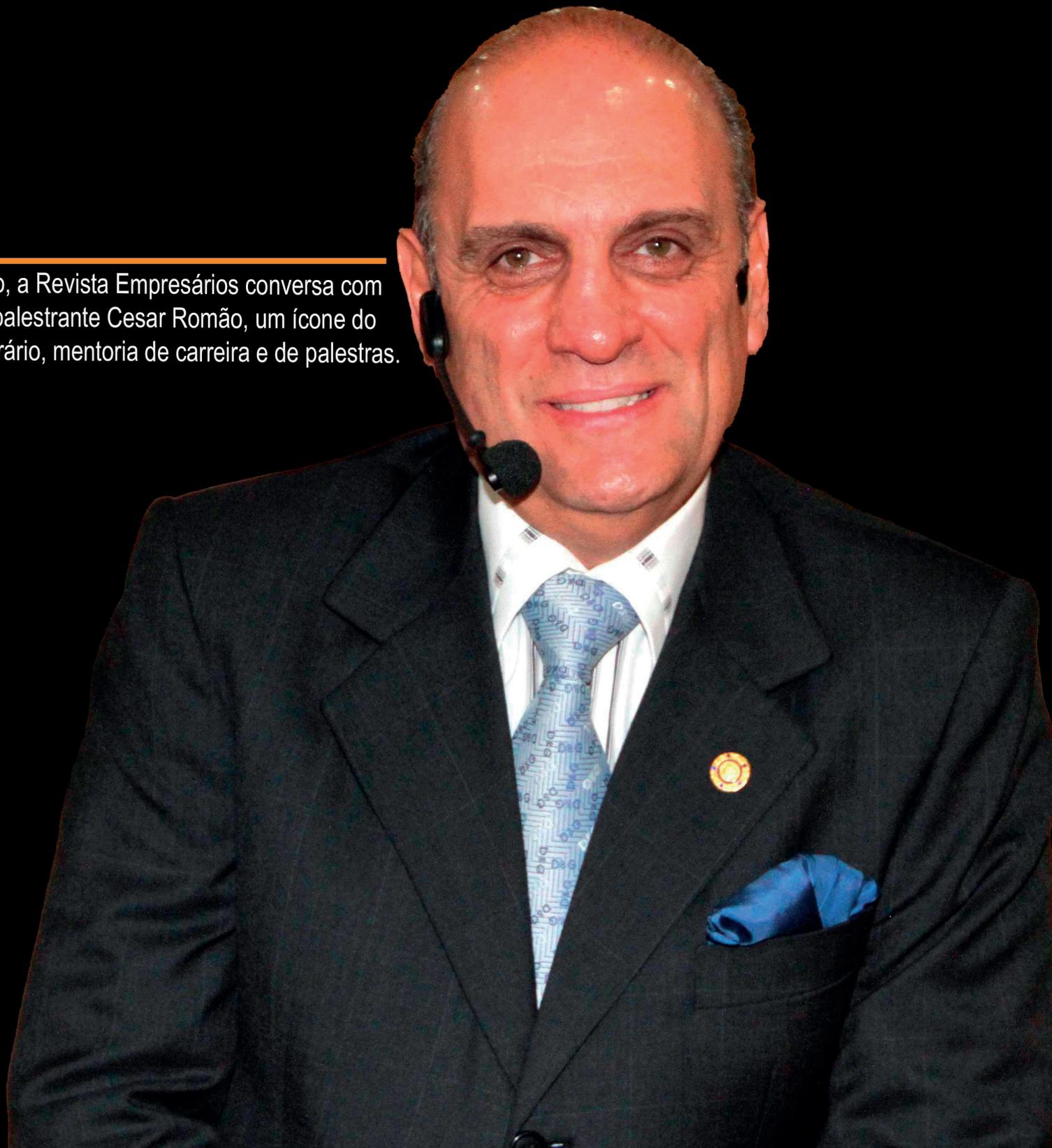


REVISTA
EMPRESÁRIOS  **S**
NETWORK É O NOSSO NEGÓCIO!



Publicação Digital Bimestral / ANO 7 / Março / Abril 2024

Nesta edição, a Revista Empresários conversa com o escritor e palestrante Cesar Romão, um ícone do mercado literário, mentoria de carreira e de palestras.





Seriedade, Transparência e Ética

ML Administradora

A parceria que seu condomínio precisa.

Administração de Condomínios
Compra e Venda de Imóveis
Administração de Locações
Assessoria Jurídica (Manoel Maia Advogados)

www.mlimoveis.com.br

Barra da Tijuca Ilha do Governador Centro
(21) 2423-2538 (21) 3393-2500 (21) 3861-6400



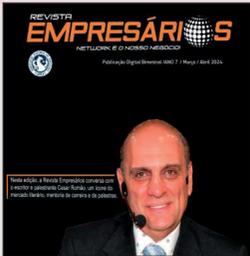
33 anos

Empresa associada a:

Abadi, Creci RJ J1246, Secovi RJ



SUMÁRIO



Capa Entrevista Especial

A Revista *Empresários* conversa com o escritor e palestrante Cesar Romão, um ícone do mercado literário, mentoria de carreira e de palestras

página 30



E-commerce e IA:
11 Tendências para o 2024

página 23



Busca por economia leva 47% dos brasileiros a abandonar suas marcas favoritas

página 50

6  Sustentabilidade na prática de negócios da Indústria 4
Roberto Marques, gerente geral da divisão de CNC da Mitsubishi Electric

42  O que 50 líderes de produto têm para dizer sobre gestão de times em 2024

9  Taxa alarmante: Brasil encerrou 4 empresas por minuto em 2023

46  Por que a gera o Z está fugindo dos cargos de liderança

11  Estágio 2024: saiba como se sair bem nas entrevistas de emprego

54  Artigo Revista *Empresários* Auorresponsabilidade e IA 2024

14  Desvendando os desafios e oportunidades da experiência do cliente em 2024 Por :
Laurent Delache CEO da Foundever no Brasil

17  Como se profissionalizar como Despachante Aduaneiro

19  Club&Casa Autorial 6 anuncia inscri es gratuitas
Thiago Sodré, CEO do Club&Casa Design

26  Transformar hábitos alimentares e nutrir sonhos por:conheça a Treze Health Food

35  Especial Saúde
Entrevista com o Dr. Diego Daibert Salomão de Campos , neurocirurg o

39  Por que as empresas investem em treinamentos de negocia o Por: Cezar Nunes, Sócio fundador da VERK Desenvolvimento

Diretor Executivo - Jamir Silva - Jornalista MTB 55663/SP
Diretora Administrativa - Elaine Silva
Diretor de Arte - Luiz F. da Silveira
Para envio de matérias e artigos contato@revistaempresarios.net





REVISTA
EMPRESÁRIOS
NETWORK É O NOSSO NEGÓCIO

A Revista Empresários nasceu em 2015 com o objetivo de realizar a troca de informações para o público empresarial voltada a incentivar o empreendedorismo através da troca de experiências para que eles possam obter destaque no mundo empresarial composta por uma equipe de colaboradores dos mais diversos seguimentos empresariais com experiências comprovadas no Brasil e exterior.

■ **Proposta da Revista Empresários**

É oferecer a todos os setores um espaço editorial de qualidade, agregando mais um valor, o da informação, às empresas, e temos a certeza que estamos colaborando com o desenvolvimento das empresas e de seus colaboradores. O conteúdo elaborado atende tanto as demandas dos empreendedores – sejam pequenos, médios ou grandes – quanto daqueles que buscam sua inserção no mundo dos negócios. Atualmente já chegamos a mais de 50 países

■ **Perfil do Público**

Tem um público exigente e qualificado, sendo que 42% de seus leitores são empresários e diretores ligados às atividades de comércio exterior (Importação e Exportação); 27% são industriais ou empresários atuantes em entidades ligadas à indústria e tecnologia da informação; 16% empresários do setor portuário e 13% são professores e estudantes universitários. Trata-se de um público ligado às classes A e B, sendo 82% com nível superior completo ou pós-graduação.

■ **Website**

O Portal de Notícias www.revistaempresarios.net tem atualização diária. A média de 1.200 mil acessos/dia, sendo que 41% desse público são formados por profissionais ligados ao comércio internacional, logística e transportes; 29% são empresários e industriais e 19% empreendedores, professores e universitários.

NEM TODO
MUNDO GOSTA
DE PASSAR
POR PORTA
GIRATÓRIA.

NUBANK, O PRIMEIRO BANCO
100% DIGITAL.

 nubank

Sustentabilidade na prática de negócios da Indústria 4.0

Por Roberto Marques, gerente geral da divisão de CNC da Mitsubishi Electric



O modelo de negócio moderno mudou radicalmente em direção às práticas ESG (Ambiental, Social e Governança). A sustentabilidade corporativa deixou de ser apenas uma opção estratégica para se tornar um imperativo empresarial crítico para a sobrevivência futura. A transformação “verde” dos negócios envolve o posicionamento

estratégico da organização na realidade econômica, contabilizando as oportunidades e ameaças econômicas, ambientais e sociais.

A introdução de abordagens sustentáveis na gestão empresarial traz benefícios relevantes, como a identificação de áreas que gerem valor de longo prazo, relacionamentos construtivos com stakeholders internos e externos, mitigação de riscos socioambientais, atração de investimentos e construção de reputação de marca.

A Indústria 4.0 precisa de novas práticas de negócios, que foquem em seus impactos positivos e na sustentabilidade. Essa nova manufatura incorpora práticas “verdes” em todos os níveis de produção - produto, processo e sistema. E agora inclui mais R's, como reduzir, reutilizar, recuperar, reciclar, redesenhar, reaproveitar, remanufaturar e reformar.

No que diz respeito à prática de negócios da Indústria 4.0, a eficiência energética, melhor uso de recursos, o controle de resíduos e a melhoria na entrega são importantes para a sustentabilidade econômica e ambiental. Em relação à dimensão social da Indústria 4.0, vários benefícios para os funcionários podem ser listados, incluindo o aprimoramento do aprendizado humano por meio de sistemas inteligentes de assistência ou interfaces homem-máquina. Além disso, adotar dispositivos inteligentes e robôs em estações de trabalho ergonomicamente desfavoráveis, que exigem maior esforço físico, pode proporcionar uma melhoria significativa na saúde dos funcionários.

Novos modelos de negócio

Segundo analistas da Deloitte, a mudança disruptiva não precisa ocorrer baseada apenas nos modelos empresariais existentes. Com as tecnologias da Indústria 4.0, as organizações podem otimizar os processos atuais, bem como desenvolver novas estratégias com

foco na inovação e na sustentabilidade, enfatizando processos verdes e enxutos, que são ecologicamente corretos.

Esse novo modelo na prática de negócios baseia-se no uso e reutilização eficazes de recursos em todo o ciclo de vida do produto, desde materiais e processos até equipamentos e habilidades.

A manufatura sustentável produz bens usando procedimentos economicamente viáveis que reduzem as consequências ambientais negativas, preservando a energia e os recursos naturais.

Devido à nossa realidade econômica, o brasileiro sempre tentou consertar antes de pensar em comprar um equipamento novo, porém devemos ver cada vez mais as empresas promovendo a “reparabilidade” dos seus equipamentos com mais disponibilidade de peças sobressalentes e serviços. Trazendo tudo isso à realidade financeira das empresas, devemos ver um aumento do foco nos departamentos de pós-vendas que devem teoricamente compensar as perdas de receitas com a venda de produtos novos através do aumento de reparos dos produtos, e também nos departamentos de R&D que devem projetar produtos mais resistentes a quebras e mais reparáveis.

Essa nova forma de gestão está ganhando força na manufatura, e as organizações que se envolvem em atividades ecologicamente corretas ou verdes estão se tornando mais eficientes, cortando gastos, distinguindo-se da concorrência e posicionando-se para ficar à frente da regulamentação. Esse é o caminho para uma Indústria 4.0 que realmente gera valor no longo prazo.

CURSOS DE ALTA QUALIDADE E BAIXO CUSTO

CERTIFICADOS PELO MEC



MBA Gestão em Saúde
✓ 360 horas de duração



Como se **capacitar** quando os cursos de qualidade envolvem altos investimentos?

A Carreira&Saúde oferece cursos com 50% de desconto!

*Conhecimento de qualidade para **empreendedores e profissionais da saúde.***

CURSOS COMPLETOS E CURSOS MODULARES. Oferecemos cursos de pós-graduação para quem deseja o título de MBA, ou cursos em módulos, que também contam com certificado.

AULAS COM ESPECIALISTAS DE TODO PAÍS.

O QUE SUA EMPRESA REALMENTE PRECISA. Nossa missão é disponibilizar cursos de alta aplicabilidade operacional e baixo custo, para ampliar o conhecimento de profissionais da saúde e melhorar a qualidade de atendimentos, habilidades administrativas e a humanização de pacientes e funcionários.

CURSOS DE APRIMORAMENTO PROFISSIONAL

Planejamento de Custos e Financeiro; Gestão de Processos; Gestão e Selo da Qualidade; Desenvolvimento de lideranças; E muito mais!

Instituto
Carreira & Saúde
www.carreiraesaude.med.br

Acompanhe também!  @carreirasaudeead  /carreiraesaude

CURSOS COM 50% DE DESCONTO POR TEMPO LIMITADO!

Abra sua conta 100% digital



Cartão Internacional sem anuidade



Cashback:
Dinheiro de volta



Saques grátis
no Banco24Horas

Sujeito a análise. Consulte condições.



Acesse
original.com.br



Taxa alarmante: Brasil encerrou 4 empresas por minuto em 2023



De acordo com o Mapa de Empresas do governo federal, 2,1 milhões de negócios foram encerrados ao longo do ano

O cenário empresarial brasileiro em 2023 apresentou desafios significativos, refletidos no alarmante número de fechamento de empresas em comparação com o ano anterior. De acordo com o Mapa de Empresas do governo federal, a taxa de fechamento atingiu uma média

assustadora de quatro empresas por minuto, totalizando 2,1 milhões de negócios encerrados ao longo do ano. Esse número representa um aumento substancial de 25% em relação a 2022, quando 1,7 milhão de empresas encerraram suas atividades.

Microempresas e empresas de pequeno porte foram particularmente afetadas, com 2.049.622 e 49.631 empresas fechadas, respectivamente. O impacto econômico e social desses fechamentos é imenso, afetando não apenas os proprietários e funcionários, mas também as comunidades onde essas empresas estavam inseridas.

É crucial compreender os motivos por trás desse aumento alarmante no fechamento de empresas.

Durante o período de janeiro a novembro de 2023, 670 empresas declararam falência, enquanto outras 1,3 mil entraram com pedido de recuperação judicial, de acordo com dados da Serasa. Esses números destacam os desafios enfrentados pelos empreendedores, incluindo questões financeiras, competitividade de mercado e mudanças regulatórias, entre outros fatores.

No entanto, em meio a esses desafios, surge uma oportunidade para a orientação especializada desempenhar um papel crucial na sobrevivência e no crescimento das empresas. André Minucci, um especialista em empreendedorismo e estratégia empresarial, destaca a importância de buscar uma mentoria para empresa e orientação para evitar o fechamento prematuro de uma empresa.

Minucci enfatiza que os empreendedores devem estar dispostos a aprender e se adaptar constantemente às mudanças do mercado. Ele ressalta que a mentoria pode fornecer insights valiosos, experiências compartilhadas e orientação prática para enfrentar os desafios empresariais com confiança e resiliência.

