CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DO RIO GRANDE DO SUL | out-nov-dez 2018

Edição 159 ISSN 2236-5737

# O futuro do trabalho está na informação

Uso da Inteligência Artificial por empresas e profissionais alterará drasticamente a realidade do mercado nos próximos anos. Como estar preparado?

# CERTIFICAÇÃO ADICIONA VALOR A SUA CARREIRA



O programa de **Certificação Profissional em Administração**tem por finalidade distinguir
Profissionais de Administração
regularmente inscritos em
Conselho Regional CRA, mediante
comprovação de suas competências
nos campos da Administração.

COMPETÊNCIA COMPROVADA, ADMINISTRAÇÃO VALORIZADA.

**CERTIFICACAO.CFA.ORG.BR** 

VISITE O SITE E SAIBA MAIS SOBRE O PROGRAMA QUE COLOCA EM EVIDÊNCIA OS MELHORES PROFISSIONAIS.



CHANCELA



CERTIFICADOR



# 2019: um caminho de espiritualidade, atitude e inovação



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

Passamos o ano de 2018 falando de inovação, empreendedorismo e o papel do Administrador nesse contexto de transformação. Analisamos cenários, trouxemos novidades, diferentes perfis de negócios e comportamentos. Em todas as publicações da Revista Master, procuramos abordar temáticas distintas, informativas e que colaborassem com os profissionais e acadêmicos das áreas da Administração. E, mais uma vez, trazemos um assunto que tem sido falado com frequência nos últimos meses no Brasil – muito pelo contexto político, mas que vem atingindo diretamente também as empresas: gestão do conhecimento, dados e informação.

E aí surgem temas como as famosas "fake news", um dos maiores desafios mundiais da era digital e que é abordado na editoria "Entrevista". Quando falamos em gestão do Conhecimento, é importante destacar a troca de informações e expertises entre as pessoas. Esse é o principal objetivo do Comitê Estratégico do CRA-RS, o ombudsman da Administração, também tratado no "Conexão CRA-RS". O grupo foi lançado no mês de setembro com a meta de reunir profissionais para colaborar com a autarquia e pensar propostas que estejam de acordo com as práticas do mercado.

Já em "Especial", abordamos as fintechs, que vêm revolucionando o mercado financeiro, mesmo

que ainda em processo de consolidação, mas já em crescimento constante. E por falar nos impactos da tecnologia e do digital nas organizações, trazemos como matéria de capa a importância que dados e informações ganharam nos ambientes corporativos. Você já não teve alguma vez a sensação de que seu smartphone sabe o que você pensa ou deseja? Assustador, não é? É preciso saber usar isso a seu favor e, principalmente, das companhias.

Outro destaque está na editoria "Adm.Global", que fala sobre as chamadas "Unicórnios", startups que se destacam no mercado internacional pelo perfil inovador e pelas mudanças de conceitos. E como "Case" trazemos o trabalho do curso de Administração da Unisinos, que diante desse cenário de transformação, mudou seu jeito de enxergar as empresas júnior e aumentou o escopo de atuação das estratégias de relação entre teoria e prática.

Falando em transformação, está chegando mais uma oportunidade de mudanças, de refletir sobre o futuro, de fazer novos planos. É final de ano, hora de pensar em dias melhores, em novos sonhos, em busca de novas realizações. Chegou o momento de abandonar o negativo, estar próximo de quem se ama e no caminho da espiritualidade. Que em 2019 possamos manter acesa dentro de nós a chama da esperança, da atitude e da inovação. Boa leitura!

# 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-Presidente Administrativo)
Adm. Izabel Cristine Lopes (Vice-Presidente Financeiro)
Adm. Helenice Rodrigues Reis (Vice-Presidente de Relações Externas)
Adm. Bruno José Ely (Vice-Presidente de Fiscalização e Registro)
Adm. João Alberto Gonçalves Junior (Vice-Presidente Institucional)

COMISSÃO DE TOMADA DE CONTAS: Adm. Elivelto Nagel da Rosa Finkler; Adm. Fábio Teodoro Tolfo Ribas e Adm. Valter Luiz de Lemos. CÂMARA DE FISCALIZAÇÃO: Adm. Luiz Klippert; Adm. Elimar Kroner Teixeira e Adm. Otília da Costa e Silva Gomes. CÂMARA DE REGISTRO: Adm. Carlos Theodoro Strey; e Adm. Nadir Becker

#### **CONSELHEIROS DO CRA-RS**

#### Conselheiros Efetivos

Adm. Bruno José Ely; Adm. Claudia de Souza Pereira Abreu; Adm. Elivelto Nagel da Rosa Finkler; Adm. Fabio Teodoro Tolfo Ribas; Adm. Helenice Rodrigues Reis; Adm. Izabel Cristine Lopes; Adm. João Alberto Gonçalves Junior; Adm. Rogério de Moraes Bohn; Adm. Sérgio José Rauber e Adm. Valter Luiz de Lemos

#### **Conselheiros Suplentes**

Adm. Carlos Theodoro Strey; Adm. Elimar Kroner Teixeira; Adm. Fernando Fagundes Milagre; Adm. Luiz Klippert; Adm. Maria D'Lourdes Guimarães Rotermund; Adm. Mauro Ochman; Adm. Nadir Becker e Adm. Otília da Costa e Silva Gomes

#### Conselheiros Federais

Efetivo: Adm. Ruy Pedro Baratz Ribeiro Suplente: Adm. Cláudia de Salles Stadtlober

### Comitê Editorial

Adm. Claudia Abreu Adm. Helenice Rodrigues Reis Adm. Carlos Theodoro Strey Adm. Flávio Cardozo de Abreu

### PRODUÇÃO DE CONTEÚDO, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Usina de Notícias www.usinadenoticias.com.br Adriana Kühn - Jornalista Amanda Hamermuller - Jornalista Eduardo Dorneles - Assistente Diagramação Vanessa Brum

IMPRESSÃO Gráfica COAN www.coan.com.br TIRAGEM: 19.500 exemplares

#### FOTO DE CAPA: Fotolia

jornalismo@crars.org.br Rua Marcilio Dias, 1030 Bairro Menino Deus CEP 90.130-000 Porto Alegre - RS



/conselhoregionaldeadministracaodors www.crars.org.br



#### SECCIONAIS REGIONAIS

#### CAXIAS DO SUL

Delegado: Adm. Davi Ballerini - CRA-RS nº 12.528 Rua Ítalo Victor Bersani, 1134 - Jardim América 95050-520 - Caxias do Sul / RS Telefone: (54) 3029-6663 E-mail: caxiasdosul@crars.org.br

#### HHÍ

Delegado: Adm. Benísio Roque Rodrigues - CRA-RS nº 31.115 Rua 14 de Julho, 1220/02 - Bairro São Geraldo 98700-000 - Ijuí/RS Telefone/Fax: (55) 3333-6480

E-mail: ijui@crars.org.br

#### **NOVO HAMBURGO**

Delegado: Adm. Carlos Roberto Escher - CRA-RS nº 23.036 Rua Domingos de Almeida, 135 - Térreo 93410-100 - Novo Hamburgo/RS Telefone: (51) 3582-6444 E-mail: novohamburgo@crars.org.br

#### OSÓRIO

Delegado: Adm. Thiago Conceição Camargo - CRA-RS nº 24.489 Rua Marechal Floriano, 920 sala 109 95520-000 - Osório/RS Telefone: (51) 3601-1381

#### **PASSO FUNDO**

E-mail: osorio@crars.org.br

Delegado: Adm. Luis Carlos Bortoncello - CRA-RS nº 33.631 Rua General Neto, 443 sala 503 - Bairro Centro 99010-023 - Passo Fundo/RS Telefone: (54) 3601-5447 E-mail: passofundo@crars.org.br

#### **PELOTAS**

Delegado: Adm. Anselmo Teixeira La Rocca - CRA-RS nº 48.314 Rua XV de Novembro, 607/45 96015-000 - Pelotas/RS Telefone/Fax: (53) 3025-4362 E-mail: pelotas@crars.org.br

