

GESTÃO

In foco

A informação que faz diferença.

DESAFIOS

DO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO
NA ERA MODERNA



Hospedagem na
nuvem ou
infraestrutura
interna: qual a
melhor opção?



Kartismo: uma
jornada de
adrenalina e
diversão no mundo
do automobilismo

Uma

Dezesseis empresas associadas, cada uma em um segmento distinto de mercado, proporcionando um amplo portfólio de serviços indispensáveis para sua gestão empresarial.



Alliance

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL

 grupoalliance.com.br

Associação dezesseis soluções!

ALFA SAP

Alfa Consultoria e Implantação de ERP

Audcorp

Auditoria e Perícia

Avante
Assessoria Empresarial

Reestruturação de empresas e
Governança corporativa

BA
BARRETO ASSOCIADOS

Gestão de crise e
Reestruturação empresarial

**Bicudo &
Sborgia**
MARCAS E PATENTES

Propriedade intelectual
Marcas e patentes

**Boaventura
Ribeiro**
advogados ***

Advocacia Trabalhista e Cível

Camillo Seguros
Corretora de Seguros e Benefícios

Corretora de Seguros
e Benefícios

Confirp

Contabilidade

Gestiona

Gestão de Inovação

GHM
SERVIÇOS GERAIS

Facilities

Link 3
COMUNICAÇÃO

Marketing Digital

LOARA
ESPECIALIZADA EM CREDITO PARA EMPRESAS

Intermediação de
Crédito para empresas

MACHADO NUNES 

Advocacia Tributária

MOEMA
ASSESSORIA EM MEDICINA OCUPACIONAL,
ASSISTENCIAL E SEGURANÇA DO TRABALHO

Segurança Ocupacional e
Medicina do Trabalho

PONTONICIAL
COMUNICAÇÕES

Assessoria de Imprensa
e Comunicação

witec

Soluções em Tecnologia
e Telecom

Aponte a câmera do seu smartphone para o
nosso QR code e saiba mais sobre o Alliance.



COMO TRAZER PROFISSIONAIS QUALIFICADOS

É com grande alegria que apresentamos mais uma edição da Revista Gestão in Foco. Nosso compromisso é trazer informações que possam transformar positivamente o universo empresarial, e neste exemplar, abordamos um tema de extrema relevância para todas as organizações: a dificuldade das empresas em contratar, capacitar e reter colaboradores.

Esse tema tem sido um desafio crescente no país, já que as empresas estão enfrentando uma escassez significativa de talentos, o que torna essencial a implementação de políticas sérias de recursos humanos. Além disso, é vital utilizar novas ferramentas e estratégias para engajar e motivar os colaboradores.

A construção de uma equipe alinhada com os propósitos e objetivos da organização é um diferencial competitivo, por isso, dedicamos esta edição a explorar profundamente esse assunto, incentivando uma leitura atenta e reflexiva.

Além do foco em Recursos Humanos, a 89ª edição abrange temas variados que incluem marketing, tecnologia e outros aspectos fundamentais do mundo empresarial. Nosso objetivo é proporcionar a você, leitor, insights valiosos que possam ser aplicados na sua jornada profissional e no crescimento de sua empresa.

Afinal, você é quem faz sua empresa crescer. Desejamos uma leitura proveitosa e inspiradora!

Atenciosamente,

Richard Domingos / Editor-Chefe da Revista Gestão in Foco



Conselho Editorial:

Ana Paula Lucena
Brenda Rodrigues
Bruno Matias
Bruno Ribeiro
Daniel Santos
Danilo Cassemiro
Gisela Santos
Julio Rodrigues
Karoline Gama
Karolyne Dionizio
Leandro Teixeira
Paulo Ucelli
Quezia Borges
Richard Domingos
Rogério Sudré
Welinton Mota

Grupo Alliance:

Avante Assessoria Empresarial – Benito Pedro
Audcorp Auditoria – José Augusto
Barroso Advogados – Denis Barroso
Bicudo & Sborgia – Rosa Sborgia
Boaventura Ribeiro Advogados – Mourival Ribeiro
Camillo Seguros – Cristina Camillo
Confirp Contabilidade – Richard Domingos
Gestiona – Sidirley Fabiani
Ghaw Facilities – Humberto Watanabe
Link 3 – Rogério Passos
Loara Crédito – Adilson Seixas
Machado Nunes Advogados – Renato Nunes
Moema Assessoria – Tatiana Gonçalves
Morais Advogados – Afonso Moraes
Ponto Inicial – Paulo Ucelli
Witec – Marco Lagôa

Editor e Redator-chefe:
Paulo Fabrício Ucelli

Diretora de Arte:
Maíra Rossétti

Revisão:
Guilherme Olhier

Editor-chefe:
Richard Domingos

Serviço de Atendimento ao Cliente
Confirp (SAC): 11 5078 3005
sac@confirp.com ou www.confirp.com

A Revista Gestão In Foco é uma publicação da Confirp Contabilidade produzida pela Ponto Inicial Comunicações.

Todos os direitos reservados. Todas as imagens utilizadas nesta edição são de reprodução. Esta publicação poderá ser reproduzida total ou parcialmente, desde que a fonte seja corretamente citada.



CAPA

Desafios do recrutamento e seleção na era moderna

06	LAZER Kartismo: adrenalina e diversão no mundo do automobilismo	20	GESTÃO A ascensão da recuperação extrajudicial no Brasil
24	SEGUROS Seguro de vida dos profissionais liberais e autônomos	26	SAÚDE MENTAL Lei Federal institui Certificado de Empresa Promotora de Saúde Mental
30	TRIBUTÁRIA A nova era do Perse: benefícios e desafios para o setor de eventos	34	CRÉDITO Mitos e verdades sobre o crédito para empresas
38	TECNOLOGIA Hospedagem na nuvem ou infraestrutura interna?	42	SAÚDE Problemas com planos de saúde: o desafio de garantir tratamentos adequados
46	COBRANÇA Navegando pela complexidade das cobranças: da diplomacia ao judicial	48	MARKETING Marketing Multigeracional: estratégias para engajar diferentes públicos
52	DIREITO O marketing de emboscada e a nova lei que o torna crime	54	SISTEMA Gestão comercial para varejo: tecnologia que soluciona desafios do setor
56	COMUNICAÇÃO A importância da escrita adequada na comunicação corporativa		

KARTISMO:

UMA JORNADA DE ADRENALINA E DIVERSÃO NO MUNDO DO AUTOMOBILISMO

O kartismo é reconhecido como a porta de entrada para o emocionante mundo do automobilismo. Este esporte é acessível, emocionante e ideal para quem deseja experimentar a sensação de pilotar em alta velocidade em um ambiente controlado e seguro. Nesta reportagem, exploramos como os entusiastas podem iniciar no kart, quais são os custos envolvidos e onde encontrar as melhores pistas para correr.

Para aqueles que desejam iniciar no kartismo, os passos iniciais são relativamente simples. Primeiramente, é recomendado procurar um kartódromo que oferece locação de karts, onde é possível alugar o equipamento necessário e participar de baterias de corrida. Muitos kartódromos também oferecem aulas para iniciantes, o que pode ser uma excelente maneira de aprender as técnicas básicas de pilotagem.

Os custos para praticar kartismo podem variar significativamente dependendo do nível de envolvimento. Para iniciantes, o aluguel de um kart e todo o equipamento de segurança, como capacete, luvas e macacão, custa em média entre R\$ 100 e R\$ 300 por sessão. Para aqueles que desejam investir mais no esporte, a compra de um kart pode custar de R\$ 5.000 a R\$ 20.000, além dos custos de manutenção, taxas de pista e eventuais upgrades de equipamentos.

O kartismo é um esporte que exige cuidado e respeito às normas de segurança. É essencial utilizar todos os equipamentos de proteção e seguir as instruções do kartódromo. Além disso, qualquer pessoa, independentemente da idade, pode praticar o kartismo, desde que esteja em boas condições físicas e respeite as limitações impostas pela pista e pelo kart.

EXIGÊNCIA FÍSICA E IMPACTOS NA SAÚDE

Embora seja um esporte que qualquer pessoa possa praticar, o kartismo é especialmente popular entre jovens e adultos que buscam adrenalina e diversão. Entre os pontos positivos, destacam-se a melhoria das habilidades de pilotagem, o desenvolvimento de reflexos rápidos e a possibilidade de trabalho em equipe.

Como qualquer atividade de alta intensidade, o kartismo também apresenta riscos, como lesões, mas com as devidas precauções, esses riscos podem ser minimizados.

Kartismo exige boa resistência física, especialmente nos braços, pescoço e costas, devido à força centrífuga durante as curvas e acelerações. Além de melhorar a saúde cardiovascular e muscular, o esporte também pode trazer benefícios para a saúde mental, como aumento da concentração, redução do estresse e desenvolvimento de estratégias rápidas de tomada de decisão.

DIFERENÇAS ENTRE CIRCUITOS

Cada circuito de kart possui suas próprias características, que influenciam diretamente a experiência de corrida. Para iniciantes, participar de competições como a Copa São Paulo de Kart ou eventos menores organizados por kartódromos locais é uma excelente maneira de ganhar experiência e melhorar suas habilidades. Esses eventos também proporcionam uma oportunidade para os pilotos se integrarem à comunidade de kartismo e fazerem networking.

A comunidade de kartismo no Brasil está em constante crescimento, com cada vez mais pessoas se envolvendo no esporte. Existem várias ligas e associações que organizam eventos e competições, proporcionando um ambiente acolhedor para os novos entusiastas. A interação com essa comunidade pode enriquecer a experiência no esporte, oferecendo suporte e dicas valiosas.

Para garantir a segurança dos praticantes, é fundamental seguir algumas medidas essenciais, como o uso de capacete adequado, luvas, macacão de corrida, protetores de costela e pescoceira. Além disso, seguir as regras do kartódromo e as orientações dos instrutores é crucial para prevenir acidentes e lesões.

MELHORES PISTAS DE KART EM SÃO PAULO

Para os entusiastas do kartismo em São Paulo, existem diversas opções de pistas que oferecem infraestrutura completa e uma experiência única para pilotos amadores e profissionais. Aqui estão alguns dos principais kartódromos, detalhados para facilitar sua escolha:

1. KARTÓDROMO INTERNACIONAL ALDEIA DA SERRA

Localização: Estrada Dr. Yojiro Takaoka, 210 – Barueri, SP (acesso pelo Km 32 da Rodovia Castelo Branco)

Destaques:

- Oferece conforto e segurança tanto para pilotos profissionais quanto para corridas amadoras.
- Estrutura completa para eventos corporativos, test drives de carros e motos, aniversários, e muito mais.
- Ideal para quem busca uma experiência premium com diversas comodidades.

2. KARTÓDROMO INTERNACIONAL GRANJA VIANA

Localização: Rua Tomás Sepé, 443 – Jd da Glória – Cotia, SP

Destaques:

- Pista com 1.150m de extensão e 8m de largura, projetada com trechos variados, subidas, descidas e desníveis.
- Ampla infraestrutura que inclui restaurante, lanchonete, área de boxes, oficinas, paddock, vestiários e lojas.
- Sede de campeonatos famosos como 500 Milhas de Kart e a Copa São Paulo de Kart Granja Viana.
- Oferece espaço para eventos corporativos e particulares.

3. KARTÓDROMO AYRTON SENNA (INTERLAGOS)

Localização: Av. Jacinto Júlio, s/n – portão K – Interlagos – São Paulo, SP

Destaques:

- Localizado ao lado do circuito oficial do Autódromo de Interlagos, um local histórico para os fãs de automobilismo.
- Pista de 1.150m, que recebeu melhorias em 2015 para oferecer uma estrutura ainda mais completa.
- Frequentado por pilotos das principais categorias mundiais, proporcionando uma experiência autêntica.

4. KARTÓDROMO INTERNACIONAL NOVA ODESSA

Localização: Rod. Anhanguera, KM 116 (acesso via Marginal), Jd. Palmeiras, Nova Odessa, SP

Destaques:

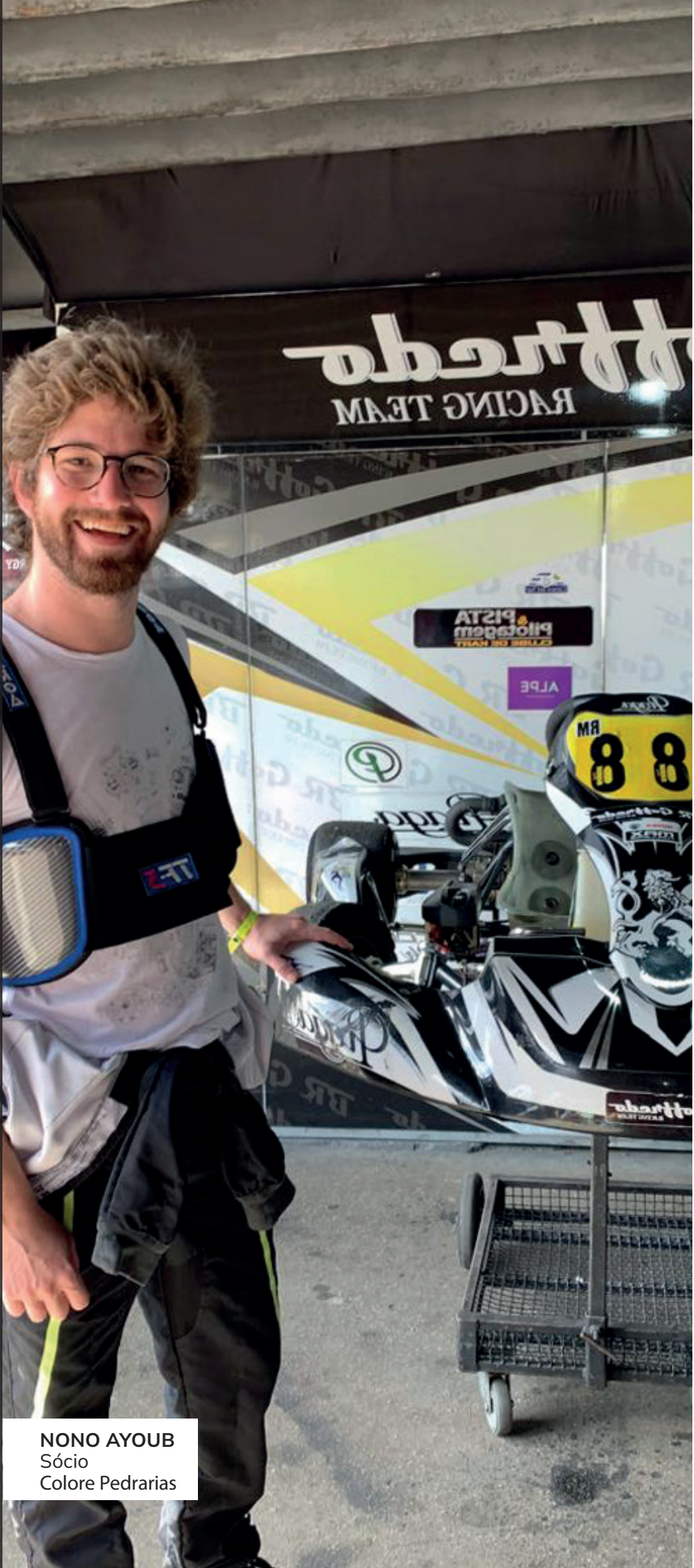
- Possui a maior pista de kart do mundo com aproximadamente 2.780m de extensão.
- Estrutura completa para kartismo amador e profissional, incluindo lanchonete, vestiários, e loja especializada.
- Oferece múltiplos circuitos simultâneos, ideal para diversas configurações de corrida.

