

Energia solar já chega a 1 milhão de telhados e pequenos terrenos

A energia solar acaba de atingir a marca histórica de 1 milhão de sistemas instalados em telhados, fachadas e pequenos terrenos no Brasil, segundo mapeamento da Absolar.

São mais de 10,6 gigawatts (GW) de potência instalada em residências, comércios, indústrias, produtores rurais, prédios públicos no Brasil.

De acordo com a entidade, desde 2012, foram mais de R\$ 57,4 bilhões em investimentos privados, que geraram mais de 320 mil empregos acumulados no período, espalhados em todas as regiões do Brasil, adicionando a arrecadação de mais de R\$ 14,3 bilhões aos cofres públicos. Embora tenha avançado nos últimos anos, o Brasil – detentor de um dos melhores recursos solares do planeta – continua atrasado no uso da geração própria de energia solar.

Dos mais de 89 milhões de consumidores de energia elétrica do país, apenas 1,3% já faz uso do sol para produzir eletricidade, limpa, renovável e competitiva. Na visão da Absolar, este poderá ser o melhor ano da energia solar já registrado no país desde 2012, com o maior crescimento do mercado e do setor na última década. A geração própria de energia solar seguirá crescendo a passos largos e deverá



A tecnologia solar fotovoltaica já está presente em mais de 5.480 municípios e em todos os estados brasileiros.

praticamente dobrar sua potência operacional instalada, impulsionada pelos aumentos nas tarifas de energia elétrica acima da inflação.

Trata-se, portanto, do melhor momento para se investir em energia solar, justamente por conta dos reajustes tarifários e do período de transição previsto na lei, que garante até 2045 a manutenção das regras atuais aos consumidores que instalarem um sistema solar no telhado até janeiro de 2023. A tecnologia solar fotovoltaica já está presente em mais de 5.480 municípios e em todos os estados brasi-

leiros, sendo que os estados líderes em potência instalada são, respectivamente: Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Sul, Mato Grosso e Paraná.

“A energia solar terá função cada vez mais estratégica para o atingimento das metas de desenvolvimento econômico e ambiental do país, sobretudo neste momento, para ajudar na recuperação da economia, já que se trata da fonte renovável que mais gera empregos no mundo”, aponta o CEO da Absolar, Rodrigo Sauaia.

A energia solar tem ajudado a baratear a conta de luz com a redução do uso

de termelétricas fósseis, mais caras e poluentes e responsáveis pelas bandeiras tarifárias que encarecem a conta de luz”, comenta o presidente do Conselho de Administração da entidade, Ronaldo Koloszuk. A fonte solar lidera com folga o segmento, com mais de 99,9% das instalações. Em número de sistemas instalados, os consumidores residenciais estão no topo da lista, com 77,6% das conexões.

Em seguida, aparecem os pequenos negócios dos setores de comércio e serviços (12,5%), consumidores rurais (7,7%), indústrias (1,9%), poder público (0,3%) e outros tipos, como serviços públicos (0,02%) e iluminação pública (0,01%). Em potência instalada, os consumidores residenciais lideram o uso da energia solar, com 45,4%, seguidos pelos pequenos negócios dos setores de comércio e serviços (32,3%), consumidores rurais (13,7%), indústrias (7,4%), poder público (1,1%) e outros tipos, como serviços públicos (0,1%) e iluminação pública (0,02%). - Fonte e mais informações (www.absolar.org.br).

Customer Experience: como fidelizar clientes e alavancar os negócios

Caroline Farinelli (*)

Em um mercado competitivo, o conceito de Customer Experience ganha força e torna a área de atendimento ao cliente um pilar prioritário na estratégia das empresas

Para garantir uma experiência satisfatória, é preciso atentar-se a todas as etapas da jornada do consumidor, desde o primeiro contato com a marca, até a finalização de uma compra. Ao final, a imagem que a companhia transmitirá, positiva ou negativa, é o que definirá a fidelização, aumentando as chances de indicação dos serviços e produtos da companhia para a sua rede de contatos.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Harvard Business Review, 73% dos líderes de negócio apontam que, atualmente, oferecer uma experiência relevante e confiável é essencial para o desempenho das empresas e 93% acreditam que a importância dessas experiências deve aumentar ainda mais nos próximos dois anos. Além disso, clientes satisfeitos compram novamente em 80% das vezes e gastam em média 70% mais que na primeira compra, segundo estudo da WCES.

Diante deste cenário, o ponto de partida para garantir a satisfação desejada engloba mapear e entender as necessidades da empresa, oferecer soluções aderentes ao que ela espera, além de traçar um planejamento estratégico e analisar métricas como NPS (Net Promoter Score), CSAT (Customer Satisfaction) e CES (Índice de Esforço do Cliente).

