



MARÇO-ABRIL 2019

#192

FENACON

SISTEMA SESCAP/SESCON

CONTABILIDADE
ASSESSORAMENTO
PERÍCIAS
INFORMAÇÕES
PESQUISAS

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**ajuda empresas
a serem mais
eficientes**



PONTO A PONTO **ANTONIO CHADDAD**

Inteligência artificial: a chave é o uso ético da tecnologia

GESTÃO DO TRABALHO

As relações de trabalho na indústria 4.0.

SOLUÇÕES INTELIGENTES QUE TRAZEM PRATICIDADE E SEGURANÇA PARA O SEU DIA A DIA!



INOVAÇÃO

soluções que oferecem
produtividade para
escritórios contábeis



GESTÃO

sistemas versáteis
para a gestão de
diversas empresas



PROTEÇÃO

backup e
armazenamento
de documentos e
dados de trabalho



COMUNICAÇÃO

CRM moderno
que fortalece
o atendimento
ao cliente

**SOLICITE UMA
DEMONSTRAÇÃO GRATUITA!**

Fique conectado conosco
Central Comercial 0800 123 1184
www.netspeed.com.br

Diretoria da Fenacon (Gestão 2018-2022)

Presidente

Sérgio Approbato Machado Júnior

Vice-Presidente Institucional

Daniel Mesquita Coêlho

Vice-Presidente Administrativo

Wilson Gimenez Junior

Vice-Presidente Financeiro

Paulo Bento

Vice-Presidente da Região Sudeste

Jacintho Soella Ferrighetto

Vice-Presidente da Região Sul

Mauro Cesar Kalinke

Vice-Presidente da Região Centro-Oeste

Francisco Pereira Gonçalves

Vice-Presidente da Região Nordeste

André Luis Lago Martinez

Vice-Presidente da Região Norte

Maria Cristina de Souza Gonzaga

Diretor Administrativo

Fernando Baldissera

Diretor Financeiro

Rinaldo Araújo Carneiro

Diretor de Eventos

Celestino Oscar Loro

Diretor de Tecnologia da Informação

Helio Cezar Donin Junior

Diretor de Políticas Estratégicas

Pedro Celso de Paiva

Diretor de Comunicação

Francisco Canindé Lopes

Diretor de Assuntos Jurídicos

Ricardo Roberto Monello

Diretor de Assuntos Leg.,

Inst., Sind. e do Trabalho

Diogo Ferri Chamun

Diretor de Educação e Cultura

Albérico Xavier de Moraes Pinto

Diretor de Relações Internacionais

Guilherme Bottrel Pereira Tostes

Suplentes

Marcos Antônio de Oliveira

José Dini Filho

Natalício Gomes Silva

José Eduardo da Silva

Eder Miranda

José Soares Belido

Edivaldo Mendonça Souza

Aguinaldo Mocelin

Jaime Junior Silva Cardozo

Jefferson Pitz

Raimundo Nonato Filho

Gilberto Alves Ribeiro

Joelmarx Silva de Oliveira Sobrinho

Susana Souza Santos Nascimento

Carlos Henrique do Nascimento

Eliés de Paula Soares

Edson Cândido Pinto

Conselho Fiscal

Efetivos

Ronaldo Marcelo Hella

Leomir Antonio Minozzo

Julio Linuesa Perez

Suplentes

Carlos Augusto Carvalho Mapurunga

Roberto Pereira da Silva

Guadalupe Machado Dias

Representação na CNC

Efetivo

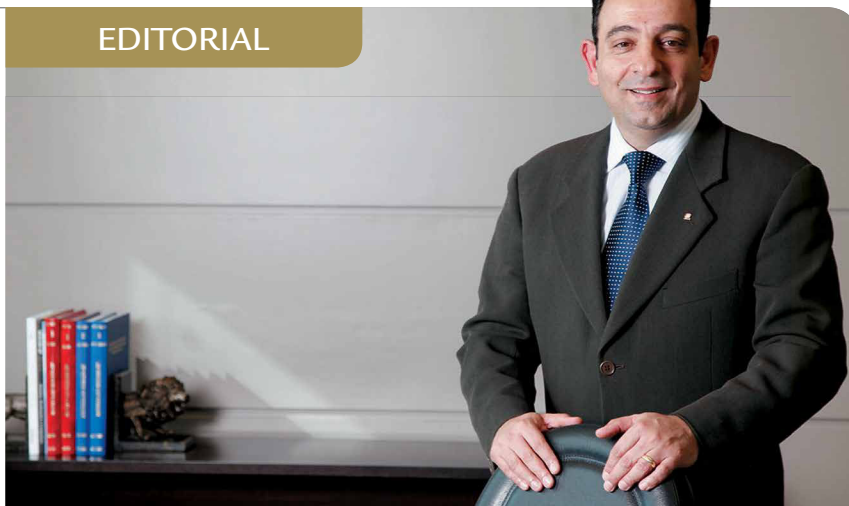
Sérgio Approbato Machado Júnior

Suplentes

Mario Elmir Berti

Carlos José de Lima Castro

EDITORIAL



Sérgio Approbato Machado Júnior
Presidente da Fenacon

“Nada é permanente, exceto a mudança”

Heráclito de Éfeso, nascido por volta de 540 a.C., em sua Teoria do Dever, explicou que tudo o que existe está em constante transformação.

Apesar de ser essa uma sabedoria antiga e conhecida, muitas pessoas insistem em dar as costas para esse preceito e continuam com o pensamento de “deixar tudo como está”.

Mas, no mercado de trabalho e no mundo dos negócios, o gestor ou o profissional que seguir esse raciocínio ultrapassado vai ser atropelado por um fator que foge ao nosso controle: a tecnologia.

Serviços, comércio ou indústria. Não importa o setor ou o ramo de atuação, as inovações tecnológicas baseadas, principalmente, em inteligência artificial

vêm deixando rastros e modificando a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos.

Citemos o exemplo do universo contábil. Anos atrás eram levadas as cadernetas ao Poder Público, com as anotações dos clientes. Hoje, entidades como a Receita Federal do Brasil, por exemplo, estão informatizadas e mais dinâmicas, e disponibilizam sistemas como o Sped ou a Nota Fiscal Eletrônica.

Ou seja, a tecnologia é algo presente e não podemos negar o impacto do digital na sociedade e nos negócios. Como vimos, os desafios são muitos, mas as mudanças são certas e inevitáveis – e não podemos dar as costas a isso. Afinal, retomo Heráclito, “nada é permanente, exceto a mudança”.



CAPA 20

Inteligência artificial

ajuda empresas a serem mais eficientes

SEÇÕES

Coluna Jurídica	6
Sistema em Destaque	32
Espaço do Leitor	38
Sindicatos Filiados	40



Ponto a Ponto 16

Antonio Chaddad



Assista a vídeos, ouça áudios e veja mais fotografias na versão eletrônica da revista Fenacon

A Revista Fenacon é uma publicação bimestral da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (Fenacon).

Setor Bancário Norte, quadra 2, bloco F, lote 12, salas 904 a 912
Edifício Via Capital - CEP 70040-020 - Brasília-DF - Telefone: (61) 3429-8400
Home page: www.fenacon.org.br | E-mail: fenacon@fenacon.org.br

As imagens utilizadas nesta edição fazem parte do acervo da Fenacon. A Revista Fenacon não se responsabiliza pelos conceitos emitidos nas matérias ou nos artigos assinados. Os anúncios veiculados são de inteira responsabilidade dos anunciantes.

Conselho Editorial: Francisco Canindé, Pedro Celso de Paiva, Rinaldo Araújo Carneiro e Wilson Gimenez Junior
Jornalista Responsável: Andreza Figueiredo
Publicitários: Brenda Meneses e Renato Nagano
Revisão: Joira Furquim
Anúncios: Pedro A. de Jesus - Tel.: (11) 9137-7639 / 3875-0308
pedrojesus@fenacon.org.br
Projeto Gráfico: Ars Ventura Imagem & Comunicação
Impressão e Acabamento: Gráfica Qualytá
Tiragem: 5.000 exemplares impressos e 97.000 distribuídos eletronicamente.

4 Fenacon

Atuação para
melhorar o ambiente de
negócios no país



Opinião 8

Por Wilson Gimenez Junior
CFO as a service: um novo papel
para as organizações contábeis

12 Gestão do trabalho

Por Priscila Lauande Rodrigues
As relações de trabalho na
indústria 4.0. Breves reflexões



Internet 24

Redes sociais: como usar vídeos
para impulsionar as vendas

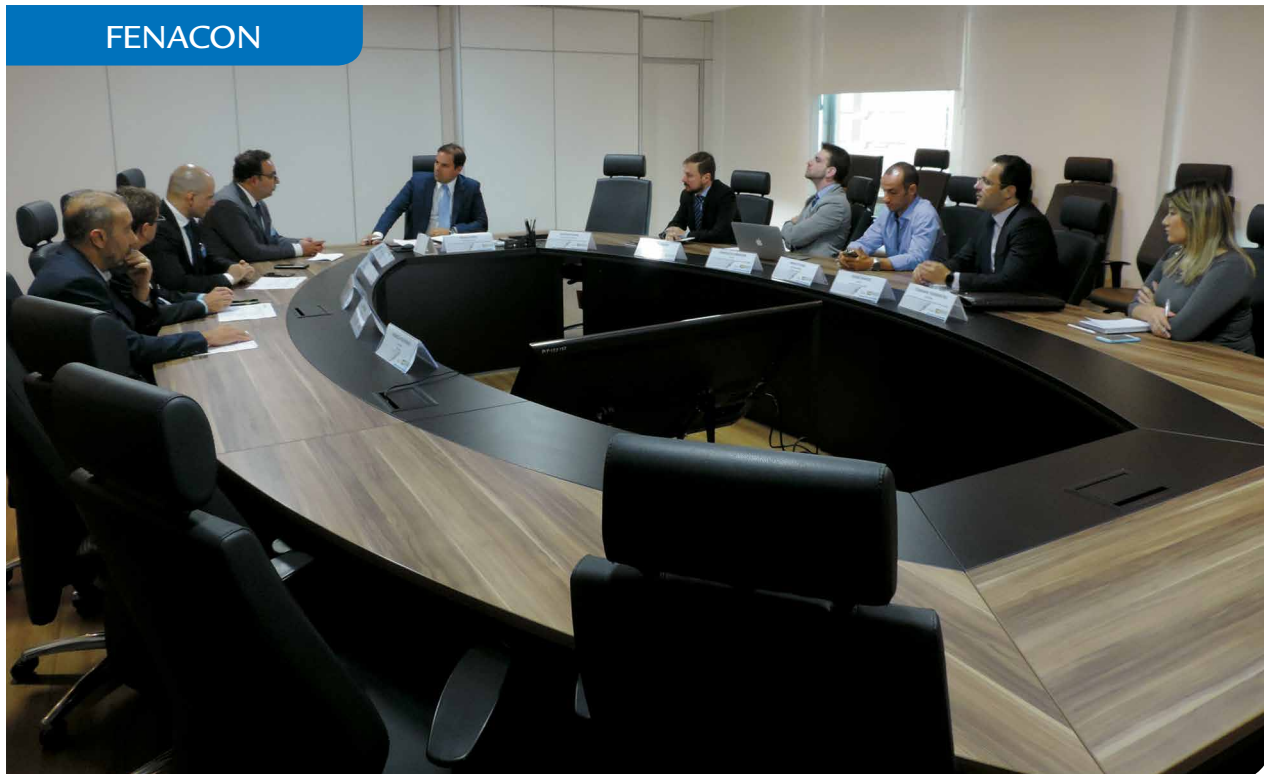
28 Marketing

Por Murilo Silvério
marketing para pequenos negócios:
possível e necessário



Comportamento 30

Por Márcia Ramires
Como lidar com as emoções
no ambiente de trabalho?



Fenacon:

atuação para melhorar o ambiente de negócios no país

Melhorar o ambiente de negócios do país. Esta é uma das bandeiras que pautam a atuação do Sistema Fenacon Sescap/Sescon. Prova disso são as constantes sugestões apresentadas ao poder público, em suas várias esferas, para contribuir com o setor produtivo do Brasil e, conseqüentemente, com a geração de emprego e renda do país.

Em uma de suas ações, a Federação apresentou ao secretário especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital

do governo federal, Paulo Uebel, uma lista com diversos dados e propostas para dirimir os entraves e as dificuldades que o excesso de burocracia causa na rotina e na gestão de empresas.

De acordo com o presidente da Fenacon, Sérgio Aprobato Machado Junior, novas contribuições serão reunidas e apresentadas de forma constante ao Executivo. “O intuito de abrir o diálogo com o governo é mostrar que existem burocracias que não fazem sentido, que não

acompanham o mundo digital de hoje, e que são danosas para o andamento das empresas e da economia do país”, disse.

Entre as sugestões apresentadas pela Fenacon estão a padronização de exigências, a atuação integrada dos órgãos públicos, evitando o cumprimento repetido de obrigações, algumas ideias sobre o registro de empresas e entraves legislativos que tornam o dia a dia empresarial mais moroso. “É fundamental que o Estado seja eficiente em

seus procedimentos. E inovar nos processos que hoje são excessivamente burocráticos é um importante passo”, avaliou Approbato.

Pleitos sobre eSocial

A implementação do eSocial tem resultado em problemas para grande parte das empresas do país. As dificuldades vão desde a lentidão na transmissão dos dados até o cronograma de entrega. Com o intuito de simplificar o cumprimento dessa obrigação, a Fenacon elaborou

relatório com uma série de pleitos e sugestões que foi entregue à Receita Federal do Brasil.

Segundo Approbato, o representante da RFB foi receptivo às recomendações e destacou a necessidade de divulgação e orientação às empresas. “Apresentamos sugestões técnicas e que vão aprimorar o andamento do projeto do eSocial. A nossa atuação é para construir, em conjunto, um projeto de melhoria do ambiente de negócios para o país, com estabilidade e segurança para o Fisco e para o contribuinte”, afirmou.

