



## Boas práticas de gestão dependem de automação e tecnologia

Num mercado cada vez mais competitivo, nenhuma empresa pode se dar ao luxo de perder tempo, dinheiro e informações por falta de estrutura tecnológica. Com o processo de transformação digital em curso, surgem novos recursos com funcionalidades e preços que atendem às necessidades de negócios de todos os portes e segmentos. Algumas soluções, como softwares online e aplicativos, podem ser usados gratuitamente.

A adesão à tecnologia traz rapidez na tomada de decisão, melhora a eficiência de diversas áreas e torna o empreendimento mais competitivo. Também impacta no desenvolvimento das estratégias empresariais, ao dar às empresas a oportunidade de repensar o uso dessas ferramentas tecnológicas e, até, mudar o próprio modelo de negócio aproveitando o potencial de novas tecnologias.

### Investimento bem pensado

Antes de aderir às novas tecnologias, os gestores precisam alinhar as ferramentas com as estratégias do negócio. Se a empresa pretende ganhar mercado, precisa investir em tecnologia de marketing digital, se quer aumentar a eficiência, o investimento deve ser em tecnologias que reduzam custo ou melhorem a análise de dados, e assim por diante.

Só depois desse planejamento é que se entra na fase de avaliação dos potenciais fornecedores, levando em conta preço, capacidade técnica comprovada, prazo e reputação no mercado.

Há, ainda, dois outros cuidados fundamentais. O primeiro é a necessidade de integração entre a nova tecnologia contratada e os sistemas já utilizados na empresa. Descobrir que as plataformas não se conversam durante a fase de implantação é jogar fora tempo,

dinheiro, esforço e motivação dos colaboradores envolvidos, além dos demais recursos investidos até então.

O segundo ponto essencial é o treinamento dos profissionais que irão implantar e utilizar os novos sistemas. A capacitação ajuda a diminuir a resistência à mudança, comum nessas situações, e permite aos colaboradores dominarem todos os novos recursos para que possam utilizá-los com a máxima eficiência.

### Seis áreas beneficiadas pela tecnologia

Para pequenas e médias empresas, há um conjunto de ferramentas gratuitas ou de custo bastante reduzido que auxiliam em diferentes processos da gestão. Confira!

#### Gestão

- **Bitrix24, Bling!, Market Up e Omie:** sistemas de gestão para pequenas e médias empresas. O primeiro contempla, inclusive, recursos humanos.
- **Conta Azul, Nibo e Quickbooks:** sistemas de gestão focados em soluções para a área financeira.
- **Lite Free:** sistema de gestão gratuito para quem emite até 20 notas fiscais por mês.

#### Gerenciamento de projetos, processos e produtividade

- **Trello:** aplicativo online para gerenciamento de projetos e organização da rotina.
- **TinyERP:** desenvolvido para padronizar processos e aumentar a eficiência da operação.

#### Gestão de dados

- **Refinaria de dados:** desenvolvido para análise de dados a fim de melhorar a tomada de decisões.

#### Comunicação interna

- **Slack:** software de comunicação que integra equipes de trabalho em um único canal, facilitando a interação e a produtividade.

#### Compartilhamento de documentos

- **Google Drive:** serviço de armazenamento e envio de documentos.

#### Análise de dados de sites

- **Google Analytics:** ferramenta para analisar o desempenho de sites e aplicativos, auxiliando no monitoramento dos visitantes das páginas.