KARTISMO: PAIXÃO, DESAFIO E SUPERAÇÃO

Emile Ayoub, mais conhecido como Nono, é um entusiasta do kartismo e sócio da empresa Colore. Ele compartilha sua trajetória e insights sobre o esporte que transformou sua vida. Acompanhe a emocionante jornada de Nono no universo dos karts.

"Comecei a andar de kart porque sempre gostei muito de carro. Tive um amigo que foi piloto de GP2, a Fórmula 2 de hoje. Ele me disse que, a partir do momento em que eu sentasse em um kart, entenderia a verdadeira essência da velocidade e da direção," relembra Nono.

Dito e feito, sua primeira experiência em um kart de dois tempos foi decisiva: "Foi amor à primeira vista. No início, eu não tinha muita condição de andar frequentemente, mas, conforme minha vida foi melhorando, passei a andar cada vez mais."



NONO AYOUB
Sócio
Colore Pedrarias

Para Nono, a competição é o elemento mais emocionante do kartismo. "O desafio está no foco de uma corrida. É uma estratégia complexa, parece um jogo de xadrez na pista. Isso me instiga," explica ele. A adrenalina e a necessidade de planejar cada movimento tornam o esporte viciante e extremamente gratificante.

Engana-se quem pensa que o kartismo é apenas diversão. "O kart exige muito do físico. Após uma corrida, especialmente nos karts mais potentes, você sente a exaustão," diz Nono. Ele destaca que o esporte é uma verdadeira válvula de escape: "Quando estou com muitos problemas no negócio, andar de kart renova minha mente. É melhor que uma terapia para mim."

Assim, cada etapa no kartismo é um novo desafio para ele. "Toda etapa é exigente mental e fisicamente. Cada corrida traz uma nova experiência, uma nova estratégia e um novo desafio," afirma Nono. Ele acredita que a prática constante é essencial para a melhoria: "Eu busco melhorar a performance treinando cada vez mais. A prática leva à perfeição."

Com uma paixão incansável pelo kartismo, Nono não pretende parar tão cedo. "Pretendo nunca parar de andar de kart. A cada treino, a cada corrida, a paixão e o desafio se renovam," conclui ele, mostrando que o kartismo é mais do que um esporte – é um estilo de vida. ■

DESAFIOS

DO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO NA ERA MODERNA



Em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo e dinâmico, atrair e reter talentos tornou-se um dos maiores desafios para empresários e gestores. A escassez de profissionais qualificados e a alta rotatividade de funcionários são apenas algumas das dificuldades enfrentadas pelas empresas modernas. Nesta reportagem, exploramos os principais desafios e tendências no recrutamento e seleção de talentos, com insights de especialistas do setor.

A atração de talentos no cenário atual exige uma abordagem multifacetada e estratégica. Rose Damélio, gerente de Recursos Humanos da Confirp Contabilidade, destaca a crescente dificuldade em atrair profissionais qualificados.

Cada vez mais as empresas estão encontrando desafios muito grandes na atração e retenção de talentos. Muitas pessoas não aceitam mais o trabalho presencial, buscam home office para trabalhar de casa e não aceitam mais a cobrança como anteriormente. A retenção de talentos também é um desafio enorme, diz ela.

A mudança nas expectativas dos trabalhadores modernos reflete uma transformação nas dinâmicas de trabalho, impulsionada por avanços tecnológicos e mudanças sociais.

Para Gustavo Parise, co-fundador da Harpio, a chave para a retenção está em um alinhamento mais profundo entre a cultura da empresa e as expectativas dos profissionais. “Os profissionais devem estar felizes em suas atuais empresas, e para isso, temos que analisar pontos como alinhamento cultural, salário e benefícios, reconhecimento e percepção de crescimento,” explica.



GUSTAVO PARISE
co-fundador
Harpio

Parise enfatiza que as empresas precisam adotar uma abordagem holística para a satisfação dos funcionários, que vá além de remunerações competitivas e inclua aspectos culturais e de desenvolvimento pessoal.

IMPACTO DAS DIFERENÇAS GERACIONAIS

A diversidade geracional no local de trabalho exige que as empresas adaptem suas estratégias de recrutamento e seleção. Rose Damélio pontua: “Observamos uma diferença clara entre as gerações. Profissionais mais jovens trocam de emprego com mais frequência, enquanto os mais velhos, muitas vezes, estão mais engajados. Essa diversidade gera a necessidade de estratégias de atração diferentes para cada grupo etário.”

Gustavo Parise reforça essa visão, mencionando que trabalhos híbridos ou remotos são atrativos para as gerações mais jovens, enquanto projetos de longo prazo podem ser mais interessantes para os profissionais mais experientes. “As estratégias de recrutamento precisam ser ajustadas para se alinhar com o público que se quer atingir”.

VEJA O QUE CADA GERAÇÃO BUSCA NO MERCADO DE TRABALHO:

GERAÇÃO	PERÍODO DE NASCIMENTO	CARACTERÍSTICAS	VALORES NO MERCADO DE TRABALHO
BABY BOOMERS	1946 - 1964	Cresceram em uma época de prosperidade econômica e avanços tecnológicos. Experienciaram longas carreiras em uma única empresa. Valorizam a hierarquia e a ascensão na carreira.	Estabilidade e Compromisso: Valorizam a estabilidade no emprego e o compromisso com a organização. Ética de trabalho forte, lealdade, dedicação a longas horas de trabalho. Procuram reconhecimento através de promoções e cargos de liderança.
GERAÇÃO X	FINAL DOS 1965 INÍCIO DOS 1980	Testemunharam mudanças significativas na sociedade e no ambiente de trabalho. Adeptos da multitarefa e da rápida adaptação às novas tecnologias.	Adaptabilidade e Equilíbrio: Procuram equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. Valorizam autonomia e independência, preferindo um ambiente de trabalho e horários flexíveis.
MILLENNIALS	MEADOS DOS 1981 MEADOS DOS 1996	Cresceram em um mundo cada vez mais conectado pela tecnologia e internet. Nativos digitais, com mentalidade de inovação e criatividade.	Conectividade e Propósito: Buscam propósito no trabalho e empregos alinhados com seus valores pessoais. Valorizam impacto social e ambiental positivo, colaboração e trabalho em equipe, aprendizado contínuo e feedback.
GERAÇÃO Z	FINAL DOS 1997 MEADOS DOS 2012	Cresceram em um mundo altamente digital e interconectado desde o nascimento. Nativos digitais com habilidades tecnológicas avançadas.	Igualdade e Representatividade: Valorizam a igualdade de oportunidades e ambientes de trabalho diversos. Buscam representatividade, são empreendedores e tendem a criar seus próprios negócios e seguir caminhos não convencionais.

OS DESAFIOS E A QUEDA DO HOME OFFICE

O uso de tecnologias avançadas tem se mostrado essencial no recrutamento e seleção. Ferramentas como sistemas de rastreamento de candidatos (ATS) e plataformas de mídias sociais são amplamente utilizadas. “Hoje, os diferentes ATS ajudam nas estratégias de divulgação, atração e gerenciamento de processos seletivos,” afirma Gustavo Parise.

Ele acrescenta que a Inteligência Artificial está cada vez mais presente, proporcionando agilidade e amplitude no processo, mas a humanização segue sendo fundamental.

Rose Damélio menciona o uso de plataformas como Solidez, Pandapé, Catho e Gupy para facilitar o processo de recrutamento. “Essas ferramentas ajudam a captar colaboradores e obter melhores resultados a curto, médio e longo prazo”.

A integração dessas ferramentas no processo de recrutamento permite uma seleção mais eficaz e direcionada, utilizando algoritmos para filtrar candidatos que melhor se alinham com os requisitos da empresa.

Um ponto a se destacar é que a demanda por profissionais de tecnologia e inovação é crescente, e as empresas precisam se adaptar para atrair esses talentos. Gustavo Parise explica que é crucial entender as motivações desses profissionais e tratar suas carreiras de forma diferenciada.

“As empresas devem se preparar para mapear as fortalezas e necessidades, não apenas presentes, mas também futuras, podendo assim se antecipar e tomar ações estratégicas”, diz ele.

A rápida evolução da área de tecnologia, com novas especializações surgindo continuamente, exige que as empresas mantenham um banco de dados constante e atualizado. “Entender a motivação desses profissionais, tratar as carreiras de forma diferenciada das tradicionais e manter um banco de dados constante ajudam a dar agilidade a este processo”, completa Parise.

A evolução tecnológica continuará a moldar o recrutamento e seleção. Gustavo Parise prevê que a Inteligência Artificial e outras tecnologias avançadas serão cada vez mais integradas aos processos de R&S. “É necessário ter um equilíbrio entre tecnologia e humanização para que o processo seja eficiente tanto para as organizações quanto para os profissionais.”

Ele acrescenta que as ferramentas de R&S vêm evoluindo rapidamente com a chegada da tecnologia, e as empresas precisam se adequar a elas. “Saber usar essas ferramentas é importante, mas ter parceiros que utilizam a tecnologia de forma correta e estratégica é fundamental.”

FERRAMENTAS PARA AJUDAR NA CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES

No atual cenário de recrutamento, a adoção de ferramentas tecnológicas é fundamental para simplificar e agilizar a identificação e contratação dos melhores talentos. Aqui estão quatro ferramentas essenciais para melhorar o processo de contratação:



Características Principais:

- Rede Social Corporativa:** conecta profissionais e empresas, facilitando trocas de experiências, compartilhamento e avaliação de currículos.
- Recrutamento Estratégico:** utilização de estratégias como hunting, participação em grupos relevantes e divulgação estratégica de vagas.
- Perfil Atraente:** importância de ter um perfil de empresa bem elaborado para atrair candidatos.
- Palavras-Chave:** uso de palavras-chave nos anúncios para aumentar a visibilidade e atrair candidatos qualificados.
- Networking:** aproveitamento das conexões dos colaboradores para ampliar o alcance das vagas.



Características Principais:

- **Automatização de Processos:** automatiza etapas do recrutamento e permite a publicação de vagas em até 16 jobsites e três redes sociais com um clique.
- **Recrutamento Inteligente:** utiliza Inteligência Artificial para otimizar o processo de recrutamento.
- **Multifuncionalidades:** inclui vídeo entrevistas, gamificação, recrutamento colaborativo e admissões digitais.
- **Dashboard e Relatórios:** fornece relatórios detalhados e dashboards para monitorar o progresso das seleções.



Características Principais:

- **Geolocalização:** identifica candidatos próximos à empresa usando filtros de localização.
- **Filtros Avançados:** combina filtros como cargo, salário e experiência para encontrar o perfil ideal.
- **Inteligência Artificial:** apresenta candidatos mais aderentes à vaga com base em IA.
- **Gestão de Currículos:** organiza currículos, agenda entrevistas e gerencia vagas pela plataforma online.
- **Recomendações Automáticas:** oferece currículos sugeridos automaticamente para acelerar o processo seletivo.



Características Principais:

- **Portal de Vagas:** cria uma página de carreiras personalizada e fortalece a marca empregadora.
- **Profiler:** mapeamento comportamental com 97% de assertividade na busca pelo perfil ideal.
- **Banco de Talentos:** filtros avançados para gerenciar grande volume de candidaturas e localizar talentos rapidamente.
- **Gestão de Processos Seletivos:** ferramentas para descrição de vagas, provas personalizadas e comunicação em massa.
- **People Analytics:** combina dados para conectar posições abertas com candidatos ideais e oferece relatórios detalhados.

Essas ferramentas não só otimizam o tempo e recursos do setor de Recursos Humanos, mas também aumentam a eficiência e a precisão na seleção de candidatos, garantindo a contratação dos melhores talentos disponíveis no mercado.

ANDRÉ COSTA
Diretor administrativo e de Gente & Gestão
Febrafar e Farmarcas



LIDAR COM O TURNOVER E INSTABILIDADE NO MERCADO

O aumento do turnover é uma realidade em muitos setores, especialmente após a pandemia. “Diversas razões fazem com que esse turnover aconteça,” diz Gustavo Parise. “Ter um processo constante de recrutamento, manter uma base de candidatos ativos e engajados, e estar atento às novas tecnologias são ações importantes para reduzir o impacto do turnover.”

A pandemia trouxe uma nova dinâmica ao mercado de trabalho, onde a relação entre empregador e empregado se tornou mais complexa. As expectativas dos profissionais mudaram, e agora, além de um bom salário, procuram flexibilidade, bem-estar e alinhamento com os valores da empresa.

Implementar estratégias eficazes de retenção é um desafio complexo. Gustavo Parise aponta que a individualização das necessidades dos profissionais é essencial. “As políticas devem ser flexíveis para atender às diferentes necessidades, avaliando os riscos trabalhistas que isso pode gerar.”

Ele enfatiza que, além da remuneração, os benefícios devem ser adaptáveis para atender às variadas necessidades dos funcionários. “Os benefícios tendem a ser mais flexíveis dentro das organizações, podendo atender às diferentes necessidades. Hoje já existem diferentes mecanismos para que isso ocorra, como os cartões de benefícios flexíveis.”

CUIDADOS PARA A CAPACITAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS

André Costa, diretor administrativo e de Gente & Gestão da Febrafar e da Farmarcas, relata as dificuldades enfrentadas em manter os profissionais engajados nos treinamentos, capacitações e em reduzir a rotatividade.

“Observávamos dois principais problemas: profissionais muitas vezes não engajavam nos treinamentos oferecidos, causando desperdício de tempo e investimento. Outro ponto eram casos de profissionais que se capacitavam e depois partiam para outras oportunidades de trabalho.”

Para resolver a situação, as empresas que André Costa atua iniciaram o programa “Envolve e Desenvolve”, mostrando o compromisso das organizações com o crescimento pessoal e profissional dos colaboradores.

