

As alterações do ICMS sobre combustíveis impactam o consumidor

Frederico Amaral (*)

Com o objetivo de reduzir a carga tributária suportada pelos consumidores e simplificar a sistemática de arrecadação do ICMS sobre combustíveis, foi sancionada a Lei Complementar nº 192, de 11 de março de 2022, definindo que, sobre gasolina, etanol anidro combustível, diesel, biodiesel e gás liquefeito de petróleo, incidirá uma única vez o ICMS, ainda que as operações se iniciem no exterior

Isso significa que a substituição tributária aplicável aos combustíveis foi extinta, dando lugar a uma tributação monofásica do ICMS. Os contribuintes do imposto passam a ser o produtor e o importador dos combustíveis, e o fato gerador passa a ocorrer no momento da saída do estabelecimento (nas operações ocorridas no território nacional), e no momento do desembaraço aduaneiro (nas operações de importação).

Outra mudança importante é que as alíquotas do ICMS deverão ser uniformes em todo o território nacional, podendo ser diferenciadas por produto (diesel, gasolina, etanol, etc.) e serão específicas por unidade de medida (litros), e não mais sobre o preço médio ponderado ao consumidor final - PMPF. Além disso, as alíquotas poderão ser reduzidas e restabelecidas no mesmo exercício financeiro, respeitada a anterioridade nonagesimal prevista na alínea c do inciso III do caput do art. 150 da Constituição Federal.

A Lei ainda estabelece que, nas operações com os combustíveis derivados de petróleo, o imposto caberá ao Estado onde ocorrer o consumo, preservando o princípio de favorecimento do Estado de destino, já consolidado pelo STF desde o julgamento do RE nº

198.088-SP, ocorrido em 17 de maio de 2000. Já para os combustíveis não derivados de petróleo, o imposto será repartido entre os Estados de origem e de destino, mantendo-se a mesma proporcionalidade que ocorre nas operações com as demais mercadorias - exceto se forem destinados a não contribuinte, hipótese em que o ICMS caberá ao Estado de origem.

Por fim, as alíquotas do PIS/Pasep, PIS/Pasep-Importação, Cofins e Cofins-Importação incidentes sobre óleo diesel e suas correntes, biodiesel, gás liquefeito de petróleo - GLP, derivado de petróleo e de gás natural e querose de aviação ficam reduzidas a 0 (zero) até 31 de dezembro de 2022, garantida às pessoas jurídicas da cadeia, incluído o adquirente final, a manutenção dos créditos vinculados.

Há os que defendam que, apesar da intenção do legislador, a instituição do regime monofásico do ICMS pode não trazer todos os benefícios pretendidos ao consumidor final, uma vez que enfrentamos um momento de alta volatilidade no mercado mundial, motivada por fatores como a pandemia por Covid-19 e a invasão russa no território ucraniano. Além disso, não há garantia de que o CONFAZ irá reduzir substancialmente as alíquotas sobre os combustíveis.

Por outro lado, é inegável que a incidência única do ICMS na cadeia produtiva irá simplificar e facilitar a fiscalização tributária, permitindo a redução da sonegação e o consequente incremento da arrecadação, fato que tende a cobrir as perdas anunciadas pelos Estados. Para os consumidores, a LC 192/2022 pode ser um instrumento para tornar mais transparente e reduzir a volatilidade dos preços dos combustíveis, algo extremamente importante para estimular os negócios no Brasil.

(*) - É CEO da e-Auditoria, empresa de tecnologia especializada em auditoria digital.

Linguagem não verbal: o impacto visual na hora das vendas

Bianca Ladeia (*)

Quando um cliente chega até você interessado em adquirir um serviço ou produto, o seu poder de persuasão - por meio da associação de bons argumentos à demonstração da real vantagem de adquirir aquilo - é o que o fará fechar a venda. No entanto, tem um elemento que pode ser um facilitador nesse processo: a linguagem não verbal. Esse tipo de comunicação diz respeito à linguagem corporal, ou seja, a forma de expressão que não se prende apenas à voz, abrange também a postura e o visual.

Ao argumentar com um cliente para uma possível venda, ele não estará prestando atenção apenas no que está sendo dito pelo vendedor, mas na maneira como está sendo falado, nos gestos que estão sendo feitos, na expressão facial e inclusive na roupa e no cabelo desse profissional. Todo esse conjunto de elementos passam impressões para o cliente, que serão pontos decisórios para sua compra ou não.

Sabendo disso, é estratégico por parte do vendedor alinhar esses aspectos antes de realizar a abordagem com o possível cliente. O impacto visual na hora das vendas é tão grande e faz tamanha diferença porque somos seres visuais, captamos o mundo pelos olhos e criamos

conclusões no nosso subconsciente a todo momento. E, sendo assim, para ter sucesso na negociação, o vendedor precisará então garantir que sejam captadas as conclusões certas, e os elementos visuais adequados podem ajudá-lo nisso.

Um cliente, ao ver o vendedor com um visual alinhado, que demonstra cuidado e atenção com sua própria imagem, e com uma postura aberta e receptiva - na qual realmente aparenta estar ouvindo e prestando atenção nos sinais que o cliente está emitindo através de gestos e expressões ao longo do diálogo - se sentirá muito mais aberto para ouvir o que o vendedor tem a dizer e fazer negócio com ele. Diferente se o profissional estiver com roupas e cabelos desleixados e mal olhando para os olhos do cliente enquanto conversam.

Parecem detalhes, mas não são. Ter esse cuidado pode ser o diferencial para um vendedor começar a aumentar seu número de vendas e alcançar novos clientes. Por isso, aprender a usar a linguagem não verbal e se atentar à própria imagem é tão importante e o ponto de ajuste que pode estar faltando para alavancar a carreira de vez.

(*) - Especialista em Gestão de Marca Pessoal e Comportamento, é responsável pela transformação de uma série de executivos e empreendedores de sucesso.

As empresas devem se preocupar com acessibilidade digital

Você já pensou em como as pessoas com deficiência visual, auditiva, motora ou intelectual acessam a internet?

Provavelmente não, pois a maioria das pessoas que não possuem essas necessidades sequer refletem sobre essa realidade. No entanto, esse é um tema que tem gerado debates interessantes e que vem ampliando aos poucos a conscientização social.

Contudo, para aqueles que não estão familiarizados com o assunto, é importante saber que acessibilidade digital é quando utilizamos recursos que diminuam as barreiras para gerar uma melhor usabilidade das pessoas, seja para navegação ou uso de aplicativos. Essa necessidade faz com que a experiência de todos seja melhorada, trazendo ao mercado soluções com maior aceitabilidade do público pela facilidade de utilização.

• Acessibilidade como uma prática estratégica e estrutural - Para tratar de acessibilidade digital com responsabilidade é preciso pensar de maneira estratégica e estrutural, especialmente quando consideramos que segundo dados do Censo 2010 um em cada quatro brasileiros não possui o mesmo grau de acessibilidade.

Algumas empresas já estão se movimentando com relação a essa questão, uma delas é a keeggo, parceira de empresas e startups na transformação digital das organizações. De acordo com o Jefté



Os desenvolvedores são orientados para a criação de aplicativos que incluam os conceitos de acessibilidade.

Macedo, UX Researcher Sr. na keeggo, todos os desenvolvedores são orientados para a criação de aplicativos e websites que incluam os conceitos de acessibilidade, para atender às necessidades específicas e oferecer a melhor experiência ao usuário. "Como o nosso time também é formado por pessoas com corpos e habilidades diversas, temos uma perspectiva diferenciada sobre o tema e lidamos com as necessidades de acessibilidade diariamente", conta. Outro ponto a ser destacado é o fato da keeggo ser uma empresa de consultoria tecnológica que também incorpora os recursos de acessibilidade digital em sites e aplicativos de empresas parceiras, para que todas as pessoas possam aproveitar o potencial da tecnologia.

• O digital em transformação - Precisamos entender que a digitalização das relações humanas é uma realidade. Quase todas as empresas privadas e órgãos públicos migraram para o digital pela facilidade na comunicação e a oferta de produtos e serviços, com isso, os recursos de acessibilidade digital ganharam maior foco, pela necessidade de inclusão desses espaços agora majoritariamente digitais. Porém, acessibilidade ainda é uma realidade distante, pois, embora 45 milhões de brasileiros sejam pessoas com deficiência visual, auditiva, intelectual ou motora, apenas 0,8% dos sites brasileiros oferecem recursos de acessibilidade digital, de acordo com dados do Movimento Web para Todos. Isso mostra que, embora ex-

tremamente necessária, a maioria das ofertas disponíveis aos usuários não possui usabilidade eficiente.

• Recursos de acessibilidade digital - Para que um site seja considerado inclusivo é preciso que o endereço virtual seja perceptível, ou seja, as imagens precisam ser descritas, os vídeos legendados e o conteúdo interpretado para a Língua Brasileira de Sinais. Também é importante que esse site seja operável, com uma velocidade satisfatória que evite o uso de recursos que possam causar crises epiléticas, como excesso de cores vibrantes, luzes intermitentes ou recursos como múltiplos pop-ups.

As informações contidas também devem ser compreensíveis, ou seja, apresentar sentenças claras e objetivas e fontes de fácil leitura, para não dificultar a compreensão de quem possui deficiência intelectual, dislexia ou baixo letramento.

O site também precisa ser programado de uma maneira em que seja possível executar os recursos de acessibilidade digital e permitir a navegação pelo teclado para incluir as pessoas com deficiência motora.

Essas são apenas algumas das necessidades para se obter um site acessível. - Fonte e outras informações: (https://keeggo.com/).

