

REVISTA

Master

EDIÇÃO 168 | ISSN 2236-5737

CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO RIO GRANDE DO SUL | 2021

Transformação Digital

**DO DIFERENCIAL À SOBREVIVÊNCIA: COMO A PANDEMIA
ACELEROU A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NAS EMPRESAS**

cfa.org.br/estudante

O site do estudante #ADM:

cfa.org.br/estudante

The logo for VOUSERADM features a stylized blue geometric shape above the text "VOUSERADM" in a bold, blue, sans-serif font.

ADM ^{isso é} + FALA AÍ,
ESTUDANTE + alunonline



carregando futuro adm...

Aponte a câmera
e vem ser ADM:





Administração na era digital

Os impactos da transformação digital nos negócios. Este é o tema central da edição da Master que você acaba de receber. Em um mundo tão volátil, incerto, complexo e ambíguo - o famoso VUCA -, a tecnologia torna-se indispensável para a sobrevivência das empresas. Não à toa temos trazido a temática com frequência nas reportagens da Revista, além de mantê-la na pauta do Conselho desde o início da minha gestão. Somos todos Administradores em uma nova era, que exige aprendizado constante. O futuro não é mais como era antigamente, já dizia a música, e diariamente precisamos aprender a aprender.

Entendemos que por meio da tecnologia as empresas e os profissionais podem se qualificar, melhorar processos, escalar negócios, além de se manterem competitivos no mercado. A tecnologia está na saúde, no agro, na educação, no varejo, na logística, como mostramos nas páginas 20, 21, 22 e 23.

Se as vendas on-line cresceram durante a pandemia em 2020, a tendência é aumentar cada vez mais. De acordo com estudo realizado

pela Neotrust, só no primeiro trimestre de 2021 foram registradas 78,5 milhões de compras. Isso representa uma alta de 57,4% em relação ao mesmo período do ano passado. O resultado aponta ainda para um faturamento de R\$35,2 bilhões no e-commerce, 72,2% a mais do que em 2020. Os números mostram, então, que a tecnologia impôs ao setor de logística ainda mais agilidade, e que os algoritmos estão aí para auxiliar na roteirização dessas entregas, além de tantas outras facilidades e ganhos que a TI permite.

Nesta edição, você também confere o novo projeto editorial da Master, mais moderno, que vai ao encontro dos conteúdos que temos produzido para você. Queremos que a Revista seja uma experiência interessante e rica, da capa à última página.

Fiquem em paz e aproveitem a leitura do material que preparamos com carinho para vocês!

Adm. Claudia de Souza Pereira Abreu
Presidente do CRA-RS
CRA-RS nº 20.905



REVISTA MASTER É UMA PUBLICAÇÃO DO CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO RIO GRANDE DO SUL | CRA-RS
ISSN 2236-5737

PRESIDENTE: Adm. Claudia de Souza Pereira Abreu

Adm. Sérgio José Rauber (Vice-Presid. Administrativo)
Adm. Izabel Cristine Lopes (Vice-Presid. Financeiro)
Adm. Luiz Klippert (Vice-Presid. de Fiscalização e Registro)
Adm. Helenice Rodrigues Reis (Vice-Presid. de Relações Externas)
Adm. João Alberto Gonçalves Junior (Vice-Presid. Institucional)

COMISSÃO DE TOMADA DE CONTAS: Adm. Elivelto Nagel da Rosa Finkler;
Adm. Carlos Theodoro Strey e Adm. Otília da Costa e Silva Gomes.
CÂMARA DE FISCALIZAÇÃO: Adm. Lucas Leon Rubinger Junior; Adm. Elimar Kroner Teixeira e Adm. Otília da Costa e Silva Gomes.
CÂMARA DE REGISTRO: Adm. Nadir Becker e Adm. Maria D' Lourdes Guimarães Rotermund Adm. Marcelo Nichele.

CONSELHEIROS DO CRA-RS

Conselheiros Efetivos

Adm. Claudia de Souza Pereira Abreu; Adm. Sérgio José Rauber;
Adm. Izabel Cristine Lopes; Adm. Luiz Klippert; Adm. Helenice Rodrigues Reis; Adm. João Alberto Gonçalves Junior; Adm. Carlos Theodoro Strey; Adm. Elivelto Nagel da Rosa Finkler; Adm. Valter Luiz de Lemos; Adm. Otília da Costa e Silva Gomes.

Conselheiros Suplentes

Adm. Maria D' Lourdes Guimarães Rotermund; Adm. Mauro Ochman; Adm. Nadir Becker; Adm. João Alberto Araújo Fernandes; Adm. Lucas Leon Rubinger Junior; Adm. Marcelo Nichele; Adm. Elimar Kroner Teixeira.

Conselheiros Federais

Efetivo: Adm. Cláudia de Salles Stadtlober
Suplente: Adm. Rogério de Moraes Bohn

Comitê Editorial

Adm. Claudia Abreu
Adm. Helenice Rodrigues Reis
Adm. Carlos Theodoro Strey
Adm. Maria D' Lourdes Guimarães Rotermund

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO E DIAGRAMAÇÃO COMUNICA MAIS ASSESSORIA ESTRATÉGICA

Coordenação: Marluci Stein; Editora: Camila Dilélio; Textos: Andielli Silveira, Giulia Secco, Camila Dilélio e Marluci Stein; Projeto Gráfico e Diagramação: Taícia Ribeiro

IMPRESSÃO

Gráfica COAN | www.coan.com.br | TIRAGEM: 17.000 exemplares

FOTOS

CRA-RS, DIVULGAÇÃO, FREEPIK.COM E BANCOS DE IMAGENS | jornalismo@crars.org.br | Rua Marcílio Dias, 1030 - Bairro Menino Deus - CEP 90.130-000 - Porto Alegre - RS



/conselhoregionaldeadministracaoors
www.crars.org.br



SERRA - CAXIAS DO SUL

Adm. Marcos Ricardo Pretto - CRA-RS 30.570 | Rua Ítalo Victor Bersani, 1.134 | caxiasdosul@crars.org.br / mrpretto@gmail.com | (54) 3029-6663 / (54) 99979-5644

NOROESTE - IJUÍ

Adm. Roseli Fistarol Kruger - CRA-RS 45.610 | Rua 14 de Julho, 1.220/02 | ijui@crars.org.br / rfistarol@gmail.com | (55) 3333-6480 / (55) 99181-8680

REGIÃO DOS VALES - NOVO HAMBURGO

Adm. Gustavo Gomes Hoff - CRA-RS 24.577 | Rua Domingos de Almeida, 135/1101 | novohamburgo@crars.org.br / gustavogomes_hoff@hotmail.com | (51) 3582-6444 / (51) 99142-6705

LITORAL - OSÓRIO

Adm. Nara Maria Müller - C RA-RS 18.245 | Rua Marechal Floriano, 920/109 | osorio@crars.org.br / naram.muller@gmail.com | (51) 3601-1381 / (51) 99954-8466

PLANALTO - PASSO FUNDO

Adm. Odete Mercedes Marcante Alves - CRA-RS 40.499 | Rua General Neto, 443 -503 | passofundo@crars.org.br / odetemarcante@gmail.com | (54) 3601-5447 / (54) 99922-2377

COSTA DOCE - PELOTAS

Adm. Lara Garcia Scheunemann - CRA-RS 52.942 | Rua XV de Novembro, 607/45 | pelotas@crars.org.br / laragarciascheunemann@gmail.com | (53) 3025-4362 / (53) 98118-4682