“Investir no desenvolvimento dos colaboradores não é apenas uma estratégia de negócio, mas um compromisso com o sucesso e o crescimento sustentável da nossa empresa,” afirma Costa. A capacitação profissional é uma estratégia eficaz para reduzir a rotatividade e reter talentos. Profissionais que se sentem valorizados e têm oportunidades de crescimento tendem a permanecer na empresa, contribuindo para sua estabilidade e sucesso a longo prazo.

CONFIRP CONTABILIDADE REVOLUCIONA A CAPACITAÇÃO DE COLABORADORES COM PLATAFORMAS EAD

Um exemplo de capacitação é a Confirp Contabilidade que, sob a liderança do diretor de finanças e recursos Rogério Sudré, está implementando um novo modelo de capacitação de seus colaboradores. Antes, os treinamentos eram realizados presencialmente na empresa, o que gerava diversos desafios logísticos e muitas vezes deixava os funcionários com déficits de conhecimento. Em resposta a essas dificuldades e alinhada às novas tendências educacionais, a Confirp optou por adotar plataformas de ensino a distância (EAD).

A NOVA ABORDAGEM DE CAPACITAÇÃO

O novomodelodecapacitaçãodaConfirpébaseado em três vertentes principais: desenvolvimento de colaboradores, desenvolvimento de trainees e integração de novos funcionários.

1.Desenvolvimento de Colaboradores: a empresa firmou parceria com uma plataforma de cursos que oferece treinamentos específicos direcionados pela gestão da Confirp. Os funcionários têm a flexibilidade de acessar os cursos no momento que lhes for mais conveniente, seja durante o transporte, em casa ou nos finais de semana. A plataforma inclui suporte integral, provas e certificação para cada curso concluído, permitindo que os colaboradores se desenvolvam no seu próprio ritmo, dentro dos prazos estipulados.

“A diversidade deve ser uma realidade dentro da organização, e não apenas uma política.”

ROGÉRIO SUDRÉ
Diretor de Finanças e Recursos
Confirp Contabilidade

2.Desenvolvimento de Trainees:tradicionalmente, os trainees da Confirp aprendiam na prática, com a teoria restrita ao que era oferecido pelas faculdades. Com a nova plataforma, os trainees terão acesso a um programa de treinamento estruturado, que combina teoria e prática. Eles passarão por um cronograma definido de treinamentos técnicos que complementam seu desenvolvimento diário na empresa.

3.Integração de Novos Colaboradores: a Confirp está negociando com uma plataforma EAD para facilitar a integração de novos funcionários. Esta plataforma incluirá cursos específicos sobre a cultura da empresa, regras de comportamento, operacionalização de ferramentas e tutoriais detalhados sobre processos operacionais, como fechamentos fiscais, contábeis e trabalhistas. Este método visa familiarizar os novos colaboradores com os métodos de trabalho da Confirp antes mesmo de começarem na prática, garantindo uma integração mais eficiente e um preparo adequado.

O diretor Rogério Sudré acredita que a mudança para o EAD é fundamental para o futuro da capacitação corporativa.A dificuldade dereunirtodos os colaboradores para treinamentos presenciais, combinada com a flexibilidade e acessibilidade proporcionadas pelas plataformas online, torna o EAD uma solução eficaz. Empresas que não se adaptarem a essas novas metodologias correm o risco de ficarem para trás no desenvolvimento técnico de seus colaboradores.

Com essa nova abordagem, a Confirp Contabilidade está não apenas modernizando seu processo de capacitação, mas também promovendo um ambiente de aprendizagem contínua e acessível, onde cada colaborador pode se desenvolver de acordo com suas necessidades e disponibilidade. Esta inovação reflete a visão da Confirp de se manter à frente no mercado contábil, garantindo que seus funcionários estejam sempre atualizados e bem preparados para os desafios profissionais.

IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO ESCOLAR E EXPERIÊNCIAS EXTRACURRICULARES

A formação escolar continua a ser um critério importante na seleção de candidatos, especialmente para posições de entrada. No entanto, experiências extracurriculares também têm grande valor.

Gustavo Parise menciona que conhecimento de diferentes culturas, participação em projetos sociais e trabalhos voluntários são diferenciais importantes na avaliação dos candidatos.

As políticas de diversidade e inclusão também são fundamentais no recrutamento e seleção modernos. “A diversidade traz diferentes ganhos para as empresas”, afirma Gustavo Parise. “Os processos de R&S precisam estar alinhados para trazer a diversidade e garantir a inclusão desses profissionais.”

André Costa enfatiza que o comprometimento com a diversidade deve ir além de políticas formais. “A diversidade deve ser uma realidade dentro da organização, e não apenas uma política. Isso traz ganhos significativos para a empresa, promovendo um ambiente mais inovador e inclusivo,” comenta Costa.

Os desafios no recrutamento e seleção de talentos são muitos e variados, mas com estratégias bem definidas e o uso adequado de tecnologias, as empresas podem superar esses obstáculos. Investir no desenvolvimento contínuo dos colaboradores e manter um ambiente de trabalho inclusivo e motivador são passos cruciais para atrair e reter os melhores talentos no mercado competitivo de hoje.

Cada vez mais as empresas precisam acreditar firmementequeinvestirnopotencialdoscolaboradores é a chave para o sucesso individual e coletivo de qualquer organização. Essa visão é compartilhada por todos os especialistas entrevistados, que destacam a importância de uma abordagem estratégica e humanizada no recrutamento e seleção de talentos.

DESAFIOS NA CONTRATAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÃO DE OBRA MENOS QUALIFICADA

No mercado contemporâneo, enfrentar desafios na contratação e manutenção de profissionais altamente qualificados é apenas parte da equação complexa. A busca por mão de obra menos qualificada também se depara com obstáculos significativos que demandam abordagens estratégicas e sofisticadas. "A escassez de trabalhadores capacitados em funções essenciais, como construção, atendimento, limpeza, manutenção e segurança, pode impactar diretamente a eficiência operacional das empresas", destaca Humberto Watanabe, sócio da Ghaw Serviços Gerais.

Segundo Humberto, os desafios nesse âmbito são diversos e requerem uma abordagem multifacetada:

- **Alta Rotatividade e Instabilidade Operacional:** a mão de obra menos qualificada frequentemente apresenta maior rotatividade, resultando em uma necessidade constante de recrutamento e treinamento. Isso não apenas aumenta os custos operacionais, mas também gera uma instabilidade nos serviços prestados, afetando a confiabilidade e a consistência.

- **Qualidade do Trabalho e Satisfação do Cliente:** a falta de qualificação adequada pode comprometer a qualidade dos serviços oferecidos, levando a uma menor satisfação por parte dos clientes e exigindo supervisão constante para correções. Garantir um padrão elevado de excelência torna-se uma tarefa desafiadora, mas essencial para a reputação e o sucesso do negócio.
- **Motivação e Retenção de Talentos:** manter a motivação e o comprometimento entre esses profissionais é um obstáculo adicional, especialmente considerando os salários geralmente mais baixos e as perspectivas limitadas de crescimento profissional. Estratégias inovadoras são necessárias para cultivar um ambiente de trabalho que inspire e retenha talentos.

Diante desses desafios, estratégias específicas podem ser adotadas para promover a excelência nos serviços básicos:

- **Investimento em Treinamento Contínuo:** programas de treinamento e capacitação contínuos são fundamentais para aprimorar as habilidades dos colaboradores, elevando

a qualidade do trabalho e reduzindo a rotatividade. Isso não apenas beneficia a empresa, mas também proporciona oportunidades de desenvolvimento pessoal para os funcionários.

- **Oferta de Benefícios Adicionais e Reconhecimento:** além dos salários, oferecer benefícios como bonificações, horários flexíveis e reconhecimento regular pode ser crucial para aumentar a motivação e a lealdade dos colaboradores. O reconhecimento do trabalho árduo e dedicado é uma ferramenta poderosa para promover um ambiente de trabalho positivo e produtivo.
- **Criação de um Ambiente de Trabalho Positivo e Inclusivo:** um ambiente onde os colaboradores se sintam valorizados, respeitados e incluídos é essencial para promover a satisfação e a retenção de talentos. Iniciativas que promovam a diversidade, a equidade e a inclusão devem ser incorporadas à cultura organizacional.
- **Parcerias Estratégicas com Instituições de Formação:** colaborar com escolas técnicas e centros de formação profissional pode ser uma maneira eficaz de encontrar e treinar trabalhadores adequados às necessidades específicas da empresa. Essas parcerias podem facilitar o recrutamento e o desenvolvimento de talentos, garantindo um suprimento constante de profissionais qualificados.

Ao adotar uma abordagem abrangente e proativa, as empresas podem enfrentar de forma mais eficaz os desafios relacionados à contratação e manutenção de mão de obra menos qualificada, assegurando a continuidade e a excelência na prestação de serviços essenciais.

TIPOS DE CARTÃO BENEFÍCIO PARA OS COLABORADORES NAS EMPRESAS

Na hora de oferecer benefícios aos colaboradores, é fundamental conhecer os diferentes tipos de cartões disponíveis no mercado. Abaixo, listamos os principais e algumas marcas renomadas que podem ser consideradas para sua empresa:

1. Vale Refeição (Cartão Refeição)

Subsidia as refeições dos colaboradores em restaurantes, lanchonetes e padarias.

Marcas: Alelo, Sodexo, VR Benefícios, Ticket.

2. Vale Alimentação (Cartão Alimentação)

Utilizado para compra de alimentos em supermercados e mercearias.

Marcas: Alelo, Sodexo, VR Benefícios, Ticket.

3. Cartão Combustível

Paga despesas com combustível para colaboradores que utilizam veículos próprios ou alugados.

Marcas: Alelo, Sodexo, Ticket Car.

4. Cartão Saúde

Subsidia despesas com medicamentos, consultas médicas e odontológicas.

Marcas: Alelo Saúde, Sodexo Saúde.

5. Cartão Presente

Presenteia colaboradores em datas especiais, como Natal e aniversários.

Marcas: Alelo Presente, Sodexo Gift Pass.

6. Cartão Multibenefícios

Permite uso de diversos benefícios, como vale-transporte, vale-cultura, assistência médica e odontológica.

Marcas: Alelo, Sodexo, VR Benefícios.

7. Cartão Pré-pago Integrado

Centraliza todas as despesas de um colaborador, incluindo benefícios e gastos corporativos.

Marcas: Payfy (bandeira Mastercard).

A escolha do melhor cartão benefício depende das necessidades e preferências da empresa e dos colaboradores. Avaliar bem essas necessidades é crucial para garantir a satisfação e capacitação da equipe, além de incentivar a contratação e retenção de talentos. ■

A ASCENSÃO DA RECUPERAÇÃO EXTRAJUDICIAL NO BRASIL

Recentemente, o cenário empresarial brasileiro foi impactado pelo anúncio da Casas Bahia de recorrer à recuperação extrajudicial, uma medida que ganhou destaque e colocou em evidência um instrumento até então pouco utilizado. Interessante observar que depois da aprovação desse processo as ações da empresa melhoraram seus preços, mostrando que uma recuperação não é tão complexa e arriscada como muitos pensam.

O aumento expressivo dos processos de recuperação extrajudicial nos últimos anos é um reflexo das mudanças legislativas e da busca por alternativas mais ágeis para a reestruturação de empresas em crise financeira.

Dados do Observatório Brasileiro de Recuperação Extrajudicial (OBRE), da consultoria Biolchi Empresarial, revelam que o número de processos de recuperação extrajudicial abertos dobrou de 2022 para 2023, passando de 16 para 32 casos.

Isso representa um crescimento significativo se comparado ao período anterior à reforma da Lei de Recuperação Judicial e Falência em 2020, quando o volume era quatro vezes menor. Entre os pedidos recentes de recuperação extrajudicial estão nomes de peso como o time do Botafogo, a rede varejista de moda Amaro e grandes construtoras, como Andrade Gutierrez, Queiroz Galvão e Novonor (antiga Odebrecht).

O que é recuperação extrajudicial?

A recuperação extrajudicial é uma alternativa à recuperação judicial para empresas que enfrentam dificuldades financeiras, permitindo que elas negociem diretamente com seus credores sem a necessidade de intervenção judicial. Benito Pedro Vieira Santos, da Avante Assessoria Empresarial, destaca que esse processo é menos oneroso e mais rápido, sendo uma opção atrativa para empresas que buscam uma reestruturação eficiente de suas dívidas.

"A recuperação extrajudicial permite que a empresa mantenha suas atividades e negocie suas dívidas de forma mais rápida e garantida para credores e fornecedores. A transparência e o cumprimento rigoroso do plano de recuperação são essenciais para restaurar a confiança do mercado," afirma Benito Pedro.

Ele também ressalta que a principal reforma trazida pela Lei nº 14.112/2020 foi a redução do quórum necessário para a aprovação do plano de recuperação, facilitando as negociações e tornando o processo mais acessível.

Neste processo a empresa em crise elabora um plano de recuperação que é submetido à aprovação de seus credores. Funciona da seguinte forma: recebido o pedido de homologação do plano extrajudicial, o juiz determinará a publicação de edital no Diário Oficial e em jornal de grande circulação nacional ou das localidades da sede e das filiais do devedor, convocando todos os credores do devedor para apresentação de impugnação ao plano.

Esse plano deve contemplar medidas de reestruturação das dívidas e garantir a continuidade das atividades da empresa. Uma vez aprovado por pelo menos 50% dos credores, o plano pode ser homologado judicialmente, conferindo maior segurança jurídica ao acordo.

Benito Pedro Vieira Santos explica que um dos principais desafios enfrentados durante o processo é a necessidade de convencer os credores a aceitarem o plano proposto.



“O restabelecimento da confiança do mercado após a aprovação da recuperação extrajudicial pode ser alcançado por meio da transparência e da demonstração de comprometimento por parte da empresa recuperanda. É importante que a empresa cumpra rigorosamente o plano de recuperação acordado com os credores, honrando os pagamentos e tomando medidas efetivas para reverter a situação de crise”, detalha Denis Barroso, sócio da Barroso Advogados Associados.

Segundo Barroso, o sucesso da recuperação extrajudicial se embasa de dois pilares principalmente:

Confiança e credibilidade: a transparência na divulgação das informações financeiras e operacionais da empresa em dificuldades financeiras aumenta a confiança dos credores, fornecedores e investidores. Isso é essencial para obter o apoio necessário para a recuperação extrajudicial.

Negociações mais eficientes: a comunicação eficaz entre a empresa e seus credores é crucial durante o processo de recuperação extrajudicial. Uma comunicação clara e aberta

permite que as partes envolvidas entendam as necessidades e preocupações umas das outras, facilitando a negociação de acordos vantajosos para todas as partes.