“Uma das principais vantagens é a oportunidade de receber feedback personalizado e direcionado às ne-

cessidades específicas do negócio. Isso pode ajudar os empreendedores a identificar áreas de melhoria, desenvolver estratégias eficazes e tomar decisões informadas para impulsionar o crescimento”, comenta André.

Além disso, para o especialista é importante uma rede de apoio, conectando os empreendedores a uma comunidade de profissionais experientes, parceiros potenciais e além de recursos úteis. Essa rede pode ser inestimável para expandir o alcance do negócio, explorar novas oportunidades de mercado e superar obstáculos comuns enfrentados por muitas empresas.

André destaca ainda a necessidade de uma abordagem proativa. Os empreendedores não devem esperar até que surjam problemas sérios para buscar orientação, mas sim incorporar a mentoria como parte integrante de sua estratégia desde o início. Isso permite uma abordagem preventiva, ajudando a evitar armadilhas comuns e maximizar as chances de sucesso a longo prazo.

O aumento significativo no fechamento de empresas no Brasil em 2023 destaca os desafios enfrentados pelos empreendedores em um ambiente econômico dinâmico e competitivo. “A busca ativa pelo conhecimento pode ser um diferencial entre o fracasso e o sucesso empresarial, capacitando os empreendedores a enfrentar os desafios com confiança, determinação e visão de futuro”, comenta.

Valle Móveis
Móveis para escritório

MÓVEIS DO TAMANHO DA SUA NECESSIDADE

PARA O SEU NEGÓCIO

● ● ● ● ● ● ● ●
 ● ● ● ● ● ● ● ●

ACESSE NOSSO SITE

Colgate

Chegou a nova Zig Zag CARVÃO 2 pack



Sucesso para o seu cliente:



Cerdas com infusão de carvão

Cerdas macias para limpeza interdental e remoção de bactérias e cabo feito com 25% de plástico reciclado.

Sucesso para o seu negócio:



A marca Zig Zag já é um sucesso em outras versões (3,7% H&S e 1,3% Drugs)



Maior potencial de ganho de share (C&C + 1,6% e Pharma + 0,9%)



25% de plástico reciclado

Estágio 2024: saiba como se sair bem nas entrevistas de emprego



sim analisar quais são os valores e se eles condizem com seu perfil.

Leve perguntas para a entrevistas

Tendo em consideração a importância da etapa anterior, ao pesquisar, diversas dúvidas sobre a empresa podem surgir. Anote as mais relevantes e pergunte-as durante a entrevista. Isso demonstra um senso de interesse extra pela vaga, o que pode ser um diferencial essencial.

Entenda como contar sua história

Uma entrevista de emprego, em diversos casos, nada mais é do que um momento de expressar sua jornada para então provar seu valor no mercado.

Invista tempo em desenvolver sua habilidade de oratória, seja por cursos, praticando com um amigo ou até mesmo por meio de gravações autônomas.

Para o recrutador o que irá contar é o seu nível de comunicação, a construção do raciocínio lógico, a facilidade em resolver problemas, se você sabe trabalhar bem em equipe e como lida com frustração. Dessa forma, sua abordagem será ainda mais eloquente e convincente aos entrevistadores.

Valorize seus pontos fortes

Mesmo aqueles sem experiência prévia possuem inúmeras habilidades que o farão atrativo para o mercado de trabalho. É essencial saber valorizar essas características durante as entrevistas, exemplificando por meio de seus feitos em atividades acadêmicas e até mesmo no seu dia a dia pessoal.

Quer valorizar sua proatividade? Mencione a participação em um centro acadêmico; para destacar sua disposição e empatia, fale sobre algum trabalho voluntário, isso fará diferença no momento da seleção.

Não tenha medo de admitir seus pontos fracos

Mostrar aos entrevistadores que você está ciente de suas fraquezas profissionais é tão importante quanto valorizar seus pontos fortes. Isso porque essa noção demonstra uma grande responsabilidade por parte dos entrevistados e, principalmente, em oportunidades de estágio. Não saber de tudo não é nada para se envergonhar. O mais importante é demonstrar vontade em aprender e melhorar sempre!

Não tenha medo de pecar pelo excesso

Durante suas entrevistas, principalmente se forem presenciais, lembre-se de se arrumar para a data. É muito importante causar uma primeira impressão positiva. Para ser assertivo e se adequar da melhor

Especialista do Pravalor dá dicas para aqueles que buscam o primeiro emprego e desejam se destacar durante as etapas de recrutamento

Em uma pesquisa conduzida pela Nube, 40,93% dos jovens afirmaram que não se sentem plenamente preparados para realizar entrevistas de emprego.

Seja por causa de dúvidas pontuais ou de um nervosismo, existem inúmeras causas para que a ocasião provoque um desconforto àqueles que buscam dar início à sua jornada profissional. Como em todo início de semestre, há uma grande probabilidade de abertura de vagas nos primeiros meses de 2024, estar preparado para as entrevistas e dinâmicas durante o processo de recrutamento e seleção é fundamental.

“Como qualquer outra atividade que realizamos pela primeira vez, é comum que as primeiras entrevistas de emprego sejam um pouco mais desafiadoras”, explica Fernanda Inomata, Chief Human Resources Officer (CHRO) do Pravalor, principal plataforma de acesso e soluções para o ecossistema de educação do Brasil. “Com a prática, vamos nos aperfeiçoando e nos tornando melhores nesses momentos”.

De acordo com a executiva, que possui mais de 13 anos de experiência em Recursos Humanos, há diversas formas de se preparar para as entrevistas e se destacar perante os outros concorrentes. “Ingressar no mercado de trabalho é uma etapa profissional importante, pois é um momento de muito aprendizado. Inseguranças e ansiedade são normais, mas são as habilidades, o interesse e o desempenho do candidato que vão abrir as portas para alguma oportunidade”.

Para quem quer se sair bem nas entrevistas, Fernanda Inomata elencou algumas dicas. Confira:

Pesquise sobre a empresa anteriormente

Muitas vezes, aqueles que realizam uma bateria de testes em um curto período acabam por subestimar a importância dessa etapa. Antes da entrevista, busque pesquisar mais sobre a empresa em questão para as-

forma, o ideal é pesquisar sobre a cultura organizacional da empresa e se há um código de vestimenta.

Atenção à linguagem corporal e verbal

Durante a entrevista, é fundamental que você se atente não somente a como se porta (postura ereta, mãos sempre à vista e entonação de voz clara são sempre recomendadas), mas também como se expressa. Tente evitar gírias e vícios de linguagem como “tipo” durante suas falas. Para praticar, aplique as mesmas técnicas de quando for contar sua história e pratique bastante os pontos que quer levantar, para que não soe robótico.

Destaque suas habilidades comportamentais

Durante a entrevista e outras etapas do recrutamento, demonstrar raciocínio lógico, adaptabilidade, trabalho em equipe, busca por soluções de problemas e comunicação assertiva são habilidades comportamentais que diferenciam os candidatos. Portanto, dar ênfase nessas qualidades é essencial!

Se você está em busca de autoconhecimento, desenvolvimento pessoal e entender melhor as suas características e habilidades comportamentais, alguns testes de perfil pode te ajudar a descobrir quais são seus pontos fortes, desafios e como melhorar seu desempenho em diferentes áreas da sua vida. Confira aqui.

Fonte: <https://www.nube.com.br/pesquisa/2022/05/02/voce-se-sente-preparado-para-participar-de-uma-entrevista-de-estagio-ou-emprego>

Sobre o Pravaler

O Pravaler é a principal plataforma de acesso e soluções para o ecossistema de educação do Brasil.

A companhia, que foi a primeira fintech fundada no País figurando entre as mais importantes, segundo estudo publicado pela KPMG, também se tornou a primeira edfintech brasileira. Com processo de contratação de seus serviços 100% online e menos burocrático, a empresa tem como filosofia gerar oportunidades educacionais, potencializando o que há de melhor na sociedade. No mercado há 22 anos, tem entre seus principais acionistas o Banco Itaú e, em 2021, fez sua primeira aquisição, a edtech Amigo Edu, com o objetivo de ampliar seu portfólio de produtos e serviços. Em 2022, incorporou a tecnologia da Jobis, startup especializada em empregabilidade, com objetivo de criar uma vertical de empregabilidade para auxiliar a entrada de estudantes no mercado de trabalho. Em 2023 adquiriu a Workalove, edtech de orientação e desenvolvimento de carreira, com objetivo de contribuir com toda a jornada acadêmica e profissional do estudante. Nos anos de 2020, 2021 e 2022, foi listada entre as empresas que crescem mais rápido nas Américas

pele Financial Times. Com faturamento de R\$ 300 milhões e mais de 500 colaboradores apaixonados por educação, a companhia tem como meta ampliar o acesso à educação e contribuir para a transformação da vida de muitas pessoas.



1%

dos seus gastos viram cashback¹

0

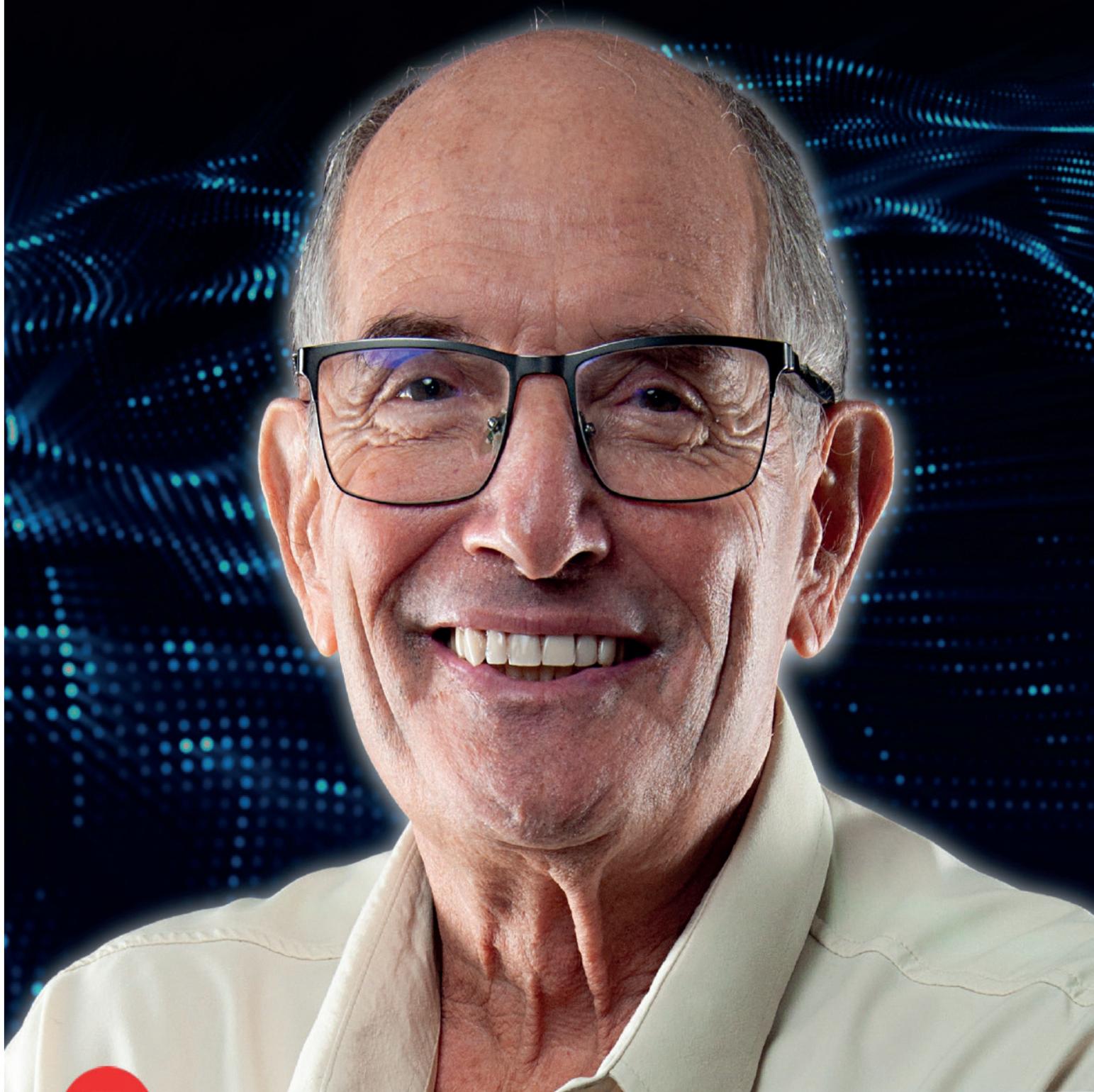
anuidade², no primeiro ano

50% Off

na taxa de corretagem para investir no mercado de ações pelo app ou site³

ERNESTO RESPONDE

GESTÃO EMPRESARIAL - POLÍTICA - ECONOMIA -
EDUCAÇÃO - TECNOLOGIA - QUALIDADE DE VIDA...



/ERNESTOHABERKORN | TODA QUINTA-FEIRA | 19H

Desvendando os desafios e oportunidades da experiência do cliente em 2024 - Por : Laurent Delache – CEO da Foundever no Brasil



Em um cenário empresarial cada vez mais competitivo, a Experiência do Cliente (CX) não apenas mantém sua relevância, mas intensifica-se como um fator estratégico crucial para as marcas em 2024.

Segundo uma pesquisa da Foundever, líder global no setor, 80% dos clientes valorizam mais a experiência do que os próprios produtos e serviços, destacando a necessidade premente de um atendimento excepcional. Apenas 6% dos clientes afirmam que a experiência do cliente não desempenha nenhum papel em suas decisões de compra, sublinhando a importância dessa dimensão nas interações entre consumidores e marcas.

Ao considerar a perspectiva brasileira, destaco a importância desses dados ao afirmar que a experiência do cliente tornou-se o diferencial competitivo mais crucial para as marcas. Ignorar isso é correr o risco de perder não apenas vendas, mas a lealdade do cliente. Nesse contexto, elencamos sete desafios que as empresas devem enfrentar em 2024 para se manterem alinhadas às mudanças do mercado e superarem as expectativas dos consumidores.

Desafio 1: Identificação do cliente

Consumindo de 10% a 20% do tempo do associado, a identificação do cliente, embora fundamental, é muitas vezes negligenciada. Simplificar esse processo é crucial. A identificação é a base do CX, impactando satisfação, eficiência e custos. Inovação é crucial para garantir segurança dos dados. Devemos buscar meios eficientes, mantendo elevado padrão.

Desafio 2: Domínio e conhecimento de dados

A gestão de grandes volumes de informações é um desafio no conhecimento e crucial para atendimentos de qualidade. Enfrentamos a barreira da integração, estruturação e compartilhamento eficientes desse conhecimento. Avaliação e modernização do conteúdo, incorporação de novos canais e a criação de um ambiente de aprendizagem estimulante são essenciais.

A busca pela eficiência operacional requer equilíbrio na adoção de novas ferramentas, otimização de conteúdo existente e estímulo ao aprendizado contínuo. Essa abordagem estratégica é vital para superar o desafio da gestão de dados e garantir que a informação se traduza em eficácia operacional, promovendo uma

experiência do cliente aprimorada.

