

Hyundai é condenada por vender carro com potência inferior a anunciada



A Hyundai deverá ressarcir em R\$ 20 mil um consumidor após vender veículo com potência inferior a anunciada. A decisão é da juíza de Direito Paula da Rocha e Silva Formoso, da 36ª vara Cível de São Paulo/SP.

O autor alegou que comprou um Veloster pelo valor de R\$ 82 mil, mas ao tentar vendê-lo foi surpreendido pela depreciação no mercado devido a de-

núncias que envolviam o modelo. Sendo assim, levou o veículo até uma oficina especializada que constatou em laudo que a potência do motor era de apenas 105 cavalos e não de 140, como anunciado pela empresa.

Entendendo que a Hyundai veiculou propaganda enganosa, o autor ajuizou ação requerendo abatimento do valor pago. A empresa, por sua vez, negou as

acusações e asseverou que o teste de potência deve ser realizado em equipamento específico, mas não o fez.

Para a magistrada ficou demonstrado que a potência alcançada pelo automóvel é de 105 cavalos, ou seja, 25% menor da divulgada pela empresa. Sendo assim, considerou o pedido procedente e fixou R\$ 20 mil pelos danos materiais, proporcional ao abatimento do preço pago pelo autor.

“Constatado que o automóvel adquirido pelo autor alcança potência máxima muito inferior à anunciada pela ré, surge para o comprador o direito de requerer o desfazimento do negócio, com a restituição do preço pago, ou abatimento proporcional do preço”.

Fonte: Migalhas

Disponíveis as novas carteiras do Pro-Social

As novas carteiras do Pro-Social já estão disponíveis para entrega aos associados titulares lotados no prédio sede, na recepção do serviço médico odontológico. Já aqueles lotados no prédio dos JEFs devem retirar as carteiras no consultório médico do prédio.

As carteiras dos beneficiários das Subseções já foram encaminhadas, via malote, para as respectivas SESAPs.

Considerando que as carteiras devem ser entregues mediante preenchimento e assinatura do recibo de entrega pelo titular, o NUBES/SEABE encaminhou, por e-mail, o modelo para impressão, a fim de agilizar seu atendimento.

Vale lembrar que o prazo de validade das carteiras atuais expira no dia 31/01/2018.

Cardápio do restaurante para sexta-feira

Restaurante Pupo (JEFs e TRs): Lombo Bovino, Xinxim de Frango, Frango Grelhado, Moqueca de Peixe, Mariscada, Lasanha Bolonhesa, Jardineira de Soja, Torta Nordestina.

Aniversariantes

Hoje: Dr. Carlos D'Avila Teixeira, Juiz federal da 13ª Vara, Tânia Rebouças (8ª Vara), Tales Matos Amorim (Guanambi), Lycia Maria Sá de Figueiredo Nora (Ilhéus), Hozana Jesus de Oliveira (Jequié), Iltemberg Tayrones Santos Barbosa (Paulo Afonso) e Alberto Ribeiro dos Santos (VIPAC). **Amanhã:** Aline Cristiane Aguiar Pereira (Turma Recursal), Catarina Braga Rios Linder (Juazeiro) e Antônio Edson Mascarenhas as Silva (Feira de Santana).

Parabéns!

Enap lança Kit de Ferramentas Desing Thinking Aplicado ao Serviço Público



O G.Nova, Laboratório de Inovação em Governo da Escola Nacional de Administração Pública (Enap), lançou o Kit de Ferramentas Design Thinking Aplicado ao Serviço Público, com o objetivo de auxiliar servidores na aplicação do Design Thinking para solução de desafios.

O Design Thinking é uma abordagem prática para solucionar problemas complexos através do olhar humano. O material apresenta algumas ferramentas básicas que auxiliam no desenvolvimento de projetos de inovação tendo como base o foco no cidadão e suas experiências com os serviços públicos.

As ferramentas apresentadas permitem ampliar a empatia e o entendimento do setor público sobre quais elementos são importantes na experiência do cidadão com aquele serviço. O material tam-

bém dá dicas de como organizar um processo de ideação e seleção de ideias para solução do desafio, apresenta diferentes ferramentas para testar as soluções, além de sugestões de como mapear os pontos-chaves para implantação de um novo serviço.

Segundo o diretor de Inovação e Gestão do Conhecimento da Escola, Guilherme Almeida, *“espera-se que o Kit de Ferramentas Design Thinking Aplicado ao Serviço Público do G.Nova contribua com o trabalho de gestores envolvidos em projetos de inovação que estão promovendo a transformação digital e diminuindo a burocracia na oferta de serviços públicos no governo federal”.*

O G.Nova fica situado na Enap, em Brasília, e foi inaugurado em 2016, com o intuito de construir e difundir uma cultura de inovação no setor público.

Fonte: TRF1



O que é a Campanha Janeiro Branco?

Janeiro Branco
Quem cuida da mente,
cuida da vida!



Em outubro de 2013, inspirado pela Campanha Outubro Rosa daquele ano, psicólogos e psicólogas de Uberlândia (MG) tiveram uma ideia:

“Virada de ano é um período em que as pessoas entram em um movimento espontâneo de avaliação das suas próprias vidas e, janeiro, o primeiro mês do ano, é um mês terapêutico por natureza: vamos, então, aproveitá-lo e instigar as pessoas a pensarem sobre saúde mental, sentidos de vida, propósitos existenciais, qualidade de relacionamentos, equilíbrio emocional e se são, ou não, verdadeiramente felizes”.

Assim nasceu a Campanha Janeiro Branco – totalmente dedicada à conscientização e à prevenção em relação à saúde mental, concebida por psicólogos(as) e realizada por psicólogos(as) e estudantes em parceria com todos os demais profissionais do universo da Saúde.

Em uma época em que as taxas de suicídio, depressão e ansiedade têm crescido de forma exponencial em todo o mundo – segundo dados dos ministérios da saúde de todos os países e da Organização Mundial de Saúde (OMS) – a Campanha Janeiro Branco justifica-se como uma importante ação preventiva em relação a essas graves questões e, fundamentalmente, como uma necessária campanha voltada à promoção de mais saúde mental nas vidas das pessoas e à democratização, em meio à humanidade, dos conhecimentos relacionados a esse objetivo.

Dessa forma, a campanha propõe-se a fazer de janeiro um mês dedicado às reflexões, às orientações e ao planejamento de ações estratégicas em prol da saúde mental nas vidas de todas as pessoas e em todos os ambientes em que elas estejam – e, em especial, daquelas pessoas que nunca tiveram a oportunidade de entrar em contato com essas reflexões, orientações e ações.

Para mais informações sobre os objetivos e benefícios desta campanha, acesse o site oficial: <http://janeirobranco.com.br>

Fonte: Janeiro Branco