VALE DO RIO PARDO - SANTA CRUZ DO SUL

Adm. Christian Venzon - CRA-RS 52.503 | Rua Borges de Medeiros, 1.000 | santacruzdosul@crars.org.br / chvenson@terra.com.br | (51) 3902-4183 / (51) 99595-5200

CENTRO OESTE - SANTA MARIA

Adm. Vania de Fátima Barros Estivaleta - CRA-RS 8.072 | Cel. Niederauer, 1.565, salas 6/8 | santamaria@crars.org.br / vaniaestivaleta@ufsm.com | (55) 3222-5815 / (55) 99613-7873

DELEGADOS

CAMPANHA - BAGÉ

Adm. Luciane da Silva Gomes - CRA-RS 25.265 | (53) 99163-0252 | lusilvapel1@gmail.com

ALTO URUGUAI GAÚCHO - ERECHIM

Adm. Valdecir Dionisio Ril - CRA-RS 3.3485 | (54) 99905-3844 | valdecir.ril@hotmail.com

PRODUÇÃO - FREDERICO WESTPHALEN

Adm. Magda Regina Ortigara - CRA-RS 31,389 | (55) 99631-5855 | magdareginaortigara@gmail.com

METROPOLITANA - SUBRRREGIÃO GRAVATAÍ

Adm. Alexandre de Mello Abicht - CRA-RS 27.242 | (51) 99707-6115 | alexandre.abicht@gmail.com

VALE DO TAQUARAÍ - LAJEADO

Adm. Niceia Wunsch - CRA-RS 27.528 | (51) 98247-6481 | niceia20@gmail.com

POSTO AVANÇADO

MISSÕES - SANTO ÂNGELO

Adm. Alceu de Oliveira Lopes - CRA-RS 15.041 | (55) 99118-5121 | alceulopes17@hotmail.com

TRÊS DE MAIO

Adm. Carlos Norberto Filipin - CRA-RS 49.355 | (55) 99623-9304 | admcarlosfilipin@yahoo.com



12

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

▼ As empresas nacionais estão preparadas para o novo cenário do mercado de trabalho imposto pela pandemia de Covid-19? A pandemia fez com que 87,5% das empresas no Brasil acelerassem os seus projetos de transformação digital.



PMEs

▼ 51,5% dos pequenos negócios tiveram queda no faturamento no ano de 2020 e 44,4% recuperaram nada ou pouco da receita perdida. Como enfrentar esses desafios para sobreviver e se reinventar?

ELEIÇÕES

▼ Eleições CRA-RS - Refazimento 2018: No dia 09 de novembro serão realizadas novas eleições do Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul (CRA-RS). O processo é um refazimento das eleições de 2018 para constituir dois terços do Plenário, com mandatos de um ano e um mês.

PÁGINA 25

.....

NA UNIVERSIDADE

▼ No espaço destinado aos temas acadêmicos, o Adm. Anderson Pinceta, coordenador de cursos superiores em Administração, Ciências Contábeis e Gestão de Recursos Humanos na FEMA, em Santa Rosa, e a acadêmica Michelle Bönmann falam sobre a transformação digital e os desafios dos novos profissionais no mercado de trabalho.

PÁGINA 26

.....

OPINIÃO

▼ Presidente do Conselho Regional de Contabilidade (CRC-RS), Ana Tércia, traz o tema da gestão sustentável e o conceito dos seis capitais.

PÁGINA 27



LOGÍSTICA

▼ Desde que a revolução da Internet começou, nosso dia a dia tornou-se cada vez mais digital. Com o e-mail substituindo o correio tradicional e os downloads no lugar dos produtos físicos, era de se imaginar que a mudança poderia ter sido devastadora para o setor de logística. No entanto, o que aconteceu foi exatamente o oposto: nunca se enviou tantos pacotes quanto agora!



Pequenas empresas, grandes mudanças: os desafios dos negócios para sobreviver e se reinventar

51,5% DOS PEQUENOS NEGÓCIOS TIVERAM QUEDA NO FATURAMENTO NO ANO DE 2020 E 44,4% RECUPERARAM NADA OU POUCO DA RECEITA PERDIDA

Não se engane pelo porte reduzido: as pequenas e médias empresas (PMEs) são a principal fonte de renda e emprego da população brasileira. Das mais de 20 milhões de empreendimentos que operam no país, elas já são cerca de 13,5 milhões, representando quase 70% das empresas, conforme dados da consultoria Empresômetro. Além disso, as PMEs têm participação de 30% no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, de acordo com dados divulgados pelo SEBRAE e pela FGV em 2020.

No entanto, a crise acarretada pela pandemia de Covid-19 teve impacto direto nesses negócios, que sofreram com as medidas impostas ao comércio e com a escassez de crédito para o segmento. Segundo pesquisa realizada pela plataforma Conta Azul e divulgada ao site InfoMoney, 51,5% dos pequenos negócios tiveram queda no faturamento no ano de 2020 e 44,4% recuperaram nada ou pouco da receita perdida.

Dentre os fatores cruciais que fizeram muitos empreendimentos fecharem as portas estão as dificuldades em relação ao equilíbrio do fluxo de caixa, ao reposicionamento da marca, ao relacionamento com o consumidor e ainda às incertezas sobre o cenário econômico e político. Para os especialistas, o caminho da sobrevivência passa pela boa gestão, pela inovação e pela (mais do que nunca necessária!) transformação digital.

Depois da tempestade, vêm os desafios

Pela classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), na indústria, as micro e pequenas empresas são as que têm até 99 funcionários, enquanto as médias têm de 100 até 499 colaboradores. No setor do comércio e varejo, as micro e pequenas empresas possuem até 49 colaboradores, enquanto as médias têm de 50 a 99. Já de acordo com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a Receita Operacional Bruta (ROB) é que determina o porte. Uma microempresa tem receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360 mil, enquanto a empresa de pequeno porte tem entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões. A média empresa tem a renda anual maior do que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões.

De forma geral, as PMEs são aqueles negócios que podem ser encontrados em qualquer bairro de todas as cidades, ofertando tipos de serviços variados. São as padarias, lanchonetes, escritórios, mercados, salões de beleza, entre outros estabelecimentos - que eram frequentados diariamente antes das restrições de circulação.

Para o instrutor de liderança e gestão de



peças Ronan Mairesse, o chamado “vácuo do relacionamento” dessas empresas com seus clientes e fornecedores tem sido o maior desafio a ser enfrentado na pandemia. “Devido ao comportamento do pequeno e médio empresário brasileiro, motivado por crenças e processos antigos, poucos investiram nos últimos anos em maneiras diferentes de se relacionar, com foco em meios digitais e aplicativos como Instagram e WhatsApp”, comenta.

Ronan acredita que os pequenos empresários do varejo não tinham uma base de dados de clientes para enviar mensagens de divulgação de seus produtos e serviços e que os médios empresários não estavam preparados com fluxos e pessoas treinadas para abordar esse consumidor. “O resultado foi uma situação crítica ou o fechamento desses negócios quando eles não conseguiram evoluir para um atendimento on-line através



das mídias sociais. Os clientes acabaram sendo abordados por outras empresas que ofereciam pelo menos um sistema básico de vendas digital.”