Importância das Auditorias no Processo

Um elemento crucial para o sucesso da recuperação extrajudicial é a realização de auditorias externas. José Augusto Barbosa, sócio responsável da Audcorp, enfatiza a relevância de balanços auditáveis e de auditorias no processo de recuperação extrajudicial. “A auditoria externa garante transparência das informações financeiras da empresa, identificando eventuais irregularidades e orientando na tomada de decisões,” afirma Barbosa.

Ele destaca que a auditoria é substancialmente relevante para a integridade das informações, permitindo que os gestores tenham uma visão clara da situação patrimonial da empresa e possam definir estratégias adequadas para sair da crise. Além disso, a auditoria traz credibilidade e confiança ao processo, essencial para negociar com credores, investidores e outros parceiros de negócios. ■

Com você, a gente será

TOP

+ uma vez

Afinal, quem

NÃO COMPLICA, sabe quem facilita de verdade a vida do RH

Gerencie vale-transporte e outros benefícios em uma única plataforma, com economia, agilidade e transparência.



Vai no FÁCIL.
Vote agora!

 **BenefícioFácil**

O PAPEL DO SEGURO DE VIDA

NA PROTEÇÃO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS E AUTÔNOMOS

O seguro de vida é uma ferramenta crucial na proteção financeira das famílias e, felizmente, as pessoas estão se atentando mais a esse cuidado. A Superintendência de Seguros Privados (Susep) divulgou o seu relatório Síntese Mensal de Dezembro de 2023, com dados do setor de seguros referentes a todo o ano.

Segundo os números dos seguros de pessoas, o seguro de vida atingiu o montante acumulado de R\$ 30,37 bilhões em 2023, valor que representa um crescimento de 12,4% em relação ao ano anterior. O importante, e que poucas pessoas sabem, este produto também conta com coberturas e proteção para os profissionais liberais e autônomos.

Para esse grupo que engloba dentistas, médicos, arquitetos, personal trainers e muitos outros, essa alternativa chega oferecendo segurança em casos de acidentes pessoais, doenças ou invalidez.

A sócia da Camillo Seguros, Cristina Camillo, destaca a importância deste tipo de seguro não apenas na cobertura de morte, mas também como um suporte vital para profissionais que dependem de sua capacidade laboral para o sustento próprio e de suas famílias.

Cristina Camillo enfatiza que o seguro de vida é essencial para proteger o patrimônio dos profissionais liberais e garantir uma renda durante períodos de incapacidade.

“A principal importância é proteger seu patrimônio e garantir uma renda no período em que ficar parado até voltar à sua atividade profissional e gerar renda,” explica. O seguro pode ser contratado com coberturas de invalidez, oferecendo uma indenização em casos de invalidez permanente total por doença ou invalidez total ou parcial por acidente, proporcionando um aporte financeiro para ajudar na adaptação a uma nova realidade.

Coberturas além da morte

Além da tradicional cobertura de morte, o seguro de vida voltado para profissionais liberais oferece várias coberturas específicas para acidentes que afastem o profissional de suas atividades. Entre elas estão a Diária de Incapacidade Temporária (DIT), que garante uma renda diária durante o afastamento, a indenização por invalidez total ou parcial por acidente, a diária de internação hospitalar, e coberturas para cirurgias e doenças graves.

Para profissionais como dentistas, massoterapeutas, médicos, dentre outros, que dependem de suas habilidades manuais, o seguro de vida pode ser vital. Cristina destaca coberturas como o DIT, que garante a indenização pelo período de afastamento das atividades e até a cobertura de Invalidez por Acidente Majorada em casos de perda irreversível de movimento de uma das mãos. “Desta forma, o segurado terá um aporte financeiro para reorganizar sua vida profissional,” afirma.

Segurança financeira durante o afastamento

Durante períodos de afastamento devido a acidentes ou doenças, o seguro de vida proporciona segurança financeira ao repor parte da renda interrompida. Cristina destaca a cobertura de Doenças Graves, que indeniza o segurado ao ser diagnosticado, auxiliando nas despesas e evitando a dilapidação do patrimônio.

Ela aconselha que os profissionais liberais analisem o impacto financeiro de ficar sem trabalhar temporariamente ou permanentemente devido a acidentes ou doenças. “É importante fazer uma reflexão detalhada sobre a profissão, estilo de vida e riscos de perda financeira,” recomenda. Escolher um bom corretor de seguros, que possa oferecer uma consultoria detalhada, é essencial para garantir a melhor proteção.

O seguro de vida é uma peça fundamental na proteção dos profissionais liberais e autônomos, garantindo que, em momentos de crise, eles tenham uma rede de segurança financeira para se apoiar. ■

LEI FEDERAL INSTITUI CERTIFICADO DE EMPRESA PROMOTORA DE SAÚDE MENTAL

No atual cenário empresarial, a saúde mental dos colaboradores desponta como uma preocupação essencial, evidenciando não apenas uma evolução nas demandas do mercado de trabalho, mas também uma compreensão mais profunda das necessidades humanas no ambiente profissional. A recente promulgação da Lei 14.831/2024, que institui o Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental, marca um avanço significativo na abordagem dessas questões.

Problemas relacionados à saúde mental são uma das principais causas de afastamento dos funcionários. Segundo dados da Organização Pan-Americana da Saúde (Opas), o Brasil é o país que registrou o maior número de pessoas com depressão na América Latina, com 5,8% da população em 2022, o que representava mais de 11 milhões de brasileiros. Globalmente, o Brasil ficou atrás apenas dos EUA (5,9%).

Além da depressão, outras doenças como ansiedade e Síndrome de Burnout estão se intensificando nas empresas, principalmente após a pandemia. Estes fatores motivaram a criação da Lei 14.831 para oferecer o Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental, um selo concedido pelo governo federal que atesta o compromisso da corporação com a saúde mental de seus trabalhadores.

"Estamos testemunhando casos frequentes de problemas psicológicos, impactando diretamente o ambiente de trabalho e a vida pessoal dos colaboradores, especialmente entre os mais jovens", explica Tatiana Gonçalves, sócia da Moema Medicina do Trabalho. "O aumento dos afastamentos relacionados a questões psicológicas nos alerta para uma realidade que não pode mais ser negligenciada."

Como obter o certificado?

A Lei 14.831, que institui o Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental, já foi sancionada e publicada, mas as empresas precisam aguardar o processo de regulamentação. Este processo definirá os critérios específicos e os procedimentos detalhados que as empresas devem seguir para obter a certificação. O grupo de trabalho responsável pela regulamentação terá até 180 dias, a contar da publicação da lei, para apresentar uma proposta de critérios para a obtenção do certificado.

TATIANA GONÇALVES
Sócia
Moema Medicina do Trabalho

Passo a passo para empresas obterem o certificado

1. Desenvolver programas de conscientização e educação:

- Realizar palestras e treinamentos sobre saúde mental.
- Fornecer materiais educativos e recursos de apoio.

2. Oferecer acesso a recursos de apoio:

- Disponibilizar serviços de aconselhamento e suporte psicológico.
- Implementar programas de assistência ao funcionário.

3. Promover flexibilidade e autonomia no trabalho:

- Oferecer horários flexíveis e modelos de trabalho remoto.
- Incentivar a autonomia e participação ativa dos colaboradores.

4. Estabelecer monitoramento e avaliação constantes:

- Realizar avaliações periódicas do clima organizacional.
- Utilizar indicadores de saúde mental para identificar áreas de preocupação.

5. Incentivar o autocuidado e bem-estar individual:

- Promover práticas de autocuidado e atividades de lazer.
- Oferecer programas de incentivo à saúde física e mental.

6. Capacitar líderes e gestores:

- Capacitar líderes para reconhecerem sinais de estresse e oferecerem apoio.
- Promover uma cultura de apoio e empatia.

7. Divulgar regularmente as ações e políticas implementadas:

- Manter canais para recebimento de sugestões e avaliações.
- Estabelecer metas e análises periódicas dos resultados relacionados às ações de saúde mental.



Contemplada com o certificado, a empresa poderá usá-lo pelo prazo de dois anos, destacando-o em sua comunicação para reforçar o compromisso com a saúde mental e bem-estar de seus funcionários. A análise de todas essas medidas é feita por uma comissão nomeada pelo governo federal e que ainda depende de regulamentação.

Benefícios de obter o certificado

"Além de atrair talentos, a certificação promete melhorar a retenção de funcionários e os resultados gerais das empresas. A visão para a saúde mental não é mais uma opção, é uma necessidade fundamental", enfatiza Gonçalves. Algumas das vantagens incluem:

- **Redução de custos com saúde e absenteísmo:** investir em saúde mental leva a uma redução significativa nos custos relacionados a problemas de saúde dos funcionários.
- **Melhoria da reputação corporativa:** possuir o certificado demonstra o compromisso da empresa com o bem-estar de seus colaboradores, melhorando sua imagem no mercado e atraindo potenciais

clientes e parceiros que valorizam práticas empresariais responsáveis.

- **Atração e retenção de talentos:** empresas certificadas tendem a atrair candidatos de maior qualidade e a reter talentos por mais tempo, reduzindo o turnover.
- **Melhoria contínua:** o processo de obtenção e manutenção do certificado incentiva a implementação de práticas contínuas de melhoria, ajudando as empresas a se manterem atualizadas com as melhores práticas no campo da saúde mental.

"A preocupação com a saúde mental é uma responsabilidade compartilhada que transcende os limites corporativos. A nova legislação representa um passo importante na direção de um ambiente de trabalho mais saudável", explica Tatiana Gonçalves.

Ao abordar as causas dos problemas de saúde mental, as empresas não apenas melhoram o bem-estar de seus colaboradores, mas também promovem uma cultura organizacional mais positiva e produtiva. Adotar estratégias eficazes e buscar a certificação pode trazer inúmeros benefícios, consolidando a empresa como promotora da saúde e do bem-estar no ambiente de trabalho. ■

AS MUDANÇAS SÃO RÁPIDAS E OS DESAFIOS, ENORMES

A Aggrega está posicionada estrategicamente para oferecer **soluções inovadoras** tecnológicas e adaptativas.

Atendemos às novas exigências e expectativas por **coberturas de saúde mais flexíveis** e garantimos soluções que acompanham a velocidade das **transformações do mercado**.



JULHO PREMIADO

Presentes incríveis para novos clientes



Pagamento do prêmio após quitação do primeiro boleto. O cliente poderá escolher uma (1) entre as três opções de prêmio. Válido para produto saúde PME com fatura acima de R\$30.000 e PJ com fatura acima de R\$70.00. Válido de 01/07/24 a 31/07/24.

A NOVA ERA DO PERSE:

BENEFÍCIOS E DESAFIOS PARA O SETOR DE EVENTOS

Com a recente sanção pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva do Projeto de Lei nº 14.859, de 2024, o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse) foi reformulado para continuar oferecendo apoio crucial às empresas impactadas pela pandemia da Covid-19.

Este programa, criado inicialmente em 2021, visava à sustentabilidade e ao crescimento da economia criativa, responsável por 3% do PIB brasileiro e empregando milhões em diversos setores.

Cronologia do Perse

- Março de 2020: declaração de estado de calamidade pública devido à pandemia de Covid-19, afetando diversos setores, incluindo o de eventos.
- Setembro de 2020: o setor de eventos é reconhecido como um dos mais impactados pela crise, conforme Portaria nº 20.809 do Ministério da Economia.
- Maio de 2021: em desacordo com a ideia do então presidente, Jair Bolsonaro, ocorre a publicação da Lei nº 14.148, que institui o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), com benefícios fiscais, incluindo alíquota zero para tributos federais por um período de cinco anos (até 2027).



LUCAS BARDUCCO
Sócio
Machado Nunes Advogados

- Dezembro de 2023: já no Governo Lula, ocorre a expedição da Medida Provisória nº 1.202, que revoga o prazo estabelecido pelo Perse, determinando que os beneficiários voltem a pagar a maior parte dos tributos federais a partir de abril de 2024.
- Janeiro de 2024: o Ministro da Fazenda, Fernando Haddad, explica que a medida provisória foi necessária devido ao gasto de R\$ 17 bilhões de reais com o programa no ano anterior. Contrariando o Congresso Nacional.
- Maio de 2024: o presidente Luiz Inácio Lula da Silva sanciona a lei que modifica o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), reduzindo o número de empresas beneficiadas de 44 para 30 e estabelecendo um limite de gastos de R\$ 15 bilhões em isenções fiscais ou até o final de 2026, o que ocorrer primeiro.

Com a nova lei em vigor, o novo Perse apresenta uma série de modificações em relação à sua versão original. Lucas Barducco, sócio da Machado Nunes Advogados Associados, aponta que os benefícios agora abrangem 30 atividades econômicas, em vez das 44 previstas anteriormente pela Lei nº 14.592/2023. Além disso, o prazo dos benefícios foi ajustado para uma redução gradual até dezembro de 2026, diferentemente do corte único de 60 meses anteriormente previsto.

Barducco destaca a peculiaridade da legislação em suspender os benefícios ao atingir o teto de R\$ 15 bilhões. “Não é usual a legislação conceder benefícios desta forma. É bem provável que isto seja questionado junto ao Judiciário”, comenta, refletindo a incerteza jurídica que essa medida pode gerar.

Critérios de elegibilidade e benefícios

As empresas interessadas em usufruir dos benefícios do Perse devem ter como atividade principal ou preponderante em 18 de março de 2022 uma das contempladas pelo programa. Além disso, é necessário um processo de habilitação prévia pela Receita Federal.

A regularidade no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur) também é um requisito essencial, com oportunidades para autorregularização dentro de um prazo de 90 dias após a regulamentação da lei, sem a aplicação de multas.

Impacto econômico e desafios

O Perse, ao reduzir a carga tributária, tem o potencial de continuar sendo um suporte vital para a recuperação do setor de eventos, permitindo investimentos em expansão e melhoria das empresas beneficiadas. Isso, por sua vez, pode gerar empregos e contribuir significativamente para a economia brasileira.

O levantamento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) mostra que, caso o Perse fosse encerrado, até R\$ 244 bilhões por ano deixariam de ser injetados na economia nacional. A Receita Federal aponta perdas tributárias entre R\$ 17 bilhões e R\$ 32 bilhões entre 2021 e 2023 – até 13% do valor que pode deixar de circular não apenas no turismo, mas também em todos os setores. A pesquisa elaborada pela Diretoria de Economia e Inovação (Dein) indica ainda

que, para cada R\$ 10 mil de faturamento a mais, o salário do trabalhador brasileiro pode aumentar R\$ 18,8.

"O nosso setor teve 25% das suas empresas fechadas em definitivo e carrega até hoje muitas dívidas tributárias e bancárias. Por isso, o Perse é tão importante. Atuamos forte em Brasília lutando pelos interesses dos restaurantes", destaca Fernando Blower, diretor executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR).