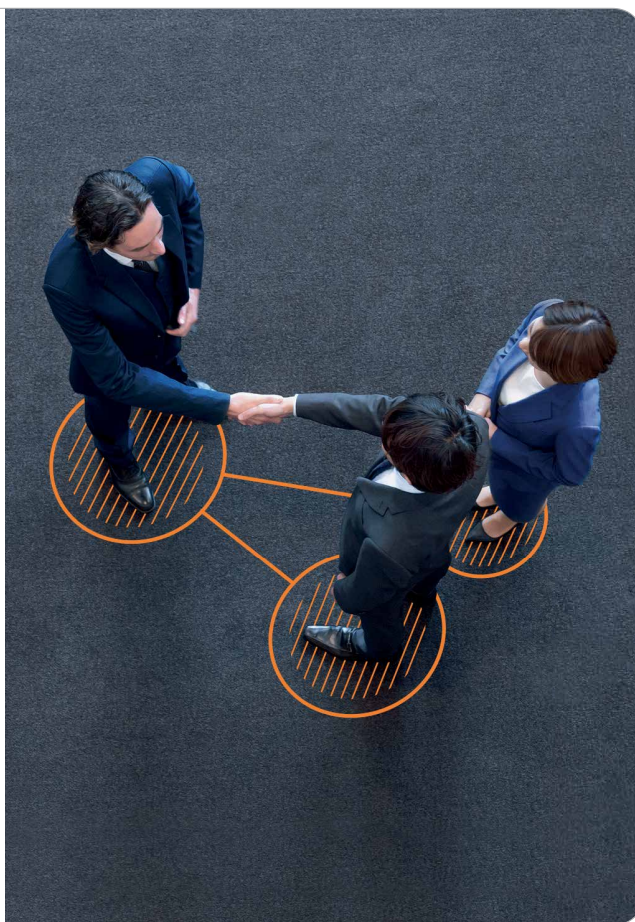
Entre as demandas apresentadas pela Fenacon estão a lentidão na transmissão dos dados nos dias que antecedem o prazo final; a aplicação da fiscalização orientativa na primeira constatação de irregularidade, omissão ou erro de transmissão dos dados ao ambiente do eSocial; e a necessidade de se promover campanhas publicitárias e informativas nas diversas redes de comunicação do país, explicando e esclarecendo as inúmeras dúvidas das empresas para adequarem suas práticas e rotinas às regras do eSocial.

ONBALANCE™

INTEGRAÇÃO É TUDO. ONBALANCE É MAIS.

O OnBalance tem duas novas versões para aproximar ainda mais contadores e empresas. Inteligente, online e na nuvem, agora disponível nos modelos Express (Serviços) e Advanced (Produtos e Serviços).

Informações Comerciais:
0800 645 4004





Lei Geral

de Proteção de Dados Pessoais

Por Dayanna Diniz

Com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural foi publicada, no dia 14 de agosto de 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. A Lei 13.709/18 dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado.

Com essa regulamentação, a utilização de dados pessoais não poderá mais ser feita de maneira

indiscriminada, sendo essencial que o titular dos dados esteja ciente sobre qual tratamento será atribuído às suas informações e para qual finalidade específica.

A lei criou os chamados “agentes de tratamento de dados pessoais”, nas figuras do controlador e do operador, que podem ser uma pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado. Ao primeiro (controlador) competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais, enquanto ao segundo (operador), a realização do tratamento em nome do primeiro.

Em meio a seus princípios, tem especial relevância o da transparência para o uso de dados pessoais e a respectiva responsabilização, o da adequação. Ou seja, a compatibilização do uso dos dados pessoais com as finalidades informadas, da proteção do usuário em toda arquitetura do negócio, da finalidade, segundo o qual os dados só devem ser utilizados para as finalidades específicas para as quais foram coletados e previamente informados aos seus titulares, e também do princípio da necessidade, que significa limitar o uso dos



dados ao mínimo necessário para que se possa atingir a finalidade pretendida, do qual surge, ainda, a indispensável exclusão imediata de dados, após atingida tal finalidade.

Dentre os diversos pontos trazidos pela lei, um que merece destaque é a necessidade de prévio consentimento expresso do titular para o tratamento dos dados pessoais. Ou seja, o titular deve autorizar tanto a coleta de seus dados como a sua utilização precisa, sendo nulas as autorizações genéricas.

Por parte das empresas, o trabalho será garantir a transparência e o direito de acesso a essas informações. Tudo de forma clara, inteligível e simples. A nova lei atingirá toda e qualquer atividade que envolva utilização de dados pessoais, incluindo o tratamento pela internet, consumidores, empregados, entre outros.

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados, órgão responsável pela fiscalização da lei, poderá aplicar desde uma

advertência para que a infração seja regularizada no prazo determinado até uma multa de até 2% do faturamento da pessoa jurídica no último exercício (limitado ao máximo de R\$ 50 milhões). Além disso, poderá aplicar multa diária até que a infração seja sanada e, ainda, tornar pública a infração e determinar que os dados pessoais sejam bloqueados ou excluídos.

Lembrando, sempre, que as sanções somente serão aplicadas após ser garantida a ampla defesa em processo administrativo e mesmo que elas sejam devidas, nada impede que os agentes sejam condenados em outras sanções civis ou penais.

Ressalta-se ainda que a legislação não faz distinção entre tamanho de empresas ou do fluxo de dados que correm em suas respectivas operações, ou seja, será aplicada a todas. O recomendado é

que as empresas trabalhem o quanto antes para entender a legislação e ver como aplicarão as novas regras dentro de suas estruturas.

Como a legislação impõe uma série de adequações na forma com que as empresas coletam e tratam os dados pessoais de seus usuários, ela não começa a valer imediatamente, passando a valer 24 meses após sua publicação. Então, as empresas terão até meados de agosto de 2020 para fazer as adequações.

A promulgação da lei coloca o Brasil no rol de mais de 100 países que hoje podem ser considerados adequados para proteger a privacidade e o uso de dados. Ou seja, seguimos uma tendência mundial de proteção digital. E, para concluir, não se pode esquecer que a lei prevê que a adoção de políticas de boas práticas será considerada como critério atenuante de eventuais penalidades.

Dayanna Diniz é assessora jurídica da Fenacon.



CFO as a service: **um novo papel para as organizações contábeis**

Por Wilson Gimenez Junior

As organizações contábeis sempre desempenharam papel imprescindível na vida das empresas, sobretudo daquelas de micro e pequeno porte. A responsabilidade técnica pelas áreas contábil, tributária, departamento pessoal e paralegal são os carros-chefes nos portfólios de serviços dessas organizações, e são demandados maciçamente pelas MPEs, que veem na terceirização dessas atividades grandes vantagens do ponto de vista prático e financeiro, uma vez que poupam tempo (e dinheiro) dos empreendedores, para que estes se dediquem ao seu “core business”.

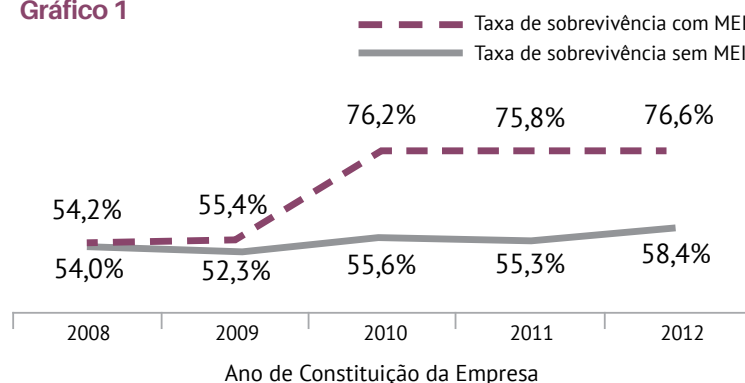
Boas organizações contábeis propiciam a seus clientes escriturações contábil e fiscal de excelência, bem como a apuração dos tributos e todas as rotinas de departamento pessoal com exatidão, evitando dissabores com o fisco e ainda trazendo ganhos para os clientes ao recomendarem o regime tributário mais vantajoso, mediante um planejamento tributário responsável.

Porém, tais atividades curam somente uma parte da dor dessas empresas, pois o escopo desses trabalhos não abrange um efetivo auxílio na gestão dos negócios. Muitos empreendedores são muito bons naquilo que fazem, mas não tão bons assim como gestores, o que acaba levando essas empresas ao caos financeiro, sujeitando seus negócios aos juros escorchantes exigidos pelas instituições financeiras, dando início a um processo de definhamento que terminará com sua morte.

Por que as micro e pequenas empresas fracassam?

Segundo pesquisa realizada pelo Sebrae Nacional, entre 2008 e 2012 a taxa de sobrevivência das MPEs com até dois anos de existência (excluindo o micro-empendedor individual) saltou de 54,07% para 58,4%. Embora tenha ocorrido um ligeiro progresso, ainda é preocupante o universo dos empreendimentos

Gráfico 1



Fonte: Sebrae

que fracassam, pois significa que mais de 2/5 das empresas fecham as portas nos primeiros dois anos de atividade, conforme demonstrado no Gráfico 1.

No âmbito internacional não há muitas pesquisas sobre a taxa de sobrevivência de MPEs, mas há dois estudos interessantes. O primeiro deles foi realizado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) em 2016. Contudo, embora essa análise tenha a mesma premissa de avaliar MPEs com até dois anos de existência, o estudo restringiu-se às MPEs empregadoras, ao contrário do Sebrae Nacional, que considerou todas as MPEs. Essa pesquisa revelou que a taxa de sobrevivência das MPEs norte-americanas é de 77,4%, ou seja, bem superior à nossa, de 58,4%, conforme demonstra o Gráfico 2.

A segunda pesquisa internacional encontrada sobre o assunto é mais recente e foi promovida pela *Business Administration's*

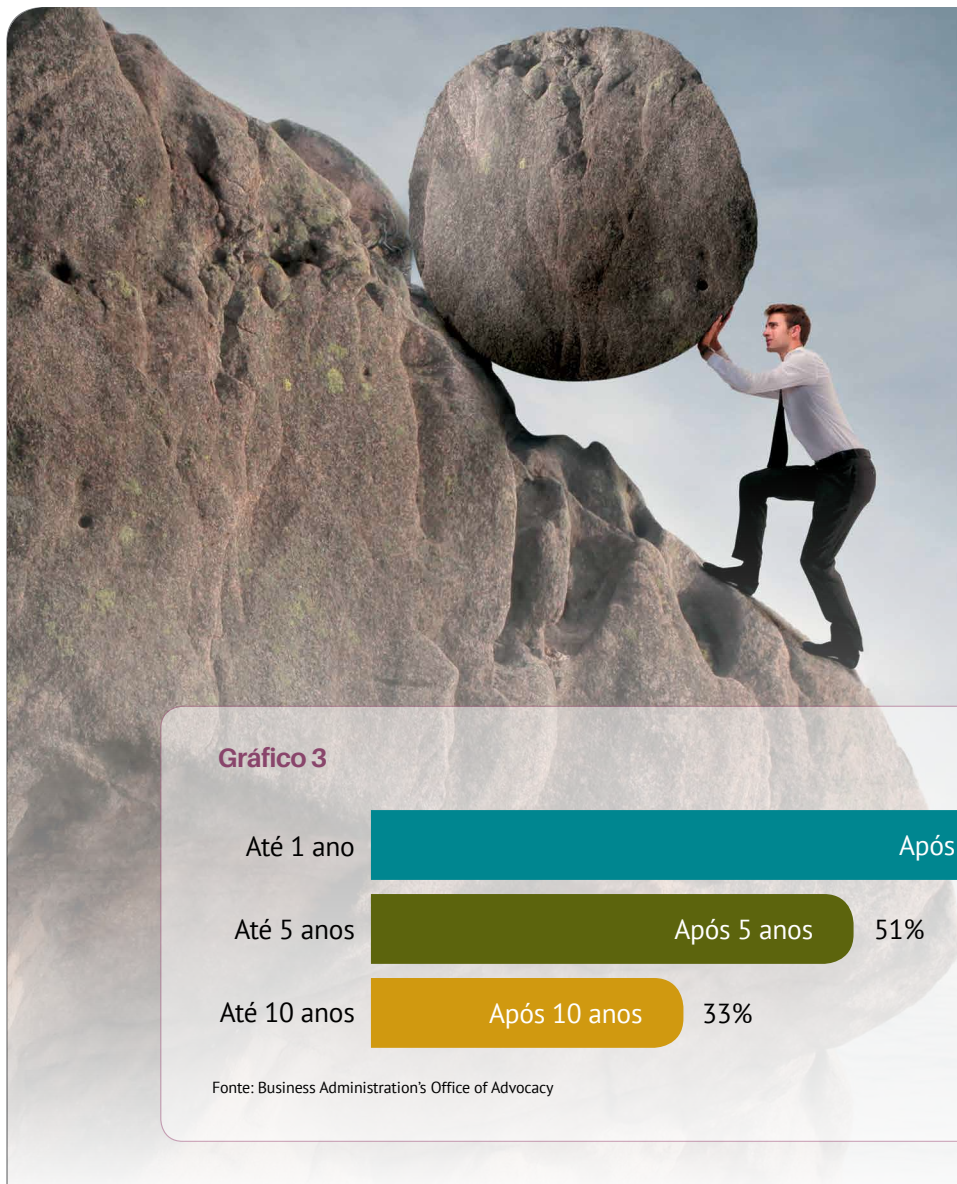
Office of Advocacy, que identificou números mais animadores do que os da OECD e do Sebrae. Porém, partiu de premissas diferentes, uma vez que a análise foi feita em MPEs divididas entre aquelas com 1, 5 e 10 anos de atividade. Esse estudo constatou que 79,9% das MPEs norte-americanas constituídas em 2015 continuavam a operar normalmente após o final do primeiro ano de atividade. Contudo, seguindo a linha do tempo, apenas 51% estavam na ativa após o 5º ano, e tão-somente 33% ainda sobreviviam após o 10º ano de existência, conforme demonstra o Gráfico 3.

Assim, embora ocorram oscilações nos indicadores apresentados, bem como diferentes parâmetros de comparabilidade, todas as pesquisas são unânimes ao apontar as principais causas da mortalidade das pequenas empresas, pois, tanto no Brasil como nos USA, os motivos que levam os pequenos negócios ao fracasso são essencialmente

Gráfico 2 Taxa de sobrevivência de empresas com até 2 anos, por ano de constituição e por país (em %)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
EUA	78,2	76,0	75,5	74,8	73,1	75,1	76,4	77,4

Fonte: OECD (2016)



a ausência ou precariedade de planejamento e a má gestão dos negócios, cujos fatores corroem, arruinam e comprometem a longevidade das empresas.