Mas o cenário é delicado para todos, visto que a crise afetou a economia do país, e do mundo, de maneira geral. Sendo assim, até mesmo as grandes empresas foram prejudicadas. O Administrador Márcio Silva dos Santos, secretário da Câmara Especial de Micro e Pequenas Empresas - Cempe do CRA-RS, destaca outros obstáculos que os negócios precisaram superar: “a pandemia gerou uma desconfiança do mercado, potenciais clientes tiveram o seu poder de compra reduzido e ainda houve o aumento da inadimplência ao redor do país. Tudo isso impactou um dos pilares fundamentais das PMEs, que é a sua saúde financeira.” Ademais, ele acredita na importância da fidelização dos clientes, da revisão periódica do mix de produtos e no conhecimento do setor e das condições do mercado para superar as adversidades e se adaptar a esse novo momento.

“A pandemia gerou uma desconfiança do mercado, potenciais clientes tiveram o seu poder de compra reduzido e ainda houve o aumento da inadimplência ao redor do país. Tudo isso impactou um dos pilares fundamentais das PMEs, que é a sua saúde financeira”.

Adm. Márcio Silva dos Santos

Mudar para sobreviver

“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças.” Essa famosa frase do professor Leon C. Megginson, comumente atribuída ao naturalista Charles Darwin, pode muito bem ser aplicada à atual conjuntura das pequenas e médias empresas. O doutor e speaker em inovação Alexandre Garcia questiona: “O seu negócio está entregando o que o mercado quer



agora?” Para responder a essa pergunta, ele aposta na reanálise do cenário competitivo de cada empresa.

“Houve uma mudança muito rápida, então é preciso ter uma nova visão sobre os clientes e a inovação como ponto central. Quem não inovar certamente não verá o mercado de amanhã”, adverte. Alexandre também defende o uso de dados como matéria-prima dessa inovação e a análise da agregação de valor aos produtos e serviços como base para o alcance do lucro. “As reinvenções necessárias estão diretamente ligadas à transformação digital e a aplicação de métodos ágeis.”

O gerente regional do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-RS), **Ciro Vives**, concorda, respondendo a outros questionamentos que os empreendedores também devem fazer. Como pensar diferente e gerar valor para atingir um público consumidor que está, em boa parte, dentro de casa? Que estratégias devem ser usadas para atraí-lo a comprar de forma diferente, virtual?

“Para construir um novo posicionamento que permita alcançar esses objetivos, é importante buscar informações, aconselhar-se, estruturar novas parcerias e ampliar o leque de oportunidades de ação. Reinventar é estar aberto ao novo e visualizar oportunidades.” O próprio Sebrae oferece diversos cursos voltados à melhoria desse cenário, como consultorias de marketing digital, de remodelagem de negócio, E-commerce, gestão financeira, diversificação de produtos e serviços, análise e



comportamento do consumidor, entre outras capacitações.

Com o objetivo de garantir a sustentabilidade das empresas, o foco das novas jornadas de consumo precisa estar cada vez mais no cliente, acredita **Ronan**. “A maneira de comprar já vinha mudando gradualmente nos últimos anos, mas após a pandemia vimos uma aceleração exponencial. As pessoas agora se sentem mais seguras para comprar via aplicativo e, assim, será preciso causar uma excelente experiência para continuar com o atendimento presencial. Os líderes precisam manter as equipes engajadas nesse propósito, porque os clientes estão cada vez mais exigentes: ou a empresa muda para encantar os consumidores ou será descartada por eles”, destaca.

Além do investimento em novas tecnologias e ferramentas digitais, a reinvenção é fundamental. Segundo **Ciro**, “é colocar o coração e a coragem à frente dos negócios, uma prática que o bom empreendedor e o bom administrador sabem muito bem conduzir.

O Adm. Márcio selecionou algumas dicas que podem ajudar os empreendedores na hora de reinventar os seus negócios:

desenvolver os colaboradores e participar de capacitações para se manter atualizado

realizar planejamentos estratégicos de marketing coerentes com os planos da empresa e as previsões econômicas da região

buscar um novo patamar de vendas focando em inovação; e fazer uma análise SWOT, que examina o ambiente interno e externo das organizações



*Nos primeiros
quatro meses
de 2021, mais
de 1 milhão
de pequenos
negócios foram
abertos no
Brasil (Sebrae)*

A Administração no fim do túnel

Na contramão dos índices, um levantamento feito pelo Sebrae mostrou que, apenas nos primeiros quatro meses de 2021, mais de 1 milhão de pequenos negócios foram abertos no Brasil. O número corresponde a 25% dos que foram abertos ao longo de todo o ano de 2020. A atividade de comércio varejista de vestuário e acessórios lidera o ranking de novos empreendimentos; logo atrás está o segmento de promoção de vendas e de cabeleireiros, manicure e pedicure. Apesar do fechamento de milhares de empresas, a nova onda de empreendedores pode ser consequência direta da diminuição de vagas formais, mas também demonstra a vontade do brasileiro de ter e administrar o próprio negócio. A Administração é um pilar fundamental para qualquer tipo de empresa, as temáticas do planejamento, da inovação, da estratégia e da busca pela diferenciação são imprescindíveis para a superação dos desafios”, ressalta Alexandre. A necessidade de inovar também é um dos aprendizados da Administração enfatizados por Ronan. “E quando falamos em inovação não significa apenas implementação de novas tecnologias, mas também de maneiras diferentes de pensar para encontrar soluções que mantenham o negócio relevante no mercado. Líderes inovadores não esperam uma crise acontecer para criar algo que salve o faturamento da empresa. Eles olham para o futuro e constroem ações estratégicas que visam torná-la mais acessível e interessante ao consumidor”, explica.

Já dizia o ambientalista e empresário estadunidense Paul Hawken, relembra Márcio: “a boa gestão é a arte de tornar os problemas tão interessantes e as suas soluções tão construtivas que todos vão querer trabalhar e lidar com eles.” Para ele, os conhecimentos da Ciência da Administração trazem inúmeros benefícios para a gestão das pequenas e médias empresas, ainda mais em cenários de dificuldade.

“Posso apontar o planejamento estratégico que ajuda a gerenciar o tempo, os recursos e a energia para as táticas do negócio, bem como a inovação em processos que busca realizar novas parcerias, aprender novas metodologias e aumentar o valor das marcas.” E

acrescentou: “a sustentabilidade corporativa também é um tema emergente, como a implementação de uma política estratégica de ações sociais que possa ser incrementada no plano de negócio”, citando como exemplo os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).

Segundo Márcio, a Câmara de MPEs do CRA-RS trabalha essas temáticas justamente para possibilitar uma maior interação e qualificação de todos os profissionais da Administração sobre os pequenos negócios, firmando parcerias com as Delegacias Regionais do Conselho e com outras instituições que possam trazer benefícios aos empreendedores de pequenas e médias empresas.

De acordo com Ciro, uma boa gestão, com práticas administrativas eficientes, pode mudar o rumo dos negócios. “Um administrador atento às mudanças e que projeta cenários e alternativas possíveis consegue propor um ritmo diferente para as organizações, uma visão de não somente passar pela crise, mas sim de superá-la. A inovação e a remodelagem dos negócios são propostas que devem dominar o cotidiano”.

