



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2024,
Volumen 8, Número 1.

DOI de la Revista: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1

**NEUROBUSINESS: TÉCNICAS DE
REJUVENESCIMIENTO PARA UMA MELHOR
PERFORMANCE NOS NEGÓCIOS**

**NEUROBUSINESS: REJUVENATION TECHNIQUES FOR
BETTER PERFORMANCE IN BUSINESS**

MD. CARLA STEFANIA CUASÉS NEGRETE
INVESTIGADORA INDEPENDIENTE, ECUADOR

MD. ENGIE VERSABETH CABEZAS SALAZAR
INVESTIGADORA INDEPENDIENTE, ECUADOR

MD. ALEX FABRICIO PINTADO RUIZ
INVESTIGADOR INDEPENDIENTE, ECUADOR

MD. NELLY MARISOL GARCÍA RAMÓN
CENTRO DE SALUD LOS CHONEROS, ECUADOR

MD. DAVID REINALDO CASTELLANOS VARGAS
HOSPITAL GENERAL PABLO ARTURO SUÁREZ, ECUADOR

Neurobusiness: Técnicas de rejuvenescimento para uma melhor performance nos negócios

Elodia Avila

elidiaavila@gmqil.com

Médica Especialista em Cirurgia Plástica pela sociedade brasileira de cirurgia plástica

Dr Fabiano de Abreu Agrela Rodrigues

deabreu.fabiano@gmail.com

Pós doutor e PHD em neurociências
Logos University International, UNILOGOS

RESUMO

O neurobusiness, por ser uma ferramenta de melhora nos negócios e como também contribuinte para o desenvolvimento neural, quando associado a práticas de rejuvenescimento, pode proporcionar um maior desenvolvimento no ambiente corporativo e dos negócios. Neste estudo foi realizado um levantamento bibliográfico sobre os benefícios do neurobusiness e da longevidade saudável, bem como uma análise acerca da possível associação entre ambas e como podem contribuir através do rejuvenescimento como técnica de melhoria dos negócios. Através dos estudos descritos, é possível identificar que as técnicas adjuvantes de rejuvenescimento e longevidade adotadas por pessoas da terceira idade são bastante semelhantes às técnicas descritas na neurociência através do neurobusiness.

Palavras-chave: longevidade, desenvolvimento, corporativo

Neurobusiness: Rejuvenation techniques for better performance in business

ABSTRACT

Neurobusiness as a tool for improving business and also as a contributor to neural development, when associated with Neurobusiness as a tool for improving business and also as a contributor to neural development, when associated with rejuvenation practices that influence healthy longevity, can bring contributions to the corporate and business environment. A bibliographical survey was carried out on the benefits of neurobusiness and healthy longevity, as well as an analysis of the possible association between the two and how they can contribute through rejuvenation as a technique for improving business performance. Through the studies described, it is possible to identify that the rejuvenation and longevity techniques adopted by senior citizens are very similar to the techniques described in neuroscience through neurobusiness.

Keywords: longevity. development. corporate

Artículo recibido 15 enero 2024

Aceptado para publicación: 16 febrero 2024



INTRODUÇÃO

Por definição, neurobusiness é uma ciência utilizada para obter melhores performances no ambiente de trabalho. É a porção da neurociência aplicada a percepção e conhecimento de melhorias nos negócios. Esta ciência é uma fonte de conhecimento onde a partir do mesmo pode-se criar novas técnicas e abordagens, esquematizando assim, as tomadas de decisões diariamente (Rodrigues, 2023; Santiago, 2023).

O neurobusiness estuda como se comporta o cérebro dentro do contexto empresarial e também financeiro, o que promove a formulação de novas teorias e aponta como ocorrem as tomadas de decisões e a sua reação diante de situações imprevisíveis. Dentro do mundo dos neuronegócios existem mais ramificações além do neurobusiness, sendo elas: neuroeconomia, neuroturismo, neuromarketing, neurogestão e o neurorecursos humanos (Rodrigues; Campos; Paula, 2022).

Em relação à longevidade humana, existem duas formas de se classificar a faixa etária de uma pessoa. A mais comum é o critério demográfico que usa a idade cronológica da pessoa para classificá-la. Por exemplo: indivíduos de 60-79 anos são entendidos como velho-jovem e se enquadram na conhecida “terceira idade”. Existe também outra forma, onde se distingue ou caracteriza-se uma pessoa como velha ou nova através do seu estado físico, personalidade e forma de levar a vida, no Brasil a idade biológica o crescimento populacional de pessoas da terceira idade tem aumentado significativamente, principalmente entre as pessoas com 80 anos ou mais, apesar de na faixa etária de 60+ apenas cerca de 70% continua autônoma, mantendo suas famílias, contribuindo para sua manutenção e trabalhando ativamente, e notamos que principalmente nos últimos 30 anos a qualidade de vida aumentou muito, e a longevidade saudável também cresceu exponencialmente (Minayo, 2019).

