

REVISTA
EDUCA NEWS



HORA DE PLANEJAR



**A UTILIZAÇÃO DA LOGÍSTICA
NA ALAVANCAGEM
EMPRESARIAL**

INDICE

MATÉRIA DE CAPA

Hora de Planejar..... 02

MERCADO

Empreendedoras..... 06

QUALIFICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Acessoria de Gestão Sustentável..... 08

Ensino a Distância..... 10

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Networking..... 13



HORA DE PLANEJAR

PLANEJAMENTO, TECNOLOGIA, INFORMAÇÃO E CONTROLE:
A UTILIZAÇÃO DA LOGÍSTICA PARA A ALAVANCAGEM EMPRESARIAL



Quero fazer com você uma reflexão sobre as condições atuais do mercado e orientá-lo a utilizar as ferramentas da Logística para alavancagem empresarial. Nos anos 70, as tomadas de decisões eram baseadas na “quase certeza”, e pouca ou quase nenhuma mudança acontecia de um ano para outro. Os investimentos tinham o retorno praticamente garantido. Os riscos eram mínimos e o desempenho dos negócios compensador, comparado ao mercado de hoje. Além disso, o protecionismo e a demanda eram maiores do que a oferta, o que significava menos concorrentes. Qualquer produto lançado era absorvido pelo mercado sem esforços e o ciclo de vida de alguns produtos era longo, chegando durar vinte anos. Isso demandava pouco investimento em pesquisa, inovações tecnológicas, desenvolvimento, logística, etc. A preocupação com serviços de pós-vendas, estoque zero, assistência técnica e satisfação com o cliente era algo distante, só visto em países mais desenvolvidos. Hoje, a realidade é bem diferente. De modo

geral, houve uma redefinição da política industrial, colocando o fortalecimento da competitividade como principal eixo para a adequação ao novo cenário de concorrência internacional. E alguns fatores contribuíram para essa redefinição dos níveis de competitividade:

1. Globalização Tecnológica

A revolução tecnológica da informática conjugada aos meios de comunicação, iniciada nos países desenvolvidos nos anos 70, resultou em mudanças na economia mundial e no aceleração do processo de globalização. O padrão industrial que obedecia à liderança dos complexos metalomecânico e químico está se modificando, dando lugar às novas tecnologias, nucleadas pela tecnologia da informação. Além de criar novos setores de ponta, as novas tecnologias são utilizadas para processar uma vasta reconversão industrial que atinge os setores industriais modernos e tradicionais. LASTRES et al. (1999) chamou de “revolução informacional” a difusão de novas tecnologias de informação e comunicação, que possibilitaram mudanças quanto à extensão dos contatos e de trocas de informações entre as pessoas. A revolução tecnológica também reduziu o custo dos transportes e comprimiu o tempo e o espaço de tal forma que deu um impulso definitivo ao processo de globalização, determinando um novo padrão de relacionamento entre as economias dos países. Foi exatamente esta

redução de custos de comunicações e de transporte que viabilizou a abertura econômica e a invasão de investimentos estrangeiros nos mais diversos setores industriais dos países em desenvolvimento, como o Brasil. Os níveis de competitividade alcançados dentro do novo cenário econômico, tanto nas novas indústrias como na revitalização das antigas, representam saltos qualitativos em relação às práticas tradicionais. Empresas gigantes, com inegável eficiência e imenso acúmulo de conhecimentos científicos e tecnológicos estão sendo seriamente abaladas pelos novos competidores e obrigadas a se adaptarem ao novo cenário.

2. Novos canais de compra e venda

A “revolução informacional” possibilitou o surgimento de novos canais de compra e venda. Hoje, as empresas podem comprar matéria-prima e insumos de fornecedores do mundo todo, além de poderem ofertar seus produtos acabados. Do quarto de um hotel podemos viajar o mundo através da Internet. Comprar e vender tudo o que for desejado e de qualquer lugar. Compras são realizadas pelo celular, no tablet, dentro de um avião. Surgiram novas formas de transações, o que resultou num maior número de informações de ambos os lados: demanda e oferta.