#### SANTA CRUZ DO SUL

Delegado: Adm. Lucas Leon Rubinger Junior - CRA-RS nº 42.648 Rua Venâncio Aires, 633 sala o2 — Bairro Centro 96810-124 - Santa Cruz do Sul/RS Telefone: (51) 3902-4183 E-mail: santacruzdosul@crars.org.br

### SANTA MARIA

Delegado: Adm. Neiva Maria Cantarelli - CRA-RS n° 2.366 Rua Cel. Niederauer, 1565 sala 06/08 97015-123 - Santa Maria/RS Telefone: (55) 3222-5815 E-mail: santamaria@crars.org.br

#### URUGUAIANA

Delegado: Adm. Dioser Ricardo San Martin Gorges- CRA-RS n° 34.162 Rua XV de Novembro, 2167 97500-510 - Uruguaiana/RS Telefone: (55) 3411-0093 E-mail: uruguaiana@crars.org.br

# SUMÁRIO#159









# 6 ENTREVISTA

"As notícias falsas produzem prejuízos nos processos de gestão e no mundo empresarial", com o Adm. João Müller, diretor comercial da Rádio Guaíba e do jornal Correio do Povo

8 CONEXÃO CRA-RS Comitê Estrátegico do CRA-RS: o *ombudsman* da Administração

IO ESPECIAL

Mercado financeiro e o salto das fintechs

I3 FISCALIZAÇÃO CRA-RS e IES: nova parceria fortalece vínculos entre o Conselho e a Academia

I4 CAPA
Dados, informação e conhecimento: o futuro de empresas e profissionais

I 8 NA UNIVERSIDADE

A importância da gestão do conhecimento no mundo corporativo, com o professor Adm. Sidinei Rocha de Oliveira e com a acadêmica Clélia Alves Goulart, ambos da UFRGS

19 opinião

Governe sua empresa!, com o Adm. Roberto Roedel

20 CÂMARAS ESPECIAIS CRA Jovem: o mercado é (cada vez mais) jovem!

22 ADM. GLOBAL Brasil, um celeiro de unicórnios?

24 case

Não apenas de uns, mas de todos: o novo jeito da Unisinos de apresentar a seus alunos os desafios do mercado

 $25~e~26~{\rm CAIXA~DE~SAÍDA}$  XVI CIDEAD: inovação, empreendedorismo e o papel do Administrador nas dinâmicas de transformação

Resultado das eleições CRA-RS 2018



Na era digital, um dos maiores desafios mundiais a ser contido é o fluxo das "fake news". No Brasil, o tema exige grande atenção, pois é o território onde há maior circulação de notícias falsas. Segundo pesquisa realizada entre junho e julho deste ano pelo Instituto Ipsos, os brasileiros lideram o ranking, com 62%, de pessoas que admitiram já ter tomado alguma notícia falsa como verdadeira, seguidos de Arábia Saudita e Coreia do Sul (58%) e peruanos e espanhóis (57%). É por isso que o jornalismo e a Administração exercem importante papel neste cenário, como destaca o Adm. João Müller, diretor comercial da Rádio Guaíba e do jornal Correio do Povo. Graduado pela PUCRS e pós-graduado pela UFRGS, Müller fala sobre a relação estabelecida entre as "fake news", a sociedade e o mercado.

"FAKE NEWS", TERMO
AMPLAMENTE USADO NO
MOMENTO, FOI NOMEADA
A "PALAVRA DO ANO" PELA
EDITORA BRITÂNICA COLLINS.
NO ÂMBITO SOCIAL, COMO
VOCÊ AVALIA O IMPACTO DA
PROLIFERAÇÃO DESENFREADA
DE BOATOS?

As "fake news" redefiniram muito a utilização da comunicação online e offline. No caso dos meios de comunicação regulares, elas reforçaram muito o conceito de informação com credibilidade. Jornais, revistas, emissoras de rádio e TV tiveram um reconhecimento ainda maior com relação à produção de conteúdos "assinados por profissionais". Com a disseminação de notícias falsas, a procura pela informação com fontes conhecidas e reconhecidas fortaleceu de forma expressiva o valor dos veículos de comunicação tradicionais. No âmbito das relações sociais, as "fake news" ainda causam estragos, pois as informações são compartilhadas e reforçadas entre pessoas com pensamentos uniformes. O ser humano é atraído naturalmente pelas informações com conteúdo duvidoso, incomum, fatos superdimensionados. Mas a onda tende a diminuir de intensidade, com as campanhas de conscientização que estão sendo veiculadas pelos meios de comunicação consagrados.

É POSSÍVEL AFIRMAR QUE A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS SETORNOU UM NICHO DE MERCADO?

A produção de "fake news" atende os interessados em produzir, rapidamente, grandes audiências no mundo online, buscando números para potencialização de campanhas publicitárias neste ambiente. Há um segundo grande interesse, que é o da disseminação das notícias falsas com objetivos eleitorais. Existe também a aplicação criminosa ou por interesses econômicos,

amplamente combatida pelas autoridades, como as delegacias ou departamentos especializados. A boa notícia é que não há como esconder-se no mundo online: os autores acabam sendo descobertos.

"'Fake news' é uma ferramenta que pode ser utilizada por quem tem interesse em desestabilizar mercados".

ADM. JOÃO MÜLLER

COMO O PROCESSO DE DISSEMINAÇÃO DE INFORMA-ÇÕES FALSAS AFETA E MOVI-MENTA O CENÁRIO ECONÔ-MICO?

Há sim a repercussão no ambiente econômico. De forma artificial, a movimentação econômica acontece. São atividades de curta duração, logo reveladas pela falta de credibilidade e qualidade na produção, mas que podem ter interferência na conjuntura econômica.

EXISTE, POR PARTE DO MERCADO FINANCEIRO, INTE-RESSE NA PROPAGAÇÃO DAS "FAKE NEWS"?

É uma ferramenta que pode ser utilizada por quem tem interesse em desestabilizar mercados, buscando lucrar com isso. Mas também tem curtíssima duração.

ESPECIALISTAS DA ÁREA
JURÍDICA JÁ APONTAM QUE
O TEMA EXIGIRÁ CADA VEZ
MAIS UMA ATUALIZAÇÃO DA
LEGISLAÇÃO BRASILEIRA. NO
CAMPO DA ÉTICA, COMO A
CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO
PODE CONTRIBUIR COM ESSE
DEBATE?

A Administração tem um importante papel na consolidação das boas práticas de gestão. Passa pelos Administradores o combate às atividades ilícitas e a falta de ética nas relações profissionais. As notícias falsas também produzem prejuízos nos processos de gestão e no mundo empresarial.

NO ÂMBITO EMPRESARIAL, QUAIS CUIDADOS SÃO NECES-SÁRIOS PARA PLANEJAR ESTRATÉGIAS E NÃO SER PREJUDICADO COM A ONDA DE "FAKE NEWS"?

Em todos os casos, a busca pelas boas fontes é crucial para evitarmos prejuízos. Há ferramentas tecnológicas que viabilizam o processo de conferência de notícias falsas. A onda tende a diminuir com o avanço das ferramentas de busca por fontes e pela utilização dos meios tradicionais que produzem informação de maneira responsável e profissional.



Primeira reunião do Comitê Estratégico do CRA-RS aconteceu em setembro

# COMITÊ ESTRATÉGICO DO CRA-RS: O OMBUDSMAN DA ADMINISTRAÇÃO

Iniciativa reúne Administradores que alcançaram sucesso em suas iniciativas profissionais para colaborar com a autarquia e pensar proposições que estejam em sintonia com o mercado contemporâneo.

A função do *ombudsman* em uma instituição é a de estabelecer um canal de comunicação entre consumidores, colaboradores e gestores. É o responsável por olhar de fora uma situação e propor soluções que, muitas vezes,

escapam aos olhos de quem é parte do processo cotidiano. Desde setembro, o CRA-RS conta com uma equipe equivalente à função. O Comitê Estratégico do CRA-RS reúne oito Administradores de fora do Conselho com o objetivo de apoiar, acompanhar e avaliar

periodicamente o desempenho da autarquia.