Apesar de a genética possuir grande influência no envelhecimento saudável, outros fatores influenciam na longevidade e conferem maior rejuvenescimento às pessoas. Observamos atualmente que pessoas na terceira idade, podem através de hábitos saudáveis, exercícios físicos e alimentação saudável contribuir significativamente para tal resultado. O neurobusiness, por sua vez como sendo uma ferramenta de otimização dos negócios e como também contribuinte para o desenvolvimento neural, quando associado a práticas de rejuvenescimento, pode proporcionar um maior desenvolvimento no ambiente corporativo e do mercado de trabalho. (Rodrigues; Campos; Paula, 2022; Minayo, 2019).



Rejuvenescimento associado ao neurobusiness

Através da literatura é possível observar e entender que as técnicas de longevidade implicam no rejuvenescimento, seja direta ou indiretamente. Longevos, conseqüentemente ele adquirem tendência e características mais jovens, o que influencia no seu rejuvenescimento. A realização de atividades físicas, a atenção primária à saúde, alimentação saudável e até mesmo a permanência no ambiente de trabalho contribuem para a qualidade de vida dos indivíduos (Minayo, 2019; Zaterka, 2015).

De acordo com Yokoyama e Vizzotto (2006), em um estudo realizado com indivíduos, observou-se que, ter uma boa qualidade de vida está mais ligado a possuir um bom estado de saúde, seguido de possuir um bom estado emocional, desta forma, torna-se evidente como a relação corpo e mente esta interligada, o que corrobora ainda mais com as técnicas e estudos do neurobusiness.

Figura 1- Relação de boa qualidade de vida para idosos

Tabela 8 – Indicadores de Boa Qualidade de Vida na percepção do idoso

Indicadores	Masculino		Feminino		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Saúde	10	41,7%	17	29,3%	27	32,9%
Estado Emocional Positivo	4	16,7%	20	34,5%	24	29,3%
Relações Interpessoais Positivas	4	16,7%	7	12,1%	11	13,4%
Lazer	1	4,2%	9	15,5%	10	12,2%
Condição Financeira Favorável	2	8,3%	3	5,2%	5	6,1%
Religiosidade/Transcendência	2	8,3%	1	1,7%	3	3,7%
Suporte	1	4,2%	1	1,7%	2	2,4%
Total	24	100,0%	58	100,0%	82	100,0%

Fonte: Yokoyama e Vizzotto (2006).

O neurobusiness traz uma de suas vertentes a preocupação com o bem estar e com a qualidade de vida dos colaboradores. É importante que o ambiente seja confortável tanto na sua arquitetura como no seu espaço de convivência e que seja agradável para os que trabalham no mesmo ambiente. Essa visão e preocupação com a saúde e qualidade de vida dos colaboradores se estende de modo a incentivar e/ou proporcionar atividades físicas, boa alimentação, horários e intervalos confortáveis e flexíveis, como inferido pelo autor Rodrigues,2023:

O ambiente de trabalho afeta o funcionário em sua saúde/crescimento, e desempenho e a empresa através dos resultados gerados, obtém os maiores benefícios. Através de técnicas de neurobusiness, é possível



criar o ambiente ideal para que os funcionários tenham qualidade de vida e, ao mesmo tempo, entreguem maiores resultados.

Existem estudos e empresas empenhados no desenvolvimento de técnicas ligadas a neurociência e a plasticidade neural que visam principalmente a comunidade idosa, a saúde neural e ao adiar do declínio mental em até dez anos como indica o estudo de Ortega,2009:

Tomando como base os novos conhecimentos sobre a plasticidade cerebral, surgiu, em San Francisco, a partir do trabalho pioneiro do Dr. Michael Mezenich, membro da academia das ciências e neurocientista renomado, a empresa Posit Science Corporation, uma das diversas empresas que estão aparecendo no ramo dos neuronegócios. O objetivo de Posit Science é ajudar as pessoas a prosperar ao longo de suas vidas. ‘ Fazemos isso fornecendo ferramentas efetivas e não invasivas que comprometam a plasticidade natural do cérebro na tarefa de melhorar a saúde cerebral’. O programa Mezenich de fitness cerebral de Posit Science focaliza no aperfeiçoamento da velocidade, precisão e intensidade com as quais nosso cérebro recebe, registra e lembra aquilo que ouvimos. O programa cerebral é o primeiro passo; a empresa planeja oferecer uma ‘academia cerebral’ (brain gym) completa para treinar os diferentes sistemas cognitivos: visão, controle executivo, equilíbrio e mobilidade. A publicidade da empresa lembra a do marketing de produtos de beleza: o programa de neurociências promete ‘rejuvenescer’ a plasticidade ‘natural’ do cérebro, adiando o ‘declínio’ mental em até dez anos. Não por acaso, o principal alvo de Posit Science é a população idosa. Mesmo que o ‘Brain Gym’ não represente a fonte da juventude, Mezernich afirma que é “parte da solução”, pois terá um grande impacto não apenas na qualidade de vida dos idosos. E, o que é mais importante, promete “manter a vitalidade, o vigor das pessoas”. Vitalidade e vigor necessários para que a ‘longevidade cerebral’ (brainspan) possa acompanhar a longevidade corporal (lifespan) em constante aumento.

