

EQ

M A G A Z I N E
ANO 1 NÚMERO 1

Nesta edição

- Felicidade no trabalho
- O dom de integrar
- Filosofia da ética
- Velhos líderes
- Linha de produção
- Diversidade e ativismo
- RH em aprendizagem
- Redes de mensagens
- Mundo multitelas
- Memória de estágio
- Reinvenção de carreira

Entrevista

Marcos Amaro,
o trabalho da arte

Aniversário

6 anos do Grupo
Mulheres do Brasil

eq | TENDÊNCIAS
FUTURO DO TRABALHO

EXPERIMENTAL

EA MAGAZINE

dedicada a tendências do futuro do trabalho

ANO 1 | NÚMERO 1 | nov-dez, 2019

CHEF DE DESIGN

OFFICER

jeff xavier 

PUBLISHER

CONCEPÇÃO EDITORIAL

stefarss stefanelli

EDITORES

CONVIDADOS

daniel canância

Filipe souza Leão

Hugo Bessa

marina khouri zanusso

Nuno pereira

rafael augustto arena

S U M M Á R I O

ENTREVISTA

22 Marcos Amaro

CULTURA CIRCULANTE

12 Pessoas da marca

SEÇÕES

20 Work brand
21 Work art
94 Work future

ARTIGOS

- 28** Gestão com felicidade
- 34** Integrar na real é acolher bem!
- 40** O controle do incontrolável
- 45** Novas empresas, novos líderes ou Shallow Now
- 51** O homem e o trabalho
- 56** Você quer uma fatia de R\$ 419 milhões injetada no seu negócio?
- 63** RH em aprendizagem
- 69** O vídeo e suas evoluções
- 74** O desafio de viver e de criar em e para um mundo multitelas
- 80** A visão do mercado de trabalho no olhar de um estagiário
- 85** No topo da árvore dê um passo para frente

ANIVERSÁRIO

8 6 anos do Grupo
Mulheres do Brasil

DEDICADA

ÇÃO

A primeira edição da **ea magazine** é dedicada ao trabalho de dois homens, incansáveis visionários, que ainda hoje, século 21, promovem o pensamento da evolução do trabalho humano. ⬇



Henry Ford
[1863-1947]

Empresário e inventor americano que revolucionou a indústria automobilística. Fundou a Ford Motor Company em 1903, criando o modelo **Ford T** e o sistema de produção em série, linha de montagem fabril, o “Fordismo”. Sua história é de visionário: nos fins de semana, na garagem de sua casa, desenvolvia sem fôlego, um automóvel, o protótipo do Ford T, e de ver tanta atividade, os vizinhos o apelidaram de “Louco Ford”. Diante do êxito desse modelo, Ford deixa seu emprego estimulado nada menos que por Thomas Edison que o aconselhou a seguir seu sonho.



Alan Turing
[1912-1954]

Matemático, lógico, criptoanalista e cientista da computação britânico. Foi influente no desenvolvimento da ciência da computação e na formalização do conceito de algoritmo e computação com a **Máquina de Turing**, que inventou em 1936, assim como o Teste de Turing, criado com o objetivo de verificar se o computador é capaz de imitar e pensar como o cérebro humano. “Escreveu” o primeiro programa de xadrez para computador. É considerado o pai da ciência computacional e da inteligência artificial.

F O N T E I N S P I R A D O R A

www.emaprendizagem.oakian.com.br

comunidade virtual, plataforma gerenciada pela oakian (www.oakian.com.br), ativada de forma colaborativa e orientada a tendências do futuro do trabalho.



ea magazine

publicação editorial online, concebida pela oakian (www.oakian.com.br), construída em suas edições de forma colaborativa, por profissionais que atuam no mercado de trabalho.

agradecemos

aos autores que colaboram na edição 1.

Rafael Augusto Arena	6
Hugo Bessa	28
Bruno Fibben	34
Nuno Teixeira Pereira	40
Creusa Quirino	45
Marina Khouri Zanutto	51
Maira Reis	56
Stefarss Stefanelli	63
Diego Campos	69
Filipe Souza Leão	74
Fabício Romualdo Alves	80
Carina Martins	85

EDITORIAL



por Rafael Augustto Arena
criador da plataforma

madonna online, madonnaonline.com.br



Donna de tudo

Cantora, compositora, bailarina, produtora, atriz, diretora de cinema, escritora, militante, empresária e mãe. Esses são alguns dos rótulos que **Madonna** construiu ao longo de 37 anos de carreira e a tornou uma das artistas mais poderosa de todos os tempos. Uma **trabalhadora incansável**, que possui uma invejável visão de mercado e tem o que é o principal para qualquer **empreendedor**: não tem medo de arriscar.



EDITORIAL

Desde que começou, em 1983 com o seu álbum de estreia, percebeu que precisava tomar o controle de sua carreira e não deixar que gravadora e empresários a moldassem como um produto pré-fabricado. Como co-escritora de todas as suas canções, passou a ter o controle de suas músicas e permanece assim até hoje.



Uma de suas grandes sacadas foi perceber que para aguçar ainda mais o público e criar expectativa no trabalho seguinte você precisa sempre se reinventar.

Madonna sempre apareceu com um visual, cabelo, estilo, roupas e persona diferentes. Como um produto, evoluir é essencial: muda-se a embalagem mas nunca a essência.

O seu discurso libertador, fez com que o **empoderamento feminino** fosse algo essencial em sua obra, muito antes de estar em moda como nos dias atuais. "Madonna ensina mulheres jovens a serem inteiramente sexuais e femininas e, ainda assim, ter total controle de suas vidas. Ela mostra às garotas como ser atraente, sensual, enérgica, ambiciosa, agressiva e engraçada - tudo ao mesmo tempo", escreveu a escritora feminista Camille Paglia em 1990. Madonna sempre **falou também para minorias**, dando voz também ao marginalizado público LGBT.

Foi ela uma das principais artistas a falar sobre a AIDS, doença que no início dos Anos 90 era tida como uma peste e isolava os infectados. Sua visão aguçada, **visionária**, fez com que inovasse no formato showbusiness: não bastava apenas uma cantora no palco cantando no microfone, precisava unir a arte cênica e a dança, sua formação. Foi quando em 1990

revolucionou o cenário musical com a **turnê Blond Ambition**, em que unia música com teatralidade e dança, num formato de shows dividido por atos que virou referência nos shows pop e é replicado até hoje. Foi também com essa turnê que a visão da Madonna fez algo novo: **porque não filmar os bastidores e o cotidiano de sua vida?** Levar ao público o que jamais se viu por trás das câmeras de uma pessoa famosa? Tratava-se do filme Na Cama com Madonna, que era os primórdios do que décadas depois o mundo estaria viciado: **reality show**, exibindo as pessoas como elas são.

Paralelamente, Madonna foi explorando outros mercados: trabalhou como atriz em dezenas de filmes e, inclusive, ganhou Globo de Ouro pelo musical Evita, lançou livros de arte (o livro Sex de 1992 vendeu em apenas três dias 1,5 milhão de cópias, tornando-se até hoje o livro mais bem sucedido da história editorial), fez livros infantis, foi sócia numa rede mundial de academias, lançou linha de roupas, óculos, maquiagem e cosméticos. A paixão por cinema a fez enveredar para o outro lado da câmera: tornou-se diretora de cinema com já três filmes lançados (e está preparando um novo).

Workaholic assumida, como hoje, vemos as mulheres tomarem pra si suas carreiras profissionais, competindo de igual para igual como os homens, Madonna soube conciliar uma vida artística com a maternidade: teve **dois filhos biológicos** e outros **quatro adotivos do Malawi, na África**. Um dos países mais pobres do mundo que ela fez tornar-se conhecido, ajudando a população construindo **quatorze escolas para mulheres** (lá elas não podiam estudar) e um hospital pediátrico. Hoje, aos 62 anos, Madonna continua **trabalhando muito** e conciliando com sua vida pessoal.

Inovou novamente no formato de seu show **Madame X**, sendo realizado em teatros históricos. E é lá que ela diz: "Eu não quero ser popular. Eu estou aqui para ser livre e fazer o que eu quiser!". E a gente sabe! E as mulheres sabem! Seja no trabalho, na vida pessoal, na maternidade, o quanto Madonna influenciou, influencia e influenciará sempre o empoderamento feminino.



GRUPO MULHERES DO BRASIL

EMPODER RAMENTO



Não é uma reunião de Tupperware

“Seis anos atrás eram 40 mulheres, empresárias, capitaneadas por **Luiza Helena Trajano**, que unidas pela causa da igualdade feminina, chegava em Brasília. No último dia 24 de outubro, em agenda que se comemorou os 6 anos do Grupo Mulheres do Brasil, já se ultrapassa 35 mil mulheres nesta causa.

Todas são líderes (e femininas) neste movimento apertado. Elas estão no interior de São Paulo, nas capitais do Brasil e do mundo, alargando estradas, buscando parcerias com ONGs e interlocução com os poderes e, nisso, há uma enorme força de transformação social. O *happening* de 6 anos foi na sede do Banco Santander, em São Paulo, reunindo uma dimensão feminina em diversidade, unidas. E elas não se distraem não. Na pauta, além dos afetos e enorme entusiasmo pela comemoração da bandeira que levantaram, houve muito ativismo. Na agenda, um painel comovente sobre a **igualdade racial**, com ampla agenda do **Plugar**, grupo idealizado dentro dos Mulheres do Brasil. Na plateia, alguns poucos homens impressionadíssimos com o que viam, e que chamamos pra conversar e entender o que faziam ali”.

Stefarss Stefanelli, empreendedora, fundadora da Oakian.

TAG
#GrupoMulheresdoBrasil
#empoderamento
#direitosiguais
#feministas
#MulheresnaPolitica
#CadaMuherConta
#causasocial

GRUPO
MULHERES
DO BRASIL

6 ANOS

35.017 MEMBROS
MULHERES

49 NÚCLEOS
38 BRASIL E 11 EXTERIOR

21 COMITÊS

18 CAUSAS

Luiza Helena Trajano



Empresária brasileira, influencer e criadora do Grupo Mulheres do Brasil



Cida Bento



Fundou a CEERT e é uma das 50 pessoas mais influentes no mundo no campo da diversidade



Igualdade racial

“Um país em que mais da metade da população é negra e o restante é branca. Foi neste contexto que comecei a trabalhar com o tema da **“branquitude”**. Tentando entender de que maneira brancos escolhiam brancos em processos de seleção. Começavam um processo com **400 candidatos** e terminavam com 5 ou 6 selecionados, e nunca uma secretária negra era escolhida. Como era isso?

Foi dessa maneira que eu construí o conceito que chamei de “pactos narcísicos”, que vem dessa ideia do Narciso, que se debruça sob a água e tem tanta paixão pela sua imagem refletida, que tomba e cai na água se afogando. Esse conceito do Narcísico, de escolher e fortalecer o igual, foi onde refleti a seleção de pessoal nas empresas, quando ao final, uma pessoa branca escolhe uma pessoa branca. Então, “branquitude” tem um pouco dessa dimensão na sociedade, do tornar algo natural como se o fosse, e que está naturalizado em nosso olhar, em nosso interior, no nosso imaginário, que certos lugares são de homens, certos são de mulheres, certos são de negros e certos lugares são de brancos”.

“O que é ser feminista?”

Feminista é lutar pela igualdade entre homens e mulheres e cada época tem sua bandeira e seu valor, hoje nossa bandeira é outra. Há seis anos, nós entendemos que precisávamos parar de reclamar e que era preciso assumir o Brasil com propostas consistentes mas totalmente apartidárias. Nós queremos ser o maior partido político do Brasil. Ter o Brasil como partido”.



ANIVERSÁRIO 6 ANOS



Theo van der Loo

ex-CEO Bayer e fundador NatuScience



“É a primeira vez que participo, mas é uma sensação muito diferente, observei somente uns quatro, cinco homens aqui, nessa representatividade do universo feminino. E na hora que você vê essa diversidade entre as mulheres, essa mistura, essa pluralidade, é uma experiência fantástica, uma coisa que os homens não fazem, você dificilmente vê um ambiente desses em um evento entre homens, porque de fato, o homem branco está na posição de poder”.



Bernardo Nogueira

head of licensing, Bayer



“Estou aqui pra entender um pouco mais como acelerar a entrada de mulheres no mercado de trabalho. É importante registrar que é fundamental a presença de homens aqui, porque a maioria dos cargos de liderança hoje é ocupada por homens, e creio que sejam os homens que precisam então, abrir espaço para as mulheres entrarem”.



Alexandre Chaves

head strategic marketing, Bayer



“Minha primeira reação aqui foi de susto, pois esperava encontrar mais homens. Meu principal objetivo é de aprendizado, é ouvir um pouco. Porque quando a gente olha hoje para as grandes empresas, a representatividade não é legal, em relação ao número de mulheres, de negros. Acho que esse é um desafio nosso no corporativo, da sociedade e estou aqui pra aprender de que forma melhor trabalhar isso. A Luiza Helena pra mim é um exemplo, referência. Cada vez mais precisamos de grandes exemplos, de mulheres, de negros, porque isso inspira pessoas, traz forte referência para a nova geração, pra quem está chegando”.

