



ABRIL VERDE

COMO MONTAR UMA CAMPANHA DO ZERO

GUIA PRÁTICO

PAULO FERREIRA



ABRIL VERDE

CONTEÚDO

1. O QUE É A CAMPANHA ABRIL VERDE?	3
2. O QUE QUEREMOS COM ESTE eBook?	4
3. COMO COMEÇAR A CAMPANHA DO ZERO?	5
4. A CHAVE PARA O SUCESSO	7
5. DESENHANDO O FUTURO	8
6. UTILIZANDO OS RECURSOS	9
6.1 ESQUEÇA POR ENQUANTO OS RECURSOS MATERIAIS	9
6.2 VAMOS FORMAR TRÊS GRUPOS DE PESSOAS	10
6.3 DEFINA UMA LINHA DO TEMPO	11
6.4 ATENÇÃO, 10 DIAS ANTES DE COMEÇAR A CAMPANHA	12
6.5 DIVULGUE ESTE MEMORANDO	13
6.6 ATIVE AS PESSOAS DO GRUPO A	14
6.7 ATENÇÃO, 05 DIAS ANTES DE COMEÇAR A CAMPANHA	15
6.8 USE A TÉCNICA BRAINSTORMING	16
6.9 ATENÇÃO, 01 DIA ANTES DA CAMPANHA	17
7. COMUNICAÇÃO E COMPROMETIMENTO	18
7.1 CHEGOU O GRANDE DIA	18
7.2 USE A REGRA DOS TRÊS	19
7.3 PEÇA APOIO DO GRUPO A (FORÇA DELTA)	23
7.4 SIGA COM O CRONOGRAMA DE AÇÕES	24
7.5 INFORME SOBRE O ANDAMENTO DA CAMPANHA	25
7.6 O GRUPO B (FORÇA BETA)	26
7.7 O GRUPO C (FORÇA GAMA)	27
7.8 TÉRMINO DA CAMPANHA	30
7.9 ELABORE UM RELATÓRIO	31
8. UM PRESENTE ESPECIAL PARA VOCÊ	33
9. APERFEIÇOAMENTO CONTÍNUO	34
10. MINICURRÍCULO	35
11. AGRADECIMENTOS	37



ABRIL VERDE

"A melhor maneira de conseguir respostas melhores é começar fazendo perguntas melhores." Tony Robbins

1. O que é a campanha Abril Verde?

Abril Verde é uma campanha nacional de conscientização cujo objetivo principal é prevenir acidentes e doenças relacionadas ao trabalho.

História do Abril Verde

A cor verde foi escolhida porque simboliza a cor da segurança do trabalho. Já o mês de Abril foi escolhido em memória de um trágico acontecimento, pois em 28 de abril de 1969, uma explosão na mina da cidade de Farmington, estado da Virgínia, nos Estados Unidos, matou 78 trabalhadores. Desde então a Organização Internacional do Trabalho (OIT) instituiu a data como o Dia Mundial em Memória às Vítimas de Acidentes de Trabalho.

A data também é relacionada com o Dia Mundial de Segurança e Saúde no Trabalho, e possui o laço verde como símbolo de representação.

No Brasil, a Lei 11.121 /2005 institui que no dia 28 de abril seja celebrado no país o Dia Nacional em Memória das Vítimas de Acidentes e Doenças do Trabalho.





2. O QUE QUEREMOS COM ESTE eBook?

"Muitos são os obstinados que se empenham no caminho que escolheram, poucos os que se empenham no objetivo." Friedrich Nietzsche

O OBJETIVO DO eBook É MOSTRAR COMO VOCÊ PODERÁ OTIMIZAR OS RECURSOS DA EMPRESA, TRABALHANDO DE FORMA ESTRATÉGICA PARA MONTAR UMA CAMPANHA DE SUCESSO SOBRE PREVENÇÃO DE ACIDENTES DE TRABALHO.

AO MESMO TEMPO, QUEREMOS TE AJUDAR A DAR UM “UP” EM SUA
CARREIRA PROFISSIONAL.