Saiba quais são os cinco erros comuns na compra de um imóvel

Comprar o primeiro imóvel é o sonho de muitas pessoas. Seja para investir ou morar, algumas especificações das operações imobiliárias podem facilitar muito na hora de adquirir seu novo lar - ou novo investimento. Para impulsionar essa jornada, Magno Baruk, especialista em aquisição do primeiro imóvel, apontou os principais erros que você não pode cometer ao adquirir sua propriedade.

1) Comprar um imóvel sem se planejar - O erro mais cometido se refere a uma das práticas mais importantes: planejamento. É essencial ter um controle de gastos e uma reserva extra para emergências. Apesar do imóvel ser um grande investimento, a falta de organização reflete em inúmeros agravantes na compra. O planejamento é o alicerce da sua compra.

2) Desconhecer o processo de aquisição - Muitas pessoas vão aos estandes de venda ou às imobiliárias sem conhecer de fato o processo de aquisição. As etapas são complexas, principalmente nos casos que envolvem financiamento, e quando o comprador não as conhece com afinco acaba ficando "nas mãos" das outras pessoas envolvidas na transação. Existe uma infinidade de conteúdos disponíveis para todos de forma acessível e, mesmo assim, muitos compradores não acessam. Minha dica é sempre pesquisar bastante em sites de confiança e, se possível, procurar um especialista em aquisição.

3) Não entender sua real necessidade antes da compra - A visita aos imóveis e uma boa conversa de mesa podem fazer com que o lado emocional se sobressaia ao racional. É importante, nesse caso, ter em mente quais são as suas necessidades - de tamanho, de localização, de tipo de imóvel, de acessibilidade e de valor - para conseguir manter-se focado até encontrar uma opção assertiva. O mundo está cada vez mais dinâmico, e nossas decisões precisam acompanhar. Foi-se o tempo em que a compra do imóvel era embasada em um ou dois fatores. Para entender sua necessidade, é necessário projetar o seu futuro.

4) Não saber explorar as opções disponíveis no mercado - A ilusão dos decorados ou das boas



É importante que, mesmo com a pressão dos vendedores, o comprador tenha calma para não fazer um mau negócio.

apresentações encanta muita gente. Entretanto, o leque de procura deve ser grande para encontrar as melhores oportunidades.

Além disso, o especialista indica que, após afunilar as opções, o comprador visite o local em horários diferentes para se atentar a detalhes como incidência do sol, barulho da região, entre outros.

É comum o comprador se apaixonar nas primeiras visitas, devido à expectativa de comprar logo - mas a pressa é inimiga da perfeição. Quanto mais opções visitar, maior a chance de encontrar o lugar ideal.

5) Não saber negociar - No meio dos imóveis, a negociação é a base de qualquer transação. Muita coisa é negociável e o cliente pode - e deve - usar isso a seu favor. Existem algumas formas de oferecer uma entrada ou de negociar os prazos para pagamento, e o cliente não sabe valorizar o valor de entrada ou seu fundo de garantia.

Um valor de entrada considerado baixo pelo comprador pode ter muita relevância na hora da negociação. É importante que, mesmo com a pressão dos vendedores, o comprador tenha calma para não fazer um mau negócio. - Fonte e outras informações: (https://www.youtube.com/c/MagnoBaruk).

5G e BIM impulsionam setor de engenharia e construção

O leilão do 5G no Brasil inspira a especulação sobre os benefícios e mudanças que a nova tecnologia pode trazer em todos os setores. Quando se trata da indústria de engenharia e construção, a ultravelocidade deve proporcionar ainda mais avanço na Engenharia 4.0.

“Já está ocorrendo uma transformação e, nos próximos anos, será impossível falar dos avanços da Engenharia 4.0 sem falar do 5G. Tudo está interligado e será possível potencializar muitas das soluções existentes hoje e também criar novas ferramentas”, afirma André Medina, Gerente de Inovação da Andrade Gutierrez que está à frente do Vetor AG, programa de inovação, acompanhando de perto as evoluções tecnológicas dentro e fora do setor.



Nos próximos anos, será impossível falar dos avanços da Engenharia 4.0 sem falar do 5G.

Uma das grandes expectativas é para a utilização do 5G dentro dos canteiros de obras, que poderão se tornar inteligentes, ou seja, mais automatizados, conectados e monitorados. “Essa conectividade trará dados e estatísticas em tempo real que serão úteis na redução de custo das obras, aumento de produtividade e tomada de decisões, além de impactar a segurança do trabalho de forma positiva, por meio da

conectividade aplicada em equipamentos de proteção”, prevê o executivo.

Medina explica que o 5G poderá acelerar diversas soluções já existentes, como a Internet das Coisas (IOT), automação, virtualização e até mesmo o BIM (Building Information Modeling). “O 5G abre caminho para que essas e outras tecnologias sejam melhor aproveitadas. É o caso de drones, sensores e qualquer outro aparelho

que necessite de conexão com a internet. Todos serão beneficiados com a ultravelocidade, que proporcionará um tempo de resposta muito menor em comparação com o 4G”.

O BIM é uma representação digital de uma construção em todo o seu ciclo de vida, ou seja, desde a fase de projeto e planejamento até a construção e operação. Com o 5G, a expectativa é de um gerenciamento ainda mais

apurado das informações geradas por meio do BIM, permitindo um acompanhamento e planejamento ainda melhores de cada obra.

“Com o BIM conseguimos fazer projetos muito mais detalhados, unindo informações à modelagem 3D. Assim, é possível reduzir danos e tornar a etapa do planejamento mais eficiente. Com o 5G, isso tende a ser potencializado”, aposta Gustavo Brito, gerente de Implementação de Processos Digitais e uso BIM da Andrade Gutierrez.

A implantação do 5G nas capitais estava prevista para julho, mas foi adiada em 60 dias, para 29 de setembro. A proposta é do Grupo de Acompanhamento da Implantação das Soluções para os Problemas de Interferência (Gaispi), e a motivação para adoção de prazo adicional foi a impossibilidade de entrega de equipamentos pela indústria. - Fonte e mais informações: (<http://vetorag.com.br/>).

Benefícios do sistema de videomonitoramento aplicado ao setor industrial

André Santos (*)

O monitoramento é algo muito comum no dia a dia das pessoas

Presente nos comércios, residências e até nas telas dos smartphones, essa vigilância constante hoje também já é realidade no meio empresarial, acompanhamento que tem mais que por finalidade a fiscalização de funcionários e processos, mas de padronizar procedimentos e até mesmo encontrar falhas que possam gerar custos desnecessários à companhia.

Em vista desta demanda, surgiram empresas altamente dedicadas à criação de inteligência e no desenvolvimento de analíticos de vídeo. E a pergunta que fica é: para onde vai toda essa informação e dados? O que podemos fazer com eles?

No caso do setor industrial, por exemplo, a inteligência artificial aplicada à vide análise nos permite monitorar processos e, até mesmo, o uso e não de equipamentos de proteção individual e equipamento de proteção coletivos (EPI's e EPC's) em áreas classificadas.

O uso do EPI parece ser algo fútil para tal investimento tecnológico, porém garantir a segurança dos colaboradores é como garantir a segurança e saúde da companhia. Com isso, com o videomonitoramento é possível classificar quais equipamentos estão em uso, quais deveriam ser usados para aquela determinada área e, o mais importante, reconhecer quando aquele EPI não está sendo utilizado, podendo criar assim um alerta, em tempo real, para que o responsável tome medidas preventivas.

Na lista dos analíticos mais utilizados pelo segmento industrial está o “Man Down”, também conhecido como “homem caído”. A ferramenta é utilizada especificamente para locais de grande risco, como a produção de gases e indústrias de minério e metais.

Esse analítico identifica a queda do funcionário, seja por inalação de gases, acidente de trabalho entre outras eventuais ocorrências, com a determinação de priorizar casos como este, onde é gerado um alerta nível máximo e reportado internamente para a central de operações da fábrica ou indústria.

Dentre as aplicações de inteligência de vídeo mais

inusitadas para as indústrias, podemos citar “o monitoramento de etapas de um processo de fabricação de um determinado produto” que requer etapas pontuais. Um exemplo da aplicabilidade desse videomonitoramento é o cálculo do tempo de abastecimento de uma determinada máquina com o produto específico e, por meio desse processo, é possível verificar o tempo médio de fabricação do produto e criar métricas.

Entendendo que hoje o mercado de trabalho requer cada vez mais processos produtivos e menos custosos, com o uso da inteligência artificial esse problema pode ser resolvido de maneira simplificada e assertiva.

Fora estes analíticos mencionados, existem outros mais convencionais, como o reconhecimento facial, utilizado em larga escala após a pandemia para o controle de acesso, mas também, para o monitoramento de pessoas que já estão nos ambientes.

A questão é que existem cada vez mais integrações entre inteligência artificial e câmeras focando na resolução do problema do cliente, em busca do atendimento das mais importantes demandas do mercado para sanar problemas e dores de maneira cada vez mais eficiente.

A aplicação da inteligência artificial não é mais um futuro distante, mas uma realidade presente na operação das grandes empresas e das companhias que buscam cada vez mais competitividade e vanguardismo. E a dúvida levantada no primeiro parágrafo se torna gritando, estamos sendo amplamente monitorados e para onde vão meus dados e informações, e para o que são utilizadas?

Bom, para isto foi criada a “LGPD” ou Lei geral de proteção a dados que é a legislação brasileira que regula as atividades de tratamento de dados pessoais e estabelece regulamentos sobre coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de informações recolhidas, impondo uma série de penalidades caso não seja aderida tendo assim que o titular das informações recolhidas tenha que autorizar o uso e não uso destas informações.

