

2024 está mesmo ruim para cargos de liderança?

Marcelo Arone (*)

Este tem sido um ano de demandas mais pontuais e teremos um semestre desafiador pela frente. O que começou com uma perspectiva favorável em janeiro, em boa parte, não se concretizou

- O que podemos perceber:
- A gestão tende a ser uma área mais ágil e menos engessada;
- As empresas estão se reestruturando, com foco em investimentos menores e que darão retorno com o tempo;
- Quem está no mercado precisa se atualizar.

O atraso no corte de juros, a preocupação com o cenário fiscal do país, a eterna influência política na economia puxaram o freio de mão, e isso significa que as empresas estão contratando menos, mas também que estão investindo mais em contratações que realmente valham a pena.

O mercado de contratações se baseia em perspectivas. Nenhuma empresa se arrisca a fazer um plano agressivo de expansão se não houver garantias mínimas de que esse investimento em pessoas vai retornar em 1 ou 2 anos. Se, de um lado, as companhias estão sendo mais criteriosas em suas contratações, do outro, é possível voltar a pensar em construir carreira, investindo mais esforço nos ganhos futuros.

Os números da INFOJOBS para o Valor Econômico só mostram que as empresas estão investindo valores menores, pensando no médio prazo. Ou seja: quem é líder, vai precisar se atualizar para seguir relevante. Aparentemente, as portas estão abertas para os jovens talentos, mas não estão fechadas para os seniores. Pelo contrário, quem investe pesado, vai querer investir com 100% de certeza.

Então, o que fazer? - Apesar do ano morno, há luz no fim do túnel! Quem está empregado e quer dar um gás na carreira para, de repente, conseguir uma promoção, precisa urgentemente investir em soft skills. Treine suas habilidades pessoais e comportamentais para ser um agente de transformação e cuide da saúde mental para trazer leveza e impactar seus times, esse perfil "coringa" é sempre bem aceito pelos pares e buscado pelos gestores.

Quem busca uma mudança na carreira, além de seguir a dica acima, precisa investir em skills mais técnicos em áreas que ajudem a diferenciar o currículo da média de mercado.

Áreas como Inteligência Artificial e Gestão Humanizada estão em alta, assim como saber trabalhar dados e gerar estratégias assertivas são necessidades presentes em todos os nichos, de RH até Tecnologia, passando por Negócios, Vendas, Operações etc. Estar atualizado com essas tendências transmite sabedoria, algo que nunca será demais

(*) - Sócio Fundador da OPTME RH, é headhunter e especialista em empresas que passam por processo de transformação e profissionalização (<https://optme.com.br>).

Desafios enfrentados pelo e-commerce podem ser vencidos com automação e melhor relacionamento com clientes

Todo segmento e todas as empresas enfrentam desafios e obstáculos. Isso é normal e totalmente compreendido pelos profissionais e pelo mercado. O que diferencia cada um, no entanto, é a capacidade de encontrar soluções, vencer barreiras e transpor as dificuldades que aparecem

Felipe Rodrigues (*)

Não é diferente com os players que atuam no e-commerce. São diversos os desafios enfrentados e, muitas vezes, ao encontrar solução para uma questão que gera dor de cabeça hoje, já é necessário começar a buscar alternativas para resolver outro ponto da operação.

Em vários casos, especialmente em relação àqueles ligados ao comportamento do consumidor, a automação de processos pode ser decisiva, assim como o estabelecimento de uma relação mais próxima com os clientes.

Um desafio comum a quase 100% das lojas online na atualidade, tem relação, por exemplo, com o fato dos clientes abandonarem a navegação em curso antes mesmo de selecionar algum produto para a compra. Os fatores que podem levar a essa desistência, assim como no caso dos consumidores que chegam a formar seus carrinhos, mas não concluem as compras, podem ser os mais diversos. Uma distração pode



small emilies_CANVA

ser o suficiente para desviar a atenção do cliente, assim como uma emergência. Em outros casos, o abandono pode ser ocasionado por fatores como preço, valor de frete, disponibilidade do produto na versão desejada.

Levando em consideração que em boa parte das vezes o 'sumiço' repentino do cliente acontece por um desses motivos pontuados, ter ferramentas que possam automatizar o processo de identificação do referido abandono, seguido por uma ação de contato, que funcione como uma tentativa de recuperação daquela venda em potencial pode ser não apenas benéfico, mas desejado.