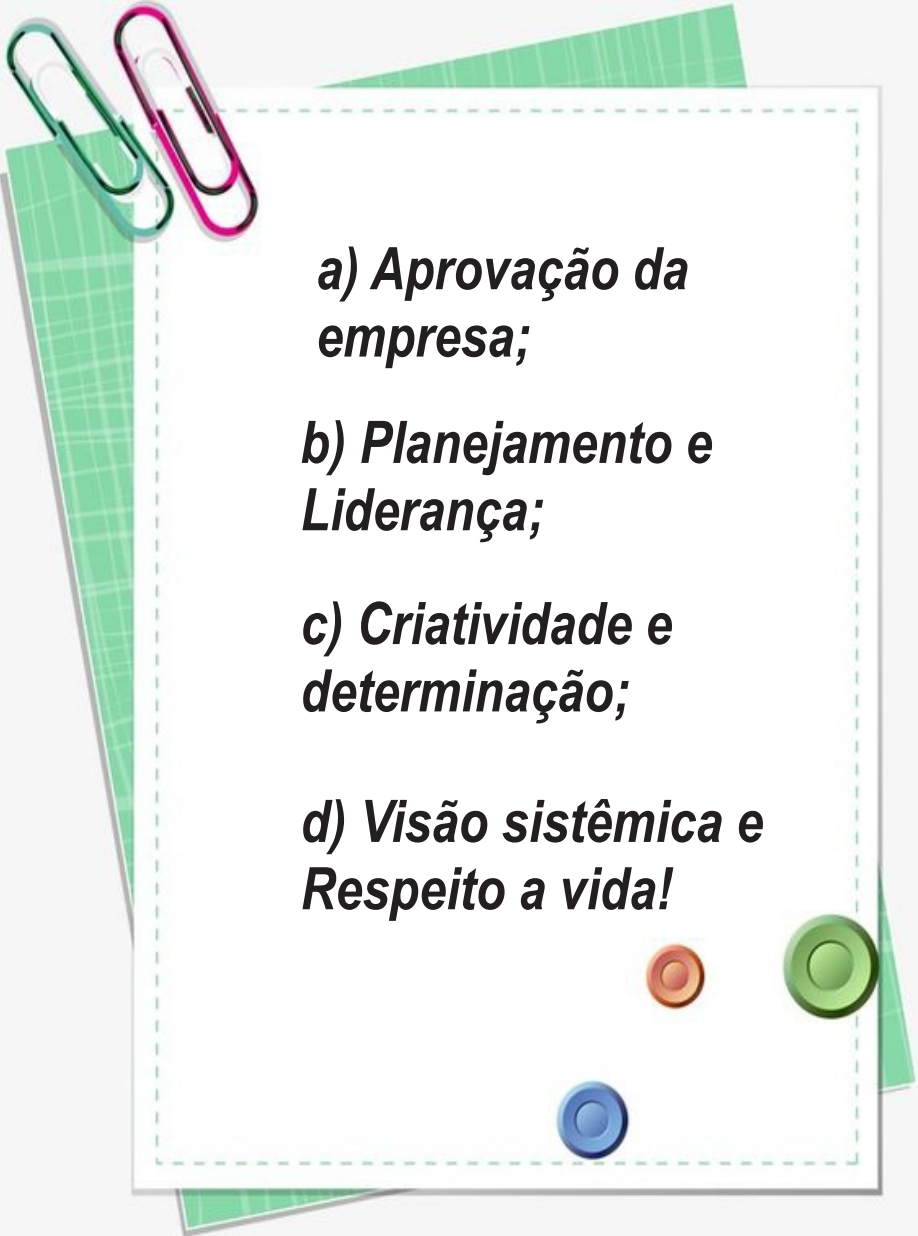


3. COMO COMEÇAR A CAMPANHA DO ZERO?

"Você não tem que ser grande para começar, mas você tem que começar, para ser grande." - Zig Ziglar

Chegou a sua vez de saber como começar a campanha do zero.

ANOTE OS INGREDIENTES!

- 
- a) Aprovação da empresa;**
 - b) Planejamento e Liderança;**
 - c) Criatividade e determinação;**
 - d) Visão sistêmica e Respeito a vida!**





COMO começar? Por onde ir?

*"Comece pelo começo - disse o rei, siga até chegar ao fim; então pare."
Lewis Carroll, Alice no País das Maravilhas*

Comece pelo COMEÇO...

Este conteúdo exclusivo é o que você estava procurando para tirar suas ideias do campo subjetivo e começar a construir algo de valor para você, para seus colegas de trabalho e para a empresa em que trabalha.



Entenda que não existe nada te impedindo de começar a criar uma campanha fenomenal agora mesmo, já que o Brasil ocupa uma péssima colocação no ranking mundial em ocorrências de acidentes de trabalho.

Segundo dados do Observatório Digital de Segurança e Saúde no Trabalho, no Brasil a cada 49 segundos ocorre um acidente de trabalho e a cada 3 horas e 43 minutos um trabalhador com carteira assinada perde a vida, decorrente ao acidente de trabalho. É hora de darmos um BASTA!



Não importa qual desculpa você criou para não executar esta campanha. Sufoque esta desculpa e vamos **para execução...**



4. A chave para o sucesso

"A grande finalidade da vida não é o conhecimento, mas ação."
Thomas Henry Huxley

A chave para o sucesso desta campanha é enfrentar os desafios e executar as ações necessárias.

Se você estiver disposto a se comprometer totalmente com esta campanha, os resultados serão surpreendentes. Tenha certeza disso!

Como?