A intenção é com isso que as visões, experiências e conhecimentos dos integrantes possam ajudar no processo de evolução diária da entidade. Segundo a presidente do CRA-RS, a

Adm. Claudia Abreu, o grupo é um agente da mudança que o mercado impõe, assim como destaca a importância do fazer diferente e de inovar dentro da autarquia. "A ideia é trazer visões do mercado para que o CRA-RS seja visto com um novo olhar pela sociedade e

"Todas as profissões passam por um momento de reflexão. Precisamos ser realistas, se não mudarmos, fazermos diferente, a nossa vai acabar".

ADM CARLOS STREY

pelos profissionais como um todo", explica.

Para o conselheiro do CRA-RS, Adm. Carlos Strey, a ação visa uma oxigenação do Conselho. "Todas as profissões passam por um momento de reflexão. Precisamos ser realistas, se não mudarmos, fazermos diferente, a nossa vai acabar", pondera. O processo de

estabelecimento deste método ainda está no início. Contudo, já é possível ver as possibilidades que se apresentam. "Ainda estamos na fase de *brainstorm*. Porém, esse momento já acena para propostas interessantes. Afinal, perspectivas arejadas sempre são enriquecedoras", conclui.

# CONHEÇA OS ADMINISTRADORES QUE COMPÕEM O COMITÊ ESTRATÉGICO DO CRA-RS:

- Adm. Cassio Mattos: vice-presidente de Relações Institucionais da ABRH Brasil e diretor da CMC, empresa na Área de Recursos Humanos;
- Adm. João Muller: diretor comercial da rádio Guaíba e do jornal Correio do Povo;
- Adm. Margareth Drebes: sócia-fundadora das Lojas Lebes;
- Adm. Juliana Furstenau: diretora da Kia Sun Motors;
- Adm. Arcione Piva: diretor administrativo da Elevato Materiais de Construção e vicepresidente do Sindilojas Porto Alegre;

- Adm. Roberto Roedel: sócio proprietário da Plastécnica e coordenador do Centro Sinplast de Inovação e Governança (CSIG), junto ao Sindicato das Indústrias de Material Plástico no Estado do RS (Sinplast-RS);
- Adm. Ronaldo Sielichow: sócio proprietário da Ferragem Porão, presidente da Central Sicredi Sul e vice-presidente de Relações Políticas e Institucionais do Sindilojas Porto Alegre;
- Adm. Soraia Schutell: pesquisadora, educadora, consultora e empreendedora. CEO da Sonata Brasil e apresentadora do Quadro de Carreira do Superpoderosas da Band.



Os encontros do Comitê são mensais e debatem temas diversos em diferentes áreas, como marketing, finanças e tecnologia, entre outras



Tudo na palma da mão. Essa é a nova lógica que se impõe com os avanços tecnológicos que permitem que o mundo esteja ao alcance de todos através de um smartphone. Melhor ainda se isso apresentar alternativas de pagamento, gestão financeira e oportunidades de investimento. Este é o papel que as fintechs empresas que oferecem serviços financeiros através das facilidades proporcionadas pela tecnologia e pela internet - se propõem a realizar. A mudança protagonizada por estas organizações está no início, mas já produz efeitos no mercado. Conheça agora um pouco mais sobre o tema que se apresenta como uma das principais tendências tecnológicas.

verão está aí e o calor de Porto Alegre começa a se tornar quase insuportável. Para aliviar a temperatura que escalda, a visita à uma sorveteria no bairro Menino Deus ajuda. No local, o que mais chama a atenção não é o cardápio e suas irresistíveis alternativas. O grande destaque daquele cenário está na fila do caixa. A pessoa que realiza o pagamento não usa dinheiro, tampouco cartão. Usa o relógio. A tecnologia conhecida como NFC (Near-Field Communication) permite a troca de informações sem fio e de forma segura entre dispositivos compatíveis que estejam próximos um do outro.

Ainda em processo de consolidação no mercado, mas em crescimento constante, o recurso está dentro do espectro do que é conhecido como fintech. O termo faz sentido na língua inglesa a união das palavras financial (finanças) e technology (tecnologia) - mas não é tão difícil de ser compreendido. Afinal, gerenciamento de contas correntes, empréstimos, serviços de cartão de crédito, investimentos, entre outros, já são oferecidos ao mercado de forma convencional. Contudo, as fintechs têm a tecnologia como mecanismo principal para suas transações.

Segundo Leandro Pontermaier, líder de Capacitação e Desenvolvimento de Startups do Parque Científico e Tecnológico da PUCRS, o mundo está em um movimento de mudança contínuo e as fintechs buscam uma transformação no modelo de negócio existente. "O uso da tecnologia para transações financeiras é o grande diferencial desta dinâmica. Não se precisa mais dos processos formais e convencionais, quer seja para uma análise de perfil de investimento ou pagamento. É possível fazer tudo com a internet", explica Pontermaier.

"O uso da tecnologia para transações financeiras é o grande diferencial desta dinâmica. Não se precisa mais dos processos formais e convencionais, quer seja para uma análise de investimento ou pagamento. É possível fazer tudo com a internet."

LEANDRO PONTERMAIER, LÍDER DE CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE STARTUPS DO PARQUE CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO DA PUCRS

O número de serviços oferecidos são amplos e diversos você pode conferir melhor estas opções na próxima página. O público consumidor pode ser tanto de usuários domésticos

quanto de empresas. Ainda que não tão diferentes de instituições tradicionais, o grande destaque é a experiência que o usuário tem com a plataforma. Como citado no exemplo da sorveteria que abriu esse conteúdo, a sensação de bem estar de não andar com dinheiro ou cartões pode ser libertadora.

# AS PRINCIPAIS MUDANÇAS DOS **NOVOS MODELOS**

Lidar com a realidade do Cupom Fiscal Eletrônico (CF-e) em suas diferentes implementacões - Nota Fiscal do Consumidor Eletrônica (NFC-e) e SAT Fiscal – é um grande desafio. A oferta de ter este serviço realizado de forma integral através da internet pela tecnologia de nuvem é o mote da atuação da Nubo Solutions, fintech sediada no Tecnopuc, em Porto Alegre.

Estruturada no modelo de startup, segundo Miguel Xavier, Diretor de Tecnologia da Nubo, a empresa elegeu esse serviço diante de uma demanda que surgiu pela tecnologia e já vem mostrando uma curva de ascensão. "Por ser uma resolução governamental, esta é uma adequação que as empresas precisarão passar. A adesão de empreendimentos tradicionais já acontece, como as Lojas Americanas e a rede de restaurantes Outback Steakhouse, que são parte do nosso portfólio. O caminho para adoção deste serviço é sem volta. Cada vez mais as empresas precisarão abraçar estes novos modelos", explica Xavier.

A perspectiva é reforçada por Pontermaier, que chama a atenção para a retirada de intermediários do processo de aquisição e manutenção do serviço. "Tudo está disponível na interface da plataforma dentro de um smartphone. Além disso, outra grande vantagem é a redução dos custos em taxas, já que as fintechs não repassam ao consumidor os custos de operação que geralmente empresas convencionais possuem", pontua.

O público-alvo das fintechs são pessoas que já estão inseridas na cultura digital. Tanto é que o segmento etário que mais consome produtos e serviços no modelo de negócios está entre 18 e 34 anos. Contudo, Pontermaier explica que o crescimento da popularidade destes serviços fará com que a questão da segurança de dados seja um tema central no debate público. "O consumidor terá que se conscientizar do que está validando quando concorda com um serviço na internet. E nas empresas será preciso incorporar esse perfil de segurança e constante avaliação", conclui o gestor.