No entanto, Lucas Barducco alerta para os desafios que acompanham as mudanças no Perse. Ele menciona que a quebra de contrato implícita nas alterações pode afetar negativamente o planejamento das empresas. "As empresas deverão rapidamente avaliar os impactos das mudanças do Perse em seus resultados e geração de caixa e, se necessário, alterar planos de expansão e contratação, o que certamente gerará perdas para a economia brasileira", diz.

Assim, a reformulação do Perse traz uma mistura de esperança e incerteza para o setor de eventos. Se por um lado os incentivos fiscais continuam sendo um alívio necessário, por outro, a redução progressiva dos benefícios e as novas condições de elegibilidade exigem uma adaptação rápida por parte das empresas.

A eficácia do programa dependerá de como essas empresas conseguirão navegar pelas novas regras e de eventuais ajustes legais que possam surgir. Em um cenário pós-pandemia, o Perse ainda representa uma tábua de salvação, mas com águas mais agitadas a serem navegadas.

Empresas beneficiadas

Os benefícios do novo Perse se estendem às empresas que desenvolvem as seguintes atividades, desde que atendam às condições estabelecidas na legislação:

- 1. Hotéis;
- 2. Apart-hotéis;
- 3. Serviços de alimentação para eventos e recepções – bufê;
- 4. Atividades de exibição cinematográfica;
- 5. Criação de estandes para feiras e exposições;
- 6. Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina;
- 7. Filmagem de festas e eventos;
- 8. Agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas;
- 9. Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos;
- 10. Aluguel de palcos, coberturas e outras estruturas de uso temporário, exceto andaimes;
- 11. Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente;
- 12. Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas;
- 13. Casas de festas e eventos;
- 14. Produção teatral;
- 15. Produção musical;
- 16. Produção de espetáculos de dança;
- 17. Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares;
- 18. Atividades de sonorização e de iluminação;
- 19. Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente;
- 20. Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas;
- 21. Produção e promoção de eventos esportivos;
- 22. Discotecas, danceterias, salões de dança e similares;
- 23. Restaurantes e similares;
- 24. Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, sem entretenimento;
- 25. Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento;
- 26. Agências de viagem;
- 27. Operadores turísticos;
- 28. Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental;
- 29. Parques de diversão e parques temáticos;
- 30. Atividades de organizações associativas ligadas à cultura e à arte. ■

MITOS E VERDADES SOBRE O CRÉDITO PARA EMPRESAS:

UMA ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL DO CRÉDITO NO BRASIL

ADILSON SEIXAS
CEO
LOARA Crédito

Atualmente, o cenário de crédito para empresas no Brasil apresenta dados significativos que refletem tanto oportunidades quanto desafios. Em abril, o saldo do crédito ampliado ao setor não financeiro atingiu R\$ 16,7 trilhões, equivalente a 150,7% do PIB, com um aumento de 0,9% no mês. O crédito ampliado especificamente para empresas alcançou R\$ 5,8 trilhões, representando 52,1% do PIB, e também registrou um crescimento de 0,9% no mês.

Na comparação anual, o crédito ampliado para empresas cresceu 9,5%, impulsionado por um aumento de 21,5% em títulos de dívida e de 6,2% nos empréstimos externos. Em contrapartida, o estoque de crédito do Sistema Financeiro Nacional (SFN) para

empresas apresentou uma ligeira redução de 0,9% no mês de abril, totalizando R\$ 2,2 trilhões, embora tenha crescido 5,3% nos últimos 12 meses.

Estes dados ilustram a complexidade do ambiente de crédito para empresas no Brasil, onde, apesar do crescimento em algumas áreas, há sinais de desaceleração em outras, refletindo as dinâmicas econômicas e as variáveis envolvidas na concessão de crédito.

O problema principal do crédito para empresas é que existe muita falta de conhecimento sobre o tema e também muitas ideias erradas sobre o assunto. Assim, é importante ir mais a fundo sobre alguns nuances sobre o tema:

Mitos e verdades sobre o crédito para empresas

1. AS AGÊNCIAS BANCÁRIAS VÃO ACABAR?

Mito: não é provável que as agências bancárias acabem completamente no futuro próximo.

Realidade: enquanto a digitalização dos serviços bancários cresce rapidamente, muitas empresas e consumidores ainda preferem o atendimento pessoal e a segurança das interações face a face. As agências bancárias estão se adaptando, oferecendo serviços digitais complementares e focando em consultoria financeira personalizada.

2. A TAXA SELIC CAI, MAS A TAXA DE JUROS NAS OPERAÇÕES DE CRÉDITO NÃO CAI?

Parcialmente Verdade: existe uma crença comum de que a redução da Selic deve levar imediatamente à queda das taxas de juros dos empréstimos. Embora a Selic seja um fator influente, outros elementos como risco de crédito, custos operacionais dos bancos, inflação, e as condições econômicas gerais também afetam as taxas de juros. Assim, a queda da Selic pode não se refletir diretamente e de forma imediata nas taxas de juros para empréstimos empresariais.

3. TODOS OS BANCOS SÃO IGUAIS ?

Mito: a ideia de que todos os bancos são iguais é um mito. Existem diferenças significativas entre as políticas de crédito, taxas de juros e serviços oferecidos por diferentes instituições financeiras. Além disso, a competição entre os bancos pode beneficiar os tomadores de crédito, oferecendo condições variadas que podem ser mais favoráveis dependendo do perfil e necessidades específicas da empresa.

4. O BNDES POSSUI AS MELHORES OPERAÇÕES DE CRÉDITO?

Mito: a percepção de que o BNDES sempre oferece as melhores condições de crédito é um equívoco.

Verdade: o BNDES é conhecido por oferecer condições vantajosas de crédito, especialmente para investimentos de longo prazo. No entanto, as instituições financeiras também podem oferecer condições competitivas com diferentes estruturas de crédito além do BNDES. Muitas vezes, bancos comerciais captam recursos do próprio BNDES para repassar aos seus clientes com condições atraentes. A análise e aprovação do crédito, no entanto, ficam a cargo de cada banco.

Empresas devem avaliar todas as opções de crédito disponíveis no mercado para encontrar a mais adequada às suas necessidades, considerando fatores como taxa de juros, prazos e requisitos.

5. TER CONTA NO BANCO HÁ DÉCADAS FACILITA A LIBERAÇÃO DE CRÉDITO?

Mito: a fidelidade bancária pode influenciar na análise de crédito, mas não garante as melhores condições e muito menos a aprovação do seu crédito.

Verdade: embora a fidelidade bancária possa ser um fator considerado, não é determinante. Fatores como análise de risco, histórico de crédito

CRÉDITO

e saúde financeira atual da empresa são mais importantes. Bancos utilizam modelos de risco sofisticados que consideram múltiplas variáveis, sendo o tempo de relacionamento com o cliente um dos menos relevantes atualmente.

6. O CRÉDITO REALMENTE PODE SALVAR EMPRESAS DA FALÊNCIA?

Verdade: o crédito pode ser uma ferramenta essencial para a recuperação de empresas em dificuldades financeiras. Ele fornece o capital necessário para reestruturar dívidas, investir em melhorias operacionais e manter as operações durante períodos de baixa receita. Isso permite que a empresa se estabilize e volte a crescer. No entanto, o sucesso dessa estratégia depende de uma gestão eficaz do crédito. Utilizar o crédito de forma planejada e responsável é crucial para evitar o agravamento da situação financeira e garantir a sustentabilidade a longo prazo.

7. A CRISE É O MOMENTO IDEAL PARA UMA EMPRESA BUSCAR CRÉDITO?

Mito: buscar crédito apenas em momentos de crise é uma abordagem comum, mas não ideal. O melhor momento para uma empresa buscar crédito é durante períodos de crescimento e estabilidade financeira. Nesse cenário, a empresa pode negociar melhores condições e taxas, além de utilizar o crédito de forma estratégica para investimentos em expansão e inovação.

Planejar antecipadamente e assegurar linhas de crédito em tempos prósperos permite que a empresa esteja melhor preparada para enfrentar eventualidades e crises futuras, garantindo uma gestão financeira mais robusta e eficiente.

Dica: Mantenha um planejamento financeiro contínuo e explore opções de crédito preventivamente para fortalecer a resiliência da sua empresa.

8. É INTERESSANTE BUSCAR SOZINHO PARA TER ACESSO A CRÉDITO DE QUALIDADE?

Mito: a obtenção de crédito de qualidade não deve ser feita isoladamente. Empresas devem contar com especialistas para realizar uma pesquisa abrangente entre diferentes instituições. Comparar diversas opções é fundamental para garantir as melhores condições. A colaboração com profissionais especializados pode facilitar o acesso a linhas de crédito mais favoráveis e adequadas às necessidades específicas da empresa. As instituições financeiras tendem a favorecer seus próprios interesses com condições e taxas altas, reforçando a importância de contar com profissionais especializados para a obtenção de crédito.

Dica: Consulte especialistas em crédito para obter as melhores condições e evitar armadilhas ao negociar diretamente com bancos.

9. MINHA CLASSIFICAÇÃO DE RISCO ESTÁ RUIM NO BANCO ONDE TENHO CONTA, NÃO VOU TER CRÉDITO EM MAIS NENHUM BANCO?

Mito: uma avaliação negativa de crédito em um banco não significa que todas as instituições financeiras terão a mesma

perspectiva. Diferentes bancos têm critérios e tolerâncias de risco distintas. É essencial pesquisar e regularizar a situação do CPF dos sócios e do CNPJ da empresa, pois esses fatores podem afetar a análise de crédito de maneira mais ampla em todos os bancos.

Dica: Mantenha suas informações financeiras atualizadas e busque a ajuda de um especialista para te auxiliar nessa jornada.

O crédito é uma ferramenta vital para o crescimento e a sustentabilidade das empresas, mas é cercado por diversos mitos que podem confundir empresários. É fundamental desmistificar essas crenças e entender as realidades do mercado de crédito. Buscar informações precisas e contar com

profissionais especializados são passos cruciais para tomar decisões estratégicas acertadas. O acesso a crédito de qualidade pode não só apoiar o desenvolvimento e o crescimento das empresas, mas também fortalecer a economia brasileira como um todo.

No cenário empresarial atual, a chave para o sucesso não reside apenas no acesso ao crédito, mas na capacidade de utilizá-lo de forma inteligente e estratégica. Imagine um Brasil onde empresas, munidas de conhecimento e suporte adequado, transformam desafios em oportunidades, impulsionando uma economia robusta e resiliente. A jornada para um futuro próspero começa com a quebra de mitos e a adoção de uma visão clara e informada sobre o crédito empresarial. ■



a melhor opção para o plano de saúde da sua empresa!

- Melhores cotações com valores competitivos
- Sistema Exclusivo para o RH administrar as rotinas operacionais dos benefícios
- App para seus Colaboradores
- Gestão e Relatórios de Absenteísmo
- Canal de Apoio assistencial para dúvidas do plano para seus colaboradores e familiares

11 3672-6060
@safecarebenefícios
www.safecare.com.br
R. Vergueiro, 2016 - 2º e 9º Andar | São Paulo



SAFECARE
Cuida das Pessoas. Entrega Resultados!



HOSPEDAGEM NA NUVEM OU INFRAESTRUTURA INTERNA:

QUAL A MELHOR OPÇÃO?

No cenário corporativo atual, a decisão entre hospedar dados e sistemas na nuvem ou manter uma infraestrutura interna é crucial para muitas empresas. Essa escolha impacta diretamente custos, segurança, manutenção e escalabilidade das operações empresariais.

Alexander Magalhães, Head of Cloud Collaboration da Witec IT Solutions, destaca as principais vantagens da nuvem. "A principal vantagem da nuvem é a flexibilidade e escalabilidade. Empresas podem facilmente ajustar seus recursos conforme a demanda, sem os custos iniciais elevados de hardware e manutenção," afirma.

A nuvem oferece um modelo de pagamento conforme o uso, eliminando a necessidade de grandes investimentos iniciais. "Com a nuvem, as empresas podem se concentrar no que fazem de melhor, sem se preocupar com a gestão de infraestrutura," ressalta ele.

Magalhães também enfatiza que a manutenção, atualizações de software e a segurança são geridas pelo provedor de serviços, liberando a equipe interna de TI para focar em tarefas estratégicas. "Para muitas pequenas empresas, esses custos podem ser proibitivos," observa o especialista da Witec. "Além disso, a segurança e a conformidade com regulamentos exigem expertise contínua e recursos adicionais."

Felipe Gallo, Data Center Sales Executive da A4 Informática (Dell Partner Titanium), reconhece essas vantagens, mas alerta para os custos recorrentes. "Apesar de a nuvem parecer mais econômica a curto prazo, os custos recorrentes podem aumentar substancialmente ao longo do tempo," diz ele, citando taxas de transferência de dados e armazenamento contínuo como fatores que podem extrapolar os custos de manter uma infraestrutura interna.

"A proximidade física dos servidores aos usuários finais e aos sistemas críticos pode reduzir atrasos e aumentar a eficiência operacional."

Controle e segurança da infraestrutura interna

A segurança dos dados é uma preocupação primordial para qualquer empresa. "Embora alguns gestores ainda hesitem em migrar para a nuvem por questões de segurança, os provedores de nuvem modernos oferecem soluções de segurança robustas," afirma Magalhães. "Isso inclui criptografia de dados, monitoramento contínuo, controle de acesso rigoroso e proteção contra ameaças cibernéticas." Ele também menciona que muitas vezes a nuvem pode ser mais segura do que soluções internas, graças aos recursos avançados e à equipe especializada que os provedores de nuvem possuem.

No entanto, Felipe Gallo argumenta que a infraestrutura interna proporciona controle absoluto sobre as medidas de segurança, crucial para empresas que lidam com dados altamente sensíveis. "Empresas podem preferir manter esses dados localmente para evitar riscos associados à transmissão de dados pela internet e a depender de terceiros para a segurança," explica.

Magalhães reconhece que a proximidade física dos servidores aos usuários finais pode ser uma vantagem da infraestrutura interna. "A proximidade física dos servidores aos usuários finais e aos sistemas críticos pode reduzir atrasos e aumentar a eficiência operacional," admite ele. Gallo complementa que, em setores onde a velocidade e a resposta em tempo real são cruciais, como em transações financeiras ou em aplicações industriais, a latência da nuvem pode ser um fator limitante.



ALEXANDER MAGALHÃES
Head of Cloud Collaboration
Witec IT Solutions

Um exemplo prático é o caso da Confirp Contabilidade, que necessita de alto desempenho e baixa latência para suas operações. "Para empresas como a Confirp, a infraestrutura interna pode oferecer vantagens significativas em termos de desempenho," observa Gallo. "A proximidade dos servidores aos usuários finais é essencial para reduzir atrasos e aumentar a eficiência operacional."