3. Produtos Customizados

As novas formas de transações comerciais e a explosão de informações através das redes sociais possibilitou a aproximação entre demanda e oferta.



Atualmente é possível traçar um perfil dos clientes e consumidores de uma determinada marca ou produto, surgindo, assim, os produtos customizados. Cada vez mais é possível modificar e lançar produtos e serviços com a cara do cliente.

4. Maior opção de compra

A customização aumentou a quantidade de opções de compra de produtos e serviços. Hoje as opções são tantas que ficamos na dúvida do que consumir. Temos, por exemplo, refrigerantes diet, light, plus, etc.

5. Infidelidade mercadológica

Com maior opção de compra o mercado se torna mais exigente e infiel. Estamos, como nunca, dispostos a experimentar novidades. Nunca as lojas de atacado e varejo se preocuparam tanto com o nível de ruptura dos clientes. Diferente do passado, estamos cada vez menos dispostos à fidelização. Ao realizarmos nossas compras estamos prontos a substituir uma determinada marca ou produto caso ela não esteja à disposição onde, quando e na forma desejada. Produtos básicos como

iogurtes, achocolatados, refrigerantes e margarinas podem ter um nível de infidelidade de até 80%! Diante dessas mudanças, as empresas utilizam diversas estratégias para se adequarem à nova realidade. Podemos citar:

- Redução do ciclo de vida dos produtos (lançamento constante de novos produtos);
- Redução de custos operacionais (eliminar o que não agrega valor);
- Adoção de inovações organizacionais, como o JIT e a gestão de demanda;
- A crescente preocupação com os recursos não-matéria (serviços de pós-vendas, assistência técnica, disponibilidade, etc.);
- A importância do recurso tempo. Entregar ou disponibilizar um produto/serviço onde, como e ao preço que o cliente deseja;
- Reestruturação produtiva com a adoção de novas técnicas de produção enxuta e compacta, novos layouts visando reduzir estoques, aumentar eficiência, qualidade e obter flexibilidade.

Fazendo uma rápida análise nos itens anteriores podemos verificar algo em comum entre eles; **a importância da Logística na sua aplicação:**

a) Para a redução do ciclo de vida dos produtos, e o conseqüente lançamento de novos itens, é preciso uma logística extremamente estruturada, na medida em que a disponibilidade deste novo produto seja feita de forma rápida, eficiente e com o menor custo possível. Outros fatores são: o gerenciamento dos fornecedores, a gestão

da demanda dos fabricantes, dos varejistas e distribuidores, e a gestão da demanda dos clientes. Tudo isso é de responsabilidade da logística. Um gerenciamento de demanda mal concebido pode ser fatal para a empresa e para o produto/serviço;

b) A redução dos custos operacionais está diretamente ligada à redução máxima dos estoques, seja de produtos acabados, seja de matéria-prima. A racionalização do transporte e uma gestão eficiente dos fluxos físico, de informação e financeiro. Tudo isso requer uma logística em sintonia com as exigências do mercado;

c) A adoção de métodos como, por exemplo, o JIT, como ferramenta de reestruturação produtiva, demonstra a preocupação que as empresas começaram a ter com a logística. De acordo com análises realizadas, a logística é, normalmente, a segunda fatia de custo de um empreendimento industrial ou comercial.

O processo de globalização e a revitalização das empresas, impulsionadas pelo aumento da concorrência a nível mundial, tornaram o mercado sofisticado e exigente. As ferramentas de gestão tradicionais já não causam mais impacto na busca de novos mercados e na manutenção dos já existentes. Diante disso, as empresas começam a direcionar seus esforços na tentativa de reestruturar sua Logística para alcançar uma diferenciação frente aos seus concorrentes. Mas, infelizmente, a maioria dos empresários limita-se a utilizá-la apenas no ambiente produtivo ou em situações diretamente ligadas a ela (transporte, armazenagem, embalagem, etc.).