Desafio 3: Criação de um relacionamento contínuo

O terceiro desafio vai em direção à evolução das expectativas dos clientes, que buscam relacionamentos contínuos com as marcas. Conversas que se estendem além de um único contato geram oportunidades de upsell e aumentam a satisfação do cliente. Em 2024, é essencial oferecer uma experiência que vá além de interações pontuais, criando laços duradouros. A continuidade nas interações não apenas impulsiona a satisfação, mas também reduz contatos repetidos. Portanto, o desafio não é apenas manter, mas aprimorar a qualidade das conversas para atender às crescentes expectativas dos consumidores.

Desafio 4: Aproveitar o potencial da IA generativa

Segundo a Foundever, a tecnologia da IA generativa revoluciona as interações, oferecendo respostas mais naturais e personalizadas. A inovação reside na capacidade de ir além das respostas padrão, melhorando significativamente a experiência do cliente. Integrar efetivamente a IA generativa é essencial para empresas que buscam destacar-se na personalização e eficiência da interação com o cliente em 2024.

Desafio 5: Integrar a imersão nas operações de atendimento ao cliente

Com apenas 13% das marcas utilizando tecnologias imersivas nas operações de atendimento, destaco sua subutilização devido a razões como conhecimento inadequado e preocupações de segurança. A imersão não apenas aprimora a compreensão do cliente, mas também aumenta as taxas de resolução. Em 2024, superar esse desafio significa explorar e adotar soluções imersivas de forma estratégica, ampliando a comunicação para além dos canais tradicionais e atendendo às crescentes expectativas dos clientes.

Desafio 6: Criar uma dinâmica de engajamento dos colaboradores

A importância de equilibrar humanos, tecnologia e organização para um atendimento excepcional ao cliente é ponderada. Em um ambiente em constante mudança, o engajamento dos colaboradores é vital. Quase 60% dos colaboradores estão psicologicamente desligados do trabalho. Esse desafio exige o

apoio às competências gerenciais, incluindo liderança, habilidades gerenciais e conhecimento. Investir em ferramentas tecnológicas e uma estrutura organizacional que sustentem essas competências é essencial para enfrentar os desafios de 2024.

Desafio 7: Gerar valor com operações de atendimento ao cliente

No sétimo desafio, propomos ao mercado uma transformação na percepção das operações de atendimento. Essas operações não podem ser vistas apenas como centro de custos, mas como uma peça crucial na decisão de compra do cliente.

A geração de valor envolve investir sabiamente, focar na simplicidade e adotar quatro chaves transformadoras: autonomia, velocidade de resolução, eficiência e continuidade. Transformar o atendimento ao cliente em uma unidade de geração de valor é uma estratégia indispensável para enfrentar os desafios e destacar-se em 2024.

Neste ano, a experiência do cliente passou de uma mera prioridade e se tornou um fator estratégico para as empresas. As marcas que enfrentam e superam esses desafios não apenas atendem às expectativas, mas também moldam positivamente as percepções dos clientes. A evolução constante e inovadora na experiência do consumidor é o caminho para o sucesso duradouro.

Laurent Delache:

30 anos de experiência profissional em Gestão de Experiência do Cliente, TI, Consultoria Empresarial e Operações de Contact Centers, desenvolvida em organizações internacionais (Bull, Alcatel Lucent, Genesys, COPC & Aspect), em ambientes multiculturais, com especial foco em Telco e Serviços Financeiros negócios.

itacolor

Tintas e Texturas



Renovamos nossa marca
e estamos continuamente
melhorando nossos produtos,
venha conhecer e comprove!

É GERDAU,
É COMERCIAL,
É DE CONFIANÇA.



A MAIS COMPLETA LINHA DE SOLUÇÕES EM AÇO 100% GERDAU,
COM CONDIÇÕES ESPECIAIS DE PAGAMENTO.

LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO | CONSTRUÇÃO CIVIL | INDÚSTRIA | AGROPECUÁRIA

WWW.GERDAU.COM.BR

Por que comprar o seu carro com a **Unidas Seminovos**?



Garantia de
Procedência



Quilometragem
real comprovada



Variedade
de modelos



Garantia
Mais



Negociação
on-line



Seminovos
Delivery



Super valorização
do seu usado



Facilidade no
pagamento

* Consulte condições.

Como se profissionalizar como Despachante Aduaneiro?



Despachantes Aduaneiros (ADA). “Este exame avalia seus conhecimentos técnicos, sendo fundamental para obter a certificação como despachante”, comenta Carlos.

Uma vez certificado, o profissional está apto a solicitar sua habilitação para atuar como Despachante Aduaneiro junto à Receita Federal. Este processo representa o reconhecimento oficial de sua competência para representar e conduzir procedimentos aduaneiros perante as autoridades competentes.

Alberto ressalta que além dos cursos de preparação e especialização, os ajudantes são obrigados a comprovar aprovação em exame de qualificação técnica gerido pela RFB para inscrição no registro de despachantes. “Para os que almejam uma formação acadêmica, a opção de ingressar em um curso de administração de empresas e posteriormente se especializar em comércio exterior é viável”, finaliza.

Após cumprir o ciclo temporal e as exigências estabelecidas no artigo 810 do regulamento, o ajudante interessado pode ser inscrito no Registro de Despachantes mediante ato declaratório da autoridade competente, publicado no Diário Oficial da União. A partir desse momento, estará apto a atuar como despachante autônomo, sendo credenciado pela RFB para representar pessoas jurídicas importadoras e exportadoras nos despachos aduaneiros, promovendo o desembaraço aduaneiro de mercadorias importadas ou a exportar junto aos órgãos públicos e entidades privadas relacionados ao procedimento.

Sobre a Feaduaneiros – A Federação Nacional dos Despachantes Aduaneiros foi criada em 21 de abril de 1953, com o objetivo de congregar e representar a categoria econômica dos Despachantes Aduaneiros em todo o território nacional. Suas atribuições incluem a luta pelos direitos e interesses da categoria, com representatividade para conciliar divergências e conflitos entre os sindicatos filiados, bem como promover a solidariedade e a união de toda a classe profissional; além de defender os princípios de liberdade para o exercício da profissão, a lealdade na concorrência e a ética no desempenho da atividade profissional.

Embara não exista um curso específico para a área, especialistas recomendam buscar uma graduação em Comércio Exterior, Logística, Administração, Direito ou disciplinas correlatas antes de investir nos registros da Receita Federal

De acordo com o art. 810 do Regulamento Aduaneiro, o exercício da profissão de despachante aduaneiro no Brasil está estritamente vinculado à inscrição na Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB). Para obter essa inscrição, a pessoa física interessada deve cumprir uma série de exigências, incluindo a comprovação de, pelo menos, dois anos de registro como ajudante de despachante aduaneiro.

De acordo com Carlos Alberto Rodrigues, consultor jurídico da Federação Nacional dos Despachantes Aduaneiros (Feaduaneiros), a atividade é de natureza técnica. “Envolve complexos procedimentos fiscais de despacho de mercadorias, regulamentado por um conjunto de normas legais que compõem o Direito Aduaneiro. Este, por sua vez, interconecta-se com diversos ramos do Direito em Geral, como Constitucional, Tributário, Civil, Penal, Administrativo, Comercial e Internacional”, explica.

O despachante aduaneiro precisa interpretá-los durante todo o processo fiscal de Despacho Aduaneiro de importação e exportação. “Isso inclui conhecimentos sobre endosso de conhecimento de transporte, prazos, base de cálculo de tributos, prescrição, valor aduaneiro e o Regimento Interno da RFB, entre outros”, reitera o consultor.

A dinâmica legislação, sujeita a criações e alterações diárias, torna essencial que os profissionais aprimorem continuamente seus conhecimentos. Geralmente, os profissionais buscam formação em áreas como Administração, Direito, Economia ou Ciências Contábeis, visto que esses cursos oferecem conhecimentos teóricos aplicáveis à área.

Após o tempo mínimo de atuação exigida, o ajudante de despachante aduaneiro deve submeter-se ao Exame de Qualificação Técnica para Ajudantes de



DE ALUNO À CIDADÃO

CAIO CEZAR, 19 ANOS, ALUNO DE
RELAÇÕES PÚBLICAS UNIFACS,
E **VOLUNTÁRIO DO UNIR.**

JUNTE-SE A ESSE TIME!
SEJA UM VOLUNTÁRIO,
SEJA CIDADÃO!

SAIBA MAIS:



Club&Casa Autoral 6 anuncia inscrições gratuitas



Reconhecida ação idealizada pelo Club&Casa Design, sob curadoria do BOOMPSPDESIGN, visa fomentar a inovação no design autoral brasileiro

Com o objetivo de possibilitar que profissionais de arquitetura e interiores recebam uma capacitação especial em

design de produto e, assim, consigam criar suas próprias peças e móveis exclusivos, o Club&Casa Design, sob curadoria do BOOMPSPDESIGN, anuncia a abertura das inscrições para o Club&Casa Autoral 6.

O concurso "Club&Casa Autoral" é um projeto idealizado pelo Club&Casa Design, sob curadoria do BOOMPSPDESIGN e patrocínio da Dopo Design, que tem o intuito de fomentar o design autoral brasileiro e oferecer uma oportunidade única para arquitetos e designers de interiores de mostrarem toda a sua genialidade e inovação, estimulando a criatividade na concepção de peças de design. O tema da 6ª edição será móveis de apoio, sendo: mesa lateral, mesa de cabeceira, aparador e banco.

“Depois de tantos anos atuando fortemente no fortalecimento do Autoral, que tem como foco a valorização e reconhecimento do mercado ArqDecor, agora conseguimos expandir o alcance do projeto a nível nacional, envolvendo arquitetos e designers profissionais da plataforma em todo o Brasil”, destaca Thiago Sodré, CEO do Club&Casa Design.

O Club&Casa Autoral é destinado a profissionais (arquitetos, designers e engenheiros) associados e estudantes de universidades presentes nas regiões de atuação do Club&Casa Design (dos cursos de Arquitetura, Design de Produto, Design de Interiores ou Engenharia).

Todos que queiram participar deverão se inscrever gratuitamente na landing page do concurso. Após a confirmação, poderão participar de uma imersão online com especialistas em design, prototipação 3D e movelaria. “Idealizado dentro do Boom SP Design, que tem como curador Roberto Cossenza, O Clube Casa Autoral se torna agora um modelo nacional com duas etapas de premiação, sendo que os 10 projetos que mais se destacarem regionalmente vão receber uma miniatura em peça em 3D e os 20 projetos nacionalmente vão ter a prototipação e a fabricação em tamanho real pela Duplo e será exposta

no Boom SP Design na Semana de Design e Arquitetura de São Paulo”, ressalta Thiago Sodré.

A votação das melhores peças do "Club&Casa Autoral 6" se dará de forma mista: com um júri profissional e um júri popular. Segundo o CEO, “o 3D em 2025 é algo que realmente vai mexer com o mercado e trazer ali ainda mais consistência para toda a nossa missão de transformar e essa inovação. O 3D é uma ferramenta que cada vez se torna mais acessível e a gente fica muito feliz em reunir estudantes de arquitetura e design interiores em uma ação como essa, ao lado de grandes profissionais”, finaliza.

Club&Casa Autoral 6

Inscrições gratuitas abertas até o dia 1º de abril para arquitetos, designers e engenheiros associados ao Club&Casa Design e estudantes de universidades presentes nas regiões de atuação do Club&Casa Design (dos cursos de Arquitetura, Design de Produto, Design de Interiores ou Engenharia)

Página de cadastro: <https://materiais.clubecasadesign.com.br/clubecasa-autoral-6>

Mais informações: www.clubecasadesign.com.br

Sobre o Club&Casa Design

Fundado em 2015, o Club&Casa Design é focado na experiência, no reconhecimento, na capacitação e na viabilização de negócios para profissionais do segmento de arquitetura, design de interiores e construção civil. Nos últimos anos, foram transacionados centenas de milhões de Reais em negócios no programa, que funciona como um clube de relacionamento para mais de 30 segmentos da construção civil.



ÁGUA SOLUTIONS
SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

Os melhores
equipamentos de T.I
para sua empresa

LOCAÇÃO

EQUIPAMENTOS DE T.I

CARRINHOS
DE RECARGA

PAINEIS
INTERATIVOS

NOTEBOOKS

DESKTOPS

SERVIDORES



Consulte nossos
serviços !

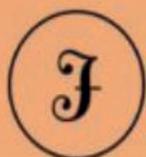
Entre em
CONTATO

 **11 3939-0777**

 **11 99991-1981**

 **@AGUIASOLUTIONS**

 **WWW.AGUIASOLUTIONS.COM.BR**



FRANCIS *Brasilidades*

Conheça a nova linha
de sabonetes



Inspire-se e **desfrute**



francis.com.br



[francis.br](https://www.instagram.com/francis.br)

E-commerce e IA: 11 Tendências para o 2024



Até 2030, segundo a Gartner, empresa americana de pesquisa e consultoria, o mercado global de comércio eletrônico impulsionado pela inteligência artificial (IA) deve movimentar US\$16,8 bilhões. À medida que o mundo testemunha o aumento de conteúdo personalizado impulsionado pela IA, sobretudo no caso da generativa, pesquisas indicam que o valor da adoção dessa tecnologia na indústria do varejo está prestes a alcançar a cifra de US\$ 36.462,5 milhões até 2030, coincidindo com a projeção das vendas do comércio eletrônico, que devem crescer para para US\$ 7,3 trilhões até 2025.

Daniel Pisano, fundador da Vurdere, afirma que, conforme o comércio eletrônico se consolida como um componente do varejo, é imperativo que os negócios explorem estratégias inovadoras e se mantenham à frente das expectativas do consumidor.

Nesse cenário, Pisano destaca 11 atitudes para entrar com o pé direito em 2024.

Tendências do comércio eletrônico para 2024:

1-Regulamentação da IA: A Transparência, com enfoque na aplicabilidade dos algoritmos, evitará decisões obscuras, trará privacidade e segurança na proteção de dados e respeito à privacidade dos usuários. Na primeira semana de dezembro, representantes da União Europeia alcançaram um consenso histórico nas primeiras regras abrangentes de inteligência artificial do mundo. Esse acordo estabelece as bases para a supervisão legal da tecnologia de IA, que promete transformar a vida cotidiana e tem despertado preocupações sobre possíveis perigos existenciais para a humanidade.

Durante as negociações, membros do Parlamen-

to Europeu e representantes dos 27 países da UE conseguiram superar divergências significativas em questões controversas, como a IA generativa e o uso de reconhecimento facial para vigilância policial. O resultado foi a assinatura de um acordo político preliminar para o Ato de Inteligência Artificial. O Comissário Europeu Thierry Breton expressou a realização do acordo em uma mensagem no Twitter, destacando que a UE se tornou o primeiro continente a estabelecer diretrizes claras para o uso da IA.

2-Personalização Aprimorada: Investir em tecnologias de personalização alimentadas por IA para oferecer uma experiência de compra única, antecipando as necessidades e preferências individuais dos clientes. O perfil do consumidor vem mudando radicalmente na última década, tornando-os mais exigentes em relação às ofertas direcionadas ao seu contexto de vida e uma maior facilidade na compra. Além disso, o ambiente de compra mais social e participativo com pessoas que compartilham os mesmos interesses é uma tendência na personalização de conteúdo gerado pelo usuário.