# **VEJA OS PRINCIPAIS** TIPOS DE FINTECHS



As fintechs de pagamentos são as mais populares em número no Brasil. Responsáveis pelo processo de compra e venda, há empresas que oferecem máquinas de cartão sem cobrar a taxa de aluquel, enquanto outras oferecem cartões de crédito, débito e pré-pago.



Plataformas que reúnem serviços para simplificar suas contas, as fintechs de gestão financeira oferecem desde controle de despesas e gestão de orçamento pessoal até modos de como ser eficiente no uso do cartão de crédito. Para organizações empresariais, disponibilizam ferramentas para controle fiscal, folha de pagamento, faturamento e contabilidade.



Voltada à segurança, as fintechs de eficiência financeira confirmam a identidade de usuários,

protegem transações financeiras e previnem fraudes. O objetivo principal é atender a demanda de empresas do mercado financeiro.



Empréstimo e negociação de dívidas: através de sites e aplicativos, estas fintechs aproximam quem precisa e quem empresta dinheiro. As plataformas de microfinanciamento e os serviços de renegociação de dívidas variam. Como fintechs de crédito não têm autorização do Banco Central para fazer empréstimos, essas empresas estão sempre associadas a um banco ou financeira.



Facilidade e assertividade. É isso que as fintechs de investimento têm como mote. Através de algoritmos, elas fazem as melhores escolhas e apresentam ao usuário as alternativas de investimento mais viáveis e com maior rendimento.

Fonte: Estadão

# CRA-RS e IES: nova parceria fortalece vínculos entre o Conselho e a Academia

A preocupação com o futuro dos profissionais das áreas da Administração, sejam eles Bacharéis ou Tecnólogos, foi pauta no mês de outubro do VIII Fórum de Coordenadores. O encontro, realizado na FADERGS, em Porto Alegre, teve como tema central "Evasão e redução de matrícula: os desafios na área de Administração". Na oportunidade, o Adm. Sidinei Rocha de Oliveira, professor associado no curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), apresentou dados do Censo da Educação Superior INEP/MEC referentes aos cursos de graduação em Administração presenciais e EADs, assim como tecnólogos. A partir dos números de matrículas, ingressantes, concluintes e taxa de desistência, Oliveira comparou os índices com outros cursos que enfrentam cenário semelhante. Uma das conclusões foi a de que na Administração uma parcela dos ingressos se dá por alunos que veem o curso como uma possibilidade de acesso ao ensino superior e obtenção do diploma, e não para serem de fato Administradores.

Diante desse cenário, o CRA-RS lançou um projeto de for-

talecimento das parcerias entre a autarquia e as Instituições de Ensino Superior (IES) no Rio Grande do Sul. A meta é estreitar ainda mais o vínculo do Conselho com os cursos e apresentar a relevância e as vantagens em fazer parte do CRA-RS para profissionais e, inclusive, acadêmicos. O vice-presidente de Fiscalização e Registro do CRA-RS, Adm. Bruno José Ely, destaca a importância deste projeto a médio e longo prazo e retoma o tema apresentado no Fórum. "Um dos dados que o Censo da Educação Superior INEP/MEC nos apresentou é que a evasão, tanto na modalidade presencial quanto EAD, se dá devido às dificuldades pessoais dos acadêmicos em acompanhar as disciplinas, o cenário econômico e a frustração com o curso. Precisamos estar próximos destes alunos e assim apresentar as potencialidades do mercado de trabalho que se reinventa a cada dia", explica, destacando o papel do Conselho no monitoramento da conduta ética de profissionais das áreas da Administração e Tecnólogos bem como de empresas junto ao mercado. A primeira instituição parceira do projeto é a Faculdade Menino Deus (FAMED).

# NÚMEROS DA FISCALIZAÇÃO janeiro a outubro de 2018\*

AUTO DE INFRAÇÃO	GERAL 284
FICHA DE VISITA	GERAL 231
REGISTRO DE COMPROVAÇÃO DE APTIDÃO (RCA)	GERAL 554
PROCESSOS DE EDITAIS E LICITAÇÕES	GERAL 10
INTIMAÇÃO	438
NOTIFICAÇÃO DE DÉBITO	GERAL <b>262</b>
OFÍCIOS	<b>762</b>
PROCESSOS NOVOS	GERAL 396
INFORMAÇÃO TÉCNICA	559
Total Geral:	3.496

# RELATÓRIO DE REGISTROS

ADMINISTRADORES	842
TECNÓLOGOS	173
OUTRAS ÁREAS	04
TÉCNICOS EM ADM.	12
CURSOS SEQUENCIAIS	05
MESTRES	04
DOUTORES	01
PESSOA JURÍDICA	72

Total de Registros:

1.113

# Dados, informação e conhecimento: o futuro de empresas e profissionais

O que você pode vestir, usar ou comer ou para onde você pode viajar. Os algoritmos muitas vezes nos conhecem melhor do que nós mesmos. As pegadas digitais que deixamos em cada acesso, reação e comentário em sites e redes sociais desenham nosso perfil. As informações que colocamos na internet são ferramentas para empresas traçarem planos de atuação e pensarem melhor nos seus serviços e produtos. Contudo, essa tendência também pode ajudar profissionais a se colocarem no mercado e resistirem às profundas transformações que o trabalho passará nos próximos anos.

O uso contínuo das ferradisponibilizadas mentas pela internet proporciona algumas experiências curiosas. Uma delas atinge a todos, em maior ou menor grau: a sensação de que o computador ou o smartphone sabe exatamente o que você pensa ou deseja. A situação virou uma rotina. Uma interação simples em uma rede social qualquer é interrompida por um assertivo anúncio de um produto ou serviço que corresponde exatamente ao que mais seduz o usuário. Esse "canto da sereia" é fruto do uso de algoritmos por empresas a partir da explosão de dados que os próprios usuários despejam na internet.

Essas novas lógicas já alteraram a forma de capitalizar a presença de empresas no ambiente digital. O que não faltam são meios de utilização informações dispostas. Exemplos de uso de algoritmos é o serviço de streaming Netflix e suas opções de filmes e séries, assim como o site de compras Amazon, com suas indicações de obras e autores. Tudo isso sempre a partir dos dados que o consumidor entrega espontaneamente quando faz escolhas de consumo em uma das plataformas.

Segundo o Adm. Carlos Theodoro Strey, Mestre em Desenvolvimento Regional, o volume de informações e processos que as empresas são obrigadas a lidar crescem periodicamente cada vez mais. "A necessidade de adequação no referente ao conhecimento do negócio, do mercado, da P&D (pesquisa e desenvolvimento) e das inevitáveis questões legais devido às movimentações comercial, fiscal e financeira é fundamental para

Para Ricardo Cappra, cientista de dados e cientista-chefe da Cappra Data Science, os executivos precisam se concentrar na performance para ajustar as operações dos negócios e definir os próximos passos a partir dos novos recursos.

a sobrevivência e crescimento de qualquer empresa", pondera o Adm. Strey.

Para Ricardo Cappra, cientista de dados e cientista-chefe da Cappra Data Science, os executivos precisam se concentrar na performance para ajustar as operações dos negócios e definir os próximos passos a partir dos novos recursos. "Hoje existem mais fontes de dados, o que permite análises muito mais sofisticadas sobre a performance do negócio, a relação com a audiência ou o comportamento das pessoas em relação ao setor", destaca o cientista.

Alguns elementos, segundo Cappra, são fundamentais na compreensão desta tendência. Ao começar pela exatidão dos dados, o que permite decisões mais racionais e menos emocio-

nais. Assim como as ferramentas, como softwares de análise, estão cada vez mais baratas e simples de se usar. "O empoderamento das pessoas através da informação tratada e organizada faz com que as análises sejam mais coerentes para o negócio. A velocidade de acesso à informação acelera o processo de tomada de decisão e viabiliza novos e melhores resultados", afirma.