A neuroplasticidade exerce grande influência tanto na longevidade, no rejuvenescimento quanto no desenvolvimento do indivíduo no ambiente de trabalho. A capacidade que o cérebro possui de se moldar, se adaptar e se desenvolver em situações adversas contribui significativamente para que o ser humano possua uma ótima performance no ambiente corporativo (Melo,2023; Caldas,2020).

A interação organismo-ambiente possui a capacidade de moldar os circuitos neurais do indivíduo, desta forma, fica evidente que indivíduos que permanecem mais tempo no ambiente de trabalho de forma



saudável, adquirem maior desenvolvimento na terceira idade, visto que a permanência no ambiente laboral traz mais aprendizados, rotina e conseqüentemente desenvolvimento ao envolvidos (Melo,2023; Ortega,2009).

Desta forma, é notório como o mesmo estilo de vida adquirido por idosos longevos e também recomendado pelo neurobusiness possui forte influência nos benefícios adquiridos pelos indivíduos praticantes, sendo possível sua utilização como ferramenta de melhora no ambiente de trabalho (Yokoyama;Vizzotto,2006; Ortega,2009).

METODOLOGIA

Foi realizado um levantamento bibliográfico sobre os benefícios do neurobusiness e da longevidade saudável, bem como uma análise acerca da possível associação entre ambos e como podem contribuir através do rejuvenescimento como técnica de melhora nas performances dos negócios.

RESULTADOS

Através dos estudos descritos é possível identificar que as técnicas de rejuvenescimento e longevidade adotadas por pessoas da terceira idade são bastante semelhantes as técnicas descritas na neurociência através do neurobusiness, sendo elas: prática regular de atividade física, alimentação saudável, atenção e cuidados à saúde (MINAYO, 2019;RODRIGUES, 2023). A técnica descrita por Ortega (2009) para um melhor desenvolvimento no ambiente de trabalho, também possui semelhanças com as prática utilizadas por idosos longevos e assim como Minayo (2019) demonstra o foco em pessoas idosas como exemplo e principal grupo de utilização deste estilo de estilo de vida, entretanto tais técnicas podem ser aplicadas a todos independente da idade.

CONCLUSÃO

Como descrito, existem algumas metodologias para rejuvenescer o cérebro o que conseqüentemente traz benefícios e êxitos no ambiente corporativo. A associação de hábitos de rotina e estilo de vida que são utilizados por pessoas longevas, podem rejuvenescer não apenas o corpo mas a mente de igual modo, e desta forma, fazer com que os indivíduos conquistem alto desenvolvimento no meio corporativo.

É evidente como as práticas de rejuvenescimento e do aumento da plasticidade neural são benéficas, sendo imprescindível e importante a utilização desta mentalidade não apenas pelos colaboradores mas pelas corporações para de forma mútua, atingirem os resultados desejados.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Rodrigues, Fabiano de Abreu Agrela. Neurobusiness . Fabiano de Abreu, 2023.

Rodrigues, Fabiano de Abreu Agrela; de souza campos, eduardo antônio; de paula, jennifer aline silva. neurobusiness e sua aplicação como meio de otimização de negócios. revista científica multidisciplinar ciência latina , v. 6, não. 3, pág. 1699-1715, 2022.

Minayo, Maria Cecília de Souza; FIRMO, Joselia Oliveira Araujo. Longevidade: bônus ou ônus?. Ciência & Saúde Coletiva, v. 24, p. 4-4, 2019.

Zaterka, Luciana. Francis Bacon e a questão da longevidade humana. Scientiae Studia, v. 13, p. 495-517, 2015.

Ortega, Francisco. Neurociências, neurocultura e autoajuda cerebral. Interface-comunicação, saúde, educação, v. 13, p. 247-260, 2009.

De sales santiago, Patrícia Rosany et al. neurobusiness: o diferencial da mulher no mundo empresarial. cognitionis scientific journal, v. 6, n. 2, p. 609-619, 2023.

Yokoyama, Cláudia emi; de carvalho, renata soares; vizzotto, Marília Martins. Qualidade de vida na velhice segundo a percepção de idosos frequentadores de um centro de referência. Psicólogo informação, v. 10, n. 10, p. 57-82, 2006.

Melo, Tiago Lira et al. Neuroplasticidade. Revista de trabalhos acadêmicos-universo Recife, v. 4, n. 2, 2017.

Caldas, Alexandre Lemos de Castro. Neuroplasticidade. 2020.