CULTURA CIRCULANTE & PESSOAS DA MARCA

Conceito tendência para
culturas organizacionais
copyright© oakian

CULTURA CIRCULANTE

S E U S 9 E I X O S

Tem
rituais

Tem
manifesto

Tem
aprendizagem

Tem
jornadas

Tem
propósito

Tem
inovação

Tem
autenticidade

Tem
diversidade

Tem
bem-estar

CULTURA CIRCULANTE MODELAGEM MAKER

Pense num ambiente de trabalho com um **jeito de ser** bacana.

Que tem equipes produzindo com modelagem maker.

Onde a aprendizagem é coletiva, full time e gestão que integra tudo.

Neste ecossistema há 2 prodígios invencíveis: habilidades **soft skill** e inteligência artificial.

O **protagonismo** é o principal fator de aderência profissional neste novo modelo de cultura. **Cultura circulante** como ecossistema maker, estabelece entregas como "rituais de propósitos". Modela novos perfis de comportamentos, aponta nova régua para habilidades e atrai a adesão de profissionais de nosso tempo. É a mais radical mudança de *mindset* em modelo de cultura organizacional até aqui, orientada por doutrinas (direitos e deveres), com scripts comportamentais de contratação ortodoxos: talento é talento, líder é líder, e talento será sempre um grande e bom líder.

Há humanos e máquina.
Em sinergia.

Há novo jeito de
atração profissional.

Há novo jeito de
contratar trabalho.

Há novo jeito de
produzir trabalho.

Há novo ritual para o RH.
No futuro?

Hoje.
Agora.

CULTURA CIRCULANTE

SEUS CÓDIGOS

ONTEM | HOJE

Missão

Valores

Visão

Liderança

Projetos

Metas

Visibilidade

Analógico

Processos

Baia

Engajamento

Intranet

Cotas

Perenidade

Pesquisa

24X7

Manifesto

Rituais

Inovação

Aprendizagem

Modelagens

Propósitos

Reputação

Digital

Plataformas

Home Office

Maker

Comunidades

Diversidade

Up to date

BI+AI*

24X7

*Business Intelligence, Inteligência Artificial

PESSOAS DA MARCA

SEUS COMPORTAMENTOS

Protagonistas.
Influencers.
AUTÊNTICOS.
LÍDERES DE SI.



PESSOAS DA MARCA

JEITO DE SER

São homens e mulheres “selfie”, com **poder** sobre si e buscando escalas para melhor existir, o que traz um impacto novo ao RH, pelas novas ambições e ideais profissionais. Quem disse que redes sociais não influenciam para o Bem?



PESSOAS DA MARCA

Script hype

Pessoas das marca são protagonistas da empresa. São os influencers mais dinâmicos do negócio, da empresa onde estão (temporariamente) alocadas. Vestem a camisa da empresa de outra forma: **provocam devoção**. Se classificamos: são visionários e mais autênticos, se relacionam com tom de contribuir, de colaborar, de juntar todo mundo junto.

Alternam visão individualista e coletiva no jeito de ser, de agir. São homens e mulheres "selfie", com poder sobre si e buscando escalas para melhor existir, o que traz um impacto novo ao RH, pelas novas ambições e ideais profissionais. Quem disse que redes sociais não influenciam para o Bem?

Não conseguem ser, no contexto clássico "empregado", "funcionário", "colaborador", com regras de direitos e deveres. Preferem ambientes com aprendizagem full e coletiva, maker, pois estão dispostos a entregas mais dinâmicas e inovadoras. Estão propensos, se bem capacitados, a produzir mais que a demanda do trabalho em si, geram escalas de **reputação** e **novos códigos** para o negócio.

Se entusiasma com a presença que a marca exerce no mercado e na sociedade. É uma (r)evolução do capital humano e do modus operandi da força do trabalho sem precedentes.

Atuam em cenários quick wins

Intuitivas, pessoas da marca gostam de autonomia, operam mais no aqui e agora, nada ou pouco se pereniza, mas escalam resultados muito rápido. Não dão valor a capacitações se não houver experiência adquirida e compartilhada. Pessoas da marca dão vida, dão forma e harmonia e o timing de uma **cultura circulante**. No dia a dia, se movimentam de forma **presencial e virtual**, tem diversidade latente e práticas de trabalho menos engessadas. Se engajam pelo nível de experiências que vivenciam. Fortalecem o propósito de aprendizagem coletiva. **São leais aos seus anseios** profissionais e não aos anseios da empresa. Mas são justos em dar o melhor de si em ambientes férteis de trabalho.

São reais e virtuais. Gostam de ser corporativos. São potenciais para cenários **quick wins**.

Pessoas da marca tem em todas as idades.

Não são intraempreendedores. Também não querem perder tempo liderando ninguém. São líderes de si. Sem apego a cargos ou hierarquias. São potenciais sócios. Aptos a criar novos negócios para a marca em que atuam. Pessoas da marca.

PESSOAS DA MARCA

N O V O A T I V O

ONTEM | HOJE

Capacitar
Hierarquia
Regras
Cargo
Prazos
Carreira
Benefícios
Intraempreendedores
Gênero
Lealdade
Produtividade

Realizar
Liberdade
Autonomia
Entregas
Timing
Jornadas
Bem-estar
Partnerships
Inclusão
Engajamento
Estar disposto

W O R K BRAND

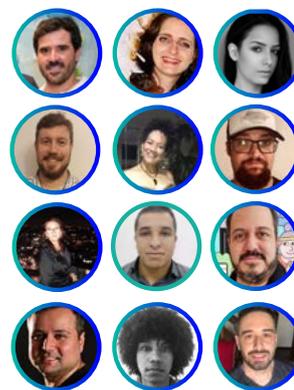
11 Set 1 m

Para melhorar muito a integração de novos colaboradores

Grupo de Trabalho

Opa, tudo bem? Perceba: O que você entende de conteúdo para ser o colaborador entre a aprovação / documentos / assinaturas

O FUTURO DO TRABALHO É VOCÊ



A MAIOR COMUNIDADE COLABORATIVA SOBRE FUTURO DO TRABALHO.

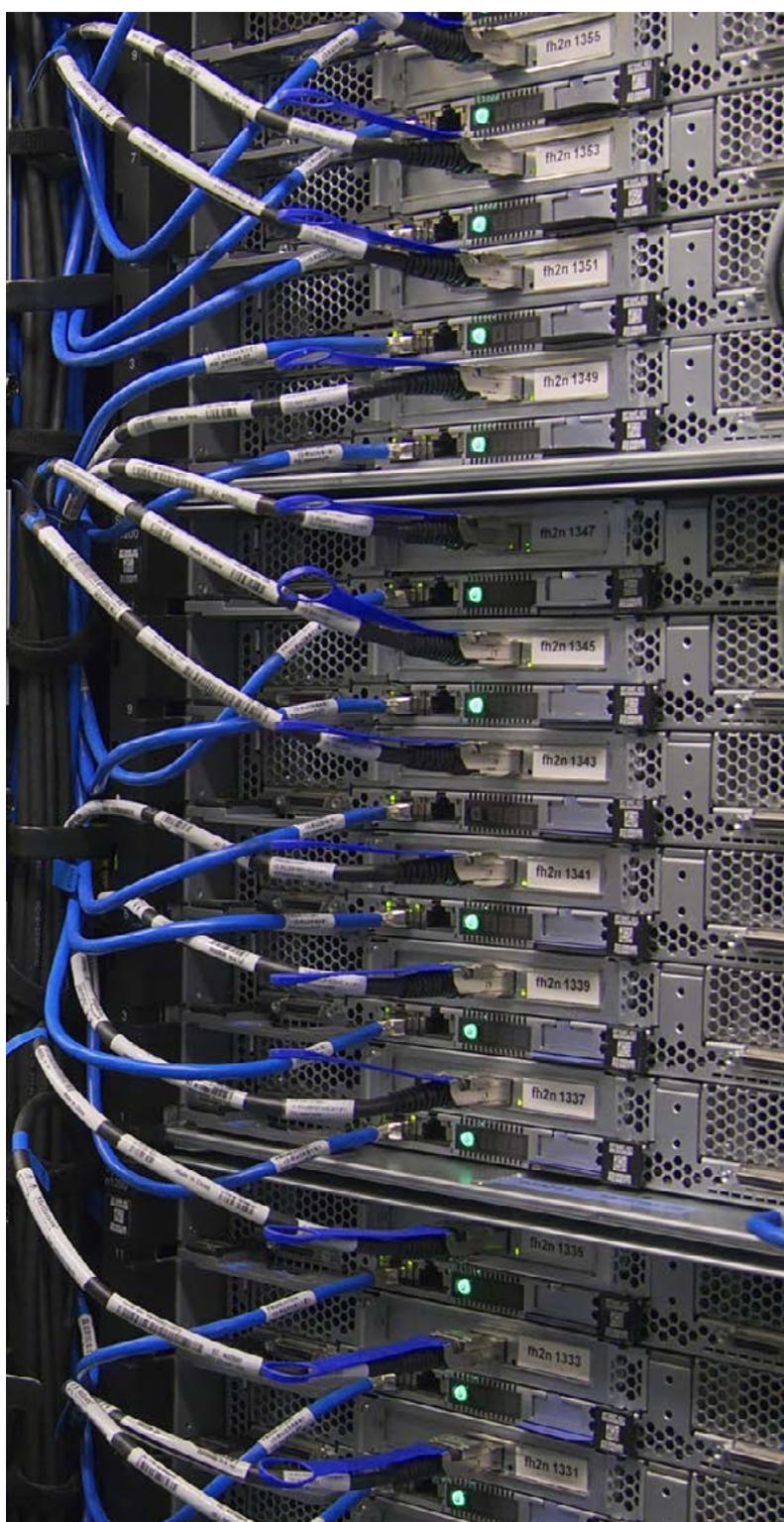
ACESSE. ATIVE. PARTICIPE.



você pode compartilhar

W O R K

A R T



W O R K ENTRÉE WISATA



Marcos Amaro

Emprendedor, artista,
coleccionador, mecenas,
influencer



Empreender, O ESTADO DA ARTE

ea Você começou a trabalhar muito jovem, não? Com quantos anos?

Em que?

Marcos Meu primeiro emprego foi na aviação, na TAM, empresa de meu pai, aos 12 anos, 13 anos, comecei como office boy, para aprender. Mas trabalho mesmo, foi depois que meu pai faleceu, por volta dos 17 anos, tive oportunidade de passar por diversos setores da TAM como trainee. Isso foi muito importante porque me deu condições de me tornar um melhor sócio, um melhor conselheiro.

ea Que ensinamentos herdou de seu pai sobre a condição do trabalho?

Marcos O maior ensinamento, a humildade, em querer aprender, é sempre mais. E determinação de não só vislumbrar objetivos mas em alcançá-los.

ea Marcos empreendedor, o artista, o mecenas, o trabalhador. Como divide sua agenda diária entre essas facetas, que exigem tempo e foco?

Marcos Trabalho de forma muito intuitiva e bastante independente. Procuo não ter um escritório próprio, eu me divido entre a FAMA, em Itu, entre as atividades da galeria, tanto em São Paulo como em Zurique. Como também, minha própria produção como artista. Dependendo da fase, estou diariamente no ateliê, pensar e desenvolver meu trabalho de maneira ampla, como também me dedico as instituições no qual sou conselheiro, como o MAM, Museu de Arte Moderna e agora, vou começar a me dedicar mais ao MASP.

Além disso, sou sócio de uma empresa de investimento, onde também procuro estar próximos acompanhando, principalmente no setor imobiliário.

ea Você é um estudioso, um radar, comprometido com o estado da arte do Brasil, em seus contrastes. O estudo, a aprendizagem contínua são diferenciais de competências no trabalho?

Marcos Sempre gostei muito de estudar, estudei filosofia, conheci muitos filósofos que me ajudaram a entender o mundo, procuro ler biografias e estudo a história da arte. Hoje me dedico mais a criação e a liberdade. De toda forma, o estudo sempre está próximo de mim, talvez senão com a disciplina que eu tinha ontem, mas de uma forma ainda curiosa, que é importante para minha existência.

ea O estudo formal, cursar uma faculdade, ainda é o caminho pra elevar carreiras profissionais?

Marcos Acho o estudo formal muito importante, apesar de não ter concluído a faculdade de Economia, não conclui por talvez não ter tido mais tempo, meu pai faleceu e me vi então, muito comprometido com o negócio. Fui estudar filosofia posteriormente, quando consegui melhor me estruturar. Acredito no ensino formal e acho que as pessoas têm que passar por ele sim, certamente, para ter uma formação sólida, rigorosa e consistente em mercados tão competitivos como atualmente.

ea A tecnologia muda modelos de negócios, e por si, o comportamento do trabalho que traz mudanças radicais para profissões. Como analisa essa complexidade atual?

Marcos Acredito que é preciso não apenas estar próximo da tecnologia mas se permitir mudar por ela, e se aproveitar mais da tecnologia que a tecnologia se aproveitar de nós. É um momento de muita mudança, principalmente do ponto de vista geracional, o que é hoje para nossos filhos é diferente do que é para nós, é preciso manter a cabeça aberta para se atualizar de acordo com essas mudanças. Mas não ficar refém da tecnologia para poder usufruir melhor da qualidade de vida e do bem-estar.

ea Como aproximar a arte do trabalhador, no sentido de ampliar sua criatividade, a criticidade, a visão profissional desta pessoa?