Outro aspecto de destaque está relacionado ao acompanhamento da jornada do cliente, uma vez que é preciso auxiliá-lo durante todo o processo de compra. Isto aumenta a confiança e fornece a garantia de que a empresa está disponível e atenta para apoiá-lo em uma jornada 360°. Trazendo para a realidade das organizações de tecnologia, por exemplo, este caminho contempla desde o Assessment, ou seja, a análise do ambiente de TI e diagnóstico para definição do projeto, até a escolha da tecnologia mais aderente, bem como a implementação e o pós-venda. Oferecer uma experiência

diferenciada está muito alinhado à maneira como a empresa prestadora de serviços nutre esse propósito internamente. Mais do que um líder engajado, é fundamental que a cultura da empresa seja voltada às pessoas e que a equipe, como um todo, esteja satisfeita e inteiramente dedicada ao projeto. Para isso, é necessário elevar o interesse em desenvolver uma organização humanizada, com foco central em pessoas e, consequentemente, no consumidor.

Por outro lado, a tecnologia também apresenta papel imperativo neste sentido. Segundo um estudo da Gartner, o investimento em tecnologia é a segunda maior preocupação para os CEOs, atrás apenas do crescimento da companhia. Já para os CIOs, o Customer Experience é uma das principais opções na busca por inovação.

Este contexto deixa claro a grande sinergia entre a transformação digital e a experiência do usuário. Prova disto é a realidade das companhias do mercado de software e tecnologia, que oferecem aos seus parceiros não apenas a venda de soluções, mas toda assistência necessária para entender de fato a sua dor, uma vez que, em determinados casos, a solução procurada não é a necessária naquele momento. Isto evita gastos indevidos, alavanca os negócios e, consequentemente, aumenta a sua satisfação.

Desta forma, entregar resultados que superem as expectativas criadas tornou-se um diferencial significativo para estreitar o vínculo de confiança e perenidade entre as empresas. A partir disso, não é possível deixar de mencionar a integridade, que nada mais é do que oferecer exclusivamente aquilo que garante valor ao negócio em questão, proporcionando um serviço personalizado e que gere benefícios evidentes a curto, médio e longo prazo.

Assim, conseguimos visualizar a jornada do cliente como um todo, desde a experiência do atendimento do fornecedor parceiro, até a escolha e implementação de tecnologias que permitam otimizar, ainda mais, os negócios das empresas.

(*) - É Head de Customer Experience na SoftwareONE, líder em soluções de ponta-a-ponta para tecnologia de nuvem (https://www.softwareone.com/pt-br/).

Perguntas obrigatórias em pesquisas de satisfação interna

Uma das maneiras de realizar a pesquisa de satisfação interna (eNPS), é por meio de perguntas para entender quais processos devem ser reavaliados para tornar o clima organizacional mais leve e motivacional. A Feedz, plataforma completa para engajamento e desempenho de colaboradores, elaborou cinco perguntas que todo gestor deve fazer para seus funcionários. Segundo a Gallup, cerca de 87% dos colaboradores no mundo não estão engajados no trabalho.

Para Bruno Soares, CEO e cofundador da Feedz, além dos processos internos e da rotina refletirem no trabalho dos colaboradores, os líderes têm grande influência no bem-estar e engajamento.

“É de extrema importância realizar pesquisas internas, as respostas para essas perguntas permite que as organizações avaliem o impacto dos líderes sobre os liderados e proponha melhorias necessárias para construir um ambiente de trabalho saudável e feliz”, afirma o CEO. As principais perguntas que devem estar na sua pesquisa de satisfação, são:

1) Como você seria mais feliz aqui? - Quanto mais feliz, mais produtivo e engajado será o funcionário, e assim, maior a chance da evolução profissional. Uma pesquisa do Center for Positive Organizational Scholarship, afirma que os colaboradores felizes são em média 31% mais produtivos e três vezes mais criativos que os que estão infelizes.

2) O que podemos fazer para ser uma empresa melhor? - As pesquisas relacionadas ao engajamento têm impacto direto nos negócios, com os resultados, você pode perceber os pontos fracos da sua empresa, onde ela se destaca, além de como engajar e motivar seus colaboradores.

3) Quando você leva em consideração o seu esforço, competências e experiência, você acredita que é remunerado de forma justa? - A empresa paga aos funcionários o salário que eles valem, portanto, dar um bônus financeiro, por mais que seja algo clichê, mostra que você reconhece e valoriza os esforços e realizações que vão além do que foi pedido.

4) Você acha que a empresa sempre fala a verdade? - A transparência está entre os valores de muitas empresas. É essencial para uma comunicação eficaz, além do fato de sabendo de todas as informações as metas e objetivos da organização podem ser melhor trabalhadas.