Temos alguns passos fundamentais para você seguir:

- a) *Desenhando o futuro;*
- b) *Utilizando os recursos certos no momento exato;*
- c) *Comunicação e comprometimento;*





5. Desenhando o futuro

*"O futuro dependerá daquilo que fazemos no presente."
Mahatma Gandhi*

Chegou o momento de estabelecermos objetivos específicos sobre esta campanha;

- 1 - Melhorar os níveis de responsabilidade pessoal de gestores, líderes, colaboradores e prestadores de serviços no que concerne à prevenção de acidentes de trabalho.
- 2 - Promover uma mudança de mentalidade de todos em relação à segurança do trabalho, ajudando desta forma a empresa no aperfeiçoamento de uma cultura preventiva e de melhoria contínua.
- 3 - Motivar os colaboradores a tomar decisões mais seguras no dia a dia de trabalho.
- 4 - Influenciar de forma positiva o modo como os colaboradores percebem, sentem e agem diante de riscos na execução de suas atividades.

CONTINUE ESCRREVENDO

5 -

6 -

7 -



CONTINUE ESCRREVENDO



6. Utilizando os recursos

"Se você quiser ganhar um homem para a sua causa, primeiro convença-o de que é seu amigo sincero." - Abraham Lincoln

6.1 Esqueça por enquanto os recursos materiais, vamos analisar os melhores recursos que temos a nossa disposição. SIM! Estamos falando de pessoas.



Vamos mostrar como você vai parar de procrastinar e começar a jogar xadrez. Estou falando de estratégias inteligentes, refinadas e precisas.



Não estou falando de usar pessoas!

Necessitamos gerar mais resultados com menos esforços e poucos recursos. Vamos?



6. Utilizando os recursos

"Ninguém conseguirá trabalhar em equipe se não aprender a ouvir. Ninguém aprenderá a ouvir se não aprender a se colocar no lugar dos outros." - Augusto Cury

6.2 Vamos formar três grupos de pessoas Então, esqueça as críticas e julgamentos.

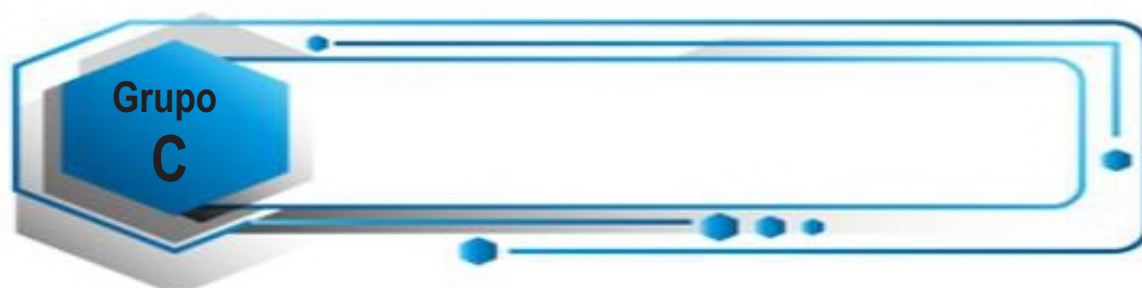
Vamos selecionar de forma qualitativa 3 grupos de pessoas. Lembrando que todos os grupos são importantes e não existe um grupo melhor que o outro. Veja abaixo os critérios de escolha.

Grupo A - Pessoas totalmente comprometidas com a campanha (Força Delta).

Grupo B - Pessoas comprometidas com a campanha (Força Beta).

Grupo C - Pessoas mais ou menos comprometidas (Força Gama).

RELACIONE OS NOMES



Não saia por aí dizendo você é do Grupo A, você é do Grupo B para não constranger as pessoas ou transmitir uma ideia de superioridade entre os grupos.



6. Utilizando os recursos

"Se quiser derrubar uma árvore na metade do tempo, passe o dobro do tempo amolando o machado." Provérbio Chinês

6.3 Defina uma linha do tempo para efetivarmos ações potencializadas conforme exemplo abaixo;

- a) 10 dias antes da campanha.
- b) 05 dias antes da campanha.
- c) 01 dia antes da campanha.
- d) Início da campanha
- e) Fim da campanha.

Construa uma linha do tempo conforme a realidade da empresa, em que você trabalha.





6. Utilizando os recursos

"Boa sorte é o que acontece quando a oportunidade encontra o planejamento." - Thomas Edison

6.4 ATENÇÃO, 10 dias antes de começar a campanha.

As pessoas ainda não sabem que ocorrerá uma campanha na empresa. Então é hora de avisá-las sobre este evento. Este informe deverá ser curto e objetivo. Como? Prepare um modelo de e-mail marketing, um memorando e leve tudo resumido para o seu Gestor. O qual deverá revisar e levar ao seu superior hierárquico.

Como assim?

Esse e-mail deverá ser enviado aos demais líderes, gestores e colaboradores pela alta administração da empresa, bem como o memorando deverá ser assinado por ele ou por seu representante.



ATENÇÃO! Respeite a hierarquia da empresa,

nunca se envolva em politicagem na tentativa de prejudicar o seu "chefe". Gestores perdoam a maioria dos erros, mas a DESLEALDADE não é um deles.