São tempos difíceis, mas que abrem oportunidades para o novo - só é preciso experimentá-lo! “Uma gestão eficiente propõe pensar diferente e criar formas de gerar valor para atingir esses novos públicos e comportamentos dos consumidores. Os empreendedores precisam manter a cabeça aberta para esse novo momento e para essas práticas de gestão e arriscar mais, sem ter medo de reposicionar ou remodelar o seu negócio”, aconselha Ciro.

Em um momento de tantas dúvidas, uma coisa é certa: a pandemia de Covid-19 pode ter sido o maior desafio que já enfrentamos, mas não será o último. É impossível prever o que o futuro nos aguarda, mas os pequenos empresários podem - e devem - se preparar para situações de crise e de mudanças, seja nas condições do mercado, nas ferramentas de gestão ou no jeito de consumir. Ou tudo isso de uma só vez! Afinal, empreender é muitas vezes navegar por mares revoltos, mantendo sempre o espírito aventureiro e esperançoso, que enxerga nos desafios o motor para o sucesso.



Transformação Digital

**DO DIFERENCIAL À
SOBREVIVÊNCIA: COMO
A PANDEMIA ACELEROU
A TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL NAS EMPRESAS**

As empresas nacionais estão preparadas para esse novo cenário do mercado de trabalho imposto pela pandemia de Covid-19? Essa foi a pergunta que guiou a pesquisa do Índice de Transformação Digital da Dell Technologies 2020 (DT Index 2020). Os números não deixam dúvidas: a pandemia fez com que 87,5% das empresas no Brasil acelerassem os seus projetos de transformação digital. O resultado foi ainda maior que a média mundial, que ficou em 80%. O que antes era considerado um diferencial de organizações mais

desenvolvidas, tornou-se necessidade básica para manter a sustentabilidade e a competitividade dos negócios em um contexto econômico, político e social extremamente instável.

A pandemia fez com que 87,5% das empresas no Brasil acelerassem os seus projetos de transformação digital.

O levantamento também demonstra essa preocupação: cerca de uma em cada quatro empresas temem pela sobrevivência nos próximos dois anos. Enquanto isso, 67,5% das companhias acreditam que irão passar pela crise, mas com cortes na equipe e com planos apenas a longo prazo de retornar aos lucros. Para isso, a aposta no digital tem ocasionado uma verdadeira reinvenção nos modelos de negócio, com foco em novas formas de comprar e vender, no fortalecimento da presença das marcas nas mídias sociais, no aperfeiçoamento do trabalho remoto e na reestruturação da experiência digital de colaboradores e clientes.

Modo tech - ativar!

Segundo especialistas, um caminho de expansão das oportunidades de negócio se abre quando a transformação digital é empregada como forma de alavancar a produtividade, o desempenho e a inovação nas corporações. Para o consultor organizacional e educacional e diretor da Enthusiasmus Consultoria em Talentos Humanos, Eduardo Carmello, as empresas que estão incorporando essa transformação trabalham diariamente para inovar com mais rapidez, utilizando princípios de design thinking e ferramentas de experimentação para gerar valor com mais assertividade, velocidade e consistência.

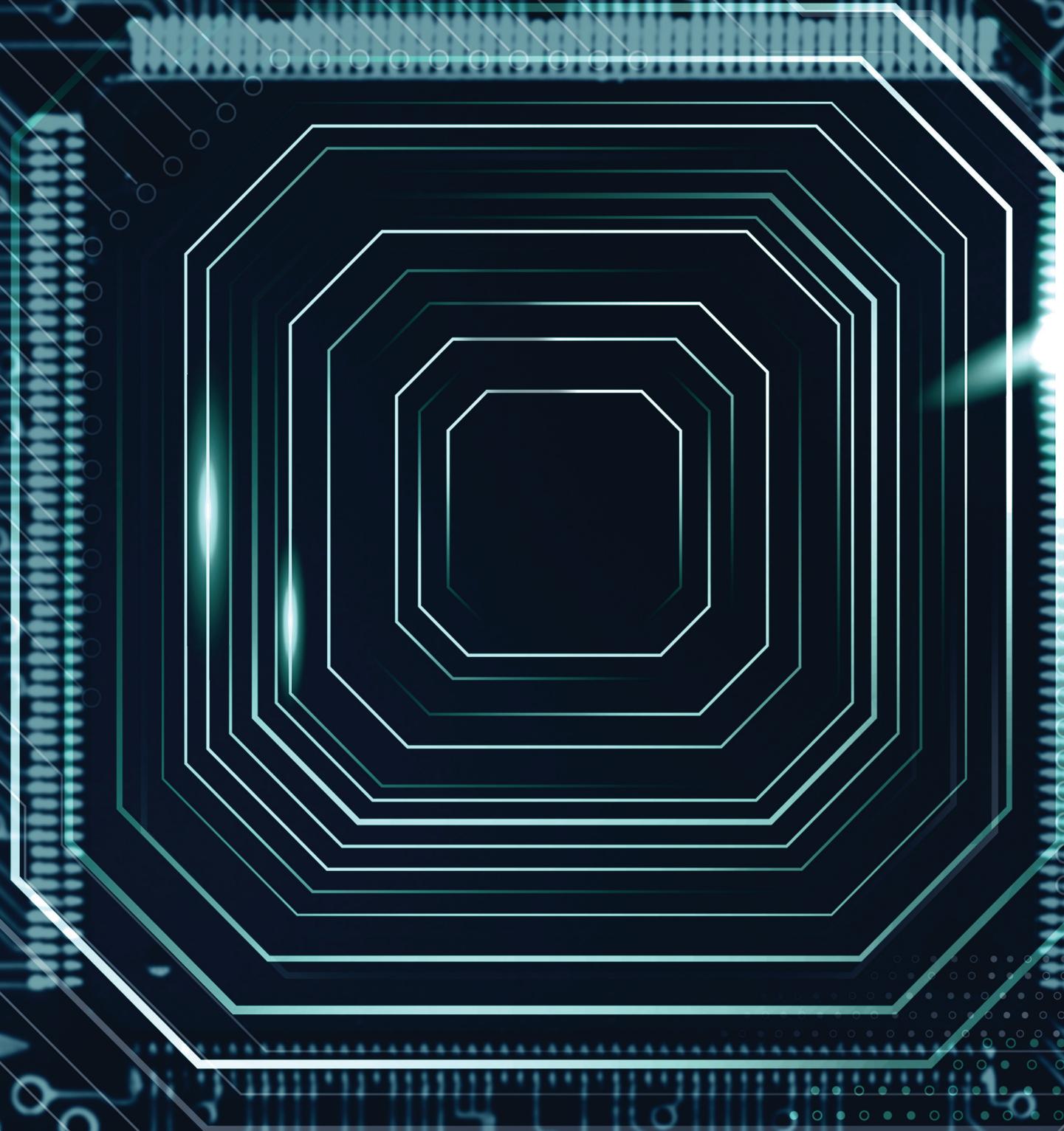
“O mindset digital está sempre pensando em como ajudar o usuário a seguir pelos processos, a caminhar de A até B de maneira focada, ágil e com extrema qualidade, promovendo uma experiência única e satisfatória.” Ele explica que essa experiência pode ser tanto transacional, como realizar o check-in de um

voou pelo site ou aplicativo da companhia aérea, como consultiva, como aprender a fazer e publicar um vídeo em uma plataforma, por exemplo; da mesma forma, o propósito deve ser auxiliar os clientes e funcionários a concluir os seus objetivos, projetos e tarefas com o máximo de eficácia e efetividade.