Dessa forma, se faltam às MPEs os recursos, as habilidades e os instrumentos necessários para a execução de um bom planejamento e gestão que conduza os negócios à prosperidade, essas empresas devem buscar auxílio de quem possa suprir tais deficiências a um custo acessível e compatível com a sua realidade. Nesse sentido, ninguém mais oportuno, qualificado e já provido de todas

as informações necessárias do que a própria organização contábil já contratada para executar os serviços de contabilidade, cuja importância é crucial para prover valiosos dados a serem utilizados por um bom sistema de gestão comandado pelo próprio contador dessas empresas.

O contador como consultor

O valor que a contabilidade propicia aos dirigentes de qualquer empreendimento é imensurável. Uma contabilidade bem

feita fornece a matéria-prima necessária para a construção de indicadores de performance e métricas que contribuirão de forma decisiva para o processo de tomada de decisão e a promoção de estratégias de melhoria, auxiliando a empresa a prosperar em seus negócios e a evitar um colapso súbito por falta de ações preventivas de gestão.

Todo esse serviço consultivo de suporte à gestão da MPE pode ser protagonizado pela própria organização contábil que a assessora.

Ao delegar essas tarefas consultivas a uma organização

contábil competente, os empreendedores ganharão as aptidões necessárias para conduzir seu negócio com maestria, tomando decisões mais assertivas, embasadas por subsídios confiáveis e consistentes, de modo a evitar que sua empresa passe por momentos de turbulências decorrentes de ações impensadas ou de inércia.

Além de oferecer os serviços habituais, as organizações contábeis alinhadas com as mudanças e preocupadas com as necessidades dos seus clientes podem prover serviços como **BPO (Business Process Outsourcing) Financeiro, Planejamento Estratégico e**

Tributário, Controle Orçamentário e de Fluxo de Caixa, entre outros, suprimindo a lacuna que faltava no rol dos serviços consultivos.

Num mundo onde o mercado está cada vez mais competitivo, desafiador e agressivo, o empreendedor precisa se reinventar a cada dia, e, para tanto, é imprescindível ter ao seu lado uma organização contábil parceira capaz de também contribuir no exercício de uma gestão austera, consciente e moderna, o que certamente irá proporcionar o crescimento e a continuidade da empresa.

Logo, a organização contábil sintonizada com essa demanda

latente e emergente dos seus clientes vislumbrará uma excelente oportunidade de negócio, não só assumindo a responsabilidade pelas áreas contábil, fiscal, departamento pessoal e paralegal, mas também o papel de “CFO (*chief financial officer*) as a service” dos seus contratantes, o que agregará muito valor aos negócios dos seus clientes, sobretudo nas arenas estratégica e tática das empresas.

Wilson Gimenez Junior é fundador e CEO da Datamétodo Gestão Contábil. Contador, administrador de empresas, pós-graduado em Controle e vice-presidente Administrativo da Fenacon.

A internacionalização nas mãos das empresas contábeis

Programa da Fenacon, o International Desk vai criar uma rede mundial de empresas contábeis capacitadas a assessorar investidores internacionais, além de fomentar o investimento brasileiro no exterior.

Mais informações:
fenacon.org.br



INTERNATIONAL
DESK

Conectando você a soluções contábeis
Connecting you to accounting solutions

Realização:
 **FENACON**
SISTEMA DESCAPIFESCON

As relações de trabalho na indústria 4.0. Breves reflexões

Por Priscila Lauande Rodrigues

A Quarta Revolução Tecnológica possibilitou o desenvolvimento de novas formas de trabalho, que podem, no contexto da *sharing economy*, ser sumariamente definidas como trabalho *on demand* e *crowdwork* (DE STEFANO, 2016).

O termo *sharing economy*, por sua vez, pode ser descrito através de cinco principais características: 1) em grande parte baseado no mercado, pois cria mercados que permitem a troca de bens e o surgimento de novos serviços, resultando em níveis potencialmente mais altos de atividade econômica; 2) capital de alto impacto, que abre novas oportunidades para tudo, desde ativos e habilidade até tempo e dinheiro; 3) “redes” distribuídas em multidões ao invés das instituições centralizadas e hierarquizadas; 4) linhas tênues de divisa entre o pessoal e profissional; 5) borrar linhas entre trabalho totalmente empregado e trabalho casual, entre emprego independente e dependente, entre trabalho e lazer (SUNDARAJAN, 2016).





Essas duas novas formas de gestão do trabalho traduzem-se na “uberização” do trabalho, que possibilitou a aproximação dos trabalhadores aos tomadores de serviços com a utilização de plataformas digitais.

Como exemplo de *trabalho on demand*, temos a empresa Uber, que conecta o usuário com o prestador de serviço direto, através da utilização de uma plataforma digital. O termo “uberização” foi cunhado devido à grande repercussão da difusão da Uber em todo o mundo, que, em tese, representou um disruptor com as usuais formas de prestação de serviços (DE STEFANO, 2016).

Nesta modalidade, o trabalho é gerenciado pela plataforma eletrônica, que, por meio de complexos algoritmos, estabelecem previamente os preços, o atendimento, quem prestará o serviço e para quem, gerencia o pagamento e, também, o desligamento do trabalhador.

Noutro giro, o *crowdwork* é a gestão da realização de tarefas simples e repetitivas do fluxo de trabalho que podem ser executáveis por prestadores de serviços previamente cadastrados em plataformas digitais. É o caso, por exemplo, da MTurk, serviço disponibilizado pela plataforma da Amazon, que permite que essas tarefas sejam executadas em um sistema que interliga as empresas com os prestadores de serviço (DE STEFANO, 2016).

Para além dessas duas novas formas de gestão do trabalho, as novas tecnologias impactam, também, a relação de emprego que usualmente conhecemos.

A própria reforma trabalhista (Lei nº 13.467/2017) já traz em seus dispositivos algumas alterações em relação aos modos de produção, ao estipular regras

gerais sobre o *home office*, ou teletrabalho, em que a prestação de serviços é realizada preponderantemente fora das dependências do empregador, com a utilização de tecnologias de informação e de comunicação que, por sua natureza, não se constituam como trabalho externo (artigo 75-B da CLT).

A terceirização, igualmente, ganha caráter preponderante e relevante com a utilização de novas tecnologias. A redução dos custos com folhas de pagamentos e encargos trabalhistas, que pode parecer, num primeiro momento, benéfica para a empresa, se realizada sem uma gestão estratégica, pode causar inúmeros prejuízos financeiros e repercussão social deletéria.

A título exemplificativo, cite-se a responsabilidade subsidiária no caso de inadimplência da empresa prestadora de serviços quando descumprida a legislação trabalhista, sem que esses valores sejam provisionados. Mais ainda, a baixa qualidade dos serviços prestados, baixa produtividade da prestadora. Tudo isso deve ser analisado e sopesado quando da escolha pela terceirização dos serviços de uma empresa.

Por fim, esclareça-se a importância da análise crítica acerca do presságio do fim dos empregos.

Estariamos caminhando para uma sociedade totalmente automatizada, sem que o trabalhador pudesse ser inserido nos modos de produção em decorrência da substituição por inteligência artificial (IA), internet das coisas (IoT), softwares ou robôs?

Sabemos que o desemprego é prejudicial para qualquer economia, considerando que as empresas precisam de mercado. O mercado, por sua vez, é composto por pessoas que possuem renda. Com o fim dos empregos, quem seria o destinatário da produção de bens e prestação de serviços?

As reflexões acerca do novo modelo de sociedade que estamos construindo perpassam por uma análise crítica acerca da total automação das empresas. Há uma necessidade premente de qualificação da mão de obra e reinserção dos trabalhadores no contexto da Quarta Revolução Tecnológica, a fim de manter a qualidade da prestação dos serviços associada à utilização das novas tecnologias no mercado de trabalho.

A gestão estratégica é essencial no sentido de implementar projetos que preparem os trabalhadores para a utilização dessas tecnologias e das novas necessidades e demandas que surgem na sociedade.

Referências

DE STEFANO, Valerio. The rise of the “just-in-time workforce”: On-demand work, crowdwork and labour protection in the “gig-economy”, Janeiro, 2016. Disponível em: https://www.ilo.org/travail/whatwedo/publications/WCMS_443267/lang--en/index.htm Acesso em 27/02/2019.

SUNDARARAJAN, Arun. The Sharing Economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Massachusetts: The MIT Press, 2016, posição 648.

Priscilla Lauande é advogada e mestra em Direito das Relações Sociais e Trabalhistas do Centro Universitário UDF. Extensão universitária em Riregolazione dei rapporti di lavoro e del proces, Università degli Studi di Roma La Sapienza, UniRoma, Itália.

ESTÁ ABRINDO UMA NOVA EMPRESA?

A Fenacon|CD
pode ajudar
você!

Agilidade sem
burocracia



FENACON|CD
CERTIFICAÇÃO DIGITAL
SISTEMA SESCAP | SESCOB

Certificado Digital é FENACON|CD
www.fenaconcd.com.br



Inteligência artificial:

a chave é o uso ético da tecnologia

Antonio Chaddad



“Temos exemplos de empresas que nasceram digitais e outras que estão aprendendo a utilizar o digital da melhor maneira possível e essa conexão é fundamental. Para um primeiro passo, é importante sempre pensar na democratização do acesso aos dados – que devem estar disponíveis para diferentes departamentos – e reconhecer a inovação não como um setor, mas sim como parte da empresa, uma vez que as informações e ideias de aplicações podem partir de todas as áreas”

A empresa Google é considerada sinônimo de inovação e tecnologia. Detentora da ferramenta de busca mais popular do mundo, também lançou o principal sistema operacional para dispositivos móveis e agora se aprofunda em inteligência artificial.

Com pouco mais de 20 anos de existência, a Google já é a terceira empresa mais valiosa do mundo (logo atrás da Amazon e da Apple). Um de seus principais serviços é a computação em nuvem, importante ferramenta para potencializar o armazenamento e a análise de dados e, conseqüentemente, a inteligência artificial.

Antonio Chaddad, gerente de vendas do Google Cloud para o Brasil, destaca a necessidade de se discutir e informar a sociedade para lidar de maneira sensata com os avanços tecnológicos. “A IA é apenas uma ferramenta. A tecnologia em si não é inerentemente boa ou ruim; a chave é o uso ético da tecnologia. Sentimos que agora é o momento de trabalhar duro e ter uma discussão sensata e informada para melhor lidar com os avanços tecnológicos”.

Confira a íntegra da entrevista.

O imaginário popular direciona o conceito de inteligência artificial para filmes de robôs e máquinas. Mas de que se trata a inteligência artificial e como essa tecnologia está inserida na vida das pessoas?

Inteligência artificial é a ciência de tornar qualquer sistema inteligente. A chave para fazer isso está no *machine learning* (aprendizado de máquina, em português), que permite ensinar um computador a reconhecer padrões pelo exemplo, em vez de seguir regras específicas. O sistema responsável por “aprender” é chamado de rede neural, que tenta vagamente imitar o cérebro humano. Basicamente, esse sistema é composto de bilhões de unidades computacionais que são responsáveis por uma etapa do processo. Quando todas essas unidades estão conectadas como uma grande rede, o sistema consegue reconhecer padrões complexos.



A IA torna os serviços mais úteis. No caso do Google, um exemplo prático e útil do uso de IA é o recurso *Smart Reply* do Gmail, que sugere opções rápidas de respostas, além do *Smart Compose*, que sugere frases inteiras no Gmail com base em *Machine Learning*.

E nas empresas, já existe o impacto efetivo da Inteligência Artificial? Como ela já contribui com a rotina empresarial?

Temos muitos exemplos incríveis de uso de IA pelas empresas. No entanto, as empresas – mesmo as grandes companhias – ainda estão entendendo como aplicá-la em sua rotina. Ainda teremos um processo lento de educação do mercado para que isso seja uma realidade na maioria dos negócios, tanto no Brasil quanto no mundo.

A IA pode ser introduzida em diversos processos, dependendo da necessidade de cada negócio. Uma das aplicações que já são realidade é a automação do atendimento ao cliente. No Google Cloud temos uma solução chamada Contact Center

AI, que agiliza a experiência de atendimento ao consumidor e libera agentes para outras tarefas, interações mais estratégicas e de impacto, evitando que eles respondam às questões mais frequentes. Isso torna as interações humanas mais significativas.

Qual o papel que a IA pode ter na estratégia das empresas?

Acreditamos que a IA será extremamente benéfica – já vemos como o aprendizado de máquina está melhorando a vida das pessoas, desde proteger a todos contra spam e fraudes até tornar os dispositivos mais acessíveis por meio da fala. Mas, além disso, a possibilidade de criar soluções de IA que mais tenham relação com a situação de cada empresa é uma oportunidade muito grande.

As empresas conhecem seus desafios e gargalos, sejam internos ou externos. Ter a chance de contornar e otimizar isso aumenta a eficiência. Esse é um dos benefícios que mais escutamos dos nossos clientes, uma vez que eles conseguem demonstrar o seu

diferencial e sua preocupação em inovar.

Um dos principais receios da população é que a IA substitua uma série de empregos. Isso pode realmente acontecer? E em um curto espaço de tempo?

Os empregos mudarão, como sempre aconteceu, e essas tecnologias auxiliarão no processo de renovação e criação de novos postos de trabalho que ainda nem somos capazes de imaginar. O aprendizado de máquina deve complementar as habilidades das pessoas. Temos visto alguns exemplos de tecnologia aplicada a diferentes indústrias ao longo dos anos e como isso proporcionou o remanejamento das pessoas para outras funções.

Como está o Brasil neste processo em relação ao resto do mundo?

O mundo está se adaptando às tecnologias de inteligência artificial e, até mesmo, de computação na nuvem. No entanto, estamos vendo uma constante crescente no país no interesse nessas tecnologias.



Qual o procedimento que as empresas devem adotar para se atualizarem nesse sentido?