Quando essas ferramentas são parametrizadas de maneira estratégica, ainda podem ser assertivas na hora de estreitar relações com esses clientes. Isso significa que agregar a esse momento uma mensagem aproximadora e oferecer um benefício real ao cliente pode fazer a diferença em relação ao tipo de experiência vivida com a marca, o que no final das contas trará a definição quanto às chances de fidelização ou não do consumidor.

Ao buscar na inovação e na tecnologia as respostas para desafios reais, podemos encontrar chaves até para

obstáculos vivenciados no varejo físico ou nas estratégias Omnichannel, que ganham cada vez mais espaço na maneira como as pessoas conduzem suas jornadas de compras. Note que uma pesquisa realizada em 2023 pelo Opinion Box em parceria com a Bornlogic identificou que 77% dos consumidores brasileiros já fizeram compras em uma mesma loja por canais de vendas diferentes, caso da operação física e do e-commerce ou app e 64% já desfrutaram das vantagens da integração entre esses diferentes canais ao realizar uma compra pelo site ou app e retirar o produto na loja física. Ou seja, fica bastante claro que investir em plataformas e ferramentas que possam melhorar a experiência de compra para os consumidores pode ser a solução para alguns problemas enfrentados pelo varejo como um todo. Pense a respeito!

(*) Especialista em e-commerce, fundador e CEO do ENVIU - plataforma especializada em ferramentas e soluções para automação do marketing para e-commerce (www.enviu.com.br).

Como fazer com que os colaboradores sejam promotores da sua marca?

Suzie Clavery (*)

Em um mercado extremamente competitivo como o atual, não há como uma empresa se diferenciar da concorrência sem atrair os melhores talentos. E a estratégia mais assertiva para alcançar esse objetivo é transformar os colaboradores em promotores da marca.

"Mas como fazer isso?", você, profissional de RH, deve estar se perguntando. Em resumo, a resposta para essa pergunta reside na criação de experiências de trabalho positivas, que fortaleçam o Employer Branding e promovam o alinhamento cultural da empresa.

Construindo uma cultura positiva e engajadora

Antes de pensar em correr atrás de novos talentos, é fundamental que a companhia foque nas experiências dos seus próprios colaboradores. É a partir dessa vivência que se forma a percepção e a reputação da empresa como empregadora ou, como costumamos chamar, o seu Employer Branding.

A partir desse direcionamento estratégico, é possível comunicar as propostas de valor da marca tanto internamente, com o próprio time, quanto externamente, com candidatos e o mercado em geral. Porém, essa mensagem deve ser genuína e condizente com aquele ambiente corporativo.

E quem melhor do que os próprios colaboradores para garantir que a reputação da empresa seja autêntica e positiva? Trazê-los para o centro da estratégia de Employer Branding dá protagonismo, consistência e credibilidade à companhia como marca empregadora.

Isso só é possível se a empresa investir em uma cultura organizacional

positiva, que traga soluções para promover uma comunicação aberta e transparente, além de reconhecimento, recompensas, desenvolvimento profissional, feedbacks e tudo que proporcione uma experiência de trabalho produtiva e saudável. Em um ambiente assim, os colaboradores se sentem valorizados, engajados e orgulhosos de fazer parte da organização, de modo que sejam os seus promotores naturais.

Benefícios de transformar os colaboradores em promotores da marca

Investir em uma forte marca empregadora e incentivar os colaboradores a serem os seus promotores traz múltiplas vantagens tangíveis e intangíveis para as organizações. A própria atração de mão de obra qualificada é uma delas, como uma pesquisa do LinkedIn comprova ao mostrar que 76% dos candidatos procuram a reputação de uma empresa antes de se candidatarem a uma vaga. Já o Glassdoor aponta essa taxa como sendo de 84%.

Além disso, uma companhia com boa reputação entre seus times faz com que os mesmos a recomendem para amigos, colegas e familiares, reduzindo os custos de recrutamento em até 50% por meio de indicações internas. Obviamente, essas pessoas estão mais engajadas e satisfeitas com as suas posições profissionais por terem esse tipo de atitude, o que também garante à empresa uma probabilidade 41% menor de perder talentos e um índice de produtividade 21% maior para cada um dos seus colaboradores, como aponta a Gallup.

