

OPINIÃO

Quando falhas de TI afastam os melhores talentos das empresas

Kai Werner (*)

Os líderes de RH acompanham índices de engajamento, fazem entrevistas de acompanhamento e analisam métricas de saída que identificam com eficiência os riscos de retenção. Mas há uma ameaça evidente que muitos ainda ignoram.

Pense em uma situação comum: você precisa conectar o notebook ao projetor minutos antes de uma apresentação. A conexão falha. Em vez de revisar seus pontos finais, perde tempo tentando resolver o problema. Quando finalmente funciona, já perdeu foco e energia. Não é apenas um atraso técnico – é uma quebra de ritmo que mina a confiança.

Esse tipo de obstáculo, a chamada fricção digital, corrói silenciosamente os esforços de retenção. Uma pesquisa global do TeamViewer mostra que 28% dos profissionais já pensaram em deixar a empresa por causa de falhas de TI. Quase metade relata insatisfação e irritação e muitos informam queda na motivação, enquanto outros fazem associação direta com burnout.

Com 69% dos entrevistados acreditando que a fricção digital contribui para a saída de colegas, a questão não é se a tecnologia impacta a retenção, mas por que tantos líderes ainda não enxergam a dimensão dessa crise.

A Lacuna de Percepção

Os dados apontam um descompasso claro: 56% dos funcionários sem cargo de gestão dizem que as falhas de TI têm impacto relevante na rotatividade, contra apenas 36% dos gestores. Entre os que já cogitaram sair, a diferença também é marcante: 36% dos empregados versus 20% dos líderes.

Parte da explicação pode estar no acesso desigual a recursos: gestores tendem a ter equipamentos mais atualizados ou simplesmente usam menos sistemas no dia a dia. Outra razão é o silêncio dos funcionários, uma vez que muitos não registram chamados até que o problema se torne grave. E nesse ponto, o dano já está feito e a insatisfação instalada.

O resultado é um ciclo perigoso: os indicadores sugerem normalidade, mas a frustração cresce nos bastidores.

Intolerância da Geração Z

Os nativos digitais têm expectativas muito diferentes em relação às ferramentas de trabalho — e não hesitam em se desligar de suas funções quando elas não são atendidas. Funcionários da Geração Z perdem em média 1,5 dia de trabalho por mês devido à fric-

ção digital, mais que o dobro dos Baby Boomers. Quatro em cada dez jovens já pensaram em deixar a empresa por esse motivo, contra apenas 12% dos mais velhos.

O comportamento diante das falhas também preocupa: mais da metade dos mais jovens recorre a dispositivos ou aplicativos pessoais para contornar problemas, o que abre riscos sérios de segurança e conformidade. Alguns chegam a extremos, com reações físicas contra equipamentos, críticas públicas ao empregador e até lágrimas diante da frustração.

Enquanto os mais velhos toleram melhor os problemas, os jovens não aceitam barreiras. E é justamente essa geração que definirá o futuro da força de trabalho.

O que Realmente Importa

Por muito tempo, empresas disputaram talentos com salários competitivos, pacotes de benefícios ou carros corporativos. Hoje, há uma mudança clara: 59% dos entrevistados consideram uma boa estrutura tecnológica mais importante que benefícios tradicionais. Isso revela uma verdade mais profunda: satisfação vem da sensação de produtividade e realização. Quando barreiras impedem o avanço das tarefas, surgem insatisfações e logo após esgotamento e exaustão extrema.

Engajamento depende de ambientes que sejam ao mesmo tempo modernos e humanos, com foco na eliminação do atrito digital como estratégia de retenção. Afinal, quando a tecnologia falha, os melhores profissionais são os primeiros a sair.

O Papel dos Líderes de RH

As perdas financeiras são significativas. Substituir talentos custa caro e consome tempo: em média, oito semanas para integrar um novo colaborador. Quando alguém sai por um problema que poderia ser resolvido, não se perde apenas produtividade, mas também meses de recursos para voltar ao ponto inicial.

A boa notícia é que reduzir a barreira digital não exige uma revolução imediata. É possível começar pequeno, ganhando visibilidade sobre os pontos de atrito, monitorando redes de forma proativa, identificando falhas recorrentes e antecipando problemas antes que se tornem críticos.

(*) Diretor de Recursos Humanos do TeamViewer.

Em Dearborn drones vão chegar ao local das ocorrências antes dos policiais

A polícia de Dearborn, cidade vizinha a Detroit, está implantando um programa que prevê o uso de drones para acelerar o início do atendimento a ocorrências.

Vivaldo José Breternitz (*)

Segundo a instituição, os drones da fabricante Skydio conseguem alcançar a cena de um crime em cerca de 2,5 minutos. Modelos como o X10 e o R10, capaz de operar em ambientes fechados, podem ser lançados a partir de viaturas ou de bases estrategicamente posicionadas, que mantêm os aparelhos carregados e prontos 24 horas por dia.

Os drones têm como objetivo fornecer imagens em tempo real antes da chegada dos policiais ao local, ajudando na avaliação da situação. Entre os tipos de ocorrências em que devem ser empregados, estão crimes contra pessoas, acidentes de trânsito, invasões de veículos ou propriedades etc.

De acordo com a polícia, as imagens devem melhorar o processo de tomada de decisão, reduzir incertezas e permitir respostas mais seguras e eficazes em cenários complexos.