3-Integração Omnichannel: Desenvolver estratégias omnichannel robustas, garantindo uma experiência integrada entre os canais online e offline, proporcionando conveniência ao cliente em todos os pontos de contato. Não seria interessante para a reputação do varejista que, ao pesquisar um produto na loja física, o cliente tivesse acesso às avaliações que seus conhecidos fizeram para aquele produto e ajudá-lo no momento da compra? Sim, já é possível uma maior integração da jornada de compra online e offline trazendo esse senso de comunidade e social commerce.

4-Segurança e Confiança: Reforçar medidas de segurança online para garantir a confiança do cliente, incluindo protocolos de pagamento seguros, políticas claras de privacidade e práticas antifraude eficazes. Essa dica é eterna!

5-Experiências do usuário (CX) Aprimoradas: Explorar e estudar tendências e comportamentos que facilitem uma compra fluida e sem stress. A usabilidade das soluções e processo de cada pessoa são diversos, entender o comportamento desses perfis de compradores é fundamental para oferecer soluções que se encaixam à necessidade de assistência na compra, a suporte, logística, formas de pagamentos, entre outros. O varejo precisa entender a fundo seu consumidor e criar ferramentas que proporcionem fluidez para aumentar seu faturamento.

6-Sustentabilidade e Responsabilidade Social: Integrar práticas sustentáveis em todas as operações, demonstrando compromisso com a responsabilidade social e atendendo às crescentes expectativas dos consumidores por negócios ecologicamente conscientes.

7-Agilidade na Logística: Aprimorar as operações logísticas, priorizando a rapidez na entrega e oferecendo opções flexíveis de frete para atender às demandas de consumidores cada vez mais exigentes. Além disso, reduzir o retorno dos produtos gerados pela insatisfação de compra. Nas tendências de personalização aprimorada, vemos soluções que trabalham em conjunto para minimizar esses custos, como soluções de provador virtual, realidade aumentada para dimensionamento do produto no espaço e soluções de social commerce para trazer primeiro o conteúdo de pessoas que compartilham os mesmos gostos e contextos.

8-Análise Preditiva: Uso de análise preditiva para antecipar as preferências do cliente, prever tendências de compra e otimizar estratégias de estoque e precificação.

9-Pagamentos com Tecnologia Sem Contato: A demanda pelo uso de métodos de pagamento sem contato e carteiras digitais, com integração de tecnologias como NFC (Near Field Communication) e pagamentos biométricos, é crescente. O varejo precisa estar preparado para absorver novas tecnologias que garantam mais fluidez e menos fricção nos meios de pagamento.

10-Uso de Blockchain para Transparência na Cadeia de Suprimentos: Implementação para registros distribuídos, garantindo transparência e imutabilidade. Com a rastreabilidade aprimorada impactará na Redução de Fraudes trazendo maior segurança e confiabilidade nas transações, minimizando riscos. A falta de entendimento sobre a tecnologia block-

chain é uma barreira que as empresas fornecedoras de soluções precisam traduzir em benefícios para clientes no long tail. Uma aplicação fundamental na segurança de dados é a possibilidade de proteger seus dados sensíveis que podem ser compartilhados e facilidades de pagamentos onde os pedágios para pequenos empreendedores sejam muito menores.

11- Uso de Realidade Virtual para Experiências Imer-sivas de Compra: A criação de ambientes virtuais para compras imersivas incrementa a visualização e a interação de produtos em ambientes simulados antes da compra. A experiência realista reduz incerteza, aumentando a confiança do consumidor. “Ao reconhecer não apenas a ascensão do comércio eletrônico, mas também a sua transformação contínua, os negócios estarão melhor posicionados para prosperarem em um ambiente digital dinâmico, respondendo de maneira eficaz às expectativas do consumidor e à evolução constante do mercado”, finaliza Pisano.





**Mais de
30 anos
cuidando
da sua
visão em
Salvador.**

Consultas • Exames • Cirurgias

Unidade Itaigara

Rua Altino Serbeto de Barros, 241, Ed. Memorial Itaigara -11º Andar

Unidade Iguatemi

AV. Tancredo Neves, 805, Ed. Centro Médico Iguatemi - Sala 414

Unidade Liberdade

Largo da Lapinha, 13, Liberdade



alclin
hospital de olhos

alclin.com.br



AlclinHospitaldeOlhos

Diretor Técnico: Dr. André Lavigne CRM 6645 | Dr. Roberto Muniz CRM 9196



Central de marcação (71) 2107-7888

Segunda a sexta (08h às 18h). Sábado (08h às 12h)

Agora você pode contar com a expertise da **Resolv** na Baixada Santista!

Oferecemos serviços de Alimentação, Facilities e Segurança em diversos segmentos.

CONTRATE TODOS OS NOSSOS SERVIÇOS E GARANTE UM SAVING DE ATÉ 10%



 grupo-resolv

 @gruporesolv

Resolv
Nossa negócio é facilitar o seu

Transformar hábitos alimentares e nutrir sonhos: conheça a Treze Health Food



Empreendimento fornece alimentos low carb, zero açúcar, sem glúten e lactose

A alimentação é um fator determinante em vários aspectos da saúde humana, porém manter hábitos nutritivos não é simples e nem fácil. Uma alimentação não-saudável

causa problemas como obesidade, doenças cardíacas, câncer, diabetes, doenças renais, cerebrovasculares e osteomusculares.

Nesse contexto, a Treze Health Food surgiu com a missão de transformar hábitos alimentares e nutrir sonhos, através da oferta de alimentos saudáveis, focados no equilíbrio de bem-estar e sabor.

A ênfase na qualidade nutricional sem sacrificar o sabor tornam os produtos ideais para aqueles que buscam uma rotina alimentícia consciente.

Atualmente, segundo o Ministério da Saúde, mais da metade da população brasileira está acima do peso. Em contrapartida, uma pesquisa da GFK - empresa Global, aponta que 70% da população brasileira tem interesse por alimentos saudáveis e 86% das pessoas afirmam evitar o consumo de alimentos processados.

Para atender à demanda da necessidade de cada pessoa, a Treze possui um cardápio variado de alimentos, entre eles: lanches congelados; low carb; zero açúcar; sem glúten e lactose.

"Atendo pessoas diabéticas, com intolerância a glúten e lactose. São pessoas que não podem comer alimentos tradicionais, e acabam passando vontade, então consigo solucionar esse problema", afirma Amanda Abreu, proprietária e fundadora da Treze Health Food.

História

Amanda Abreu é Engenheira Química de profissão, sua jornada no setor alimentício começou após uma insatisfação pessoal com seu peso corporal, que se agravou após a pandemia. "Eu estava extremamente insatisfeita com meu corpo, estava acima do peso, sedentária, me sentia indisposta e cansada", pontuou a empreendedora.

Foi então que ela percebeu a necessidade da mudança no estilo de vida, começando pela alimentação. A partir da redução alimentar, surgiu a abstinên-

cia de doces, refrigerante, pão, salgadinho, frituras, entre outros. Quando descobriu os alimentos low carb, Amanda conseguiu saciar a vontade daquilo que sentia falta, mas de uma maneira leve e consciente.

"Eu podia comer tudo aquilo que gostava, sem prejudicar minha saúde, sem atrapalhar minha dieta e, além de tudo aquilo ser saboroso, também era saudável. A Treze nasceu assim, com propósito de transformar hábitos alimentares e levar mais saúde e bem-estar para as pessoas poderem se deliciar sem culpa", concluiu.

Atualmente o empreendimento realiza entrega de produtos em toda Belo Horizonte e Região Metropolitana via motoboy, no restante do estado, Rio de Janeiro e São Paulo pelo Sedex. Além de possuir um curso de receitas voltado para o empreendedorismo, assim aqueles interessados também podem desenvolver suas receitas em sua própria casa.

**Meu
Emprego
NOVO**

Chess

CONSULTORIA EM GESTÃO

Consultoria, auditoria de sistemas de gestão e treinamentos em gestão empresarial.

cicero@chessconsultoria.com
www.chessconsultoria.com



PRIMA

An advertisement for Hellmann's Supreme mayonnaise. On the left, a man with bright blue hair and an orange jacket is laughing and holding a sandwich. A large, thick, white swirl of mayonnaise flows from a bottle of Hellmann's Supreme he is holding. The background is a blue and white checkered pattern with a blue and white zigzag pattern at the bottom. On the right, a circular graphic contains the text "O QUE ERA BOM FICOU SUPREME." at the top, "HELLMANN'S EST. 1913" at the top of the circle, "O SABOR IRRESISTÍVEL" in large letters in the middle, and "DO THE TOWN SÃO PAULO" at the bottom. The background of the right side is a dark blue with a stylized cityscape and a Ferris wheel.



Já experimentou nossas
Cápsulas?



VISITE NOSSO SITE
e conheça toda a nossa
linha de produtos



www.lojacafecimo.com.br

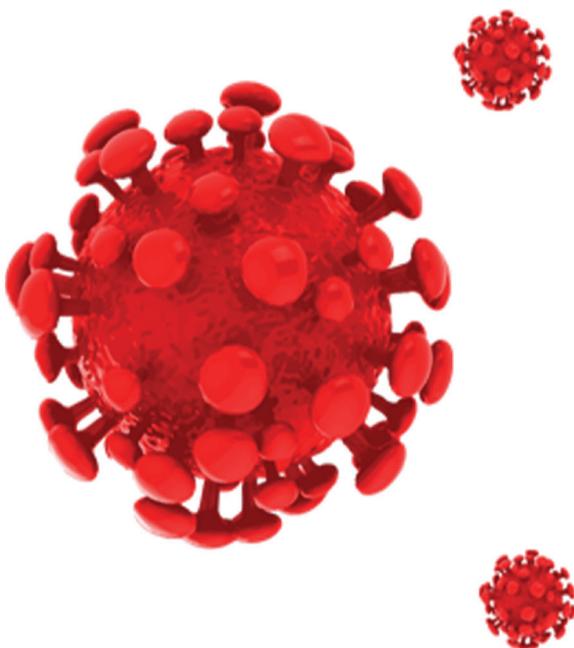


SANITIZAÇÃO

JUNTOS CONTRA O CORONAVIRUS

SOLICITE SEU ORÇAMENTO

 (13) 997049384



 **SANE**
CONTROLADORA DE PRAGAS
Desde 1973

Nesta edição, a Revista Empresários conversa com o escritor e palestrante Cesar Romão, um ícone do mercado literário, mentoria de carreira e de palestras.



RE – Quando você começou a escrever, Cesar?

CR - Sempre gostei muito de escrever, desde ainda muito jovem. Iniciei escrevendo poesias. Era algo que eu sentia que deveria materializar na escrita. Meu início foi com livros de poesias. Não há melhor maneira de se aproximar da inspiração literária.

Só que esses livros não fizeram sucesso, as pessoas diziam que eram ótimos, mas não compravam. A poesia tem espaço ainda restrito em nosso país, mas nem por isso os poetas deixam de escrever, eu mesmo não deixei.

RE – O que veio primeiro: o sucesso literário ou o das palestras?

CR - O livro A Semente de Deus foi o fator para que eu me tornasse palestrante. Muitas pessoas ligavam em meu escritório e perguntavam se eu só escrevia ou palestrava também e formulavam convites para que minha participação acontecesse em eventos. Portanto, a carreira de escritor veio primeiro; a de palestrante foi consequência.

RE – Quantos livros escreveu ao longo de sua carreira?

CR - Até o momento são 25 obras, e mais algumas coletâneas para as quais fui convidado. Eles abordam temas inspiracionais, motivacionais e corporativos. Alguns deles são livros que escrevi por inspiração, como A Semente de Deus; outros são livros de ideias. Recentemente lancei uma obra que vinha trabalhando relacionada à Bíblia, Ensinaamentos Bíblicos para o Sucesso. Um livro com 60 ensinamentos e passagens bíblicas, escrito de forma contemporânea, para um entendimento mais simplificado pelo leitor.

RE – Qual foi à palestra que mais marcou sua carreira?

CR - Acredito que foi a primeira. Só havia uma pessoa na plateia e terminei fazendo a palestra inteira

só para ela. Afinal, ela não tinha nada a ver com a ausência de público. Aos poucos, a partir da publicação de A Semente de Deus, as coisas foram tomando forma e deu-se início às grandes plateias pelo Brasil.

RE – Como o universo corporativo viu seu início como palestrante?

CR - De maneira cética, pois eu falava sobre o tema “Uma Empresa Socialmente Humanizada e Espiritualizada pode se tornar lucrativa”. Abordagem criticada na época; atualmente é primordial e faz parte de conceitos de gestão. O tema não mudou, as empresas evoluíram nos conceitos de recursos humanos, e hoje praticam aquilo que criticaram no passado. Ideias malucas podem um dia se tornar geniais. Hoje vejo que estava um pouco além daquele tempo, mas as grandes mudanças precisam estar além do tempo para asfaltar o futuro.

RE – Como se tornou um escritor internacional?

CR - Aqui me permita iniciar com um agradecimento muito especial para duas queridas amigas: Maria José Tobal Marciano e H. Kátia Schumer.

Com o sucesso do livro A Semente de Deus, que, como se dizia antigamente, “estava em todas as paradas de sucesso”, editoras internacionais passaram a solicitar a obra.

Atualmente minha atuação literária está em diversos países: Rússia, Alemanha, Itália, Portugal, Espanha, Argentina, Colômbia, entre outros...

Segundo alguns editores, eu escrevo numa linguagem universal, o que facilitou muito a versão dos livros para outros idiomas. A verdade é que sempre escrevi da mesma maneira e nunca soube que essa maneira era universal.

RE – Para as pessoas que não podem ir a suas palestras, há alguma alternativa para vê-lo?

CR - Atualmente as mídias sociais facilitam muito este contato com o público. Tenho muito material nelas. Em meu Canal no YouTube, por exemplo, tenho mais de 680 vídeos disponíveis. Também criei um curso on-line para que as pessoas possam ter acesso a informações privilegiadas para suas carreiras e vida pessoal, cujo tema é Seja Protagonista

de Seu Futuro, disponível no meu Instagram.

RE – Qual a importância de se falar sobre o Futuro?

CR - O futuro hoje não é mais passível de previsão, depende do processo aplicado em sua construção. Ou você constrói seu futuro ou vai viver com o futuro disponível nas prateleiras do mundo, que não será o seu, não será aquele escrito em seu destino. Devemos discutir o futuro, porque é nele que vamos viver.

RE – Já foi rotulado de escritor de autoajuda?

CR - Rótulos estão na moda, sempre estiveram. A sociedade costuma rotular tudo aquilo que no momento não compreende, para posar de inteligente. É bem comum isso. Já fui rotulado dessa forma e ainda sou. Mas não dou importância para rótulos, eles são a opinião de outros, e o que os outros pensam a meu respeito é problema deles. Não mudei minha maneira de escrever, continua a mesma. Deixo aqui uma questão para seus leitores: - existe alguma ajuda que não seja auto?

Posso ter o remédio que cura, mas, se a pessoa não tomar, ele não poderá fazer transformação alguma.

RE – O mercado de palestras hoje ganhou e ganha dia a dia novos profissionais. Muitos são elogiados e muitos criticados. Qual sua visão sobre isso?