6. Utilizando os recursos

“A boa propaganda não apenas divulga informações. Ela penetra na mente do público com desejos e crenças.” - Leo Burnett

6.5 Divulgue este memorando em TODOS os murais da empresa.

Divulgue em todos os canais de comunicação possíveis, não esqueça daquele grupo de WhatsApp.

Não fuja do profissional, qualquer dúvida consulte o setor de marketing da sua empresa. Então, aproveita e tira uma foto apontando para o memorando, coloca uma Hashtag.

#começoucontudo



Caso queira um modelo de e-mail marketing / memorando solicite agora através do e-mail: comercial@ph-potencialhumano.com



6. Utilizando os recursos

"O talento vence jogos, mas só o trabalho em equipe ganha campeonatos." - Michael Jordan

6.6 Ative as pessoas do Grupo A

Peça que elas falem sobre o e-mail e sobre o memorando em todas as oportunidades. Reuniões, refeitórios, corredores, vestiários, copa, transporte...



Por exemplo, antes de começar uma reunião um membro da FORÇA DELTA deverá perguntar: quem aqui já leu o e-mail do nosso Diretor sobre a campanha? Quem aqui já leu o memorando?
Aplica-se então o REFORÇO POSITIVO.



6. Utilizando os recursos

"A primeira reunião feita com o cliente define 70% das chances de sucesso em um negócio." - Rafael Esberard

6.7 ATENÇÃO, 05 dias antes de começar a campanha.

Neste dia deverá se realizar uma reunião de alinhamento com os membros do Grupo A. Reunião rápida e objetiva, nada de ficar passando o tempo. Não se esqueça de enviar o convite do encontro com antecedência mínima de dois dias.



Comece a reunião normalmente com as saudações (esteja animado), agradeça a presença de todos e explique os objetivos deste encontro. Leia o tópico **Desenhando o futuro** na página 08 deste eBook.



6. Utilizando os recursos

*"O Abstrato se transforma no Concreto na execução do planejamento."
Alvaro Granha Loregian*

6.8 Use a técnica Brainstorming "tempestade de ideias" para reunir o maior número possível de ideias, visões, propostas e possibilidades que levem a um denominador comum e eficaz para solucionar problemas e entraves que impedem a campanha de seguir adiante. No Brainstorming, críticas são rejeitadas e a criatividade é bem-vinda.

Tenha em mãos uma relação com várias opções de atividades voltadas para a conscientização dos colaboradores. Incluindo palestras, DDS, reuniões, concursos, dinâmicas de grupo, sorteio de brindes, exposições, seminários, sala de vídeos, minuto de silêncio, distribuição de panfletos, melhores fotos, etc., caso queira mais detalhes e sugestões sobre tais atividades entre em contato através do e-mail: comercial@ph-potencialhumano.com

Não esqueça de pedir sugestões!

Por fim, em conjunto defina um Cronograma de Ações e antecipe possíveis resistências.





6. Utilizando os recursos

*"A inquietude é o estímulo essencial à pesquisa científica."
Anderson Vailati Ritzmann*

6.9 ATENÇÃO, 01 dia antes da campanha

Neste dia, você deverá realizar uma pesquisa por amostragem sobre a Campanha Abril Verde. Abaixo exemplos de perguntas:

- a) Em uma escala de 0 a 10, qual é a importância da Campanha Abril Verde?
- b) Em uma escala de 0 a 10, você acha que no geral as pessoas estão comprometidas com a Campanha Abril Verde?
- c) Em uma escala de 0 a 10, você acha que os Líderes e Gestores desta empresa estão comprometidos com a Campanha Abril Verde?
- d) Em uma escala de 0 a 10, você acha que uma programação consistente da Campanha Abril Verde poderá ajudar na prevenção de acidentes?

***Guarde essa pesquisa.
No final, iremos utilizá-la
em comparações
(antes e depois) utilizando
a porcentagem para
destacar os
resultados.***





7. Comunicação e comprometimento

"Nada é tão poderoso no mundo como uma ideia cuja oportunidade chegou." - Victor Hugo

7.1 Chegou o grande dia

Todos os colaboradores já sabem do evento, ações anteriores foram efetivadas com sucesso e agora vamos colocar mais energia neste período.

Comece com um *DDS especial que envolva todos os colaboradores de uma única vez.



O DDS especial deverá ser iniciado pelo representante da alta administração. Depois será a sua vez de falar.

Calma! A campanha ainda não começou. Listem possíveis resistências e enviem por e-mail. Vamos te ajudar!
pauloferreira@ph-potencialhumano.com

*DDS - Diálogo, Diário de Segurança.



7. Comunicação e comprometimento

" Quando o coração pode falar, não há necessidade de preparar o discurso." - Gotthold Lessing

Qual deverá ser o formato do DDS Especial?

Um discurso impactante com no máximo 15 minutos de duração. Não se esqueça de mencionar números, fatos e dados, em uma linguagem acessível ao seu público-alvo.