As lideranças estão atentas a essas tendências. A pesquisa CEO Outlook 2020, realizada pela rede KPMG, ouviu CEOs brasileiros e descobriu que 67% dos entrevistados acreditam que a digitalização das operações teve avanço nesse período, colocando negócios meses e até anos à frente do que eles esperavam. Carmello destaca alguns cases, como a empresa de locação de carros Localiza, que empenhou-se em construir uma diferenciação e melhorar a jornada de seus clientes no momento em que alugam um carro, utilizando um app para a contratação das reservas, o que acabou com as filas para atendimento presencial neste período de maior isolamento. Da mesma forma, a companhia de artigos esportivos Centauro inovou na sua forma de atendimento com as lojas G5, criando um mix de experiências físicas e digitais que aumentou em 45% a sua receita em comparação às lojas convencionais.

“Esses exemplos só existiram pela capacidade dos talentos e das organizações de empatizar com os clientes e de compreender melhor a sua jornada de experiência com a marca. A aceleração digital abre novas portas e oportunidades para as empresas que investem em cultura digital, contribui para a compreensão das evoluções tecnológicas e prepara os profissionais para tornarem-se cada vez mais desejados no mercado pela sua maneira inovadora de pensar, aprender e agir”, ressalta Carmello.





Os desafios do profissional do futuro

Apesar dos benefícios, o DT Index 2020 também evidencia os desafios da implementação da transformação digital na rotina corporativa. 95,5% das companhias brasileiras afirmam estar enfrentando barreiras, que vão desde a tecnologia em si e a capacitação de pessoal até o próprio cenário de mercado. Uma das maiores dificuldades é o alinhamento das soluções digitais com a cultura e a estratégia da organização, visto que muitas vezes os próprios gestores não estão preparados para estimular e pôr em prática os novos valores e comportamentos que precisam ser incorporados para o sucesso da inovação. A efetividade da transformação passa primeiro pelo engajamento de todos na empresa e pela melhoria dos processos internos para então impactar positivamente os indicadores financeiros do negócio.

95,5% das companhias brasileiras afirmam estar enfrentando barreiras, que vão desde a tecnologia em si e a capacitação de pessoal até o próprio cenário de mercado.

Carmello ainda dá algumas dicas para os profissionais da Administração que querem contribuir ou aplicar essa jornada de digitalização nas suas organizações. Conforme explica, a primeira boa estratégia é também a mais básica: aprender sobre tecnologia. Para isso, é preciso escolher alguns conceitos e se aprofundar neles. Pode ser Internet das coisas (IoT), big data, Inteligência Artificial (IA), Indústria 4.0 e por aí vai. O próximo passo é estudar como eles funcionam, se há um modelo de atuação, e encontrar exemplos e cases de utilização. Um bom jeito de fazer isso é conversar com especialistas em Tecnologia da Informação (TI), que podem ser até mesmo da sua empresa; depois, um ideia de “projeto final” seria uma apresentação sobre o assunto para colegas, chefes ou somente amigos, demonstrando como esses conceitos podem trabalhar juntos e que tipo de impacto positivo poderiam ter nos seus projetos e atividades diárias, ou mesmo como melhorariam a jornada de experiência de seus clientes.

A segunda maneira é uma aproximação mais prática com as tecnologias através da utilização de ferramentas

projetadas com foco em UX (Experiência do Usuário), que permitem a entrada em um fluxo de aprendizagem sobre os seus mecanismos. O objetivo é fazer uma imersão em uma plataforma ou aplicativo e entender como produzir algo com ela. “Dá para aprender como ter um canal no YouTube ou como fazer uma otimização e automação no Pipefy; usar o Evernote e descobrir como capturar e produzir informações relevantes para um planejamento; organizar suas tarefas a partir da metodologia Scrum e ser mais produtivo com o Trello; ou se comunicar pelo Slack, uma ferramenta de reuniões e acompanhamento de projetos, e se destacar como alguém que entrega o que promete no prazo e com a qualidade exigida. Quanto mais você pratica, mais aumenta a sua capacidade e autoconfiança de explorar e construir propostas em novas e diferentes abordagens digitais”, exemplifica.

Negócios tecnológicos

No Rio Grande do Sul, as empresas de tecnologia estão movimentando o setor mesmo durante a crise. Em junho deste ano, a YouBot, uma startup de inteligência artificial, fechou uma fusão com a Núcleo Sistemas, um player tradicional de sistemas de gestão que automatiza atividades operacionais e auxilia nos processos internos. A startup nasceu há três anos no Centro Universitário Uniftec, em Caxias do Sul, desenvolvida por dois alunos como um assistente virtual para o ensino de matemática dentro de um grupo de pesquisa focado em IA.

Na época, Carlos André Antunes e Vinicius Vanzin desenvolveram essa solução por meio da qual eles conseguiam mandar uma questão matemática em linguagem natural, do mesmo jeito que estava no livro, e o próprio bot (o “robô”) transformava em uma equação, resolvia e fornecia o passo a passo para o aluno. As possibilidades de aplicação da inovação atraíram a atenção do reitor e fundador do Grupo Uniftec, Claudio Meneguzzi Junior, que se tornou um sócio e participou da fundação da startup.

Agora, a nova empresa se chamará TecnoBridge e terá 22 funcionários, com um valor de mercado conjunto de R\$ 7,4 milhões, aponta a Uniftec. A



expectativa é que a avaliação chegue a R\$ 9 milhões até o final de 2021. O CEO da TecnoBridge será o diretor de Pesquisa e Desenvolvimento do Grupo Uniftec, Pedro Bocchese, que já era CEO da Núcleo. O negócio já vinha ampliando a sua oferta com uma série de novas tecnologias nos últimos anos e tem como clientes marcas renomadas como Randon, Marcopolo, Coca-Cola FEMSA, Saccaro Móveis, entre outras.

Inteligência Artificial, mas também humana

Os setores de Recursos Humanos das empresas também estão fazendo uso dessas novas tecnologias, as chamadas “HR Techs”, que auxiliam a inovar, reduzir custos e aumentar a eficiência e a inteligência nos fluxos da área, desburocratizando-os por meio de soluções que possibilitam que a equipe trabalhe de forma cada vez mais estratégica. Entre as principais características contidas em um RH alinhado às novas tendências estão a integração de processos, a viabilidade para a análise de métricas, a melhoria na experiência dos colaboradores e o aprimoramento da execução das tarefas.

Segundo a especialista em Gestão de Pessoas, Aleksandra Leite, ferramentas inovadoras, com o uso de inteligência artificial, por exemplo, têm sido parte importante nos setores de RH e ajudado até mesmo na seleção de currículos e nas contratações. “Estamos usando a tecnologia com uma nova visão, cruzando informações sobre o comportamento humano e tentando compreender como podemos agilizar o desenvolvimento dos profissionais, aumentando a produtividade e o engajamento das equipes”, comentou ela em evento on-line realizado pelo Conselho Federal de Administração (CFA) sobre a temática.

Isso evidencia que apesar da onda tecnológica estar tomando forma e trazendo mudanças significativas para as organizações, o foco segue sendo o ser humano e o aperfeiçoamento do seu trabalho, visto que são as pessoas que estão no centro das causas e também das consequências do processo de transformação digital nas empresas. Afinal, toda tecnologia é apenas o uso que se faz dela. E quando incorporada de forma planejada, estratégica e, principalmente, humana, pode impactar diretamente na sobrevivência e no crescimento dos negócios, mesmo em momentos desafiadores como o que estamos enfrentando.