CR - Todos os mercados ganham novos profissionais todos os dias no mundo todo. O palco pode enobrecê-lo ou te desmerecê-lo.

Vejo com bons olhos o crescimento de profissionais. O próprio mercado tem metodologia para “peneirar” as atividades. Veja no seu mercado: quantas revistas surgiram nos últimos tempos, principalmente digitais? Mas a Revista Empresários continua sendo um exemplo de atuação e muito respeitada pelo mercado.

Sou aberto a qualquer tipo de sugestão ou crítica a meu trabalho, desde que venha de pessoa realmente comprometida com o tema e não uma “falstrona”. Pessoas assim não podem acrescentar nada ao meu trabalho ou mesmo ao de outros profissionais.

RE – As viagens para palestras o afastaram da família?

CR - Em minhas forças vitais de existência, a Família vem em primeiro lugar. Depois a Crença, o

Trabalho, as Amizades, a Saúde. Se faltar algum destes pilares, nossa vida desmorona.

Minha agenda é, como se diz, “bate e volta ao local”. Não tenho por hábito estender, além do evento, minha permanência em locais. Também tenho um número de palestras anual que procuro respeitar, pois as atividades de Colunista de diversos veículos de comunicação, escritor e mídia em geral, também precisam de tempo e dedicação. Os extremos são sempre nocivos. Fico no caminho do meio.

RE – Você se considera uma pessoa perfeita?

CR - Conta uma lenda que, certa vez, um discípulo de Buda o flagrou tomando vinho e disse: o que é isto mestre? Buda respondeu: se eu não cometer algum pecado, desencarno. O discípulo perguntou: tem mais uma taça? Vou acompanhá-lo.

Quando começo a pensar que sou perfeito, faço uma avaliação de meus pecados. Se não tiver nenhum, pratico um. Perfeição, não acredito que exista em ninguém. Talvez possamos caminhar no caminho da perfeição, mas jamais saberemos chegar ao destino. Defeitos podem ser o Cinzel de Deus nos moldando.

RE – Qual o maior desafio que já venceu?

CR - Já estive há poucos anos diante de uma doença terminal. Vencê-la foi meu maior desafio.

Somos tão pequenos diante da magnitude do universo, somos os únicos seres com noção que um dia vamos morrer, mas vivemos como se fôssemos durar para sempre. Não temos noção do impacto no universo de nossas decisões e escolhas, ferimos o mundo e as pessoas e nem reparamos. Estamos com tanta pressa de viver, que nos esquecemos da vida.

RE – Seu recente livro fala muito do Livro Sagrado, qual razão para escrevê-lo?

CR – Ensinamentos Bíblicos para o Sucesso é uma obra que inova com uma abordagem contemporânea da Bíblia, são sessenta capítulos e a leitura de cada um se resume a apenas três minutos, podendo ser lido por qualquer de suas páginas.

Ela traz passagens Bíblicas que fazem relação com o atual momento de nosso mundo e nossa vida, proporcionando respostas para muitas indagações existenciais que surgem atualmente, ela tem mudado a vida de muitas pessoas de maneira nutritiva e desenvolve um interesse maior pela sabedoria contida no Livro Sagrado.

RE – Como você está avaliando o avanço da tecnologia na relação humana?

CR – Bem, o avanço da tecnologia é inevitável desde os primórdios da humanidade, talvez o fogo e roda tenham feito parte deste avanço no passado. Eu procuro fazer uso dela de forma consciente sem projeções fora da realidade como acontece com toda tecnologia que surge. Os seus criadores e interlocutores têm o hábito de supervalorizar a ação destas tecnologias no mundo, por exemplo: “em vinte anos não haverá mais pessoas em ações repetitivas nas empresas, tudo será feito por robôs...”, “A IA vai dominar o mundo e criar um comportamento além do que se possa imaginar nas pessoas...”, e por aí vai... Daqui a vinte anos quem vai conferir estas projeções feitas hoje? Note que elas sempre falam em muitos anos, nenhuma aborda uma data próxima.

Quando os Chats de IA começaram a tomar conta das atividades das pessoas, perguntei a um deles quais livros o escritor Cesar Romão escreveu? Ela me ofereceu oito títulos e nenhum foi escrito por mim e ao longo da carreira escrevi vinte e cinco livros. Um sinal de que esta “inteligência” não é tão inteligente e confiável.

Muitas pessoas estão entregando sua capacidade de pensar a IA, um fato muito comprometedor a nossa condição humana.

Não faz muito tempo, recebi uma repórter de uma revista de negócios para uma entrevista, a primeira pergunta dela foi: “quantos seguidores o Sr. tem?”. Encerrei a entrevista neste momento. Quer dizer que agora trinta anos de carreira, livros escritos que percorrem o mundo, palestras em mais de dois mil palcos estão sendo resumidos ao número de seguidores de mídia social? Algo absurdo esta visão de que somos e valem pelos seguidores que temos. Este fato demonstra como as pessoas estão ficando reféns das mídias sociais e seus resultados, deixando de valorizar e observar os verdadeiros valores e condições humanas que fazem de uma pessoa o que ela é realmente.

O ser humano tem sido capaz de criar muitas tecnologias e ainda vai continuar a criar, mas nenhuma tecnologia jamais vai criar um ser humano. Não se constrói uma verdade com projeções de mentiras.

RE – Você foi pioneiro no treinamento de formação de palestrantes no Brasil, e já formou grandes e famosos talentos para os palcos, como se deu o início?

CR – O ano era 1992, eu estava vivendo uma ótima fase com meu livro A Semente de Deus nas listas de mais vendidos do país e sendo convidado para fazer palestras nas empresas. Numa quinta feira

um amigo irmão recebe uma ligação de seu agente informando que ele tinha fechado uma palestra para meu amigo, o problema é que ele era cantor e dos bons e famosos, meu amigo disse ao agente cancela isto, não sei fazer palestras eu sou cantor. Eu disse a ele, não cancele, aceite, vou te ensinar. E assim foi feito, ele fez uma palestra maravilhosa. Como era muito famoso e ainda é as pessoas perguntavam quem o treinou e muitos profissionais da TV começaram a me procurar para serem treinados. Outro ponto que também iniciou a procura por meu treinamento foi que na plateia muitos profissionais me procuravam e diziam: “como faço para realizar palestras como você?”, e estes se matriculavam no meu treinamento. Nestes anos todos formei muitos talentos que veem ajudando a tornar o mundo melhor com suas mensagens nos palcos.

RE – Sua atividade também compreende Mentoria de Carreira, ainda acha tempo para isto?

CR – Sim, e com muita alegria. Sou organizado com minha agenda e a divido de maneira produtiva e otimizada para poder realizar minhas atividades. Minha Mentoria de Carreira é realizada através de uma técnica única que desenvolvi ao longo de minhas atividades com auxílio de minha formação acadêmica.

RE – Teria um recado especial para os Empresários Brasileiros?

CR – Eles estão entre os melhores do mundo, empreender num país como este não é para qualquer um. O país se tornou político demais, como se tudo aqui dependesse do desenrolar da condição política ou o rumo que ela vai tomar isto é um atraso social e empresarial. A política tem seu peso na economia de um país, mas não aquele que lhe é atribuído aqui. Empresários encontram o êxito em seus negócios quando: encontram soluções para o mercado, despertam interesses ainda não considerados no consumidor, ajustam sempre suas rotas, aprendem com o movimento do país, respeitam seus clientes, tornam-se cívicos até nos pequenos detalhes e caminham a sombra da ética. Mesmo assim as dificuldades podem acontecer, mas com estas qualidades será mais fácil encontrar uma alternativa. Mesmo que estiver caminhando no inferno continue, até o inferno tem uma porta de saída, não sabemos onde vai dar, mas é uma porta de saída.

RE – Uma mensagem final...

CR - Seja útil de alguma forma às pessoas e ao mundo. Precisamos de pessoas nutritivas que possam deixar tudo por aqui melhor do que está. O poder do bem está em nossas mãos. Seja hoje

melhor do que ontem. Não abandone seus sonhos, e que a vida lhe seja muito generosa.

Cesar Romão
@romao_cesar



Sucos Jandaia.
Várias formas de levar
mais saúde para você.



Suco
Jandaia

www.sucosjandaia.com

 jandaiaemprecomvoce.com.br  [/sucosjandaia](https://twitter.com/sucosjandaia)  [@sucosjandaia](https://www.instagram.com/sucosjandaia)  [/tvjandaia](https://www.youtube.com/tvjandaia)

Especial Saúde



Entrevista com o Dr. Diego Daibert Salomão de Campos, neurocirurgião (membro titular da Sociedade Brasileira de Neurocirurgia) com área de atuação em dor (Sociedade Brasileira de Neurocirurgia/ Associação Médica Brasileira).

Formado em Fonoaudiologia pela Universidade Católica de Petrópolis (2001) e em Medicina pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2009), o médico tem o propósito de transformar vidas. Há cerca de 7 anos atuando em cirurgias de alta complexidade e residências em renomados hospitais, Daibert tem o diferencial de oferecer tratamentos contra a dor crônica além do convencional, quando praticamente todas as terapias realizadas no paciente não produzem mais efeito.

Revista Empresários - A Medicina da Dor. Explique a especialidade

Dr. Diego Daibert - A Medicina da Dor é uma subespecialidade médica voltada ao tratamento de pacientes com dores crônicas. Médicos com diferentes especialidades, como Ortopedia, Neurocirurgia e Anestesiologia, normalmente expandem suas áreas de atuação para incluir a Medicina da Dor.

O enfoque é auxiliar pacientes que já tentaram tratar suas dores crônicas através de especialidades convencionais, sem sucesso. Quando o tratamento com especialistas nas áreas convencionais não surte o efeito desejado, o paciente é então encaminhado para avaliação com o médico especialista em dor.

O especialista em dor utiliza uma abordagem clínica e procedimentos específicos voltados para esse perfil de pacientes, objetivando controlar e melhorar a qualidade de vida destes indivíduos.

Revista Empresários - O que te motivou escolher a Neurocirurgia?

Dr. Diego Daibert - Desde o início da faculdade de medicina, me senti atraído pela neurocirurgia.

Foram dois anos e meio como monitor de neuroanatomia, experiência que me fez acompanhar os procedimentos de neurocirurgia desde o princípio.

Esses anos me fascinaram pela riqueza de detalhes, pela complexidade e pelo potencial significativo de beneficiar pacientes. Naturalmente, optei por seguir essa carreira é sem dúvidas foi a melhor escolha.

O conhecimento técnico e anatômico adquirido na neurocirurgia tem um grande valor agregado no tra-

tamento de pacientes com dor crônica, uma vez que grande parte dessa condição envolve o sistema nervoso. A neurocirurgia, portanto, não apenas me encantou, mas também me equipou com ferramentas fundamentais para auxiliar meus pacientes a manejar suas dores crônicas.

Revista Empresários - As pessoas procuram a Medicina da Dor por indicação clínica ou por impulso próprio?

Dr. Diego Daibert - Muitas vezes, os pacientes são encaminhados para um médico especialista em dor por indicação de um médico de outra especialidade ou até mesmo da mesma especialidade, que reconhece que o paciente pode se favorecer deste tipo específico de cuidado.

No meu caso, como também sou neurocirurgião, eu regularmente recebo pacientes encaminhados por colegas neurocirurgiões que não atuam na área de dor crônica. Além disso, com o advento da internet, muitos pacientes por iniciativa própria conseguem descobrir esta especialidade.

Todavia, a grande maioria ainda chega por indicação de colegas médicos.

Muitos pacientes, quando avaliados, expressam alívio e gratidão. Eles frequentemente me contam que não sabiam que existia uma especialidade dedicada ao tratamento de dores crônicas e lamentam não terem descoberto isso antes. Eles geralmente dizem coisas como "Se eu soubesse antes, teria procurado um especialista em dor para meu caso".

Revista Empresários - Quando as alternativas de tratamento de combate à dor crônica se esgotam, o que você propõe ao paciente? Como você o avalia?

Dr. Diego Daibert - O tratamento para a dor crônica é um processo contínuo e multifacetado. Embora alguns pacientes possam sentir que suas opções de tratamento estão se esgotando, na realidade, sempre há mais alternativas a explorar.

Este é um aspecto fundamental da Medicina da Dor.

Em nosso tratamento, consideramos tudo, desde questões comportamentais e estilo de vida até a realização de procedimentos. Reconhecemos que a dor é uma experiência altamente individual e pode ser mais ou menos resistente ao tratamento de acordo com a situação. Independente da dificuldade, estamos comprometidos em buscar a so-

lução mais apropriada e eficaz para cada paciente.

Revista Empresários - Qual o diferencial da sua consulta até o diagnóstico em comparação ao que existe hoje na medicina?

Dr. Diego Daibert - O diferencial da minha avaliação é que busco compreender o paciente como um todo antes de me aprofundar em exames específicos. Dedico um considerável tempo à anamnese do paciente e ao exame clínico, pois eles compõem em torno de 85% do diagnóstico do quadro de dor do paciente.

Minha abordagem envolve uma avaliação completa, contemplando todos os aspectos da vida do paciente - seus antecedentes médicos, seu dia a dia, as mudanças em sua rotina devido à dor, suas relações interpessoais, entre outros aspectos que podem afetar sua experiência com a dor. Tudo isso contribui para entender como o paciente era antes de ter dor e como a dor mudou sua vida.

Frequentemente, os pacientes com dor crônica já passaram por várias cirurgias e trazem consigo uma pilha de exames, porém, minha prioridade é a investigação clínica. A avaliação de exames complementares ocorre no momento apropriado, seja no final da consulta ou numa consulta subsequente.

Dessa forma, procuro entender cada paciente como único. Cada um responde de forma diferente à dor e ao tratamento. Portanto, investigo a pessoa por trás do quadro clínico, e não apenas a condição apresentada.

Revista Empresários - Há algum projeto para beneficiar pessoas que não têm acesso a esse tipo de tratamento?

Dr. Diego Daibert - Juntamente com colegas de outras especialidades, todos atuantes em dor, estamos desenvolvendo projetos sociais para ajudar pacientes em situação econômica desfavorecida que necessitam de tratamento para dores crônicas e que, normalmente, estão à espera de um especialista nas filas do Sistema Único de Saúde.

Reconhecemos as limitações e dificuldades presentes nessa realidade e sabemos como o tratamento precoce é crucial para esses pacientes.

Nossos projetos visam eliminar essas barreiras, levando serviços de tratamento de dor às nossas cidades natais, em Minas Gerais, Pará e Ceará.

Embora seja um projeto embrionário, estamos confiantes de que eles se desenvolverão positivamente e proporcionarão ajuda significativa aos pacientes. É gratificante saber que posso oferecer um serviço

único que pode realmente melhorar a qualidade de vida de alguém, especialmente quando eles sentem que suas opções de tratamento anteriores se esgotaram.



Dê um upgrade com a original.



CLIENTE ICM CONNECT

RASTREAMENTO VEICULAR

AGORA COM **ASSISTÊNCIA 24H**

A ICM Connect agregou em seu serviço de rastreamento a assistência 24 horas que permite auxiliá-lo em várias situações em serviços técnicos mecânicos. Agora, além de toda a segurança oferecida pela solução ICM, você contará com mais tranquilidade em suas viagens, seu trabalho e também com sua família! Confira os serviços oferecidos:



Recarga de Bateria



Reboque



Troca de Pneu



Chaveiro



Táxi ou Motorista de App



Hospedagem



CENTRAL 24 HORAS DE RASTREAMENTO

As vantagens de estar 100% conectado com seu veículo

O rastreamento 24 horas é realizado de modo estratégico permite que seu veículo seja monitorado constantemente, oferecendo máxima segurança e possibilitando que você seja alertado a qualquer momento, auxiliando também na pronta resposta quando necessário.