Além disso, será possível avaliar ameaças antes da entrada dos policiais em determinados ambientes, diminuindo a probabilidade de uso da força e aumentando a segurança de todos os envolvidos.

Os drones também poderão ser usados para encaminhar a resolução de situações remotamente, permitindo que policiais se



halbergman_CANVA

comuniquem por rádio em incidentes que não exigem presença física imediata.

Essa não é a primeira vez que drones são empregados dessa forma: em 2024, o estado do Colorado anunciou planos para usar drones em chamadas ao 911 (o nosso 190), coletando informações antes da chegada das viaturas.

Apesar dos benefícios, há críticas, provenientes de grupos “woke” como a Electronic Frontier Foundation que diz que o uso de drones pode justificar a vigilância excessiva (vigilância excessiva!?) em

bairros com maior número de chamadas ao 911, além de coletar dados de qualquer pessoa que esteja em seu trajeto.

A entidade também teme que os aparelhos sejam empregados para monitorar pessoas em situação de rua ou infrações de baixo nível que normalmente não mobilizariam recursos policiais - como se situações como essas também não merecessem a atenção das autoridades.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

Chat profissionaliza o atendimento digital via WhatsApp e redes sociais

A comunicação entre empresas e consumidores no Brasil chegou a um ponto crítico. Com o WhatsApp presente em praticamente 99% dos smartphones no país, segundo o relatório Digital 2024: Brazil, da DataReportal, e amplamente utilizado como canal de relacionamento entre marcas e clientes, o desafio das empresas deixou de ser estar presente no digital e passou a ser gerenciar, com eficiência, o alto volume de interações que chegam diariamente por WhatsApp, Facebook e Instagram.

É nesses canais que o cliente tira dúvidas, solicita suporte, resolve questões financeiras e avança no processo de compra — tudo no seu próprio tempo. Sem estrutura adequada, muitas empresas acabam operando em um verdadeiro “modo emergência”, com mensagens perdidas, atendimentos fragmentados, equipes sobrecarregadas e pouca visibilidade sobre o histórico de cada contato.

Para facilitar e resolver essas questões, a C&M está apresentando ao mercado o Chat C&M, uma solução com a sua marca que passa a integrar o portfólio de produtos da empresa. A plataforma foi pensada para apoiar negócios que precisam escalar o atendimento, reduzir improvisos e ganhar eficiência operacional.

A solução reúne chatbot altamente personalizável que atua no receptivo e ativo



Emerson Carrijo, CEO da C&M Executive

de campanhas, permite integrações com outras plataformas como o click to call para operadoras, disparo de mensagens em massa para atendimento receptivo e ativo. Além de um ambiente completo de gestão de contatos mais eficiente, que pode ser entendido como um CRM para WhatsApp e Meta. Esse conjunto de recursos permite organizar conversas, acompanhar históricos e dar mais fluidez ao relacionamento com clientes.

Um dos grandes diferenciais do Chat C&M é o uso realmente preciso e estratégico da inteligência artificial. Em vez de

aplicar a tecnologia IA de forma genérica, a plataforma opera com agentes inteligentes que podem atuar como supervisores e operadores, com um nível excepcional de personalização. Esses agentes seguem diferentes modelos de atuação e abordagens, executam fluxos de trabalho e acionam funcionalidades da plataforma de forma autônoma, conforme regras e objetivos pré-definidos.

“O que vemos no mercado são empresas tentando crescer o atendimento sem estrutura, acumulando retrabalho e desgaste interno”, afirma Emerson Carrijo, CEO da C&M. “O Chat C&M ajuda a organizar esse fluxo, trazendo automação, inteligência e visibilidade para a operação. É uma solução que contribui para tornar o atendimento mais eficiente tanto para as equipes quanto para os clientes.”

O Chat C&M centraliza todas as interações em um único ambiente, evitando perdas de informação e permitindo que diferentes áreas atuem de forma integrada. O chatbot realiza o primeiro atendimento, respondendo dúvidas frequentes e qualificando a demanda logo no início da conversa. Quando necessário, o sistema direciona automaticamente o atendimento para o setor correto, como vendas, suporte, financeiro ou agendamentos, de acordo com regras definidas pela própria empresa.

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Plataforma usa IA para transformar corretores em criadores de conteúdo digital

A MRV acaba de lançar a “Corretor, Câmera, IAção”, uma plataforma inédita no mercado imobiliário que utiliza Inteligência Artificial Generativa para potencializar a presença digital dos corretores da companhia. A iniciativa, que conta com a parceria da Newell & Simon Consulting, marca um novo capítulo na estratégia de comunicação e vendas da MRV ao transformar corretores em protagonistas da produção de conteúdo conectado ao comporta-

mento digital dos consumidores. A iniciativa combina automação, gêmeos digitais (Digital Twins) e conteúdo gerado pelo próprio usuário (UGC, sigla em inglês para User Generated Content) para criar posts, vídeos e memes personalizados em escala, todos conectados às principais tendências da internet e à hiperregionalização dos empreendimentos. Os conteúdos seguem a lógica do Brazilian Marketing: linguagem nativa das redes sociais, com humor, edições criativas e alto potencial de compartilhamento para vender produtos de forma orgânica (www.mrv.com.br).