Essa limitação pode ser resultado do desconhecimento do amplo conceito de Logística. Ao analisarmos as principais bibliografias sobre o assunto, encontramos diversos conceitos com focos diferentes. Entretanto, quatro fatores são comuns a todos eles. Qualquer atividade Logística precisa ter:

Planejamento --> Tecnologia --> Informação --> Controle

Observe que esses quatro fatores podem ser aplicados não só na área de Logística, mas em qualquer área como ferramenta estratégica: Recursos Humanos, Compras, Vendas. Garanto que a Logística pode ser utilizada para solucionar qualquer problema organizacional, desde que se utilize desses quatro fatores juntos. Inclusive pode ser utilizada como embasamento nas atividades de modelagem de processos e no planejamento estratégico de todas as áreas. A utilização da Logística nos problemas organizacionais e no planejamento estratégico pode ser implantada em empresas de qualquer tamanho e segmento. Imagine que estamos às vésperas do período de férias. É hora de planejar a viagem com a família, a forma como chegar ao destino tão sonhado (carro, avião, navio, trem). Com certeza vai precisar levantar o custo, escolher roteiros, paradas; isso é **planejamento**. Além disso, vai consultar sites, usar GPS, tecnologia móvel, consultar mapas, previsão do tempo, etc.; isso é **tecnologia**. Um fator importante para seu processo de planejamento e decisão é utilizar a mais precisa **informação** possível.

Para finalizar, deve verificar se tudo vai sair conforme o planejado: antes, durante e depois da viagem; isso é **controle**. Observe que Planejamento, Informação, Tecnologia e Controle estão presentes em nossas vidas o tempo todo. Nas empresas é a mesma coisa. No futuro o profissional de Logística vai atuar em todas as áreas empresariais, independentemente de ser uma atividade diretamente ligada a ela. Já existem alguns exemplos de utilização de profissionais logísticos na organização de eventos e festas. Não fique parado no tempo. Aproveite as ferramentas da Logística para apurar o seu planejamento estratégico. Saia na frente de seus concorrentes e garanta maior lucratividade para sua empresa.

MARCELO CARVALHO
(Especialista em Gestão Estratégica de Negócios)

Gostou do assunto desse artigo? Clique aqui e leia a matéria na íntegra no [Blog Educa Virtual](#) Aproveite o lançamento do curso Introdução a Logística, disponível no site da Educa Virtual.

EMPREENDEDORAS

Elas tem faro para bons negócios



Nos últimos anos temos acompanhado a luta das mulheres pela conquista de seu espaço na sociedade.

Hoje, merecidamente, com todo o direito, elas votam, são médicas, engenheiras, motoristas, pilotos de avião, jogadoras de futebol, ministras no governo federal, chegando ao posto máximo no país, a de presidente da república. E competência não falta ao “sexo frágil”.

Aliás, essa frase já caiu de moda faz tempo. A cada ano, elas se firmam em profissões que antes eram dominadas pelos homens.

Porém, elas mostram que não é preciso deixar a delicadeza e a vaidade de lado

para exercer essas funções. Segundo a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), pesquisa que mapeia a atividade empreendedora em mais de 60 países, desde 2007 mais de 10 milhões de mulheres abriram seu próprio negócio no país (revista Exame PME, fevereiro 2012). Elas conquistaram independência econômica, avançam no mercado de trabalho, sobem na carreira e na política nacional, assumem o papel de chefes de família e continuam sendo meigas, charmosas e muito competentes. As mulheres já se igualaram aos homens no empreendedorismo, segundo a pesquisa. Em 2001, as mulheres representavam 29% dos empreendedores. Em 2011, esse

número saltou para 69%. E, segundo o estudo, a entrada delas no mercado não foi só pela necessidade de renda. Em 2001, 58% dessas empreendedoras abriram um negócio porque tinham enxergado uma oportunidade no mercado.