Carlos André Antunes, Claudio Meneguzzi Júnior e Pedro Bocchese.

Perguntas e respostas sobre transformação digital

TRÍCIA KARLA LACERDA MORAES

MESTRA E DOUTORANDA EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS PELA FGV EAESP



1- Como a transformação digital pode auxiliar as empresas no contexto da pandemia?

A pandemia levou organizações de todos os setores a adotar novas soluções digitais. A transformação digital tornou-se o tema mais comentado e visto como o caminho para endereçar os problemas trazidos pela pandemia e promover o desenvolvimento econômico e social no país. Através da adoção de tecnologias disponíveis como, por exemplo, serviços digitais via aplicativos móveis, a pandemia acelerou esse processo das empresas que estavam em busca de resolver os desafios oriundos das limitações impostas pelo distanciamento social. Tivemos setores muito impactados, como o de alimentação (restaurantes, bares etc.), onde a empresa iFood se destacou como um caso de sucesso pela promoção através de sua plataforma de delivery da conexão entre restaurantes e consumidores, contribuindo para o desenvolvimento do setor em meio aos desafios impostos pela crise e, conseqüentemente, mudando o comportamento dos consumidores. Outro exemplo em relação à pandemia foi a iniciativa da startup Blockforce. A empresa desenvolveu e lançou o Desviralize, que é um serviço gratuito em uma plataforma digital, que utiliza a tecnologia contact-tracing (rastreamento de contatos) em uma rede blockchain (sistema de dados distribuídos) para viabilizar os registros de casos de Covid-19 no país. Dessa forma, percebemos que a utilização e aplicação da tecnologia bem-sucedida significa geração de valor para a sociedade e para as empresas, sejam esses valores financeiros ou relacionados à melhoria dos processos, satisfação

dos clientes, inovação, aspectos sociais e de sustentabilidade.

2- Quais são os maiores desafios da implementação de novas tecnologias e soluções inovadoras nas empresas? E os maiores benefícios?

A crise econômica desencadeada pela pandemia não sugere necessariamente o fim de indústrias ou empresas inteiras. Ela elimina modelos de negócios que falham em pivotar em direção à nova realidade caracterizada por cadeias de valor menores, trabalho remoto, distanciamento social, estratégia centrada no cliente e uso aprimorado de tecnologia. Dessa forma, como as empresas estão lidando com a crise e se preparando para a recuperação pode ser contado através de diferentes histórias, baseando-se em modelos de negócios que conduzam à sobrevivência em curto prazo ou considerando contextos resilientes e de crescimento em longo prazo. Esses desafios colocam as empresas frente a decisões estratégicas que irão definir os seus futuros. E lidar com o uso da tecnologia para sustentar esses negócios é um deles, pois exige a capacidade de promover e garantir a inovação digital, alinhada à governança e administração da tecnologia. Essa capacidade, chamada ambidestria, requer das empresas competências necessárias para inovar e aumentar a sua eficiência, como, por exemplo, liderança, investimentos, estrutura, entre outros aspectos singulares de cada tecnologia.

3- Como o profissional da Administração pode contribuir para o processo de transformação digital dentro da sua organização? Que

conhecimentos podem auxiliar?

O profissional da Administração traz consigo uma visão holística e estratégica da transformação digital para os negócios. Contudo, para que haja um processo de digitalização eficiente na empresa é necessário inovação, e para que esta aconteça, é preciso construir uma cultura de inovação alinhada à geração de valor para o negócio. A cultura de inovação impulsiona as empresas criando uma atmosfera que inspira a todas as pessoas, a cada momento em que estão no trabalho, a buscar oportunidades e formas inovadoras que gerem valor para as suas atividades e para os produtos e serviços oferecidos a seus clientes. Eu, como doutoranda em Administração de empresas e consultora de tecnologia da informação, considero uma prioridade estabelecer essa mentalidade nas empresas para que a inovação nasça e faça

parte da cultura corporativa. Algumas dicas que posso compartilhar são: levar a inovação a todas as áreas - produto, processo e modelo de negócio; incentivar o aprendizado através dos erros, pois estes representam um potencial alto de inovação; estimular as pessoas a olharem para o "que está faltando?", "o que poderia ser melhorado?", "quais dores podemos resolver?", nos produtos ou serviços de uma empresa, mesmo que isso signifique questionar o que muitos consideram peças-chave e intocáveis no negócio; estabelecer uma cultura de experimentação onde os esforços inovadores estarão livres de "culpa" caso levem a falhas. A compreensão de que a inovação como cultura reforça a relação dos indivíduos e organizações com as tecnologias viabiliza mudanças fundamentais e a geração de valor, o que é essencial para o nosso caminho rumo ao futuro.



Certificação Profissional
em Administração

Sistema CFA/CRAs



Habilidade
profissional
você já busca.
**É HORA DE
PROVAR.**

certificacao.cfa.org.br





Logística em tempos de pandemia

COMO A COVID-19 E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL TROUXERAM NOVOS DESAFIOS E A REINVENÇÃO DE UM DOS SETORES MAIS IMPORTANTES DO BRASIL

Desde que a revolução da Internet começou, timidamente, nos anos 70, nosso dia a dia tornou-se cada vez mais digital. Com o e-mail substituindo o correio tradicional e os downloads digitais substituindo os produtos físicos, é de se imaginar que a mudança poderia ter sido devastadora para o setor de logística. No entanto, o que aconteceu foi exatamente o oposto: nunca se enviou tantos pacotes quanto agora!

Essa tendência tornou-se ainda mais forte com a pandemia de coronavírus. Em comparação com 2019, o ano de 2020 registrou crescimento de 73,88% nas empresas de e-commerce, segundo o índice MCC-ENET. Ou seja: o brasileiro quer comprar à distância e receber as suas compras em casa.

O ano de 2020 registrou crescimento de 73,88% nas empresas de e-commerce

Mas, se as empresas de logística sobreviveram a todas as mudanças tecnológicas e comerciais até hoje, é porque não se permitiram ficar para trás. E, tampouco, podem se dar esse luxo agora.

Isso significa que, embora os setores de logística e transportes tenham sido mais lentos que outros para aderirem à revolução tecnológica, é de vital importância que apressem o passo. Afinal, a lentidão em adotar soluções digitais traz riscos que, se ignorados, podem se tornar grandes problemas, como uma possível ruptura entre a logística e setor mais adeptos à tecnologia, como o varejo, por exemplo.

Como se não bastasse, a própria pandemia trouxe desafios inesperados, como a nova organização do trabalho, agora em home office, e a necessidade de uma comunicação à distância mais rápida. Além disso, se o hábito de comprar online aumentou, também cresceu a expectativa do consumidor, que espera cada vez mais velocidade e qualidade nas entregas.

A resposta para tudo isso soa ousada: reinventar o setor. Mas sem desespero! Com uma administração eficiente, a transformação digital não é nenhum bicho de sete cabeças e traz ganhos para empresas, colaboradores e clientes. Essa é a missão do administrador no século XXI que, rodeado por tradição e inovação, precisa encontrar formas de unir qualidade, produtividade e economia.