Marcos A maneira mais simples de aproximar o trabalhador da arte é ter humildade no sentido de entender que nem sempre a gente sabe tudo, e, que às vezes, o ponto de vista de uma pessoa pode ser tão ou mais enriquecedor que o seu próprio. Dessa maneira, trocar e ter o espectador como interlocutor, se torna fundamento para o artista, e não objeto.

ea A arte por si é plural, pessoas por si, são únicas. Como o artista deve se aproximar, impactar o coletivo?

Marcos A gente tem que lembrar que a arte na verdade também é uma forma de expressão. A gente precisa primeiro se alimentar, nutrir, os ingredientes fundamentais para nossa existência, sobreviver. A arte, ela se torna importante quando a gente tem tempo, e pra se ter tempo, precisa se organizar pra ele. Então não é simples, é uma dificuldade, mas dentro do possível, as pessoas que fazem arte, é importante que tenham essa noção e contribuam de sua maneira, para poder aproximar as pessoas, de uma forma despreziosa e se possível, de uma forma inédita.

ea Muito jovem, impactou o mercado empreendedor, à frente da gestão das Óticas Carol. O que trouxe para a sua arte dessa condição de mercado? Sua arte está a serviço de que?

Marcos Foi uma experiência empresarial bastante pragmática, e claro, utilizamos nossa criatividade em todas as facetas e ali não podia ter sido diferente, também usei. De toda a forma a minha arte hoje é bem diferente do meu trabalho nas Óticas Carol, hoje eu tenho uma liberdade que o mercado de óculos não me possibilitava em função de ser uma utilidade. E arte não é uma utilidade, ela não tem a pretensão de ser uma utilidade, o objetivo dela é despertar subjetividade. Neste sentido, minha arte está a serviço da minha experiência

humana, da minha condição humana, no sentido das minhas vivências, memórias, afetos e relações que tenho com as pessoas de modo geral.

ea O que diria, como um mentor, um líder, pra um jovem profissional em início de carreira?

Marcos Muito garra, muita vontade, muita determinação, muita luta, pois nada é fácil, e ambição para se conquistar objetivos elevados e foco.



imagem: Divulgação

“É preciso não apenas estar próximo da tecnologia mas se permitir mudar por ela”

Expressão do Brasil, COLEÇÃO MARCOS AMARO

Cerca de mil obras tem a coleção de Marcos Amaro que não para de crescer. De Cândido Portinari, sua primeira aquisição, o investimento contempla artistas brasileiros de todas as expressões, ascensão e consagração. Entre eles, Nuno Ramos, Tunga, Adriana Varejão, Cildo Meireles, Laura Lima, Carmela Gross, José Resende, Jac Leirner, Nelson Leirner e Aleijadinho. Além de obras do próprio colecionador, integram o acervo, a coleção Guita e José Mindlin (450 matrizes de gravuras). Acervo disponível para visitação na Fábrica de Arte Marcos Amaro (FAMA), em Itu, cidade a 100 km de São Paulo. Em área de 25 mil metros quadrados, o local abrigou a antiga Fábrica São Pedro, importante polo têxtil da região no início do século XX.

FAMA

<https://famamuseu.org/>

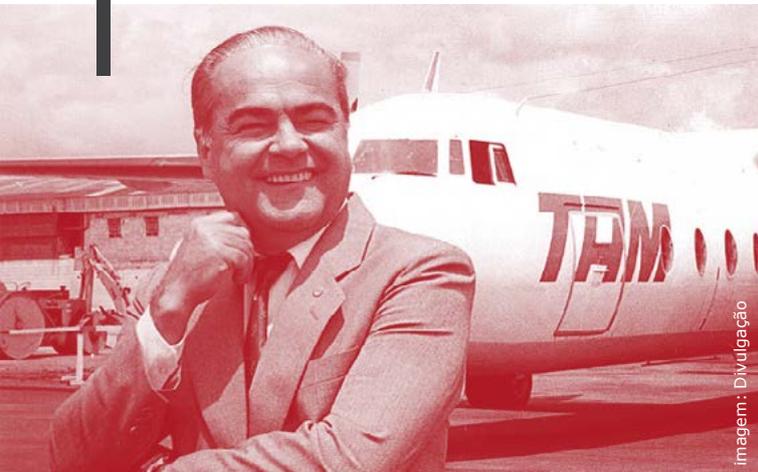
GALERIA

<https://galeriakoganamaro.com/en/>



Marcos Amaro
Avião de Guerra Alemão
carvão sobre papel

Entre bytes e GENTILEZAS



Comandante Rolim, nascido Rolim Adolfo Amaro (1942-2001), foi um dos empreendedores mais admirados do Brasil. Autêntico, ousado, destemido, de origem humilde e de uma simpatia admirável, fundou no Brasil a TAM linhas Aéreas, uma das companhias de aviação mais admiradas do Brasil, a TAM Linhas Aéreas, hoje LATAM. Nela, com visão peculiar sobre o lucro, implementou uma **política de atendimento ao cliente** repleta de gentilezas. A conquista individual do cliente se tornaria uma filosofia em sua vida e estratégia do negócio.

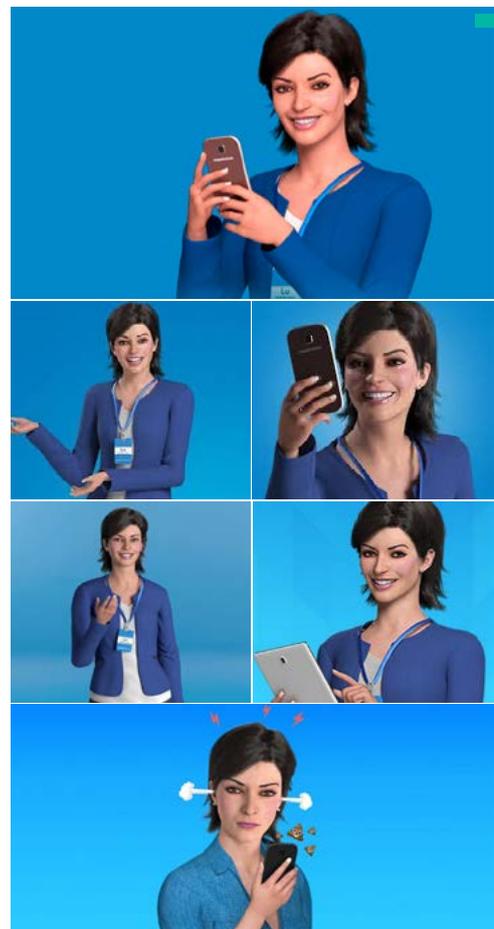
SAC

Essa postura de proximidade do comandante Rolim, de ir até o cliente e conversar, questionar se seu produto poderia ser melhorado, não apenas fidelizou sua clientela mas também gerou case sobre o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC).

Hoje, o SAC que tem relevância no pós-venda, no negócio, avança com implementações de inteligência artificial, uma tendência. Chatbots criam condição de melhoria contínua de performance na experiência com o atendimento ao cliente, da compra ao pós-venda. Mas é preciso que continue a se estender tapetes vermelhos por onde um cliente passar. Um ensinamento do Comandante, imprescindível até hoje.

O que é um chatbot?

São programas de computador criados para a operação e o gerenciamento da comunicação com os clientes. Chamados de "assistente virtual", esses softwares são programados simulando uma conversa humana em canais de atendimento com o consumidor. Cada vez mais, os chatbots personificam a marca para qual operam, como a **Bia** do **Bradesco** e a **Magalu** do **Magazine Luiza**.



Magalu em seu dia a dia de trabalho

Os 7 mandamentos*

DO COMANDANTE ROLIM

- 1** É preciso, de forma permanente e incansável, buscar o lucro, é algo a ser perseguido com todas as forças. Produto do trabalho, o lucro é legítimo. Permite distribuir resultados e praticar a cidadania, forma de retribuir o prestígio recebido da sociedade.
- 2** Em busca do ótimo não se faz o bom. Nenhum manual ensina a lidar com o público. Ensina dizer bom dia, boa tarde, mas não ensina o algo mais. As pessoas não se dão conta do alcance e do sentido de tratar o cliente bem.
- 3** A empresa lucrativa presta serviços com mais segurança. As pessoas escolhem a companhia aérea mais lucrativa com base no seguinte pressuposto: essa empresa não precisa economizar na manutenção do avião, revela pesquisa nos EUA.
- 4** Estabelecer vínculos indestrutíveis com o cliente. A certeza de um tratamento especial, base de uma relação emocional. Transformar um problema negativo em alguma coisa positiva (convidar o cliente para tomar um café).
- 5** Todos têm de agir como o chefe, o diretor ou o presidente. Nós temos de estimular a capacidade de iniciativa ao funcionário e dar prêmio quando ele age dessa maneira. Na TAM, uma telefonista fretou um jatinho para entregar a encomenda de um cliente. Ela justificou: "Se o senhor estivesse aqui, o que o senhor faria ? Claro que mandaria o jatinho."
- 6** Tudo pode ser feito ainda melhor. É preciso ter humildade para aprender com clientes. Quanto mais atendemos às pessoas, mais recebemos ajuda através de sugestões.
- 7** É preciso concentrar-se no nosso negócio. Zele pelo seu negócio, até porque pode aparecer um concorrente com preço melhor. Pessoas e empresas vivem de exemplo, e um exemplo vale mais que 1 milhão palavras. Quando abaixo para pegar um papel no tapete, quando levo a mala do cliente, o que vocês acham que acontece na minha equipe?

Discurso proferido pelo comandante Rolim em palestra realizada em dezembro de 1995, em São Paulo.

M O D E L O S D E G E S T Ã O

FELICIDADE
no trabalho

Gestão com FELICIDADE

Gestão: entender a individualidade e tirar o melhor de cada um.

Recentemente, uma amiga foi desligada por estar se mostrando desmotivada com o trabalho, que ela sempre gostou. Em nenhum momento, sua gestora se sentou para conversar ou tentar entender o que ela precisava para voltar a ser feliz ali dentro, e isso me lembrou uma experiência totalmente diferente que eu tive nesse sentido, e que fez com que eu permanecesse por um bom tempo na empresa na qual estava.

Por algumas vezes, me senti **desmotivado e desestimulado**, não porque não gostava do que fazia (pelo contrário), mas pela correria das tarefas cotidianas do trabalho que, muitas vezes, me impedia de pensar mais estrategicamente e de criar. Com equipes cada vez mais enxutas, acredito que isso seja ainda mais frequente. Por sorte, contei com uma gestora que não me via apenas como um trabalhador que estava ali para cumprir um escopo rígido, mas como um ser humano cujo trabalho é uma das pontas da minha vida, e não o que me define.

Com isso, ela me procurava para conversar sempre que identificava que a “bola estavacaindo” ou eu a procurava quando sentia que podia fazer mais, e tínhamos um bate-papo que definimos como “**conversas sobre a felicidade**”. Não parece óbvio? Precisamos estar felizes em nosso local de trabalho, afinal, é nele que passamos a maior parte do tempo.



Hugo BESSA | Escritor, comunicador, atua apaixonadamente no mercado de gestão de pessoas

“ Tínhamos um bate-papo que definimos como **conversas sobre a felicidade.** ”

Siga Hugo nas redes



Estímulos que eu precisava

Com essa abertura que estabelecemos, todos saímos ganhando. Sempre que possível, ela me deixava criar um projeto que me estimulasse, e também me passava coisas que sabiam que me deixariam satisfeito com o meu trabalho e, dessa forma, o **rendimento melhorou** nas demais atividades, mesmo aquelas cotidianas, que podem acabar se tornando automáticas.

Ter a possibilidade de mostrar minhas fraquezas e receber o suporte de alguém que entendia quais eram os estímulos que eu precisava, proporcionou o **maior aprendizado** que eu tive sobre gestão. Não é sobre mandar fazer e querer ter um robô sempre pronto para cumprir essas tarefas, é sobre entender que cada indivíduo é único, por mais que as tarefas sejam parecidas. Dessa forma, é possível tirar o melhor de cada um, inclusive um sorriso no rosto.

TAGS

#gestao
#modelosdegestao
#motivacao
#produtividade
#lideranca

FELICIDADE no trabalho

Faça com paixão.

Sua jornada profissional no futuro do trabalho chegou. Qual sua bússola nesta transformação digital assoladora? Aprenda, ensine, pratique: Descubra a sua **paixão profissional** que nem será preciso procurar felicidade no trabalho.

Motivar, colaborar, produzir com qualidade, combina com coeficientes da **felicidade corporativa**. Fazer bem feito traz junto aprendizagem, maturidade. Uma felicidade!