A ascensão dos algoritmos no nosso cotidiano é um caminho sem volta. Em artigo publicado em seu próprio site, a Gartner Group, empresa que atua no ramo de pesquisas, consultorias, eventos e prospecções acerca do mercado de Tecnologia da Informação (TI), já fala sobre o conceito "algorithm economy" e suas potencialidades. Para a empresa, a predominância de algoritmos só aumentará na era digital, especialmente com o crescimento da Internet das Coisas. O conceito se refere à conexão de diversos objetos com a internet, além daqueles com que já estamos acostumados, como smartphones, tablets e computadores. O controle a distância de uma lâmpada, ar-condicionado ou fogão estariam à disposição em qualquer dispositivo conectado com a rede.

# NOVAS DEMANDAS, NOVOS EMPREGOS

O novo paradigma estabelecido crescerá no mercado mundial. Muitos fornecedores analíticos abriram a venda de algoritmos ou de trechos de código para avaliação de demandas e características específicas de um determinado público. A Gartner Group tem o ano de 2020 como o limiar das transformações mais profundas. Isso coincide com o Relatório 2018 Future of Jobs, apresentado pelo Fórum Econômico Mundial de 2018. Na pesquisa, 313 grandes empresas foram consultadas e 85% delas afirma que pretende ampliar o uso de big data analytics até o ano de 2022.

A pesquisa também aponta que o universo de características e potencialidades que compõe as dinâmicas contemporâneas da tecnologia são prioridade para estas empresas. Para elas, quatro elementos serão fundamentais para o crescimento dos negócios daqui para frente: a onipresença da internet de alta velocidade; a inteligência artificial (IA); as possibilidades que a tecnologia de nuvem proporciona; e, principalmente, a gigantesca disponibilidade de big data e a adoção desenfreada de analytics.

O Relatório 2018 Future of Jobs também apresenta um prognóstico senão preocupante, ao menos desafiador. A expecta-

A expectativa até 2022 é que 75 milhões postos de trabalho sejam substituídos por sistemas autônomos. Isso se dará porque a média de horas trabalhadas por seres humanos será 58% e 42% por máquinas.

tiva é de que 75 milhões de postos de trabalho sejam substituídos por sistemas autônomos. Isso se dá porque a média de horas trabalhadas por seres humanos é de 71%, enquanto 29% são realizadas por máquinas. O que

se estima para 2022 é que esse placar tenha uma significativa transformação: 58% de horas trabalhadas por pessoas e 42% por máquinas.

Ainda que isso cause algum desconforto, o relatório também prevê a criação de 133 milhões de novos postos de trabalho. A maior parte deles ligados à nova dinâmica entre humanos, máquinas e algoritmos. Tanto é que na lista de 20 funções que tendem a crescer de demanda a liderança fica por conta dos analistas e cientistas de dados. Assim como especialistas em IA e machine learning aparecem na segunda posição do ranking de novas oportunidades (confira o gráfico com o Top 5 de funções que crescerão e que diminuirão até 2022). A nova estrutura profissional exigirá a requalificação geral e uma grande melhoria da força de trabalho. Até o final deste ciclo, a previsão é que mais da metade dos funcionários precisem de treinamento ou aquisição de novas habilidades para se adaptarem a este mercado de trabalho.

# TOP 5 DE FUNÇÕES QUE CRESCERÃO ATÉ 2022:

- 1 Analista e especialista em dados;
- 2 Especialista em IA e machine learning;
- ∃ Gestor de operações;
- 4 Designer de software;
- 5 Profissional de vendas e marketing.

# TOP 5 DE FUNÇÕES QUE DIMINUIRÃO ATÉ 2022:

- 1 Responsável pela atualização de bases de dados;
- Contadores;
- 3 · Secretária administrativa e executiva;
- 4 · Operário;
- 5 Responsável pelo atendimento ao público.

# AS NECESSIDADES DE UMA NOVA REALIDADE

O relatório Future of Jobs também apresentou dez competências que serão imprescindíveis para o futuro. A resolução de problemas complexos e o pensamento crítico lideram a lista – que você pode conferir completa no gráfico ao lado. Eles dialogam com a questão: como me posicionar em um mundo conectado onde cada escolha que faço é um número a ser calculado por empresas que querem me vender algo? Mais do que isso, em um universo onde os algoritmos capturam pegadas digitais e formam perfis com base no que está na rede, como estar à altura do que futuros empregadores podem desejar?

A utilização de inteligência para a seleção de profissionais por parte das empresas é uma tendência que também apresenta uma curva crescente. Cresce cada vez mais no Brasil o número de startups voltadas ao atendimento desta demanda. Tanto é que até um nome o setor de atuação já recebeu: as HR Techs. Já nos Estados Unidos, o setor de recrutamento e seleção ocupa uma faixa bilionária de negócios. Segundo a empresa de pesquisa CB Insights, apenas em

2016, empresas da área atraíram investimento de 2,2 bilhões de dólares.

Segundo Alan Todd, CEO da CorpU, uma plataforma tecnológica para o desenvolvimento de liderança, em uma entrevista à Bloomberg, no mundo cada vez mais à procura de pluralidade e inclusão, os algoritmos podem tornar o processo de avaliação e seleção mais objetivo e menos sujeito às subjetividades do recrutador. Contudo, estes dispositivos que prometem facilitar o processo de seleção também podem dificultar outras situações.

Para Solon Borocas, professor assistente do departamento de ciência da informação da Universidade de Cornell, que estuda a equidade no aprendizado de máquina – em entrevista também à Bloomberg -, não devemos superestimar a neutralidade da tecnologia. A utilização do aprendizado de máquina em contratações, como acontece em tecnologias de reconhecimento facial, pode resultar em uma discriminação não intencional. Os algoritmos carregam os preconceitos implícitos das pessoas que o programaram. Ou podem mostrar tendência a favorecer certas qualidades, habilidades e opiniões. Por isso a importância de se estar atento ao que se curte, comenta e publica

em redes sociais.

A melhor forma de lidar com isso não seria a restrição. Segundo Cappra, a alternativa ideal deve ser a criação de uma cultura de negócios orientada a dados. Para ele, a democratização dos dados é a primeira colocada em uma lista de medidas para a conscientização de empresas e profissionais da importância desta nova realidade. Assim também como o aprendizado e a compreensão dos princípios analíticos por parte de todas as pessoas que querem estar inseridas neste novo mercado embasado em conhecimento e informação.

# LO COMPETÊNCIAS IMPRESCINDÍVEIS EM 2020:

- l Resolução de problemas complexos;
- ∃ Criatividade;
- 4 Gestão de pessoas;
- 5 Coordenar-se com outros;
- Inteligência emocional;
- 7 · Tomada de decisão e discernimento;
- Orientação para o serviço;
- ¬ Negociação;
- I □ Flexibilidade cognitiva.

Este é o espaço que docentes e acadêmicos têm para abordar temas atuais que abrangem a Administração. Nessa edição, conversamos com o professor Adm. Sidinei Rocha de Oliveira, do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e com a aluna do 10º semestre de Administração da UFRGS Clélia Alves Goulart.

# ADM. SIDINEI ROCHADE OLIVEIRA

Professor associado no curso de Administração da UFRGS CRA-RS nº 027159 rocha.oliveira@ufrgs.br



"A gestão do conhecimento é essencial para que a organização possa ter maior controle sobre os seus processos e sobre aquilo que é da expertise do negócio". A fala do professor do curso de Administração da UFRGS Sidinei Rocha de Oliveira remete à concentração e à falta de circulação da informação dentro das empresas. Para ele, é importante que o coletivo tenha conhecimento sobre os processos envolvidos no empreendimento, para que as informações circulem de forma eficiente. Segundo o Adm. Oliveira, os sistemas tecnológicos podem contribuir na organização, mas podem ser uma armadilha quando não há um amplo preparo

para lidar com tais processos, mantendo apenas um grupo restrito com o domínio dos sistemas. Na universidade, ele destaca que há uma grande contribuição com o surgimento de iniciativas que exploram novas formas e práticas de trabalhar o conhecimento e a gestão deste, entretanto reforça o alerta: "de nada adianta o aprimoramento digital se não houver um compromisso com o compartilhamento de conhecimento e a gestão da informação". Para ele, no momento atual, o grande desafio para transformar informações em conhecimento é o excessivo volume de conteúdo disponível, uma vez que nem tudo pode ser aproveitado ou até analisado.