Os novos desafios e soluções do mundo digital

Segundo o administrador Gilberto Bau, especializado em Engenharia da Qualidade e ex-professor universitário, a tecnologia, impulsionada pelas necessidades advindas da pandemia, também traz seus desafios. Para ele, a nova organização do trabalho, com o crescimento do trabalho remoto e com a necessidade de comunicação mais rápida afetam a logística. “O medo de realizar compras pela Internet começa a diminuir. Com isso as necessidades pessoais e profissionais também precisam ser atendidas rapidamente. Se hoje já temos tempos de entrega relativamente curtos, esse novo modelo de negócios que foi acelerado pela pandemia exigirá maior velocidade. Mais velocidade, mais informação a custos compatíveis”.



Além disso, para o administrador, o novo modelo de trabalho depende essencialmente da velocidade da informação e de equipamentos e sistemas que facilitem a vida das pessoas nas suas necessidades e expectativas. “Acredito que o grande desafio é encontrar e/ou desenvolver pessoas que possam transformar produtos e serviços de acordo com as necessidades e expectativas de clientes que, talvez, nem foram pensadas por eles previamente”.

Um exemplo dessas novidades que trazem agilidade e qualidade para a logística é a possibilidade de rastreamentos de encomendas, já realizada por muitas empresas. Embora possa parecer um “luxo”, as ferramentas de rastreamentos representam uma forma de segurança não apenas para o consumidor, mas para a própria empresa. É assim que o administrador pode controlar onde tudo está em todo momento. Se algo errado acontecer com a encomenda, ele vai saber não somente que tal fato ocorreu, mas também em que parte do processo está o problema. Isso facilita a correção de falhas logísticas e torna as entregas e a equipe mais produtivas, já que elimina processos mais demorados de investigação.



Sistemas especializados em logística também se tornaram bons amigos dos administradores. Com eles, abre-se um leque de possibilidades para além do rastreamento de encomendas, embora muitos incluam essa função. O aplicativo pode ser escolhido dentre diversas opções do mercado e instalado em dispositivos móveis, como smartphones, e/ou em desktops. Isso possibilita que a empresa use o software para gerenciar suas operações logísticas de forma automatizada. Assim, a equipe pode se comunicar em tempo real e informar sobre coletas, entregas ou ocorrências.

A ideia já está sendo aplicada por administradores de diversos segmentos como transportes, varejo e indústria. Afinal, hoje em dia, a logística se faz presente em todas as formas de negócios, de formas variadas, porém com necessidades semelhantes. A própria competitividade entre empresas de desenvolvimento de software deixa os sistemas cada

vez mais sofisticados, eficientes e fáceis de usar.

Esse tipo de sistema, portanto, costuma trazer diversos recursos que podem ser o ideal para este ou aquele negócio. Algumas das funções encontradas são: roteirização de trajetos, monitoramento da operação em tempo real, planejador de tarefas diárias, comprovação de entregas, acompanhamento da jornada do motorista, entre outros.

Especializado na área, o Consultor MSc de logística e sócio fundador da Matral 4PL, Miguel Asteggiano, vê um papel fundamental da tecnologia no cenário atual. “Na logística, é preciso entender a existência de dois fatores na movimentação de materiais e produtos: a informação e a movimentação física”, explica, “O mundo cada vez mais digital ampliou e facilitou o acesso às tecnologias de informação em todos os campos e, no caso da logística, criou o



desafio de cada vez mais, buscar formas de reduzir as diferenças entre os tempos de informação e de movimentação física de materiais e produtos”.

Segundo Asteggiano, a pandemia trouxe como desafio principal a necessidade de aumento das capacidades operacionais da logística de outbound em curto prazo e a busca de alternativas para as reduções dos fluxos da logística de inbound. Nesse contexto de procura por novas soluções, “a tecnologia otimiza o uso das infraestruturas, dando consistência, velocidade e rastreabilidade aos processos, além de incentivar os colaboradores a buscarem qualificação”.

Empresas de todo o Brasil já estão adotando soluções inovadoras como associação a centros de distribuição, utilização de sistemas avançados de controle (como os softwares de logística mencionados anteriormente), comunicação direta dos centros logísticos com clientes e otimização de armazéns logísticos reduzindo espaço de armazenagem. Mas é importante lembrar, como afirma o administrador, que, além dos investimentos em tecnologias e infra estrutura, da melhoria e mudança de processos, também é necessário treinar os colaboradores, preparando-os para a transformação digital na logística.

O treinamento e a adaptação da equipe ocupa um lugar fundamental nesse processo. Investir em treinamentos é aprimorar os conhecimentos dos colaboradores para que executem as tarefas de acordo com o planejamento e se atualizem quanto a suas práticas. O treinamento também serve para unificar as informações de forma que todos recebam todo o aprendizado disponível e necessário para a execução de suas tarefas. Dessa forma, o trabalho de logística do administrador flui melhor e pode-se contar com um time preparado para qualquer novidade.

Afinal, como afirma Gilberto Bau, já não é possível falar em desenvolvimento sem aporte de tecnologia. “O lugar do “papel”, das notas fiscais e dos romaneios, por exemplo, deixa de existir. O controle automatizado, com a informação fluindo sem atuação de pessoas desnecessariamente, torna o processo mais rápido e mais seguro”.

destaca, “Aumenta com isso a responsabilidade da informação uma vez que, a cada passo, o cliente é comunicado do andamento do seu pedido”.

Próximos passos

Embora a pandemia de coronavírus tenha impulsionado diversas empresas a investirem em inovações tecnológicas e a reformular seus setores de logística, ainda há muito caminho a ser trilhado. A tecnologia não para de evoluir, então a administração também não deve parar no tempo.

Miguel Asteggiano acredita que o maior percalço ainda seja a mentalidade dos gestores. “É preciso mudar o mindset para que ocorra o correto entendimento deste momento, fazendo-se assim as mudanças que sejam necessárias para o melhor enfrentamento dos novos desafios e aproveitamento das oportunidades existentes”.

Já para Gilberto Bau, também deve-se dar atenção a um detalhe importante da estrutura. “O que estamos longe de otimizar são caminhos logísticos, ou seja, estradas sem conservação e falta de estímulo aos diversos modais de transporte e de melhoria nas operações em terminais portuários, ferroviários e aeroportuários”.

Isso significa que há dois pontos importantes no futuro da logística, segundo apontam os dois profissionais da administração. O primeiro é o reconhecimento de sua importância por parte de quem toma as decisões. Afinal, os líderes dos negócios têm um grande papel a desempenhar na adoção de novas tecnologias e no incentivo ao estudo de novas soluções.

O segundo ponto é relativo à ideia de que não adianta ter as mais modernas tecnologias se o restante permanecer sem mudanças. Hoje, empresas brasileiras já trabalham com algumas das ferramentas mais modernas para roteirização, rastreamentos, monitoramento e diversas outras funções, mas ainda encontram problemas nas estradas do país, que não podem ser resolvidos somente com a transformação digital.



CRA-RS

ELEIÇÕES 2021

Refazimento 2018

- As eleições serão no dia 09/11.
- O horário de votação será das 0h às 22h, horário de Brasília.
- O voto é obrigatório para profissionais regularmente inscritos no CRA-RS e em pleno gozo de seus direitos profissionais.
- O pleito será realizado on-line no site www.votaadministrador.org.br mediante senha individual fornecida pelo Conselho Federal de Administração (CFA).