Indicadores de felicidade no trabalho

Reconhecimento profissional

1º

3º

1º

Aprendizado e desenvolvimento de carreira

2º

1º

6º

Equilíbrio entre vida pessoal e trabalho

3º

2º

3º

Bom relacionamento com superiores

4º

9º

4º

Bom relacionamento com colegas

5º

10º

12º

Valores da empresa

6º

6º

10º

Estabilidade financeira da empresa

7º

4º

5º

Oportunidade para liderar e assumir responsabilidade

8º

5º

11º

Reputação do empregador

9º

13º

14º

Atividade profissional interessante

10º

12º

9º

Fonte

Relatório "Understanding Brazil's Workforce in a Troubled Time", bcg.com

FELICIDADE

pede atitudes

Jornadas não são fáceis

Diga **Não:**)

✓ Trabalho por dinheiro

✓ Trabalho por emprego

✓ Trabalho por carreira

✓ Trabalho sem colaboração

✓ Trabalho sem desafios

✓ Trabalho sem experiências

✓ Trabalho sem perspectivas

✓ Trabalho sem bem-estar

E M P L O Y E R B R A N D I N G

INTEGRAR

Integrar NA REAL É ACOLHER BEM!

Opa,
tudo bem?

Pergunta: O que você entrega de conteúdo para seu novo colaborador entre a aprovação, envio da documentação, assinaturas iniciais e o efetivo começo do trabalho?

São alguns dias (às vezes semanas ou um mês) em que esse profissional fica no "limbo". Ainda não tem acesso à Intranet, não tem acesso à TV Corporativa, não tem acesso ao mural, ainda não recebe e-mails ...



**Bruno
FISBHEN**

Empreendedor digital,
co-fundador e diretor da
ColaboraApp.

“ Mas você RH já pode, na verdade você deve(!) liberar vários materiais para ajudar no Onboarding. ”

Siga Bruno
nas redes



Integrou? Distribua loguinho...



Vídeo sobre a cultura e valores da empresa

- História da empresa
- Responsabilidade da área em relação às metas e objetivos da empresa
- Vídeo de boas-vindas da diretoria
- Vídeo de boas-vindas do chefe
- Vídeo de boas-vindas da equipe
- Perguntas e respostas mais iniciais e básicas

Mesmo que você tenha um **programa de integração** presencial, o profissional já vai se empolgando, se engajando, se inserindo, se sentindo mais próximo das pessoas e da empresa ... e **você RH** ganha tempo, poupa dinheiro da empresa e acelera a curva de aprendizado do profissional.

TAGS

#integracao
#aplicativopararh
#comunicacaointerna
#onboarding
#employerbranding

INTEGRAR na real é acolher bem!

Tempo, tempo, tempo

Um dia? Uma semana? Uma quinzena?
Um mês? Integrar tem prazo de validade?
Você RH não tem somente a chave do acesso, tem também a do tempo.
Integre com infinita jornada de aprendizagem, de maneira maker, colaborativa, no compasso da carreira de cada uma das suas pessoas da marca.

Modelos de integração são onerosos.

Sem agilidade, sem eficiência de adesão. São poucos os modelos que fundamentam no colaborador a reputação, a boa memória sobre a marca e a missão/valores/visão da empresa. Até ontem, dizia-se que o **problema era de comunicação**, hoje interpreta-se que os modelos ativos, em sua maioria, matrizes analógicas do RH, são ineficientes na autoridade de ambientar o colaborador nesta primeira jornada do **seja bem-vindo**.

INTEGRAR

na real é acolher bem!

Empresa

32% somente das organizações possuem programas formais de integração

Líder

91% dos gestores acham que sua empresa não se sai bem nisso

Colaborador

31% deixam o emprego dentro de 6 meses da contratação

75% ficaram satisfeitos com a integração são leais à empresa

Você integra, eles integram?

Diga **SIM** RH :)

- ✓ Pra aprender a empresa juntos
- ✓ Pra “vender a empresa única”
- ✓ Pra atividades colaborativas
- ✓ Pra experiências sensoriais
- ✓ Pra estimular habilidades soft skill
- ✓ Pra ser prático (prático!) e motivador
- ✓ Pra promover networking bacana
- ✓ Pra ser perfeito, traz junto lideranças
- ✓ Pra gerar ciclo fértil de permanência na casa
- ✓ Pra gerar “cultura circulante”
- ✓ Pra ser memorável pra nova “pessoa da marca”

ÉTICA

CONDUITA

O controle do, INCONTROLÁVEL

Muito se discute hoje questões que há poucos anos não entrariam em pauta.

Racismo, homofobia, empoderamento feminino, e uma lista enorme de outros assuntos que me perderia enunciando-os.

Para poder entrar nesse assunto, preciso antes desmembrar alguns pontos que tem seu conceito muito distorcido pelo senso comum. O primeiro é a ética. Ética não é moral. Ética, não é o “bom comportamento” no ambiente de trabalho. **Ética vai muito além disso.** Colocando ética num posicionamento mais simples e conciso, ela seria um código de conduta baseado em uma moral de um grupo de pessoas. Com isso em mente, podemos afirmar que a ética norteia o comportamento que determinado grupo de pessoas deveria ter.

Indo mais além e levando esse conceito para a sociedade, poderíamos inferir que: a ética molda o comportamento que um indivíduo deve ter dentro da sociedade.

Outro conceito preciso abordar antes de entrar no tema principal, é o conceito de pós-modernidade, ou, para alguns filósofos mais conservadores, modernidade tardia. Não vivemos mais uma era moderna, e sim uma pós-moderna. A efemeridade permeia toda sociedade. O que é moda hoje, amanhã é não é mais. O que é notícia pela manhã, à tarde já está desatualizado. O conceito é tão forte que se perde dentro de sua própria descrição, pois sempre temos algo novo à acrescentar ao conteúdo pós moderno. Vou me ater apenas na questão da efemeridade e da velocidade em que as coisas correm no mundo pós-moderno.



**Nuno
TEIXEIRA
PEREIRA**

Comunicólogo, designer multimídia, publicitário, pós-graduando em branding digital. Empreendeu por 18 anos como produtor de eventos.

“A ética pós-moderna não se pauta somente no dever, mas também no querer, no poder, e principalmente no prazer. Ela muda conforme o indivíduo e não somente conforme um grupo.”

Siga Nuno
nas redes



Tendo isso em mente, chegamos à questão principal do texto. Ética na pós-modernidade. Ora se ética é baseada numa moral de determinado grupo, se ela gira em torno dessa moral pré-determinada e aprovada por um determinado grupo social, o que acontece se inserimos esse grupo em uma era onde a efemeridade reina?

A moral irá mudar a todo instante, logo a ética também. Daí o título do texto, o controle do incontrolável. Não se controla a ética de uma sociedade pós moderna, o que podemos fazer é nos adaptar a todo instante.

A ética se tornou a grande questão filosófica desse século justamente por conta dessa efemeridade e velocidade que tudo vem acontecendo no mundo.

A internet e as redes sociais deram voz àqueles que antes não tinham. Um passo em falso e uma empresa verá sua reputação inteira ir pelo ralo por destratar um consumidor, que agora consegue gravar, ter provas e usá-las.

Ética pós-moderna

Não entrarei no mérito jurídico da questão. Mas, usando um termo mais popular, até provar que “focinho de porco não é tomada” o estrago está feito e uma empresa pode perder milhões, que nenhum processo jurídico poderia restaurar. Na publicidade e na comunicação, pessoas especializadas em ética social estão sendo contratadas exclusivamente para que as empresas não cometam certos deslizes e caiam nas garras da sua própria ignorância.

A ética pós-moderna não se pauta somente no dever, mas também no querer, no poder, e principalmente no prazer. Ela muda conforme o indivíduo e não somente conforme um grupo. Esse indivíduo é volátil, dependente do seu estado emocional, logo a ética não é mais pautada somente pela razão. Vários códigos de conduta permeiam a sociedade, várias “éticas” flutuam e cada um toma a que acha mais interessante para si.

Caberá à nós como profissionais, principalmente do marketing e da comunicação, identificar padrões, achar os pontos de convergências dessas inúmeras “éticas flutuantes” e tentar traçar um rumo não só para as organizações, mas para a sociedade como um todo. E sugerir adaptações empresariais da melhor forma, de acordo com o que a sociedade ou determinado grupo de pessoas anseia.

TAGS

#etica
#conduta
#eticanosnegocios
#compliance
#codigodeetica
#individuo

GOVERNANÇA

Boas práticas.

Ética empresarial é ecossistema vivo. Deve ser premissa nas diretrizes do negócio, articulada de maneira consciente e consistente com seus públicos-chave: rede de colaboradores, cadeia produtiva e mercado consumidor.

ÉTICA NAS EMPRESAS

72% receberam treinamentos sobre compliance e anticorrupção

31% Tiveram um grau de conformidade alto em treinamentos

80% ética e conduta aos profissionais é o principal treinamento

39% Realizaram treinamentos para terceiros nos últimos 12 meses

55% Programas de Ética e Compliance são revisados anualmente por executivos seniores

Fonte: kpmg.com.br, pesquisa maturidade do compliance, edição 3, 2017/2018

Acesse pesquisa completa: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/br/pdf/2018/06/br-pesquisa-maturidade-do-compliance-3ed-2018.pdf>

**CON
DUTA**

L I D E R A N Ç A

SOLUÇÃO

Novas empresas, NOVOS LÍDERES OU SHALLOW NOW

Muito se tem falado em novos tempos e sobre a necessidade de revitalizar modelos de lideranças, de perfis de líderes.

Mas a adaptação às mudanças não é tão simples, até porque sair da zona de conforto requer determinação, clareza de objetivos e, principalmente, necessidades pontuais a serem resolvidas. Tenho capacitado nos últimos anos lideranças de vários segmentos e observo que nem sempre estes **líderes tem a oportunidade** de efetivamente mudar processos de gestão nas empresas pelas quais passam e exercem a liderança. Há todo um discurso em torno disso, porém a realidade não é bem assim.

Mudar processos, mudar culturas é uma tomada de decisão incisiva hoje para adequar e manter competitiva uma empresa.

Essa mudança é profunda e não pode ficar no discurso. Precisa ser efetivamente abraçada pelas organizações, que ousou dizer que, em sua grande maioria, não recebe com bons olhos movimentos que saiam da sua rotina, do status quo, pois seus valores já estão enraizados.

É verdadeiro que muitos líderes preferem manter velhas soluções para todo e qualquer problema, pois assim não precisa preocupar-se com imprevistos e desafios acarretados por mudanças para continuar evoluindo e com presença forte no mercado. Dentro deste cenário, faz-se necessário uma honesta avaliação das crenças e valores que permeiam o ambiente corporativo e a sociedade. Se comportamentos mudam, **práticas de trabalho e culturas** se transformam também.



**Creusa
QUIRINO**

Administradora de empresas, pós-graduada em Relações Humanas no Trabalho. Coordenadora de Dinâmica dos Grupos (SBDG), Professional Coach pela Sociedade Latino Americana de Coach (International Association of Coaching).

“Observo que nem sempre líderes tem a oportunidade de efetivamente mudar processos de gestão nas empresas pelas quais passam e exercem a liderança.”

Siga Creusa
nas redes



SOLU ÇÃO

O mundo contemporâneo em mudança constante, muitas delas radicais na forma de execução dos negócios e, há ao mesmo tempo, a entrada de um comportamento novo e ágil, a partir das novas gerações profissionais. Dominam bem as ferramentas, o mundo tecnológico, um contexto importante para ser avaliado na gestão de pessoas, pois eles estão criando, trazendo um novo olhar para o perfil de liderança.

Novo líder

Este novo líder necessariamente precisa estar atento a novos pressupostos e afastar-se de repertórios antigos como:

- ✓ “Em time que tá ganhando não se mexe”
- ✓ “Vamos assegurar o resultado que nos foi solicitado”
- ✓ “Na dúvida, deixe como está”
- ✓ “Se exigir muito, vai espanar”
- ✓ “Quem não pode, não se estabelece”

e por aí vai. Estes termos usados por anos tendem a trazer estagnação à empresa e as suas equipes, expondo fatores que vão **impactar na competitividade** e até na qualidade final do produto. Essa nova visão líder busca estabelecer metas não apenas em vendas, mas principalmente para o aprendizado em tornar-se adaptável as situações que invariavelmente vão surgindo.

Já as organizações devem buscar fortemente **innovar em seus processos**, estimular e inspirar seus colaboradores a promover a nova visão da empresa, da oportunidade de carreira, da clareza na comunicação e da transparência de seus propósitos. Caso não se atente a isto, penso que é shallow now.

TAGS



#lideranca
#times
#desempenho
#cultura
#solucoes
#novosmodelos

SOLU

ÇÕES

Novos modelos.

Tomadas de decisão pra romper com velhos paradigmas de liderança é desafio up to date nas empresas. Pilares **Lideranças + Talentos** são focos para novos modelos-piloto que estão no ápice da urgência no negócio.

Modelo de Liderança

- ✓ **Distribuída**
- ✓ **Inclusiva**
- ✓ **Colaborativa**
- ✓ **Circulante**

A maioria das empresas já concordou: tem que ser a toque de caixa a troca de modelos hierárquicos, pouco participativos por modelos mais dinâmicos.

A VOZ É DAS PESSOAS DA MARCA

Querem novo modelo de liderança

79% jovens

83% média gestão

81% alta liderança

Tempo para mudar o modelo

37% Jovens >+
de 2 anos

35% Média Gerência >+
de 5 anos

39% Alta Liderança >+
de 5 anos

A empresa tem líderes suficientes?