Atitude típica de um empreendedor nato. Uma das razões para essa participação feminina nos negócios pode ser explicada pela Síntese de Indicadores Sociais, uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O estudo mostra que as mulheres têm mais instrução do que os homens. Em 2009, na área urbana do país, as mulheres tinham 9,2 anos de estudo contra 8,2

dos homens. Entre as pessoas com 12 ou mais anos de estudo, com nível superior completo ou incompleto, a diferença era ainda maior. 56,7% eram mulheres e 43,3% eram homens. Elas são mais aplicadas do que eles nos estudos e na sua formação profissional. Porém, a diferença salarial entre os sexos favorece aos homens. Segundo o IBGE, as mulheres recebem 28% menos que os homens. Em 2011, o rendimento médio dos homens foi de R\$ 1.857,00. As mulheres ganharam, em média, R\$ 1.343,00 apesar de terem mais escolaridade. Mesmo com a mulher conquistando mais espaço no mercado de trabalho, a divisão por sexo se manteve inalterada entre 2003 e 2011. Essas são razões mais do que suficientes para que as mulheres se lancem cada vez mais no mundo dos negócios, criando suas empresas, oferecendo produtos e serviços específicos com qualidade e bom gosto e acirrando uma concorrência sadia no mercado brasileiro. Talvez o sexo frágil esteja mudando de lado.

*CASSIO ABREU
(Jornalista MTB 34831)*

ACESSORIA DE GESTÃO SUSTENTÁVEL

SUA EMPRESA EM BOAS MÃOS



A parceria **Educa Virtual** e **Banco Itaú** continua ajudando e **facilitando** a vida de Micro, Pequenos e Médios Empresários. O programa de **Assessoria de Gestão Sustentável** oferece ao cliente do Banco Itaú um produto que contribui para a **melhoria** do seu negócio, por meio do diagnóstico da empresa e dos controles utilizados na administração. Oferece **orientação** técnica e acompanhamento por meio de **consultoria** especializada e de **cursos** específicos, como o de **Administração Financeira e Organizacional**. Esse curso é feito no portal Educa Virtual e tem por objetivo transmitir **conhecimento** e o domínio das **ferramentas** básicas que favoreçam o desenvolvimento de **competências, habilidades**, planejamento, **organização** e controle financeiro. O curso é dirigido pelo professor Rinaldi Corrêa, mestre em Administração de Empresas, especialista em **gestão estratégica** e negócios, consultor em finanças e logística e Coordenador do curso de pós-graduação em Gestão e Negócios do Senac, em Campinas/SP.

Luciano da Cruz, 39 anos, é um dos alunos do curso. Ele é gestor e agente de turismo receptivo da LCTUR Barretos Viagens e Turismo, da cidade de Barretos/SP.

Há 5 anos na empresa, que tem vínculo com o Itaú, Luciano recebeu o convite do Banco e terminou o curso a pouco tempo. Ele diz que gostou do curso e do professor, e que o curso atendeu às suas necessidades.

“A área administrativa é muito complexa; existem várias nuances a serem desvendadas”, afirmou Luciano.

Perguntado se o curso ajudou a melhorar seus conhecimentos, Luciano afirmou que sim.

“O curso apresentou, no seu conteúdo, dados para esclarecimentos e novos conhecimentos. Várias dúvidas foram solucionadas e foram quebrados alguns paradigmas”.

Luciano também afirmou que é primordial que as pessoas tenham acesso a algum curso para sua formação profissional. Disse também que gostaria de fazer outros cursos de capacitação, “principalmente se for para agregar conhecimentos no que diz respeito à minha área, o turismo, que está em alta no momento”, concluiu.

