



EVITAR

CONFIRA CINCO SITUAÇÕES EM QUE O CARNAVAL DEIXA O RH EM ALERTA

▶▶ Leia na página 8

Ouvir, sentir e resolver: o poder do método H.E.A.R.D. no atendimento ao cliente

COO da Digital Manager Guru, Michelle Oliveira, explica como o jeito Disney pode resgatar a conexão com consumidores em um cenário de automação

Em momento de aceleração da Inteligência Artificial, surge um claro contraste no mercado global: enquanto empresas investem massivamente em automação, a preferência do consumidor pelo contato humano permanece crescendo. Segundo o relatório "State of Global Customer Service" da Microsoft, 83% dos consumidores em todo o mundo preferem falar com pessoas para resolver questões complexas. Nesse contexto, metodologias focadas na humanização, como o método H.E.A.R.D. (Hear, Empathize, Apologize, Resolve, Diagnose) do Instituto Disney, ganham força como resposta estratégica e certa para empresas que buscam se diferenciar e construir lealdade.

É o que explica Michelle Oliveira. Para ela, a camada de serviços robusta sobre as vendas, tecnologia e humanização não são opostas, mas complementares. "Quanto mais digital o mundo se torna, mais valor ganha o ser humano. O método H.E.A.R.D. é a prova de que a estrutura para a experiência inesquecível já existe. É a diferença entre 'atender clientes' e cuidar de pessoas", afirma.

Com base na experiência da executiva, que conta com mais de 20 anos liderando projetos de tecnologia e relacionamento com o cliente, Michelle destaca como os princípios do método podem ser aplicados para transformar a cultura de atendimento.

1 Ouvir de verdade como diferencial competitivo – "Escutar o cliente parece óbvio, mas é raro. Em meio a respostas automáticas e scripts engessados, ouvir e entender genuinamente virou um



Michelle Oliveira

para perfeição, ele espera coerência: sentir que há alguém do outro lado disposto a compreender. Em um mundo onde tudo é automatizado, a empatia é o algoritmo da confiança."

3 O poder do pedido de desculpas na fidelização – Michelle cita o doutor em estratégia, professor David Kallas, para reforçar que um problema bem resolvido pode gerar mais lealdade do que a ausência de problemas. "Pedir desculpas não é admitir culpa, é reconhecer o impacto que algo causou. O problema em si não é o fim da relação, o descaso é. Companhias maduras competem por quem responde melhor aos erros."

4 Resolução ágil como prova de respeito – Ainda para a COO da Guru, a verdadeira resolução vai além da promessa: exige ação imediata e autonomia. Ela defende que burocracias internas muitas vezes transformam falhas simples em grandes frustrações. "Quando o time tem liberdade para decidir e agir, o consumidor percebe que está sendo atendido por uma pessoa, não por um protocolo. Resolver não é um favor, é o compromisso com a excelência que priorizamos na Guru", pontua a executiva.

5 Diagnosticar para transformar erro em aprendizado – Michelle ainda afirma que o ciclo só se fecha quando a organização aprende com a falha. "Diagnosticar é olhar para a causa, não apenas para o sintoma, e garantir que o mesmo erro não se repita. É o que faz o método H.E.A.R.D. deixar de ser uma sequência de passos e se tornar uma filosofia de gestão."

“O consumidor não espera perfeição, ele espera coerência: sentir que há alguém do outro lado disposto a compreender. Em um mundo onde tudo é automatizado, a empatia é o algoritmo da confiança.”

diferencial. Quem faz isso com atenção, compreende antes mesmo da reclamação", explica Michelle.

2 Empatia como o algoritmo da confiança – Ela aponta que a empatia é o que sustenta relações duradouras entre marcas e pessoas. "O consumidor não es-

A conclusão da empreendedora é que a tecnologia pode acelerar processos, mas a construção de confiança continua sendo um ato humano. "Depois de tantos anos, entendi que empatia não é uma habilidade de atendimento, e sim uma escolha de liderança. Com ou sem IA, o coração do atendimento continua sendo humano", finaliza.

Negócios em Pauta



Inscrições abertas até 26/2 para o seminário Obrigações Ambientais da Indústria 2026

Aproximar profissionais da indústria fluminense a técnicos dos órgãos governamentais que fazem o controle ambiental no estado do Rio de Janeiro é o objetivo do evento "Diálogos sobre Obrigações Ambientais da Indústria 2026", que a Firjan realiza em 3/3, na Casa Firjan. Com parceria do Instituto Estadual do Ambiente (Inea), a federação visa apoiar os empresários no planejamento e na organização de uma rotina eficiente para o cumprimento dessas exigências. O evento também marcará o lançamento do edital da 14ª edição do Prêmio Firjan de Sustentabilidade, que difunde e premia as iniciativas bem-sucedidas de empresas no estado em prol da sustentabilidade, como ações de governança, economia circular e projetos sociais. O seminário é gratuito e está com inscrições abertas para todas as empresas até o dia 26/2. Além de palestras técnicas, o evento vai oferecer atendimento exclusivo e individualizado para associados aos sindicatos filiados à federação e associados à Firjan CIRJ com técnicos ambientais (<https://firjan.com.br/ eventos/dialogos-sobre-obrigacoes-ambientais-da-industria-2026-firjan-8AE4828D9B95331B019BB256147F40A5-00.htm>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI



USP inaugura o maior cluster de IA da América Latina com GPUs NVIDIA Blackwell B200

@A Indicum, consultoria global especializada em dados e inteligência artificial, abriu as inscrições para uma nova edição do Lighthouse, seu programa remunerado de formação intensiva voltado a profissionais em início de carreira ou em transição de área. Criado há seis anos, o Lighthouse chega a 2026 em um novo formato, ampliando o acesso à formação técnica de qualidade e reforçando seu papel como o principal programa remunerado de desenvolvimento de talentos em dados e IA do país. As inscrições ficam abertas até 27 de fevereiro. Mais informações e inscrições estão disponíveis em (<https://materiais.indicum.ai/lighthouse-inscricao-turma-03-2026-conversao>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Como sustentar o crescimento da empresa sem perder coerência

Sustentar o crescimento de uma empresa é o desafio que surge quando os resultados já são visíveis e a expansão se torna realidade. ▶▶

Checkout invisível não é tendência, mas sobrevivência no varejo mobile

O futuro do varejo não está em mais campanhas, mais descontos ou mais mídia. Ele está em algo muito mais básico e, paradoxalmente, muito mais negligenciado: pagar sem perceber que está pagando. ▶▶

Síndrome do pós-Carnaval afeta produtividade e adia decisões estratégicas

Especialista alerta que cultura de deixar tudo para depois da folia compromete resultados e a saúde emocional de empresários. ▶▶

GEO não substitui o SEO, mas redefine quem é relevante

O Generative Engine Optimization (GEO) deixou de ser um conceito emergente para se tornar um fator decisivo na construção de relevância digital. ▶▶

Para informações sobre o **MERCADO FINANCEIRO** faça a leitura do QR Code com seu celular



Política

Uma mulher no comando do Brasil

Heródoto Barbeiro



▶▶ Leia na página 2

Economia da Criatividade

Marketing Educacional como Estratégia de Negócio: Quando Comunicação e Sustentabilidade Financeira Andam Juntas



Carol Olival

▶▶ Leia na página 4

Negócios & Carreira!

Uma trajetória construída com propósito, empatia e decisões conscientes ao longo da liderança.



Fabiana Monteiro

▶▶ Leia na página 7