Custos e flexibilidade financeira

A escolha entre custos fixos e variáveis também deve ser considerada. "Com a nuvem, você tem a vantagem de custos previsíveis e escaláveis," diz Magalhães, ressaltando que isso é especialmente benéfico para empresas em crescimento que precisam de flexibilidade financeira.

Por outro lado, Gallo menciona que, apesar da ausência de investimentos iniciais elevados, os custos recorrentes da nuvem podem ser cumulativos. "Recentemente, temos observado um movimento de retorno ao on-premises por diversas empresas que inicialmente migraram para a nuvem," afirma ele, citando a necessidade de maior controle de dados e economia de custos a longo prazo.

Quanto às tendências futuras, Magalhães aponta para um aumento na adoção de soluções híbridas, que combinam nuvem e infraestrutura interna. "Esse modelo oferece o melhor dos dois mundos, permitindo que as empresas mantenham dados críticos localmente enquanto aproveitam a escalabilidade e flexibilidade da nuvem."

Ele também prevê um crescimento na adoção de tecnologias de Inteligência Artificial e Machine Learning na gestão de infraestruturas de TI, otimizando ainda mais a eficiência e segurança. "O futuro da TI está em soluções híbridas e integradas. Empresas que adotarem essas tecnologias estarão mais preparadas para enfrentar desafios e aproveitar oportunidades," conclui Magalhães.

Em última análise, tanto a nuvem quanto a infraestrutura interna têm suas vantagens e desvantagens. A decisão entre elas depende de vários fatores específicos de cada empresa, incluindo tamanho, orçamento, necessidade de controle e requisitos de conformidade. O especialista da Witec conclui com um conselho prático: "Avalie cuidadosamente suas necessidades, consulte especialistas e considere uma abordagem híbrida se estiver incerto. A escolha certa pode trazer significativas vantagens competitivas para o seu negócio."

Felipe Gallo reforça a importância de uma análise detalhada dos custos a longo prazo e da necessidade de controle absoluto sobre os dados. "A infraestrutura interna continua a ser uma escolha preferencial para muitas empresas devido ao controle total sobre os dados, segurança, conformidade, custo a longo prazo, desempenho e personalização," finaliza ele.

Com a orientação certa e uma estratégia bem definida, as empresas podem navegar com sucesso pelo complexo mundo da hospedagem de dados e sistemas, aproveitando as vantagens de ambas as abordagens conforme suas necessidades específicas. ■

SOLUÇÕES COMPLETAS EM TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

A A3 oferece especialistas para dimensionar, implementar e sustentar uma variedade de soluções para impulsionar seus negócios.

SOLUÇÕES DE INFRAESTRUTURA DE TI:



Armazenamento de dados e servidores



Networking



Cloud



Notebooks, desktops e workstations para empresas



Soluções de cibersegurança para proteger sua empresa e seus dados



Serviços gerenciados para sustentar o ambiente de TI da sua empresa

ENFRENTANDO DESAFIOS DE TECNOLOGIA NA SUA EMPRESA?

Elevamos a performance, reforçamos a segurança e simplificamos a gestão de TI com as soluções **Dell Technologies** em conjunto com a equipe especializada da **A3**.



(11) 4332-2606

www.a3infotech.com.br

contato@a3infotech.com.br

FALE COM NOSSOS ESPECIALISTAS



PROBLEMAS COM PLANOS DE SAÚDE:

O DESAFIO DE GARANTIR TRATAMENTOS ADEQUADOS

Receber o diagnóstico de uma doença grave é um momento de enorme apreensão para qualquer pessoa e esse medo pode ser intensificado pela negativa do plano de saúde em cobrir o tratamento necessário.

A situação de problemas com planos de saúde tem se tornado cada vez mais frequente no Brasil. De acordo com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), os problemas relacionados a planos de saúde lideraram o ranking de reclamações e atendimentos em 2023, representando 29,3% do total.

As principais queixas contra as operadoras de planos de saúde estão relacionadas às coberturas. O gerenciamento das ações de saúde por parte da operadora, incluindo autorizações prévias, franquias e co-participações, ocupa o topo do ranking da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS).

As principais queixas apontadas contra os planos de saúde são:

- Dúvidas e reclamações a respeito de contratos (envolve, principalmente, descredenciamentos e problemas com reembolsos), com 29,7%;
- Reajustes de planos de saúde (também 29,7%);
- Negativa de cobertura, com 8,74%.

Por outro lado, as Operadoras de Planos Privados de Assistência à Saúde convivem, diariamente, com o aumento substancial dos custos assistenciais, insegurança jurídica em relação aos procedimentos que devem ou não ser cobertos, envelhecimento populacional e uma estagnação do número de beneficiários de planos de saúde, que contratam os planos disponibilizados pelo setor há mais de uma década.

O setor da saúde suplementar vive um momento de crise substancial, pois o aumento dos custos e despesas assistenciais não é acompanhado de um aumento no número de beneficiários.

Houve uma redução substancial do número de Operadoras de Planos de Saúde que disponibilizam a contratação de planos individuais, pois os reajustes autorizados pela ANS não são suficientes para garantir a sustentabilidade dessa carteira.

Antes de recorrer ao judiciário

A negativa de procedimentos tem sido uma das principais reclamações dos consumidores, e muitas vezes a saída é buscar o Judiciário. Mas os planos de saúde podem negar o atendimento? A advogada Thais Cavalchi Ribeiro Schwartz, da Boaventura Ribeiro Advogados Associados, esclarece os principais pontos sobre este tema.



THAIS SCHWARTZ
Advogada
Boaventura Ribeiro Advogados Associados

Segundo ela, os planos de saúde geralmente negam o custeio de exames e procedimentos cirúrgicos com base na ausência desses exames no Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde da ANS ou por não atenderem aos critérios das diretrizes de utilização da agência.

“Alegações relacionadas à necessidade efetiva do tratamento e exclusões de cobertura também são comuns. É importante destacar que esses critérios podem variar entre as diferentes seguradoras e planos, e os segurados têm o direito de contestar as negativas de cobertura, buscando orientação junto aos órgãos reguladores e de defesa do consumidor”, explica a advogada.

Quando um plano de saúde nega a cobertura de um tratamento, o conveniado pode contestar a decisão diretamente com a operadora, fornecendo informações adicionais e evidências médicas para justificar a necessidade do tratamento. Além disso, é possível entrar em contato com a ANS ou os Procons estaduais e municipais.

Teresa Gutierrez, advogada especializada na área e sócia da Machado Nunes Advogados, pondera que há uma judicialização que é devida e correta, é a promovida, por negativa de procedimentos que estão claramente previstos. Por sua vez, há também no Brasil, a visão de que o acesso a qualquer tipo de procedimento de saúde deve ser garantido, independentemente de uma avaliação clínica de adequação daquela medida para o paciente em específico.

“É uma visão de que o direito à saúde é absoluto, sem considerar que aquele valor disponível deverá ser direcionado a um grupo de pessoas, que aquele dinheiro, de alguma forma, é coletivo”, avalia Teresa Gutierrez.

“Nesse caso entendemos que caberia ao judiciário implementar um sistema de avaliação técnica de demandas judiciais de saúde também para a Saúde



Suplementar, tal como ocorre com o SUS. A longo prazo, a perspectiva é que o juiz da causa consiga avaliar essas demandas previamente, verificando a pertinência clínica para o caso em concreto”, complementa.

No fim das contas, afirma Teresa Gutierrez, ainda que o beneficiário demande o Poder Judiciário, essa conta volta, especialmente para os planos coletivos: “A longo prazo será a empresa que irá pagar ou, para os planos coletivos por adesão, os beneficiários que integram o contrato coletivo pagarão”.

Contestação de negativa de cobertura

Mas, quando se pode e quais os caminhos para contestar essas negativas? Thais Schwartz explica que “dependendo da urgência do procedimento, o segurado pode procurar um advogado e ingressar com ação judicial com pedido liminar. A jurisprudência tende a apoiar que a decisão sobre a melhor terapia ou exames necessários cabe ao médico, e não à operadora de saúde, que não pode se furtar ao custeio dos exames solicitados”, alerta.

Os médicos e especialistas desempenham um papel crucial na defesa dos direitos dos pacientes frente às negativas dos planos de saúde. Eles podem fornecer documentação detalhada sobre a condição clínica do paciente, diagnósticos, prognósticos e necessidades de tratamento, o que dá suporte ao profissional do direito para interpor ações judiciais contra a negativa

do plano de saúde. Além disso, os médicos, por estarem familiarizados com as leis e regulamentações, podem orientar os pacientes sobre seus direitos e opções legais.

Mas isso não impede o crescimento dessa procura, segundo Teresa Gutierrez, já que diversos estudos foram realizados nos últimos anos para avaliar o impacto da judicialização da saúde no Poder Judiciário. Em estudo realizado pelo INSPER foi identificado, entre 2009 e 2017, um aumento de 198% dos processos em primeira instância envolvem a cobertura de procedimentos no setor da saúde. Em grande parte dessas ações, o juiz - sem aferição técnica médica prévia - costuma, de fato, dar ganho de causa aos beneficiários.

No SUS, por exemplo, o INSPER verificou um aumento, entre os anos de 2010 e 2016, de mais de 10 vezes dos gastos com demandas judiciais em saúde no SUS. Um aumento desses na saúde suplementar certamente terá impacto na sustentabilidade do sistema e na possibilidade de manutenção dessa atividade a longo prazo.

Tratamentos comumente negados

Os tratamentos mais comumente negados pelos planos de saúde incluem aqueles considerados experimentais ou que não estão incluídos no rol da ANS. Isso pode abranger procedimentos cirúrgicos ou terapias alternativas que ainda não foram amplamente aceitos pela comunidade médica ou que são considerados não essenciais.

“É vital que os pacientes verifiquem os termos de contratação de seus planos e busquem orientação de profissionais de saúde ou especialistas em direitos do paciente ao lidar com negativas de tratamento”, direciona a sócia da Boaventura Ribeiro.

Proteção dos direitos dos segurados

A legislação brasileira e os órgãos reguladores oferecem diversas proteções aos segurados em relação à cobertura de tratamentos pelos planos de saúde. A ANS é responsável por estabelecer normas e fiscalizar as operadoras, garantindo o cumprimento das obrigações legais e a qualidade dos serviços prestados.

A Lei 9.656/98, conhecida como “Lei dos Planos de Saúde”, define os direitos e deveres dos segurados, as obrigações das operadoras, os tipos de cobertura obrigatória e os procedimentos para a contratação e rescisão dos planos de saúde. Além disso, os Procons atuam na defesa dos direitos dos consumidores, incluindo questões relacionadas aos planos de saúde.

“A negativa de cobertura por parte dos planos de saúde é uma questão recorrente e desafiadora para muitos brasileiros. Compreender os critérios utilizados pelas operadoras para negar tratamentos, os direitos dos segurados e as formas de contestar essas negativas é essencial”, finaliza Thais Schwartz.

Segundo Teresa Gutierrez, todo e qualquer sistema de saúde do mundo sofre com o dilema limitação financeira. A grande discussão é em torno das escolhas que os sistemas farão ao longo do tempo para conseguir atender uma quantidade significativa da população. A judicialização da saúde deve ser garantida para os casos em que, claramente, se está diante de um procedimento que, de fato, deve ser coberto, conforme previsto na legislação em vigor.

A judicialização por direitos não previstos claramente em legislação acaba desviando uma discussão que toda sociedade brasileira terá que enfrentar: o que, como sistema de saúde suplementar, estamos dispostos a cobrir?

Não temos como fugir da discussão das escolhas assistenciais que devemos fazer como sociedade civil, o que está acontecendo, segundo Teresa Gutierrez, é que estamos deixando muitas das escolhas assistenciais serem tomadas pelo Poder Judiciário.

Por outro lado, é certo que as próprias Operadoras de Planos podem implementar medidas para orientar a trajetória assistencial de seus pacientes para um caminho preventivo e orientativo. Cada vez mais é comum acordos entre grandes empresas contratantes de planos e o setor de medicina do trabalho para viabilizar essas medidas. ■

NAVEGANDO PELA COMPLEXIDADE DAS COBRANÇAS:

DA DIPLOMACIA AO JUDICIAL

Na intrincada teia das relações comerciais, a gestão eficaz de cobranças é um pilar fundamental para a sustentabilidade financeira das empresas. A adoção de uma abordagem híbrida que transita do amigável ao judicial pode maximizar a eficiência sem comprometer a integridade e o respeito mútuo entre as partes envolvidas.

A fase amigável na cobrança de dívidas é crucial, pois é nela que se tenta resolver a inadimplência através do diálogo e da negociação. Empresas especializadas utilizam técnicas de comunicação persuasiva para entender as razões por trás do atraso no pagamento e propor soluções que atendam ambos os lados. Este método não apenas aumenta as chances de pagamento, mas também mantém a possibilidade de futuras parcerias comerciais.

Afonso Moraes, fundador e CEO da Moraes Advogados Associados, enfatiza: "Resolver as dívidas amigavelmente é uma oportunidade para fortalecer relações comerciais e evitar os altos custos e desgastes de um processo judicial."

A transição para a abordagem judicial

Quando a abordagem amigável não resulta em sucesso, a transição para medidas judiciais torna-se necessária, já que este passo implica a utilização de processos legais para garantir a recuperação de dívidas. Empresas que oferecem soluções completas de cobrança estão preparadas para lidar com essas situações, garantindo que todo o processo seja conduzido com a máxima integridade e respeito às leis vigentes.

Moraes acrescenta: "A ação judicial deve ser o último recurso. Ela é necessária quando todas as tentativas de negociação falham, mas deve ser conduzida de forma ética e profissional."

Riscos de uma abordagem equivocada

Adotar uma abordagem equivocada na gestão de cobranças pode ter consequências severas, como a perda de clientes e danos à reputação da empresa. Uma cobrança agressiva ou desrespeitosa pode levar a um rompimento irreparável das relações comerciais. Além disso, processos judiciais desnecessários ou mal conduzidos podem resultar em custos elevados e desgaste significativo para ambas as partes.

"Um importante ponto a se entender é que uma abordagem amigável bem-sucedida depende de um entendimento claro das razões do não pagamento e de uma comunicação eficaz, que visa preservar a relação comercial e evitar custos adicionais de litígios", orienta Afonso Moraes.

Uso da tecnologia para aumentar a eficiência

Outro ponto de atenção na hora da cobrança é que, no cenário atual, a integração de serviços como call centers, SAC, vendas e backoffice é fundamental. A utilização de softwares de CRM e Inteligência Artificial permite às empresas de cobrança personalizar o atendimento e melhorar a experiência do cliente.

Algoritmos avançados de análise de dados podem prever os melhores momentos e métodos para a cobrança. Essas tecnologias não apenas aumentam a eficiência do processo, mas também ajudam a manter o respeito e a integridade nas interações com o cliente.