*CASSIO ABREU
(Jornalista MTB 34831)*

CURSO DE ASSESSORIA EM GESTÃO SUSTENTÁVEL

ACESSE
educavirtual.com.br



ENSINO A DISTÂNCIA

O meio que faltava para a qualificação profissional



Amatéria publicada no jornal Folha de São Paulo, em 11/03/12, mostra o surpreendente aumento da busca por cursos a distância (EAD) no Brasil. A procura por essa modalidade de ensino se estende por todo o território nacional. As pessoas buscam qualificação profissional, aliada à comodidade oferecida pelo EAD. Segundo dados do Ministério da Educação (MEC) através do Censo da Educação Superior, divulgado em novembro de 2011, o número de matrículas cresceu 7% em 2010. Foram mais de 6 milhões de estudantes em 29,5 mil cursos oferecidos por 2.377

instituições de ensino. 930.179, ou 14,6% foi o número de alunos matriculados no ensino a distância em 2010. Foram 426.241 matrículas em licenciatura, 268.173 em bacharelado e 235.765 em cursos tecnológicos. Ainda de acordo com o Censo da Educação Superior, a idade média desses alunos está na faixa dos 33 anos. Para o MEC, esse perfil caracteriza aquelas pessoas que não puderam fazer um curso superior na idade adequada, pessoas que já atuam no mercado de trabalho, mas que precisam de flexibilidade de horários, ou que procuram uma Segunda faculdade.

As principais vantagens da modalidade a distância são a interatividade e a personalização dos cursos. As pessoas têm necessidades específicas e precisam ajustar o horário de trabalho e de estudos, sem precisar sair de casa ou do trabalho. Mas esses números, ainda que positivos, parecem pequenos em relação às necessidades do mercado nacional. Um dado preocupante é que uma pesquisa feita em 2007 pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), publicada no primeiro Educa News, revela que ainda falta qualificação profissional aos brasileiros.

De acordo com os dados, a resposta foi indicada por 70% das pequenas e médias empresas e por 63% das grandes. Para reduzir os problemas causados pela falta de qualificação dos trabalhadores, 78% das indústrias realizam a capacitação dos profissionais dentro da própria empresa. 40% fortalecem a política de retenção de funcionários, o que inclui salário e benefícios. Também realizam cursos fora da empresa (33%), parcerias com instituições de ensino (23%), investimento em automação (22%), a terceirização de etapas do processo de

«a população extremamente pobre trabalha e muito»

70% das indústrias do país encontram dificuldades para contratar mão-de-obra qualificada. O processo de capacitação de mão-de-obra enfrenta uma variedade de dificuldades que vão desde a baixa qualidade da educação básica no país, à falta de cursos de capacitação adequados às necessidades da indústria, aponta o documento final, encontrado no site da instituição (www.cni.org.br). O problema atinge Pequenas, Médias e Grandes Empresas.

fabricação (16%), entre outros. Segundo a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Tereza Campello, “a população extremamente pobre trabalha e muito. 72% é o percentual de beneficiários do programa Bolsa Família, que trabalham ou têm negócio próprio, mas não ganham o suficiente. Esse pessoal representa 77% da população economicamente ativa”, disse a ministra. Sem condições para estudar, se aperfeiçoar e se qualificar profissionalmente, milhares de pessoas

ficam fora do mercado de trabalho, têm um subemprego, ou estão na informalidade, o que acaba prejudicando o desenvolvimento econômico e social do país (informação no site www.administradores.com.br). Numa pequena ou média empresa, onde falta mão-de-obra qualificada, os prejuízos podem ser grandes. Os problemas mais comuns são acidentes de trabalho, desperdício de material, equipamentos danificados, desentendimento entre colegas e chefes, produtos e serviços de baixa

de qualificação profissional, voltados para as Pequenas e Médias empresas. Para isso, foram investidos recursos numa plataforma que facilita a interatividade entre professor e aluno, onde é possível acompanhar os cursos através de vídeo, áudio, apostilas, e de todos os recursos tecnológicos oferecidos no mercado. Dessa forma, o aluno pode fazer um curso no horário que desejar, em sua casa ou no ambiente de trabalho. Os cursos são oferecidos individualmente ou para um grupo de colaboradores de uma