Dicas para acelerar a criação de uma cultura organizacional forte

Para fortalecer a cultura organizacional de forma consistente, inspirando orgulho nos colaboradores

para que continuem promovendo a marca, alguns pontos são essenciais. São eles:

• **Definição clara de missão, visão e valores:** esses elementos são capazes de direcionar as pessoas, trazendo um senso de propósito comum e alinhando os seus objetivos com os da marca;

• **Liderança autêntica:** líderes que seguem a cultura desejada servem como referências para os liderados, inspirando-os a fazer o mesmo;

• **Feedbacks constantes:** ter uma comunicação clara com os colaboradores sobre o trabalho que estão realizando não só garante que eles utilizem os recursos da empresa e as suas habilidades da melhor maneira possível, como também os fazem sentir parte da organização;

• **Canais de comunicação eficientes:** quando as lideranças dialogam de forma adequada e eficaz com os liderados, a construção de um ambiente positivo se torna muito mais rápida;

• **Reconhecimento e desenvolvimento:** investir em treinamentos, programas de capacitação e planos de carreira demonstram o compromisso com o crescimento dos colaboradores.

Todos esses passos mostram que transformar colaboradores em promotores da marca não é um acaso, mas sim o resultado de um investimento estratégico na criação de experiências de trabalho positivas, em uma cultura organizacional forte e em uma comunicação autêntica. Portanto, quanto mais cedo as empresas entenderem que os seus maiores ativos são as pessoas que fazem parte dela, mais rápido crescerão no mercado.

(*) CHRO Latam da TotalPass, uma das principais soluções de saúde integrada do Brasil no âmbito corporativo.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL 33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

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

O pretendente: **RAFAEL GALHETA ALVES DOS SANTOS**, estado civil solteiro, filho de Juliano Alves dos Santos e de Eliane Aparecida Galheta, residente e domiciliado no Distrito de Sapopemba, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **PAOLA GIULIA GATTI SANTOS**, estado civil solteira, filha de Genivaldo Galdino Santos e de Patricia Gatti de Freitas, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Alcides Miller, nº 88, Distrito de Sapopemba, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua do Oratório, nº 522, apto. 803, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **MATHEUS BATTAGLIA DA SILVA**, estado civil solteiro, filho de Ana Paula Battaglia da Silva, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **GABRIELA CARVALHO DE ALMEIDA**, estado civil solteira, filha de Marcelo Fernandes de Almeida e de Simone Carvalho, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **CLÁUDIO ALEXANDRE LOMBARDI**, estado civil divorciado, filho de Claudio Lombardi e de Maria de Lourdes Custodio Lombardi, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **FABIANA DE ALMEIDA GARCIA LOMBARDI**, estado civil divorciada, filha de Wilson Garcia e de Luiza Maria de Almeida Garcia, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **HENRIQUE AGOSTINHO ALVES**, estado civil solteiro, filho de Siloel Soares Alves e de Maria de Fátima Agostinho, residente e domiciliado na Vila Formosa, nesta Capital - São Paulo - SP. A pretendente: **JULIA PEREIRA DE ALMEIDA**, estado civil solteira, filha de José Aparecido de Almeida e de Vaudecir Pereira de Almeida, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua Alva, nº 275, Vila Formosa, nesta Capital - São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Lemos Torres, nº 147, Alto da Mooca, neste subdistrito, São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente.

O pretendente: **GUILHERME PINELLI DI MARCO HUERTAS**, estado civil solteiro, filho de Sclandro Di Marco Huertas e de Renata Pinelli de Almeida, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **BEATRIZ LEITE DOS SANTOS SILVA**, estado civil solteira, filha de Jose Wilson Beserra Cavalcanti Silva e de Deuraci Leite dos Santos, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. 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 IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/2B8F-AAF6-499A-3E2E> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 2B8F-AAF6-499A-3E2E



Hash do Documento

0931A58AEDB5DB76FB3250F377B6C9BA88DBB1F10B9F3FCEA25529914071FF3A

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 08/08/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 08/08/2024
20:32 UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS
LTDA - 05.687.343/0001-90