Informação é poder. Quando transformado em conhecimento, mais ainda. Gerir este conhecimento é um pró para se ter destaque no mundo corporativo. Entretanto, quando ambos não estão acessíveis e praticáveis, perdem sua força. Neste sentido, a gestão vem justamente para capturar, distribuir e usar esse conhecimento de forma efetiva. É válido ressaltar que, dentro desse processo, independentemente do ramo em que a empresa atue, as pessoas são determinantes, pois o trabalho nada mais é que a materialização de tudo que elas criam, produzem e transformam. Portanto, é indispensável que se tenha uma atenção especial para quais informações circulam no espaço organizacional e que tipo de conhecimento é desenvolvido a partir disso.

# CLÉLIA ALVES GOULART

Estudante do 10º semestre da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) clelia.goulart85@gmail.com



Destacando a importância de gerir o conhecimento, a acadêmica da Escola de Administração da UFRGS, Clélia Alves Goulart, salienta uma expressão que vem sendo muito destacada: as 'fake news'. Para ela, é preciso ter atenção nas informações que estão disponíveis e se são verídicas. "Essa é uma exigência muito forte na UFRGS, em qualquer tipo de pesquisa, e os professores estão atentos a isso". Assim como o Adm. Oliveira, Clélia ressalta que os sistemas vêm muito a auxiliar no controle e na percepção

de mercado, mas que é preciso saber fazer a leitura das informações emitidas. "Os sistemas gerenciais vão apresentar dados, mas ainda é papel do Administrador interpretar esses dados e transformá-los em informações relevantes". No âmbito da formação profissional, Clélia afirma que o estudante de Administração está sendo cada vez mais preparado para ser um gestor diferenciado, não só no sentido de perceber a empresa, mas também de ter atenção com as pessoas.

# Governe sua empresa!

Adm. Roberto Roedel

Diferentemente do nosso governo que só desgoverna os ricos recursos do nosso país, faça diferente. Governe sua empresa! Trata-se da adoção de boas práticas de governança corporativa, assunto um tanto quanto recente no Brasil. Entretanto pesquisas comprovam que as empresas que as adotam, possuem desempenho superior àquelas

Talvez pelo seu nome pomposo – Governança Corporativa - muitos gestores não se aprofundam em buscar essa preciosa ferramenta ou até mesmo se assustam quando é apresentada. Desconhecem o tema em sua essência e pecam por não aproveitarem seus benefícios. A Governança tem por finalidade aumentar o valor da empresa e profissionalizála com o intuito de facilitar seu acesso ao mercado financeiro e de capitais. Afinal, quem investiria em uma empresa sem Governança? Quem investiria em uma empresa que não possua transparência em seus atos de gestão e resultados financeiros?

Independente do porte da empresa, qualquer uma pode adotá-la em sua gestão diária. Seja um comércio, uma indústria ou até mesmo uma instituição sem fins lucrativos. Recentemente, o próprio CRA-RS instituiu um conselho independente para a área da estratégia, onde pessoas de fora (do mercado) auxiliam e aconselham a entidade. Mais um exemplo de boa prática em governança e justamente na instituição que cuida da nossa profissão. Pilares como transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa perfazem a sua concepção. Práticas como regulamento interno, código de conduta, acordo societário, regras claras para membros da família que participam ou não da gestão, separação de gastos da empresa e da família, conselheiros independentes, profissionalização do negócio, transparência com o mercado e acionistas, adoção de um "family office", criação de uma holding patrimonial para resquardar bens imóveis da família, adoção de política clara quanto a distribuição dos lucros e por aí afora. Precisa mais? Sim, tem muitas.

Em um mercado em que negócios familiares quase que dominam em número de empresas, é um assunto para pensar e praticar. De acordo com um estudo recente (PwC), por volta de 54% das empresas familiares não possuem um plano de sucessão e apenas 12% chegam a terceira geração. Preocupante, não? As empresas familiares precisam se livrar da "síndrome do sucesso" – fechadas às mudanças, elas podem sofrer com a complacência, a arrogância e um foco interno excessivo. Por menos desgoverno em nossas empresas, pois já nos basta aturar o descalabro do nosso governo brasileiro.



# Adm. Roberto Roedel (CRA-RS nº 37.787)

Administrador e acionista em indústria familiar. Bacharel em Administração pela PUC/RS. Possui MBA em Gestão Estratégica de Negócios e Pós-MBA em Governança Corporativa e Gestão de Riscos. Coordena o Comitê de Inovação e Governança junto ao SINPLAST/RS. É membro do Conselho Estratégico independente do CRA-RS.



# O MERCADO É (CADA VEZ MAIS)

JOVEM!



Fotos: Adriana Kühn – Usina de Notícia

Palestras nas universidades sobre a relevância do Conselho Profissional são concedidas frequentemente pela Câmara

A Administração é uma das carreiras mais tradicionais e abrangentes por estar presente em diversos setores da sociedade, além disso, é o curso que mais forma profissionais no Brasil. Os desafios dos jovens Administradores não são poucos diante de novas tecnologias e novas demandas que o mercado exige e, por isso, foi criada a Câmara de Jovens Administradores do CRA-RS, a fim de aproximar o Conselho dos estudantes e recém-formados.

número de universitários cresceu muito nos últimos 15 anos, mas um conjunto formado por dez carreiras conquista a maior parte de todos os estudantes brasileiros. Segundo o Censo da Educação Superior divulgado em junho de 2017, com 1.319.804 bacharéis formados por ano, a Administração é o principal deles. Para se tornar

bacharel é preciso passar por um processo de aprendizagem durante um longo período, assim como qualquer outra profissão. Porém, o mercado muda o tempo todo em função dos avanços tecnológicos, mudanças no perfil das empresas e do trabalhador, da internet e da globalização. "Os jovens Administradores precisam estar atentos às novas exigências de mercado e

saber lidar com as diferenças de gerações, assim como planejar a sua carreira e conhecer a empresa no qual quer se inserir", aponta a Adm. Jaqueline Trimpler, coordenadora da Câmara de Jovens Administradores do CRA-RS, o CRA Jovem. Para ela, a realidade contemporânea é muito mais dinâmica do que no passado e isso exige um contínuo processo de pesquisa, estudo e aprendizagem depois da graduação.

E é nesse contexto, de transformações, que está inserido o jovem Administrador. Para se aproximar desse ambiente, o Conselho Regional de Administração do RS instituiu, em agosto de 2011, o CRA Jovem, que tem como missão "aproximar o Conselho dos jovens estudantes e recém-formados em Administração em busca de troca de conhecimento, experiência, aprimoramento profissional e valorização da profissão junto à sociedade". A Adm. Jaqueline explica que a câmara é composta por jovens da área que se dedicam

"Os jovens Administradores precisam estar atentos às novas exigências de mercado e saber lidar com as diferenças de gerações, assim como planejar a sua carreira e conhecer a empresa no qual quer se inserir."

ADM. JAQUELINE TRIMPLER. COORDENADORA DA CÂMARA DE JOVENS ADMINISTRADORES (CRA JOVEM)

à difusão dos valores profissionais e da importância do Conselho entre estudantes e profissionais recém-graduados. "Em por exemplo, participamos de diversas atividades junto a grupos de jovens lideranças, além de encontros que disseminaram conhecimento",

diz, destacando o evento Troca de Cartões, que tem como objetivo a geração de negócios entre os participantes, além do networking para os futuros negócios. "A Câmara de Jovem Administradores oferece o espaço para o acadêmico e o graduado experimentarem algumas das práticas que serão enfrentadas no seu cotidiano. Podemos contribuir para o rumo de nossa profissão junto ao Conselho. Temos orgulho de estarmos conectados às instituições e mobilizarmos diversos estudantes a acreditarem em seus sonhos", ressalta.