71% não tem, em
quantidade
ou qualidade

27% tem mas deseja
reinventar
o modelo atual

70% tem mas necessita
fazer ajustes no
modelo

Quem confia na empresa?

66% jovens

65% média gestão

71% alta liderança

Fonte: www.grupociadetalentos.com.br

Acesso: https://www.carreiradossonhos.com.br/wp-content/uploads/2018/07/cs2018_apresentacao_hotsite.pdf

SOLU ÇÃO

O que quer um bom líder?

1. Missão clara
2. Novos conhecimentos
3. Liberdade de ação
4. Investimento humano
5. Investimento tecnológico
6. Testar inovação e tendências
7. Sinergia com CEO
8. Sinergia com líderes patners
9. Parceria com times liderados
10. Cultura com princípios

CULTURA CIRCULANTE



LIDERANÇA

Conceito tendência para
culturas organizacionais
copyright© oakian

O que a empresa quer do líder?

1. Inteligência emocional
2. Articulação
3. Autoridade
4. Propósitos
5. Humildade
6. Boas práticas
7. Dom de "fazer junto"
8. Que ouça os chamados
9. Que inspire
10. Que acolha

P R O D U T I V I D A D E

TRABALHO

O homem E O TRABALHO

Em uma realidade globalizada, de volumosas opiniões pessoais, conexões e autonomia, qual é a parte que as empresas ocupam na vida das pessoas?

Sabemos que o mundo corporativo mudou, mas, antes de tudo, sempre vale lembrar a pena de onde ele veio.

No período de Revolução Industrial, no século passado, o Governo e os industriais se juntaram para criar a convenção trabalhista, basicamente as regras do novo jogo que iriam **moldar a sociedade moderna** e, quem diria, nos moldaria até hoje. Decidiu-se que as máquinas seriam operadas pelos homens (operários) e as mulheres, por sua vez, também contribuíam com o trabalho.

O **processo de produção** foi assim, dividido em etapas (a chamada linha de produção), na qual cada pessoa era responsável por uma função específica do todo. Sem o conhecimento sobre o contexto no qual estavam inseridos, os **operários não precisavam pensar**, mas sim executar tarefas sem praticamente nenhum valor intelectual, o que naturalmente contribuía para assegurar o status quo. Uma etapa atrás da outra, um grande volume de produtos sendo confeccionados ao mesmo tempo por uma massa de gente.

A linha de produção passou muitas décadas desvalorizando o trabalho humano, que servia a ela em tempo e esforço físico, passíveis de serem substituídos conforme o desgaste da nossa própria máquina, o corpo. A linha de produção nasceu para nos moldar enquanto sociedade e indivíduo.



**Marina
KHOURI
ZANUSSO**

Marketing & Comunicação Designer, pós-graduanda pelo Instituto Europeo di Design (IED), apaixonada por inovação em pesquisa aplicada.

“Que diferença faz se chegarmos às 9h ou às 11h no trabalho? E trabalhar 4 ou 10 horas por dia? Ainda assim, somos cobrados por isso. Replicamos a fábrica nos escritórios”.

Siga Marina
nas redes



Nossas 24 horas

As escolas recebiam as crianças às 7h para os pais começarem a trabalhar às 9h, a saída coletiva para o almoço, horários sincronizados, afinal, se uma pessoa atrasar ou parar, a linha de produção é comprometida, todos estão comprometidos. Já as nossas 24 horas do dia foram divididas em 3 - sendo 8 horas de trabalho, 8 horas de lazer e 8 horas de sono - uma solução do senhor Henry Ford para as calorosas greves trabalhistas que começavam a contestar o modelo. As crianças aprendem em séries - 1ª série, 2ª série e assim por diante de seus anos escolares - são treinadas a assumir a linha de produção, a não cometer riscos; **são treinadas a decorar, não a compreender** - operários executam, não questionam. Como uma obra orquestrada, a vida em massa se recicla sem criações, simplesmente uma cópia estrutural em diferentes contextos.

Por que ainda repetimos os horários, os processos, os hábitos em uma realidade diversa? Que diferença faz se chegarmos às 9h ou às 11h no trabalho? E trabalhar 4 ou 10 horas por dia? Ainda assim, somos cobrados por isso. Replicamos a fábrica nos escritórios.

Voltando a questão central, acredito que a empresa, como estrutura, não tem mais espaço na vida de uma pessoa dos novos ventos. Estes sopram avanços da tecnologia e uma nova estação de confluência de inteligências, na qual o homem deve encontrar seu lugar com a máquina.

Ser humano é a lei do homem para este século

As empresas são canais, projetos, visões compatíveis com o momento de quem as integram, escolhas conscientes que podem ser ditas paixão. E assim segue a rota de cada indivíduo, cruzando a de outro, seguindo e retornando, delimitando e compartilhando: tudo se acaba para que tudo permaneça. A naturalidade do entrópico. O homem, agora, depois de um século, se refaz criativo, pensador, múltiplo. Deixamos um contexto complicado e adentramos em um complexo.

TRABA LHO

TAGS

#trabalho
#processosdegestao
#produtividade
#inovacao
#revolucaoindustrial
#revolucaodigital

TRABALHO

Produzir melhor.

Boas entregas pedem ambientes mais inteligentes, culturas abertas à colaboração e com apelos intangíveis na conduta para ampliar produtividade. A satisfação de pertencer, de fazer bem feito, de expor, colaborar e compartilhar resultados impulsionam colaboradores protagonistas. Pessoas da marca.

O que se quer pra se produzir melhor?

42%

incentivos financeiros, aumentos salariais, bônus e benefícios

36%

das empresas já adotam modelo home office

56%

prezam mais por valores intangíveis, como o sentimento de pertencimento

64%

da geração Y trabalharia de casa, se tivesse a opção

Campeões da perda de tempo

21%

do dia em reuniões

16%

checagem de e-mails

11%

tarefas tipo criar nova senha email

Satisfação impulsiona produtividade

55%

mais efetivos

85%

mais eficientes

42%

melhor ao consumidor

TRABA LHO

D I V E R S I D A D E &
I N C L U S Ã O

ATIVISMO

Você quer uma fatia de R\$ 419 milhões INJETADA NO SEU NEGÓCIO?

Uma das frases que eu mais escuto as pessoas falando quando se trata de diversidade é:

“Diversidade é o certo a ser feito.”

E eu sempre questiono:

“Tá, mas tem um monte de outras coisas que é o certo a ser feito e nem por isso uma empresa realiza.”

Eu acredito que a sensibilização sobre o tema tem hora e momento certo a ser feita. Porém, você, como empresário, não pode “passar do ponto”, ou seja, não pode ficar falando e falando sem conectar o tema com o negócio, com a empresa em si.

Pesquisa de 2015 da Out Leadership, associação internacional que promove iniciativas para a comunidade LGBTQ+, apresentou estimativa de que o poder de compra desta comunidade, só no Brasil, é de R\$ 419 milhões, ou seja, 10% do PIB.

E qual empresa que não deseja que um pouco desse capital seja injetado no seu negócio?

Estamos falando muito mais do que você pensa sobre a questão, se é ou não a favor de que homossexuais possam se casar, se isso é certo ou não, e se a comunidade LGBTQ+ pode ou não adotar um filho.

Estamos falando de público consumidor, de dinheiro, de procura e demanda, de desenvolvimento de produto.

Estamos falando que você não precisa abdicar do seu atual público-alvo consumidor, mas sim saber como atrair, reter e entender as demandas da comunidade LGBTQ+ para comprar o seu produto.



Maira REIS

Jornalista LGBTQ+ e palestrante. Fundadora de Camaleao.co, startup que conecta as oportunidades abertas de emprego com a comunidade LGBTQ+.

“Então, antes de fazer uma brincadeira, pense realmente se você está brincando com alguém ou se está constrangendo uma pessoa LGBTQ+ que trabalha com você”.

Siga Maira nas redes



Profissionais LGBTQ+

Ah, mas você não quer vender para LGBTQ+? Tudo bem, azar seu.

Só que saiba que é praticamente impossível escapar da conexão com essa comunidade, pois, se brincar, há LGBTQ+ dentro da sua empresa. E aí, como eles estão se desenvolvendo como profissionais? São respeitados pelo que são, mesmo tendo as suas expressões de gênero muito afeminadas ou muito masculinizadas?

O que quero te chamar a atenção é que o seu **colaborador LGBTQ+** pode ser o mais engajado e dedicado do mundo, mas se ele não for respeitado pelo que é, além dele, em breve, mudar de emprego, você também está praticando um crime. Sim, isso mesmo que você leu, um crime. A LGBTQfobia foi aprovada no Brasil, ou seja, se o seu ambiente interno não for inclusivo, respeitoso e que aceita todas as pessoas pelo que elas são, agora, é só atravessar a rua e fazer um boletim de ocorrência.

Ou seja, você não tem mais escolha. Ou você começa a desenvolver na empresa processos internos para que as **"brincadeiras"** LGBTQfóbicas acabem, ou como empregador terá que gastar uma bela grana com advogados.

E é bom deixar uma coisa bem clara aqui: se a "brincadeira" constrange alguém **NÃO** é brincadeira, mas sim, desrespeito.

Mas se você, dono de uma empresa, ou mesmo colegas de trabalho, acham que um profissional LGBTQ+ está se divertindo também, não é bem assim. Pessoas acabam aceitando "brincadeiras", principalmente vindo de líderes porque elas não têm escolha. Elas precisam daquele trabalho (até arrumarem outro). Então, antes de fazer uma brincadeira, pense realmente se está brincando com alguém ou se está constrangendo uma pessoa LGBTQ+ que trabalha ao seu lado.

Por fim, eu imploro: não tire **"ninguém do armário"**. Isso não é direito seu e se uma pessoa LGBTQ+ (mesmo que você saiba que ela é LGBTQ+) quiser passar a vida inteira dela escondendo quem ela é, é problema dela. Isso traz uma reflexão:

_ Será mesmo que o seu ambiente interno de trabalho está tão receptivo para que uma pessoa LGBTQ+ se sentir confortável para falar da intimidade dela?

Pense sobre isso, pense junto com o seu departamento de gestão de pessoas.

TAGS

#diversidade
#inclusao
#preconceito
#equidade
#direitoshumanos
#lgbt+

ATIVISMO

MO

**Minorias.
Direitos humanos.**

A legislação dos direitos humanos reconhece a liberdade universal de que cada ser humano possa desfrutar de seus direitos sem distinção de raça, cor, sexo, língua, religião, gênero, opinião política ou de outro tipo, origem social ou nacional ou condição de nascimento ou riqueza. (ONU, DUDH, 10/12/1948)

Comunidade LGBT no mercado de trabalho

Metade dos profissionais LGBT assumiu orientação sexual no trabalho. O levantamento, realizada pelo LinkedIn foi feito com mais de mil profissionais LGBT e heterossexuais de diversos setores e regiões do país e faz parte da campanha #ProudAtWork, que visa o debate sobre o tema. O estudo aponta também que piadas e comentários homofóbicos são as formas de discriminação mais recorrentes, ainda.

LGBT e o armário

25% dos entrevistados LGBT já contaram a colegas sobre sua orientação sexual

25% ainda não falaram a ninguém

58% sabem no trabalho de algum colega LGBT

Fatores de não revelar

51% não veem necessidade

37% não gostam de falar sobre a vida pessoal

32% ninguém sabe sobre a orientação sexual dentro e fora do trabalho

22% medo de represália por parte dos colegas

Discriminação no trabalho

35% dos entrevistados LGBTs sofreram algum tipo de discriminação velada ou direta

12% e afirmaram ter sofrido essa discriminação por líderes, incluindo gestores

13% dos colegas presenciaram algum tipo de discriminação com profissionais LGBTs

LGBTs e colegas

No geral, quase **90%** dos sentimentos citados foram positivos. Do lado dos heterossexuais, **44%** dos entrevistados escolheram "respeito" para descrever como se sentiam em relação a colegas LGBTs. A "igualdade" apareceu em segundo lugar (**19%**), seguida por "empatia (**8%**). Veja os demais sentimentos:

7% sentir companheirismo

6% sentir insegurança

5% sentir curiosidade

4% sentir desconfiança, desrespeito

3% sentir empatia, orgulho

2% solidariedade, carinho

LGBT na liderança

13% afirmaram ocupar ou terem ocupado cargo de diretoria ou C-level

15% ocupavam ou ocupam cargos de coordenação ou gestão

54% em cargos de entrada, analistas, assistentes ou estagiários

LGBTs e acolhimento

82% dos LGBTs disseram que falta muito para que empresas os acolham melhor

32% dos LGBTs disseram se sentir acolhidos na empresa

30% dos LGBTs concordam que a vida profissional melhorou nos últimos anos

38% dos heterossexuais afirmaram que acolhem LGBTs como colegas na empresa

ATIVISMO

Do gênero diversidade.

Trabalhar com olhos livres. Integrar ambientes de trabalho que se reinventam, que aprendem a selar colaboração, que testam a qualidade da gestão, de planos de ação, com visão de inserção para o “indivíduo diferente”.

Trilha a se percorrer, pra incluir, pra ficar top!

Apenas **2%** dos colaboradores de empresas players no Brasil são **portadores de deficiência** (o mínimo exigido por lei)

Mulheres representam dos estagiários, **58,9%** apenas **13,6%** ocupam vagas executivas

Mulheres representam menos de um terço da liderança, **29%** a maioria em posições mais júnior

Mulheres recebem **70% da massa salarial** paga aos homens

Não existe executivos de **origem indígena** nas empresas pesquisada

94,2% dos **cargos executivos** são brancos, apenas **4,7%** de negros nesta posição

Fonte: Ethos com 500 empresas brasileiras

Pense no jeitão de uma equipe global.

Cultura que produz integrando etnias > profissionais com bagagens de culturas de mundo afora. Eles trazem um jeito de trabalhar diferente, mesclando na gestão local. Pense na aprendizagem disso. Alquimia > potencial marca, negócio. Isso é diversidade

Empresas com **diversidade étnica e racial** possuem **35%** mais chances de ter rendimentos acima da média do seu setor

Empresas com **diversidade de gênero**, possuem **15%** a mais de chances de ter rendimentos acima da média

Nos Estados Unidos, para cada **10%** de aumento na **diversidade racial ou étnica** na equipe de executivos, os lucros aumentam **0,8%**

Empresas onde o **ambiente de diversidade** é reconhecido, os colaboradores estão **17%** mais engajados e dispostos a ir além das suas responsabilidades

Existência de **conflitos** chega a **50%** ser menor que em outras organizações

Onde há **diversidade significativa**, é **1,4** maior a chance de crescimento sustentado e lucrativo

F U T U R O D O R H

PROTAGONISMO

RH em APRENDIZAGEM

Meu fascínio por ficção científica vem da infância, o que explica meus estudos sobre inteligência artificial em duas frentes de pesquisas: smart cities e cultura organizacional.

Em tempos sem fronteiras a toda sorte de futuristas, o meu guru é o **Watson**, o super computador cognitivo da IBM. Ele tem me levado a reinterpretar nossas soluções para clientes.

Como especialista em tendências para culturas organizacionais, elas estão em metamorfose, caminham para serem mais inteligentes, com menos operação burocrática, mais produtividade, mais **bem-estar e hora-homem livre**, terão estruturas de gestão simplificadas e com escalabilidade. E mais méritos. E plena reinvenção do que seja "talento", do que seja "líder".

Nossa clientela são as "pessoas das marcas", em dois polos de trabalho. **Gestores de médio escalão**, em sua maioria mulheres, em ascensão de carreira, atuando em postos-chave do desenvolvimento humano, áreas de RH, T&D, DO e CI, em empresas players. A missão desses times é selecionar, contratar, integrar, treinar, comunicar, motivar e engajar as "pessoas das marcas". São centenas, milhares de colaboradores que representam meu segundo polo de ação, o desenho da estratégia para programas e campanhas com DNA da marca, da cultura da empresa.

A missão desses times é selecionar, contratar, integrar, treinar, comunicar, motivar e engajar as **pessoas da marca**. São centenas, milhares de colaboradores que representam meu segundo polo de ação, o desenho da estratégia para programas e campanhas com DNA da marca, da cultura da empresa.



**Stefars
STEFANELLI**

Empreendedora, pesquisadora smart cities, especialista em culturas organizacionais, fundou a Oakian em 2001.

“De certo, robôs não irão tirar baias de trabalho de ninguém, porque robôs não precisam de baias. É simbólico ilustrar aqui a inutilidade atual dessas clássicas baias”.

Siga Stefars nas redes



Boa parte das empresas estão focadas na revisão de seus modelos de gestão, processos e pessoas. Há campos em ebulição em prol de uma **nova ordem para competitividade**: profissões que viram pó e profissões que surgem surdamente com valor instantâneo de contratação, sem precedentes. Manter o negócio up to date é o jogo para escalar mercados. O RH está neste epicentro. Um novo RH. Pra elevar a gestão de pessoas como locomotiva de protagonismo do negócio. Gerar impacto de tendências com apelo social, dão o tom deste cenário.

Inteligência artificial

Ponto focal, de atração, de aprendizagem neste novo ecossistema, ainda um tanto no draft, no esboço, na maioria das empresas: a inteligência artificial. O RH reaprendendo a desenhar sua matriz de perfis, de comportamentos e habilidades hoje empregáveis. Há novas, interessantes e valiosas camadas de anseios profissionais para se interpretar, mensurar, selecionar, contratar, posicionar. Habilidades soft skill se impondo como novo modelo de talento e com isso, um realinhamento do que seja liderar um talento com essas novas habilidades, emocionalmente mais sofisticadas. Elas chegaram. As **HR Tech** já estão no corporativo, com valor a elevar(reinventar) culturas e seus processos, a patamar de capacidade de gestão sistêmica e viva, on demand, remota, em nuvem. Algoritmos trazem respostas mensuráveis para o RH com réguas mais absolutas, tudo agora de fato, poderá ser mensurado.

E vamos combinar, algoritmos invadiram nosso mundo a ponto de nossa identidade humana ser percebida em duas personas, a real e a virtual. No Brasil já são mais de **100 start ups** focadas em produtos, soluções, serviços para RH. Geram escalas de análises de criticidade no negócio, implementação de projetos mais estáveis, integram plataformas e equipes, ampliam escopos de P&D, remodelam a escala dos produtos e vendas. Um mercado infinito de oportunidades de empregabilidade. Não faltam empregos, sobram empregos. Há um infindável número de novas profissões. Sua empresa já emprega cientistas de dados?
O "não uso" de AI no RH

Alguns pontos do "não uso" de AI, investimento ainda inexistente em grande fatia do mercado. É tendência promovendo culturas circulantes e criando nichos de mercado, então, por que não aplicar? Receios naturais de interagir com o novo, de não (re)aprender. Receio de investimento inócuo, aquisições erradas, sem fluxos de integração, por exemplo.

Receio de rupturas na cultura. Sim, MVV serão reformulados continuamente (missão, valores, visão), nem dará tempo de afixar o quadro nas salas de reunião, e mudou! Receio de perda de competências e das próprias relevâncias como profissional de RH. Mas matrizes reconhecidas de gestão estão obsoletas, ou ficando muito rapidamente.

Analisei pesquisa recente (fonte: vagas.com) que traz cenário relevante sobre uso de AI e a necessidade de mudança de visão dos profissionais de RH para este contexto. Os dados apontam que três em cada quatro profissionais de desenvolvimento humano não estão totalmente preparados. Sendo que 76% afirmaram que estão parcialmente preparados e apenas 16% estão preparados. Somente 8% estão totalmente preparados para lidar com o uso de soluções das HR Techs.

Robôs que apertam porcas e parafusos?

Esse robô ficou na ficção. Meu desafio profissional, empresarial e consultivo ganhou nova escala de aprendizagem. Repensar culturas organizacionais como modelos vivos. Daí o contexto de "cultura circulante". Tudo é urgente.

Tudo tem força midiática. Já há camadas de inteligência artificial em quase tudo. As relações humanas em redes criam comunidades de relações profissionais. Neste cenário, necessidade primária interpretar esse novo humano com AI, comprar e aplicar soluções HR Techs, ferramentas que não serão perenes. Pense na intranet. Pense nas universidades corporativas. Quanto tempo elas ainda vão durar?

O modelo de contratação é ponto zero nessa ordem de aquisição e retenção de mão-de-obra de valor, mais sofisticada, menos técnica e que deseja muito mais protagonismo profissional. No contexto da força de AI, a força analítica

humana, lado a lado. Essa junção de inteligências vai estabelecer missões claras para cada profissional, para cada líder, será possível mapear ciclo a ciclo, as escalas de maior retenção produtiva em cada perfil contratado. Novos potenciais de mapeamento. Selecionar diferente. Sem réguas de perfis "unânicos". Trazer para a empresa profissionais que tenham um conjunto de habilidades exponenciais diferentes (soft skill). Acompanhar, perfilar, metrificar, motivar esses perfis que tem atitudes para promover seu próprio trabalho, e por si, protagonizar a empresa em que trabalha. Rever dependências de modelos de liderança, aglutinar times com visão de coletivo produtor. São esses perfis, potenciais influenciadores, potenciais partnerships que vão empoderar a marca, o negócio.

Lealdade

Ainda que ressoe nas empresas o discurso de vestir a camisa, a lealdade é outra. Lealdade hoje é a tomada de ação do indivíduo consigo mesmo e com seus propósitos de escala profissional. Se interagir, se amar, se encontrar sua turma, entregará produção com vigor à empresa que escolher ficar. Quem precisará de liderança, pense, com um contexto de mapeamento desses? Em termos de produtividade, não haverá robô a "roubar emprego" de profissionais nesta escala de valor. Aliás, a produtividade do negócio (com suas apocalípticas metas setoriais). Percebo nesses novos mindset muito mais essa entrega & escalas de produtividade & sob a batuta do RH do que sob a responsabilidade de áreas gestoras, como é hoje a visão de cumprimento de meta. Gerenciamento de lideranças aquém, ambientes que minimamente conseguem furar o bloqueio de seus próprios muros corporativos dentro da empresa.

Tarefa do RH protagonista

Identificar habilidades. Adquirir e integrar & pessoas e dados. Gerenciar produtividade a partir de pessoas e dados. Uma mudança radical de papel para o RH. Do desenho de programas comportamentais para o desenho da estratégia de produtividade humana. Tente hoje pedir em caráter de urgência para uma reunião estratégica o levantamento de mapeamento de metas e resultados integrados

do último mês de todas as áreas, este documento não vai chegar às suas mãos, e muito mesmo a seu mobile. De certo, robôs não irão tirar baias de trabalho de ninguém, porque robôs não precisam de baias. É simbólico ilustrar aqui a inutilidade atual dessas clássicas baias. Baias representam culturas organizacionais estáticas. Este novo tempo do trabalho com seus universos conectados e colaborativos, pede também o "extermínio" das cadeiras de profissionais do RH. Mas não basta circular. Manter-se febril, questionando, aprendendo tal como o último aprendiz contratado.

Mobilidade em aprendizagem são requisitos a esse novo RH. Repensar modelos de contratações, a formação da elite da empresa & talentos & líderes. Nunca se investiu tanto em educação corporativa e, ao mesmo tempo, perdas de escalabilidade de conhecimento sem transferência desses conteúdos ricos entre pares, entre times, pra citar um exemplo. AI resolve isso.

Pessoas da marca

São as cerejas do bolo organizacional. São diversas, expressivas, atuantes e mais propensas a fazer girar uma cultura circulante, se adequadamente inspiradas. AI já está eliminando até o crachá, ícone corporativo. AI já chegou no acesso, na marcação de ponto, na seleção. Eliminar ritos de contratação e de monitoramento humano com processos fordiano. AI resolve isso. Comecei esse texto falando sobre meu fascínio pelo Watson. Mas meu fascínio por pessoas das marcas e seus comportamentos no trabalho não é menor. **A dobradinha deste século. Pessoas e Watson, focados em atuar em culturas circulantes.** Com produtividade. Sem competição. **Com mais exatidão.**

TAGS

#rh

#hrtech

#processosdegestao

#pessoasdasmarcas

#culturacirculante

#futurodotrabalho

PROTEÇÃO GONISMO

As HR Techs no Brasil

Nascem como start up, tem missão de desenvolver soluções tecnológicas para o RH. No Brasil, já são mais de **100 empresas** com este perfil. Produzem softwares que inovam processos de gestão, que aumentam eficiências, reduzem custos e ampliam produtividade. Inteligência artificial, base do modelo, se dissemina na gestão financeira, compras e suprimentos, controle de vendas e estoque, marketing, além do RH.

Startups HR Tech Brasil

- 42% incentivos financeiros, aumentos salariais, bônus e benefícios
- 56% prezam mais por valores intangíveis, como o sentimento de pertencimento
- 36% das empresas já adotam modelo home office
- 64% da geração Y trabalharia de casa, se tivesse a opção

Eles querem HR Techs

- 92% dos gestores querem efetuar diversas mudanças no landscape tecnológico
- 50% dos gestores aumentariam o budget para a implementação de tecnologias
- 93% dos gestores afirmam que práticas inovadoras são fundamentais para o setor mas dizem ter dificuldade para implementá-las
- 60% dos processos de RH poderiam ser otimizados com tecnologias com redução de custos entre 50% e 70%, o que permitiria gestores se dedicarem à estratégica

Startups HR tech Brasil macro segmentos

- 70,9% recrutamento e seleção
- 15,2% gestão e operação
- 11,4% cultura e produtividade
- 2,5% employer branding

Vilões da inovação

*Em tempos de ficção científica, inovação aberta ainda patina nas empresas. Entre três fatores de relevância nos ambientes de trabalho, **cultura organizacional** apresenta o maior percentual de entrave.*

- 56% cultura organizacional
- 28% burocracia
- 25% ausência de sinergia na equipe

A U D I O V I S U A L

TREINAMENTO

O vídeo e suas EVOLUÇÕES

Com a disponibilidade do uso de vídeos nas principais redes sociais, a troca de experiências e dinâmica entre os usuários mudou bastante.

A avalanche de informações que recebemos das nossas conexões fizeram com que, pouco a pouco, a preferência por vídeos virasse uma realidade. Um exemplo: ***O que é mais gostoso e prático, realizar uma receita deliciosa acompanhando o passo a passo de um vídeo, ou através de um livro de receita relativamente frio e distante?***

Um vídeo de receita culinária além de trazer a experiência ao espectador, desperta o apetite e vontade de colocá-la em prática. Porém, a todo momento sempre há alguém postando alguma coisa. **Como fazer para continuar sendo relevante com esse público cada vez mais exigente?** Com isso o próprio vídeo para as mídias sociais vive em constante mutação.

Antigamente não havia uma regra sobre como a informação deveria ser passada e quanto tempo o vídeo deveria durar. Vídeos pessoais ainda não tem essa regra, dependendo do momento e apelo do conteúdo. Porém, vídeos com a intenção de captar novos clientes ou fideliza-los, quanto mais rápido e assertivo o vídeo, maior a chance de retenção do cliente. Se conseguir transmitir o conteúdo em 6 segundos, excelente.

Pensando que boa parte das pessoas que participam das **redes sociais**, também são colaboradores de empresas, fica a pergunta: Como as empresas estão adaptando sua **comunicação interna** para que essa troca não seja tão maçante?



Diego CAMPOS

Empreendedor. Sócio-fundador e diretor comercial da Garaa Filmes.

“Vídeos com a intenção de captar novos clientes ou fidelizá-los, quanto mais rápido e assertivo, maior a chance de retenção. Se conseguir transmitir o conteúdo em seis segundos, excelentes”.

Siga Diego no linkedi



Vídeo treino

TREINA MENTO

Aí é que o vídeo tem um papel importante, pegando o exemplo de treinamentos corporativos, é possível traduzir o conteúdo a ser transmitido da forma mais **breve e sucinta**, com um vídeo bem estruturado. Um vídeo treino é uma forma econômica de oferecer um treinamento padronizado, que pode ser duradouro com consultas posteriores. Os vídeos atualmente fazem parte do dia-a-dia e necessidade das empresas.

Há uns anos, fazer um vídeo exigia mais tempo e custo. A informação e comunicação eram um pouco mais lentas, impactando no processo de a criação, execução e entrega. Hoje tudo isso é feito de maneira mais rápida, precisa, com valores mais palpáveis.

Boas ideias

Claro que o céu é o limite e tudo depende do budget e da necessidade. Em contrapartida, o público recebe mais informações e isso o torna mais exigente, trazendo a necessidade de boas ideias, qualidade, poder de criação e dinâmica das produtoras, além da estratégia de divulgação que depende muito do formato de vídeo escolhido, plataformas e marketing.

Sou de uma época que para ver meu desenho predileto, tinha que esperar uma manhã inteira. Hoje, observamos as crianças assistirem vários vídeos ao mesmo tempo. **Então o que esperar do futuro?** Uma coisa é fato, as mudanças sempre virão. E temos que estar preparados para isso.

TAGS

#video
#motivacional
#treinamento
#videoaula
#aprendizagem
#audiovisual

TREINA MENTO

Forma, formato e conteúdo.

O vídeo é o meio utilizado quando a empresa tem uma mensagem importante a transmitir. Tem que ser bacana, precisa contar uma história, ter um contexto de apelo pra aprendizagem em si. Que situe o colaborador como a melhor energia da empresa, potencial em atributos. Porque sabemos, vídeos corporativos, nem sempre tem roteiro de sedução. É **pertencimento** e não conteúdo didático. Repensar.

Alma da empresa no vídeo

Roteiro

Vale até ser mais desestruturado pra reter a mensagem principal

Tempo

Tem que ser rápido, assertivo, jogar a favor da gestão do tempo

Mensagem

Sensibilize com força na palavra oral e escrita

Distribuição

Biblioteca virtual, catalogue para acesso de consultas

Audiência

Escolha plataformas que mensurem audiência

Responsivos

Precisa rodar no celular, senão adeus aprendizagem

Investimento

Na ponta do lápis do RH, vídeo aula é solução barata

Principais motivações que levam os brasileiros a consumir conteúdo em vídeo

22,3%

CONEXÃO: a pessoa busca sentir algo em conjunto

29,8%

CONHECIMENTO: a pessoa busca se informar

38,7%

INTRETENIMENTO: a pessoa busca se divertir

22,3%

IDENTIDADE: a pessoa busca se encontrar

Quais motivações se manifestam

30% relaxar

17% atualizar

9% interagir

8% aprofundar

5% ver ao vivo

4% elevar astral
emociar-se
identificar-se
inspirar-se

3% refletir

2% criar autonomia
descobrir-se
pertencer

Fonte: Vídeo Viewers, Provokers 2018, base 8.008 vídeos

Futuro do trabalho

REDES SOCIAIS

O desafio de viver e criar em e para MUNDO MULTITELAS

A segunda tela é coisa do passado, estamos nos adaptando ou desadaptando. Foco, o que é isso? As telas, a ansiedade.

Uma criança de dois anos sentada na mesa de um restaurante chora, chora muito, mesmo após ser alimentada. Os pais discutem e logo chegam a um consenso, eles precisam comer, então tiram o tablet da bolsa.

Não precisam desbloquear, não precisam tocar na tela, a criança sabe a senha e sabe o que quer e imediatamente, ao avistar o aparelho, para de chorar. Um casal janta em silêncio, saboreando o Instagram, enquanto na TV um programa ganha a atenção vez ou outra, dependendo da fala do apresentador e do entrevistado. Depois eles assistirão um filme, qual filme? Ele procura na Netflix, no smartphone, ela no Telecine Play, no smartphone dela, para depois espelhar na TV. Eles navegam e não sabem o que escolher. Desculpa, tive que parar de escrever para responder uma mensagem no Whatsapp, no meu smartphone, ainda que ele, o Whatsapp, esteja aberto também no meu desktop. Desktop, Smartphone, Tablet, Laptop.

Voltemos ao casal, não é o casal que almoçava com a criança de dois anos que agora não está chorando, mas o casal do filme. Eles escolheram. O filme. Estão assistindo, mas é preciso dar uma paradinha. No filme. Chegou uma mensagem de áudio importante sobre o trabalho amanhã, mas poderia ser uma mensagem no grupo dos amigos. Continua, continua o filme. O diretor gosta de cenas longuíssimas e silenciosas, entedia? Não sei se o nome é tédio, mas pouca informação está chegando ao cérebro. O feed do Instagram serve enquanto não chega uma cena em que algo de útil realmente acontece, o que acontece? O que aconteceu? Não sei. A esteira vai mais rápido, mais rápido, mais rápido, é preciso correr e se movimentar se quiser compensar as horas sentado no escritório. Em frente à tela, olhando vez ou outra para a tela menor. Com a velocidade ajustada a esteira corre enquanto um grupo de surfistas cruza a África em busca das ondas perfeitas.



Filipe SOUZA LEÃO | Empreendedor. Escritor, diretor, produtor na ContentLab Produções e fundador da agência de Roteiros.

“Um casal janta em silêncio, saboreando o Instagram, enquanto na TV um programa ganha a atenção vez ou outra, dependendo da fala do apresentador e do entrevistado. Depois eles assistirão um filme, qual filme?”

Siga Filipe nas redes



Aula do curso de PNL

REDES SOCIAIS

Ao lado dos surfistas uma partida de Rugby, ao lado da partida de Rugby, a Regina Duarte. Nada interessante, nada importante. Talvez importante seja a aula do curso de PNL no celular, meia hora, o tempo exato, uma aula atrasada, sempre atrasada. Tic tac. Coelhoos, cogumelos, a criança assiste no tablet lá no restaurante durante o almoço, agora tranquilo, dos pais. Mais uma parada para ver meu e-mail. **Confirmaram uma reunião** na segunda-feira, mais uma reunião.

Aproveito para olhar o Instagram, os stories, o feed, ainda tem uma matéria aberta que minha sócia enviou para que lesse. Mais tarde. Agora o Instagram para que eu possa parar um pouco de escrever e decidir o rumo que este texto deve tomar. Ah, lembrei, o filme terminou, o casal foi pro quarto, fizeram sexo, e agora olham o celular pela última vez antes de apagarem a luminária em cima do criado mudo. Talvez por causa dessa noite se tornem pais, como os que agora tentam acalmar a criança porque precisaram **tirar o tablet das mãos dela** enquanto vão até o carro.

Bom, eu preciso terminar este texto, quantas telas abertas neste momento enviando e recebendo coisas, eu não sei. Sei que preciso fazer um roteiro e depois produzir um vídeo que prenda a atenção das pessoas. Infelizmente, não é uma criança de dois anos durante um almoço no restaurante que assistirá o vídeo em que estou trabalhando, é um conteúdo para uma empresa, para adultos, talvez o meu público seja o casal que agora dorme ao lado dos seus smartphones recarregando. Esse vídeo precisa funcionar bem nesses **smartphones que recarregam as baterias** durante a noite, precisa ser interessante o suficiente para que a pessoa não saia rolando o feed do Instagram, precisa ser relevante. O que é realmente relevante? Eu ainda vou descobrir. Daqui apouco volto pra contar.

TAGS

#video
#redesociais
#audiovisual
#futurodotrabalho
#stories
#tecnologia

CONTINUA...

REDES SOCIAIS

Redes sociais, seus números.

Um mundo com 7,6 bilhões de pessoas.

Um mundo com **4 bilhões (53%) de pessoas** com acesso à Internet. Um mundo com **3,1 bilhões (42%)** de usuários ativos em redes sociais. Um mundo com **2,9 bilhões (39%)** conectando suas redes sociais por meio de dispositivos móveis, em primeiro, os celulares (smartphones).

Como trafega **comunicação da sua empresa** hoje? O que recebe seu consumidor? O que recebe seu colaborador?

Números Brasil, redes

66%

dos brasileiros têm acesso à internet

9h14m

O Brasil ocupa o terceiro lugar do mundo no uso de internet diário

4h21m

Acesso por dispositivos móveis, o Brasil ocupa a segunda colocação

127 milhões

O Facebook tem 127 milhões de usuários no Brasil

Brasil

representa 5% do Instagram com 50 milhões de contas ativas, a rede alcançou 1 bilhão de usuários

98%

O Facebook é a plataforma mais usada por empresas brasileira, seguida pelo Instagram (27%)

44,4%

das empresas do país postam em redes sociais com uma frequência média que varia de 1 a 3 vezes na semana

85,3%

das empresas estão nas redes para aumentar visibilidade online; 64,8% buscam interagir com o seu público

80%

Imagens e gifs são líderes do conteúdo postado pelas empresas, em 80% das menções

Negócios firmados em redes

Instagram 70%;
27% Facebook;
3% Youtube

Macro Brasil, acessos

130 milhões

acessam a internet

75%

usam o celular para se conectar na rede

Facebook

tem mais de **100 milhões** de páginas

100 milhões

de pessoas ativas em 2019

100 milhões

usam Facebook e Instagram para anunciar

100 milhões

de usuários/dia no WhatsApp

Redes sociais mais usadas no planeta

- 1 facebook
- 2 Youtube
- 3 Whatsapp
- 4 Facebook Messenger
- 5 WeChat
- 6 Intagram

Ações que levam às compras

- 48% Ser receptivo
- 46% Oferecer promoções
- 42% Prover conteúdo educacional
- 38% Compartilhar imagens artes interessantes
- 36% Ser engraçado

Conteúdos mais acessados

- 30% Links para mais informações
- 18% gráficos ou imagens
- 17% Produção de vídeos
- 11% Textos
- 7% Fotos editadas

**REDES
SOCIAIS**

UNIVERSIDADE

APRENDIZAGEM

A visão do mercado de trabalho no olhar de um ESTAGIÁRIO

Tenho muita a agradecer, aos 19 anos, a oportunidade de estagiar na Oakian, em especial, as pessoas que me ajudaram a ampliar a minha visão de trabalho dentro de uma empresa.

Cada uma delas me ensina com suas experiências profissionais. Elas me motivam a aprender, me ajudam em momentos em que me encontro em **situações inesperadas** e não sei bem o que fazer.

Sem contar todo conteúdo que absorvo a cada dia, e que amplia e muito minha visão como pessoa. Antes de entrar na Oakian eu atuava em uma empresa de segmento e de ambiente de trabalho totalmente diferente, lá eu realizava atividades de **ajudante geral**. Fazia consertos de cadeiras e entregas por São Paulo e regiões próximas e, posso dizer com sinceridade, que também foi uma oportunidade muito boa de aprendizagem. Essa experiência como ajudante geral me proporcionou uma **visão incrível de pessoas** dos vários lugares de São Paulo, pois foram inúmeras situações pelas quais passei, algumas boas e outras nem tanto, situações que cheguei a me questionar o que eu queria e quem eu queria me tornar como profissional.

Valores e experiências

Bom, hoje tenho a oportunidade de trabalhar com uma pessoa que vem me passando muitas coisas, que vem me ajudando de uma forma que eu não consigo imaginar como agradecer, mas tenho pra mim que só posso e vou passar adiante tudo o que aprendo com ela. Valores e experiências que tenho diariamente e vão servir para que eu possa ser para alguém, o exemplo do que tenho hoje pra mim.