Desta forma podemos nos tranquilizar quanto à informação pessoal ser utilizada para fins indevidos.

(*) - Engenheiro de soluções na Avantia (www.avantia.com.br).

(R)Evolução Digital no setor supermercadista veio para ficar

Cassia Camargo (*)

O setor supermercadista foi um dos protagonistas da aceleração digital que atingiu o varejo ao longo da pandemia em 2020.

Com as medidas restritivas de circulação e protocolos sanitários muito mais rígidos, grandes redes do segmento precisaram rapidamente se reinventar e descobrir novas formas de continuar vendendo. Neste processo, a digitalização, foi essencial para viabilizar que o negócio continuasse girando, seja por meio de plataformas para smartphones, site, aplicativos, marketplace, Whatsapp, entre outros.

Os supermercadistas precisaram criar ou dar mais atenção ao seu e-commerce, implementar soluções que agregassem novas e mais agradáveis experiências ao cliente, desde a escolha dos produtos, finalização das compras, passando por formas de pagamento e chegando à entrega rápida e segura. Projetos que receberiam investimentos ao longo de uma década tiveram que ser acelerados para que não perdessem espaço para players de outros setores que viram na crise uma oportunidade de agregar produtos do setor alimentício ao seu portfólio.

O fato é que o modelo de compras digitais caiu no gosto da população, mesmo entre aqueles mais resistentes, que não tinham tanta familiaridade com a tecnologia e este é um caminho sem volta. O estudo Grocery Digital Maturity Benchmark 2020, já havia sinalizado que 40% dos consumidores que começaram a fazer compras online na pandemia pretendem continuar com essa opção e 25% dos entrevistados acreditam que farão menos aquisições em lojas físicas.

O uso, a necessidade de adaptação e evolução dos serviços são constantes. Conveniência, sensibilidade, aplicação de melhores práticas de Sustentabilidade, Governança e Responsabilidade Social (ESG), everywhere commerce e Metaverso, são alguns dos desafios atuais para alcançar excelência e evoluir o oferecimento de serviços que proporcionarão crescimento constante e de longo prazo.

Com o aumento da demanda previsto, como ressaltai acima, e o crescimento de concorrência, inovar por meio da adoção de tecnologias que façam captação de dados e transformem essa informação em inteligência estratégica para conhecer melhor seu consumidor e modernizar sua operação é essencial. É neste ponto que entram os softwares especializados para atender às necessidades do negócio que ajudam a gerir cada processo e a enxergar a operação como um todo.



No entanto, soluções sozinhas não resolvem gaps tecnológicos, é preciso ter parceiros preparados e experientes para discussões com um viés de transformação, bem como times dedicados que irão realizar um trabalho minucioso, otimizando resultados e colocando o cliente um passo adiante frente aos desafios.

Por exemplo, por meio do mapeamento de processos, análise de dados, metodologia ágil, democratização da informação dentro da própria organização e a adoção de ferramentas de Inteligência Artificial e Machine Learning, é possível, em tempo real, ter uma visão das mudanças de comportamento dos consumidores.

Toda essa estratégia, além de computação cognitiva, pode fornecer uma compreensão fiel do perfil individualizado do cliente e apontar para um atendimento hiperpersonalizado. E os benefícios de toda esta engenharia de transformação são refletidos no cliente final, pois cada ação é pensada nas necessidades e desejos desse consumidor, graças a uma troca de experiências mais fluida e individualizada.

Para empresas do setor supermercadista que não acompanharam todo esse movimento de Transformação Digital, a boa notícia é que ainda há tempo de realizar essa transição! E com parceiros certos apoiando nessa construção, esse movimento estratégico fica mais assertivo, alcançando os resultados esperados.

As soluções devem ser pensadas e moldadas de acordo com a cultura das empresas. Deve-se realizar um mapeamento para diagnosticar as principais necessidades da organização e estabelecer processos para auxiliar a companhia nesta jornada digital rumo à melhoria do negócio como um todo.

(*) - É Líder da Aliança de SAP da Capgemini Brasil.

A pandemia acelerou a melhora nas estratégias de dados

Cerca de 76% dos líderes digitais dizem que a pandemia acelerou a urgência de melhorar suas estratégias de dados. É o que mostra um estudo com 571 executivos C-Level encomendado pela Fujitsu, empresa japonesa líder em tecnologia da informação e comunicação (TIC).

O relatório da pesquisa — A grande aceleração de dados: as oportunidades de dados de hoje, o sucesso dos negócios de amanhã — investiga a opinião de mais de 500 executivos C-Level em nove regiões e propõe três “aceleradores de dados” para apoiar experiências mais eficientes para funcionários, clientes e cidadãos: uma estratégia de dados robusta e flexível, uma cadeia de fornecimento de dados resiliente e um aumento do investimento em dados. “Descobrimos que os líderes da linha

de negócios (LdN) são seis vezes mais propensos do que os líderes digitais a acreditar que a capacidade de adaptar, personalizar e melhorar a experiência do cliente foi impactada negativamente pelo acesso inadequado a dados desde o início da pandemia.

Mais evidências para essa aparente percepção-desconexão emergem da constatação de que — apesar da evidente insatisfação nas LdNs — os líderes digitais são muito mais otimistas em relação à segurança, visibilidade, formatação e pontualidade do que estão entregando”, avalia Nilton Hayashi, diretor de Business Operations da Fujitsu do Brasil.

Com a criação de líderes digitais como CTOs, CIOs e CDOs em muitas organizações, a pesquisa oferece um roteiro para

alinhar suas diversas necessidades com as dos líderes das LdN. A ênfase na velocidade, identificada na pesquisa, é bem pertinente. Além da incompatibilidade na conectividade de dados, as empresas têm uma aparente preocupação com o ritmo da mudança.

“Enquanto 76% dos líderes digitais dizem que a pandemia acelerou a urgência de melhorar suas estratégias de dados, quase metade (46%) também diz que suas organizações não cumpriram metas ao longo do ano anterior como resultado direto do acesso limitado aos dados. Nítidamente, mudar uma estratégia de dados sem vinculá-la de forma clara ao modelo de negócios e operações é uma receita para o fracasso no mercado atual”, afirma Hayashi. - Fonte (www.fujitsu.com).

Ágil Promotora de Vendas S.A.

CNPJ / MF Nº 09.657.013/0001-02 - NIRE: 35.300.565.843

Ata de Assembleia Geral Ordinária

Data, Hora e Local: Realizada no dia 30 de abril de 2022, às 09:00 horas, na sede da Companhia, localizada na Alameda Araguaia, nº 2.044, Salas 1406 / 1407 / 1408, Torre II, Alphaville, CEP 06.455-000, Município de Barueri, Estado de São Paulo. **Convocação:** Convocada mediante edital publicado no Diário Oficial Empresarial do Estado de São Paulo (páginas 17, 33 e 27) e no Jornal Empresas e Negócios do Estado de São Paulo na versão impressa (páginas 7, 4 e 1) e na versão digital (páginas 3, 10 e 3), todas as edições de 30 e 31 de março e de 01 de abril de 2022, respectivamente. **Presença:** Acionista representando a totalidade do capital social, conforme assinaturas no respectivo Livro de Registro de Presença de Acionistas e, ainda, em cumprimento ao disposto no §1º do artigo 134 da Lei nº 6.404/76, o Sr. **Nessim Cesar Azar**, Diretor Superintendente e Presidente da Mesa, na forma da cláusula 4.3, do Capítulo IV do Estatuto Social da Companhia e Sr. **Aviva Azar**, nomeada Secretária de Mesa. **Ordem do dia:** Examinar, discutir e aprovar as demonstrações financeiras; e Deliberar sobre a destinação do lucro líquido do exercício da Companhia. **Deliberações:** O acionista titular da totalidade do Capital Social da Companhia decide, sem quaisquer restrições, aprovar: • O Relatório da Administração e as Demonstrações Financeiras acompanhadas do Parecer dos Auditores Independentes, na íntegra, relativos ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021 e publicado no Jornal Empresas e Negócios do Estado de São Paulo, nas versões impressa e digital (páginas 2 e 3, respectivamente), da edição de 07 de abril de 2022. • Aprovar a destinação do lucro líquido gerado do exercício findo em 31 de dezembro de 2021, no valor total de R\$ 15.514.369,68 (quinze milhões, quinhentos e quatorze mil, trezentos e sessenta e nove reais e sessenta e oito centavos). A destinação do lucro gerado ocorreu da seguinte forma: (i) O valor de R\$ 24.972,80 (vinte e quatro mil, novecentos e setenta e dois reais e oitenta centavos) foi destinado à constituição de reserva legal, conforme determina o artigo 193 da Lei nº 6.404/76 (Lei das S.A.); e, (ii) O valor remanescente, no valor de R\$ 15.489.396,88 (quinze milhões, quatrocentos e oitenta e nove mil, trezentos e noventa e seis reais e oitenta e oito centavos) foi destinado à distribuição de dividendos, obrigatórios e adicionais, conforme determina o artigo 202 e ss. da Lei nº 6.404/76. **Encerramento, lavratura, aprovação e assinaturas da ata:** Esgotada a ordem do dia e inexistindo qualquer outra manifestação, a ata foi lida, aprovada e assinada pelos presentes conforme artigo 130 da Lei 6.404/76, pelo representante da única acionista **ACS Participações Ltda.**, pelo Diretor Superintendente e Presidente de mesa Sr. **Nessim Cesar Azar**, e pela Secretária de Mesa Sr. **Aviva Azar**, Barueri - SP, em 30 de abril de 2022. **Nessim Cesar Azar** - Presidente de Mesa. **Aviva Azar** - Secretária de mesa. **ACS Participações Ltda.**, Nessim Cesar Azar. **JUCESP** nº 240.141/22-2 em 11/05/2022. Gisela Simiema Ceschin - Secretária Geral.