A Central 24 horas de rastreamento da ICM conta com:



Estrutura completa para atendimento



Atendimento personalizado



Atendimento 24x7 365 dias no ano



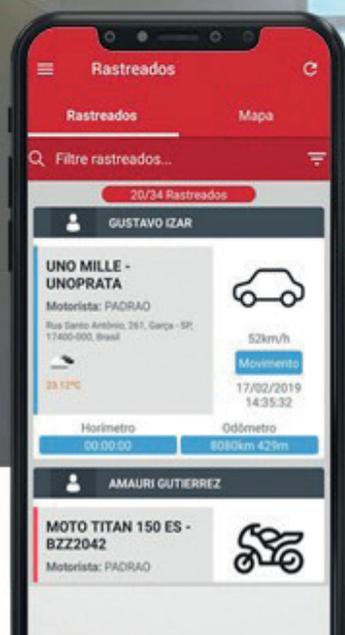
Telefonia com redundância



Profissionais qualificados



Pronta resposta para ações emergenciais

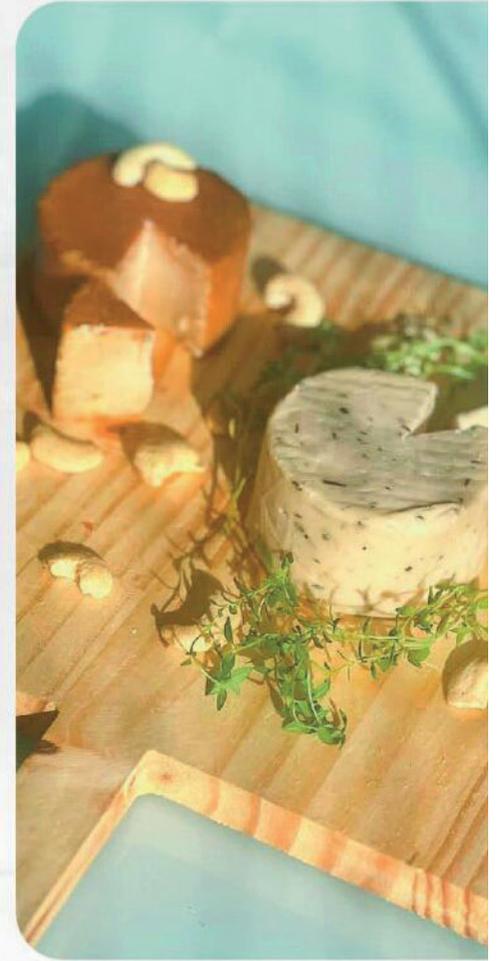


+55 14 98157.0008

+55 14 99662.0161



ICM
CONNECT



TUPINIQUIM

QUEIJOS DO BRASIL

QUEIJARIA VEGANA



FALE CONOSCO

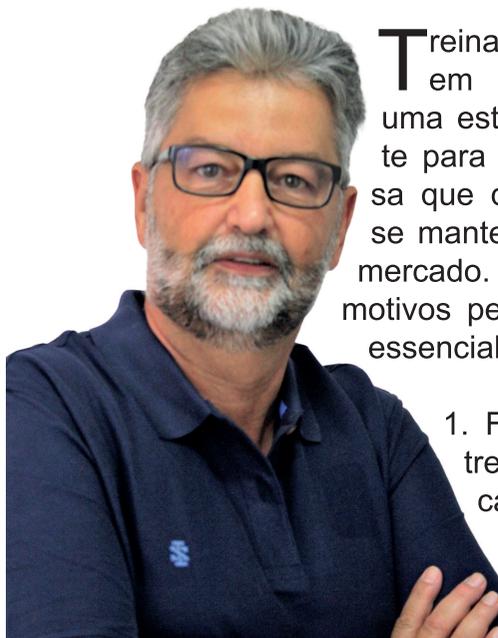
+55 11 94372-3417

@tupiniquim.queijaria

contato@tupiniquimqueijaria.com.br

Rua Antônio das Chagas 566, São Paulo, SP

Por que as empresas investem em treinamentos de negociação – Por: Cezar Nunes, Sócio fundador da VERK Desenvolvimento e Capacitação, autor dos livros: A minha história com coaching - Capítulo: De gago a palestrante e Evolução 360 Graus



Treinar funcionários em negociação é uma estratégia inteligente para qualquer empresa que deseje crescer e se manter competitiva no mercado. Aqui estão bons motivos pelos quais isso é essencial:

1. Funcionários bem treinados em técnicas de negociação podem fechar vendas mais eficazmente, aumentando a receita da empresa. Eles aprendem a compreender melhor as necessidades dos Clientes, a apresentar os produtos ou serviços de forma mais atraente e a superar objeções, o que pode levar a um aumento significativo nas vendas.

2. Um bom treinamento em negociação capacita os funcionários a construir e manter relações positivas com Clientes e fornecedores. Ao negociarem de maneira eficaz e ética, eles não só fecham acordos mais vantajosos, mas também criam uma base de confiança e respeito mútuo, o que é fundamental para parcerias de longo prazo.

3. A capacidade de negociar é crucial não apenas nas vendas, mas também na resolução de conflitos dentro da empresa e entre a empresa e partes externas. Funcionários treinados em negociação são mais aptos a encontrar soluções que satisfaçam todas as partes envolvidas, prevenindo desgastes e promovendo um ambiente de trabalho mais harmonioso e produtivo.

4. Em um mercado cada vez mais competitivo, ter uma equipe capaz de negociar efetivamente pode ser um diferencial importante. Isso não se aplica apenas na captação de novos Clientes, mas também na negociação de contratos com fornecedores, na obtenção de condições de pagamento mais favoráveis e na gestão de custos, o que, por sua vez, pode melhorar a margem de lucro da empresa.

5. A negociação envolve uma variedade de habilidades transferíveis, como comunicação eficaz, escuta ativa, pensamento crítico e resolução de problemas. Treinar funcionários nessas habilidades

não só melhora suas capacidades de negociação, mas também os torna mais valiosos para a empresa de maneiras que vão além das negociações específicas, contribuindo para o seu desenvolvimento profissional geral.

Portanto, investir no treinamento de funcionários em negociação é investir no sucesso e no crescimento sustentável da empresa.

Continuando com a importância do treinamento em negociação, podemos explorar ainda mais aspectos que reforçam essa necessidade:

6. O mercado está em constante evolução, com novas tendências e demandas surgindo regularmente. Funcionários bem treinados em negociação estão mais preparados para se adaptar a essas mudanças, negociando contratos que permitam flexibilidade e adaptabilidade. Essa habilidade é crucial para manter a empresa relevante e capaz de responder rapidamente a novas oportunidades ou desafios.

7. A negociação não se aplica apenas a vendas ou compras, mas também à otimização de processos internos. Funcionários que sabem negociar podem ajudar a mediar entre departamentos, contribuindo para a implementação de processos mais eficientes e eficazes. Essa capacidade de negociar internamente pode levar a melhorias significativas na produtividade e na eficiência operacional.

8. A negociação eficaz não se concentra apenas no preço, mas também em criar valor de outras formas. Funcionários treinados podem identificar e explorar oportunidades para adicionar serviços, garantias, suporte pós-venda e outros elementos que aumentem a percepção de valor para o cliente ou fornecedor. Isso pode ser um diferencial competitivo importante, especialmente em setores onde a competição de preços é intensa.

9. A capacidade de negociar efetivamente também está ligada à gestão de riscos. Funcionários treinados são capazes de identificar potenciais riscos em contratos ou acordos e negociar termos que minimizem esses riscos para a empresa. Isso pode incluir cláusulas de proteção, garantias, seguros e outras medidas que protejam a empresa contra imprevistos.

10. Finalmente, a negociação é um motor de inovação e crescimento. Ao negociar, os funcio-

nários estão constantemente buscando soluções criativas e mutuamente benéficas que podem abrir caminho para novas ideias, produtos, mercados e modelos de negócios. O treinamento em negociação incentiva uma mentalidade de crescimento e inovação, que é vital para o sucesso a longo prazo de qualquer empresa.

Bons treinamentos dependem de dinâmicas corretas para desenvolver as habilidades.

Em resumo, o treinamento em negociação capacita os funcionários com uma gama de habilidades vitais que beneficiam a empresa em múltiplos níveis. Desde melhorar o desempenho das vendas até gerenciar riscos e fomentar a inovação, os benefícios de investir no desenvolvimento dessas competências são claros e tangíveis. Portanto, as empresas que se dedicam a treinar seus funcionários em negociação estão não apenas investindo em suas capacidades individuais, mas também no seu sucesso coletivo e sustentabilidade a longo prazo.

H
HAVAN

MOTOROLA MOTO E13



PONTOS FORTES
Câmera
Bateria
Memória expansível

Procurando
apartamento
do seu jeito?

Já olhou no
QuintoAndar?



quintoandar.com.br



QUINTOANDAR

CREC-RJ J7575

POTENCIALIZE SUAS VENDAS COM MARKETING DIGITAL



SOMOS ESPECIALISTA
EM FAZER SUA EMPRESA
APARECER TRAZENDO SUCESSO
PARA A SUA EMPRESA E VALOR
PARA SUA MARCA.



FALE COM UM ESPECIALISTA

(16) 98149-5853 contato@azallon.com.br azallon.com.br



O que 50 líderes de produto têm para dizer sobre gestão de times em 2024?



A BossaBox entrevistou especialistas e líderes do segmento e reuniu insights, que abordam: produto como uma frente dentro da área de negócios, redução do ciclo de entrega e estruturas organizacionais, em um paper

Nos últimos anos, as equipes de Produto encararam um cenário repleto de desafios, adaptações e evoluções. Com a oscilação do valuation das empresas de tecnologia, decorrente do cenário macroeconômico, houve certa instabilidade para o segmento que estava acostumado à abundância de recursos. Porém, ao mesmo tempo, com o boom de novas tecnologias, tornou-se necessário apresentar respostas ágeis e eficientes ao cliente final. Liderar nesse ecossistema desafiador exige, além das habilidades esperadas, a compreensão clara das mudanças que podem moldar o caminho da gestão do time de produto.

Diante desse contexto, a BossaBox, startup que aloca e gere profissionais de tecnologia para empresas e scale ups, falou com nomes importantes da liderança de Produto, e reuniu no paper “Leading Tech Insights: Liderando Produto em 2024” 3 insights importantes que proporcionam uma visão completa das tendências e desafios que impactarão a área em 2024.

1 - O setor de Produto precisa se voltar para negócios

Depois de período turbulento, a ênfase do mercado de Produto e Tecnologia agora está na busca pela sustentabilidade financeira, em vez de priorizar o crescimento a qualquer custo. Como resultado, as organizações de Produto estão se esforçando para se adaptar a essas novas demandas.

De acordo com informações coletadas pela BossaBox para o paper, se em outro momento a equipe de Produto era considerada uma área de Gestão de Projetos, atualmente é enxergada e cobrada como

uma área de Negócios. Isso significa que o foco está menos na entrega e mais nos resultados e na redução de riscos, levando em consideração o planejamento, a priorização e a gestão das expectativas relacionadas ao setor.

De acordo com João Zanoce, Co-fundador e Head de Produto e Marketing da BossaBox, "sempre deveria ter sido assim, mas na prática não era o que acontecia. Até hoje, algumas organizações de Produto ainda estão aprendendo a realizar essa transição, mas finalmente estamos vendo o cenário mudar", complementa.

2 - Ciclos de entrega precisam ser menores

No período anterior à crise no ecossistema de inovação, a área de Produto era ambientada com recursos altos, e havia espaço para prolongar a descoberta e entrega, visando uma "discovery perfeita". No entanto, com restrições orçamentárias e pressão por resultados rápidos, os processos que eram considerados padrão passaram a ser questionados, principalmente pela alta liderança.

"O mercado vive um novo momento, muito mais pragmático, onde as entregas da equipe de Produto são responsáveis por ajudar a tornar o negócio rentável, ou seja, é o momento de obter resultados rapidamente, por isso é necessário uma equipe muito qualificada e a gestão voltada para as metas", explica Zanoce.

3 - A importância de diferentes estruturas organizacionais

O último insight identificado é pertinente acerca da estrutura das organizações de Produto. Isso porque a área já ganhou a visibilidade que merece, sendo de grande importância para a liderança e negócios e os processos foram alterados para gerar entregas menores. Dessa mesma forma, foi necessário também modificar a composição das equipes. Os times tornaram-se mais enxutos devido à redução do orçamento; houve uma transição para organizações mais horizontais, com o objetivo de aumentar a eficácia da comunicação e do processo decisório; e percebeu-se um movimento em direção a organizações mais flexíveis, capazes de responder de forma mais adaptável a demandas imprevisíveis.

É importante destacar que, no mercado de tecnologia, assim como nos demais, ocorrem ciclos de crescimento e declínio frequentes e intensos.

Embora tenha sido um momento desafiador para o setor, essas transformações impulsionam o setor e profissionais de Produto a evoluir e adquirir maior maturidade, resiliência e importância naquilo que realmente agrega valor às companhias.

Sobre a BossaBox

Fundada em 2017, a BossaBox é referência no modelo de squads-as-a-service no Brasil, em que monta e gerencia times de tecnologia, produto e design sob demanda e de forma ágil para desenvolver produtos digitais de seus parceiros.

A empresa garante desempenho em contrato e a senioridade dos profissionais das equipes é comprovada. A BossaBox se diferencia na velocidade de alocação, até 10 dias, e na sua camada de gestão, que conta com um time personalizado e especializado, responsável pela estratégia dos produtos de cada cliente no âmbito técnico e de negócio.

Em seus 6 anos de trajetória, já atuou em mais de 120 projetos com mais de 80 médias e grandes empresas com produtos inovadores, como: H&P, Grafeno, loja integrada, Housi e Unimed.



ADEMICON
| Unidade Carboni |

**Vem
realizar
com a
gente!**

consórcio, mas
pode chamar de
investimento.

SEJA LIVRE PARA VENCER.
NÃO SE PRENDA A NADA.

PRODUTOS CONFECCIONADOS COM TECNOLOGIA SEMI-SEAMLESS DRY E VENTILAÇÃO ESTRATÉGICA.