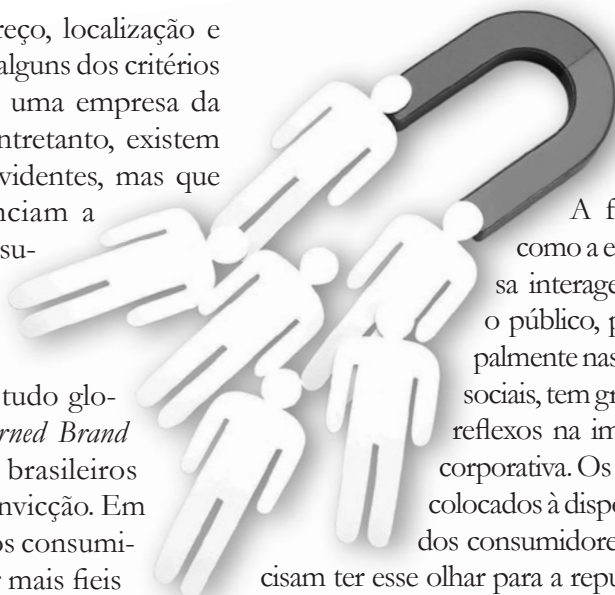
Qualidade, preço, localização e atendimento são alguns dos critérios que diferenciam uma empresa da concorrência. Entretanto, existem fatores menos evidentes, mas que também influenciam a escolha dos consumidores. É o caso do posicionamento da marca.

Segundo o estudo global *Edelman Earned Brand* 2018, 69% dos brasileiros compram por convicção. Em outras palavras, os consumidores podem ser mais fieis às marcas que compartilham dos mesmos valores e propósitos que os seus e, da mesma forma, boicotar as que contrariam suas expectativas ou têm práticas incompatíveis com seus discursos.

Saber lidar com esses extremos é fundamental para a companhia conquistar novos clientes e manter a credibilidade, que é determinante no momento da escolha. Entre dois produtos ou serviços, as pessoas optam por aquele em que confiam.

Por isso, não se pode negligenciar a reputação da marca, um processo de construção diário e que não tem fim, porque se baseia na qualidade do produto, na relação com o público e na transparência.

O posicionamento da marca deve ser uma construção interna. Também precisa ser consistente com o propósito, os valores e a prática da empresa, senão repercute como uma mentira. Assim, o desafio das empresas é manter a coerência e o alinhamento entre todos os colaboradores e representantes da marca nos mais diversos canais de contato com o público. E só há um modo de conseguir isso: sendo transparente.



A forma como a empresa interage com o público, principalmente nas redes sociais, tem grandes reflexos na imagem corporativa. Os canais colocados à disposição dos consumidores precisam ter esse olhar para a reputação da empresa e ser bem gerenciados. Sair

publicando conteúdo sem a preocupação em ouvir pode tornar o cliente um detrator da marca. Apagar comentários negativos, deixar perguntas sem respostas, não responder em tempo hábil e não oferecer atendimento pós-vendas são os principais erros cometidos nessa comunicação.

Outro cuidado importante é o de conscientizar os colaboradores sobre a postura adequada nas redes sociais pessoais. A empresa não pode proibir que um empregado divulgue que trabalha lá, mas pode treiná-lo e elaborar um manual de conduta para orientá-lo sobre como desvincular suas publicações da imagem corporativa.

## 6 formas de receber feedback de seus clientes

Todos os consumidores podem contribuir para o aperfeiçoamento de seu produto ou serviço. Veja algumas formas de incentivá-los a dizer o que pensam.

- 1. Caixa de sugestões.** Ótima ferramenta para empresas com atendimento presencial. Instrua os atendentes a entregarem aos clientes um formulário com perguntas básicas e solicitem seu preenchimento.
- 2. Pedidos diretos de avaliação.** O feedback pode ser pedido por e-mail, telefone ou pessoalmente após o fechamento do negócio. Outra maneira é criar um botão “Avalie-nos” na página inicial do site, que remete para um campo em branco em que a pessoa pode se manifestar.
- 3. Redes sociais.** Dada sua popularidade, esses canais não podem ser desprezados. Crie perfis profissionais nas mídias mais usadas por seus clientes e interaja com eles. Tome dois cuidados: mantenha-as atualizadas e não deixe nenhum feedback sem resposta.
- 4. Pesquisas.** Podem ser feitas por plataformas específicas, publicadas no site e nas redes sociais ou, até, encaminhadas por e-mail. As perguntas devem ser poucas, para não desestimular a resposta, mas suficientes para captar a opinião dos consumidores.
- 5. Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC).** Mais do que um meio de solucionar rapidamente os problemas dos compradores, os SACs são uma fonte inesgotável de sugestões e queixas que você pode usar para melhorar seus produtos.
- 6. Cultura orientada para o cliente.** Imagine toda a empresa trabalhando com a perspectiva “estou fazendo todo o possível para conquistar um cliente fiel?”. Se a Apple conseguiu, você também pode. Mas só tem um jeito de os colaboradores aderirem à cultura empresarial: pelo exemplo dos gestores.