Изображения пользователя Aleksey_CANVA

NEGÓCIOS

MARKETING AUTOMATION

SALES STACK: QUAIS FERRAMENTAS USAR PARA AUMENTAR SUAS VENDAS?

O Stack Sales ou Technology Stack representa a combinação de ferramentas dentro do processo de vendas, e é considerado essencial para obter sucesso no dia a dia das equipes. Vemos cada vez mais empresas em busca de automação, coleta de dados e tecnologia com o intuito de vender mais com menos.

Almir Neves (*)

Atualmente, contamos com uma vasta opção de ferramentas disponíveis que auxiliam empreendedores e gestores comerciais.

Dessa forma, você poderá contar com excelentes softwares de vendas que irão impulsionar seus resultados. Perceba que para cada etapa da venda existe softwares diferentes que podem ser integrados de forma simples, permitindo que você conecte os passos da jornada do cliente. Quer vender mais e ainda não sabe por onde começar?

Definindo seu Sales Stack - Com a diversidade de ferramentas que temos no mercado hoje, surge a seguinte questão: para manter meu processo de venda em melhoria contínua, quais as ferramentas que preciso? Sabemos que uma pilha de vendas eficaz não será constituída em um grupo aleatório de ferramentas díspares, com isso o grande desafio para os vendedores é usufruir de todas as ferramentas disponíveis e integrá-las em uma solução unificada.

Confira a lista de sugestões para seu Sales Stack por um dos primeiros passos do pipeline de vendas:

Automação de marketing - Nesse ponto temos a prospecção de dados, que se refere a ferramentas capazes de auxiliar na coleta de dados, seja ela no mercado ou nas próprias interações de vendas da empresa. Essas ferramentas reforçam a inteligência dos dados e otimizam a análise estratégica deles na empresa.

Desde o momento em que a Hubspot trouxe novas práticas ao marketing de conteúdo, essa estratégia vem sendo usada em parceria com a automação de marketing para a geração de leads para seu negócio, e vem sendo um sucesso enorme. Para você entender como o marketing de conteúdo anda junto com automação de marketing, trouxemos um passo a passo sobre qual forma eles auxiliam na geração de leads para seu negócio.

Primeiramente, começamos a dar ênfase às ferramentas analíticas, com elas surgem, as palavras chaves mais procuradas pelo seu público alvo. Após isso, essas palavras chaves serão inseridas em um blog de negócio, os artigos deste blog devem ser úteis e relevantes e ainda conter chamadas para que os leitores se aprofundem mais nos temas, trazendo interação, baixando conteúdos gratuitos, como infográficos, e-books, participação de webinars e cursos.



Obviamente para ter acesso a esses conteúdos seu visitante precisa deixar dados, como e-mail e telefone. A partir daí, com ajuda de ferramentas de automação de marketing, você passa a enviar um material mais interessante a esses leads, criando um relacionamento mais próximo. Com os dados e estatísticas fornecidos com as ferramentas de automação de marketing sobre comportamento desses leads, chegará um determinado momento em que indicarão que esses leads já podem ser abordados pela equipe de vendas

A partir disso é chegada a hora de começar a enviar esses contatos para sua ferramenta de CRM. Algumas ferramentas para geração de leads por meio da automação de marketing precisam fazer parte do seu Sales Stack, e algumas são: Hubspot, RD Station, LeadLovers, MailChimp.

CRMs - A ferramenta de CRM é basicamente para o acompanhamento do seu funil de vendas, com vários leads distribuídos em várias etapas, o CRM também fornece um histórico valioso com detalhes de tudo o que foi tratado com cada oportunidade por um vendedor.

Com isso, desde o momento que o Lead é encaminhado para sua equipe de vendas, todos os contatos devem ser inseridos no CRM, dessa forma sempre que um vendedor se relacionar

com ele, terá a visão de tudo que aconteceu, podendo assim fornecer um contato mais rico, demonstrando conhecer as vontades do cliente com profundidade. Isso com toda certeza trará satisfação e alegria ao cliente, o que ele quer é que você possa se antecipar a seus problemas, desejos e necessidades e resolver antes mesmo que eles possam perceber.

Contar com dados de todas as interações com os clientes, suas queixas, suas preferências, e-mails que enviaram, compras que fizeram, informações relevantes tornarão sua empresa mais poderosa, podendo assim segmentar seus clientes e disponibilizar a eles ofertas certas. Algumas ferramentas de CRM bem conhecidas são: Salesforce, Pipedrive, Mozkit e RD Station.

Chatbots - Após conquistar os clientes e eles começarem a entrar em contato com a empresa, será necessário lidar com pessoas em busca de atendimento.

Resolução de dúvidas, problemas, assistência técnica e reclamações virão recorrentemente, mesmo alguns CRMs contarem com funcionalidades de atendimento ao cliente, ferramentas criadas somente para isso podem ser mais úteis.

E é aí entram os Chatbots, que contam com recursos específicos agilizando e direcionando o atendimento. Assistentes virtuais com o Jordan tem como objetivo maximizar os resultados dos times de vendas, o Jordan é um layer de voz que se integra aos principais líderes da indústria, como o Hubspot.

Conta com funcionalidades que irão refinar o contato do cliente, e traz interações via voz que otimizam o tempo do vendedor. Consequentemente, inserir um chatbots em seu sales stack traria muito mais produtividade e otimização de tempo.

Ligações e Videoconferências - As ferramentas citadas acima podem ser ainda mais otimizadas com a utilização de aplicativos para calls e videoconferências. A aplicação dessas ferramentas é uma forma de diminuir custos de deslocamentos e proporcionar uma conversa mais pessoal com seu cliente.

As apresentações com essas ferramentas precisarão de um conteúdo relevante que tornarão a experiência do lead mais agradável, transmitindo uma sensação de profissionalismo e qualidade, tornando a venda uma experiência emocional. Algumas alternativas viáveis e eficientes são Meet, Zoom e Teams.

Integração de ferramentas via API - Por fim, aqui está uma dica para fazer com que todas as ferramentas do seu Sale Stack trabalhem juntas! As APIs são protocolos da internet que permitem que ferramentas hospedadas na nuvem troquem dados entre si. Portando com ela você pode integrar todas as ferramentas do seu sales Stack podendo contar com um grande número de dados e também automatizar tarefas.

Com a integração via API você poderá acrescentar também ferramentas de Big Data, o que tornará seu stack de vendas mais poderoso, auxiliando sua equipe na tomada de decisões, na criação de buyer personas, no desenvolvimento do mix de produtos ideais, na precificação e muito mais. As duas empresas mais conhecidas por criarem integrações são a Zapier e a Pluga.

Com todas nossas dicas, ficou claro quais as ferramentas que precisam fazer parte do seu Stack de vendas? Não deixe de analisar suas necessidades e verificar quais delas serão mais indicadas para o seu negócio.

(*) - Especialista em Negociação pela Universidade de Harvard, com MBA em Gestão de Empresas pela FGV e especialização em Finanças pela FAE, é founder da hubkn (<https://hubkn.com/>).



País registrou a abertura de mais de 270 mil MEIs em fevereiro

Em fevereiro, o país ganhou 346.480 mil novos negócios e, dentre eles, 274.145 são microempreendedores individuais

De acordo com o Indicador de Nascimento de Empresas da Serasa Experian, mesmo com números expressivos o comparativo anual (fev/21 x fev/22) mostra alta de apenas 0,8% na criação de empresas gerais e queda de 0,7% em relação as MEIs.

No ano a ano foram as Sociedades Limitadas que registraram a maior expansão, essa de 33,5%. Para o economista da Serasa Experian, Luiz Rabi, a busca pela geração ou complementação de renda por meio do empreendedorismo continua sendo uma constante no país. “Com os níveis de desemprego ainda muito altos, parte da população continua encontrando boas



A busca pela geração ou complementação de renda por meio do empreendedorismo continua sendo uma constante no país.

oportunidades em abrir o próprio negócio.

Além disso, quando vemos o número expressivo de MEIs que foram criadas, conseguimos deduzir que

grande parte das novas empresas são abertas por pessoas que precisavam fazer um investimento prático e de baixo custo para começar a empreender e obter retorno financeiro”. O setor que mais foi impulsionado pela abertura de empresas foi o de Serviços, com 240.809 novos negócios e um crescimento de 3,9% em relação ao mesmo mês do ano anterior.

Em sequência está o segmento de Comércio, com 76.756 e as Indústrias com 25.506. Ambos marcaram quedas no ano a ano, essas de 5,7% e 4,2%, respectivamente. Na análise por região foi a Sudeste que obteve o maior destaque, registrando 179.956 negócios criados. Em ordem decrescente estão a Sul (61.978), Nordeste (56.761), Centro-Oeste (30.509) e Norte (17.276).

Fonte e outras informações: (www.serasaexperian.com.br).

No universo corporativo, não dobre a aposta se não puder bancá-la

Roberto Vilela (*)

Quem é fã de jogos de cartas sabe que o blefe é um dos elementos mais importantes para uma boa performance

Junto da experiência e da linguagem corporal, apostar, muitas vezes, naquilo que ainda não se tem, faz toda a diferença para o resultado final da partida.

Não raro, o blefe corporativo também tem sido uma cartada de muitos profissionais – incluindo aqueles em cargos de liderança – em apostas para ganhar mais mercado, novas posições de atuação ou manter clientes em carteira.