Durante o ano de 2018, inúmeras ações foram realizadas. Uma das novidades foi a Roda de Conversa, realizada em parceria com a psicóloga e coach Nathassia Poliseni. Os participantes tiveram uma experiência diferente e a partir da interação aprenderam mais sobre si mesmo e sua maneira de liderar. O espaço foi um ambiente de troca e auxílio mútuo para encarar com mais equilíbrio os desafios da rotina do Administrador e líder. "Entregamos com muito orgulho o Prêmio Mérito Acadêmico, reconhecendo o futuro profissional. Fazemos tudo isso com muito amor pela nossa profissão e para estar mais próximos dos alunos dos cursos de Administração", explica.



Equipe do CRA Jovem que tem como missão aproximar a autarquia dos graduandos e recém-formados em áreas da Administração





Dialeto empresarial refere-se às startups avaliadas por investidores em US\$ 1 bilhão ou mais. Empresas que têm como base a tecnologia destacam-se no mercado internacional pelo perfil inovador e pelas mudanças de conceitos.

mundo corporativo tem sofrido mudanças significativas nos últimos anos. Com isso, novas formas de concorrência entre as empresas acabaram surgindo. Conforme o crescimento, muitas acabam atraindo olhares estrangeiros e abrindo uma gama de novas oportunidades com a conquista de novas frentes de atuação. Nesse cenário, startups têm se destacado nos mercados internacionais, ganhando representatividade global e novas fontes de

faturamento.

Um dessas sequimento startups são as chamadas "Unicórnios", empresas de tecnologia cuja avaliação de preço no mercado supera US\$ 1 bilhão antes de abrir seu capital em bolsas de valores. São pequenos negócios com serviços inovadores para o mercado e para a sociedade. "Alinhadas com a tecnologia, elas oferecem uma mudança de conceito, tanto no serviço oferecido quanto na forma de trabalho – não precisam reunir uma grande equipe e nem

atender às exigências antigas de grandes empresas", diz o Adm. Walter Meucci Nique, professor titular do Departamento de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e coordenador do Programa de Pós-Graduação da UFRGS.

O termo também pode se referir a pequenos empreendimentos que estão no período inicial de desenvolvimento em condições de alto risco e incerteza. Levam este nome pois são propostas tão raras que passaram a ser comparadas com o ser mito-

lógico. Quem apresentou o termo desta forma foi Aileen Lee, fundadora da Cowboy Ventures. Atualmente, no exterior, as empresas que se incluem na definição já não são tão raras quanto o nome sugere, porém, no Brasil, o termo ainda é bem aplicado.

Apenas em janeiro de 2018, a 99 tornou-se a primeira empresa unicórnio brasileira, após a venda para a gigante chinesa Didi Chuxing por supostos 960 milhões de dólares.

Fundado em 2012 e presente em cerca de 400 cidades brasileiras, o aplicativo conecta passageiros a motoristas de táxi ou "particulares" – como a Uber. Já a chinesa Didi atua com tipos diferentes de transporte: táxis, particulares e ônibus compartilhados, bem como com aluquel de carros, test drive e transporte corporativo.

Entretanto, em seguida, a Nubank se tornou a segunda startup do Brasil a virar um unicórnio, quando recebeu um investimento de US\$ 150 milhões e alcançou o valuation superior à marca de US\$ 1 bilhão. O PagSeguro também é listado como o 2º unicórnio do Brasil, depois de uma abertura de capital nos EUA, porém a empresa era de propriedade do UOL, o que tira o critério de startup independente.

## **MERCADO INTERNACIONAL** E AS STARTUPS BRASILEIRAS

Em 2017, o número de empresas brasileiras negociando com mercados internacionais saltou para 25,4 mil, um crescimento de 60% em comparação aos dados de 20 anos atrás, segundo levantamento da Rede de Centros Internacionais de Negócios (Rede CIN), coordenada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). Estima-se que, atualmente, existam em torno de 62 mil empreendedores e 6 mil startups no Brasil.

De acordo com o Adm. Walter Meucci Nique, cerca de 80% das startups são Think Global, ou seja, já nascem determinadas a atender o mercado externo. Quando se tratam de negócios digitais, como é a

"Alinhadas com a tecnologia, as startups oferecem uma mudança de conceito, tanto no serviço oferecido quanto na forma de trabalho".

ADM. WALTER MEUCCI NIQUE, PROFESSOR TITULAR DO DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRGS

proposta das startups, não é benéfico para o empreendimento que este se desenvolva apenas para um público ou apenas no mercado nacional. Pelo caráter inovador e moderno, elas por si só são orientadas pela globalização. Diferentemente das antigas grandes empresas, que cresciam no Brasil para só depois ir para o exterior, as startups fazem o caminho inverso: buscam de forma igual oportunidades tanto no país quanto lá

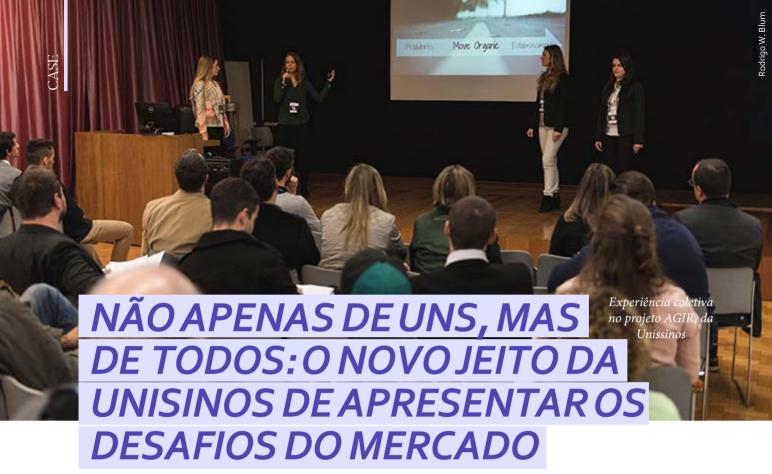
A diminuição dos custos e o acesso aos bens que foram facilitados ao longo do tempo são um fator pró quando se fala nessas empresas. Para o Adm. Nique, isso permite que "essas empresas desenvolvam produtos e serviços fantásticos em um cenário global, sem precisar ser uma multinacional".

### AS EMPRESAS UNICÓRNIO **TENDEM A AUMENTAR?**

As startups são um modelo de empreendimento valorizado muito pelo amadurecimento da forma de negócios e a capacidade de se manterem consistentes mesmo em contexto de crise, junto com a capacidade de oferecer serviços modernos para uma nova forma de relação comercial, com uma sociedade de consumo pautada na economia do acesso – que privilegia o benefício da experiência e dissolve a necessidade da posse.

De acordo com o Adm. Walter Meucci Nique, as startups estão em vantagem por não estarem restritas apenas à economia nacional, quando se trata de crise econômica. Elas se estruturam dentro de uma realidade favorável para a captação de investimentos e isso é um benefício para as empresas unicórnio que, para ele, tendem a aumentar nos próximos anos no Brasil e no mundo.

Para quem está começando, o cenário é otimista, mas é preciso estar atento a alguns fatores. Buscar um mercado grande e global é um dos pontos principais, aliados com uma boa equipe, que ofereça resultados, saiba negociar investimentos e cuidar dos clientes.



O equilíbrio entre resultados econômicos, gestão humana e impacto social se mostra o norte a ser seguido pelo mercado. Consciente disso, o curso de Administração mudou seu jeito de enxergar as empresas júnior e aumentou o escopo de atuação das estratégias de relação entre teoria e prática. Em vez de um grupo focal, agora todos os alunos têm acesso às proposições e desafios de professores e empresas parceiras da Universidade.

luralidade e segmentação. O mercado e suas oportunidades de investimento mudam a cada dia na esteira dos avanços tecnológicos. A Unisinos compreendeu esse movimento e decidiu não ficar de fora dele. O projeto AGIR, o equivalente a empresa júnior no organograma da Escola de Gestão e Negócios da Universidade, evoluiu e deixou de ser uma atividade restrita a um número específico de alunos. A promoção da criatividade e o estímulo à resolução de problemas para melhorar os resultados de entidades com um impacto social e ambiental

positivo se tornaram a política de todo o curso de Administração.