«O aluno pode fazer um curso no horário que desejar»

qualidade, baixa produção, custos elevados e reclamações de clientes. Ao contrário, quando os funcionários recebem treinamento adequado, a empresa tem ganhos com a qualidade, aumento da produtividade, sintonia os avanços tecnológicos, motivação dos funcionários e diminuição da rotatividade de pessoal. Preocupado com essa realidade e percebendo um bom negócio na área da educação pela internet, chamado e-learning, o principal objetivo do portal “Educa Virtual” é o de oferecer cursos livres

empresa. Os empresários também podem solicitar um pacote de cursos de acordo com suas necessidades, bem como uma assessoria administrativa, financeira e organizacional. Entre em contato através de nosso e-mail (contato@educavirtual.com.br) ou pelo telefone (19) 2121-0502 e saiba como o portal Educa Virtual pode te ajudar. Saber não ocupa espaço e abre um universo de oportunidades no mercado de trabalho.

*CASSIO ABREU
(Jornalista MTB 34831)*

NETWORKING

Mais do que uma simples troca de cartão de visita, manter uma boa rede de relacionamentos exige confiança e troca de conhecimentos. Para isso, existem dois tipos de Networking: o convencional e o de conhecimento. Networking é a união dos termos em inglês "Net", que significa rede; e "Working", que é trabalhando. O termo, numa tradução livre, seria "trabalho em rede". Ou seja, Networking é a técnica de criar, desenvolver e manter uma rede de contatos, buscando criar condições para a satisfação de interesses mútuos,

de maneira profissional, trocando informações, recursos ou até uma indicação para uma vaga de trabalho. No mundo globalizado de hoje, em que a tecnologia e os métodos mudam a cada dia, é muito importante agregar novas experiências e trocar informações. Aquela máxima de que "ninguém faz nada sozinho" cabe bem nesse universo. E o retorno mais imediato para quem participa de uma rede de contatos é a satisfação em poder ajudar de alguma forma. Essa rede deve ser criada, preferencialmente, num momento em



que se está estabilizado, trabalhando ativamente, porque, quando alguém estiver numa situação de desemprego, por exemplo, ela terá muitos contatos e alguém poderá ajudá-la de alguma forma. Do contrário, se a pessoa não fizer parte de uma rede mínima de contatos, na hora do aperto ela será uma “mera desconhecida”, e as oportunidades ficam bem reduzidas. O Networking convencional é sim um jogo



de interesses assumido, numa atitude profissional racional, onde os relacionamentos não são necessariamente de amizade, mas que devem ser alimentados constantemente. Você pode formar essa rede de contatos de várias maneiras, mas comece na sua área de atuação, com as pessoas mais conhecidas e, aos poucos, vá expandindo a rede. Troque contato nas reuniões internas e externas, nos workshops, nas visitas, nas feiras e até mesmo durante as viagens de férias. Quanto maior for a sua rede, mais facilmente você encontra alguém para ajudá-lo. Mas, lembre-se também, de que você deve estar pronto

para ajudar quando for requisitado. E para isso não meça esforços. Faça tudo o que estiver dentro de suas possibilidades. Se você não puder ajudar, com certeza vai saber indicar alguém se sua rede estiver bem estruturada. Você pode estruturar a sua rede por área profissional, nível de amizade, tipo de interesse ou da maneira que você achar melhor. Não existe um padrão a ser seguido. Crie o



seu próprio, de modo a facilitar uma busca rápida por alguém. Use todas as ferramentas que você tiver disponível: e-mail, telefone, torpedos e as mídias sociais como o LinkedIn, Facebook, etc. Se você quer entrar num ramo em que não conhece ninguém, não se desespere. Se o seu interesse é legítimo, você tem duas estratégias básicas com grande possibilidade de acerto: contatar as pessoas que conheçam aquelas do meio que você quer frequentar, e frequentar os lugares, desde que abertos ao público, em que essas pessoas estejam presentes, como eventos, palestras, exposições, feiras, etc. Já o Networking baseado na troca

conhecimento é um pouco mais difícil de ser formado, mas sua eficácia é indiscutivelmente melhor. Uma pesquisa do antropólogo inglês Robin Dunbar, realizada nos anos 90, mostrou que o cérebro humano é capaz de criar círculos de amizade com no máximo 150 pessoas (revista *Você S/A*, edição 141).

Robin, da Universidade de Oxford, refez a pesquisa analisando os sites de relacionamento Facebook e Plaxo, e afirma que a tecnologia não ajuda muito. Durante um ano, uma pessoa com mil contatos no LinkedIn também interage com apenas 150 amigos. Outros dois pesquisadores americanos, John Hagel e John Seely Brown, propõem investir em relacionamentos consistentes, baseados na confiança. Porém, isso leva tempo, exige esforço e diminui o número de pessoas na rede. Por esse método, o relacionamento se dá de maneira mais profunda. Para os pesquisadores devemos usar nossa base de conhecimento tácito, ou seja, aquilo que dominamos, que aprendemos com nossas experiências e que temos muita facilidade para expressar. Segundo os pesquisadores, esse conhecimento só

vem à tona quando existe um diálogo franco e sincero entre duas pessoas. Devemos explorar nossa sabedoria, que muitas vezes não imaginamos que temos. Durante uma conversa nesse nível, podemos verificar nossa capacidade e nosso conhecimento tácito, e sugerir soluções que outro não havia pensado, e vice-versa.

“Se conselho fosse bom ninguém dava, vendia!” Esse antigo ditado popular nunca esteve tão fora de moda como hoje.

Precisamos, sim, criar, alimentar e manter uma boa rede de relacionamentos para troca de informações e, quem sabe, dar ou ouvir um bom conselho de alguém mais experiente.

CASSIO ABREU
(Jornalista MTB 34831)



Soluções Corporativas



A Educa Virtual atua no mercado de educação corporativa e profissional, com máximo respeito e credibilidade, oferecendo soluções para o capital humano, seja organizacional ou pessoal e assim disseminar formação, informação e cultura às organizações e seus colaboradores.

Cursos Online



Os nossos conteúdos seguem um padrão metodológico único, visando sempre o resultado prático da formação. Aliado a uma plataforma de ensino a distância própria, nos propicia modernizá-la a todo o tempo para oferecer os melhores cursos online para nossos clientes.

Publicações



Educa News e Anuário de Pesquisa são publicações exclusivas da Educa Virtual. O objetivo desta área é divulgar informações relevantes, novidades, programas de treinamento, resultados de pesquisas, etc sempre com seriedade e veracidade.

Conheça a EV



A Educa Virtual oferece soluções em gestão do conhecimento, capacitação profissional, oferecendo conteúdos de informação profissional, soluções sob medida, auxiliando as organizações no desenvolvimento e avaliação de seu capital humano e da gestão do conhecimento. Atua na formação profissional do ser humano sempre baseando-se em sua poderosa metodologia...

Acesse nosso Blog e as nossas redes sociais



EDUCA NEWS

O Educa News é uma publicação do Portal Educa Virtual

Diretores

Fabio Fachini e Paulo Heleno

Jornalista responsável

Cássio Abreu – MTB 34831

Diagramação e arte

Ruan Carlos e Débora Rodrigues

EDUCA NEWS - www.educavirtual.com.br/educanews

Ano 02 / Edição 03 / Abril de 2012.

Nossos Canais de Atendimento

Atendimento telefônico:

Campinas: +55 (19) 2121.0502

São Paulo: +55 (11) 2626.0685

Atendimento por e-mail:

Informações sobre a revista, sugestões de pautas,

ou informações gerais envie um e-mail para

contato@educavirtual.com.br