SEM COSTURAS, SEM BARREIRAS, VOCÊ LIVRE

LUPO
SPORT

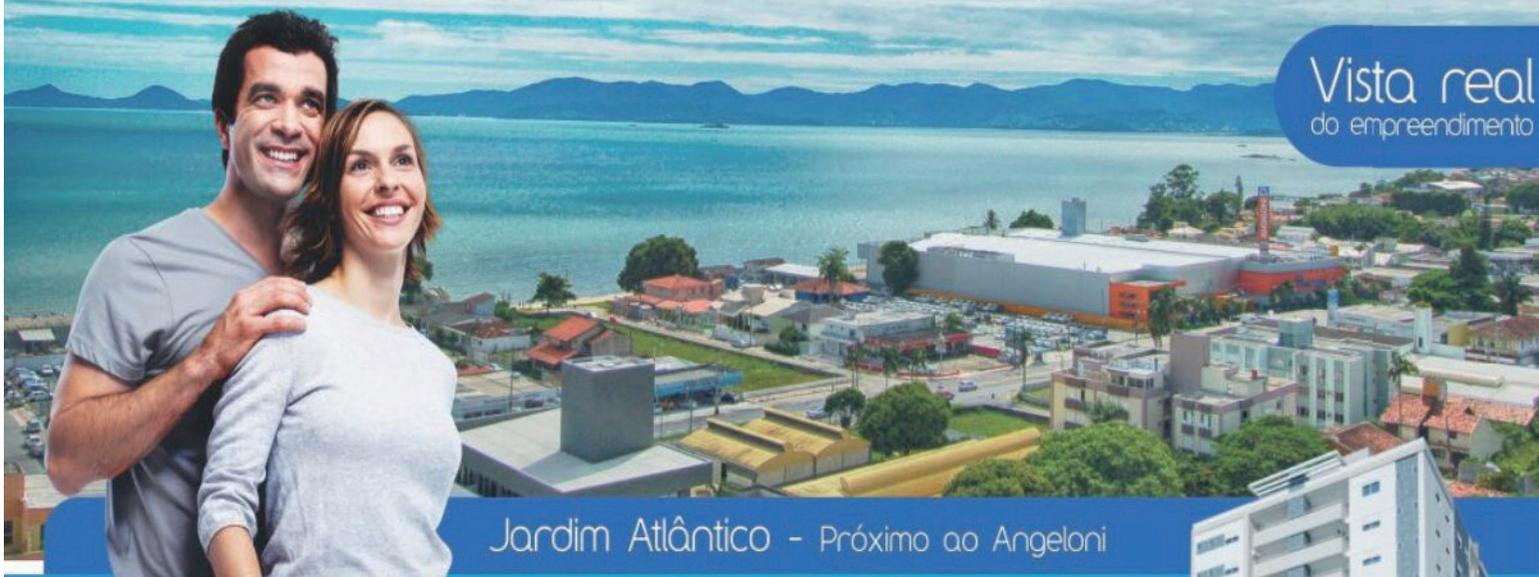
www.luposport.com.br

Brisas do Atlântico

residencial

Invista em bons momentos

Vista real
do empreendimento



Jardim Atlântico - Próximo ao Angeloni

2 dorms.

(1 suíte)

83m² de área privativa

3 dorms.

(3 suítes + Lavabo)

116m² de área privativa

Fase final de acabamento



Salão de Festas com Espaço Gourmet mobiliado  Fitness Center equipado  Brinquedoteca mobiliada



Vendas:

3240-2030



CONSTRUÇÃO E VENDAS

RDO
V E N D A S

Imagens meramente ilustrativas. Móveis, eletrodomésticos e objetos de decoração não fazem parte do imóvel e das áreas comuns do condomínio Matrícula n. 42473 - 3.º Etapa - Fz. 01.

Por que a geração Z está fugindo dos cargos de liderança?



A “Quiet Ambition” é a tendência que vem preocupando o mundo corporativo

Nos últimos meses, uma tendência tem vindo à tona, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo. A Quiet Ambition (Ambição Silenciosa), termo que apareceu pela primeira vez em uma reportagem da revista americana Fortune, publicada no ano passado, representa o fenômeno que descreve um comportamento presente, principalmente entre jovens da Geração Z (nascidos entre 1996 e 2010), a falta de ambição em assumir novos cargos, especialmente se isso envolve liderar equipes.

Muitos profissionais que entram no mercado de trabalho parecem estar se afastando da tradicional busca por liderança dentro das carreiras empresariais. Para Leila Santos, coach e especialista em comportamento humano, a geração Z não está disposta a assumir os altos custos que vêm junto com a posição de gestão tais como:

sobrecarga de trabalho, pressão, responsabilidades e liderar equipes. “Infelizmente, o modelo de liderança vigente e sustentado pelas gerações anteriores nas maiorias das empresas, não consegue seduzir a nova geração que enxerga no papel de liderança mais prejuízos do que benefícios.

De acordo com um relatório da plataforma de people analytics canadense Visier – com 1000 entrevistados, a maioria dos profissionais está evitando cargos de gestão para ter mais tempo livre. Dos entrevistados, 38% estão interessados em se tornar gestores de equipes na empresa em que trabalham e 62% preferem permanecer como estão”.

Embora a geração Z lidere esse movimento, a valorização do equilíbrio entre vida pessoal e profissional passou a ser objeto de desejo de muitos profissionais no mundo pós-pandemia. A mesma pesquisa cita ainda que dentre as principais ambições desse público estão: passar tempo com a família e amigos (67%), ter saúde física e mental (64%) e viajar (58%). Apenas 9% colocam como prioridade se tornar um gerente de pessoas e 4% afirmam se tornar um executivo de alto escalão.

É improvável que o quiet ambition leve a um futuro totalmente sem líderes. A ambição é uma força poderosa que pode ser usada para alcançar grandes objetivos. Mesmo que as pessoas com ambição silenciosa sejam mais inclinadas a cumprir suas metas de forma discreta e reservada, elas ainda poderão se tornar líderes. “Essa é uma questão crucial para as organizações e por isso, o planejamento do pipeline da liderança deve ser incluído na pauta estratégica da alta direção uma vez que os processos de sucessão interna e atração de novos talentos tendem a ficar cada vez mais comprometidos com a baixa ambição na nova geração. Uma pergunta que todo líder deveria se fazer é: o meu sucessor já está na minha equipe ou na minha empresa? Se a sua resposta for não, você já vive uma crise de gap de liderança”, reforça Leila.

O universo corporativo já começou a sentir os desafios que essa tendência traz.

Grandes empresas, que costumam atrair talentos jovens ansiosos por liderar, estão sentindo os efeitos, o que levanta uma questão fundamental:

o que as empresas podem fazer para se adaptar a essa nova realidade? “O RH deve desenvolver e apoiar a estratégia da empresa na construção do pipeline de liderança que garanta a sustentabilidade da liderança no futuro da organização. Tornar a posição de liderança atrativa, não apenas pelos benefícios materiais e financeiros, mas também por estar imbuída de senso de propósito.

Além disso, cultivar uma cultura que priorize o bem estar, a diversidade, inclusão e que seja vivenciada na prática, especialmente pela liderança, desenvolver líderes de líderes e capacitá-los para identificar e mentorar talentos internos e por fim, apoiar novos líderes na construção das competências essenciais de liderança”, indica Santos.

É claro que nem todas as pessoas com ambição silenciosa serão líderes. No entanto, a quiet ambition pode ser uma força positiva e se bem aproveitada, pode fortalecer as empresas que possuem culturas mais cooperativas e menos verticalizadas.

“As novas gerações precisam enxergar que a empresa ou a nova posição proposta estão em congruência com os valores que pregam e com os valores que buscam” finaliza.

Sobre Leila Santos

Coach de líderes e empresas há mais de 20 anos, atende clientes com renome no mercado como Grupo WLM, L’Occitane, Grupo Boticário, Sephora, Itaú, Biolab, Pfizer, Roche, Astellas, Ache, AstraZeneca, Farmoquímica, Fitec, Pierre Fabre, Uni2,

Gencos, dentre outras. Atua com foco no cliente corporativo, sempre valorizando e investindo em profissionais e empresas que já estão preparados para essa mudança de cultura e mindset.

IMPACTO NA COMUNIDADE

Empresas de sucesso geram empregos, fornecem serviços e contribuem para o desenvolvimento local.





Design estratégico para marcas autênticas.

Criação de Logomarcas
Projetos de Identidade Visual
Design de Embalagens
Comunicação Visual

agency5 STRATEGIC
BRANDS



13 99783.8208



www.agency5.com.br



[agency5.mkt](https://www.instagram.com/agency5.mkt)



Ranieri Brasil

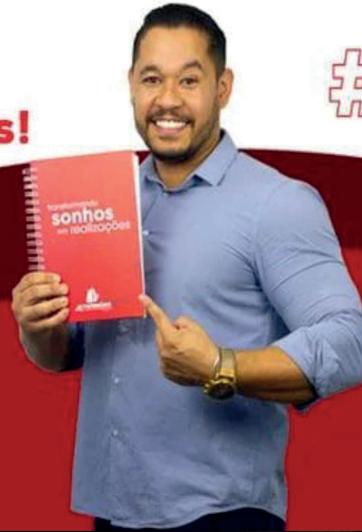
VAMOS CRIAR
UM PROJETO
INCRÍVEL
PARA O SEU
NEGÓCIO?

Transformando
sonhos em **realizações!**

 **SOMOSAE**

**Descubra o segredo
do sucesso com a AE**

www.aepatrimonio.com.br



**AE PATRIMÔNIO**
CONSELHORIA IMOBILIAR

Cris P Joias

Semijoias e Prata 925 de Luxo

 (11) 94540 1245

 Crisparra450@gmail.com

 @crispjoias



Me siga no instagram



Busca por economia leva 47% dos brasileiros a abandonar suas marcas favoritas



Estudo divulgado pelo Qualibest aponta que o fator preço tem transformado a experiência de compras nos supermercados em todo o país

As idas dos brasileiros aos supermercados tendem a ser eventos bastante únicos. Isso porque a compra deste mês será diferente da realizada no mês anterior e outras mudanças certamente serão observadas durante a próxima compra. Por trás deste cenário de transformações, há um agente comum: o preço.

Em função da alta variação de preços, 47% dos brasileiros tendem a abandonar as marcas que costumavam e optar por opções mais baratas. É o que aponta o estudo “Hábitos e Costumes: Consumidores de Supermercado e Atacarejo”, divulgado pelo Qualibest. O instituto ouviu brasileiros responsáveis pelas compras do lar.

Perguntados sobre suas próprias percepções quanto aos gastos em supermercados, 40% dos entrevistados disseram estar gastando mais hoje do que no passado. Destes, 34% dizem gastar mais e comprar menos, enquanto 15% afirmam estar adquirindo a mesma quantidade de produtos de outrora.

Do outro lado da moeda, 30% dos respondentes afirmam estar gastando menos. Neste cenário, porém, apenas 6% dizem estar comprando mais produtos, enquanto 13% percebem que estão adquirindo a mesma quantidade de antes e 24% apontam para um cenário de aquisição de menos itens.

Tais variações despertam nos brasileiros uma outra tendência: a pesquisa de preço. 43% dos respondentes disseram procurar por estabelecimentos onde podem encontrar um determinado produto

pelo menor preço e 36% pesquisam ofertas antes de sair para comprar.

Onde as compras acontecem

Os estabelecimentos físicos de redes de supermercados e hipermercados (94%), mercadinhos (92%), hortifrutis (88%) e atacarejos continuam sendo os principais locais de compra (85%) mesmo com a disponibilidade de compra em sites e aplicativos desenvolvidos para as empresas do setor.

A pesquisa aponta que os supermercados e hipermercados são os favoritos para a compra de todos os tipos de produtos analisados pela pesquisa, desde os alimentos básicos (82%) até os produtos de higiene e beleza (76%). Já os mercadinhos de bairro aparecem na segunda posição em quase todas as categorias de compra, exceto alimentos básicos e higiene e beleza, nas quais perde em preferência para os atacados e atacarejos.

Segundo os entrevistados pelo Qualibest, “variedade”, “preço” e “qualidade” são algumas das palavras que definem a experiência de comprar em um supermercado/hipermercado. Já a compra nos mercadinhos de bairro foram definidas com os termos “proximidade”, “facilidade” e “perto de casa”, enquanto as compras nos atacarejos foram resumidas pelos termos “barato”, “promoções” e “economia”.



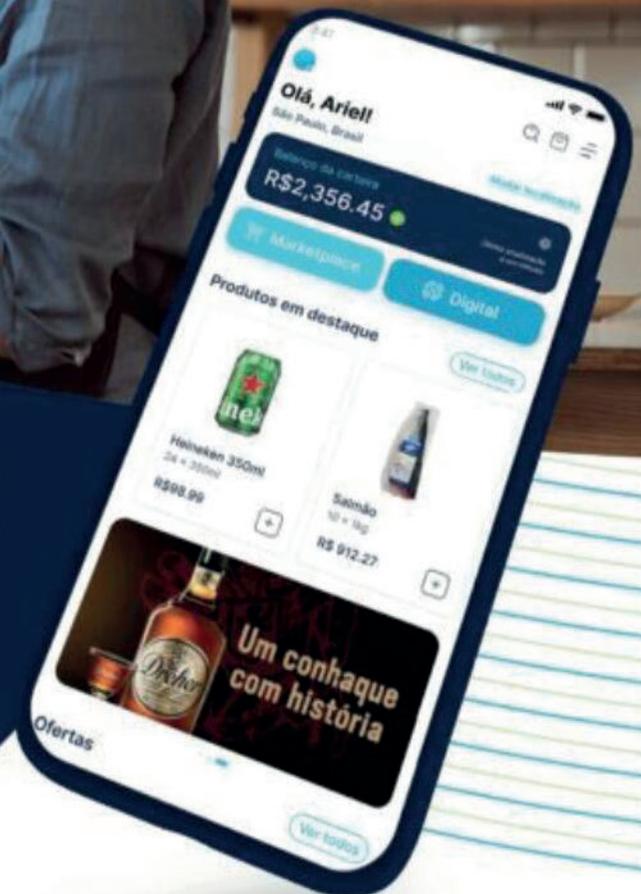
Com o **Market Place B2B** da **RedCloud**, **indústrias, distribuidores e varejistas** **alavancam suas vendas e reduzem custos de forma inteligente.**

Indústrias e distribuidores

Com um canal de vendas digital, você pode alavancar seus resultados, ampliar sua base de clientes e ainda ter acesso a dados e controles fundamentais para tornar sua operação comercial mais eficiente.

Entre em contato com a nossa equipe e descubra como a **marketplace B2B** da **RedCloud** pode contribuir para o crescimento dos seus negócios.

Contato | comercial@redcloudtechnology.com
Instagram e Facebook | [@Red101MarketBrasil](https://www.instagram.com/Red101MarketBrasil)
www.redcloudtechnology.com



Varejistas

Economize tempo e dinheiro comprando melhor. Simplifique a reposição de estoque e tenha acesso milhares de produtos e ofertas exclusivas em um só lugar, quando e onde quiser.



É GERDAU,
É COMERCIAL,
É DE CONFIANÇA.



A MAIS COMPLETA LINHA DE SOLUÇÕES EM AÇO 100% GERDAU,
COM CONDIÇÕES ESPECIAIS DE PAGAMENTO.

LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO | CONSTRUÇÃO CIVIL | INDÚSTRIA | AGROPECUÁRIA

WWW.GERDAU.COM.BR

VENHA REALIZAR O SEU FRETE INTERNACIONAL CONOSCO

Entre em contato:

Telefone e Whatsapp: 11 4114-9276

Email: slxcargo@slxcargo.com





A MELHOR ESTRATÉGIA PARA SEU NEGOCIO.

SERVIÇOS CONTÁBEIS.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO.

ABERTURA, ENCERRAMENTO E ALTERAÇÕES CONTRATUAIS.

CONTROLE PATRIMONIAL.

