

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARKETING
com foco em Supply Chain e Transporte

ANDRÉA ROCHA CARVALHO

**APLICATIVO DIGITAL SOBRE SAÚDE MENTAL PARA OS MOTORISTAS DE
CAMINHÃO DA EMPRESA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA LTDA**

Rio de Janeiro

2024

ANDRÉA ROCHA CARVALHO

**APLICATIVO DIGITAL SOBRE SAÚDE MENTAL PARA OS MOTORISTAS DE
CAMINHÃO DA EMPRESA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA LTDA**

Plano de Negócios apresentado ao Curso de MBA em Gestão Estratégica de Marketing, com foco em Supply Chain e Transporte da Escola Superior de Propaganda e Marketing, como requisito para obtenção do título de Especialista em MBA em Gestão Estratégica de Marketing.

Orientadora: Profa. Dra. Isabella Moreira Pereira de Vaconcellos

Rio de Janeiro

2024

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 PLANO DE NEGÓCIO	6
2.1 A EMPRESA	6
2.2 DESCRITIVO E CONCEITO DO NEGÓCIO.....	6
2.3 PROPOSTA DE VALOR.....	6
2.4 FORÇAS E FRAQUEZAS DA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA.....	7
2.5 ANÁLISE DO MICRO E MACRO AMBIENTE	7
2.6 OPORTUNIDADES / AMEAÇAS DO MERCADO - ANÁLISE SWOT DA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA.....	9
2.6.1 Oportunidades	9
2.6.2 Ameaças	9
2.6.3 Análise do resultado	9
3 DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO (IGOR ANSOFF).....	11
3.1 PENETRAÇÃO NO MERCADO.....	11
3.2 DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS	11
3.3 DESENVOLVIMENTO DE MERCADO	11
3.4 MERCADOS GEOGRÁFICOS AINDA NÃO EXPLORADOS.....	12
3.5 DIVERSIFICAÇÃO	12
4 POSSIBILIDADE DE PARCERIAS	13
5 LEVANTAMENTO DE LUCRATIVIDADE E ALCANCE	14
6 PROPOSTA DE VALOR.....	15
7 SEGMENTO DE CLIENTE	16
8 FLUXO DE RECEITAS DO CONCORRENTE.....	17
9 PESQUISA DE MERCADO E PLANEJAMENTO.....	18
9.1 DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE	18
9.2 IMPLEMENTAÇÃO DE RECURSOS DE SAÚDE MENTAL	18
9.3 TESTES E QUALIDADE	18
9.4 MARKETING E LANÇAMENTO	18
9.5 SUPORTE AO CLIENTE.....	19
9.6 MANUTENÇÃO E ATUALIZAÇÕES.....	19
9.7 FONTE DE INFORMAÇÕES.....	19

9.8 FORTALECIMENTO DA MARCA COM O MOVIMENTO DE CONSCIENTIZAÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA DO EMPREGADO.....	20
10 ASSESSORIA DE IMPRENSA E RESULTADOS POSSÍVEIS DE SEREM OBTIDOS.....	21
10.1 AUMENTO DA VISIBILIDADE DA MARCA	21
10.2 CREDIBILIDADE E AUTORIDADE	21
10.3 GERAÇÃO DE LEADS E AUMENTO DE VENDAS.....	21
10.4 ATRAÇÃO DE INVESTIDORES E PARCEIROS	21
10.5 GESTÃO DE CRISES	22
10.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	22
11 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	23
11.1 PROFISSIONAIS ASSOCIADOS	23
11.2 COMO UM PROFISSIONAL PODE SE ASSOCIAR	23
11.3 PRECIFICANDO O VALOR DA CONSULTA DOS PROFISSIONAIS	24
11.4 PAGAMENTO DOS PROFISSIONAIS.....	24
11.5 BENEFÍCIOS DE SER UM ASSOCIADO.....	24
12 DEFINIÇÃO DE METAS	25
12.1 PRAZO DO DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO	25
12.1.1 Desenvolvedor.....	25
12.1.2 Prazo de entrega.....	25
12.2 CUSTO.....	25
12.3 PRAZO PARA COMEÇAR A DIAGNOSTICAR USUÁRIOS	25
12.4 PRAZO PARA MELHORIA	26
12.5 QUANTOS USUÁRIOS ESTARÃO ATIVOS NO PRIMEIRO ANO DE LANÇAMENTO?	26
13 CONCLUSÃO	27
13.1 ESCLARECIMENTO DO OBJETIVO	27
13.2 LEI Nº 14831/2024 DE 27 DE MARÇO DE 2024	27
13.3 REFERÊNCIA SOBRE SAÚDE MENTAL	29
13.4 PREVENÇÃO.....	29
13.5 IMPACTO NA PRODUTIVIDADE	29
13.6 LUCRO.....	30
13.7 MELHORIA DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO COLABORADOR DA EMPRESA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA.....	30

13.8 Lei de Heinrich	30
13.8.1 Significado da Pirâmide de Heinrich.....	31
13.9 Redução de acidentes	32
13.10 Responsabilidade Social	32
14 REFERÊNCIAS DE PESQUISA E FONTES	34

1 INTRODUÇÃO

O presente plano de negócio visa destacar a possibilidade de aprimoramento do desempenho dos motoristas colaboradores da empresa JNR Transportes e Logística por meio do cuidado com sua saúde mental. A proposta central é a implementação de um aplicativo acessível a qualquer hora e lugar durante o expediente, que oferecerá suporte para o bem-estar psicológico dos colaboradores e identificará precocemente questões que demandem intervenção. Acredita-se que essa abordagem resultará em melhorias substanciais nos resultados profissionais dos colaboradores.

2 PLANO DE NEGÓCIO

2.1 A EMPRESA

A JNR Transportes e Logística é uma empresa de transportes de carga seca, completa e fracionada, com unidades nas cidades de São Paulo, Sorocaba, Campinas e Poços de Caldas, que atua no mercado há 18 anos. Na carga fracionada, opera com frota própria dentro do trecho que une suas unidades e regiões abrangentes; e no restante dos estados brasileiros, atua por meio de parcerias. Na carga completa, opera em todo o território brasileiro e faz distribuição nos grandes centros onde mantém suas unidades. A empresa também trabalha com armazenamento de cargas.

2.2 DESCRITIVO E CONCEITO DO NEGÓCIO

Por meio da criação de um aplicativo personalizado, a JNR Transportes e Logística oferecerá apoio e orientação para crises de ansiedade, pânico, depressão e problemas psicológicos que o motorista de veículos da empresa esteja enfrentando no momento. Mediante um indicador que marca quantas vezes a pessoa acessou o aplicativo, o qual será monitorado pela equipe de Tecnologia da Informação (TI) da empresa, haverá uma intervenção do setor de Recursos Humanos (RH) junto a esse colaborador por intermédio de *insights* de acesso. O intuito é que a pessoa tenha acesso mais rápido a um profissional qualificado, seja psicoterapeuta ou psiquiatra, de acordo com análise de risco do usuário, devido à quantidade de vezes que ele acessou o aplicativo e foi identificado.

2.3 PROPOSTA DE VALOR

Propõe-se investir na saúde emocional e na qualidade de vida dos colaboradores da empresa JNR Transportes e Logística. Com isso, será possível proporcionar não apenas a melhoria do ambiente de trabalho, mas também contribuir para a retenção de talentos, o aumento da produtividade, a redução de *turn over* e o absenteísmo relacionado à saúde mental.

2.4 FORÇAS E FRAQUEZAS DA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA

A análise SWOT se divide em Forças e Fraquezas. Os pontos fortes podem ser definidos como recursos que a empresa já tem disponível e que possa ser usado para melhorar sua participação no mercado ou o seu desempenho financeiro. Quanto aos pontos fracos são quaisquer recursos que a empresa que podem causar desvantagem competitiva.

Força: foco no cliente, qualidade nos serviços prestados, comprometimento, criatividade e inovação, segurança dos colaboradores e nas vias, ética e respeito, pessoas como seu maior patrimônio e sustentabilidade como legado.

Fraqueza: pressão por parte dos solicitantes (embarcadores) para que a entrega chegue rápido, o que provoca ansiedade e exaustão aos motoristas de caminhão.

Esses embarcadores, em sua maioria indústrias, propagam um falso marketing relacionado ao Environmental, Social and Governance (ESG), o qual não provém de nenhum lugar que garanta a qualidade minimamente fisiológica para tempo de carregamento e descarregamento de cargas. Ou seja, muitas vezes, o colaborador não tem sequer onde comer, realizar suas necessidades fisiológicas e descansar, conforme define a pirâmide de Maslow (1943, p. 2), a seguir:

A hierarquia de necessidades de Maslow é uma teoria da psicologia proposta por Abraham Maslow em seu artigo, "A teoria da motivação humana", publicado em 1943 na revista *Psychological Review*. Maslow define cinco categorias de necessidades humanas: fisiológicas, segurança, afeto, estima e as de autorrealização.

2.5 ANÁLISE DO MICRO E MACROAMBIENTE

Analisar o Microambiente de uma empresa faz identificar como certos fatores influencia suas operações diárias e suas relações com seus clientes e fornecedores.

No caso da JNR seus clientes se compõe em 80% de industrias e 20% varejistas. Tanto a industria como o varejo contratam seus serviços devido a rapidez e qualidade de seus serviços prestados. A empresa ganha vantagem perante seus concorrentes porque não limita o tipo de mercadoria a ser transportada, obviamente

desde que essa mercadoria ou material se inclui dentro das licenças que oferece e que caibam dentro dos veículos ofertados.

Devido essa agilidade se faz necessário trabalhar com fornecedores que possam atendê-la de forma rápida e ofereçam custo benefício diferenciados e vantagens dentro dos clubes de compra que pertence.

Com relação ao Macroambiente, esse estudo nos trás assertividade para identificar questões a longo prazo que afetam de um modo geral o ambiente em que a empresa opera.

Analisando o fator Político Legal, a Lei 13.103 que no seu proposto inicial foi providenciar um descanso maior devido as longas horas trabalhadas pelos motoristas de caminhão e ônibus, na realidade além de prejudicar o motorista, afeta diretamente os custos da empresa, devido a falta de infraestrutura nas rodovias brasileiras que não podem oferecer qualidade básica para o descanso dessa classe, gerando mais estresses e fazendo com que as transportadoras adotem de uma nova estratégia que significa diminuir os trechos oferecidos nos BID's ou aumentar o número de motoristas em um trecho longo, onerando seus custos e colocando seus motoristas em vulnerabilidade de segurança quando não conseguem repassar esse custo para as indústrias.

A falta de um Plano Econômico robusto oferecido pelo Governo Federal e a falta de conhecimento técnico no que se compõe, hoje é uma agravante que gera muita preocupação para o setor do transporte rodoviário de cargas, como exemplo a desoneração da folha de pagamento que poderá resultar na falência das pequenas e médias empresas e um grande número de dispensa no setor. Fora o impacto no custo do frete que gera em torno de 20% e que deverá ser repassado a fim de sobrevivência.

Quando se olha para os fatores ambientais, se olharmos geograficamente hoje temos a questão da instabilidade do clima que vem afetando inclusive a infraestrutura das vias, como é o caso que ocorreu no RS a semanas atrás e que afeta toda uma cadeia logística de abastecimento. Já o social, o stress diário e a ansiedade especialmente no trânsito dos grandes centros, vem mudando o cenário e isso reverbera de uma forma negativa na captação de novos motoristas de caminhão, que muitas das vezes optam por serem motoristas de aplicativos e estarem em casa todos os dias e serem seus próprios patrões.

Hoje já percebemos falta de mão de obra de motoristas de caminhão devido a alta tecnologia usada dentro das cabines de caminhão, fator que fez com que a

Mercedez Bens olhasse de forma mais suscinta e simples, facilitando a integração motorista X veículo e seus comandos na cabine.

Quando se observa a necessidade de câmeras Onboard dentro e fora dos veículos, que hoje é uma realidade na segurança dos veículos e que a JNR já adotou, temos de uma outro lado a insatisfação dos motoristas que reclamam que estão sendo observados o tempo todo, criando uma resistência ao uso dessas tecnologias.

2.6 OPORTUNIDADES / AMEAÇAS DO MERCADO - ANÁLISE SWOT DA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA

O sistema Swot foi desenvolvido por Albert Humphrey em 1960 e sua técnica traz a definição de qualidades e fraquezas de uma empresa e analisa seus resultados para que essa consiga obter clareza na identificação de problemas e vantagens a serem exploradas, com intenção de permitir identificar o comportamento de tal.

2.6.1 Oportunidades

- ✓ Melhorias nas condições de trabalho;
- ✓ Definição de metas com relação ao tempo de descarregamentos e carregamentos nos embarcadores;
- ✓ Conscientização da importância da saúde mental entre os colaboradores.

2.6.2 Ameaças

- ✓ Globalização e suas exigências;
- ✓ Necessidade de rapidez da mercadoria transportada por parte dos embarcadores;
- ✓ Pressão das indústrias em vender produtos antes mesmo de produzi-los pode sobrecarregar as operações logísticas, levando a problemas de qualidade, erros de inventário, atrasos na entrega e insatisfação do cliente.

2.6.3 Análise do resultado

Entende-se como crucial que as empresas de transporte encontrem um equilíbrio entre a necessidade de rapidez e a garantia de qualidade em suas operações logísticas para enfrentar essa ameaça.

Figura 1 - Análise SWOT JNR



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

3 DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO (IGOR ANSOFF)

A Matriz Ansoff é uma ferramenta flexível e adaptável, que permite às empresas analisarem diferentes opções de crescimento e optarem pela estratégia mais adequada aos objetivos organizacionais. Desse modo, as lideranças podem tomar decisões mais assertivas e direcionar os esforços de crescimento de forma mais eficiente. Mas não só isso, além de ajudar as empresas a visualizarem possibilidades de expansão e inovação, a Matriz Ansoff também oferece vários benefícios, conforme segue.

3.1 PENETRAÇÃO NO MERCADO

Recomenda-se a promoção de campanhas de marketing, enfatizando-se a necessidade de um ambiente de trabalho que busque o bem-estar dos colaboradores da empresa JNR Transportes e Logística. Além disso, propõe-se o fornecimento de suporte diário para que os colaboradores tenham melhor desempenho e zelo para com as cargas.

3.2 DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

A intenção do produto principal (aplicativo) é agregar mais qualidade de vida a um profissional pouco reconhecido no sentido do cuidado: o caminhoneiro. Partindo-se disso, nasce um dos principais objetivos deste trabalho, que é destacar a importância de atualizações no sistema da empresa JNR Transportes e Logística, o que trará, a longo prazo, benefícios para todos.

3.3 DESENVOLVIMENTO DE MERCADO

A busca por programas de bem-estar psicológico experimentou um notável aumento entre as empresas, estimulando o surgimento de *startups* especializadas. Esse movimento despertou também o interesse de empresas de saúde em explorar oportunidades adicionais nesse setor em crescimento.

Segundo matéria produzida pelo blog da CNN (Agrela, 2022, on-line): “Empresa que conecta pessoas a psicólogos teve crescimento de 540% de receita”. Isso demonstra como o mercado de saúde mental está em alta nos últimos anos.

3.4 MERCADOS GEOGRÁFICOS AINDA NÃO EXPLORADOS

A JNR Transportes e Logística atua nas cidades de São Paulo, Campinas, Sorocaba e Poços de Caldas. Nesse sentido, pode-se explorar outros pontos nacionais, para que a frota possa se expandir e assim aumentar o suporte de seus colaboradores. Outro mercado possível é o das empresas de transporte que colaboram com o Serviço Social do Transporte (SEST) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (SENAT).

3.5 DIVERSIFICAÇÃO

Para fortalecimento da ação do aplicativo, a melhor opção de diversificação é implementar a ideia junto a outras empresas do SEST SENAT. Desta forma, garante-se acesso qualificado aos cuidados e apoio em saúde mental aos colaboradores do transporte.

4 POSSIBILIDADE DE PARCERIAS

Sindicatos de caminhoneiros: colaborar com associações que representam os interesses dos motoristas pode fornecer acesso direto à comunidade de motoristas de caminhão. Essas associações podem ajudar na promoção do aplicativo entre seus membros e fornecer *insights* valiosos sobre as necessidades específicas dos motoristas de caminhão.

Profissionais de saúde mental: parcerias com terapeutas licenciados, psicólogos e outras instituições de saúde mental são essenciais para oferecer serviços de qualidade por meio do aplicativo. Neste caso, pode-se buscar uma parceria com os profissionais do sindicato de trabalhadores, e com os planos de saúde já fornecidos pela empresa. Esses profissionais podem fornecer orientação clínica, supervisionar grupos de apoio e até mesmo oferecer tratamento psicoterápico individual por meio do aplicativo. O tratamento psicoterápico é feito mediante sessões de psicoterapia, mas não se resume às sessões, ele é um processo de tratamento que determina uma vinculação específica ao profissional de psicologia, com todas as dinâmicas técnicas que essa vinculação abarca.

Universidades e centros de pesquisa: colaborar com instituições acadêmicas e centros de pesquisa pode ajudar a validar a eficácia do aplicativo e aprimorar seus recursos com base em evidências científicas. Além disso, essas parcerias podem abrir portas para bolsas de pesquisa e financiamento.

Organizações de saúde mental: parcerias com organizações sem fins lucrativos e instituições de saúde mental ampliam o alcance do aplicativo e fornecem acesso a recursos adicionais, como linhas diretas de apoio, grupos de terapia e programas de educação sobre saúde mental.

Empresas de tecnologia e desenvolvedores de aplicativos: trabalhar com empresas de tecnologia especializadas no desenvolvimento de aplicativos pode acelerar o processo de criação e garantir que o aplicativo seja robusto, seguro e fácil de usar. Essas parcerias ajudam a criar uma experiência de usuário excepcional fazendo gerar interesse do colaborador da empresa JNR Transportes e Logística.

Parceiros de marketing e publicidade: colaborar com agências de marketing e especialistas em publicidade digital pode ajudar a promover o aplicativo de forma eficaz, alcançando o público-alvo por meio de campanhas direcionadas e estratégias de mídia social.

5 LEVANTAMENTO DE LUCRATIVIDADE E ALCANCE

Nos últimos anos, o setor de transporte por aplicativo cresceu muito, trazendo comodidade para usuários e motoristas. No entanto, esse crescimento também trouxe desafios para a saúde mental dos motoristas de caminhão, devido ao longo tempo de trabalho, pressão financeira e isolamento social. Para ajudar esses profissionais, propõe-se o desenvolvimento de um aplicativo de saúde mental exclusivo para esse público. Esse aplicativo terá recursos para lidar com o estresse, ansiedade e outros problemas de saúde mental, promovendo o bem-estar geral.

6 PROPOSTA DE VALOR

Será oferecido acesso conveniente a recursos de saúde mental, incluindo-se terapia on-line, conteúdo educacional, ferramentas de autoajuda e uma comunidade de apoio. Isso ajudará os motoristas de caminhão da empresa JNR Transportes e Logística a melhorarem seu bem-estar psicológico, seu desempenho no trabalho e no convívio familiar.

7 SEGMENTO DE CLIENTE

O aplicativo de saúde mental será direcionado aos motoristas de caminhão da empresa JNR Transportes e Logística de todas as idades, gêneros e regiões geográficas em que a empresa atua. Esse grupo enfrenta desafios únicos relacionados à saúde mental devido ao trabalho que realizam, e o aplicativo irá atender às suas necessidades específicas, colaborando na prevenção de depressões crônicas, ataques de pânico, surtos e desistência da profissão.

8 FLUXO DE RECEITAS DO CONCORRENTE

O presente modelo de negócio será baseado em assinaturas mensais ou anuais para acesso ao aplicativo, com a possibilidade de oferecer recursos *premium* mediante pagamento adicional. Haverá taxas por sessões de terapia on-line e receitas de publicidade ou parcerias patrocinadas dentro do aplicativo.

9 PESQUISA DE MERCADO E PLANEJAMENTO

Serão realizadas pesquisas de mercado para entender as necessidades e preferências dos motoristas de caminhão da empresa JNR Transportes e Logística que usam aplicativos relacionados à saúde mental. Isso inclui análise da concorrência, identificação de lacunas no mercado e definição de personas.

9.1 DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

A programação e o desenvolvimento do aplicativo incluirá a criação de recursos específicos de saúde mental, funcionalidades de comunicação, sistemas de segurança e integração com outras plataformas, se aplicável. O custo médio é de R\$ 25 mil para desenvolvimento do software.

9.2 IMPLEMENTAÇÃO DE RECURSOS DE SAÚDE MENTAL

Serão integrados os recursos de saúde mental, como acesso a terapeutas licenciados, ferramentas de autoajuda e suporte comunitário, garantindo-se que esses estejam disponíveis e funcionem corretamente dentro do aplicativo. Estarão presentes serviços como: terapia on-line, nutrição, diagnóstico e análise de comportamento, treinamento e desenvolvimento para estimular autoestima e liderança, indicações de locais para entretenimento e promoção de empoderamento dentro da empresa.

9.3 TESTES E QUALIDADE

Haverá a realização de testes extensivos de usabilidade, segurança e desempenho do aplicativo em diferentes dispositivos e ambientes. Isso inclui testes beta com usuários reais para identificar e corrigir quaisquer problemas ou *bugs*.

9.4 MARKETING E LANÇAMENTO

Serão desenvolvidas e executadas estratégias de marketing para promover o aplicativo, aumentar a conscientização e atrair usuários. Isso pode envolver publicidade on-line, campanhas de mídia social, parcerias estratégicas e eventos de lançamento.

A principal estratégia será otimizar os custos por meio de parcerias para que haja uma sistemática já pré-estabelecida na unidade, um exemplo disso é utilizar os profissionais associados do plano de saúde ativo na empresa ou do SEST SENAT.

Propõe-se promover o benefício da parceria do plano com o aplicativo por intermédio da *collab* com o aplicativo. Isso fortalecerá a lembrança do usuário de sua marca, a probabilidade de expansão ao se associar a um trabalho de suporte emocional em uma empresa de transporte que poderá atrair mais usuários da área para instituição e a certeza de que os inúmeros colaboradores da JNR Transportes e Logística estarão sempre findando seu contrato com a parceria do plano. Também será utilizada a aplicação de Igor Ansoff para o desenvolvimento do aplicativo no mercado, conforme já citado acima.

9.5 SUPORTE AO CLIENTE

Sugere-se estabelecer canais de suporte eficazes ao cliente para lidar com perguntas, *feedbacks* e problemas dos usuários. Isso pode incluir suporte por e-mail, chat ao vivo e recursos de ajuda dentro do aplicativo.

9.6 MANUTENÇÃO E ATUALIZAÇÕES

O aplicativo será monitorado e atualizado regularmente para garantir sua funcionalidade, segurança e relevância contínuas. Isso pode envolver o lançamento de novos recursos, correções de *bugs* e otimizações de desempenho. O custo mensal será em torno de R\$ 1.343, que é o valor mínimo de um profissional de TI para garantir a manutenção mensal.

9.7 FONTE DE INFORMAÇÕES

Pesquisa e conteúdo disponibilizada pelo “Programa Volvo de Segurança”: Erica Elisa Nickel (Especialista em Trânsito, Mestre em Educação), Andrea Lacerda de Freitas Carvalho (Especialista em Psicologia do Trânsito) e Eraide Franco Wenceslau (Especialista em Logística e Segurança).

9.8 FORTALECIMENTO DA MARCA COM O MOVIMENTO DE CONSCIENTIZAÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA DO EMPREGADO

Fortalecer a marca por meio do movimento de conscientização da qualidade de vida dos funcionários é uma estratégia que pode gerar impactos positivos em várias áreas da empresa, incluindo-se imagem corporativa, atração e retenção de talentos, engajamento e produtividade dos funcionários, redução do turnover e impacto social. Essa abordagem não apenas beneficia os funcionários individualmente, mas contribui para o sucesso geral da empresa no mercado.

10 ASSESSORIA DE IMPRENSA E RESULTADOS POSSÍVEIS DE SEREM OBTIDOS

A assessoria de imprensa desempenha um papel crucial na construção e na gestão da reputação de uma marca. Ao garantir uma cobertura positiva nos meios de comunicação, a empresa pode alcançar uma série de resultados importantes. A seguir, listam-se exemplos de resultados possíveis de serem obtidos por meio da assessoria de imprensa

10.1 AUMENTO DA VISIBILIDADE DA MARCA

A assessoria de imprensa garante que a marca seja apresentada em matérias jornalísticas, artigos e entrevistas em veículos de mídia relevantes. Isso aumenta a visibilidade da marca perante o público-alvo e potenciais clientes.

10.2 CREDIBILIDADE E AUTORIDADE

Uma cobertura positiva na imprensa contribui para a credibilidade e a autoridade da marca. Quando uma empresa é mencionada em fontes confiáveis e respeitadas, ela ganha a confiança dos consumidores e é percebida como uma líder em seu setor.

10.3 GERAÇÃO DE LEADS E AUMENTO DE VENDAS

A exposição positiva na imprensa pode gerar interesse em produtos ou serviços da empresa, levando ao aumento de *leads* e, conseqüentemente, ao crescimento das vendas.

10.4 ATRAÇÃO DE INVESTIDORES E PARCEIROS

A cobertura positiva na mídia também atrai o interesse de investidores, parceiros comerciais e potenciais colaboradores. Empresas bem-sucedidas frequentemente recebem atenção da imprensa, o que pode abrir portas para oportunidades de parceria e investimento.

10.5 GESTÃO DE CRISES

A assessoria de imprensa desempenha um papel importante na gestão de crises e na proteção da reputação da empresa. Uma equipe de relações-públicas experiente ajuda a mitigar danos à imagem da marca em situações adversas, fornecendo respostas rápidas e eficazes à imprensa.

10.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

A assessoria de imprensa posiciona a empresa estrategicamente no mercado, comunicando mensagens-chave e valores fundamentais por meio da mídia. Isso ajuda a diferenciar a empresa da concorrência e a criar uma identidade única no mercado.

11 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Ao realizar uma pesquisa sobre a concorrência, encontrou-se o aplicativo 'Telavita' (2024), que oferece soluções de saúde mental para colaboradores de empresas, proporcionando cuidado emocional de alta qualidade. Essa abordagem visa a promover mais produtividade e reduzir o número de afastamentos, com foco no retorno sobre o investimento (ROI) e resultados clínicos positivos.

A empresa avalia sua população corporativa para compreender as necessidades individuais de cada colaborador, elaborando trilhas de cuidado específicas para atendê-las. Essas trilhas podem incluir consultas on-line com psicólogos e psiquiatras, conteúdos educativos, exercícios, treinamentos e outros tipos de apoio personalizados conforme as demandas da empresa.

Relatórios detalhados são fornecidos à empresa para embasar uma gestão emocional fundamentada em dados, permitindo uma abordagem proativa na promoção do bem-estar dos colaboradores.

11.1 PROFISSIONAIS ASSOCIADOS

O atendimento ocorre de forma on-line com alcance a qualquer paciente, em qualquer lugar. Não há taxa de mensalidade, com repasse de uma porcentagem do valor da consulta, conforme modelo de atendimento: particular, empresas conveniadas ou planos de saúde. Assim, alcança-se mais um meio de movimentação financeira do aplicativo.

11.2 COMO UM PROFISSIONAL PODE SE ASSOCIAR

Para os psicólogos, é preciso graduação em Psicologia, com cadastro no Conselho Regional de Psicologia (CRP) ativo. Também é necessário cadastro simplificado no site e-Psi para que seja possível consultar se o profissional está apto e seguindo a ética da profissão. Para os psiquiatras, é preciso graduação em Medicina, com especialização ou residência em psiquiatria. Embora tanto psicólogos quanto psiquiatras possam atender de forma particular pelo Telavita (2024), o foco é prover atendimentos a pacientes de planos de saúde e operadoras. Por isso, é preciso ter o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).

11.3 PRECIFICANDO O VALOR DA CONSULTA DOS PROFISSIONAIS

Para os atendimentos particulares, o profissional é quem define o valor da sua sessão ou consulta médica. Para os atendimentos a planos de saúde e operadoras, o valor da consulta é definido pelo tipo de contrato estabelecido. No Telavita (2024), não há cobrança de mensalidade, taxa de adesão ou tempo mínimo de associação para atender. Paga-se apenas uma porcentagem por cada consulta realizada.

11.4 PAGAMENTO DOS PROFISSIONAIS

Cada cliente tem uma regra própria sobre as normas de repasse, sendo que essa informação sempre constará em contrato e nos anexos de contrato. Será solicitado o aceite antes de liberar os agendamentos de pacientes. Para atendimentos de forma particular, o Telavita (2024) emite a nota para o psicólogo ou médico, pela cessão da sala virtual e de todos os serviços.

Para atendimentos a planos de saúde e operadoras, o profissional emite uma nota fiscal sobre a prestação do serviço e o Telavita (2024) faz o repasse do pagamento seguindo as normas e prazos de cada convênio. É importante ressaltar que são dois os tipos de prestação de serviços: atendimento particular, em que o Telavita (2024) é contratado como intermediador de serviço, e atendimento aos planos de saúde, em que o serviço como clínica é contratado pela empresa.

11.5 BENEFÍCIOS DE SER UM ASSOCIADO

O Telavita (2024) leva os pacientes até o profissional. Para tanto, basta disponibilizar os horários para que novos agendamentos sejam feitos. Garante-se visibilidade para o perfil do profissional e otimização de agenda. Ao fazer parte da comunidade de profissionais da área, a troca experiências é assegurada. Otimiza-se a rotina com ferramentas e dados que ajudam o profissional a gerenciar seu consultório on-line.

12 DEFINIÇÃO DE METAS

12.1 PRAZO DO DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO

12.1.1 Desenvolvedor

Uma das etapas mais importantes ao criar um aplicativo é o planejamento. É por meio desse instrumento que são definidos os principais conceitos e as estratégias para o desenvolvimento. É também nessa etapa que são avaliados itens, como: os recursos financeiros do projeto, o tipo de aplicativo, o perfil do público-alvo, etc. O prazo de execução da etapa varia de acordo com o tipo de planejamento desenvolvido e o tempo que o desenvolvedor disponibiliza para o projeto. Geralmente, o tempo que se leva para desenvolver um aplicativo é entre 60 e 90 dias.

12.1.2 Prazo de entrega

O processo de criação e lançamento de um aplicativo pode levar de alguns meses a mais de um ano, dependendo da escala e complexidade do projeto, bem como da disponibilidade de recursos e da rapidez com que as etapas podem ser concluídas. Em uma avaliação com a Crosoften (2021), empresa que desenvolve aplicativos, a média para o lançamento é de 10 meses.

12.2 CUSTO

Para um aplicativo simples, com funcionalidades básicas e sem integrações complexas, o custo médio pode variar de R\$ 5 mil a R\$ 20 mil.

12.3 PRAZO PARA COMEÇAR A DIAGNOSTICAR USUÁRIOS

Após o desenvolvimento do aplicativo, começa o processo de captação de profissionais para o trabalho. Com isso, estabelece-se como meta implementar os profissionais fornecidos pelo plano de saúde contratado pela empresa JNR Transportes e Logística, que atualmente, segundo a disponibilidade dos dois planos, está em torno de 35 profissionais para habilitar. Diante disso, são estimados dois meses para o cadastramento desses profissionais. Após essa etapa, ao iniciar um

atendimento o profissional, pode-se levar anos para um diagnóstico. Porém, com *insights* de tempo de uso do aplicativo e quantidade de acessos, é possível entender se esse colaborador da empresa JNR Transportes e Logística está conseguindo ter um bom desempenho ou não. Estima-se que irá demorar aproximadamente seis meses para começar a se obter *insights* do tempo de uso.

12.4 PRAZO PARA MELHORIA

São necessários em média seis meses para que o desempenho do aplicativo seja aperfeiçoado. Já a parte de programação leva em torno de 60 a 90 dias. São calculados 30 dias de previsão para melhorias na experiência do *design* do usuário. Por fim, calculam-se 110 dias para aplicação da estratégia de campanhas de tráfego pago e divulgação interna para os usuários da empresa.

12.5 QUANTOS USUÁRIOS ESTARÃO ATIVOS NO PRIMEIRO ANO DE LANÇAMENTO?

Estima-se que estejam ativos no primeiro ano de lançamento de 50 a 200 usuários, de acordo com o número de colaboradores da empresa.

13 CONCLUSÃO

13.1 ESCLARECIMENTO DO OBJETIVO

A boa saúde mental é fator crucial para o desenvolvimento, produtividade e engajamento dos motoristas de caminhão em suas tarefas diárias. A deficiência nesse quesito pode levar muitos colaboradores a desenvolverem doenças crônicas, como: depressão, alterações arteriais, suicídio, vícios (dependência química e alcoólica) e abandono de uma profissão cuja mão de obra já é escassa no mercado global. Por isso, olhar de uma forma mais responsável e sensível para este tema pode prevenir acidentes e mortes e motivar quem sabe até os filhos desses profissionais a seguirem a carreira dos pais ou ao menos inspirar novos motoristas. Espera-se com isso também a valorização da marca JNR Transportes e Logística perante a sua concorrência direta.

13.2 LEI Nº 14831/2024 DE 27 DE MARÇO DE 2024

A Lei n.º 14.831 (Brasil, 2024) traz questões que podem beneficiar ainda mais a idéia de promoção de saúde mental para os motoristas da JNR e a reputação de sua marca perante concorrência, conforme a legislação conta:

Entrou em vigor, no dia 27 de março de 2024, a Lei Federal nº 14831/2024, que institui o Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental e dispõe sobre a certificação de empresas reconhecidas como promotoras da saúde mental, trazendo, em seu texto, a forma de obtenção do referido certificado às empresas que assim desejarem.

O certificado em questão poderá ser obtido pelas empresas que atenderem aos critérios de promoção de saúde mental e do bem-estar de seus trabalhadores estabelecidos pela própria lei. Assim, nos termos do artigo terceiro da referida lei, as empresas interessadas em obter a certificação devem desenvolver ações e políticas fundamentadas nas seguintes diretrizes:

I - promoção da saúde mental:

- a) implementação de programas de promoção da saúde mental no ambiente de trabalho;
- b) oferta de acesso a recursos de apoio psicológico e psiquiátrico para seus trabalhadores;
- c) promoção da conscientização sobre a importância da saúde mental por meio da realização de campanhas e de treinamentos;
- d) promoção da conscientização direcionada à saúde mental da mulher;
- e) capacitação de lideranças;
- f) realização de treinamentos específicos que abordem temas de saúde mental de maior interesse dos trabalhadores;
- g) combate à discriminação e ao assédio em todas as suas formas;

h) avaliação e acompanhamento regular das ações implementadas e seus ajustes;

II - bem-estar dos trabalhadores:

- a) promoção de ambiente de trabalho seguro e saudável;
- b) incentivo ao equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional;
- c) incentivo à prática de atividades físicas e de lazer;
- d) incentivo à alimentação saudável;
- e) incentivo à interação saudável no ambiente de trabalho;
- f) incentivo à comunicação integrativa;

III - transparência e prestação de contas:

- a) divulgação regular das ações e das políticas relacionadas à promoção da saúde mental e do bem-estar de seus trabalhadores nos meios de comunicação utilizados pela empresa;
- b) manutenção de canal para recebimento de sugestões e de avaliações;
- c) promoção do desenvolvimento de metas e análises periódicas dos resultados relacionados à implementação das ações de saúde mental.

Dos critérios elencados na própria lei, inicialmente, destacamos que, a nosso ver, não se trata de rol taxativo, inclusive porque, em sua maioria, são diretrizes abertas. Também não encontramos na lei obrigatoriedade de que todas as medidas sejam implementadas. Contudo, obviamente, quanto maior o enquadramento da empresa às diretrizes, maior a possibilidade de obtenção do certificado. Essas considerações aqui colocadas, em primeira análise da lei, poderão ser esclarecidas e melhor tratadas quando houver a regulamentação.

Também destacamos, da leitura dos critérios apontados na lei, que o trabalho de implementação das medidas necessárias à obtenção do certificado e sua manutenção é multidisciplinar e se trata de excelente campo de atuação para profissionais de RH, saúde e segurança do Trabalho, advogados especializados no atendimento trabalhista de empresas, psicólogos, dentre outros.

Uma vez atendidas e verificadas as diretrizes estabelecidas no art. 3º da Lei, a empresa obterá o certificado de Empresa Promotora da Saúde Mental, o qual terá validade de 2 (dois) anos, após os quais a empresa deverá passar por nova avaliação para sua renovação.

Ainda, segundo a lei, as empresas que obtiverem o Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental são autorizadas a utilizar o certificado em sua comunicação e em materiais promocionais, a fim de destacar seu compromisso com a saúde mental e com o bem-estar de seus trabalhadores. Os procedimentos para a concessão, a revisão e a renovação do Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental serão fixados em regulamento.

Obter essa certificação, a nosso ver, pode trazer uma série de benefícios significativos, dentre os quais podemos elencar:

- Aumento da Produtividade
- Redução do absenteísmo
- Atração e retenção de talentos
- Ampliação da responsabilidade social da organização
- Redução do estresse, ansiedade e burnout
- Redução de passivo trabalhista
- Melhora imagem da empresa, sua reputação e seu valor no mercado
- Melhora a qualidade de vida dos trabalhadores

Um bom começo para a análise de viabilidade de implementação das medidas necessárias para obtenção do certificado é entender como a empresa está com relação aos requisitos da Lei 14.831 que orientam a implementação das ações e programas para a Certificação Empresa Promotora da Saúde Mental.

13.3 REFERÊNCIA SOBRE SAÚDE MENTAL

Pesquisa da Volvo destaca um ponto crucial: apesar do avanço da tecnologia automotiva, o comportamento humano ainda é a principal causa de muitos acidentes (Nickel; Carvalho; Wenceslau, 2021). No contexto das rodovias brasileiras, a saúde e a qualidade de vida dos motoristas de caminhão profissionais são fatores fundamentais a se considerar. Isso inclui questões, como fadiga, ansiedade, estresse, saúde física e mental, que podem afetar diretamente a segurança nas estradas. A conscientização sobre esses aspectos é essencial para promover uma condução mais segura e reduzir o número de acidentes.

13.4 PREVENÇÃO

A detecção de sinais de problemas de saúde mental ou emocional durante os diálogos sobre 'quase acidentes' é crucial para a segurança nas estradas. Além disso, encaminhar o motorista para um profissional de saúde especializado pode ajudá-lo a lidar com problemas antes que esses se tornem mais sérios ou causem um acidente. O processo de informar, registrar, analisar e aprender com os erros é fundamental para aprimorar a segurança e assim permitir identificar padrões, áreas de risco e implementar medidas preventivas para evitar acidentes graves.

13.5 IMPACTO NA PRODUTIVIDADE

Estudos, como o realizado pela Universidade de Harvard (Kessler, 1943, p. 2), mostram como a saúde mental desempenha papel crucial nesse cenário. Problemas de saúde mental podem afetar significativamente a produtividade no trabalho, resultando em absenteísmo (faltas), presenteísmo (estar presente no trabalho, sem ser produtivo) e até mesmo gerar custos diretos relacionados ao tratamento e à gestão desses problemas. Nesse estudo, o impacto econômico global das questões de saúde mental é evidenciado pela projeção de perda de US\$ 16,1 trilhões até 2030.

Essas perdas não afetam apenas as empresas, mas também têm implicações na qualidade de vida das pessoas e no desenvolvimento econômico de um país. Portanto, investir em programas de promoção da saúde mental no local de trabalho

não apenas beneficia os funcionários individualmente, mas gera impacto positivo nos resultados financeiros das empresas e na economia.

13.6 LUCRO

Motoristas de caminhão com boa saúde mental tendem a estar mais alertas, focados e menos propensos a cometer erros que levem a acidentes. Menos acidentes significam menos custos com reparos de veículos, seguros, indenizações e possíveis interrupções nas operações.

Problemas de saúde mental podem levar a faltas frequentes no trabalho, outro fator que traz cerca de um prejuízo em torno de R\$ 230 milhões por ano, para grandes empresas do país, Segundo Karin Salomão (2019), com a publicação do Blog da revista Exame.

Investir em programas de saúde mental pode ajudar os motoristas de caminhão a lidarem melhor com o estresse, ansiedade e outros problemas, reduzindo o absenteísmo e garantindo uma equipe mais presente e confiável, mostrando assim mais lucratividade para a empresa.

13.7 MELHORIA DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO COLABORADOR DA EMPRESA JNR TRANSPORTES E LOGÍSTICA

Com a saúde mental equilibrada e a autoestima melhorada, a apresentação física dos colaboradores automaticamente melhora. A higiene física torna-se disciplina e o atendimento ao cliente também melhora, pois esse colaborador tem mais habilidade em se comunicar de forma gentil por se sentir mais seguro e equilibrado.

13.8 LEI DE HEINRICH

A Lei de Heinrich é uma teoria proposta pelo engenheiro de segurança do trabalho, Herbert William Heinrich, na década de 1930. Essa teoria postula uma relação entre acidentes graves, lesões leves e quase acidentes em um ambiente de trabalho. A teoria é frequentemente representada pela chamada 'Pirâmide de Heinrich', conforme imagem a seguir.

Figura 2 - Pirâmide de Heinrich



Fonte: ErgoCorp, 2024

13.8.1 Significado da Pirâmide de Heinrich

Base larga - quase acidentes ou incidentes sem lesões. Esse é o nível mais baixo da pirâmide e representa os incidentes que não resultaram em lesões ou danos graves, mas que poderiam ter levado a eles se as circunstâncias fossem um pouco diferentes. Esses quase acidentes são considerados indicadores de problemas subjacentes de segurança que precisam ser abordados.

Parte intermediária - lesões leves. Esse nível representa lesões menores que não são consideradas graves, mas que ainda resultam em algum tipo de impacto

negativo para o trabalhador e para a empresa. Isso pode incluir ferimentos leves, como cortes, contusões ou torções.

Topo estreito - acidentes graves. No topo da pirâmide estão os acidentes graves que resultam em lesões sérias ou até mesmo fatais para os trabalhadores. Esses acidentes representam a menor proporção de todos os eventos de segurança, mas têm o maior impacto em termos de consequências pessoais, financeiras e de reputação para a empresa.

A pirâmide de Heinrich enfatiza a importância de identificar e corrigir os quase acidentes e as condições que levam a eles, a fim de prevenir lesões graves e acidentes no local de trabalho. Isso reflete a ideia subjacente de que a prevenção de acidentes graves começa com a atenção aos incidentes menores e aos fatores de risco subjacentes.

13.9 REDUÇÃO DE ACIDENTES

São diversos os fatores que contribuem para a ocorrência de acidentes. Entre esses, destaca-se que cerca de 10% são relacionados ao veículo. As condições do ambiente respondem por 30% dos casos. Contudo, de acordo com estudos já realizados, em 90% dos acidentes, as causas são relacionadas a comportamentos inseguros. Por isso, como mencionado anteriormente, fazer um investimento voltado à saúde mental é de extrema importância para se evitarem acidentes, preservar a vida do colaborador e diminuir danos com perdas. Entende-se que não basta ter o caminhão mais seguro do mundo e investir fortemente em tecnologias de segurança passiva e ativa que contribuam para evitar ou reduzir as consequências dos acidentes.

13.10 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Os motoristas de caminhão enfrentam uma série de desafios que podem afetar sua saúde mental. A natureza solitária e monótona da estrada, longas horas de trabalho, pressão para cumprir prazos apertados e a falta de acesso a serviços de saúde mental adequados são apenas alguns dos fatores que contribuem para o estresse, a ansiedade e a depressão entre os condutores profissionais.

Além disso, a falta de sono adequado e hábitos alimentares irregulares podem agravar ainda mais esses problemas. Investir na saúde mental dos motoristas de

caminhão não é apenas uma questão de responsabilidade social, mas também uma estratégia inteligente que traz benefícios para as empresas, para os indivíduos e para a sociedade.

Ao promover um ambiente de trabalho mais saudável e seguro, as empresas podem melhorar a qualidade de vida de seus funcionários e garantir uma força de trabalho mais produtiva e engajada. Portanto, é fundamental que as empresas reconheçam a importância da saúde mental dos motoristas de caminhão e adotem medidas eficazes para apoiar o bem-estar desses profissionais tão essenciais para a nossa economia.

14 REFERÊNCIAS DE PESQUISA E FONTES

AGRELA, Lucas. **Saúde mental tem “boom” de procura por empresas e impulsiona startups**. Estadão Conteúdo, jun. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/saude-mental-tem-boom-de-procura-por-empresas-e-impulsiona-startups/>. Acesso em: 16 maio 2024.

BRASIL. **Lei n.º 14.831, de 27 de março de 2024**. Institui o Certificado Empresa Promotora da Saúde Mental e estabelece os requisitos para a concessão da certificação. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/L14831.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2014.831%2C. Acesso em: 19 maio 2024.

CROSOFTEN. **Quanto tempo leva para desenvolver um App?** 2021. Disponível em: <https://crosoften.com/afinal-quanto-tempo-leva-para-desenvolver-um-app/>. Acesso em: 16 maio 2024.

ErgoCorp. **Pirâmide de Heinrich**. 2024. Disponível em: <https://www.ergocorp.com.br/noticia/piramide-de-heinrich-entenda-como-funciona-a-teoria-dos-desvios>. Acesso em: 16 maio 2024.

KESSLER, Ronald C. **Pesquisa sobre saúde no trabalho**. 1943. Disponível em: https://www.hcp.med.harvard.edu/hpq/ftplib/HPQ_Portuguese_Final.pdf. Acesso em: 19 maio 2024.

MASLOW, Ah. Uma teoria da motivação humana. Tradução de Márcio A. Karsten. **Psychological Review**, v. 50, p. 370-396. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7520109/mod_resource/content/1/Maslow%20Uma-teoria-da-motiva%C3%A7%C3%A3o-humana.pdf. Acesso em: 19 maio 2024.

NICKEL, Erica Elisa; CARVALHO, Andrea Lacerda de Freitas; WENCESLAU, Eraide Franco. **Programa Volvo de Segurança lança e-books sobre saúde mental para motoristas e gestores de frotas**. 2021. Disponível em: <https://pvst.com.br/programa-volvo-de-seguranca-lanca-e-books-sobre-saude-mental-para-motoristas-e-gestores-de-frotas/>. Acesso em: 19 maio 2024.

SALOMÃO, Karin. Faltas, atrasos e trânsito: um raio que custa milhões às grandes empresas. **Exame.**, jan. 2019. Disponível em: <https://exame.com/negocios/faltas-atrasos-e-transito-um-ralo-que-custa-milhoes-as-grandes-empresas/>. Acesso em: 16 maio 2024.

TELAVITA. **Mais do que uma plataforma**: seu consultório online. 2024. Disponível em: <https://telavita.com.br/profissionais/>. Acesso em: 16 maio 2024.