Empresas que conseguem equilibrar habilmente a balança entre o amigável e o judicial se destacam no mercado. A chave para o sucesso está na habilidade de adaptar-se às necessidades do cliente e na implementação de tecnologias que facilitam uma gestão de cobrança mais humana e eficiente.

Riscos da automação

"Apesar das vantagens, a automação de processos em call centers traz riscos, como ataques de phishing, invasões ao sistema devido a falhas de segurança e violações de dados. Para mitigar esses riscos, é essencial que as empresas invistam em segurança robusta e treinamento constante", alerta Afonso Moraes.

Para empresas buscando uma parceria confiável na gestão de cobranças, escolher um prestador de serviços que valorize tanto a eficácia quanto a integridade é essencial. Soluções integradas que garantem resultados respeitando a dignidade e as necessidades de todos os envolvidos definem o novo padrão para o setor de cobranças. ■

MARKETING MULTIGERACIONAL:

ESTRATÉGIAS PARA ENGAJAR DIFERENTES PÚBLICOS

Na era digital em que vivemos, os padrões de consumo estão passando por uma transformação radical. As empresas precisam se adequar e entender essas mudanças para sobreviver, indo muito além de oferecer apenas vendas online. É essencial compreender o novo consumidor e adaptar-se a estas mudanças, observando a significativa evolução nas gerações e nos modelos de relacionamento entre empresas e consumidores.

Rogério Passos, CEO da Link3 Marketing Digital, explica que passamos de um modelo relacional tradicional, focado no atendimento direto e personalizado, para um modelo transacional, centrado em preços e promoções. Hoje, estamos na era do modelo relacional digitalizado, onde a personalização através da tecnologia se torna fundamental.

Neste novo cenário, a interação com o consumidor é profundamente personalizada e tecnologicamente avançada. A abordagem superficial já não é mais suficiente; a personalização é essencial. Em um mercado altamente competitivo, a diferenciação é a chave para conquistar e manter a fidelidade do cliente.



ROGÉRIO PASSOS
CEO
Link3 Marketing Digital

Diversidade geracional e adaptação tecnológica

Uma característica marcante deste novo cenário é a convivência de diferentes gerações no mercado, desde os Baby Boomers até a Geração Z. Cada grupo apresenta comportamentos de consumo distintos, exigindo uma abordagem flexível por parte das empresas.

A importância de investir em tecnologia e adotar estratégias diferenciadas de atendimento é fundamental para manter a relevância no mercado. A adaptação ao modelo Omnichannel, que integra diferentes canais de atendimento, surge como uma necessidade.

Características e preferências das gerações

Cada geração possui características e preferências únicas influenciadas por fatores como experiências de vida, tecnologia e valores culturais. Compreender essas nuances é crucial para criar campanhas de marketing eficazes.

GERAÇÃO SILENCIOSA (NASCIDOS ANTES DE 1946):

- Preferem formas tradicionais de comunicação, como telefone fixo e carta escrita à mão.
- São leais à marca e conservadores no consumo.

BABY BOOMERS (1946-1964):

- Valorizam a qualidade e a durabilidade dos produtos.
- Confiam em fontes de informação tradicionais, como jornais e televisão.
- Apreciam a comunicação pessoal e o contato cara a cara.

GERAÇÃO X (1965-1980):

- São céticos em relação à publicidade, mas adaptáveis à tecnologia.
- Preferem comunicação direta e concisa, como e-mails e mensagens de texto.

MILLENNIALS (1981-1996):

- Valorizam a conveniência e a experiência do consumidor.
- São nativos digitais e preferem comunicação online, especialmente através de redes sociais.
- Gostam de se envolver em conversas com as empresas e valorizam a transparência das marcas.

GERAÇÃO Z (1997-2012):

- Altamente digitais e móveis, preferem dispositivos móveis para comunicação e consumo.
- Valorizam a personalização e a diversidade nas marcas.
- Preferem formas de comunicação rápidas e visuais, como vídeos curtos e emojis.

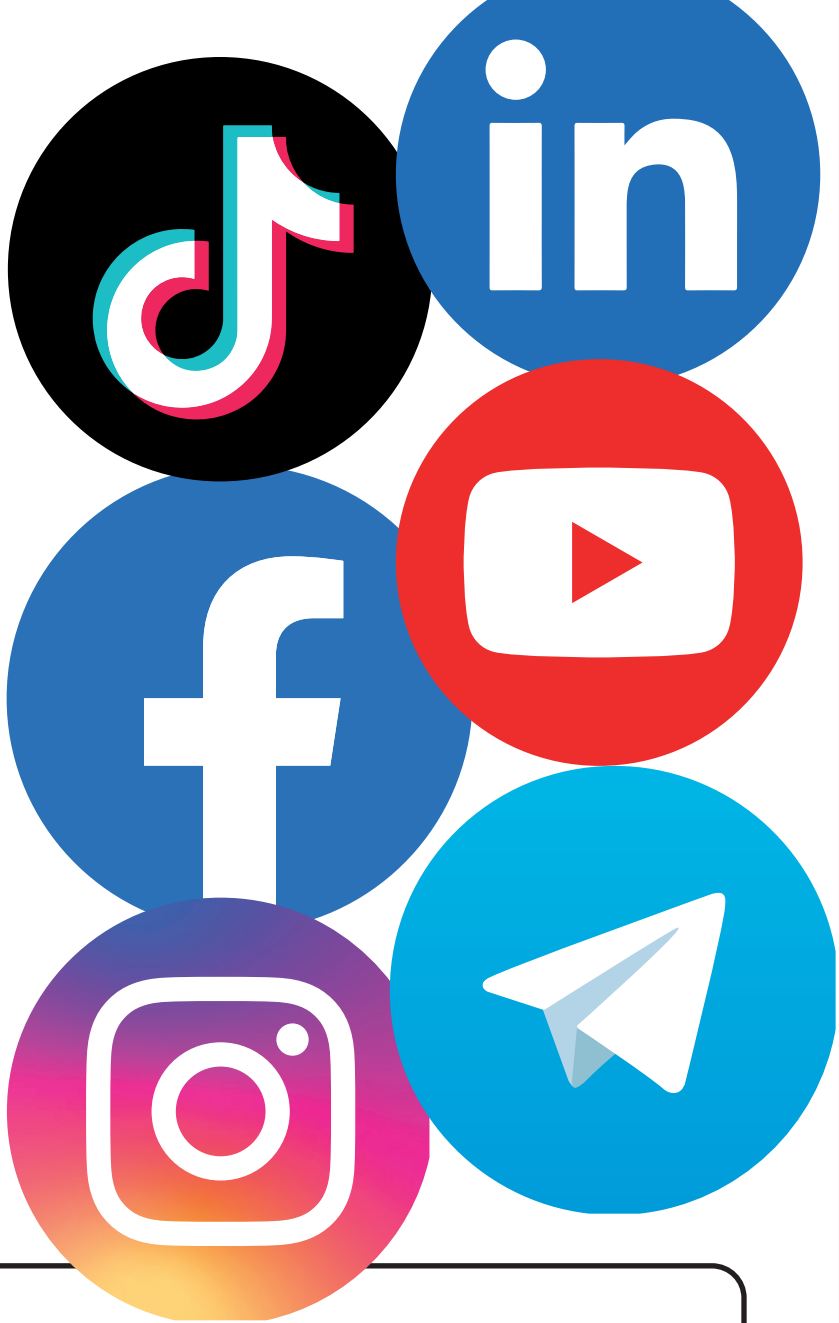
Ajustando a linguagem e a abordagem de marketing

Para engajar esses diferentes públicos a tarefa não é simples, por isso, segundo Rogério Passos, é essencial adotar estratégias de segmentação e personalização. O especialista cita alguns exemplos:

- 1. Pesquisa de mercado: realize pesquisas para entendermelhoraspreferências,comportamentos de compra e valores de diferentes gerações. Análise de dados demográficos e monitoramento das tendências de consumo são fundamentais.
- 2. Segmentação por geração: divida seu público-alvo em segmentos com base na idade e características demográficas. Isso permite adaptar a mensagem e a abordagem de marketing para cada grupo específico.
- 3. Comunicação personalizada: utilize uma linguagem e um tom que ressoem com cada

geração. Por exemplo, a Geração Z pode preferir uma linguagem mais informal e visual, enquanto os Baby Boomers respondem melhor a uma abordagem tradicional e respeitosa.

- 4. Canais de comunicação: escolha os canais preferidos por cada geração. A Geração Z, por exemplo, pode preferir Instagram e TikTok, enquanto os Baby Boomers podem preferir e-mail e Facebook.
- 5. Conteúdo relevante e diversificado: crie conteúdo que seja relevante e atraente para cada geração. Utilize blogs, vídeos, infográficos e outros formatos que correspondam às preferências de consumo de cada grupo etário.
- 6. Experiência do cliente personalizada: ofereça uma experiência de compra personalizada, considerando as preferências e necessidades de cada geração. Isso pode incluir recomendações de produtos baseadas no histórico de compras e programas de fidelidade.



Entenda as principais plataformas e canais de comunicação

GERAÇÃO SILENCIOSA E BABY BOOMERS:

- E-mail: envie newsletters informativas e promoções com linguagem respeitosa e relevante.
- Facebook: utilize para compartilhar atualizações da empresa e depoimentos de clientes.
- LinkedIn: conecte-se com profissionais mais velhos, compartilhando conteúdo relevante e participando de grupos de discussão.

GERAÇÃO X:

- YouTube: crie vídeos informativos e tutoriais sobre seus produtos ou serviços.

- Facebook e LinkedIn: mantenha uma presença ativa, compartilhando conteúdo autêntico e interagindo com os seguidores.
- E-mail Marketing: eficaz, desde que o conteúdo seja relevante e personalizado.

MILLENNIALS:

- Instagram e TikTok: compartilhe conteúdo visual atraente, como fotos de produtos e vídeos curtos.
- Marketing de Influenciadores: colabore com influenciadores para promover seus produtos de forma autêntica.

- Engajamento nas Redes Sociais: responda rapidamente aos comentários e mensagens para construir um relacionamento genuíno.

GERAÇÃO Z:

- TikTok e Instagram: crie vídeos curtos e criativos para capturar a atenção.
- Marketing de Influenciadores: parcerias com influenciadores populares ajudam a promover sua marca de forma autêntica.
- Mensagens Diretas e Personalizadas: utilize Snapchat e Instagram Direct para comunicação direta com clientes.

Tendências futuras no marketing multigeracional

SegundoRogérioPassos,astendênciasfuturasno marketing multigeracional incluem personalização em escala, experiências omnichannel e conteúdo interativo e imersivo. Veja algumas orientações relevantes:

- 1. Personalização em escala: uso de dados e tecnologia para segmentar e personalizar mensagens de marketing, produtos e experiências.
- 2. Experiências Omnichannel: integração de canais de comunicação para oferecer uma experiência consistente e integrada.
- 3. Conteúdo Interativo e Imersivo: utilização de vídeos 360°, realidade virtual (VR) e realidade aumentada (AR) para criar experiências envolventes.

“As empresas que investem em tecnologias de análise de dados, automação de marketing e treinamento de funcionários estarão mais bem preparadas para atender às expectativas de consumidores de todas as gerações”, explica Rogério Passos.

O marketing multigeracional exige uma compreensão profunda das características e preferências de cada geração, além da capacidade de adaptar a linguagem, os canais e as estratégias de comunicação de forma personalizada e segmentada. Com essas práticas, as empresas podem criar campanhas de marketing mais eficazes e inclusivas, engajando diferentes públicos de maneira significativa. ■

O MARKETING DE EMBOSCADA E A NOVA LEI QUE O TORNA CRIME

O marketing é uma estratégia crucial para promover produtos ou serviços e suas respectivas marcas. Com o avanço das tecnologias e das redes sociais, as formas de comunicação dentro do marketing são cada vez mais variadas. Eventos, independentemente de seu porte, funcionam como veículos de divulgação para diferentes marcas, geralmente explorados apenas por patrocinadores oficiais.

Contudo, não é incomum que marcas não patrocinadoras aproveitem esses eventos para se promoverem, o que deveria ser restrito apenas às que de fato os patrocinam. Essa prática, conhecida como marketing de emboscada, envolve marcas não patrocinadoras criando mecanismos para se divulgarem em eventos de grande repercussão, aproveitando-se do prestígio destes eventos para obter vantagens. "Essa prática é mais comum do que parece e muitas vezes passa despercebida, devido à complexidade dos eventos e à grande frequência de pessoas", explica Rosa Maria Sborgia, sócia da Bicudo e Sborgia Marcas e Patentes.



ROSA SBORGIA
Advogada
Bicudo e Sborgia Marcas e Patentes

"Com essa lei, o marketing de emboscada saiu do mero ato concorrencial desleal e entrou na seara do enquadramento criminal."

Exemplos de marketing de emboscada

Eventos como a Copa do Mundo, Fórmula 1, Olimpíadas, e grandes shows são alvos frequentes de marketing de emboscada. Os espaços publicitários nesses eventos são caros, exigindo altos investimentos das patrocinadoras oficiais. No entanto, marcas concorrentes frequentemente lançam campanhas publicitárias provocativas, associando seus produtos ao prestígio desses eventos sem serem patrocinadoras oficiais.

Um exemplo marcante ocorreu na Copa do Mundo de 2010, na África do Sul. Enquanto a Adidas era a patrocinadora oficial, a Nike projetou um painel luminoso em Johannesburg, com imagens de jogadores famosos e a frase "Escreva o seu futuro". Outro caso notável foi em 2012, durante a novela "Avenida Brasil". A Vivo, uma empresa de telefonia, lançou um vídeo promocional com o ator Murilo Benício, que interpretava um personagem da novela, sem a devida autorização da Rede Globo, resultando em uma reclamação severa e a retirada do vídeo do ar.

Legalidade e consequências

No Brasil, o marketing de emboscada é vedado por diversas legislações, incluindo as regras do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), o Código de Defesa do Consumidor e a Lei da Propriedade Industrial. "Toda e qualquer divulgação publicitária deve respeitar diferentes legislações para evitar a concorrência desleal", enfatiza Rosa Sborgia.

A recente Lei Geral do Esporte (Lei 14.597/2023) trouxe uma seção específica que tipifica o marketing de emboscada como crime. Segundo os artigos 170, 171 e 172 desta lei, associar marcas ou sinais a eventos esportivos sem autorização é considerado um crime. "Com essa lei, o marketing de emboscada saiu do mero ato concorrencial desleal e entrou na seara do enquadramento criminal", ressalta Rosa Maria Sborgia.

Para ela, "as empresas e suas agências de publicidade precisam ser muito criteriosas na criação de suas campanhas, evitando a associação de marcas não patrocinadoras a eventos em geral, principalmente aos de grande repercussão". A vedação do marketing de emboscada visa proteger as patrocinadoras oficiais que investem grandes quantias financeiras e garantem a realização dos eventos. "Nada mais sadio e ético do que protegê-las, e, automaticamente, o próprio evento", conclui a especialista.