Uma sensação que meu estágio hoje pode me dar e que não sentia dentro do antigo ambiente



**Fabricio
ROMUALDO
ALVES**

Cursa o técnico em administração de empresa na UNINOVE, estagiou na Oakian e deseja uma oportunidade de trabalho bem bacana.

“Quando terminei de fazer a avaliação das cadeiras, ao final da conversa, recebi a proposta de estágio, e quando digo “inusitado” quero dizer que foi inesperado ter uma conversa com eles, avaliar as cadeiras e, ao final, receber uma oportunidade de estágio”.

Siga Fabrício nas redes



de trabalho foi a de buscar algo melhor para mim, um **futuro profissional**. Lá no meu antigo trabalho eu acabei me acomodando, sem buscar nenhuma qualificação ou melhoria pessoal.

Isso fez com que eu me sentisse desmotivado a cada dia, pois via que ia me manter naquela atividade monótona por muito tempo e não iria alcançar meus objetivos e metas de futuro.

Manutenção das cadeiras

Então, de uma maneira muito inusitada, digamos assim, eu acabei chegando na Oakian, em um dia em que eu vim realizar uma avaliação de manutenção das cadeiras da empresa. Depois de um tempo fazendo check list para orçar a manutenção das cadeiras eu comecei a prestar atenção na reunião que estava tendo e, por curiosidade, tive a atitude de perguntar algumas coisas sobre a Oakian e o que se fazia aqui, pois **achei um ambiente diferente**, legal. Todos me trataram muito bem, fazendo eu me sentir realmente confortável e respondendo as minhas perguntas.

Quando terminei de fazer a avaliação das cadeiras, ao final da conversa, recebi a proposta de estágio, e quando digo "inusitado" quero dizer que foi inesperado ter uma conversa com eles, avaliar as cadeiras e, ao final, receber uma oportunidade de estágio.

Esse foi um dia que consegui me marcar de uma forma que não vou me esquecer, até porque, foi a partir desse dia e de quando realmente entrei na Oakian, três meses depois, que pude ter uma visão muito ampla de aprendizado e rotinas de trabalho nada rotineiras, totalmente diferentes. **Aprendo sobre vendas, criação, brainstorm de campanhas para colaboradores, logística, gestão de pessoas e comunicação.**

Tanta informação nova, que demorou um tempo para eu perceber as oportunidades de aprendizado que estava tendo. No início, nas primeiras semanas, fiquei sem saber por onde começar, pois aprendo e observo um pouco de cada área todos os dias, **sem a visão de que sou apenas um simples estagiário**. Voltei a estudar, curso uma faculdade, curso técnico, em administração, e foi essa a condição para ganhar o estágio na empresa, voltar a estudar.

Hoje, depois de seis meses aqui e de ter trabalhado na antiga empresa, seis meses observo a velocidade do meu crescimento profissional.

Mas e principalmente, os valores aprendidos junto com situações também inesquecíveis. Aprendi, que aprender é se colocar à prova sempre, para dominar situações que não dominamos, mas que não se tem como fugir delas e senão aprender com elas e entender o quanto realmente significam para meu crescimento e maturidade.

Digo pra mim que todo este conteúdo de aprendizagem seja como **estagiário ou ajudante geral**, é mesmo muito gratificante. Mas o que é de maior importância e que me deixa satisfeito é a oportunidade de trabalhar ao lado de pessoas que chegaram em mim e deixaram bem claro que eu poderia ser e chegar em qualquer lugar, tanto profissional como nos meus objetivos pessoais. E são essas pessoas que fazem uma grande diferença para um estagiário.

Fabrício estagiou na Oakian entre nov2018 a ago 2019. Pra conseguir o estágio, se movimentou, se matriculou em um curso universitário, e incrivelmente, mesmo muito jovem tem em si, uma visão bem esperta sobre gestão de pessoas. Aprendemos muito com suas inúmeras indagações, ao mesmo tempo, bem racionais e filosóficas. Está pronto a alçar voos em qualquer empresa que tenha como conduta o apreço a "pessoas da marca", Jeff Xavier

TAGS

#estagio
#aprendizagem
#evolucao
#oportunidade
#fazerbemfeito
#administracao

APRENDIZAGENS

Brasil de oportunidade.

Esquecer o primeiro amor? Esquecer o primeiro professor? Esquecer o primeiro estágio? Aprendizagens são emoções. São memórias de afetos que nos guiam em conduta para os ciclos de maturidade pessoal e profissional.

Estágio no Brasil

18
milhões

de potenciais estagiários, considerando universitários no superior, médio e técnico, porém apenas **5,5%** conseguem estagiar

1
milhão

de estágios, sendo **740 mil** no ensino superior e **260 mil** no ensino médio e técnico

Faltam candidatos para preencher vagas em:

Engenharia, Estatística, Matemática, Biblioteconomia, Química e Secretariado Executiva

Ciência e Tecnologia, estreou em 2013 e permanece em alta.

O maior número de vagas são para os cursos:

16,8% Administração

7,3% Direito

6,2% Comunicação Social

5,2% Informática

5,1% Engenharias

4,2% Pedagogia

No superior tecnólogo, inserido no estudo em 2009, destaca-se Sistemas de Informação que nunca saiu do Top 10.

APREN DIZAGEM

EMPREENDEORISMO

CONSULTORIA

No topo da árvore dê um PASSO PARA FRENTE

Quando fui convidada para essa iniciativa de participar de uma comunidade dedicada ao futuro do trabalho, logo pensei em escrever sobre um dos melhores conselhos profissionais que recebi da minha vida, de um amigo consultor.

Ele me disse: "Aceite, vai lá e faça, não importa quantas horas você precisa para entregar o trabalho, que um garoto consegue fazer mais rápido do que você, mostre para o cliente sua capacidade analítica e a entrega, os bastidores ele não precisa saber."

Foi em uma conversa informal, um cafezinho entre conhecidos para atualizar as agendas, no momento que estava saindo do mundo corporativo e voltando a ser consultora, onde eu comecei minha carreira.

Um momento de grande reflexão pessoal, como me reinserir no mercado? Acho que essa é a grande questão que permeia todos que estão avaliando a decisão de mudança de carreira. E há sete anos, minha escolha foi atender o mercado neste modelo, independente e construindo minha carteira de clientes.

Sempre que penso nesse conselho avalio o quanto ele mudou meu modo de agir, de atuar no relacionamento com o cliente e fazer gestão de contratos.

- Atenda ao cliente e crie movimento.
- Não foque no valor das horas que você precisa para realizar o projeto, ao trabalhar você vai aprender a fazer melhor.
- Lute contra o perfeccionismo e o medo.
- Aprendizado é um processo, aceite seus erros.
- Aprenda com suas próprias experiências e esteja atento para o que ouve dos outros.



**Carina
MARTINS**

É economista e inicia sua jornada como consultora independente rumo ao empreendedorismo feminino.

Siga Carina nas redes



Claro que é necessário ter contatos, o “quem indica”, mas manter uma atitude proativa, positiva e sem transparecer dúvidas ajuda, e muito, a fechar um contrato.

Depois da entrega, um cliente satisfeito te contrata mais uma vez para fazer um novo projeto. Isso não tem contato que supere, a satisfação de ser reconectada, recomendada após um trabalho entregue.

Conte também com seus amigos, como rede de suporte para preencher habilidades e lacunas que você não consegue entregar sozinho. Assim você vai criando uma rede de apoio em quem você confia, através da colaboração e de uma visão plural. Não se isole.

Vai lá, respira fundo, encha o peito de coragem e aceite o Desafio. Assim tem sido os meus dias profissionais, já passei por outros conflitos ainda surgem dúvidas, mas tem sido libertador e recompensador estar satisfeita e posicionada depois de sete anos.

CONSULTORIA

Carina é economista, especialista em análise financeira de projetos, elaboração de Planos de Negócio desde a montagem da estratégia até a definição de processos internos. Atua também em avaliação regulatória, em projetos de microeconomia ligados a economia do direito em processos administrativos e judiciais, com destaque para: estudo de viabilidade econômica, reajuste tarifário, equilíbrio econômico financeiro de contratos.

TAGS

#empreender
#consultoria
#gestaodenegocios
#futurodotrabalho
#networking

“Um momento de grande reflexão pessoal, como me reinserir no mercado? Acho que essa é a grande questão que permeia todos que estão avaliando a decisão de mudança de carreira”, **Carina Martins**

W O R K FUTURE

“AS EMPRESAS QUE HOJE JÁ RECONHECEM ESTA NECESSIDADE DE CAPACITAÇÃO DA SUA MÃO-DE-OBRA SE DESTACAM NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL E NO SEU SEGMENTO SE TORNAM ATRATIVAS AOS OLHOS DE QUEM BUSCA UM EMPREGO, ALÉM DE SE TORNAREM MAIS COMPETITIVAS NO MERCADO.”



CRISTIANE MARTINS

Consultora organizacional, palestrante e membro da comunidade ea.

“A FOTOGRAFIA CORPORATIVA, QUE REPRESENTA MEMÓRIAS DE EVENTOS DA EMPRESA, SEMPRE TEM UMA AURA MAIS SÉRIA E SOFISTICADA E, POR ISSO, É NECESSÁRIO SEGUIR SEUS PROTOCOLOS E ALGUMAS TÉCNICAS ESPECÍFICAS. ENTRETANTO, É POSSÍVEL REALIZAR UM BOM TRABALHO COM UM OLHAR MAIS ARTÍSTICO E COM MELHORES ÂNGULOS.”



LUCIANA CASSIA

Fotógrafa profissional e membro da comunidade ea.

“As mudanças na forma de nos comunicarmos, trazida pela evolução digital, têm alguns pontos negativos. Mas há muitos fatores a serem comemorados, e que devem ser integrados à comunicação interna. Hoje, todo mundo comunica e influencia de alguma forma, quase ninguém consome informação passivamente. Ela é discutida, comentada, curtida, e então recontada. E quer fator melhor do que esse para a área de comunicação interna?”



HUGO BESSA

Escritor, gestor de comunicação e membro da comunidade ea

“VEJO COLEGAS TRANCANDO CURSOS NA GRADUAÇÃO, NÃO SABENDO CLARAMENTE O QUE CURSAR, QUE PROFISSÃO SEGUIR. MUITOS ESTÃO NA FACULDADE MAS SEM OBJETIVOS COM O CURSO. FIZ MATRÍCULA, GASTEI ABSURDOS EM MATERIAIS, MAS TRANQUEI A FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO NO PRIMEIRO SEMESTRE. SEI DESSA MINHA FACILIDADE EM VENDER, UM DOM QUE POSSUO E DECIDI AVANÇAR SEM A FACULDADE.”



MARCOS STEFANELLI

Empreendedor e membro da comunidade ea.

“*Personal Organizer é uma profissão relativamente nova no mercado. É profissional especializado em trazer mais praticidade para o dia a dia das pessoas e empresas ao organizar ambientes, espaços e rotinas, deixando-os mais funcionais de acordo com as necessidades de cada um. Além da funcionalidade, levamos para as pessoas economia, conforto e facilidades.*”



GRAÇA BAPTISTA

Personal organizer e membro da comunidade ea.



A MAIOR COMUNIDADE COLABORATIVA SOBRE FUTURO DO TRABALHO.

FUTURO DO TRABALHO

Vamos antecipar juntos?

LIDERANÇA

Liderar vem da batuta da missão mas tem que ter intuição pra provocar as entregas dos times, toda hora.

Diversidade & inclusão

Times coesos em propósitos, que movem empresas de valor, são ricos em diversidade.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Algoritmos são ferramentas que modelam critérios e escalas de eficiência e de produtividade.

UNIVERSIDADE

Teoria científica, pesquisas, tendências e tecnologias a serviço do mercado de trabalho.

MODELOS DE GESTÃO

A resposta de escalabilidade do negócio está na inteligência do modelo de negócio.

PRODUTIVIDADE

Gestão de pessoas inteligente mede produtividade humana e não metas.

PARTNERSHIP

Formar líderes para a concorrência ou potencializar sócios para o negócio?

SOFT SKILL

Habilidade exponencial é atravessar num único dia um deserto e chegar as estrelas com boas entregas.

EMPREENDEDORISMO

Empreender com visão de mercado global.

ÉTICA

Orientar condutas éticas nas pequenas e grandes missões do colaborador.

EMPLOYER BRANDING

O valor da marca é o colaborador. É tão grande isso!

FUTURO DO RH

Vamos construir juntos?

AUDIO VISUAL

O vídeo, suas imagens, seus sons, seus movimentos, suas sensibilidades na capacitação humana.

START UP

Aprender gestão de negócio com novos modelos, de um mercado novo.

ea | A MAIOR COMUNIDADE
COLABORATIVA SOBRE
FUTURO DO TRABALHO.

ACESSE. ATIVE. PARTICIPE.

emaprendizagem.oakian.com.br

comunidade  ea

CONHECIMENTO

inovação

tendências

IoT, AI, I&O

FUTURO RH

futuro • TRABALHO