7.2 USE A REGRA DOS TRÊS

Mas, que regra é esta?





7. Comunicação e comprometimento

*"Escalar colinas difíceis requer um ritmo lento no início."
William Shakespeare*

A REGRA DOS TRÊS:

INTRODUÇÃO, DESENVOLVIMENTO E CONCLUSÃO (PASSADO X PRESENTE X FUTURO).

INTRODUÇÃO – Cumprimentos (bom dia...)

Estou muito feliz de estar aqui com vocês para iniciarmos a campanha abril verde, porém, estou ainda mais feliz por saber que posso contar com a ajuda de todas as pessoas desta empresa.

Existe um “inimigo” que não dorme e trabalha 24 horas por dia, todos os dias da semana. O desejo ardente dele é CEIFAR VIDAS. O único objetivo deste inimigo é destruir famílias causando dor e sofrimento. Sim! Estou falando do ACIDENTE!

Amigos (as) os números não são favoráveis (cite números do maior para o menor).

Faça perguntas (abertas e fechadas). Coloque o seu público em um estado de reflexão profunda.





7. Comunicação e comprometimento

*"Ele não sabia que era impossível. Foi lá e fez."
Jean Cocteau*

DESENVOLVIMENTO – Falamos de forma

aberta na introdução e agora vamos nos aproximar da realidade da empresa em três etapas:

a) PASSADO (ano passado, quando iniciei na empresa).

Mencione números, fatos e dados, mas não mencione o nome de pessoas.

Exemplo: Ano passado, ocorreram três acidentes no setor...

b) PRESENTE (hoje nossos números melhoraram bastante).

Mencione números e fatos positivos, destaque a importância da colaboração de todos.

c) FUTURO (queremos melhorar ainda mais).

Mencione projeções futuras, seja otimista e ressalte que tais melhorias serão um grande benefício para todos.





7. Comunicação e comprometimento

"Que o teu trabalho seja perfeito para que, mesmo depois da tua morte, ele permaneça." - Leonardo da Vinci

CONCLUSÃO – Faça uma conclusão digna

de aplausos, fale com o seu coração e esteja ciente que as suas ações vão impactar de forma positiva em muitas pessoas.

Não se esqueça do registro fotográfico de todas as atividades da campanha. Várias fotos de vários ângulos diferentes, no final você terá diversas opções para criar um álbum memorável.





7. Comunicação e comprometimento

*" Não espere a pessoa pedir ajuda, ajude-a antes disso.
Depois pode ser tarde demais." - Rafael William*

7.3 Peça apoio do grupo A (FORÇA DELTA)

No caso do DDS Especial, por exemplo, peça que os membros se posicionem em locais estratégicos, objetivando chamar atenção de pessoas distraídas e ao final do discurso eles vão iniciar a salva de palmas com muita intensidade, desta forma, a tendência natural é que os demais colaboradores façam o mesmo.





7. Comunicação e comprometimento

"Uma planta com o caule flexível resiste mais a uma ventania, do que uma árvore de tronco rígido". Glauber Lima

7.4 Siga com o Cronograma de Ações definido anteriormente na reunião com os membros da FORÇA DELTA.

Faça ajustes necessários, faça acordos e seja flexível. Por exemplo, talvez uma atividade prevista para ocorrer na parte da manhã por motivos de força maior não possa ocorrer conforme o previsto, mas, poderá ser feita no período da tarde.

Estude o caso, negocie ganhos secundários e seja persistente.



"No que diz respeito ao empenho, ao compromisso, ao esforço, à dedicação, não existe meio termo. Ou você faz uma coisa bem feita ou não faz."