Segundo Rafael Bassani, coordenador dos cursos de Bacharelado em Comércio Exterior e Tecnológicos em Logística e Marketing, a estratégia de núcleos estudantis sempre apresentou bons resultados, mas por ser executada por grupos focais acabava sendo restritiva. "Os projetos dependiam da iniciativa dos alunos. Isso

limitava a expansão da experiência proporcionada pelo AGIR. A intenção agora é que todos os alunos possam participar", explica. A mentoria é um dos pontos mais atrativos deste novo formato. A intenção é que os alunos sejam individualmente acompanhados durante a série de atividades acadêmicas, estágios, projetos paralelos ou em desafios.

Outro ponto que Bassani destaca como diferencial neste novo momento vivido pelos cursos que compõem a Escola de Gestão e Negócios é o Laboratório de Inovação Colaborativa (LIC). Idealizado como um evento para reunir estudantes

de diferentes áreas por uma manhã para resolver desafios reais, os resultados mostram na prática o empreendedorismo como pilar fundamental do curso de Administração da Unisinos. O objetivo é que o aluno escolha o que mais lhe interessa para desenvolver ainda mais as competências essenciais para a transformação social e o mercado de trabalho.

A promoção da criatividade e o estímulo à resolução de problemas para melhorar os resultados de entidades com um impacto social e ambiental positivo se tornaram a política de todo o curso de Administração.

# XVI CIDEAD: INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E O PAPEL DO ADMINISTRADOR NAS DINÂMICAS DE TRANSFORMAÇÃO

Ciclo percorreu 19 cidades em 2018, reunindo mais de 5,1 mil pessoas, e mudando a realidade de algumas comunidades gaúchas com sua temática.

A cultura organizacional na Era Digital. De que forma a tecnologia irá impactar no dia a dia das pessoas e empresas? Como os novos negócios estão entrando no mercado em um período de transição? E os antigos, de que maneira se readaptam? A Administração tem papel fundamental nessa transformação não só tecnológica, como cultural e comportamental. E é sobre essas mudanças, empreendedorismo e inovação que o XVI Ciclo de Debates de Administração - CIDEAD tratou ao longo de 2018.

Durante o ano, o evento percorreu 19 cidades do Estado com

a temática "Administração no Ecossistema de Inovação", reunindo mais de 5,1 mil participantes, entre alunos, professores e coordenadores de cursos de Administração, profissionais das áreas da Administração e conselheiros, nos municípios de Santa Rosa, Ijuí, Santo Ângelo, São Luiz Gonzaga, Erechim, Frederico Westphalen, Passo Fundo, Osório, Gravataí, Santa Maria, Pelotas, Bagé, Santa Cruz do Sul, Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Canela, Novo Hamburgo, Taquara e, por último, Porto Alegre. "Esse ano, realizamos um número recorde de palestras no CIDEAD. Isso mostra a preocupação do CRA-RS em estar no interior do Estado e se aproximar das instituições de ensino e dos acadêmicos da área da Administração", exaltou a presidente da autarquia, Adm. Claudia Abreu. A realização do evento contou com esforços de diversos colaboradores do Conselho, liderados pela vice-presidente de Relações Externas, Adm. Helenice



Reis. "Foi um desafio realizarmos 18 CIDEADs no interior do Estado e um em Porto Alegre. Tivemos uma equipe comprometida com o sucesso desse evento grandioso", destacou ela, ressaltando o impacto do Ciclo na transformação da realidade de algumas comunidades gaúchas, que voltaram sua atenção para o tema da inovação.

O CIDEAD RS é um projeto desenvolvido pelo CRA-RS, que desde o ano de 2003 leva ao interior do Estado conferencistas renomados para tratar de assuntos atuais e de interesse da classe de profissionais da Administração.

Eventos como esse promovem uma grande circulação de conhecimento e agregam valor aos currículos dos participantes, repassando importantes informações, que poderão ser colocadas em prática nas empresas e na vida profissional desses. Neste ano, o evento trouxe o empreendedorismo e a inovação como dois lados de uma mesma moeda: empreender é colocar ideias para funcionar e, para isso, é necessário inovar. Não há sustentação e crescimento para profissionais e empresas que estão "engessadas no tempo". É época de mudança e de transformação e o impacto das inovações está diretamente relacionado a isso. São elas as responsáveis também por trazerem novas dinâmicas de mercados, nas formas de consumo e nas formas de se trabalhar. O CRA-RS agradece a parceria das Instituições de Ensino participantes do Ciclo, dos palestrantes e do público nesse ano rico de troca de experiências, informações e conhecimentos.

# RESULTADO DAS ELEIÇÕES CRA-RS 2018

Administradores, Tecnólogos e Profissionais egressos de curso de bacharelado em determinada área da Administração elegeram, em outubro, os conselheiros que vão representar o Sistema CFA/CRAs pelos próximos quatro anos. No CRA-RS, a chapa vencedora foi a de número 3, com 1.506 votos (veja abaixo a nominata). A chapa número 1 recebeu 1.404 votos e a chapa número 2, 609. Foram registrados ainda 162 votos brancos e 111 nulos, com um total de

3.792 votantes no Rio Grande do Sul, dos cerca de 15 mil profissionais que compuseram o Colégio Eleitoral.

Já a chapa eleita para ser a representatividade gaúcha no CFA foi a Chapa 1, que somou 1.278 votos. As chapas de número 2, 3 e 4 receberam 576, 976 e 658 votos, respectivamente. Os brancos totalizaram 173 votos e os nulos, 131. Os Conselheiros Federais e Regionais eleitos tomam posse em janeiro de 2019.

## Nominata | Chapa 3 – CRA-RS:

Efetivos: Adm. Letícia Brasil; Adm. Elimar Teixeira; Adm. Valter Lemos; Adm. Regina Bueno; Adm. Lourdes Ritt; Adm. Joanez Woschnack.

Suplentes: Adm. Ivo Boratti; Adm. Eunice Ghidorsi Silveira; Adm. Denize Grzybovski; Adm. Jair Caproski; Adm. Renato Jackisch; Adm. Francine de Oliveira.

# Nominata | Chapa 1 – CFA/CRA-RS:

Efetivo: Adm. Cláudia Stadtlober Suplente: Adm. Rogério Bohn



# **EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

Período: 1º janeiro a 30 de setembro de 2018. As tabelas completas podem ser consultadas no site do CRA-RS, www.crars.org.br



Vice-Presidente Financeira: Adm. Izabel Cristine Lopes (CRA-RS nº 26.377) Resp. Técnico: Técn. Cont. Valdemar da Graça Stieh (CRC-RS nº 18500)



# CRA-RS ITINERANTE: levando os serviços da fiscalização e registro até você!



O **Itinerante** do Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul (CRA-RS) veio para facilitar a vida dos estudantes e profissionais de Administração. A proposta é que os serviços do CRA-RS como a emissão de registro profissional, secundário e de estudante, segunda via da carteira, transferência de registro, entre outros, sejam feitos diretamente na unidade móvel.

CRA-RS PRESENTE EM TODO INTERIOR DO RS.

TAMBÉM ESTAMOS EM TODAS AS MÍDIAS SOCIAIS!

INFORMAÇÃO DE QUALIDADE EM TEMPO REAL.

**NOS ACOMPANHE!** 

@conselhoregionalde administracaodors

@cra\_rs

@crars\_oficial

crarsoficial

(51) 3014-4701

www.crars.org.br



Entendemos que a união faz a força e o diálogo o entendimento. Por isso, vamos tornar 2019 um ano de transformação para nossa profissão. Nós, Profissionais da área da Administração, temos muito a contribuir com o desenvolvimento e a inovação da sociedade.

a casa do profissional de Administração,

órgão disciplinador e fiscalizador do exercício profissional na área.





Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul