

EBOOK GRATUITO

O FATOR HUMANO

Habilidades, inteligência emocional, comunicação e carreira em Procurement.

JULIANO BRAGA
CAPÍTULO 3 DE PROCUREMENT NA MÃO



3

O FATOR HUMANO

Eis o capítulo principal do livro, o núcleo onde reside a essência do trabalho do profissional de Procurement. Aqui, mergulharemos no elemento mais complexo, dinâmico e determinante de qualquer processo de compras: o fator humano. Enquanto os capítulos anteriores prepararam o terreno com conceitos técnicos e estratégicos, é neste momento que exploraremos a pedra angular que sustenta todas as decisões, relações e resultados – as pessoas.

A compra não é apenas uma transação comercial; é um processo profundamente influenciado por questões psicológicas, comportamentais e emocionais. Neste capítulo, abordaremos como as emoções moldam as decisões, como os vieses cognitivos podem impactar negociações e como a inteligência emocional se torna uma ferramenta indispensável para o sucesso.

Além disso, exploraremos os relacionamentos que o comprador constrói ao longo de sua jornada: com pares, clientes internos e externos, líderes e liderados. Essas conexões são vitais para o alinhamento de objetivos, a construção de confiança e a criação de um ambiente colaborativo.

Por fim, adentraremos no tema da cultura empresarial, um pilar que define como as interações humanas são conduzidas dentro de uma organização. A cultura influencia desde a forma como as decisões são tomadas até a maneira como os conflitos são resolvidos, e compreendê-la é fundamental para que o comprador possa navegar com eficácia em diferentes cenários.

Prepare-se para um capítulo que vai além dos números e das estratégias, revelando o coração pulsante do trabalho do comprador: as pessoas. Aqui, você encontrará as chaves para transformar desafios humanos em oportunidades de crescimento, tanto pessoal quanto profissional.

HABILIDADES E COMPORTAMENTOS

No universo do Procurement, onde a eficiência e a estratégia se encontram, o profissional que se destaca não é apenas aquele que executa tarefas, mas aquele que transforma desafios em oportunidades e supera expectativas com maestria.

O que se espera de um profissional de Procurement é que ele seja exemplar e não apenas aquele que cumpre suas tarefas, mas o que transcende expectativas, entregando mais do que lhe foi pedido. Essa busca pela excelência não é um acaso, mas o resultado de uma combinação única de habilidades, atitudes e valores que se entrelaçam para formar um perfil capaz de navegar com maestria pelas complexidades do setor. Imagine um profissional que, ao receber uma demanda, não se limita ao óbvio. Ele vai além, mergulhando nos detalhes, pois sabe que é ali, nas entrelinhas, que se escondem tanto as oportunidades quanto os perigos. Sua atenção aos detalhes é meticulosa, quase artesanal, e é essa minúcia que permite identificar riscos antes que se tornem problemas e enxergar soluções onde outros veem apenas obstáculos.

Esse profissional é empático. Ele entende as necessidades e preocupações de todos os envolvidos, desde os fornecedores até

os stakeholders internos. Essa empatia não o torna complacente, mas sim um defensor ferrenho dos interesses da empresa. Ele sabe que sua lealdade deve estar alinhada com quem paga seu salário, e age sempre com integridade, mantendo os valores da organização acima de qualquer conveniência pessoal.

Sua palavra é sua marca. Ele promete apenas o que pode cumprir, e cumpre sempre. Essa confiabilidade não é apenas uma questão de honra, mas uma estratégia para construir relações sólidas e duradouras. Além disso, ele é proativo, antecipando problemas antes que eles batam à porta. Sua pontualidade não é apenas uma questão de respeito, mas uma demonstração de sua organização e autogestão. Ele sabe administrar seu tempo e prioridades com maestria, mantendo-se sempre um passo à frente. Ao ouvir mais do que fala, ele demonstra uma habilidade rara: a de compreender antes de ser compreendido. Suas decisões são tomadas com base em análises lógicas e objetivas, nunca guiadas por impulsos ou emoções. Em momentos de pressão, sua resiliência brilha. Ele mantém a calma, comunica-se de forma clara e eficaz, e encontra soluções criativas para os desafios mais complexos.

Sua ética é inquestionável. Ele age com justiça e imparcialidade, sempre buscando o equilíbrio entre as partes. Sua capacidade de pensamento crítico e analítico permite que ele quebre problemas em partes menores, entendendo cada nuance antes de propor soluções inovadoras. É adaptável, ajustando-se rapidamente a mudanças e novos cenários, e sua curiosidade intelectual o mantém em constante busca por conhecimento e atualização.

Sua autoconfiança não é arrogância, mas a certeza de que suas decisões são baseadas em análises sólidas e experiências acumuladas. Ele sabe trabalhar sob pressão, mantendo a qualidade do trabalho mesmo em situações caóticas. Sua habilidade de comunicação, tanto escrita quanto verbal, é precisa e persuasiva, permitindo que ele sintetize informações complexas de forma simples e clara. Ele é um estrategista, enxergando o todo e planejando ações de longo prazo. Sua capacidade de inovação e negociação o torna um parceiro valioso, capaz de alcançar acordos que beneficiam todas as partes. Conhece suas forças e fraquezas, e usa esse autoconhecimento para se aprimorar constantemente. Sua habilidade de planejamento e execução é impecável, e ele consegue gerenciar múltiplas tarefas sem perder o foco. Em ambientes dinâmicos e incertos, ele mantém a clareza e a objetividade, simplificando o que parece complicado. Ele aprende com os erros, transformando falhas em lições valiosas, e mantém a motivação mesmo diante de frustrações e rejeições. Sua capacidade de trabalhar com prazos curtos e mudanças de prioridades é notável, e ele sabe manter a confidencialidade e a ética em todas as situações.

Esse profissional é, acima de tudo, um exemplo de integridade, resiliência e excelência. Ele não apenas executa suas funções, mas inspira confiança e respeito, tornando-se um pilar essencial para o sucesso da organização. No mundo do Procurement, ele não é apenas um profissional; é um verdadeiro mestre da arte de comprar, negociar e entregar resultados que fazem a diferença.

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

No universo do Procurement, onde números, contratos e negociações dominam o cenário, pode parecer estranho falar sobre emoções. No entanto, é justamente aí que reside um dos maiores paradoxos do mundo corporativo: por trás de cada decisão técnica, há uma teia complexa de relações humanas, motivações e sentimentos. A inteligência emocional, tema amplamente explorado por autores como Daniel Goleman, Travis Bradberry, Jean Greaves e Gary Chapman, não é apenas um conceito teórico, mas uma ferramenta prática e essencial para o profissional de Procurement que deseja transcender a mediocridade e alcançar a excelência.

Daniel Goleman, em seu livro *Inteligência emocional*, defende que a capacidade de reconhecer, entender e gerenciar as próprias emoções, bem como as dos outros, é um fator determinante para o sucesso profissional. No contexto do Procurement, isso se traduz na habilidade de navegar por negociações delicadas, construir relacionamentos sólidos com fornecedores e tomar decisões que equilibrem os interesses da empresa com as necessidades humanas envolvidas.

Um dos primeiros passos para aplicar a inteligência emocional no Procurement é desenvolver a autoconsciência. Travis Bradberry e Jean Greaves, em *Emotional intelligence 2.0*, destacam que a autoconsciência é a base sobre a qual todas as outras competências emocionais são construídas. Para o profissional de Procurement, isso significa conhecer suas próprias limitações, gatilhos emocionais e vieses cognitivos. Por exemplo, em

uma negociação tensa, a capacidade de reconhecer a própria ansiedade e gerenciá-la pode ser a diferença entre um acordo benéfico e um conflito desnecessário.

A autoconsciência também permite que o profissional entenda como suas ações e palavras impactam os outros. Em um ambiente onde a confiança é fundamental, um comentário mal colocado ou uma reação impulsiva pode minar anos de construção de relacionamento. Por outro lado, a capacidade de agir com equilíbrio e empatia pode fortalecer laços e abrir portas para colaborações futuras.

Falando em empatia, este é outro pilar da inteligência emocional que se mostra indispensável no Procurement. Gary Chapman, em sua obra *As cinco linguagens do amor no trabalho*, explora como as pessoas expressam e recebem apreço de formas diferentes. No contexto corporativo, isso se traduz na necessidade de entender as motivações e expectativas dos fornecedores, colegas e stakeholders.

Um fornecedor, por exemplo, pode valorizar mais a transparência e a comunicação clara do que um desconto marginal no preço. Outro pode priorizar a flexibilidade nos prazos, em vez de condições de pagamento mais favoráveis. A empatia permite que o profissional de Procurement identifique essas nuances e adapte sua abordagem para atender às necessidades de cada parte, sem perder de vista os objetivos estratégicos da empresa.

No entanto, a empatia não deve ser confundida com fraqueza. Um profissional emocionalmente inteligente sabe quando ser firme e defender os interesses da organização. Ele entende que, em última análise, sua lealdade está com a

empresa que o emprega. Essa dualidade – ser empático sem perder o foco nos objetivos estratégicos – é um dos maiores desafios e, ao mesmo tempo, uma das maiores oportunidades para demonstrar inteligência emocional.

COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INTERPESSOAIS

No universo corporativo, onde a tecnologia avança a passos largos e os processos se tornam cada vez mais automatizados, há um elemento que permanece intrinsecamente humano e insubstituível: a comunicação. Mais do que uma simples troca de informações, a comunicação é a base sobre a qual se constroem relações interpessoais sólidas, produtivas e significativas. Autores clássicos e contemporâneos, como Dale Carnegie, Deborah Tannen, Marshall Rosenberg e Simon Sinek, nos mostram que a comunicação eficaz vai além das palavras; ela envolve escuta ativa, empatia, clareza e, acima de tudo, a capacidade de conectar-se genuinamente com o outro.

Dale Carnegie, em seu seminal *Como fazer amigos e influenciar pessoas*, já nos alertava para o poder das relações humanas no sucesso profissional e pessoal. Ele defendia que a capacidade de se comunicar de forma autêntica e empática é o que diferencia líderes excepcionais de meros gestores. No contexto corporativo, isso se traduz na habilidade de construir pontes entre pessoas, departamentos e até mesmo culturas, criando um ambiente de confiança e colaboração.

Um dos primeiros pilares da comunicação eficaz, segundo Carnegie, é a **escuta ativa**. Muitos profissionais cometem o erro

de acreditar que comunicar-se bem significa falar muito e de forma eloquente. No entanto, a verdadeira arte da comunicação começa com a capacidade de ouvir. Escutar ativamente significa não apenas ouvir as palavras, mas compreender as emoções, intenções e necessidades por trás delas. No ambiente de trabalho, isso pode significar a diferença entre um mal-entendido que gera conflitos e uma conversa que fortalece a equipe.

Deborah Tannen, em *Você não entende*, explora como as diferenças de gênero, cultura e personalidade influenciam a forma como nos comunicamos. Ela destaca que, muitas vezes, os conflitos interpessoais surgem não por discordâncias reais, mas por estilos de comunicação incompatíveis. Por exemplo, enquanto algumas pessoas valorizam a assertividade e a objetividade, outras priorizam a harmonia e a diplomacia. Um líder ou profissional que compreende essas nuances pode adaptar sua comunicação para criar um diálogo mais eficaz e inclusivo.

No contexto das relações interpessoais, a **empatia** é outro elemento crucial. Marshall Rosenberg, criador da Comunicação Não Violenta (CNV), enfatiza que a empatia é a chave para resolver conflitos e construir conexões genuínas. A CNV propõe que, em vez de reagir impulsivamente ou de forma defensiva, devemos buscar entender as necessidades e sentimentos do outro. No ambiente corporativo, isso pode ser aplicado em situações como feedbacks, negociações ou até mesmo em reuniões de equipe.

Imagine um gestor que, ao invés de criticar um colaborador por um erro, pergunta: “O que aconteceu? Como posso ajudar?”.

Essa abordagem não apenas resolve o problema de forma mais eficaz, mas também fortalece a relação de confiança entre as partes. A empatia, nesse sentido, não é apenas uma habilidade, mas uma filosofia que transforma a maneira como nos relacionamos no trabalho.

Outro aspecto fundamental da comunicação eficaz é a **clareza**. Simon Sinek, em *Comece pelo Porquê*, argumenta que as pessoas não compram o que você faz, mas o porquê você faz. Essa ideia pode ser aplicada à comunicação corporativa: as mensagens mais impactantes são aquelas que transmitem clareza de propósito e intenção. Um líder que comunica sua visão de forma clara e inspiradora consegue engajar sua equipe e alinhar esforços em direção a um objetivo comum.

No entanto, a clareza não se limita ao discurso motivacional. Ela também está presente nas pequenas interações do dia a dia, como em um e-mail bem redigido, uma instrução precisa ou uma reunião bem conduzida. A falta de clareza pode levar a erros, retrabalho e frustração, enquanto a comunicação clara e objetiva promove eficiência e confiança.

Além disso, a comunicação eficaz exige **autenticidade**. Dale Carnegie já dizia que as pessoas podem perceber quando alguém está sendo genuíno ou apenas tentando manipular uma situação. No mundo corporativo, onde a pressão por resultados pode levar a comportamentos superficiais ou interesseiros, a autenticidade se torna um diferencial. Um profissional que se comunica com transparência e integridade conquista não apenas a confiança de colegas e superiores, mas também o respeito e a admiração de todos ao seu redor.

Outro ponto importante é a **adaptabilidade**. No livro *As armas da persuasão*, Robert Cialdini explora como a comunicação pode ser usada para influenciar e persuadir. No entanto, ele resalta que a persuasão eficaz não se baseia em manipulação, mas em entender as necessidades e desejos do outro e adaptar a mensagem de acordo. No ambiente de trabalho, isso significa saber como se comunicar com diferentes públicos: desde a equipe interna até clientes, fornecedores e stakeholders.

Por exemplo, ao apresentar um projeto para a diretoria, o profissional deve focar em dados e resultados, enquanto, ao conversar com a equipe operacional, pode ser mais eficaz destacar os impactos práticos e os benefícios do projeto. A adaptabilidade na comunicação é, portanto, uma habilidade essencial para quem deseja construir relações interpessoais sólidas e alcançar objetivos estratégicos.

A **resolução de conflitos** é outra área onde a comunicação e as relações interpessoais se entrelaçam. No livro *Difficult conversations*, Douglas Stone, Bruce Patton e Sheila Heen abordam como lidar com conversas desafiadoras de forma construtiva. Eles argumentam que, em vez de evitar conflitos, devemos encará-los como oportunidades para aprender e crescer. No ambiente corporativo, isso significa abordar os problemas de frente, mas com empatia e respeito.

Um exemplo prático é a gestão de feedbacks. Em vez de focar apenas no que deu errado, um líder pode usar a comunicação para destacar os pontos positivos e sugerir melhorias de forma construtiva. Além de resolver o conflito, essa abordagem também fortalece a relação entre as partes.

Por fim, a comunicação eficaz e as relações interpessoais estão intrinsecamente ligadas à **cultura organizacional**. Uma empresa que valoriza a comunicação aberta, a transparência e o respeito cria um ambiente onde as pessoas se sentem seguras para expressar ideias, compartilhar feedbacks e colaborar de forma genuína. Por outro lado, uma cultura de comunicação fechada ou hierárquica pode levar ao medo, à desconfiança e à estagnação.

Autores como Edgar Schein, em *Cultura organizacional e liderança*, destacam que a comunicação é um dos pilares da cultura de uma organização. Líderes que se comunicam de forma clara, empática e autêntica não apenas inspiram suas equipes, mas também moldam a cultura da empresa, criando um ambiente onde as relações interpessoais florescem e os resultados se multiplicam.

Em resumo, a comunicação e as relações interpessoais são a alma do mundo corporativo. Elas vão além das palavras, envolvendo escuta ativa, empatia, clareza, autenticidade e adaptabilidade. Autores como Dale Carnegie, Deborah Tannen, Marshall Rosenberg e Simon Sinek nos mostram que, em um mundo cada vez mais tecnológico, a capacidade de conectar-se genuinamente com as pessoas é o que verdadeiramente faz a diferença.

No final das contas, não são as máquinas ou os algoritmos que movem as organizações, mas as pessoas. E são as relações interpessoais, construídas por meio de uma comunicação eficaz e significativa, que transformam grupos de indivíduos em equipes coesas, produtivas e inspiradas. Essa é a verdadeira arte da comunicação no mundo corporativo.

CARREIRA EM PROCUREMENT: COMO CRESCER NA ÁREA

O Procurement, ou gestão de suprimentos, é uma área que tem ganhado cada vez mais destaque no mundo corporativo. Longe de ser apenas um setor operacional, ele se tornou um pilar estratégico para as organizações, influenciando diretamente a competitividade, a eficiência e a sustentabilidade dos negócios. Para quem deseja construir uma carreira sólida e ascendente nessa área, não basta dominar técnicas de negociação ou conhecer o mercado de fornecedores. É necessário desenvolver uma visão ampla, habilidades interpessoais e uma mentalidade de crescimento contínuo. Autores como Herminia Ibarra, Simon Sinek, Carol Dweck, Keith Ferrazzi e Daniel Goleman oferecem insights valiosos que podem ser aplicados ao contexto do Procurement, ajudando profissionais a navegar pelos desafios e oportunidades dessa carreira.

ENTENDENDO O PROCUREMENT COMO UMA CARREIRA ESTRATÉGICA

Um dos primeiros passos para crescer no Procurement é entender que a área vai muito além da compra de produtos e serviços. Hoje, o profissional de Procurement é um agente estratégico, responsável por garantir que a cadeia de suprimentos esteja alinhada com os objetivos da empresa. Isso exige não apenas conhecimento técnico, mas também uma visão holística do negócio. Herminia Ibarra, em seu livro *Working identity*, fala sobre

a importância de reinventar-se profissionalmente, experimentando novos papéis e perspectivas. No Procurement, isso pode significar buscar experiências em diferentes áreas da empresa, como logística, finanças ou até mesmo marketing, para entender como o Procurement impacta cada uma delas.

Além disso, o profissional de Procurement deve estar atento às tendências globais, como a digitalização, a sustentabilidade e a gestão de riscos. A capacidade de antecipar mudanças e adaptar-se rapidamente é um diferencial competitivo. Por exemplo, a adoção de tecnologias como inteligência artificial e blockchain está transformando a forma como as empresas gerenciam suas cadeias de suprimentos. Um profissional que domina essas ferramentas e entende seu impacto estratégico está um passo à frente na carreira.

DESENVOLVENDO UMA MENTALIDADE DE CRESCIMENTO

Outro aspecto crucial para o crescimento na carreira é a **mentalidade de crescimento**, conceito popularizado por Carol Dweck em *Mindset: a nova psicologia do sucesso*. Dweck argumenta que as pessoas com uma mentalidade de crescimento acreditam que suas habilidades podem ser desenvolvidas com esforço, aprendizado e persistência. No contexto do Procurement, isso se traduz na disposição para enfrentar desafios complexos, como crises de *supply chain* ou mudanças nas regulamentações internacionais, e enxergá-los como oportunidades para aprender e evoluir.

Um profissional com mentalidade de crescimento não tem medo de errar, pois vê cada erro como uma lição. Ele busca cons-

tantemente atualizar-se sobre as tendências do mercado, novas tecnologias e práticas sustentáveis, entendendo que o Procurement é uma área em constante transformação. Essa postura não apenas amplia suas competências, mas também o posiciona como um recurso valioso dentro da organização.

LIDERANÇA E INFLUÊNCIA NO PROCUREMENT

A **capacidade de liderança** é um diferencial essencial para quem deseja crescer no Procurement. Simon Sinek, em *Leaders eat last*, defende que os verdadeiros líderes são aqueles que colocam as necessidades de sua equipe em primeiro lugar, criando um ambiente de confiança e colaboração. No Procurement, isso significa saber gerenciar não apenas processos, mas também pessoas. Um líder eficaz na área de Procurement é capaz de inspirar sua equipe, alinhar esforços em direção a objetivos comuns e resolver conflitos de forma construtiva.

A liderança no Procurement também envolve a habilidade de influenciar stakeholders e tomar decisões estratégicas. Um profissional que deseja crescer na área deve desenvolver sua capacidade de comunicação, persuasão e negociação, entendendo que o Procurement não é uma ilha, mas parte integrante de um ecossistema corporativo complexo. Daniel Goleman, em *Inteligência emocional*, reforça que a capacidade de entender e gerenciar emoções é fundamental para liderar com eficácia. No Procurement, isso se traduz em saber lidar com pressão, mediar conflitos e construir relacionamentos sólidos.

ESPECIALIZAÇÃO E NICHOS DE ATUAÇÃO

Outro ponto importante para o crescimento na carreira é a **especialização**. Embora o Procurement seja uma área ampla, com diversas frentes de atuação, especializar-se em um nicho pode ser uma estratégia eficaz para destacar-se. Por exemplo, um profissional pode focar em Procurement sustentável, trabalhando para garantir que a cadeia de suprimentos da empresa seja ambientalmente responsável. Outro pode especializar-se em Procurement digital, dominando ferramentas de análise de dados e automação de processos.

A especialização não apenas aumenta a expertise do profissional, mas também o torna mais competitivo no mercado. No entanto, é importante equilibrar a especialização com uma visão ampla do negócio, entendendo como cada área do Procurement se conecta com os objetivos estratégicos da empresa.

CONSTRUINDO UMA REDE DE CONTATOS SÓLIDA

A **construção de uma rede de contatos** também é fundamental para o crescimento na carreira. No livro *Never eat alone*, Keith Ferrazzi destaca a importância de cultivar relacionamentos genuínos e mutuamente benéficos. No Procurement, isso significa não apenas manter boas relações com fornecedores, mas também conectar-se com outros profissionais da área, participar de eventos e conferências, e buscar mentores que possam oferecer orientação e insights valiosos.

Uma rede de contatos sólida pode abrir portas para novas oportunidades, desde projetos desafiadores até posições de

liderança. Além disso, ela permite que o profissional esteja sempre atualizado sobre as tendências e melhores práticas do mercado.

Por fim, a **ética e a integridade** são valores que não podem ser negligenciados por quem deseja crescer no Procurement. Em um setor onde os interesses financeiros são grandes e as tentações podem surgir, agir com transparência e honestidade é essencial para construir uma reputação sólida e duradoura. Um profissional ético não apenas ganha a confiança de colegas e superiores, mas também se posiciona como um exemplo a ser seguido.

A ética no Procurement também envolve a capacidade de tomar decisões justas e imparciais, mesmo em situações de alta pressão. Isso requer um forte senso moral, mas também a coragem de defender o que é certo, mesmo quando isso significa enfrentar resistência.

A **adaptabilidade** e a **resiliência** são habilidades essenciais para quem deseja crescer no Procurement. Em um mundo em constante mudança, onde crises globais e transformações tecnológicas são cada vez mais frequentes, o profissional de Procurement deve ser capaz de ajustar-se rapidamente a novos cenários e superar adversidades.

A resiliência, em particular, é crucial para lidar com os desafios inerentes à área, como negociações difíceis, atrasos na cadeia de suprimentos ou mudanças repentinas nas demandas do mercado. Um profissional resiliente não apenas enfrenta esses desafios com determinação, mas também aprende com eles, tornando-se mais forte e preparado para o futuro.

O PAPEL DA EDUCAÇÃO CONTINUADA

A educação continuada é outro fator-chave para o crescimento na carreira de Procurement. Cursos, certificações e pós-graduações na área podem ampliar o conhecimento técnico e estratégico do profissional, além de abrir portas para novas oportunidades. Certificações como a CIPS (Chartered Institute of Procurement and Supply) ou a CPSM (Certified Professional in Supply Management) são altamente valorizadas no mercado e podem ser um diferencial competitivo.

Além disso, a leitura de livros, a participação em workshops e a busca por mentoria são formas eficazes de se manter atualizado e continuar evoluindo profissionalmente.

O CAMINHO PARA A EXCELÊNCIA NO PROCUREMENT

Crescer na carreira de Procurement exige uma combinação de habilidades técnicas, visão estratégica, mentalidade de crescimento e relacionamentos sólidos. No final das contas, o sucesso no Procurement não se mede apenas pelos resultados financeiros que se consegue gerar, mas pelo impacto positivo que se cria na organização e na sociedade. Um profissional que entende isso e age com propósito, integridade e determinação está no caminho certo para construir uma carreira brilhante e significativa nessa área tão desafiadora e recompensadora.

GOSTOU DO CAPÍTULO?

ESSE É SÓ O COMEÇO.

Procurement na Mão tem 238 páginas e mais de 25 temas da prática de Compras, da negociação à inteligência artificial, do ESG à gestão de fornecedores.

LIVRO NA AMAZON

amazon.com.br/dp/8594554729

LOJA DA EDITORA

loja.literarebooks.com.br

SITE

procurementnamao.com.br

LINKEDIN

linkedin.com/in/julianobraga

CONTATO

julianobraga@hotmail.com

PATROCÍNIO OFICIAL DO LIVRO

outplan
TECNOLOGIA

outbuycenter

© 2025 Juliano Braga. Todos os direitos reservados. Trecho de *Procurement na Mão*, Literare Books International.