Ayrton Senna



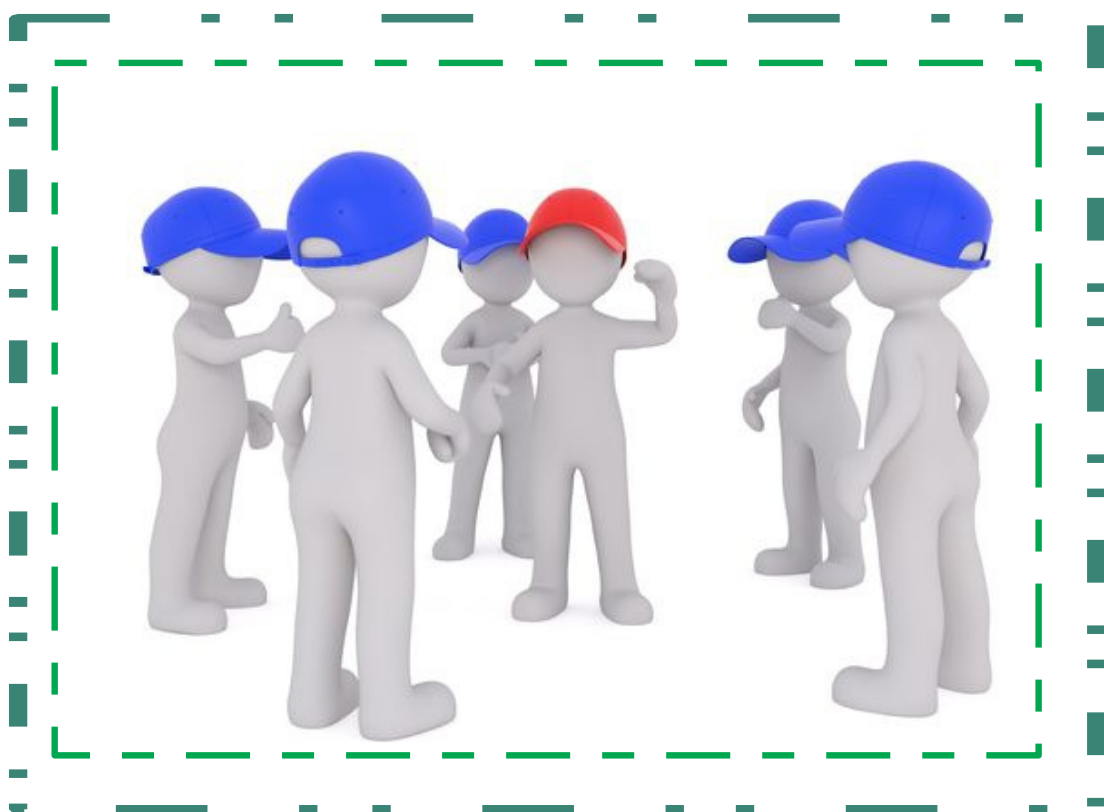
7. Comunicação e comprometimento

"O modo como você reúne, administra e usa a informação determina se vencerá ou perderá." - Bill Gates

7.5 INFORME SOBRE O ANDAMENTO DA CAMPANHA

Avise periodicamente o andamento da campanha. Assim você mantém a credibilidade da ação, trabalha questões motivacionais e relembra os colaboradores, líderes e gestores.

Utilize e-mails, murais de avisos e reuniões específicas de alinhamento com os membros da FORÇA DELTA para se comunicar.





7. Comunicação e comprometimento

"A maior habilidade de um líder é desenvolver habilidades extraordinárias em pessoas comuns." - Abraham Lincoln

7.6 O Grupo B (FORÇA BETA). São pessoas que detêm habilidades específicas e trabalham em setores estratégicos da empresa. Por exemplo, pode ser o colega do marketing que pode ajudar na elaboração do layout de banners e panfletos.

Pode ser a nutricionista que vai elaborar um lanche especial, uma salada ou sobremesa em formato de Cruz ou que faz referência a campanha Abril Verde.

Pode ser o jardineiro que vai estampar a logomarca Abril Verde no jardim da empresa. Ou o pintor que fará algo parecido.

Pode ser o amigo da produção que gosta de cantar e compor músicas e agora esse talento poderá ser utilizado em prol da campanha. Pode ser o electricista que vai colocar algumas lâmpadas na cor verde em locais estratégicos.

A FORÇA BETA será de suma importância na campanha. No entanto, é importante ressaltar que é uma equipe para atividades específicas.





7. Comunicação e comprometimento

"O reflexo da sua gestão é o engajamento dos seus colaboradores."
Maria Gabriela Carvalho Barbosa

7.7 O Grupo C (FORÇA GAMA)

Composta por pessoas de empresas terceirizadas, fornecedores e prestadores de serviços no geral. Você poderá utilizar a FORÇA GAMA de muitas maneiras.

Por exemplo, solicite a empresa que presta serviços patrimoniais apoio no que diz respeito a ações voltadas para a campanha. Explique para o Gestor responsável da empresa os objetivos da campanha, peça sugestões. Analise cada item, faça ajustes se necessário, aprove e inclua em seu Cronograma de Ações.



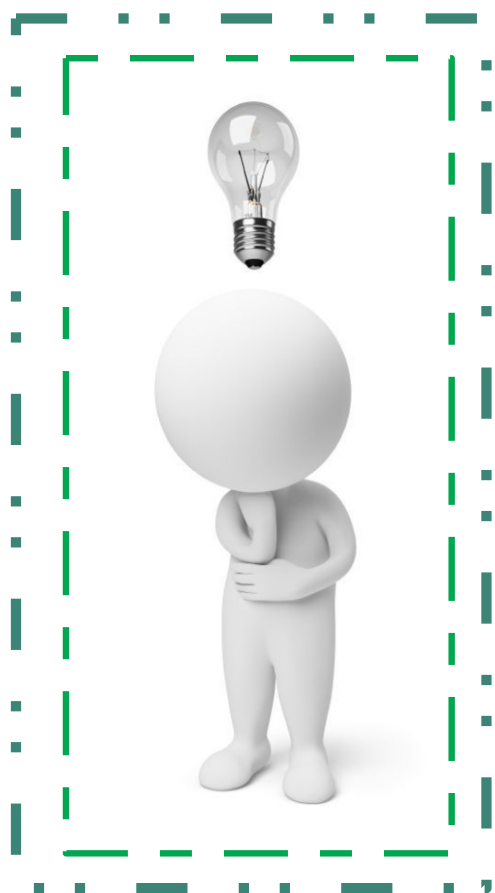


7. Comunicação e comprometimento

"Tornar o simples em complicado é fácil, tornar o complicado em simples é criatividade." - Charles Mingus

Que ações são essas? São infinitas possibilidades. Trabalhe com o simples, trabalhe um passo de cada vez. Por exemplo, o pessoal da patrimonial poderá colar na viatura um cartaz afirmando que apoia a campanha Abril Verde.