O que, como consequência, acaba se tornando um problema recorrente das corporações é que na hora de dobrar as apostas, nem todo profissional pode bancá-las em médio ou longo prazo.

E é neste momento que a coragem, sempre necessária para se escalar oportunidades, vira uma ação kamikaze que coloca em risco não só o apostador, mas muitas pessoas à sua volta.

Aposta sem comprometimento, no jogo corporativo, é uma das ferramentas mais prejudiciais para os negócios e a carreira. Porque quando se colocam na mesa cartas altas em relação a entregas que não poderão ser cumpridas ou habilidades das quais não se domina, coloca-se em risco o sucesso de um negócio e,

não obstante, o sustento de diversas famílias.

Ao blefar, no sentido positivo da expressão, projetando-se para projetos que neste momento não temos a capacidade de entregá-los, precisamos ter a ciência e o comprometimento para a realização daquilo que se conquistou mediante aposta.

Isso significa que estudo, busca de parceiros qualificados, formação de times engajados e melhoria contínua devem ser regra para o profissional que lança mão deste artifício em uma negociação.

Não arrisque o ecossistema em que você está inserido se não estiver preparado para atender ou não estiver realmente comprometido em estudar e se dedicar ao trabalho pela qual apostou.

Não se sente à mesa de um jogo que vai comprometer muitas outras pessoas e empresas que estão depositando confiança em você se não for para buscar a melhor performance assim que se levantar dela.

Ser proativo e ter coragem é importante, desde que estas características sejam pautadas pela responsabilidade. Uma atitude ativa gera negócios, mas não pode comprometer as entregas.

É preciso ter a capacidade de entender que somos corresponsáveis pelos projetos com os quais nos comprometemos.

(*) - É autor dos livros *Em Busca do Ritmo Perfeito* e *Caçador de Negócios*, com dicas para performances de excelência profissional (www.orobertovilela.com.br).

Ford anuncia venda da fábrica de Santo André

A Ford acaba de anunciar que assinou contrato de venda da fábrica de Taubaté, no Vale do Paraíba, para a São José Desenvolvimento Imobiliário. A concretização do negócio, no entanto, ainda depende da aprovação do Cade. De acordo com a montadora, todo o processo de venda deverá ser concluído no prazo de 60 a 90 dias. A Ford anunciou no início de 2021 o encerramento das suas atividades no Brasil, após mais de 100 anos montando veículos no país.

Em nota à época do anúncio, a empresa citou, entre outros fatores, os impactos provocados pela pandemia que “amplia a persistente capacidade ociosa da indústria e a redução das vendas, resultando em anos de perdas significativas”. Em fevereiro de 2021, a Fundação Procon-SP e a Ford fecharam um acordo em que a empresa se comprometeu a manter a assistência ao consumidor no país, com operações de vendas, serviços, assistência técnica, peças de reposição e garantia (ABR).

Cresce o Índice de Confiança do Agronegócio

O Índice de Confiança do Agronegócio (ICAgro), da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), fechou o 1º trimestre de 2022 em 111,5 pontos, 1,9 ponto acima do levantamento do último trimestre de 2021. Já em relação ao mesmo período do ano passado, quando o índice ficou em 117,4, houve queda de 5,9 pontos.

Resultados acima de 100 pontos estão na faixa considerada otimista pela metodologia do estudo, enquanto resultados inferiores a 100 denotam pessimismo.

De acordo com a Fiesp, o resultado positivo em relação ao final do ano passado



O resultado positivo foi puxado pelas indústrias situadas Depois da Porteira.

foi puxado pelas indústrias situadas Depois da Porteira, o único segmento dentre os pesquisados em que a confiança melhorou, já que os índices da indústria Antes da Porteira e dos produtores agropecuários caíram em relação ao trimestre anterior. “O bom momento das ex-

portações do agronegócio é uma das razões às quais pode ser atribuído o ganho de otimismo, já que muitas empresas que compõem o grupo Depois da Porteira são exportadoras”, explicou o diretor do Departamento de Agronegócio da Fiesp, Roberto Betancourt (ABR).

Ministério da Economia mantém previsão do PIB em 1,5%

O governo federal alterou para cima a previsão da inflação deste ano. O IPCA, que em março era estimado em 6,55% para o ano, agora teve a previsão elevada para 7,9%. A estimativa do INPC subiu de 6,7% para 8,10%, e a do IGP-DI, de 10,01% para 11,4%. A estimativa do Produto Interno Bruto (PIB) foi mantida em 1,5%. Os dados, divulgados ontem (19), são do Boletim Macro Fiscal da Secretaria de Política Econômica (SPE) do Ministério da Economia. Para 2023, o governo federal manteve também a previsão do

PIB e aumentou a da inflação. O PIB, segundo a estimativa, deverá fechar 2023 com alta de 2,5% (a mesma previsão do último boletim, divulgado em março). Já o IPCA deverá encerrar 2023 em 3,6% (a previsão de março era alta de 3,25%); o INPC, em 3,7% (3,5% era a estimativa em março); e o IGP-DI, em 4,57% (4,42%).

“A expectativa para a taxa de inflação [IPCA] aumentou de 6,55% para 7,90% em 2022 e de 3,25% para 3,60% em 2023. A partir de 2024, espera-se convergência da inflação [IPCA] para

a meta de 3%. Em relação ao INPC, a projeção para 2022 elevou-se de 6,70% para 8,10%”, diz o texto do documento. Segundo o boletim, a melhora no desempenho do PIB brasileiro tem ocorrido em razão da retomada no setor de serviços e ampliação dos investimentos, o que, de acordo com o documento, tem refletido na recuperação do mercado de trabalho. O texto destaca que o setor de serviços cresceu 1,8% no primeiro trimestre de 2022, atingindo o maior patamar desde maio de 2015 (ABR).

NEGÓCIOS em PAUTA
lobato@netjen.com.br

A – Mar sem Lixo

O prazo para os pescadores artesanais de arrasto de camarão se cadastrarem no projeto de Pagamento por Serviços Ambientais Mar Sem Lixo foi estendido. Agora, os interessados terão até a próxima quinta-feira (26), para fazer a inscrição junto às APAs Marinhas. A iniciativa prevê pagamentos via cartão-alimentação, até R\$ 600, em uma 1ª fase a pescadores que atuam nos municípios de Cananeia, Itanhaém e Ubatuba, nas APAs Marinhas Litoral Sul, Litoral Centro e Litoral Norte. O valor repassado dependerá do volume de lixo recolhido mensalmente pelos trabalhadores. No futuro, a ideia é expandir o projeto para mais municípios do litoral paulista. Saiba mais em: (https://www.infraestruturameioambiente.sp.gov.br/fundacaoflorestal/psa-mar-sem-lixo/). Fonte: (www.florestal.sp.gov.br).

B – Escrevendo a História

Embora o serviço de ghostwriting tenha ganhado popularidade recentemente, poucos sabem que ele é utilizado há bastante tempo. Por isso, destacamos Francisco Gomes da Silva (1791-1852): o primeiro ghostwriter brasileiro, foi o responsável por diversos textos para o imperador D. Pedro I. Chaleça, como também era conhecido, escreveu discursos, pronunciamentos para jornais e, inclusive, artigos da Constituição de 1824. Capacitar profissionais de texto para o trabalho de ghostwriter, abordando como o ofício se diferencia do jornalismo e da produção de literatura autoral, é um dos objetivos do curso “O trabalho do ghostwriter: tudo o que você precisa saber sobre teoria, prática e mercado”. Saiba mais em: (www.universidadedolivro.com.br).

C – Alimentos Naturais

A Naturaltech, feira voltada ao setor de produtos naturais, tem sua 16ª Edição entre os dias 8 e 11 de junho, no pavilhão do Anhembi, se posicionando cada vez mais como uma importante plataforma de negócios direcionados para favorecer um estilo de vida saudável. Além de marcas alimentícias, a feira recebe pela primeira vez marcas de outros setores, como da indústria têxtil e calçadista sustentável, para aproximar consumidores, lojistas, distribuidores, fabricantes, produtores, varejistas e profissionais de saúde de produtos sustentáveis. A fashiontech sustentável Linus, criadora da primeira sandália vegana de plástico brasileira, é uma das marcas que participa da feira pela primeira vez. Saiba mais: (https://naturaltech.com.br/).

D – Energia Renovável

O Banco do Brasil celebra o desembolso de R\$ 300 milhões da linha Crédito de Energia Renovável com uma novidade: a ampliação do prazo máximo de

60 para 96 meses. A linha, que já contribui para a transição para a energia verde em cerca de 11 mil projetos residenciais, agora também englobará a aquisição de imóveis localizados fora da área urbana, como chácaras e sítios. Com a novidade, os clientes podem contar com prestações menores, adequadas às suas necessidades, o que permite, por exemplo, a substituição do valor da conta de energia pela prestação do financiamento, sem aumento do gasto mensal familiar. Pessoas físicas podem financiar até 100% do valor de sistemas fotovoltaicos para geração de energia solar em residências, urbanas e não urbanas, com valores que variam de R\$ 5 mil a R\$ 100 mil.

E – Referência Cervejeira

O Vale da Cerveja produz per capita ao mês o que a média nacional registra ao ano. Este é um dos dados revelados por uma pesquisa inédita realizada pela associação que reúne cervejarias dos municípios catarinenses de Blumenau, Indaial, Gaspar, Pomerode e Timbó. De acordo com o estudo, a média é de 1,84 litros de cerveja artesanal por habitante ao ano no Brasil. Na região, que soma 1 milhão de litros por mês, são mais de 20 litros no mesmo período. São 114 rótulos diferentes disponíveis o ano inteiro, em 47 estilos. E boa parte das cervejarias atua ainda com lançamentos sazonais. Essas cervejas já receberam 246 medalhas em concursos nacionais e internacionais. Outras informações: (https://www.instagram.com/valedacervejaoficial/).

F – Estimulação Elétrica

Estão abertas as inscrições para o curso online de Estimulação Elétrica Aplicada à Reabilitação Neurofuncional, ofertado pela UFSCar. É uma das abordagens terapêuticas mais estudadas no mundo e há um consenso dos seus benefícios na melhora funcional de pacientes acometidos por lesões encefálicas. Profissionais da saúde da área de reabilitação neurofuncional precisam dominar este recurso, baseando suas práticas em evidências, visando oferecer o melhor tratamento para seus pacientes. O curso fornece embasamento técnico-científico relacionado ao uso adequado da corrente elétrica aplicada para que o estudante seja capaz de avaliar, indicar o uso da técnica e escolher os ajustes e individualizações de cada paciente. Interessados podem se inscrever em: (contato@eletroneurofuncional.com.br). Mais informações: (www.eletroneurofuncional.com.br).

G – E-books Acadêmicos

Neste mês, a Minha Biblioteca completa 11 anos de história. Com a missão de apoiar a disseminação do conhecimento, oferece atualmente a maior e mais completa plataforma digital de conteúdo acadêmico do Brasil. Nesse

período, foram mais de 1,2 bilhão de páginas lidas, em 20 mil obras. Só em 2021 somaram 322 milhões de páginas lidas, acessadas por 4,9 milhões de leitores da plataforma. A empresa é formada por 16 grandes editoras acadêmicas e 42 selos editoriais. Proporciona a estudantes, docentes, gestores e toda comunidade acadêmica das Instituições de Educação Superior (IES), acesso rápido, fácil e simultâneo a milhares de títulos, de todas as áreas do conhecimento, através de qualquer dispositivo conectado à internet. Saiba mais: (https://minhabiblioteca.com.br/).

H – Smart City

O futuro começa no presente. É com essa certeza que prefeitos, empresários, gestores e agentes governamentais e da iniciativa privada irão se reunir durante a 9ª edição do Smart City Business Brazil Congress 2022 “SCB-Br” que acontece entre os próximos dias 24 e 26, no Centro de Eventos Pro Magno, em São Paulo. O evento objetiva possibilitar aos participantes pensar e planejar em conjunto como criar as bases para a concretização de cidades inteligentes no país, por meio do emprego das tecnologias inovadoras e disruptivas. Otimizar o saneamento básico é uma parte importante dessas ações e é com essa convicção que a SmartAcqua Solutions participará ativamente do evento, do qual é uma das patrocinadoras. Mais informações e inscrições: (Inscrições: www.scbamerica.com).

I – Fábrica de Porcelana

Um produto premium, com a tradicional qualidade da marca, que combina com as refeições em casa, mas também é ideal para mesas de bares, hotéis e restaurantes, servindo com esmero amigos, família e clientes. A Tramontina ingressa oficialmente no segmento de porcelana, para deixar a mesa ainda mais completa. São mais de 200 novos produtos entre pratos, xícaras, pires, canecas, saladeiras e travessas, somados ao portfólio de mais de 22 mil itens da indústria centenária. A Tramontina Porcelana surgiu a partir de pesquisas de mercado. A nova unidade está localizada no Distrito Industrial de Moreno, município que integra a região Metropolitana de Recife, e conta com mais de 300 funcionários diretos e capacidade de produção de 46 mil peças/dia.

J – 42 Anos do Gol

No aniversário de 42 anos do Volkswagen Gol, um levantamento exclusivo do Detran.SP mostra que 1,8 milhão de veículos desse modelo, que foi o mais comercializado do país até hoje, ainda circulam pelas vias do Estado de São Paulo. Lançado em 1980 para ocupar o lugar do Fusca na preferência dos brasileiros, o Gol foi líder de vendas no mercado nacional por 27 anos, de 1987 à 2014. A capital aparece na frente do ranking de cidades com a maior frota do veículo, com 415.917 unidades. Em seguida estão Campinas e Guarulhos, com 42.557 e 40.635 unidades. A Volks lançou o Gol como “O Carro dos Novos Tempos”, que contava com um conjunto motor 1.3 vindo do renomado Fusca, câmbio manual de 4 marchas e um aprimoramento nas fábricas da Porsche. Desde seu lançamento, 7 gerações do hatch foram lançadas (AC-Detran.SP)

COLUNA DO HERÓDOTO

Presidente mal avaliado



Heródoto Barbeiro (*)

Os marqueteiros do governo estão atentos. Sabem que nada mais azeda o humor dos eleitores do que o aumento do preço dos combustíveis.

que os eleitores fazem do governo. As pesquisas de opinião mostram que o atual presidente enfrenta uma desaprovação recorde e segundo os institutos chega a mais de 60%.

O presidente até tem se esforçado em mais aparições públicas, mas a sua imagem abatida, falta de entusiasmo e dificuldade de comunicação não ajudam o governante a reverter os baixos índices de aprovação. Ainda assim os assessores presidenciais insistem que ele participe de eventos públicos e que isso pode melhorar sua avaliação. Pelo contrário, pioram

Isto afeta toda a cadeia produtiva e contribui decisivamente para um aumento geral dos preços. Os reflexos chegam nos supermercados e nas lojas de departamento. As reclamações são ouvidas também nas ruas e nas filas dos escritórios que oferecem empregos. Para não falar nos postos de combustíveis onde os preços vivem batendo recordes e os anúncios nas placas não param de mudar.

Não dá para esconder que os preços sobem dia a dia ainda que haja uma oscilação diretamente ligada ao mercado mundial de petróleo, uma commodity que é a rainha dos produtos primários. O crescimento do país deste ano deve ser medíocre e há até quem não descarte mesmo uma recessão.

O presidente culpa a oposição e pede às empresas que não aumentem os preços. O banco central independente aumenta a taxa de juros e atrai mais investidores de curto prazo de olho nos lucros fáceis. Fogem dos investimentos de longo prazo e alegam que o cenário não garante o retorno do capital aplicado.

A inflação não arrefece. É a pior nos últimos anos. O mercado está nervoso e há um espaço para mais notícias ruins. O presidente ignora os conselheiros econômicos que ele mesmo convocou para assessorar o governo. A inflação que corrói o salário dos de menor renda era previsível.

O governo reage com uma série de "bondades" que são consumidas pela população para pagar dívidas assumidas e muito pouco é poupado para investimentos. Isto tudo reflete na avaliação

Como nos países latinos há nos Estados Unidos da América um antecipação da disputa presidencial ainda que Biden tenha menos de dois anos no poder. Democratas e independentes se arrependem da escolha que fizeram e muitos sinalizam que podem apoiar Donald Trump em futuro próximo.

Elon Musk promete devolver-lhe a conta no Twitter.

(*) - É jornalista do R7, Record News e Nova Brasil fm, além de autor de vários livros de sucesso. Acompanhe no YouTube "Por dentro da Máquina" (https://www.youtube.com/channel/UCaHPaippPycl3E1ZrDLc4sg).

Airbnb supera alugueis convencionais em Nova York

O desenvolvimento da tecnologia da informação tem permitido que empreendedores tragam novidades aos mercados, que se não inviabilizam negócios já em operação, podem afetá-los profundamente.

Vivaldo José Breternitz (*)

Um exemplo disso é o Airbnb, um serviço online que facilita o aluguel de imóveis por períodos curtos. Fundado em 2008, o Airbnb atinge uma marca relevante: no final de abril, em Nova York, existiam mais anúncios de imóveis oferecidos através do serviço, do que apartamentos disponíveis para aluguel da forma convencional – eram 10.572 contra 7.669.

Os moradores e potenciais moradores de Nova York e de outras grandes cidades já percebem os efeitos da presença do Airbnb no mercado imobiliário: as pessoas que procuram hospedagem por períodos curtos não se importam em pagar preços mais altos, tornando a situação difícil para aqueles que pretendem viver nessas cidades de maneira mais ou menos definitiva.

O Airbnb sustenta que seu negócio não tem nenhum efeito negativo no mercado imobiliário, mas diversas cidades, como Paris, Veneza e Washington impõem restrições às suas operações; outras, como Barcelona e



Berlim proibiram-no totalmente. No Brasil, ainda não há legislação que regulamente serviços desse tipo, mas em abril de 2021, o Superior Tribunal de Justiça decidiu que condomínios residenciais podem impedir a locação de unidades via Airbnb.

Porém, em alguns lugares a situação é diametralmente oposta: Lisboa, como forma de incentivar o turismo,

estabeleceu políticas para flexibilizar os alugueis, o que facilitou os negócios via Airbnb.

É mais uma resultante do crescimento do uso de modernas tecnologias, que, para o bem e para o mal, estão se consolidando.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de IoT.

Evento híbrido: cinco vantagens para investir no modelo que une público físico e online

O ano de 2021 foi desafiador para todos os setores, mas especialmente para o mercado de eventos. A Associação Brasileira dos Promotores de Evento (Abrape) estima que mais de 840 mil pessoas do segmento perderam seus empregos durante a pandemia. Em contrapartida, o mercado de eventos online cresceu 400% no último ano, segundo a Associação Brasileira de Eventos (Abrafesta). Agora, com a retomada dos negócios e o retorno dos eventos em algumas regiões, o evento híbrido pode ser a grande aposta do setor.

Para Leandro Reinaux, CEO da Even3, startup que simplifica a organização de eventos online e viu sua demanda crescer 300% no último ano, o formato virtual pode apresentar grande adesão de marcas e empresas e se consolidar no mundo corporativo. "Acreditamos que algumas tendências desse mercado continuarão se firmando em vários cenários, mesmo após a finalização da vacinação em massa. É o caso dos modelos híbridos, que combinam atividades presenciais para um público reduzido com as transmissões online ao vivo, para milhares de pessoas", afirma.

Segundo uma pesquisa da Endless Events, antes da pandemia 70% das empresas nunca tinham planejado eventos no formato híbrido, mas com a volta dos eventos presenciais, ele será visto como uma opção vantajosa. "Os eventos online também tiveram um ótimo feedback, portanto, nada melhor do que mesclar os dois formatos, e, fazer um evento com segurança e comodidade para o público", destaca o CEO da Even3. Contudo, Leandro ressalta que preparar um evento híbrido exige infraestrutura por trás, com um planejamento estratégico direcionado ao público-alvo e ao conteúdo abordado. "É preciso tanto ter um espaço físico para o local do evento, quanto uma plataforma segura para quem estará acompanhando virtualmente".



Com base em um estudo recente da Even3, que buscou avaliar as tendências e comportamentos do mercado de eventos online, o especialista preparou uma lista com as cinco principais vantagens e oportunidades que podem ser aproveitadas no formato híbrido:

1. Alcance e público-alvo

Para um evento tipicamente presencial, a estratégia de atração gira em torno de fazer com que os participantes viajem e participem do evento. Porém, quando não existe limite físico, as possibilidades de alcance crescem muito, já que o organizador poderá atender a um novo público que antes não conseguiria participar por conta da locomoção.

Além disso, é possível contar com palestrantes renomados que estejam em outros estados, ou até mesmo países, sem o custo de trazê-los, já que participam de forma online. E para quem preferir, ainda há a opção de participar presencialmente. Ou seja, vantagens tanto para os organizadores/empresas, como para convidados/público.

2. Oportunidades de patrocínio

De acordo com pesquisa realizada pela AIM Group International, 80% dos patrocinadores

corporativos têm interesse em investir em eventos virtuais porque precisam de interação com o público. Visto que esse tipo de formato possibilita o contato com um número maior de participantes, isso aumenta também o interesse de patrocinadores, que buscam um público qualificado.

Inclusive, vale ressaltar a importância de contratar uma empresa especializada no assunto para criar estratégias que chamem a atenção desses patrocinadores, como stands virtuais, por exemplo.

3. Acesso ao conteúdo

No que se refere ao conteúdo, o evento híbrido funciona como nos eventos 100% online, ou seja, o conteúdo pode ficar disponível para os participantes mesmo depois da finalização do evento. Além disso, os organizadores podem aumentar ainda mais o engajamento e visibilidade, vendendo esse conteúdo para quem não participou, mesmo após passar algum tempo.

4. Custo-benefício

Geralmente os eventos híbridos são mais vantajosos financeiramente do que os eventos presenciais. Afinal, apesar da necessidade de espaço físico, existe uma diminuição no custo de locomoção de palestrantes, por exemplo. Além disso, conforme citado anteriormente, por ter um alcance maior de público, o evento híbrido acaba entregando um grande valor, que impacta no custo do ingresso.

5. Sustentabilidade

Com as tecnologias disponíveis, os organizadores podem sempre optar por recorrer ao online na produção dos materiais do evento, evitando ao máximo o uso de papéis. Além disso, em comparação com os eventos presenciais, há menos viagens, comidas e desperdício gerado.

News @TI

SiDi participa de simpósio na área de redes de computadores

O SiDi marcará presença na 40.ª edição do Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores e Sistemas Distribuídos - SBRC, que acontece na próxima semana, entre os dias 23 e 27/05, em formato híbrido - virtual e presencial, em Fortaleza (CE). Realizado anualmente pela Sociedade Brasileira de Computação (SBC) e pelo Laboratório Nacional de Redes de Computadores (LARC), o simpósio é considerado o mais importante evento científico do país na área de redes de computadores e sistemas distribuídos. Nesta edição, a maior parte da programação do evento - palestras, painéis, sessões técnicas, minicursos, tutoriais etc. - terá formato online, com acesso via plataforma integrada exclusiva. A sessão de abertura, na segunda-feira (23), será realizada presencialmente, na sede da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), e contará com a participação de Rogério Moreira, executivo sênior da unidade SiDi Recife (https://sbrc2022.sbc.org.br/).

Programa de Estágio da Mars abre inscrições para universitários de todos os cursos

Sempre em busca de novos talentos que ajudem hoje a construir o mundo de amanhã, a Mars, líder global em produtos alimentícios, abre as inscrições para o seu Programa de Estágio 2022. O programa, que efetiva em média 50% dos estagiários, oferece uma experiência prática de trabalho em diversas áreas e segmentos, proporcionando uma rotina crescente de desenvolvimento junto

com o time de colaboradores e de liderança da empresa. As vagas estão abertas para atuação nas cidades de Campinas (SP), Descalvado (SP), Guararema (SP), Mogi Mirim (SP), São Paulo (SP) e Recife (PE), e os aprovados trabalharão com as marcas mais amadas e conhecidas globalmente da Mars, como WHISKAS®, PEDIGREE®, ROYAL CANIN®, M&M'S®, TWIX® e SNICKERS®. Com inscrições totalmente online abertas até o próximo domingo dia 22 de maio, o processo seletivo é destinado a universitários de qualquer área de estudo em cursos de bacharelado, licenciatura e tecnólogo a concluir graduação entre julho de 2023 e agosto de 2024. Após o período de inscrição, os candidatos passarão pelas etapas de avaliação com o Recursos Humanos e entrevistas com os gestores da Mars. Os aprovados devem iniciar o estágio no dia primeiro de agosto e poderão atuar nas áreas de Compras, Vendas, TI, Manufatura, Supply, Marketing, Jurídico, Comunicação Interna, Relações Governamentais, Engenharia, Financeiro, Recursos Humanos e Pesquisa e Desenvolvimento (https://mars.wd3.myworkdayjobs.com/pt-BR/External/job/BRA-Sao-Paulo-Sao-Paulo/Programa-de-Estgio-Mars-2022---2- semestre_R24089).

Inscrições para o Programa de Trainee 2022

A Ahlstrom-Munksjö, uma multinacional sueca-finlandesa, presente em 14 países e com clientes em mais 100 outros, que atua na produção de materiais sustentáveis à base de fibra, está com inscrições abertas até o dia 20 de Junho para o seu Programa de Trainee 2022. Com o objetivo de propor uma nova jornada, cheia de conexões encantadoras, projetos desafiadores e muitas transformações, as vagas abertas são para unidade do Brasil em Caieiras-São

Paulo, com possibilidade de viagens para intercâmbio cultural. O programa está em busca de pessoas talentosas que queiram transformar experiências, para atuar nas áreas de fábrica, operações e gestão de projetos. O processo é conduzido pela Eureka, consultoria que ajuda a conectar os jovens às oportunidades de trabalho. Acesse o link para se inscrever (https://oportunidades.eureka.me/opportunidade/traineeahlstrom2022).

Dahua Technology chega ao mercado de sinalização digital

A Dahua Technology, especialista em soluções de IoT inteligentes e segurança eletrônica, acaba de entrar também no mercado brasileiro de Digital Signage (Sinalização Digital), estimado em 300 milhões de dólares e crescimento previsto de 12% ao ano, segundo a empresa de consultoria e pesquisa de mercado Grand View Research. Fornecendo para grandes projetos no mundo desde 2007, a chegada das soluções ao país no início de 2022 faz parte da estratégia de expansão da companhia nesse segmento para o mercado brasileiro. "Temos um portfólio completo de mais de 600 produtos, entre painéis de LED, telas interativas e monitores LCD voltados para ambientes corporativos, de ensino e de varejo, além de espaços publicitários out of home", resume Douglas Shigue Iseri, gerente de vendas do segmento digital. O principal objetivo da mídia Out of Home é alcançar consumidores durante seu trajeto por ruas, avenidas e rodovias ou em praças e parques. Nas corporações as soluções Dahua podem ser utilizadas em salas de reunião e de treinamento, auditórios, recepções e showrooms.

Seguro para sucessão empresarial: conheça um caminho estratégico

Um ponto sensível para qualquer negócio é quando um de seus sócios deixa o quadro societário, seja isso pelos mais variados motivos

O problema é que as corporações com as atividades diárias deixam para depois esse assunto tão importante. Mas, invariavelmente, pelos mais diversos motivos, um dia a sucessão empresarial será necessária, e para evitar transtornos que podem levar, até mesmo ao encerramento das atividades das empresas, é fundamental uma estratégia para este momento.

Uma alternativa que vem ganhando força nas empresas, aumentando a segurança para esse momento, é a contratação dos seguros, que como o próprio nome diz: é para as sucessões empresariais. Segundo a sócia da Camillo Seguro, Cristina Camillo, existe uma preocupação muito grande entre muitos executivos que é: se eu vier a faltar, ou um sócio, como ficará a administração da minha empresa?

Isso porque pode ocorrer a entrada de herdeiros do faltoso na administração da sociedade e que por não entender do negócio, geram conflitos, chegando até ao encerramento da empresa. O seguro de sucessão é a solução para isso.

“Para esses casos entra



A sucessão empresarial pode provocar desgaste na empresa, por isso, é importante um planejamento estratégico.

esse tipo de seguro. O objetivo desse tipo de produto é que, em caso de evento de morte ou invalidez total de um sócio, seja gerado um capital financeiro para que os demais sócios remanescentes comprem a participação deste na sociedade, blindando assim a entrada de outras pessoas não preparadas”, detalha Cristina.

Essa é uma ferramenta utilizada para impedir o ingresso de sucessores em uma empresa em caso de falecimento e invalidez. “Como a legislação aceita que eu indique qualquer natureza de pessoa como beneficiários, ao indicar a empresa como benefici-

ária, os sócios representantes da mesma recebem a indenização e compram a parte dos familiares do sócio faltante”, comenta Cristina.

Lembrando que são necessárias preocupações com aspectos contratuais (contrato social), que devem prever esse dispositivo. “Basicamente orientamos que haja uma cláusula no contrato social, informando da existência e objetivo do seguro, e tendo o de acordo dos herdeiros dos sócios. Indicamos fortemente que seja sempre consultado um advogado para essa consultoria contratual”, orienta a especialista.

Sucessão empresarial é a transferência de poder entre a atual geração de dirigentes para uma nova, proporcionando a perpetuação da empresa e seu legado. Os sucessores podem ser definidos a partir da busca entre os colaboradores, um ente familiar específico ou até mesmo a contratação de uma pessoa no mercado.

Inevitavelmente, a sucessão empresarial provoca desgaste na empresa, por isso, é importante um planejamento estratégico, garantindo uma sucessão gradual tanto na escolha do sucessor quanto na própria transferência do comando, a fim de minimizar os impactos dessa mudança.

Por fim, pode se ver que todo processo sucessório, em especial o familiar, requer dedicação e, principalmente, vocação dos escolhidos para assumir a gestão da corporação. Portanto, salienta-se que buscar ajuda profissional com empresas especializadas nesse processo é um passo importantíssimo para os empresários alcançarem o sucesso e a perenidade do seu negócio. - Fonte e mais informações: (<https://camilloseguros.com.br/>).

As Soft Skills: sua importância no mercado corporativo

O mercado está mudando. A evolução das estruturas organizacionais e a globalização aceleram os processos e para conquistar espaço e confiança no mercado de trabalho o comportamento profissional está ganhando cada vez mais destaque nos processos seletivos. Muito mais que um diploma ou habilidades técnicas, as competências comportamentais representam 85% do sucesso profissional nas carreiras, segundo pesquisa realizada pela Orange Country Career.

Esses atributos pessoais são conhecidos como Soft Skills e estão relacionados à capacidade de pensar, agir e interagir com outras pessoas no local de trabalho.

Como essas habilidades não são técnicas, para desenvolvê-las é necessário buscar o autoconhecimento e trabalhar a inteligência emocional, saber quais são os pontos fortes e também os que precisam evoluir para uma melhor performance profissional.

• **O lado humano da tecnologia** - Um dos mercados que está em alta e com grande procura de profissionais é a área de tecnologia. Segundo pesquisa feita pela GeekHunter em 2020, mesmo na pandemia, o mercado de TI registrou 310% de crescimento nas oportunidades de trabalho e as expectativas seguem promissoras. De acordo com a Brasscom, 420 mil novas vagas devem ser criadas até 2024.

E para os profissionais de

Ti que desejam evoluir na carreira ou para quem deseja iniciar na área, a analista de RH da Mouts, Cristiane Bachmann elencou cinco Soft Skills destaque no mercado de tecnologia.

- 1) Comunicação** - Toda forma de expressão, seja ao escrever ou a própria apresentação pessoal. Além disso, envolve também a capacidade de saber ouvir o outro.
- 2) Inteligência Emocional** - Habilidade de saber lidar com as suas próprias emoções e com a emoção do outro.
- 3) Autogerenciamento** - Estar ciente de suas metas e objetivos e executá-las da melhor forma, sem a necessidade de ser cobrado por alguém. Com o trabalho remoto, essa habilidade ganha ainda mais destaque no mundo corporativo.
- 4) Negociação** - Não importa a área ou função, todos sempre vão precisar ter a expertise de negociar com alguém.
- 5) Liderança** - Não é somente característica de um gestor, você sempre vai influenciar outras pessoas e precisa ter habilidade para isso.

A dica é buscar além de especializações na área, autoconhecimento para aprender a controlar as emoções e saber lidar em situações adversas do dia a dia no ambiente de trabalho. - Fonte e mais informações: (<https://mouts.info/>).



Prof. Ms Almir Vicentini (*)

Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

Seu corpo sabe que você está esgotado

Veja como reconhecer os sintomas físicos do estresse relacionado ao trabalho – e o que fazer com eles

Vamos usar um exemplo fictício: alguém que trabalha numa organização caótica, sem processos e que exige desempenho acima da média. Vamos chamar nosso personagem de Dr. Dipiù. Ele sabe que está se aproximando do esgotamento quando acorda, sente raiva instantaneamente de sua caixa de entrada de e-mail e não quer sair da cama. Talvez não seja surpreendente que um profissional que está tentando conter a maré crescente de esgotamento também possa se esgotar às vezes. Afinal, o fenômeno praticamente se tornou onipresente em nossa cultura.

Quando as pessoas pensam em esgotamento, sintomas mentais e emocionais, como sentimentos de desamparo e cinismo, geralmente vêm à mente. Mas o esgotamento também pode levar a sintomas físicos, e os especialistas dizem que pode ser sábio ficar atento aos sinais e tomar medidas quando os notar.

Burnout, como é definido, não é uma condição médica – é uma manifestação de estresse crônico absoluto. A Organização Mundial da Saúde descreve o burnout como um fenômeno no local de trabalho caracterizado por sentimentos de exaustão, cinismo e eficácia reduzida.

Você começa a não funcionar tão bem, está perdendo prazos, fica frustrado, talvez fique irritado com seus colegas. Mas o estresse pode ter efeitos de desgaste no corpo, especialmente quando não diminui depois de um tempo – então faz sentido que também possa incitar sintomas físicos, dizem especialistas. Quando as pessoas estão sob estresse, seus corpos sofrem mudanças que incluem níveis mais altos do que o normal de hormônios do estresse, como cortisol, adrenalina, epinefrina e no-

repinefrina. Essas mudanças são úteis a curto prazo – elas nos dão energia para superar situações difíceis – mas com o tempo, elas começam a prejudicar o corpo.

O que observar

Um sintoma comum de esgotamento é a insônia. Pesquisas sugerem que o estresse crônico interfere no complicado sistema neurológico e hormonal que regula o sono. É um ciclo vicioso, porque não dormir deixa esse sistema ainda mais fora de controle. Se você notou que não consegue dormir à noite, isso pode ser um sinal de que você está sofrendo de esgotamento.

A exaustão física é outro sinal comum. Especialistas dizem que um de seus principais sintomas de esgotamento era a fadiga. “Percebi que estava dormindo todos os dias depois do trabalho – e fiquei tipo, ‘O que há de errado comigo?’, mas na verdade era um esgotamento”, disse Dr. Dipiù.

Mudanças nos hábitos alimentares – comer mais ou menos do que o habitual – também podem ser um sinal de esgotamento. As pessoas podem comer menos porque estão muito ocupadas ou distraídas, ou podem desejar “aquelas comidas reconfortantes que todos nós gostamos de ir quando precisamos de algo para nos fazer sentir melhor. Pesquisas também sugerem que os hormônios do estresse podem afetar o apetite, fazendo com que as pessoas sintam menos fome do que o normal quando estão sob muito estresse e mais fome do que o normal quando o estresse alivia.

Dores de cabeça e de estômago também podem ser incitadas pelo esgotamento. Também é importante observar que o esgotamento pode se desenvolver juntamente com a depressão ou a ansiedade, que podem causar sintomas físicos. A depressão pode causar dores musculares, dores de estômago, problemas de sono e alterações de apetite. A ansiedade está ligada a dores de cabeça, náuseas e falta de ar.

O que fazer

Se você estiver enfrentando sintomas físicos que podem ser indicativos de esgotamento, considere consultar seu médico ou um profissional de saúde mental para determinar se eles são motivados pelo estresse ou enraizados em outras condições físicas. Não ignore os sintomas e assuma que eles não importam.

Se for burnout, a melhor solução é abordar a raiz do problema. O burnout é normalmente reconhecido quando é motivado pelo trabalho, mas o estresse crônico pode ter uma variedade de causas – problemas financeiros, problemas de relacionamento e encargos de cuidado, entre outras coisas.

Quando o esgotamento decorre de problemas relacionados ao trabalho, pode ser útil solicitar melhores condições de trabalho. Em alguns locais seria importante fazer um brainstorming com colegas de trabalho e apresentar ao seu empregador ideias que ajudariam – como fornecer áreas silenciosas para intervalos, criar dias “sem reuniões” para que os funcionários possam ter mais tempo para se concentrar ou garantir que haja sempre café na sala de descanso. Mesmo pequenas mudanças como essas podem reduzir o risco de esgotamento se resolverem um problema que as pessoas enfrentam no trabalho todos os dias. São os estressores crônicos do trabalho que deixam as pessoas realmente loucas depois de um tempo – elas não têm o equipamento certo, não têm as coisas de que precisam, não têm pessoas suficientes para fazer o trabalho. Conhece algum trabalho assim?

Você tem que ter algo fora do trabalho que te ajude a desestressar, que te ajude a se concentrar e te ajude a relaxar. Repense a sua vida profissional e pessoal!

(*) é mestre em Educação, Coordenador e Professor de Pós-Graduação de cursos na área da Educação, Curador do “Programa Escola da Família” e das LIVES “Universo Educação”, ambas da Full Sail University. Autor de livros sobre Gestão Escolar, Competências Socioemocionais e Comportamentais.