Aprovada há mais de dois anos, a Reforma Trabalhista acumula dezenas de questionamentos no Supremo Tribunal Federal (STF) que, por ser encarregado de analisar a conformidade das regras com a Constituição Federal, pode invalidar alguns dispositivos. Mas esse é apenas um exemplo dos conflitos que se desenrolam mesmo em relação a leis já vigentes.

Isso significa que nem sempre leis aprovadas pelo Congresso e sancionadas pela presidência da República têm validade na prática. O risco para empresários que seguem notícias desvinculadas da leitura técnica das alterações normativas, que são frequentes hoje em dia, é significativo. Assim, o trabalho conjunto entre o profissional da contabilidade e o



profissional jurídico é extremamente necessário.

### Medidas provisórias (MPs)

Se a insegurança jurídica ronda até mesmo leis e emendas

constitucionais, com as MPs a atenção deve ser ainda maior. Isso porque, se não for convertida em lei no prazo de 60 dias contados de sua edição (ou 120 dias, se houver prorrogação do prazo de vigência), a MP perde eficácia desde sua edição.

Daí a importância de contar com apoio de profissionais da área jurídica e contábil, que ajudarão o empresário a analisar cada situação de acordo com a realidade do negócio e, se necessário, assumir os riscos de forma consciente.

Arriscar não vale a pena. Empresas prudentes aguardam que outras se lancem aos testes. Essas outras podem ter êxito algumas vezes, mas geralmente têm resultados negativos. Caminhar pela estrada já trilhada é sempre mais seguro do que abrir caminhos.

#### Devagar com o andar

Este alerta vale para qualquer tipo de alteração que afete processos empresariais. Entre as mudanças recentes que suscitam mais atenção, algumas se destacam. Confira!

#### Reforma trabalhista

O texto da Lei nº 13.467/17 tem vários artigos contestados judicialmente e outros que exigem cautela no momento da aplicação. O recomendável é aplicar as regras com rigor, sobretudo quanto à terceirização e ao trabalho intermitente, que, se não forem corretamente adotados, podem configurar vínculo empregatício e gerar passivos trabalhistas.

#### Participação nos Lucros e Resultados (PLR)

O pagamento de PLR pode gerar conflito de entendimento quanto à dedutibilidade da base de cálculo do Imposto de Renda Pessoa Jurídica. A questão envolve o Decreto-Lei nº 1.598/76 e a Lei nº 10.101/00. O primeiro veda a dedução de PLR paga a administradores ou dirigentes da pessoa jurídica pagadora e a segunda garante a dedutibilidade de PLR paga a empregados em geral, sem especificar as funções exercidas.

#### Exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/Cofins

O ponto de entrave em relação à exclusão do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) da base de cálculo do Programa de Integração Social e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (PIS/Cofins) é a falta de decisão expressa do STF sobre qual montante de ICMS deve ser excluído da base — se o cheio (valor destacado na nota) ou se o abatido do crédito da etapa anterior. Embora a decisão dê a entender que deve ser o valor cheio, a Solução de Consulta Interna nº 13/18, da Coordenação Geral de Tributação, estabelece que o montante a ser excluído da base de cálculo mensal da contribuição é o valor mensal do ICMS a recolher, isto é, o montante reduzido.

#### MP do Contribuinte Legal

No caso da MP nº 899/19, que regulamenta a negociação de dívidas dos contribuintes com a União, o maior cuidado que se deve ter, neste momento, é o fato de ela ainda não ter sido apreciada pelo Congresso. Segundo o texto atual da MP, no que se refere à transação na cobrança da dívida ativa, deve-se atentar para a restrição de seu cabimento aos créditos qualificados “a exclusivo critério da autoridade fazendária” como “irrecuperáveis ou de difícil recuperação”. Além disso, não é permitida transação que envolva multa agravada ou de natureza penal.