Ou em determinada semana, todos usarão um broche da campanha na camisa, ou podem ainda usar uma tinta a base de água, totalmente atóxica **para pintar na pele a logo Abril Verde.**





7. Comunicação e comprometimento

*"O caminho do valente não segue os passos da estupidez."
Código Samurai*

ATENÇÃO, caso solicite ao fornecedor algum brinde para sorteio **NÃO SE ESQUEÇA DAS REGRAS DE COMPLIANCE** da empresa em que trabalha.

Em caso de dúvidas, consulte o Código de Conduta ou procure orientação do seu Gestor imediato.





7. Comunicação e comprometimento

" Não chores porque já terminou, sorria porque aconteceu. "
Gabriel García Márquez

7.8 Término da campanha

Refaça a pesquisa por amostragem sobre a Campanha Abril Verde. Aquela feita antes de iniciarmos o projeto. Faça comparações, use os números ao seu favor.

Por exemplo, antes do evento apenas 40% de nossos colaboradores acreditavam na importância da Campanha Abril Verde. Após o evento, 100% de nossos colaboradores acreditam em tal ação.



Trabalhe sempre com a verdade, se a campanha conquistou um aumento de apenas 0,5%, registre, discuta e comemore. Nada de maquiagem em seus relatórios e não fique “estrangulando” os números. Seja realista.



7. Comunicação e comprometimento

"O trovão traz um relatório nos fazendo saber que a voz do Senhor é poderosa." - Wilmar Leitte

7.9 Elabore um relatório detalhando cada atividade da campanha. O ideal é que você construa esse relatório ao final de cada dia. Na hora de promover suas conquistas utilize este relatório a seu favor.

Selecione as melhores fotos e os melhores depoimentos, capriche no layout, acione o colega da FORÇA BETA para te ajudar na concepção do relatório.





7. Comunicação e comprometimento

*"Os sábios se destacam pelo discurso, os ignorantes pelo grito."
Nilo Jeronimo Vieira*

Conclua com um DDS especial de fechamento. Agradeça o empenho de todos, destaque os pontos positivos da campanha, elogie de forma sincera.

Com certeza existirão algumas melhorias para a próxima campanha, mas não fique descontente. Foque no resultado positivo. Você fez um excelente trabalho. É isto que verdadeiramente importa. Lembre-se que não existe processo perfeito, não existe gestor perfeito e também não existe empresa perfeita, por isso que as melhorias são contínuas e constantes.

Você é a mola mestra, a causa raiz, o fator determinante do processo de melhoria incessante da empresa. PARABÉNS!





8. Um presente especial para você

*"Um sorriso e um abraço sinceros falam melhor que mil vezes "obrigado".
Terás sempre o meu sorriso, e receba agora o meu abraço."
Augusto Branco*

Não foi fácil, mas consegui reservar um momento especial para escrever esse eBook. Sou muito grato por você ter dedicado o seu precioso tempo para ler e estudar este passo a passo.

Por favor, não fique limitado a este eBook. Ele é um guia prático de sucesso para a sua campanha, todavia nada impede de você ir além. Use e abuse da sua imaginação, determinação e habilidades especiais. **NÓS ACREDITAMOS EM SEU POTENCIAL!**

Atendemos em todo o Brasil e como forma de reconhecer o seu empenho, caso estejamos em seu estado durante a sua campanha, poderemos disponibilizar a nossa melhor palestra **COMPORTAMENTAL** na forma de um PRESENTE ESPECIAL para você.

Consulte agora a nossa agenda comercial@ph-potencialhumano.com

Espero nos vermos em breve! Que Deus lhe abençoe hoje, amanhã e sempre. Um forte abraço do amigo PAULO FERREIRA E EQUIPE.





9. Aperfeiçoamento contínuo

*"O homem para ser completo tem que estudar, trabalhar e lutar."
Sócrates*

Se você encontrou muita dificuldade em alguma etapa deste projeto, antes de julgar ou culpar alguém, talvez esteja na hora de refletir um pouco sobre o aperfeiçoamento de algumas competências comportamentais. Ou talvez você tenha que melhorar a sua habilidade de vendas, no sentido de melhor vender suas ideias e projetos. Talvez você tenha que trabalhar técnicas de oratória e vencer o medo de falar em público. Faça uma análise rigorosa e comece a trabalhar os pontos de melhorias necessários para o seu aperfeiçoamento.