Temos exemplos de empresas que nasceram digitais e outras que estão aprendendo a utilizar o digital da melhor maneira possível e essa conexão é fundamental. Para um primeiro passo, é importante sempre pensar na democratização do acesso aos dados – que devem estar disponíveis para diferentes departamentos – e reconhecer a inovação não como um setor, mas sim como parte da empresa, uma vez que as informações e ideias de aplicações podem partir de todas as áreas. A partir de então, as tecnologias, como computação em nuvem e inteligência artificial, podem ser as facilitadoras desse processo.

Muito se debate sobre a segurança das informações no universo digital. Existe o risco de essa privacidade encolher à medida que cresce a participação da tecnologia no dia a dia de pessoas e empresas?

Nessa discussão, o que podemos comentar é sobre como estamos operando com segurança dentro do Google. Nestes quase 20 anos atuando com segurança na nuvem, aproveitamos toda a experiência que temos na proteção de oito aplicativos com mais de um bilhão de usuários. Atualmente, compartilhamos muitas de nossas práticas para capacitar nossos clientes e dar a eles o controle sobre sua segurança.

Fala-se bastante sobre o fato de a tecnologia se desenvolver mais rápido do que a regulação. Existe um problema real em a regulamentação caminhar a passos muito mais lentos do que a tecnologia?

Acreditamos que a regulação é natural e saudável, mas não deve ser um entrave à inovação. Contudo, cada regulação é criada de acordo com uma necessidade específica e deve ser avaliada caso a caso.

Como a sociedade deve se preparar para a inteligência artificial

em relação às consequências dessa tecnologia?

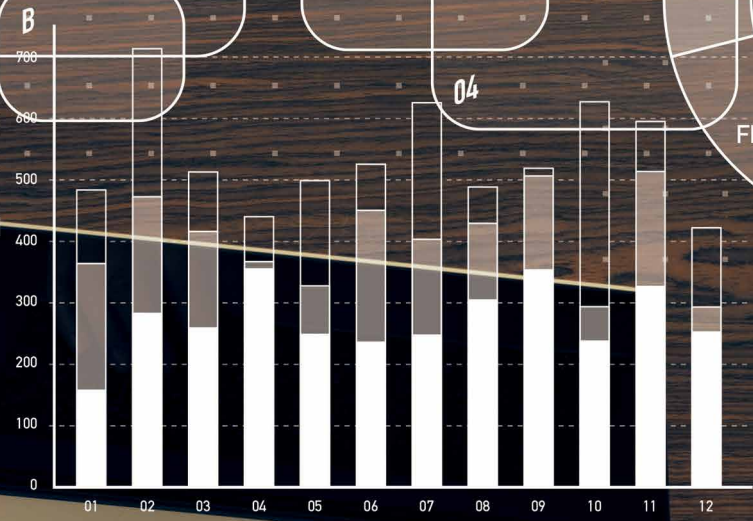
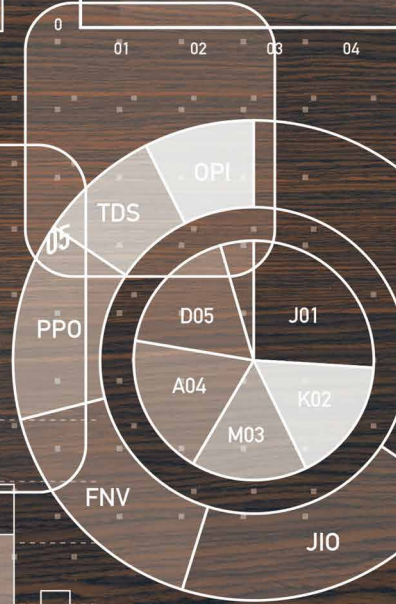
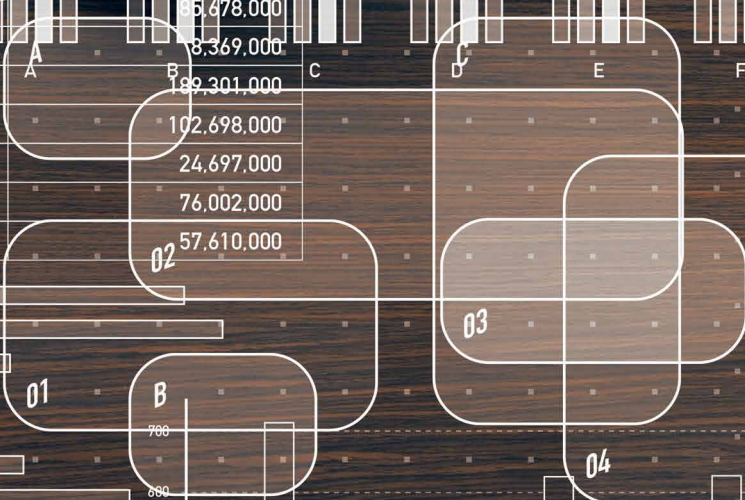
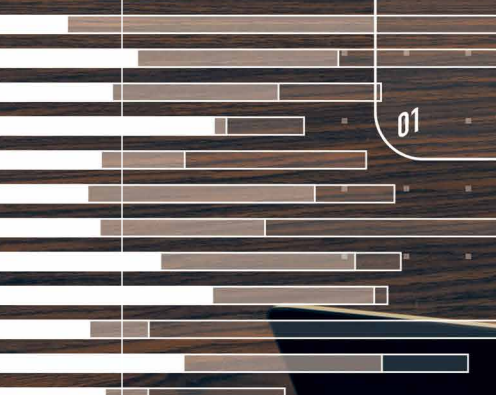
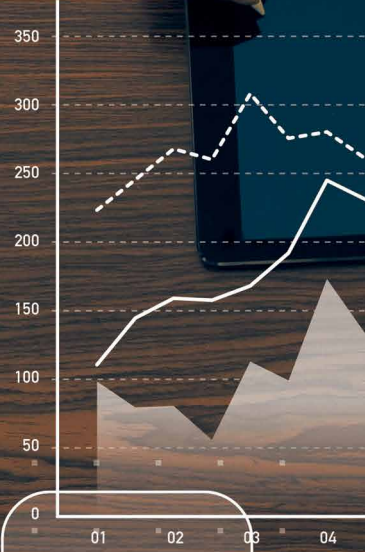
Ainda estamos pesquisando para entender e lidar com possíveis riscos com o início do uso desta tecnologia. Porém, a IA é apenas uma ferramenta. A tecnologia em si não é inerentemente boa ou ruim; a chave é o uso ético da tecnologia. Sentimos que agora é o momento de trabalhar duro e ter uma discussão sensata e informada para melhor lidar com os avanços tecnológicos.

Do lado da Google, costumamos publicar abertamente centenas de artigos on-line e recebemos dezenas de professores para pesquisas no Google todos os anos. Isso é uma forma de buscar constantemente o conhecimento no setor de forma a contribuir com a evolução da tecnologia.

Justiça é um dos nossos princípios ao desenvolver IA. Estamos comprometidos em avançar ao desenvolver IA com o princípio da justiça em mente e também criar ferramentas que possam ser usadas por toda a comunidade.

CAPA

AIU	1,822	12,349,000
EJK	3,680	233,681,000
HPL	1,062	85,678,000
KEE	485	8,369,000
NAH	8,569	189,301,000
QOP	6,602	102,698,000
TIK	890	24,697,000
WIG	6,280	76,002,000
AHD	2,436	57,610,000



AIU	1,822	HJI	20,369
	(-35)		(+580)
MBC	3,605	LJH	9,542
	(+210)		(-128)
YBV	3,204	QMN	5,211
	(-33)		(+156)
MBB	3,320	WFF	712
	(-120)		(+12)

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

ajuda empresas a serem mais eficientes

Por Andreza Figueiredo

A tecnologia e suas funcionalidades estão cada vez mais presentes na vida de pessoas e empresas, transformando a percepção de mundo, os relacionamentos e as formas de trabalho. A tecnologia já está nas casas, nos carros e nos telefones e ganha cada dia mais espaço nas empresas.

No mundo dos negócios, os serviços operacionais vêm sendo sistematizados, deixando às máquinas as atividades mais repetitivas e aos gestores e colaboradores uma atuação mais estratégica.

E um dos destaques da tecnologia nos tempos atuais é a inteligência artificial. O relatório Digital Dividends, publicado pelo Banco Mundial, mostra que dois terços dos postos de trabalho dos países em desenvolvimento enfrentam a real possibilidade de serem automatizados. A velocidade dessa substituição, aponta o estudo, é incerta e depende do ritmo da disrupção tecnológica de cada país.

Mas, afinal, o que é IA?

Falar em inteligência artificial remete à imagem de robôs desempenhando uma série de atividades em substituição ao trabalho humano. Filmes e histórias dominam o imaginário popular e acabam restringindo e direcionando este conceito.

A inteligência artificial é um ramo de pesquisa da Ciência da Computação que busca elaborar mecanismos que simulem a capacidade humana de pensar, aprender e decidir de forma objetiva e inteligente.

A base da inteligência artificial é a capacidade de um software acompanhar padrões de comportamento, realizar tarefas e serviços no lugar de seres humanos. Máquinas inteligentes, por exemplo, conseguem processar uma grande quantidade de dados em poucos segundos. Desta forma, acabam assumindo atividades mais repetitivas e que não exigiam criatividade.

VWE 890 (-20)	PLQ 6,350 (-200)	EER 10,985 (+580)	QRT 665 (-15)	6,800
MJB 1,609 (+35)	PON 7,654 (+169)	NFR 6,522 (+122)	UGH 1,632 (-54)	OMJ 3
MMJ 1,100 (-60)	IIT 7,150 (-150)	KLM 782 (+74)	CCX 1,901 (+101)	
HJM 134 (+5)	QLC 2,022 (-18)	LSD 631 (+40)	SDH 6,287 (-57)	

Segundo Bruna Maggion, *head* de marketing da empresa de tecnologia Wavy, o centro das pesquisas relacionadas à IA baseia-se na ideia de fazer com que os computadores possam “pensar” como os humanos, criando análises, raciocinando, compreendendo e obtendo respostas para diferentes situações. O intuito, destaca, é multiplicar a capacidade racional do ser humano.

“Um grande passo dentro dos estudos da inteligência artificial é o desenvolvimento de sistemas que consigam aprender e se autodesenvolver, criando novas deduções a partir da junção de várias informações fragmentadas. Com isso, a inteligência artificial permite que os sistemas tomem decisões de forma independente, precisa e apoiada em dados digitais”, explica.

Inteligência artificial no mundo corporativo

A inteligência artificial está mudando a maneira de se fazer e administrar os negócios. Um dos pontos mais relevantes da IA é o fato de ela otimizar processos, gerar novas ideias e analisar os dados do empreendimento, aumentando a produtividade e permitindo aos gestores maior dedicação às ações estratégicas da empresa.

No contexto empresarial, a IA vem sendo utilizada principalmente para melhorar a tomada de decisões, reinventar modelos de negócios e aprimorar a experiência do consumidor.

Inúmeras aplicações de IA já são utilizadas em diversos segmentos do mercado, como indústria, varejo e saúde, em setores que vão desde recursos humanos até jurídico e contabilidade. Essa tecnologia vem sendo

implantada, principalmente, em atividades operacionais da empresa. Contudo, a IA pode resultar em benefícios mais estratégicos, com o aumento da produtividade, a redução da chance de erros nos processos e a oferta de atendimento personalizado ao cliente, entre outros.

Bruna Maggion ressalta que diversas operações das empresas podem ser executadas por meio de IA, como ações automatizadas para geração de *leads*, coleta de dados, pesquisa, recrutamento, treinamento de funcionários. “Todas essas vantagens estão ligadas à crescente busca dos consumidores por respostas rápidas, precisas e no canal que preferem. A IA consegue resgatar o histórico de relacionamento e fazer um atendimento baseado nisso. Também é possível realizar um trabalho de fidelização de clientes por meio de IA, uma vez que o atendimento passa a ser mais eficiente e personalizado”, afirma.

Maggion avalia que existem inúmeras formas de a IA ajudar as empresas em suas atividades, seja na eficiência operacional, de produção, finanças, seja na automatização de processos de vendas, entre outras.

“Falando da área de atendimento ao cliente, por exemplo, a IA pode ser utilizada para entender de maneira aprofundada o comportamento do cliente, lidando com uma quantidade muito grande de informações e enxergando padrões que seriam quase impossíveis de serem percebidos por um analista humano. Isso possibilita uma análise muito mais profunda e eficiente”, diz.

Esse impacto globalizante da inteligência artificial vem invadindo, também, o universo jurídico. Plataformas cognitivas já são utilizadas por escritórios de

advocacia, para resumir processos e agilizar alguns trabalhos mais burocráticos. Para o professor e advogado Rodrigo Padilha, o objetivo da IA na advocacia é livrar os profissionais de tarefas maçantes e repetitivas, como revisões, análises e pesquisas de documentos, permitindo que se dediquem a tarefas que exigem criatividade e pensamento crítico.

“O foco da inteligência artificial na advocacia é maximizar a produtividade do advogado, deixando os seres humanos focados em tarefas que só nós somos capazes de realizar, como aquelas que envolvem análise crítica, criatividade e competências sociais. A IA e suas soluções não vão tirar o emprego de ninguém. Pelo contrário, vão ajudar a nos tornarmos melhores profissionais e a melhorar a gestão dos escritórios de advocacia”, acredita.

Realidade distante?

A inteligência artificial já está presente em muitas atividades corriqueiras, como no uso de aplicativos que mostram informações de trânsito em tempo real ou no corretor ortográfico do smartphone que completa as palavras e frases mais utilizadas pelo usuário.

No entanto, existe certa resistência em investir nesta tecnologia por se acreditar ser algo ainda distante e fora de alcance. O Brasil é um desses exemplos. O nível de digitalização das empresas brasileiras mostra índices muitos baixos. Estudo feito pela Dell Technologies, em parceria com a Intel, mapeou o progresso da transformação digital de empresas de médio e grande porte em 42 países. De acordo com a pesquisa, somente 6% das

companhias brasileiras se consideram com níveis avançados de digitalização e 22% caminham lentamente para a digitalização.