5) Seu líder dá feedback construtivo sobre o seu desempenho regularmente? - Uma pesquisa realizada pela Feedz para medir a taxa de engajamento dos colaboradores, comprovou que 94% dos colaboradores compreendem melhor o trabalho a ser realizado, em empresas que realizam reuniões 1:1.

As perguntas podem ser sobre assuntos relacionados ao trabalho, desde liderança a forma como o colaborador se sente. É importante frisar que respostas anônimas são importantes para que o colaborador se sinta confortável em expressar suas dores. “Para criar uma empresa realmente poderosa e engajada, é preciso fazer o básico: ouvir as pessoas, perguntar mais, pedir opinião, trocar feedbacks. Independente de hierarquia ou nível de conhecimento, função ou tempo de casa”, conclui Bruno Soares. - Fonte e outras informações: (www.feedz.com.br).

Recrutamento em TI: contratação de profissionais ou de Squad

Robson Cristóvão (*)

Diferentes formatos de trabalho têm sido experimentados e debatidos em diversos setores, porém, é da Tecnologia que geralmente partem novos insights para este tipo de mudança para o mundo corporativo. E dois deles têm se destacado pelas soluções que oferecem: a Alocação de Profissionais - também chamada de Body Shop - e a Contratação de Squad.

Antes de saber como eles se destacam, no entanto, é preciso entender a diferença entre os dois formatos. Na Alocação de Profissionais, o cliente contrata uma empresa que vai recrutar um profissional de TI de acordo com as habilidades técnicas que ele precisa. Este colaborador é treinado e atua dentro da “empresa cliente”, enquanto a gestão funcional é feita por quem recrutou.

Por outro lado, na Contratação de Squad, o cliente apresenta um projeto a ser desenvolvido e, conforme o plano, uma equipe personalizada será montada - a Squad. “Mas, o que vai definir qual é o melhor formato para a minha necessidade?”, o cliente pode se perguntar. A resposta é a cultura da empresa. Diferente do que muita gente acredita, estes formatos atendem demandas de corporações dos mais diversos segmentos.

Dessa forma, é o jeito de trabalhar de cada empresa que vai apontar qual das opções se

encaixa melhor no projeto a ser desenvolvido. Além disso, os dois formatos apresentam uma outra vantagem. Nos dois casos, a agilidade e eficiência no recrutamento dos profissionais e a aceleração na entrega de resultados são diferenciais.

No Body Shop, inclusive, um dos principais benefícios é justamente a redução de custos de contratação, pois o cliente não precisa fazer todo o processo de recrutamento, seleção e efetivação do candidato. Caso a contratação não funcione por qualquer motivo, é possível também, fazer a troca de profissionais com mais rapidez. No caso do Squad, o formato também mitiga alguns problemas: como a equipe trabalha integrada, no caso de desligamento de algum integrante, os outros conseguem absorver a demanda - mesmo que temporariamente - com o menor prejuízo ao projeto, já que todos compartilham as informações. Além disso, a velocidade de entrega pode ser reduzida à metade com uma equipe exclusivamente dedicada ao projeto.

Em resumo, tanto a Alocação de Profissionais quanto a Contratação de Squad são soluções inovadoras para empresas que precisam de serviços de TI especializados, mas têm dificuldades em recrutar ou não querem sobrecarregar os próprios times, mas buscam entregas rápidas e qualificadas.

(*) - É Diretor Comercial da Mouts TI (https://mouts.info/).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS
15º Subdistrito - Bom Retiro
Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

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

O pretendente: **GYU DONG KANG**, nascido em Daejeon, República da Coreia, no dia (16/08/1971), profissão comerciante, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Jun Ku Kang e de Soon Ja Kang. A pretendente: **EUN A KWAK**, nascida em Seul, República da Coreia, no dia (05/06/1970), profissão comerciante, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Youn O Kwak e de Soon Hwan Kwak Park.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

Proclamas de Casamentos

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

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

O pretendente: **ANTHONY CHINEMEREM KALU**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: Nigéria, data-nascimento: 13/08/1992, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Alex Ogu Kalu e de Joy Oluchi Kalu. A pretendente: **THAINA SARAIVA SANTOS**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/09/1997, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Marcelo Luiz dos Santos e de Tania Santos Saraiva.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/93EB-1431-6A0A-DEFB> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 93EB-1431-6A0A-DEFB



Hash do Documento

39D3DA87E10E3AD0129AB905AA5DA613E99CFBEDA82007F4A3354DA956395ADD

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 27/05/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 27/05/2022 20:11 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Fri May 27 2022 20:11:27 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.503216 Longitude: -46.7030574 Accuracy: 13.149

IP 177.139.100.37

Hash Evidências:

50CDAB3A7D4FDF3B8B50E49F3E33FF08697FDCB1D0B991B2E7D39F6D80AE71F

