela pandemia, tornou-se essencial para os negócios aumentar a sua presença digital. De acordo com um levantamento realizado no início de 2021 pelo Sebrae e pela FGV, 70% das empresas de pequeno porte vendiam por canais digitais, como WhatsApp, Instagram e Facebook.

Portanto, se o seu empreendimento ainda não está presente nas redes sociais, aproveite este momento para começar e poder alcançar um público ainda maior.

Busque estudar as funcionalidades que são importantes para o seu comércio em cada uma das principais redes. Lembre-se também que é preciso criar um perfil para negócios, pois o pessoal não disponibiliza as funcionalidades que estão aptas para quem quer posicionar-se profissionalmente. - Fonte e outras informações, acesse: (<https://zippi.com.br/>).

Área de tecnologia é desigual entre gêneros no quesito salarial

A Pesquisa de Remuneração Total (TRS, na sigla em inglês) da Mercer, publicada em 2021, traz indicativos de como será a dinâmica do mercado de trabalho no pós-pandemia e detecta algumas discrepâncias de gênero ainda existentes no mundo corporativo. A consultoria analisou 30 mil empresas, dentre as quais 759 no Brasil.

De acordo com o levantamento, no nível de executivos a disparidade salarial chega a 36%, índice atingido pela indústria de alta tecnologia. Em segundo lugar no ranking das indústrias que possuem maior diferença entre salários de homens e mulheres, está a indústria de energia (29%) e depois a de Life Sciences (28%). No nível de gerentes a disparidade é menor, sendo liderada pela indústria de energia (11%), seguida pelo segmento de agronegócios (7%) e alta tecnologia (7%).

Esse patamar se mantém quando analisados os cargos de base - profissionais e operacionais. Nos postos de liderança executiva, as mulheres ocupam 2 entre 8 "cadeiras" disponíveis, sendo que as áreas mais desiguais são: atendimento, estratégia digital e finanças. As menos desiguais são as de RH, jurídico e marketing. A pesquisa objetiva ajudar as empresas a definir a melhor estratégia de remuneração e das políticas de RH em geral e, assim, se adaptar com agilidade e embasamento confiável às novas realidades.

Realizada anualmente, abrange indústrias com significativa representatividade global e local, tais quais Manufatura, Bens de Consumo, Alta Tecnologia, Life Sciences, Varejo e Atacado. Este ano, o número de organizações brasileiras participantes foi 5% maior do que no ano anterior, abrangendo mais de 900 mil profissionais de todos os setores econômicos. - Fonte: (www.mercer.com.br).

O momento certo para migrar para o modelo híbrido de trabalho

Raphael Tavares (*)

Flexibilidade tornou-se o ponto-chave para o mercado de trabalho pós-pandemia. Nesse contexto, o modelo híbrido ganhou destaque - a estratégia de mesclar o escritório com a casa se tornou a saída para muitas empresas que desejam o retorno gradativo dos funcionários à sua sede física, mas sem abandonar de vez o famoso home office. Afinal de contas, do ano passado pra cá, empregados e empregadores puderam entender melhor a eficácia do trabalho remoto.

Além de ter contribuído para conter o avanço do Coronavírus, o modelo reduziu gastos e até mostrou sinais de aumento da produtividade e satisfação dos funcionários. Por outro lado, depois de quase dois anos em pandemia, é inegável a falta que o convívio social faz. A tecnologia ajuda, é verdade, mas a perda de interação física, inclusive no ambiente de trabalho, pode pesar. Por esses e outros fatores que o modelo híbrido parece fazer sentido para muitas empresas.

Afinal, mesclar os benefícios do trabalho presencial ao remoto, em uma jornada de trabalho flexível, oferece autonomia aos funcionários. Esse aspecto, por sua vez, tem um grande peso quando falamos em satisfação do colaborador, ponto fundamental para a produtividade e entrega de resultados. Mas como saber se a minha empresa está pronta para adotar o modelo híbrido? Algumas estratégias contribuem para identificar o momento certo para essa transição e fazê-la de maneira eficaz. Confira cinco passos para adotar o modelo híbrido de trabalho:

1) Ouça seus colaboradores

Equipes de recursos humanos (RH) e departamento pessoal podem realizar pesquisas para avaliar a preferência dos funcionários e como eles se adaptam a cada modelo de trabalho. Questionários via



A tecnologia ajuda, é verdade, mas a perda de interação física, inclusive no ambiente de trabalho, pode pesar.

e-mail são uma opção para levantar essas opiniões. Inclua perguntas em tópicos, relacionadas, por exemplo, à produtividade, à satisfação e se os funcionários já se sentem à vontade para o retorno presencial.

2) Converse com os gestores

Além de avaliar as opiniões individuais, ouvir o que os gestores sentiram em relação às suas equipes nos diferentes modelos de trabalho pode ser de grande ajuda. Como ficaram os resultados? Os colaboradores relataram suas percepções trabalhando de casa? E o engajamento? As trocas continuam eficazes? Esses são alguns pontos que devem ser avaliados.

3) Organize-se

Defina os melhores dias da semana para a ida ao escritório. Nesse aspecto, muitas empresas têm aderido ao revezamento de funcionários para evitar aglomerações (medida ainda recomendada pelas autoridades de saúde). Todas essas informações precisam estar bem alinhadas antes de dar início ao retorno presencial. Para contribuir com essa tarefa, aplicativos de gestão de espaços e jornadas podem ser bastante úteis.

4) Deixe as informações claras

Os funcionários

devem estar cientes sobre suas escalas e quais os cuidados ao irem presencialmente ao escritório. Lembre-se que medidas como o uso de máscara e o distanciamento continuam sendo úteis. Nesse sentido, disponibilize tudo o que for necessário: espaço, ventilação dos ambientes, itens para higienização das mãos e dos equipamentos de trabalho, avisos. E para evitar desconfortos, também vale estabelecer regras de conduta - que tal continuar substituindo os apertos de mão e abraços por acenos?

5) Oriente-se com o seu jurídico

Embora mais recorrente, o modelo híbrido de trabalho ainda não é amparado pelas leis trabalhistas. O que pode ser feito para resguardar a relação entre empregador e empregado é um aditivo de contrato home office, ou seja, um documento comprovando o acordo entre as partes para esse novo tipo de jornada, definindo suas regras.

Acione o jurídico da sua empresa para chegar à solução mais adequada. (*) É Diretor de Marketing, Vendas e Sucesso do Cliente da startup Escala, HRTech nascida no Laboratório de Inovação do Hospital Israelita Albert Einstein (<https://escala.app/>).