Outra resistência com a IA é a percepção de ameaça que muitas pessoas têm, pelo fato de a tecnologia poder substituir o trabalho humano. Bruna Maggion avalia que o principal impacto da tecnologia será complementar e ampliar as capacidades humanas, não substituí-las. “Não podemos ter medo desse tipo de inovação relacionado à tecnologia, elas serão cada vez mais frequentes daqui para frente”, lembrou.

De acordo com a especialista em marketing, as empresas que utilizarem a IA com o intuito principal de substituir funcionários terão ganhos de produtividade somente de curto prazo.

“A Harvard Business Review fez um estudo envolvendo 1.500 empresas e mostrou que as melhorias de desempenho mais significativas acontecem nas organizações quando humanos e máquinas trabalham juntos. Por meio dessa inteligência colaborativa, os seres humanos e a IA aprimoram ativamente as forças complementares de cada um. O que é natural para as pessoas – uma análise subjetiva de um problema – pode ser complicado para as máquinas, e o que é simples para as máquinas – análise de gigabytes de dados – permanece praticamente impossível para os seres humanos. Então acredito que, para aproveitar ao máximo essa colaboração, as empresas precisam entender como os seres humanos podem aumentar de maneira mais eficiente as máquinas e como as máquinas podem aprimorar o que os humanos fazem de melhor”, concluiu.



Aplicações da inteligência artificial no mundo corporativo

Assistentes virtuais e *chatbots*

Atendimento automatizado, os chamados *chatbots* são *softwares* capazes de interagir com as pessoas por meio de mensagens de texto automatizadas.

Programados para realizar inúmeros atendimentos de forma simultânea, reduzem o tempo de espera por uma resposta ou solução de um problema mais simples, tornando o atendimento mais dinâmico e personalizado.

As empresas vêm escolhendo alguns processos, como dúvidas frequentes, por exemplo, para estruturar em forma de diálogo e cadastrar dentro de uma ferramenta de *chatbot* adequada.

Compreensão do perfil do cliente

A IA permite gerar e organizar diversas informações a respeito dos clientes. A tecnologia ajuda a entender o perfil e o padrão de comportamento do consumidor e apresenta informações sobre produtos mais procurados, melhor forma de contato, entre outras.

Com esses dados estratégicos em mãos, o atendimento ao cliente pode ficar mais ágil, personalizado e eficiente, sendo uma importante vantagem competitiva e garantindo melhores resultados para a empresa e para a experiência do cliente.



Redes sociais: como usar vídeos para impulsionar as vendas

Manter uma empresa aberta exige criatividade e planejamento para se destacar da concorrência. Quem tem um negócio – principalmente digital – sabe da importância de investir em estratégias eficientes de divulgação e marketing para conseguir atrair a atenção dos consumidores.

Nessa busca por espaço, cada vez mais as pessoas recorrem ao ambiente online para empreender e oferecer seus produtos e serviços. E não poderia ser diferente, afinal, segundo a FecomércioSP, 47% das vendas que ocorrem nas lojas físicas têm origem em plataformas digitais, por meio de pesquisas ou buscas feitas na internet.

E, atualmente, são os vídeos que estão em alta. Trabalhar conteúdos audiovisuais nos canais digitais tem garantido grande visibilidade para as empresas. Segundo Gustavo Caetano, CEO da empresa Samba Tech, apostar em vídeos para divulgar produtos e serviços mostra-se uma decisão acertada, afinal, a estimativa para 2019 é de que 80%

do tráfego de toda a internet seja voltado para visualização de vídeos. “Estudo da plataforma Pagewiz mostra que mais de 60% das pessoas clicam em um vídeo antes mesmo de ler uma palavra na página que abriram. Ou seja, esses números comprovam que estamos falando de uma ferramenta muito poderosa”, destacou.

Contudo, alerta Caetano, é preciso ter cuidado com o conteúdo divulgado. “Assim como os vídeos podem colocá-lo em lugar de destaque e causar boa impressão no público, eles também podem colocar uma mancha negativa. Por isso, deve-se ter muito critério ao elaborar conteúdo. Os vídeos têm viralizado com muita facilidade, sejam eles bons ou ruins para você. Portanto, utilize-os de forma estratégica”, aconselha.

Investir em vídeos online é uma boa ferramenta para criar

afinidade com o público. Ao produzir conteúdos audiovisuais, a empresa consegue ter contato mais próximo com os clientes, aumentando o interesse em adquirir o produto. O vídeo ainda pode garantir que os consumidores tenham mais informações sobre funções, benefícios e aplicações do produto.

Além disso, material multimídia é simples de produzir e distribuir e alcança um grande número de pessoas. Isso acontece porque esse tipo de material, além de ser mais didático e atrativo, é excelente para transmitir informações de quaisquer tipos. São mais atrativos do que os textos e podem ser usados tanto de forma mais aprofundada e séria quanto de forma mais curta e bem-humorada.

O importante é planejar um bom conteúdo e se aventurar.

Tipos de vídeos

Inúmeras são as possibilidades e formatos para quem deseja se aventurar no universo audiovisual. Veja alguns modelos que podem ajudar a aumentar as vendas:

1. Vídeos explicativos

Conteúdo explicativo é um excelente formato para os clientes entenderem a empresa ou o produto, além de aumentar a confiança na marca. Convencer sobre a proposta oferecida é um importante passo para o cliente efetuar a compra.

2. Tutoriais

No estilo “faça você mesmo”, esses vídeos estão se tornando cada vez mais populares. São bastante compartilhados nas redes sociais e pode ser uma boa maneira de oferecer seu serviço. Esse estilo de conteúdo ajuda a criar um relacionamento mais próximo com o público e faz com que ele confie na marca.

3. Depoimentos

Independentemente do tipo de negócio, é sempre interessante apresentar depoimentos de clientes satisfeitos com o produto ou a empresa. Esse formato aumenta a confiança dos consumidores, pois demonstra o reconhecimento da marca e os resultados alcançados.



Dicas para fazer seus vídeos

Produzir vídeos não é difícil, nem caro. Um bom smartphone pode fazer materiais de qualidade.

E para quem quer começar a se aventurar com a produção de vídeos, nós temos quatro dicas básicas, mas que vão ajudar muito.

Planejamento e roteiro

O primeiro passo é pensar no objetivo do vídeo. É importante pensar no tema, no público e no tipo de abordagem. Criar um roteiro pode ajudar e evita problemas na hora da gravação. A personagem do vídeo pode, por exemplo, se apresentar, falar um pouco sobre a marca e depois sobre o produto.

Local de gravação

Na hora de gravar, organize um cenário com elementos que tenham relação com o tema do vídeo. E fique atento à iluminação! O local deve estar bem iluminado e com uma decoração agradável.

Áudio

É fundamental que o som do vídeo seja claro e de fácil compreensão. Caso contrário, o consumidor pode perder o interesse no conteúdo, e a comunicação com o público pode ficar comprometida.

Capriche no título do vídeo

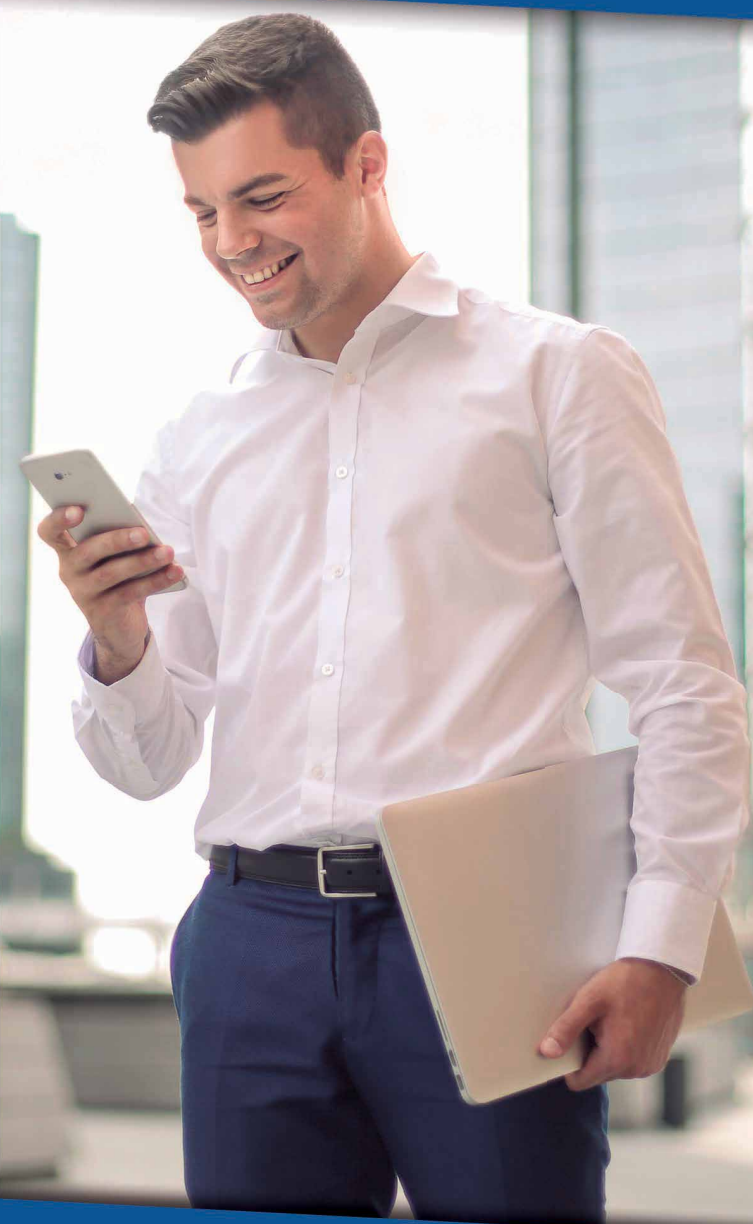
Na hora de pensar em títulos, é importante ser criativo para despertar a atenção do público. Títulos atraentes são fundamentais para aumentar as vendas com vídeos. Tente despertar a curiosidade dos seguidores. Pode ser usado título com perguntas ou títulos que apresentam a solução para o problema de seu público.



+ CURSOS PONTUADOS PELO CFC

A UniFenacon tem novos cursos pontuados pelo Programa de Educação Profissional Continuada do Conselho Federal de Contabilidade (EPC/CFC).

Venha conferir em unifenacon.org.br



Não importa aonde você vá.
A UniFenacon vai com você!



UNI|FENACON
EDUCAÇÃO CORPORATIVA
SISTEMA SESCAP | SESCON

Marketing

para pequenos negócios: possível e necessário

Por Murilo Silvério

O sucesso de qualquer negócio passa pelo marketing. Afinal, de que adiantaria ter o melhor produto ou serviço se o seu público não estiver ciente de seus benefícios? Com as estratégias corretas, é possível criar consciência de marca, aumentar as vendas e gerar fidelização.

No caso das pequenas empresas, é imprescindível encontrar maneiras de otimizar os investimentos em marketing. Nesse sentido, uma dica importante é priorizar os canais que possibilitam investimentos com base em performance e cujos resultados sejam mensuráveis, como é o caso dos canais de mídia digital. Esse tipo de canal permite que os investimentos variem conforme o resultado imediato das ações, além de gerar otimização dos investimentos.

Uma boa iniciativa é investir em programas de fidelidade, algo muito importante e até bastante comum entre as pequenas

empresas. Basta observar a quantidade de estabelecimentos que utilizam os tradicionais cartões de fidelidade para comprovar que essa preocupação dos empreendedores é real.

Porém, para definir a estratégia de fidelização ideal para o seu negócio, o primeiro passo é conhecer bem o seu público. Sorteios ou entregas de brindes podem ajudar na obtenção de dados sobre seus clientes, mas a tecnologia vem facilitando ainda mais esse processo por meio de sistemas de crm (*customer relationship management*), por exemplo.

A base para a aquisição de clientes é proporcionar boas experiências de compra. Ter um bom produto ou serviço e atendimento digno de elogios é o primeiro passo para gerar um movimento espontâneo de divulgação da sua empresa, o chamado boca a boca.

Mas é preciso mais do que isso para atrair um bom volume de novos clientes para o seu negócio. Criar ofertas e ações especiais, combos de venda e sorteios são

sempre ótimas escolhas, mas existem opções ainda mais completas, como o Beblue. Os “cashbacks especiais”, que podem devolver altos percentuais do dinheiro de seu cliente em forma de saldo no aplicativo são ferramentas poderosíssimas para atração de clientes e aumento das vendas.

Mas como conhecer melhor seus consumidores a fim de pôr em prática essas estratégias?

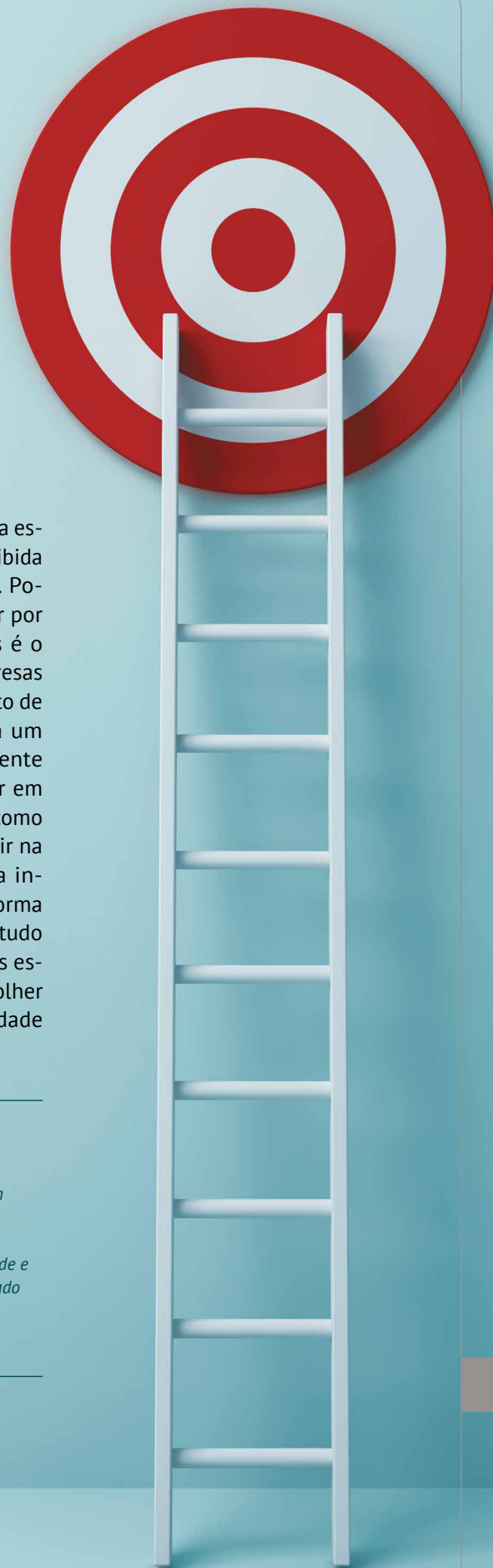
É possível, por exemplo, prever as necessidades do seu público e desenvolver as ações mais adequadas para atendê-las, por meio de uma plataforma de CRM. Para micro e pequenas empresas, pode ser difícil adquirir o sistema em um primeiro momento. Mas a falta de recursos não pode virar uma desculpa para deixar de investir nessa área: até mesmo uma planilha ou um caderno simples podem servir para armazenar os dados mais importantes de seus clientes, como nome, aniversário e informações de contato. As redes sociais também fornecem dados relevantes sobre os gostos

e preferências de seus clientes. Então, não deixe de monitorar as interações nos seus perfis.