Novas eleições do CRA-RS: saiba todas as informações sobre o processo de refazimento eleitoral de 2018



CRA-RS
ELEIÇÕES 2021
Refazimento 2018

No dia 09 de novembro serão realizadas novas eleições do Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul (CRA-RS). O processo é um refazimento das eleições de 2018 para constituir dois terços do Plenário (seis conselheiros e seus respectivos suplentes), com mandatos de um ano e um mês, a serem exercidos a partir da posse,

prevista para a segunda quinzena de novembro de 2021, até dezembro de 2022.

O voto é obrigatório para os profissionais da Administração com registro e em pleno gozo de seus direitos profissionais, estando quites com suas anuidades ou, no caso de parcelamento de débitos, quites com as parcelas vencidas até 10/09/2021. No caso de profissionais com 65 anos ou mais, o voto é facultativo. A votação será realizada pelo site www.votaadministrador.org.br até as 22h do dia 09 de novembro mediante senha individual fornecida pelo Conselho Federal de Administração (CFA).

Confira o edital de convocação e o cronograma das eleições: www.crars.org.br/eleicoes


EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA
EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA
PERÍODO: 1º DE JANEIRO A 30 DE JUNHO DE 2021

RECEITAS	
Correntes	R\$ 7.230.544,35
Tributária	R\$ 166.749,79
Contribuições	R\$ 6.153.279,30
Serviços	R\$ 90.464,19
Financeiras	R\$ 450.375,88
Transf. correntes	R\$ 0,00
Outras receitas correntes	R\$ 369.675,19
TOTAL	R\$ 7.230.544,35

DESPESAS	
Correntes	R\$ 4.184.846,65
Pessoal e enc. sociais	R\$ 937.954,83
Outras despesas correntes	R\$ 1.742.215,77
Tributárias e contributivas	R\$ 8.195,92
Demais despesas correntes	R\$ 93.909,13
Serviços bancários	R\$ 68,75
Transferências correntes	R\$ 1.402.502,25
Despesas de capital	R\$ 29.152,37
Investimentos	R\$ 29.152,37
Inversões financeiras	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 4.213.999,02

O espaço para docentes e acadêmicos abordarem temas sobre administração

Nada mais claro, nesses últimos anos, é que as mudanças decorrentes da Transformação Digital possibilitaram o desenvolvimento de processos e a concretização de inovações que demorariam anos ou décadas para se concretizar. De acordo com o professor, Adm. Anderson Pinceta, o digital começou a auxiliar no desenvolvimento e na potencialização da educação, com forte impacto a partir da metade do primeiro semestre de 2020. “O cenário aponta que, tanto essa transformação digital como a inovação, povoaram o cenário educacional, de tal forma que o processo de ensino e aprendizagem jamais voltará a ser o mesmo”, comenta.



Segundo ele, o momento é ideal para a incorporação de novas tecnologias na educação, tendo em vista as transformações decorrentes das inovações, oriundas dos novos players do universo educacional, que são jovens com um perfil altamente diferenciado dos últimos 50 anos. “A excelente notícia é que a MUDANÇA é possível e, graças, a esse mudar é que as empresas e a educação podem florescer na era digital”, reforça.

Para Michelle Bönmann, acadêmica do curso de

administração da FEMA, já era esperado que mundo fosse passar por uma transformação digital, no entanto, não se imaginava que seria de forma tão brusca, por conta da pandemia de COVID-19. “Essa transformação não está ocorrendo somente pelo fato da tecnologia estar se desenvolvendo cada vez mais, ela ocorre porque a sociedade necessita disso, e o mercado precisa trabalhar estrategicamente para acompanhar essas mudanças e proporcionar inovação”, destaca.

Se o mercado de trabalho muda, os profissionais também precisam mudar. É o momento de requalificação, onde os profissionais precisam estar preparados e com novas habilidades.

“Pondero a flexibilidade e a adaptabilidade como as principais skills para desenvolvermos nossa capacidade de analisar e de resolver problemas de forma estratégica e ágil, visando as necessidades que vão surgindo diariamente. Com toda essa transformação, cabe ao profissional estar em constante busca de conhecimento, por meio de instituições de ensino que se comprometam em acompanhar as mudanças do mundo e do mercado para seguirmos nessa evolução”.



Gestão Sustentável e o conceito dos seis capitais

ANA TÉRCIA LOPES RODRIGUES
PRESIDENTE DO CRCRS



Muito se tem falado sobre Sustentabilidade e a abordagem Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) como direcionador dos novos modelos de negócios inovadores e sustentáveis.

Inovadores porque é, praticamente, impossível pensar em avanços, que não passem por uma reavaliação de tudo que foi feito, até agora, em termos de decisões empresariais e que resulta em um estágio de desenvolvimento tecnológico altamente avançado com um custo socioambiental igualmente elevado.

Para continuarmos avançando nas conquistas da humanidade e sonhar com as próximas férias espaciais, além de gerar muito recurso financeiro, será preciso repensar a gestão de pessoas, a governança, a relação com o meio ambiente, com os concorrentes, com os stakeholders, a gestão dos recursos físicos, intelectuais e reputacionais.

O modelo dos seis capitais permite uma reflexão importante e um olhar difuso sobre os diferentes aspectos a serem considerados na gestão de negócios que quiserem se intitular sustentáveis, éticos e inclusivos.

Os seis capitais são o financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social/de relacionamento e natural. Todos eles representam recursos que ingressam na empresa ou são gerados internamente, sofrem um impacto da atividade produtiva e afetam o mercado de diferentes formas. Se imaginarmos o mercado como algo dinâmico e como um macroambiente gerenciador dos mesmos recursos, faz-se

necessário que cada empresa, no contexto de sua atividade, promova o máximo possível de esforço para potencializar a devolução desses capitais ao mercado melhor do que os recebeu. O recurso financeiro deve ser maximizado para os investidores, fornecedores, financiadores e sistema tributário; o recurso manufaturado deve ser manuseado com segurança, qualidade obedecendo às regulações e normas específicas para cada negócio; o recurso intelectual precisa estar em constante aprimoramento pelo uso da inovação e desenvolvimento de tecnologias avançadas, que permitam uma competitividade crescente e valor agregado aos produtos e serviços; o capital humano precisa ser estimulado por meio de lideranças responsáveis e humanizadas, que priorizem o cuidado com a saúde física e mental dos colaboradores acima do atingimento de metas e indicadores quantitativos; o capital social e de relacionamento envolve os conceitos de Responsabilidade Social e de Cidadania Corporativa, que levam em consideração a interação com a comunidade, campanhas que promovam cultura, educação e atuação ativa na mitigação de problemas sociais estruturantes, promoção da inclusão, pluralidade e adesão aos princípios do Pacto Global. Por último, o capital natural inclui a preocupação com a gestão ambiental, logística reversa, gestão de recursos sólidos, recursos hídricos, preservação de florestas, redução das emissões dos Gases do Efeito Estufa e todas as demandas relacionadas aos eventos climáticos.

Esteja onde o ecossistema da inovação acontece.

AGENTES DA INOVAÇÃO
**20
21**

O Insight Sul, o maior evento de inovação do RS, é totalmente phygital e foi pensado para que todos possam se conectar, presencialmente ou à distância, com as tendências do empreendedorismo.

> **Insight** <

S U L

10 e 11 de setembro

Hubs em Pelotas, Rio Grande e Lajeado



Garanta o seu ingresso e
confira a programação completa:
insight.sebraers.com.br



Apoio:

Realização:



CRA-RS

Conselho Regional de
Administração do Rio Grande do Sul