Com a Lei 14.597/2023, a prática do marketing de emboscada não só é considerada antiética, mas também pode resultar em graves consequências legais para as empresas infratoras. ■

GESTÃO COMERCIAL PARA VAREJO:

TECNOLOGIA QUE SOLUCIONA DESAFIOS DO SETOR

O varejo está em constante transformação. Novos hábitos de consumo, concorrência acirrada e o ritmo acelerado das mudanças exigem que os varejistas adotem soluções inovadoras para se manterem competitivos. Não importa o tamanho ou nicho da empresa, a tecnologia tem se mostrado uma aliada fundamental para otimizar processos e garantir o sucesso dos negócios.

Os desafios enfrentados pelos varejistas hoje são numerosos. Entre eles, destacam-se a complexidade na gestão de estoques, a dificuldade em prever a demanda de produtos, a necessidade de otimizar o planejamento de compras e a pressão para reduzir custos operacionais. Esses problemas impactam diretamente a margem de lucro e a capacidade de competir no mercado.

Neste contexto, soluções tecnológicas como o GCV – Gestão Comercial para Varejo – desenvolvidas com tecnologias da SAP, têm se destacado como ferramentas eficazes para enfrentar essas dificuldades. A ALFA Sistemas, empresa responsável pelo desenvolvimento do GCV, utilizou tecnologias inteligentes do SAP BTP e do SAP Analytics Cloud para criar um módulo de gestão que atende às necessidades específicas do setor varejista.

Como o GCV soluciona problemas do varejo

O GCV foi criado para otimizar diversas áreas operacionais e estratégicas das empresas varejistas. Fábio Rogério, sócio da ALFA Sistemas, explica: "Antecipando e otimizando as ações da empresa diante das mudanças de mercado e comportamento de consumo de seus clientes, através de análises preditivas de consumo/comportamento, além de ferramentas de planejamento de compras (Open to Buy), sugestão de compras, alocação e distribuição de mercadorias, sugestão de remarcações e promoções de produtos com baixo giro e alta cobertura ou fim de coleção."

Entre as funcionalidades destacadas do GCV estão a gestão por categorias, pedidos de compra centralizados, transferência de produtos entre lojas, remarcação de preços, alocação e movimentação de produtos e cobertura de estoque. Essas ferramentas ajudam a resolver problemas críticos como:

1. **Gestão de Estoque:** permite um controle preciso dos níveis de estoque, evitando tanto excesso quanto falta de produtos. Isso é crucial para manter a eficiência operacional e a satisfação do cliente.
2. **Previsão de Demanda:** utilizando análises preditivas, os varejistas podem antecipar tendências de consumo, ajustando suas estratégias de compra e estoque de acordo.
3. **Planejamento de Compras:** ferramentas como o Open to Buy ajudam a planejar melhor as compras, alinhando-as com a demanda prevista e evitando desperdícios.
4. **Redução de Custos:** automatização de processos como alocação de produtos e remarcações de preços reduz o retrabalho e os custos operacionais.

Integração com o SAP Analytics Cloud (SAC)

O GCV é ainda mais eficaz quando integrado ao SAP Analytics Cloud (SAC). Composto por tecnologias como Big Data, Inteligência Artificial e Machine Learning, o SAC permite planejamento orçamentário, previsão de vendas e análise preditiva, facilitando a tomada de decisões estratégicas.

Fábio Rogério comenta sobre essa integração: "Essa é a única ferramenta desenvolvida com tecnologia 100% SAP e integrada nativamente com o SAP Business One através do SAP BTP (Business Technology Platform) Além de trazermos um conceito novo, que chamamos de varejo inteligente, onde agregamos visões, análises e sugestões preditivas dentro de aplicações operacionais de pedidos de compras, alocação e distribuição e remarcações."

Casos de sucesso e impacto no varejo

Empresas que adotaram o GCV já notaram melhorias significativas em seus processos. A ASICS, por exemplo, conseguiu eliminar retrabalhos, aumentar a assertividade dos pedidos e reduzir custos operacionais, enquanto a Shoebiz otimizou seu planejamento de compras e monitoramento de indicadores de desempenho.

Sobre a facilidade de implementação, Fábio Rogério esclarece: "Na verdade, a implementação é bem fácil, pois ele foi desenvolvido especificamente para o SAP Business One, integrado de forma nativa usando tecnologia SAP BTP. O software é fornecido na modalidade da SAAS, dessa forma o cliente não tem preocupações como contratação de equipamentos, nuvens públicas, rede, segurança ou atualização de versão."

O GCV – Gestão Comercial para Varejo – se posiciona como uma solução estratégica para os desafios enfrentados pelo setor varejista, pois, ao proporcionar uma gestão mais eficiente e insights valiosos, ele auxilia os varejistas a navegar pelas complexidades do mercado moderno, otimizando processos e aumentando a competitividade. ■

A IMPORTÂNCIA DA ESCRITA ADEQUADA NA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

No mundo empresarial contemporâneo, a comunicação eficaz é um dos pilares para o sucesso e a sustentabilidade das organizações. A habilidade de escrever de forma adequada não apenas potencializa os resultados de uma empresa, mas também projeta uma imagem de profissionalismo e competência.

Fato é que uma pesquisa realizada pela Catho, empresa de recrutamento online, revela que 34% dos recrutadores eliminam candidatos por erros de português em seus currículos. Esses erros não apenas indicam uma falta de domínio do idioma, mas também sugerem desatenção e displicência, comprometendo as chances de contratação. Esse cenário reflete a importância crítica da comunicação escrita adequada, tanto na fase de seleção quanto no dia a dia das empresas.

"A comunicação escrita adequada é fundamental para garantir clareza e evitar mal-entendidos. Empresas que negligenciam a qualidade da sua comunicação podem perder clientes e comprometer sua reputação no mercado. Uma empresa que envia conteúdos com erros gramaticais ou de concordância passa uma imagem de desleixo e despreparo. Isso pode fazer com que clientes priorizem concorrentes que apresentam propostas e documentos bem escritos", explica Paulo Fabrício Ucelli, sócio da Ponto Inicial Comunicação.

Principais erros e como evitá-los

Os erros mais comuns na comunicação escrita incluem desde grafias incorretas até falhas mais complexas, que resultam em dupla interpretação. Ucelli destaca a importância de evitar tais erros para não comprometer a imagem corporativa. Ele menciona um caso em que um cliente perdeu um contrato importante devido a uma comunicação interna despojada que, inadvertidamente, chegou ao cliente.

Para evitar tais erros, é crucial revisar não apenas o que se escreve, mas também o que outros na empresa produziram. "É necessário um olhar mais amplo sobre a comunicação corporativa, para garantir que todos os materiais sejam consistentes e profissionalmente adequados", sugere Ucelli.

"O uso de media training ajuda a pessoa a falar com clareza e assertividade."

PAULO UCELLI
Sócio
Ponto Inicial Comunicação

Ter um texto com início, meio e fim bem definidos é vital para a compreensão e a eficácia da mensagem. Muitas vezes, a pressa ou a falta de planejamento resulta em textos desorganizados e confusos. Uma recomendação é que antes de escrever, as pessoas devem planejar suas ideias e, após escrever, reler o texto para garantir coerência e coesão.

"Hoje, muitos estão habituados com a comunicação rápida das redes sociais, mas na escrita empresarial é preciso ir além, evitando a superficialidade e garantindo profundidade na mensagem", explica Ucelli.

Técnicas de melhoria

Para aprimorar a comunicação escrita e oral, as empresas podem investir em capacitações e treinamentos. Cursos de redação e de oratória são fundamentais. "O uso de media training ajuda a pessoa a falar com clareza e assertividade, enquanto cursos de redação aprimoram a habilidade de estruturar bem as ideias no papel", recomenda Ucelli.

Além disso, incentivar a leitura regular entre os colaboradores pode enriquecer o vocabulário e melhorar a estruturação de frases. A dificuldade em organizar ideias é um problema comum devido à correria do dia a dia e à defasagem educacional. Daí a importância da leitura regular, pois ela fará com que a escrita seja mais fluida.

"Leitura é fundamental. Pode ser de qualquer tipo de texto, desde que contribua para o desenvolvimento da linguagem e do pensamento crítico", diz. Além disso, praticar a escrita e buscar feedbacks de pessoas confiáveis são estratégias eficazes para aprimorar a comunicação escrita.



Sinais de comunicação eficaz

Uma comunicação eficaz é aquela que é compreendida claramente por todos os envolvidos. Segundo Ucelli, uma boa escrita evita mal-entendidos e fornece segurança jurídica.

"Uma comunicação escrita bem-feita reduz as chances de mal-entendidos e assegura que todas as partes envolvidas tenham uma compreensão clara das informações", aponta. Empresas podem avaliar a eficácia de sua comunicação através do feedback de clientes e funcionários, ajustando estratégias conforme necessário.

Para que o conteúdo ressoe com o público-alvo, é essencial conhecer bem o perfil do mesmo. A empatia é a chave para uma comunicação eficaz. "Pense sempre se o outro vai entender o que está escrito. Evite jargões e termos técnicos que o público pode não compreender", aconselha Ucelli. Simplificar a linguagem e adaptar o tom de acordo com o público são práticas recomendadas para garantir uma comunicação eficaz.

Tendências futuras

O uso da Inteligência Artificial (IA) está emergindo como uma ferramenta auxiliar na comunicação escrita. Ucelli vê a IA como um recurso que pode ajudar na revisão e aprimoramento de textos, mas alerta que é necessário verificar os resultados gerados por essas ferramentas.

"A IA pode revisar textos, mas a validação final deve ser feita por uma pessoa, para evitar erros que a máquina não captaria", conclui. Ferramentas de IA e softwares de revisão são aliados valiosos, mas não substituem a revisão humana cuidadosa.

A comunicação escrita adequada é um diferencial competitivo e uma necessidade básica para qualquer empresa que almeja sucesso e credibilidade no mercado. Investir em treinamentos, incentivar a leitura e utilizar tecnologias de apoio são algumas das estratégias que podem ajudar as empresas a aprimorar sua comunicação e, consequentemente, alcançar melhores resultados. ■

GESTÃO INTELIGENTE PARA SUA EMPRESA FAZER A DIFERENÇA

SISTEMA NACIONAL DE INOVAÇÃO

Lei da Informática

Lei do Bem

Rota 2030

Rua Teodoro Sampaio, 2767 - 2º Andar - Pinheiros

Contatos: (11) 4306-7600 | inovacao@gestiona.com.br

www.leidobem.com.br | www.gestiona.com.br



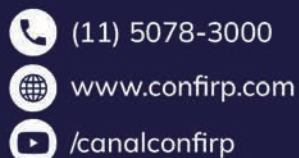
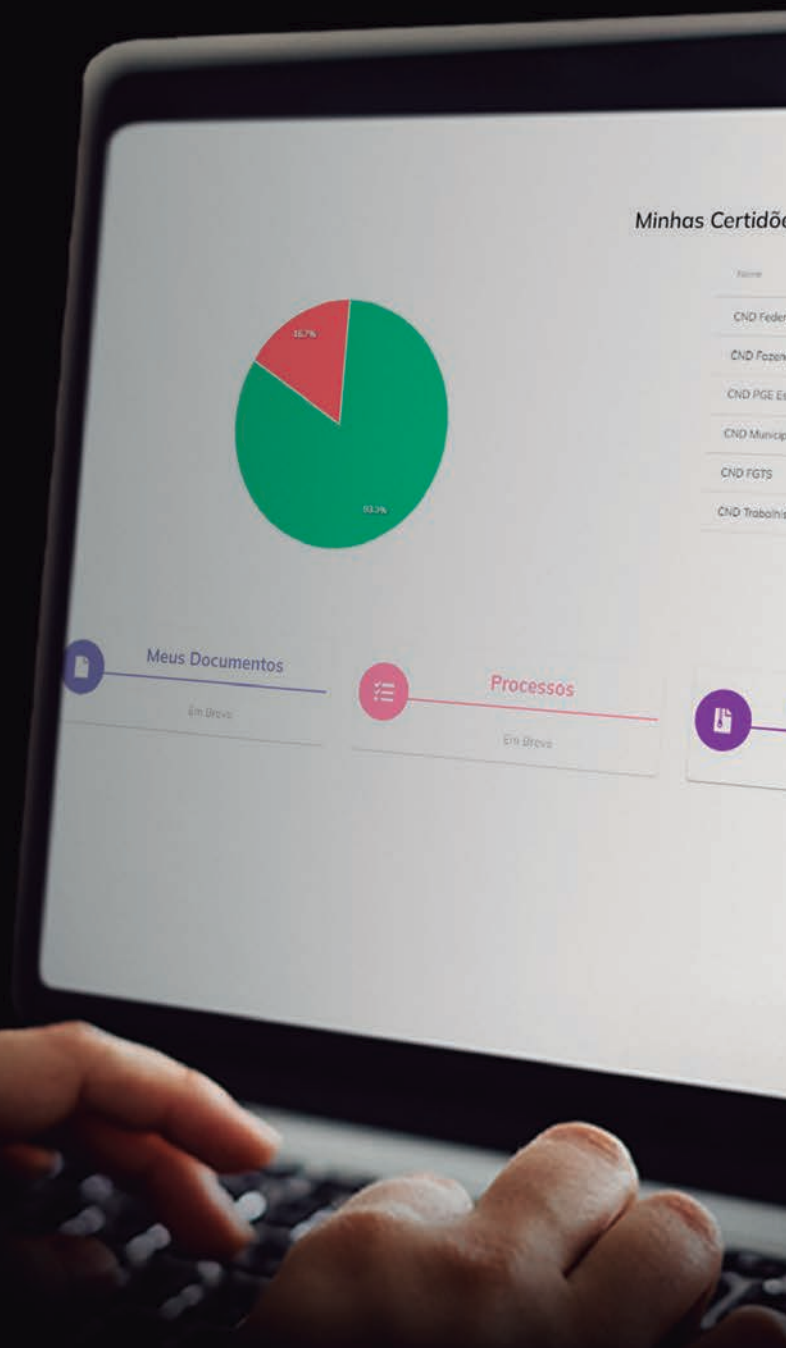
Societário Digital Confirp

Tenha sua **certidões negativas** em apenas um clique!

Com o nosso novo dashboard gráfico e intuitivo, você tem acesso rápido e fácil a todas as informações que precisa:

- Certidões Federais
- Certidões Estaduais
- Certidões Municipais
- Certidão Trabalhista
- Fundo de Garantia

Conheça essa e outras soluções que a Confirp oferece aos seus clientes.



Escaneie o QR Code para saber mais e viva essa nova experiência!