Ferramentas que trabalham com a segmentação de clientes também são importantes pois permitem que cada consumidor receba ofertas e mensagens personalizadas, de acordo com seus interesses e histórico de consumo. Com isso, a tendência à compra se torna muito maior. Nesse caso, a integração dos times de marketing, relacionamento com o cliente e tecnologia da informação são essenciais para que as empresas tenham em mãos uma solução completa, analisando, ainda avaliações e comentários de clientes na plataforma. Já é possível encontrar soluções acessíveis que são remuneradas de acordo com o sucesso dos estabelecimentos parceiros, ou seja, que cobram conforme as vendas geradas. Essa é a proposta de ferramentas que vão além dos pontos e buscam uma parceria mais completa com as empresas credenciadas, assim como o Beblue.

Dessa forma, nenhuma estratégia de marketing é proibida para pequenos negócios. Porém, como já foi dito, optar por alternativas mensuráveis é o melhor caminho para empresas que possuem um orçamento de marketing reduzido. Para um negócio local, provavelmente não faria sentido anunciar em mídias de grande alcance, como a TV. Por outro lado, investir na construção de um site na internet pode ser uma boa forma de divulgar a sua marca. É tudo uma questão de analisar as estratégias disponíveis e escolher as mais adequadas à realidade da sua empresa.

Murilo Silvério, CEO do Beblue é engenheiro de produção, formado pela Escola Politécnica (USP), com MBA em Negócios e mestrado em Economia pelo Insper. Tem experiência nas áreas de Qualidade e Financeira e atualmente está focado em Produtos, Crédito, Cobrança e Atendimento ao Cliente.





Como lidar com as emoções no ambiente de trabalho?

Por Márcia Ramires

Autoconhecimento e inteligência emocional são fundamentais para relações equilibradas e saudáveis

Ter um bom currículo, ser fluente em diversos idiomas e possuir competências técnicas. Nada disso basta se o profissional não souber controlar suas emoções no ambiente de trabalho. Cada vez mais, a inteligência emocional tem sido valorizada no mundo corporativo, afinal é ao deparar diversidade de personalidades e situações que as pessoas colocam em xeque seu equilíbrio.

Segundo a psicóloga, coach e fundadora da Viva Desenvolvimento Humano, Márcia Ramires, os sentimentos estão presentes em todos os momentos da vida, aparecem em qualquer lugar ou hora. E, se as pessoas passam a maior parte do dia trabalhando, o ambiente corporativo merece destaque.

“Com o autoconhecimento, você já está desenvolvendo um dos pilares da inteligência emocional,

que é reconhecer as próprias emoções. Então para começar a reconhecê-las é necessário observar quando elas aparecem”, esclarece.

Por isso, ao deparar situações intempestivas no ambiente de trabalho, por exemplo, Marcia aconselha a fazer um mapeamento das emoções. “Experimente anotar por uma semana as circunstâncias e sentimentos que acompanham esse cenário estressante. Depois desse período, faça uma análise e veja os padrões estabelecidos. O próximo passo é gerar ações que ajudem a trabalhar o que sente”, explica.

Outra dica é reparar nos sinais do corpo e se questionar mais. “A respiração mais ofegante diz que algo não está certo, então pare para pensar e identifique o que está acontecendo, note a emoção para gerar uma ação coerente com o que você quer retransmitir. Agir por impulso não ajudará”, pondera.

A importância do autocontrole

O autocontrole é a inteligência emocional em ação. Segundo a psicóloga, viver é saber lidar com as situações, ter o controle de si para impactar o meio em que vive para ter relacionamentos saudáveis. “Nada em excesso faz bem, por isso equilíbrio gera autocontrole, e ele é muito importante para canalização do foco que você quer para sua vida, principalmente para ter sucesso”, afirma.

Autoconhecimento é o caminho

Conhecer-se é um processo longo e, muitas vezes, dolorido. “O que mais tenho identificado é que as pessoas sentem medo de acessar seus próprios medos

e, por isso, se escondem atrás de ‘super-heróis’ que constroem para não acessar as emoções”, explica.

Por outro lado, esse comportamento tem seu preço. Sufocar os sentimentos faz o corpo e a mente enviarem sinais, que podem levar ao desenvolvimento de doenças. “Se todos os anos fazemos checkup para acompanhar a saúde física, por que não fazer a mesma coisa para a saúde emocional? Temos de saber identificar esses indícios no nosso corpo para trabalhá-los”, diz.

A inteligência emocional vai muito além de saber que as emoções existem, para desenvolvê-la é preciso dedicação, constância, comprometimento consigo mesmo e com as pessoas. “O autoconhecimento é o trampolim para que isso aconteça. E pode ser alcançado através de terapia, coaching, hipnoterapia, palestras e workshops sobre o assunto”, ressalta.



Frustrar-se é inevitável

Passar pela vida sem acumular frustrações é praticamente impossível. Até porque é necessário passar por essas situações na vida para entender limites e saber lidar com adversidades. Vivenciar frustrações não é algo negativo, mas sim necessário para o aprendizado.

“Porém, temos de entender que o acúmulo de frustrações não faz bem. Resolver suas questões e entender a mensagem que elas trazem é a grande dica. Não empurre para debaixo do tapete o que está causando frustração, encare a situação como algo necessário e perceba que você, ao tirar os aprendizados, irá fazer diferente em uma próxima oportunidade”, completa.

Márcia Ramires é psicóloga e coach de carreira

REGIÃO SUDESTE

SESCON-ESPÍRITO SANTO

Sescon-ES realiza campanha Descarte legal

A responsabilidade social é uma das bandeiras do Sescon Espírito Santo. Pensando nisso, a entidade lançou a campanha “Descarte legal do lixo eletrônico”.

De acordo com o programa, a sede do sindicato fica aberta para receber computadores, monitores, notebooks, mouses, teclados, celulares, carregadores e insumos de

informática em geral para serem descartados da forma correta, sem prejuízos ao meio ambiente.

O lixo eletrônico gera os chamados resíduos tóxicos, volumosos e de difícil reciclagem. A maioria destes produtos apresenta em sua composição algumas substâncias perigosas e sua disposição no solo, em aterros ou lixões, coloca em risco a saúde e o meio ambiente. Portanto, é necessário um tratamento diferenciado que requer a utilização de tecnologias avançadas.



SESCON-MINAS GERAIS

relação ao Registro Automático da Junta Comercial de Minas Gerais, uma inovação tecnológica para acelerar a abertura e o encerramento de empresas.

O objetivo desse novo processo é permitir que o empreendedor mineiro tenha maior agilidade e eficiência na análise e aprovação de processos na Jucemg.

A diretora de Registro Empresarial da Jucemg, Lígia Xenex, e o diretor de Gestão da Informação e Modernização, Henrique Peixoto Petrocchi da Costa, esclareceram as dúvidas dos participantes e levaram sugestões de melhoria ao sistema implantado.

O presidente da Jucemg, Bruno Selmi Dei Falci, e o vice-presidente da Jucemg e também presidente do Sescon-MG, Sauro Henrique de Almeida, reafirmaram sua disponibilidade para promover outras reuniões com a classe contábil a fim de instruir melhor os usuários do sistema automático.

Registro automático da Junta Comercial é tema de encontro no Sescon-MG

O Sescon-MG promoveu café com os contabilistas para esclarecer as principais dúvidas e dificuldades em



SESCON-RIO DE JANEIRO

Sescon-RJ promove 8ª Mulher Empresária

O 8ª Mulher Empresária foi realizado pelo Sescon-RJ, no final do mês de março. Cinco palestras trataram de temas como produtividade empresarial e bem-estar físico e mental. Mindfulness; O feminino, sua saúde, prevenção, cuidados e empoderamento; Planejamento eficaz usando a mente e as ferramentas certas; Comece com o por quê e Como administrar o seu maior patrimônio foram os temas debatidos.

Além da diretoria da entidade, participaram do evento o vice-presidente da Região Sudeste da Fenacon, Jacintho Ferrighetto, e o presidente do CRC-RJ, Waldir Ladeira.

Sescon Tupã realiza 3ª edição do Bolo Tributário

O Sescon Tupã e Região, em parceria com a Associação Empresarial e o apoio da Rádio Transamérica de Tupi Paulista, realizou a terceira edição do Corte do Bolo Tributário, em Tupi Paulista.

O evento contou com a participação de associados, filiados e colaboradores das categorias de contabilidade



e de assessoramento, além da presença de órgãos públicos, como o Banco do Povo e a Contabilidade da Câmara Municipal.

REGIÃO SUL

Declare Certo é promovido pelo Sescap-Ldr

A campanha Declare Certo, que auxilia a população com os principais questionamentos sobre o Imposto de Renda, foi promovida pelo Sescap Londrina no Lago Igapó II, na ExpoLondrina e na cidade de Bandeirantes, base territorial da entidade.

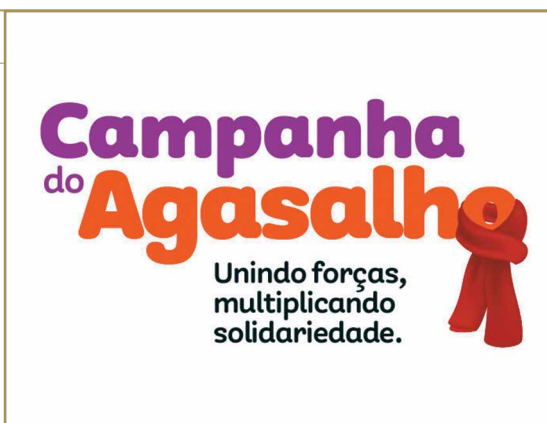
Em todos os locais os diretores do Sescap-Ldr se revezaram para tirar as dúvidas referentes à Declaração do Imposto de Renda Pessoa Física 2019. O evento teve o apoio dos acadêmicos do curso de Ciências Contábeis da Inesul, e na ExpoLondrina a parceria contou também com a participação do Sicoob.



Sescon-SC promove Campanha do Agasalho

A realização de campanhas sociais integra o calendário do Sescon-SC, que promove ações durante todo o ano envolvendo a entidade e seus representados. Em 2019 já foram realizadas novas ações sociais, além das tradicionais campanhas de arrecadação de alimentos, produtos de higiene e limpeza durante as palestras promovidas pela entidade.

Uma dessas novas iniciativas é a Campanha do Agasalho. Utilizando-se de toda a estrutura das diversas regionais do Sescon-SC por todo o estado, a entidade receberá doações de roupas de inverno que serão distribuídas



para entidades assistenciais das próprias regiões onde foram arrecadadas. Serão quase 20 entidades e centenas de pessoas beneficiadas.



Fenacon e Sesccon-RS conquistam vaga na JucisRS

O governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite, nomeou os vogais que comporão a Junta Comercial,

Industrial e de Serviços do Rio Grande do Sul (JucisRS) nos próximos quatro anos. O Sesccon-RS está presente com as diretoras Ana Paula Mocelin (titular) e Lúcia Elena Haas (suplente) em vaga destinada à Fenacon.

A definição de uma cadeira para a Federação Nacional, fato inédito, é uma conquista para as empresas contábeis gaúchas que, de forma direta, têm seu espaço na autarquia. “O governo do estado demonstra que está preocupado em ocupar um importante órgão de maneira técnica, com profissionais qualificados para as demandas, que vivem o dia a dia da JucisRS e sabem como atender aos interesses da sociedade”, ratifica o presidente do Sesccon-RS, Célio Levandovski.

SESCAP-PARANÁ



Alceu Dal Bosco é recebido pelo vice-governador do Paraná

O presidente do Sescap-PR, Alceu Dal Bosco, participou de encontro com o contador e vice-governador do Paraná, Darci Piana, no Palácio Iguazu, em Curitiba.

Durante o encontro, os líderes trataram de assuntos institucionais e de projetos em andamento na esfera estadual voltados às empresas de serviços. A visita ocorreu no dia em que o governador Carlos Massa Ratinho Junior assinou decreto que prorroga os benefícios fiscais



do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) ao setor produtivo de todo o estado.

Dal Bosco elogiou a iniciativa e destacou que “são medidas fundamentais para o aumento da competitividade e, conseqüentemente, para o desenvolvimento econômico do estado”.

SESCON-SERRA GAÚCHA



Noite para celebrar a qualidade das empresas contábeis gaúchas

O Programa de Qualidade Contábil do Rio Grande do Sul (PQC-RS) reconheceu, no mês de março, 49 empresas em solenidade ocorrida em Porto Alegre. O PQC-RS é uma iniciativa do Sesccon Serra Gaúcha e do Sesccon-RS, que, por meio de capacitações e auditorias, analisa o grau de maturidade de gestão das empresas, ao longo de um ciclo de aproximadamente um ano.