Caso precise de auxílio, podemos lhe ajudar, porque a nossa metodologia é direcionada ao aperfeiçoamento corporativo e comportamental de líderes e colaboradores. Possuímos uma metodologia própria, testada e aprovada por Gestores de grandes empresas de diversos seguimentos. Aguardamos o seu contato.



"A maestria é uma das competências que irá conduzi-lo ao sucesso. É um processo de treinamento contínuo. É um hábito adquirido por pessoas que foram forjadas pela vida, em ambientes exigentes."

Paulo Miller



10. MINICURRÍCULO

Prazer, meu nome é PAULO FERREIRA

Sobre Gestão & Liderança eu tenho mais de 20 anos de experiência, atuando em organizações de médio e grande porte, nacionais e internacionais.

Pós-Graduado em Coaching e Gestão de Recursos Humanos.

Pós-Graduado em Direito Processual do Trabalho.

Pós-Graduando em Engenharia Ambiental.

Sou membro Internacional da ATD - Maior Associação do Mundo dedicada ao desenvolvimento de talentos profissionais, presente em mais de 120 países. Sou empresário e Palestrante.



Responsável pela empresa **POTENCIAL HUMANO** apresento abaixo algumas de nossas referências do MUNDO CORPORATIVO:





10. MINICURRÍCULO

Conheça também o professor **Lourival Vasques**

Sobre Liderança & Gestão Vasques possui mais de 39 anos de Experiência Profissional, atuando em prevenção de acidentes com ênfase em emergências. Atualmente é Pós Graduando em Segurança do Trabalho e Gestão de Pessoas.

É Gestor de Segurança Pública - UFBA;

Supervisor de Segurança Portuária - CONPORTOS-DF, com registro na IMO-Londres;

Bombeiro Profissional Civil Especialista em Emergências;

Instrutor no CTCE, CTA, CTI e 10º GBM;

Instrutor NR05, NR11, NR18, NR23, NR33, NR35, RTPP / MOPP e Trânsito;

Professor - SENAC, CETIND, CIMATEC, CAIC, FAMAC/CEMA e CETEPS;

Participou das Operações Contra Incêndios - The Texas A&M University System - TEXAS ENGINEERING EXTENSION SERVICE - USA.

Fundador do projeto Aulão Solidário.





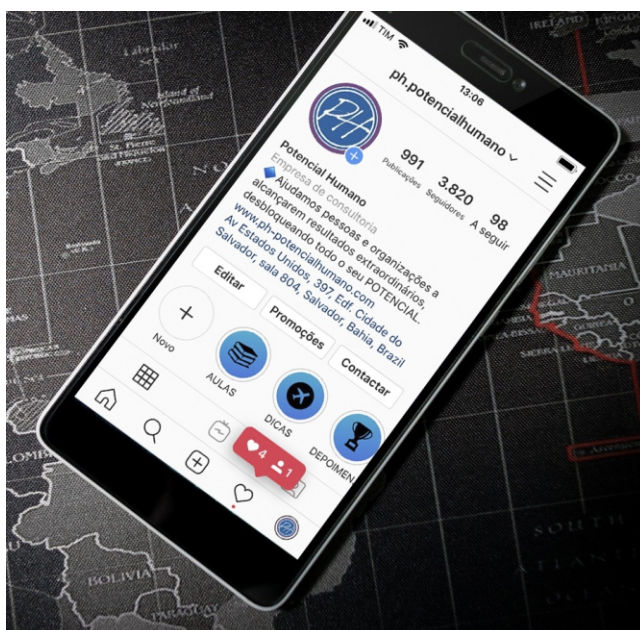
11. Agradecimentos

"A gratidão é o único tesouro dos humildes."
William Shakespeare

GRATIDÃO! Quero agradecer a todos que acompanham a divulgação do nosso trabalho nas mídias sociais.



Este eBook foi lançado em março de 2020.



Em termos profissionais quero agradecer ao amigo e mentor [Alan Teixeira](#).

Com participação direta em nossos últimos desafios quero agradecer aos amigos [Edivaldo da Silva](#) e [Daniel Carlos](#)

Sobre o reconhecimento da nossa Metodologia quero agradecer a família [BrasALPLA](#) (Rio de Janeiro) e também a família [TPC Logística Inteligente](#) (CLIA / CD / CLM / Natura).

Aos amigos [Jeferson](#) da empresa [MRJ Consultoria](#) / [Greison B49](#), [Guimarães da SERTA](#) e [Bruno Reis](#) da empresa [VOLPE Manutenção Industrial](#).

Agradecimento especial para [Dany Vilas Boas](#).

Agora, se algum tema deste eBook ressoou contigo, ou se você acha que alguém que você conhece vai se beneficiar com este assunto, envia para ele (a) ou compartilha com seus amigos. Isso significaria muito para mim, de verdade. GRATIDÃO!