CONSULTORIA CONTÁBIL

BPO FINANCEIRO

ADMINISTRAÇÃO DE CONDOMÍNIOS.

 PRAÇA DOS EXPEDICIONÁRIOS 19, SALA 104 GONZAGA- SANTOS (SP)

 13 3224.7400

 alfa_contabil_

 contato@contabilidadealfa.com.br

Artigo Revista Empresários Autorresponsabilidade e IA 2024



Potencializando Empresas: O Impacto da Autorresponsabilidade e da Inteligência Artificial em PMEs e Grandes Corporações.

No incessante movimento do mundo empresarial, a autorresponsabilidade ergue-se como um alicerce vital para o sucesso nos negócios.

A habilidade de assumir plena responsabilidade pelos resultados individuais e coletivos delinea uma clara demarcação entre as empresas resilientes e as

que desfalecem diante do desafio. Neste artigo, apresento o universo da autorresponsabilidade, combinado com a inteligência artificial (IA), revelando seu impacto profundo tanto nas pequenas e médias empresas (PMEs) quanto nas grandes corporações.

Peter Drucker, o renomado "Papa da Administração", vislumbrou o advento da inteligência artificial (IA) como um ponto crucial no cenário do trabalho. Sua previsão enfatizava a automação iminente de diversas tarefas, impulsionando os trabalhadores a assumirem uma responsabilidade expandida por seu próprio desenvolvimento e performance.

O relatório "The AI Economy: A 15.7 Trillion Opportunity", da Deloitte, endossa essas percepções, destacando os desafios à medida que as empresas adentram o reino da IA instando à priorização de investimentos em treinamento e desenvolvimento de habilidades dos colaboradores. Para compreender na prática, apresento com mais detalhes sobre autorresponsabilidade e inteligência artificial.

A autorresponsabilidade é a capacidade de assumir a responsabilidade por suas ações, decisões e resultados. É a mentalidade de que você é o único responsável pelo sucesso ou fracasso de sua empresa.

Ao adotar a autorresponsabilidade, os empresários, líderes e colaboradores tornam-se mais conscientes de suas ações, buscando constantemente melhorar e aprender com os erros. Essa cultura expande dentro da organização, onde todos os membros se sentem responsáveis pelo sucesso coletivo.

Por outro lado, a inteligência artificial, segundo Yuval Noah Harari é "a primeira tecnologia que pode tomar decisões por si só". A IA é uma tecnologia que permite às máquinas aprender, raciocinar e tomar decisões de forma autônoma.

Ela tem o potencial de revolucionar a forma como as empresas operam, aumentando a eficiência, a produtividade e a tomada de decisões. Com a IA, as empresas podem automatizar tarefas repetitivas, analisar grandes volumes de dados em tempo real, prever tendências e padrões de mercado, e muito mais.

Por isso, é essencial que as empresas adotem a autorresponsabilidade e explorem o potencial da IA para se manterem competitivas e alcancem o sucesso no cenário empresarial em constante evolução. A união da autorresponsabilidade e da IA cria uma sinfonia poderosa que impulsiona o sucesso empresarial.

Essa combinação gera resultados excepcionais, como a cultura de inovação, que é a busca incessante por aprimoramento, criando um ambiente propício à experimentação e à criação de soluções disruptivas.

Para as pequenas e médias empresas, essa sinfonia pode ser especialmente benéfica.

As PMEs muitas vezes enfrentam recursos limitados e desafios operacionais, no entanto, com a autorresponsabilidade, os empresários podem buscar soluções criativas e inovadoras para superar esses obstáculos.

A IA pode ajudar as PMEs a automatizar processos, reduzir custos e melhorar a eficiência, permitindo que elas sejam mais competitivas no mercado.

Nas grandes empresas, a autorresponsabilidade combinada com a IA pode impulsionar a inovação e a transformação digital. Os líderes podem incentivar essa cultura, onde os funcionários são encorajados a assumir riscos calculados e buscar constantemente melhorias. A IA pode ser usada para analisar dados de clientes, identificar oportunidades de mercado e otimizar processos internos, e outros, permitindo que as grandes empresas se adaptem rapidamente às mudanças do mercado.

Embora os benefícios e impactos sejam expressivos, é crucial ressaltar que há uma variedade de ferramentas ao alcance das PMEs, e soluções para impulsionar ainda mais as grandes empresas. Parcerias com fornecedores, palestras, e consultoria especializada podem permitir que empresas, aproveitem ao máximo esses recursos.

Ao abraçar a autorresponsabilidade e o poder da IA, líderes e empresas pavimentam o caminho para um futuro de conquistas e realizações extraordinárias.

Luciane Abramo

Fundadora da Óperah Soluções Empresariais e Tecnologia, empresária há 23 anos, Palestrante, Conselheira, Mentora de Empresários, e escritora – autora best-seller das obras:

Êxito do Empreendedor em Ação, Desenvolvendo a Mentalidade Empreendedora e As 7 Atitudes de Ouro – como sair do caos financeira na empresa. Você encontra nas plataformas digitais, físicas e no CRCCode da editora:

<https://uiclap.bio/lucianeabramoLIVRO>

LUCIANE ABRAMO

AUTORA BEST-SELLER
DESENVOLVENDO A MENTALIDADE EMPREENDEDORA

AS
7
ATITUDES
DE
OURO

COMO SAIR DO CAOS FINANCEIRO NA EMPRESA



O segredo das atitudes poderosas
das empresas bem-sucedidas



Uma nova marca
com o mesmo propósito
a mesma gestão

GREAT EMPIRE
ADMINISTRADORA DE BENS LTDA.

**SOLUÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DE CONDOMÍNIOS E IMÓVEIS**

SUPERVISA
ENGENHARIA & CONSTRUÇÃO

LANÇAMENTOS IMOBILIÁRIOS
OBRAS POR ADMINISTRAÇÃO
PERMUTAS

BIOBACTER

**SOLUÇÃO DE PROBLEMAS AMBIENTAIS
COM RECURSOS DA BIOTECNOLOGIA**

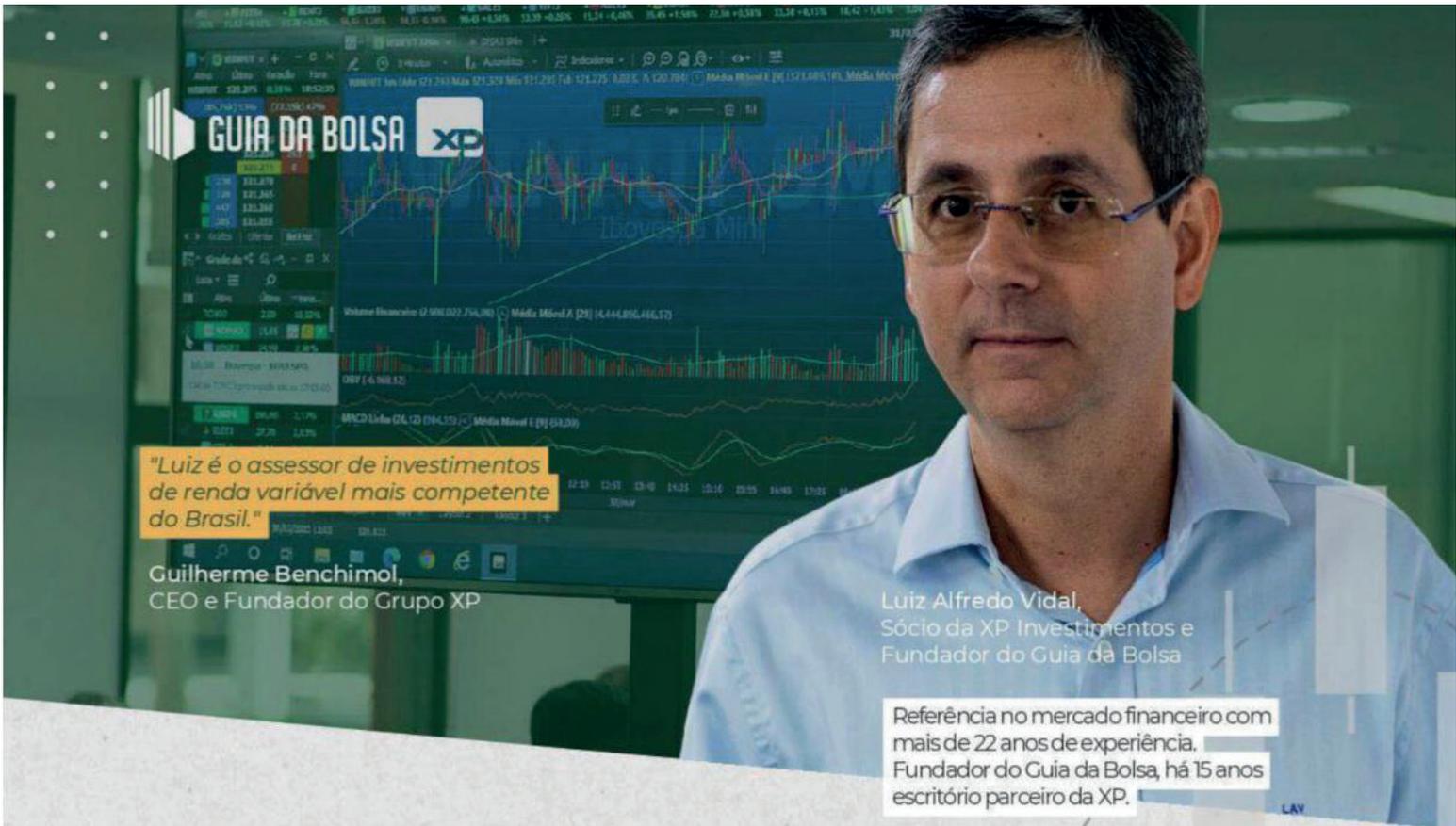
ENERGIÉTRICA

**PAINÉIS ELÉTRICOS
DE BAIXA E MÉDIA TENSÃO**

#portalnegocios

GlobalLog

Atuamos em
todas as unidades
ADUANEIRAS
do estado



"Luiz é o assessor de investimentos de renda variável mais competente do Brasil."

Guilherme Benchimol,
CEO e Fundador do Grupo XP

Luiz Alfredo Vidal,
Sócio da XP Investimentos e
Fundador do Guia da Bolsa

Referência no mercado financeiro com
mais de 22 anos de experiência.
Fundador do Guia da Bolsa, há 15 anos
escritório parceiro da XP.

Temos como missão estabelecer relações de confiança, agregando valor na vida financeira de nossos clientes, sempre com foco de crescimento no longo prazo.

Nossos valores estão completamente ligados à contato próximo e personalizado, transparência, honestidade, responsabilidade, segurança e otimismo.

Serviços que prestamos:

- Alocação em Renda Fixa e Renda Variável
- Alocação em Fundos
- Seguros
- Off Shore
- Financiamento imobiliário e consórcio
- Solução para rentabilizar o caixa de PJ's

"Eu conheci o Guia da Bolsa através do Luiz Alfredo, quando ainda trabalhava no Tribunal de Justiça. Na época, eu não entendia como funcionava o mercado financeiro, mas depois da apresentação do Luiz, fiquei animado para começar a investir de forma mais completa, pois senti confiança nele e no que ele estava me ensinando. Em 2008, precisamente na época da crise nos EUA, minhas ações caíram bastante. Mas, ao levar meus ativos para o Guia da Bolsa, além de perceber a técnica da equipe olhando para minha carteira de perto, eu também aprendi muito conversando com meus assessores. Hoje, continuo trabalhando com a mesma assessora há cinco anos e ainda aprendo e converso com ela diariamente. Ela me mostra as oportunidades e as últimas informações do mercado. Vejo toda a equipe como minha família e se hoje eu tenho meus recursos como colchão para carregar até o fim da minha vida, é graças ao Guia da Bolsa."

Sebastião Dantas
Cliente Guia da Bolsa



ENTRE EM CONTATO:  @guiadabolsa

Rio de Janeiro | RJ
(21) 4063-3150

Guaratinguetá | SP
(12) 3522-9549



Vigilância Eletrônica de Mercadorias

CONCENTRE-SE NO CRESCIMENTO DA SUA EMPRESA. QUANTO À SEGURANÇA, DEIXE POR CONTA DA **PLASTROM SENSORMATIC.**

A Plastrom Sensormatic tem produtos e serviços que contribuem para a segurança e a redução de perdas, com soluções que auxiliam no aumento das vendas do varejista através da livre exposição de produtos e na melhor experiência de compra para os consumidores. Experimente nossas soluções de segurança, foque esforços no faturamento e deixe o resto com a gente.



- CFTV • VEM • Cadeado eletrônico • Meios de pagamento • Alarmes
- Checkout expert • Contagem de fluxo • Vídeo analytics • RFID
- Serviços de prevenção de perdas • Etiquetagem na origem

Para saber mais, ligue 0800 892 0003
Alameda Araguaia, 3.718 • Tamboré • Barueri / SP


**Plastrom
Sensormatic**

SOLUÇÕES EM RENTABILIDADE
PARA QUEM ENTENDE DE VAREJO.



HOTEL CENTER

express

**AQUI VOCÊ SE SENTE EM
CASA E AINDA APROVEITA
TODO O CONFORTO E SERVIÇO
DO HOTEL.**

83 3066.2888

Rua: Epitácio Pessoa, nº 02 - 1º Andar - Centro
Campina Grande - PB



Empreenda no
mercado do luxo:
Abra sua própria
joalheria.

Seja um franqueado Lis
e venda lindíssimas joias e
alianças em ouro 18k.

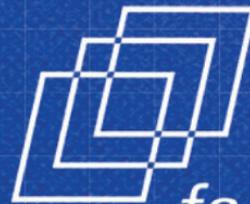
Modalidades:

- Loja shopping
- Quiosque shopping
- Franquia digital

TOCA SEU FUTURO



COM A



faculdade
— sebrae

5 ★★★★★
NOTA
MÁXIMA
MEC
& ENADE

Existimos para **SOLUCIONAR**
seus problemas com
mão de obra

- Portaria Virtual
- Limpeza
- Portaria Presencial
- Jardinagem
- Manutenção
- Facilities

EMMO
SERVIÇOS TERCEIRIZADOS

TREINAMENTOS

Periodicamente treinamos e aperfeiçoamos nossa equipe para melhor atendê-lo.

REPOSIÇÃO RÁPIDA

Completo banco de dados de colaboradores para reposição e emergências.

CUSTO/BENEFÍCIO

Oferecemos a melhor solução sem abrir mão da alta qualidade dos serviços prestados.

SUPERVISÃO DE QUALIDADE

Desenvolvemos um plano exclusivo para as suas necessidades.

SERVIÇO DE SUPERVISÃO À DISTÂNCIA (SSD)

Além da supervisão presencial, direto da nossa sede, a equipe de monitoramento acompanha diariamente a rotina dos porteiros, melhorando a qualidade e segurança dos serviços prestados.

Ligue: 11 2137.9400

www.emmo.com.br



emmoserviços

PORTFÓLIO COMPLETO PARA TRANSFORMAR A CATEGORIA

Com marcas fortes e um portfólio completo, a Suzano promove o trade up do segmento no Brasil.



CUIDADO PESSOAL



CUIDADO DA CASA



MAIOR
FATURAMENTO



MAIOR
RENTABILIDADE



MAIOR
TICKET MÉDIO



suzano

nós plantamos o futuro