O presidente da Fenacon, Sérgio Approbato Machado Junior, esteve na capital gaúcha para prestigiar o evento e saudar a qualificação das empresas reconhecidas. Os presidentes anfitriões Joacir Reolon e Célio Levandovski ressaltaram a importância do programa e a eficiência dos



Célio Levandovski, presidente do Sesccon-RS; Sérgio Approbato, presidente da Fenacon, e Joacir Reolon, presidente do Sesccon Serra Gaúcha

resultados alcançados, em que os desafios e as necessidades de renovação fazem com que as empresas contábeis se destaquem no mercado. Confira a lista de todas as empresas reconhecidas. - <https://www.pqcrs.com.br/empresas>



SESCON-GRANDE FLORIANÓPOLIS

IRPF é tema de encontros com contadores

O Sesccon-GF realizou encontros regionais nas sete cidades de maior público da região para falar aos contadores associados questões sobre o Imposto de Renda Pessoa Física. O presidente Darley Grando e o vice-presidente André Marquart rodaram as cidades regionais para abordar dúvidas e dicas sobre como facilitar o processo de trabalho dos escritórios no período de maior movimento de clientes do ano.

Nas palestras, os representantes do Sesccon-GF trocaram experiências sobre os problemas enfrentados, além de meios para facilitar o envio das declarações.

REGIÃO NORDESTE



SESCAP-ALAGOAS

Sescap homenageia mães do estado

Celebrado em diversas partes do mundo, o Dia das Mães foi comemorado pelo Sescap Alagoas, que distribuiu rosas e homenageou as mães do estado. O intuito do sindicato foi prestigiar a entrega e a dedicação das mães.

SESCAP-BAHIA

Sescap Bahia se reúne com secretário de Desenvolvimento Econômico de Camaçari

Os contadores Emérisson e Jackline, diretores do Sescap-BA, além dos contadores de Camaçari associados ao Sescap, se reuniram com o secretário de Desenvolvimento Econômico de Camaçari, Waldir Freitas. O intuito do encontro era eliminar algumas burocracias exigidas pela secretaria, que é responsável pela concessão de alvarás de funcionamento e outras licenças municipais.

O secretário prometeu envidar esforços junto à Sedur para respeitar a legislação, mas sem prejudicar a atividade econômica do município, que sofre a desaceleração da economia.



A atuação do Sescap-BA visa a alcançar uma economia menos burocrática e mais acessível aos pequenos negócios



Café & Negócios aborda estratégias digitais com foco nas empresas contábeis

O evento Café & Negócios, promovido pelo Sescap-PE, debateu, no mês de maio “Estratégias Digitais: novos meios para alavancar os resultados das empresas de contabilidade de forma prática e inovadora”. O evento foi realizado no Virtua Shopping Recife, em Boa Viagem.



SESCAP-PERNAMBUCO

O palestrante foi Amad Bucar, mentor de executivos e empresas, com experiência em gestão e condução de projetos de revitalização com foco na transformação digital de diversos segmentos de negócios.

“A era digital já nos mostrou uma série de transformações, só que existe uma dimensão que vai além da área tecnológica. A questão gerencial, as novas estratégias, e o mundo do marketing digital, por exemplo, estão envolvidos no que chamamos de transformação digital”, esclareceu Bucar.

Para Ítalo Mendes, presidente do Sescap-PE, o mundo dos negócios está mudando e o empresário contábil precisa estar preparado para esta mudança. “A temática trazida hoje é muito importante. Espero que possa despertar o interesse das pessoas e que prepare o empresário ou o associado contábil para vender soluções para os clientes em geral de forma eficiente”, comentou.

SESCAP-CEARÁ

Dia do Profissional Contábil é comemorado pelo Sescap-CE

O Sescap Ceará participou, com as principais entidades contábeis do estado, das comemorações do Dia do Profissional Contábil. A programação contou com eventos para ressaltar a relevância da atuação dos profissionais da contabilidade na sociedade.

O intuito do Sescap-CE é inovar e realizar eventos de forma inteligente, com baixo custo e objetivando aproximar,



ainda mais, os associados, reforçando a necessidade de união e ações em conjunto de forma contínua.

REGIÃO NORTE

SESCON-RORAIMA



Boa Vista recebeu a Campanha Declare Certo

Boa Vista recebeu a Campanha Nacional Declare Certo, evento criado pela Fenac e organizado no estado pelo Sesccon Roraima, com o objetivo de orientar a população sobre o preenchimento da Declaração de Imposto de Renda Pessoa Física.

Neste ano, as principais dúvidas da população foram sobre rendimentos do trabalho e outros rendimentos que devem ser declarados, além de renda de dependentes, pensão, aposentadoria e a forma correta de se declarar imóveis.



Diretores do Sesccon-RR, Paulo Rogério, Evaldo Freitas, Socorro Progenio, Elisângela Cirino, Audry Torres e a presidente, Lo-Ruhama Gaia, com a presidente do CRC-RR, Palmira Leão e Ailton Abreu, secretário executivo do Sesccon

REGIÃO CENTRO-OESTE

SESCON-GOIÁS

Sescon Goiás atende 2 mil contribuintes na campanha Declare Certo 2019

Durante todo o período de declaração do Imposto de Renda 2019, o Sescon Goiás atendeu cerca de dois mil contribuintes pela internet e pelas redes sociais. As principais dúvidas sobre o IRPF também foram esclarecidas por meio de diversas entrevistas concedidas a publicações de artigos acerca do IR.

A ação gratuita deste ano contou com o apoio de toda a diretoria da casa. Segundo o presidente Edson Cândido Pinto, a união de forças para ajudar toda a sociedade



que teve alguma dúvida sobre o IRPF é o propósito do projeto Declare Certo. "Todos nós respondemos dúvidas, com esclarecimentos cabíveis e a atenção devida ao contribuinte. O Sescon Goiás tem prazer em ajudar e sempre estaremos de portas abertas a quem precisa", destaca.



SESCON-DISTRITO FEDERAL

Sescon-DF realiza eventos e debates

Para debater a Escrituração Contábil Digital o Sescon-DF promoveu evento com a presença de Ângelo Márcio Leandro da Costa, especialista da área.

O Sescon ainda realizou o 4º Evento do Dia das Mães, com palestras com a dra. Darleide Alves, apresentadora dos programas de TV Sem Tabus e Consultório de Família, e com a especialista em consultoria e educação financeira de mulheres Catharina Sacerdote.

SESCON-MATO GROSSO DO SUL

Sescon-MS e CRC-MS debatem atendimento aos profissionais da contabilidade

Representantes do Sescon-MS e do CRC-MS se reuniram com integrantes da Delegacia da Receita Federal do Brasil de Campo Grande (MS) para debater o atendimento prestado pelo órgão no Centro de Atendimento ao Contribuinte e no site da instituição, principalmente a falta de agendamento, já que a solicitação de serviços no órgão precisa ser agendada e, nos últimos meses, profissionais não conseguiam realizar esse procedimento, devido à falta de agenda da RF.

Segundo o presidente do Sescon-MS, Roberto Amorim, a Receita Federal se mostrou interessada em resolver o problema. "O atendimento está comprometido e a Receita



Integrantes do Sescon-MS e do CRC-MS oferecem orientação gratuita na 7ª edição da campanha

se mostrou bastante sensível às dificuldades que os profissionais estão enfrentando", avaliou.

MANIFESTAÇÃO DOS LEITORES

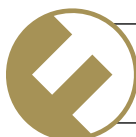


Fenacon apresenta pleitos sobre eSocial à Receita Federal

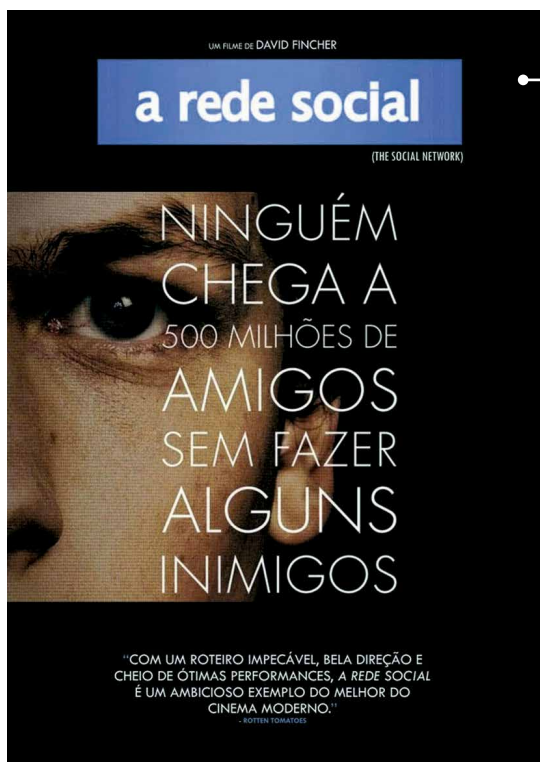
Ótimo pleito! Agradecemos pela representação que vem fazendo à área contábil! Estamos juntos nessa luta para melhoria dos processos e obrigações nas empresas!
Thiago Thuler – Sedan Contabilidade

Obrigado e parabéns pela atitude válida. Precisamos reduzir as burocracias sem resultados práticos, para contribuintes e órgãos de arrecadação.

Gaitano Antonaccio



Participe você também da **Revista Fenacon!** Comentários, sugestões e desabafo podem ser enviados para o e-mail: comunica@fenacon.org.br | Siga-nos: Twitter: [@fenaconfed](https://twitter.com/fenaconfed) | Facebook: [sistemafenacon](https://facebook.com/sistemafenacon)



VIDEOTECA

Ao ser deixado pela namorada, Mark Zuckerberg (Jesse Eisenberg) cria um site para difamar a sua ex-companheira e as estudantes de Harvard, universidade em que estudava na época.

Com o sucesso da página, o nerd começa a trabalhar no desenvolvimento de um site de relacionamentos e, anos mais tarde, se torna o mais jovem bilionário da história com o sucesso da rede social Facebook. O sucesso, no entanto, o leva a complicações em sua vida social e profissional e ele se torna alvo de um processo milionário envolvendo a criação do site que mais tarde viria a ser o Facebook. Ele enfrenta os gêmeos Cameron e Tyler Winklevoss (Armie Hammer) e o brasileiro Eduardo Saverin (Andrew Garfield).

Com diálogos densos, o filme de David Fincher (diretor de *O clube da luta*) desenha os contornos de como a sociedade vem lidando com a informação e com as relações que estabelecemos uns com os outros.

A rede social

Ano: 2010 (Biografia, Drama)

Direção: David Fincher

Veja o trailer do filme na edição digital da revista



BIBLIOTECA

Me poupe! 10 passos para nunca mais faltar dinheiro no seu bolso, de Nathalia Arcuri

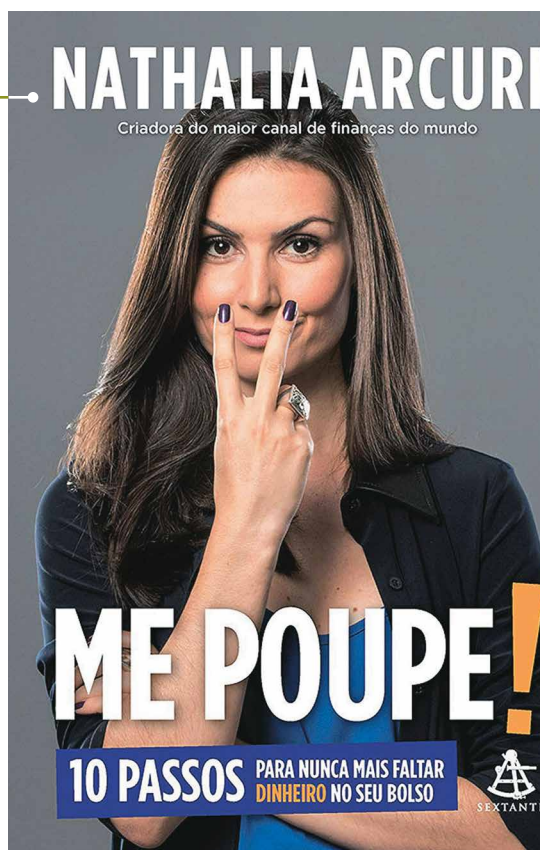
Como economizar no dia a dia? Quais são os melhores e os piores investimentos? Para responder perguntas como essas, Nathalia Arcuri atravessou o universo digital e lança o livro *Me poupe! 10 passos para nunca mais faltar dinheiro no seu bolso*.

Desde 2015, a jornalista tem o canal *Me poupe!* no Youtube, com mais de 1,5 milhão de inscritos, falando sobre finanças e investimentos com uma linguagem leve, fácil e bem-humorada.

Em seu livro, a autora apresenta exemplos práticos, situações reais, planilhas e exercícios para auxiliar os leitores a poupar e investir de forma inteligente e certa.

Ano de publicação: 2018, 1ª edição

Preço sugerido: R\$ 34,90

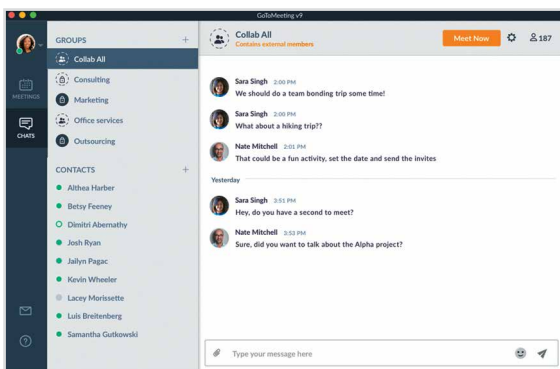


APLICATIVO



GoToMeeting

Disponível para: Android, iOS



Aplicativo criado para realizar reuniões a distância, o GoToMeeting é de simples uso, intuitivo e garante qualidade durante as videoconferências.

Com ele, é possível realizar reuniões on-line com até 250 usuários simultâneos (de acordo com o plano), com apresentação de documentos durante a reunião, compartilhando o controle do mouse e do teclado para que se possa destacar ou desenhar itens direto na tela.

Acessada pelo desktop ou smartphones, a ferramenta oferece uma série de recursos, mesmo na versão gratuita.

SESCAP-ACRE

Presidente: James Clei Laurindo G. Serra
End.: Rua Marechal Deodoro 197 - Galeria Rio Branco, 1º andar Sala 02, Bairro Centro - Rio Branco/AC
CEP: 69900-210 - Telefone: (68) 3244-1005
www.sescapac.org.br - sescapac@hotmail.com
Cód. Sindical: 002.365.97974-7

SESCAP-ALAGOAS

Presidente: Carlos Henrique do Nascimento
Rua Rivadávia Carneáua, 880, Empresarial Belo Horizonte, Sala 107 - Pinheiro - Maceió/AL
CEP: 57057-260 - Tel: (82) 3223-2503
atendimentosescapal@gmail.com - www.sescapal.org.br
Cód. Sindical: 002.365.89638-8

SESCAP-AMAPÁ

Presidente: Joana D'arc Tork de Oliveira
End.: Avenida Feliciano Coelho, 1989 - Santa Rita - Macapá
Cep: 68901-285 - Macapá/AP - Tel: (96) 3222-9604
secretaria@sescapap.org.br - www.sescapap.org.br
Cód. Sindical: 002.365.00000-7

SESCON-AMAZONAS

Presidente: Cleide Rodrigues Barreto Matheus
End.: Rua Maria Quitéria (antiga Rua 09), nº 324, Conjunto Castelo Branco, Parque Dez de Novembro Manaus/AM - CEP: 69055-270
Telefone: (92)3304-1257 / 3234-1909
sescconam@fenacon.org.br - www.sescconam.org.br
Cód. Sindical: 002.365.91072-0

SESCAP-BAHIA

Presidente: Altino do Nascimento Alves
End.: Av. Antonio Carlos Magalhães, 2.573, sala 1.205/6, Ed. Royal Trade, Candeal de Brotas CEP: 40280-902 - Salvador/BA - Tel.: (71) 3452-4082
sescapba@sescapbahia.org.br - www.sescapbahia.org.br
Cód. Sindical: 002.365.90858-0

SESCON-BAIXADA SANTISTA

Presidente: Roberto Pereira da Silva
End.: Av. Conselheiro Nébias, 592, Boqueirão CEP: 11045-002 - Santos/SP-Tel.: (13) 3222-4839
sescconbs@sescconbs.org.br - www.sescconbs.org.br
Cód. Sindical: 002.365.97194-0

SESCON-BLUMENAU

Presidente: Nelson José Mohr
End.: Rua 15 de Novembro, 759, Ed. Hering, Shopping H, 4º andar, SL 403 a 405 - CEP: 89010-902 Blumenau/SC - Tel.: (47) 3326-0236 / (47) 3326-3401
secretaria@sescconblumenau.org.br
www.sescconblumenau.org.br
Cód. Sindical: 002.365.89502-0

SESCON-CAMPINAS

Presidente: Rodrigo Abreu Gonzales
End.: Rua Prof. Dr. Euryclides de Jesus Zerbini, 1815, (entrada portão 1 e 4 da PUC) - Pq. Rural Faz. Sta. Cândida CEP: 13087-571 - Campinas/SP - Tel.: (19) 3239-1845
atendimento@sescconcampinas.org.br
www.sescconcampinas.org.br
Cód. Sindical: 002.365.97193-2

SESCAP-CAMPOS GERAIS

Presidente: Rita de Cássia Dias Gomes
End.: Rua Comendador Miró, nº 860, 2º andar - Centro CEP: 84010-160 - Ponta Grossa/PR - Tel.: (42) 3027-1096 / (42) 3028-1096
www.sescapcpg.com.br - contato@sescapcpg.com.br
Cód. Sindical: 002.365.91178-6

SESCAP-CEARÁ

Presidente: Gilson Silva de Castro
End.: Rua Eduardo Sabóia, 399 - Papicu CEP: 60175-145 - Fortaleza/CE - Tel.: (85)3273-2255
secretaria@sescapce.org.br - www.sescapce.org.br
Cód. Sindical: 002.365.88157-7

SESCON-DISTRITO FEDERAL

Presidente: Marco Aurélio Torres Gomes de Sá
End.: SCS Qd. 2 Bloco B Edifício Palácio do Comércio 3º andar Salas 310/311 - CEP: 70318-900 - Brasília/DF
Tel.: (61) 3226-1269 - sesccondf@sesccondf.org.br
www.sesccondf.org.br
Cód. Sindical: 002.365.04303-2

SESCON-ESPÍRITO SANTO

Presidente: Dolores de Fátima Moraes Zamperlini
End.: Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 99, Ed. Esplanada Beira Mar - Térreo - Centro CEP: 29010-300 - Vitória/ES - Tel.: (27) 3434-4050
sesccon@sesccon-es.org.br - www.sesccon-es.org.br
Cód. Sindical: 002.365.04904-9

SESCON-GRANDE FLORIANÓPOLIS

Presidente: Darley Antonio Grandio
End.: Av. Rio Branco, 533 - 7º andar - Centro CEP: 88015-201 Florianópolis/SC - Tel.: (48) 3222-1409
sesccon@sesconfloripa.org.br
sescconfgf.com.br
Cód. Sindical: 002.365.88511-4

SESCON-GOÍÁS

Presidente: Edson Cândido Pinto
End.: Rua 107, nº 23, Qd. F22, Lote 03 - Setor Sul CEP: 74.085-060 - Goiânia/GO - Tel.: (62) 3091-5051
sesccongoias@sesccongoias.org.br - www.sesccongoias.org.br
Cód. Sindical: 000.365.05474-7

SESCAP-LONDRINA

Presidente: Marcelo Odetto Esquiante
End.: Rua Piauí, Nº 72, 2º andar - Ed Itamaraty Centro - CEP: 86010-420 - Londrina/PR
Tel.: (43) 3329-3473 - gerencia@sescapldr.com.br
www.sescapldr.com.br
Cód. Sindical: 002.365.90169-1

SESCAP-MARANHÃO

Presidente: Gilberto Alves Ribeiro
End.: Rua das Juçaras, Quadra 43, Nº 13 Jardim Renascença - CEP: 65075-230 - São Luiz/MA
Tel.: (98) 3236-1402 - recepcao@sescapma.com.br
www.sescapma.com.br
Cód. Sindical: 002.365.90023-7

SESCON-MATO GROSSO

Presidente: Amauri Menacho
End.: Travessa do Rosário (Roza), 47, Lixeira Cuiabá/MT - CEP: 78.008-585 - Tel.: (65) 3634-8371
adm@sesccon-mt.com.br - www.sesccon-mt.com.br
Cód. Sindical: 002.365.86025-1

SESCON-MATO GROSSO DO SUL

Presidente: Roberto Arruda de Amorim
End.: Avenida Mato Grosso, 2170, Jardim dos Estados, CEP: 79020-201 - Campo Grande/MS
Tel.: (67) 3029-6094 - sescconms@sescconms.org.br
www.sescconms.org.br
Cód. Sindical: 002.365.87924-6

SESCON-MINAS GERAIS

Presidente: Sauro Henrique de Almeida
Endereço: End.: Av. Afonso Pena, 748, 24º andar, Centro CEP: 30130-003 - Belo Horizonte/MG
Tel: (31) 3207-1700 - faleconosco@sesccon-mg.com.br
www.sesccon-mg.com.br
Cód. Sindical: 002.365.04937-5

SESCON-PARÁ

Presidente: Mario Elísio de Melo Gusmão
End.: Av. Pres. Vargas, 158, 11º Andar, SL 1101, Ed. Antonio Martins Junior - CEP: 66010-000 Belém/PA - Tel.: (91) 3212-2558
administrativo@sesccon-pa.org.br
www.sesccon-pa.org.br
Cód. Sindical: 002.365.90145-4

SESCON-PARÁIBA

Presidente: Abelci Daniel de Assis Filho
End.: Av. João Machado, nº 849, sala 401 - Centro CEP: 58013-520 - João Pessoa/PB
Tel.: (83) 3221-4202
sescconpb@sescconpb.org.br
www.sescconpb.org.br
Cód. Sindical: 002.365.90755-0

SESCAP-PARANÁ

Presidente: Alceu Dal Bosco
End.: Rua Marechal Deodoro, 500, 11º andar, Edifício Império, Centro - CEP: 80010-911 Curitiba/PR - Tel.: (41) 3222-8183
sescap-pr@sescap-pr.org.br
www.sescap-pr.org.br
Cód. Sindical: 002.365.88248-4

SESCAP-PERNAMBUCO

Presidente: Ítalo de Melo Mendes
End.: Rua José Aderval Chaves, 78, 4º andar, salas 407/8, Boa Viagem - CEP: 51111-030 - Recife/PE
Tel.: (81) 3467-7499 - sescapce@sescapce.org.br
www.sescapce.org.br
Cód. Sindical: 002.365.88145-3

SESCON-PIAUI

Presidente: José Raulino Castelo Branco Filho
End.: Av. José dos Santos e Silva, 2.090 Sala 102 - Centro/Sul, Teresina/PI
CEP: 64001-300 - Tel.: (86) 3221-9557
sescconpiaui@sescconpiaui.org - www.sescconpiaui.org
Cód. Sindical: 002.365.90801-7

SESCON-RIO DE JANEIRO

Presidente: Renato Mansur
End.: Av. Passos, 120, 6º e 7º andares, Centro - CEP: 20051-040 - Rio de Janeiro/RJ
Tel.: (21) 2216-5353 - sescconrj@sesccon-rj.org.br
www.sesccon-rj.org.br
Cód. Sindical: 002.365.86767-1

SESCON-RIO GRANDE DO NORTE

Presidente: Max Rocha de Medeiros
End.: Rua Romualdo Galvão, 470 - Barro Vermelho CEP: 59022-100 - Natal/RN-Tel.: (84) 3201-0708
sescconrj@sescconrn.com.br - www.sescconrn.com.br
Cód. Sindical: 002.365.91069-0

SESCON-RIO GRANDE DO SUL

Presidente: Célio Luiz Levandovsky
End.: Rua Augusto Severo, 168, São João CEP: 90240-480 - Porto Alegre/RS - Tel.: (51) 3343-2090
sesccon-rs@sesccon-rs.com.br - www.sesccon-rs.com.br

SESCAP-RONDÔNIA

Presidente: Alcides Marques de Souza
End.: Rua Afonso Pena, 161 - Ed. Exec. Shopping - sl 10 CEP: 76801-080 Porto Velho/RO - Tel.: (69) 3223-7577
sescapro@sescaprio.org.br - www.sescaprio.org.br
Cód. Sindical: 002.365.91126-3

SESCON-RORAIMA

Presidente: Lo-Ruhama Pereira Gaia
End.: Rua Jair Alves dos Reis, 118 - Jardim Floresta CEP: 69312-148 - Boa Vista/RR - Tel.: (95) 3624-4588
secretaria@sescconrr.org.br - www.sescconrr.org.br
Cód. Sindical: 002.365.04959-6

SESCON-SANTA CATARINA

Presidente: Claudinei Bertotto
End.: Avenida Dr. Albano Schulz, nº 815 - Ed. Aeon Business Le Village, 1º andar - Centro - CEP: 89201-220 Joinville/SC - Tel.: (47) 3433-9849
sescconsc@sescconsc.org.br - www.sescconsc.org.br
Cód. Sindical: 002.365.02808-4

SESCON-SÃO PAULO

Presidente: Reynaldo Pereira Lima Jr
End.: Av. Tiradentes, 960, Luz - CEP: 01102-000 - São Paulo/SP
Tel.: (11) 3304-4400 - sescconsp@sesccon.org.br
www.sesccon.org.br
Cód. Sindical: 002.365.86252-7

SESCAP-SERGIPE

Presidente: Gleide Selma Santos
End.: Rua Jacintho Uchôa de Mendonça nº 126 Gragerú - CEP: 49026-160 - Aracaju/SE
Tel.: (79) 3214-0722 - sescapse@infonet.com.br
www.sescap-se.org.br
Cód. Sindical: 002.365.04999-5

SESCON-SERRA GAÚCHA

Presidente: Joacir Luis Reolon
End.: Rua Ítalo Victor Bersani, 1.134, Jardim América CEP: 95050-520 - Caxias do Sul/RS - Tel.: (54) 3228-2425
administrativo@sescconserragaucha.com.br
www.sescconserragaucha.com.br
Cód. Sindical: 002.365.87490-2

SESCON-SUDOESTE GOIANO

Presidente: Sidenilson Filgueira dos Santos
End.: Rua Fortunato de Castro, Qd. 83 Lt 01/12, Setor Morada do Sol Rio Verde/GO CEP 75908-740
Tel.: (64) 3621-1730 - sesccon@sescconsudoeste.org.br
www.sescconsudoeste.org.br

SESCON-SUL FLUMINENSE

Presidente: Antônio José Costa
End.: Rua Oroszimbo Ribeiro, 14 - sala 201 a 203 - 2º andar em cima da padaria Super Pão - Centro - CEP 27350-420 Barra Mansa/RJ - Tel.: (24) 3322-5627
sescconsulfluminense2@hotmail.com
Cód. Sindical: 002.365.05022-5

SESCAP-TOCANTINS

Presidente: Flávio Azevedo Pinto
End.: Quadra 110 Norte, Avenida JK, Lote 23, Sala 203, Plano Diretor Norte - Palmas/TO - CEP: 77006-130
Tel.: (63) 3224-7194
sescap@sescapto.org.br - www.sescapto.org.br
Cód. Sindical: 002.365.91124-7

SESCON-TUPÁ

Presidente: José do Carmo Bastos
End.: Rua Chavantes, nº 802 - Centro - Tupã/SP
CEP: 17600-430 - Tel.: (14) 3496-3164
sesccontupa@sesccontupa.org.br - www.sesccontupa.org.br
Cód. Sindical: 002.365.90844-0

O Certificado Digital Fenacon|CD é para...



todos!
todos!
todos!



FENACON|CD
CERTIFICAÇÃO DIGITAL
SISTEMA SESCOAP | SESCOB

Certificado Digital é FENACON|CD
www.fenaconcd.com.br



18^a
CONESCAP
VITÓRIA ▶ ESPÍRITO SANTO
13 - 14 - 15 | Novembro | 2019

“A EVOLUÇÃO DAS TRANSFORMAÇÕES E SEUS IMPACTOS NO SETOR DE SERVIÇOS”

Confira a programação e

os palestrantes no site

conescap.com.br



Disponível em:

