

ANO 1 | NÚMERO 1 | DEZEMBRO 2018

# REPPENSE

REVISTA DE NEGÓCIOS DA UNIFESP

EPPEN - ESCOLA PAULISTA DE POLÍTICA, ECONOMIA E NEGÓCIOS | DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO  
| UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO | CAMPUS OSASCO | SÃO PAULO | BRASIL



## STARTUP BELEAF

O CASO DE GESTÃO DE SUCESSO  
PÁG. 62

LEIA MAIS

<http://revistaseppen.unifesp.br/index.php/reppense>

# | Expediente

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO

## **Reitora**

Soraya Soubhi Smaili

## **Vice-Reitor**

Nelson Sass

## **Chefe de Gabinete**

Andréa Rabinovici

## **Pró-Reitora de Administração**

Tânia Mara Francisco

## **Pró-Reitor de Assuntos Estudantis**

Anderson da Silva Rosa

## **Pró-Reitora de Extensão e Cultura**

Raiane Patricia Severino Assumpção

## **Pró-Reitor de Gestão com Pessoas**

Murched Omar Taha

## **Pró-Reitora de Graduação**

Isabel Marian Hartmann de Quadros

## **Pró-Reitor de Planejamento**

Pedro Fiori Arantes

## **Pró-Reitora de Pós-Graduação e Pesquisa**

Lia Rita Azeredo Bittencourt

**EPEN – Escola Paulista de Política,  
Economia e Negócios.  
Campus Osasco**

## **Diretora Acadêmica**

Luciana Massaro Onusic

## **Diretora Administrativa**

Juliana Mateusa Meira Cruz

## **Chefe de Departamento do Curso de Administração**

Prof. Dr. Ricardo Luiz Pereira Bueno

## **Vice-Chefe de Departamento do Curso de Administração**

Prof. Dr. Bolivar Godinho de Oliveira Filho

## **Coordenadora do Curso de Administração**

Miriam Christi Midori Oishi Nemoto

## **Vice-Coordenador do Curso de Administração**

Emerson Gomes dos Santos

---

**REPPENSE** – Revista de Negócios da Unifesp  
Ano 1. Número 1. Dezembro de 2018.  
Periodicidade: Semestral. Nº de Páginas: 101.

## **Contato**

Site:

<http://www.revistaseppen.unifesp.br/index.php/reppense>

E-mail: [reppense@unifesp.br](mailto:reppense@unifesp.br)

Rua Angélica, 100. Jardim das Flores. Osasco.  
SP. CEP 06110-295. Telefone: 55-11-22846900  
Ramal 5602.

## **Editora**

Arlete Eni Granero

## **Conselho Editorial**

Arlete Eni Granero

Bolivar Godinho de Oliveira Filho

Celso Yokomiso

Cintia Rejane Möller Araujo

Cláudia Alessandra Tessari

Durval Lucas dos Santos Júnior

Evandro Luiz Lopes

José Alexandre Althahyde Hage

Liége Mariel Petroni

Luciana Borges

Luciana Massaro Onusic

Luis Hernan Contreras Pinochet

Marcia Carvalho de Azevedo

Miriam Christi Midori Oishi Nemoto

Pollyana de Carvalho Varrichio

Ricardo Luiz Pereira Bueno

## **Equipe**

Amanda dos Santos Garcia

Ana Catarina Martins Bossa

Ana Elisa Zamberlan

Anna Paula Bento Costa

Breno Hugo Santos Graciano

Caíque Dutra Rocha

Camila Stella Ferreira Souza

Camilla Penteado Zatz

Cesar Augusto da Silva

Diego Henrique Coelho

Elizabeth Cristina do Nascimento Silva

Emilly Ferraz Amorim

Gabriel Batista Ramos

Gabriel Gomes da Silva

Guilherme de Oliveira Santos

Guilherme Matheus Staliano

Heloisa Mangini

Isadora Tojer

Jade Ribeiro Souza

João Pedro Moreira

Larissa Moura de Moraes

Leonardo Menezes Alves

Letícia Macedo dos Santos

Lucas Pereira Alves

Luiz Paulo Barcelos

Milena Silva Durso Ribeiro

Pablo Souza Lima Ribeiro

Rafael Lopes Cortez

Ravanna Cristyna Vieira Sobrinho

Tatiane Alves Crispim

Théo Huppés Monteiro

Tiago Kim

Vitor Teixeira Fiorante

Walster Alves Silva

## | Sumário

EDITORIAL	O desafio da primeira edição	2
EDUCAÇÃO	A Importância do intercâmbio na formação profissional	4
	<i>Work Exchange</i> e a experiência de Daniela Bambokian	5
	Letícia Tojer: a graduação no Canadá como diferencial	10
FINANÇAS	Oportunidades em um cenário de crise	16
	As estratégias da Aragon para driblar a crise segundo seu diretor Jaime Aragon	21
	Como os efeitos do contexto financeiro afetam o pequeno e o médio empresário segundo o Professor Dr. Bolivar Godinho	22
SUSTENTABILIDADE	Diversidade e inclusão de portadores de deficiência	29
	A história de superação de José Antonio da Silva	34
	Prêmio: as melhores empresas para trabalhadores com deficiência	35
INOVAÇÃO	O impacto da inovação tecnológica no mundo dos negócios	39
	<i>Case:</i> Engenharia e Inovação com Willian da Silva Souza	41
	<i>Case:</i> Recriando o convencional com Karina de O. Noçais	44
	Artigo: O significado de inovação no mercado. Prof. Dr. Durval Lucas dos Santos Júnior	45
GESTÃO	<i>A startup Beleaf: o caso de gestão de sucesso</i>	50
EMPREENDEDORISMO	Eventos e Tendências para empreendedores	53
	<i>A startup RAPPI: o mais novo unicórnio da América do Sul</i>	57
CARREIRA	Recrutamento: o desafio de passar no processo seletivo	62
ACONTECEU NA EPPEN	O registro dos principais eventos do primeiro semestre de 2018.	63

## | Editorial

A comunicação proporciona para a sociedade o acesso às informações e ao conhecimento fazendo com que a distância entre a ciência e o cidadão seja reduzida. A REPPENSE, Revista de Negócios da Unifesp, publicação *online* com periodicidade semestral, surge com a missão de ampliar e diversificar os horizontes do pensamento administrativo. Contribui com a formação do administrador e a difusão do conhecimento. O conteúdo editorial da revista está orientado para contemplar todos os perfis de interesse dos profissionais de administração.

A REPPENSE é o produto final do projeto de extensão de Comunicação Organizacional, totalmente elaborada pelos estudantes da graduação utilizando uma linguagem simples, acessível e de fácil compreensão para toda a comunidade. Apresenta em suas edições as temáticas relacionadas às áreas de Negócios, abrindo assim, espaço para análise e discussão como canal de disseminação dos resultados das pesquisas, dos relatos de extensão e dos *cases* do mercado, levando o conhecimento para o público interno e externo da universidade. Constitui-se como uma revista aberta, convidando colaboradores de toda a comunidade para divulgar aqui os seus trabalhos e ideias.

O público-alvo são os administradores que já atuam no mercado, os administradores em formação e para todos os interessados nos conceitos, características, classificações e aplicações, enfim, em diversas abordagens. Apresenta uma análise pertinente à formação dos futuros gestores do nosso país.

## | Editorial

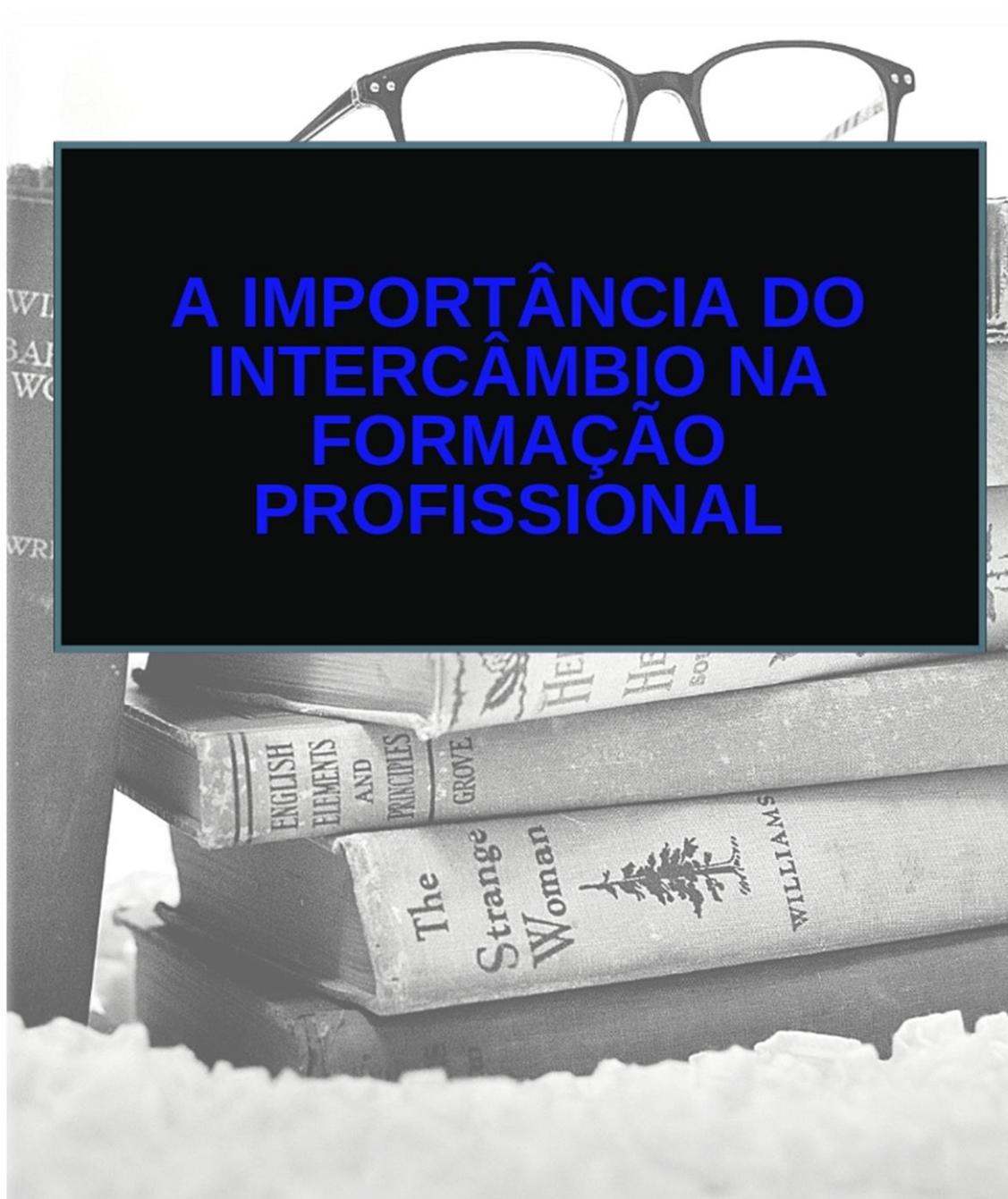
A primeira edição é composta por oito colunas: Educação, Finanças, Sustentabilidade, Inovação, Gestão, Empreendedorismo, Carreira e Aconteceu na EPPEN. Cada coluna foi elaborada e fundamentada em estudos acadêmicos e mercadológicos trazendo sempre como contribuição o paralelismo entre a teoria e a prática, com a apresentação de *cases* de organizações ou de profissionais de destaque.

Um passeio rápido por essas páginas permite verificar o que ela representa para os nossos estudantes: caminhos que começam a ser desbravados na vida acadêmica e a visão de que o potencial humano, na investigação da realidade, é infinito.

A sensação ao finalizar essa edição é de que poderia ser melhorada em todos os aspectos. Entretanto, ela revela a beleza do desbravamento e do aprendizado. Refletir sobre o inacabado pode mostrar onde deve ser alterado.

O amadurecimento faz parte da natureza e ele virá edição a edição. Cientes do desafio, seguimos em busca do aprender a aprender, sempre.

*Arlete Eni Granero*



# A IMPORTÂNCIA DO INTERCÂMBIO NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL

*Camila Stella Ferreira Souza*  
*Gabriel Gomes da Silva*  
*Pablo Souza Lima Ribeiro*  
*Tiago Kim*

## | Educação

# A IMPORTÂNCIA DO INTERCÂMBIO NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL

## As Tendências de Intercâmbio

Fazer um intercâmbio é o sonho de muita gente e as possibilidades de realizá-lo são diversas. Tradicionalmente, passar um tempo fora do país pode ser uma ótima ideia para quem quer adquirir experiências, entrar em contato com novas culturas e novas pessoas, aprimorar o idioma ou estudar em escolas e universidades no exterior. Nos últimos anos, novas formas de intercâmbio têm se popularizado: são os intercâmbios de cunho social e os intercâmbios de trabalho em *startups*.

Passar um tempo fora estagiando em uma empresa agrega muito à experiência profissional e de vida do intercambista. Pensando nisso, diversas parcerias foram criadas entre startups e empresas de intercâmbio, possibilitando que jovens entre 18 e 30 anos, de todos os cursos, trabalhem por um período nessas empresas. As áreas de atuação são diversas, como gestão, marketing, fotografia, *promoter* e até *video maker*, voltadas à inovação e ao empreendedorismo.

Usualmente, esse tipo de intercâmbio fica mais barato do que os intercâmbios tradicionais de estudo, pois o estagiário costuma pagar somente o valor das passagens, ficando a cargo da empresa contratante a alimentação e a acomodação. Os intercâmbios duram em média de um a seis meses, podendo variar dependendo do contrato. É pré-requisito o nível avançado em inglês ou espanhol.

Se você tem interesse nesse tipo de programa de estágio, encontrará oportunidades com a AIESEC – *Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales*.

A organização mundial gerida por jovens oferece oportunidades em diversas áreas, estimulando o empreendedorismo e a liderança por meio de experiências de intercâmbio. Programas da organização como *Talentos Globais* e *Empreendedor Global* selecionam candidatos de todo o mundo, oferecendo uma grande quantidade de países e empresas para a escolha do interessado.

## | Educação

A *startup Intercâmbio Direto* também pode ajudar na escolha de uma agência para realizar seu intercâmbio. A empresa foi criada com o intuito de conectar os estudantes às escolas de línguas, com transparência, taxas menores e atendimento especializado. Atualmente, a *startup* está expandindo sua atuação para intercâmbios que unam estudos e trabalho, oferecendo diversas oportunidades de experiências.

*Startups* como a chinesa *Seeder Energy*, a mexicana *Global Village*, e a espanhola *Tech House* são algumas empresas que realizam esse tipo de parceria com estudantes do mundo todo, oferecendo cargos que unem o desenvolvimento do estagiário às necessidades da empresa. As experiências adquiridas turbinam o currículo do contratado, alavancando sua carreira nacional ou mesmo internacional.

Trabalhar em uma *startup* internacional é uma ótima ideia para quem busca desenvolvimento pessoal e profissional, autonomia e resiliência. Além disso, essa experiência impacta diretamente a *performance* do intercambista nos futuros processos seletivos, pois representa um diferencial dentre os demais candidatos.

Outro tipo de intercâmbio que agrega muito ao estudante é o de viés social. No intercâmbio voluntário o principal objetivo é fazer o bem. Além disso, o trabalho voluntário agrega muito à experiência pessoal do intercambista, e também o turbinam profissionalmente, desenvolvendo sua liderança e proatividade.

O intercambista que viaja como voluntário tem a possibilidade de escolher o programa social que deseja trabalhar, além do país de destino, e deve passar por uma seleção para ser aprovado. São diversos os países que compõem a lista de destinos, que incluem tanto países com problemas socioeconômicos quanto países desenvolvidos.

A *AIESEC* também é especialista nesse modelo de intercâmbio, e manda anualmente cerca de sete mil voluntários para programas sociais no mundo todo. Se você tem interesse nesse tipo de intercâmbio, é importante estar ciente que as passagens aéreas e o dinheiro para gastos pessoais são responsabilidade do voluntário. O programa inclui alimentação e hospedagem. A *Central do Intercâmbio*, a *Exchange do Bem* e *Experimento* também oferecem esses serviços.

## | Educação

O mais importante do intercâmbio com propósito social é estar aberto para entrar em contato com diferentes culturas e hábitos de vida, conhecer realidades diversas e dar o melhor de si por aqueles que são impactados pelo projeto social no qual estiver envolvido.

Outro tipo de oportunidade de intercâmbio muito conhecido é o intercâmbio entre universidades, quando um aluno de determinada instituição de ensino passa um semestre ou mais estudando em uma faculdade no exterior. O intercâmbio de estudos também é valorizado em processos seletivos, pelo mérito pessoal e pela experiência vivenciada.

É possível conseguir um intercâmbio de estudos pela própria faculdade, que usualmente possui convênios com faculdades no exterior. Além disso, existem bolsas de estudos que possibilitam vivenciar essa experiência a um custo muito baixo, com hospedagem, estudos e alimentação subsidiados.



Diversos programas como *ELAP para mobilidade no Canadá*, *Programa do Study in Denmark*, *Capes*, *Doutorado Sanduíche nos EUA da Fulbright*, *Mitacs no Canadá*, *Fundação Estudar*, *Fórmula Santander*, *Luso-brasileiras do Santander* e *Ibero-americanas do Santander* oferecem bolsas para estudantes brasileiros. Segundo os especialistas, o segredo para conseguir estudar no exterior é simples: querer muito e se inscrever em muitos processos.

## | Educação

### Melhores lugares e preços

O fator crítico de todo intercambista em sua viagem é o seu custo. Por este motivo a empresa Experimento e Intercâmbio realizou um levantamento com as 10 rotas não convencionais que possuem custo inferior em relação às grandes cidades. São computados nesses valores duas semanas de curso da língua local, acomodação e refeição.

Cidades	Média de preço*
<b>1- Ilha de Malta (República de Malta)</b>	<b>R\$ 4.131 por pessoa</b>
<b>2- Málaga (Espanha)</b>	<b>R\$ 4.009 por pessoa</b>
<b>3- Torbay (Reino Unido)</b>	<b>R\$ 4.383 por pessoa</b>
<b>4- Honolulu (Havaí)</b>	<b>R\$ 8.377 por pessoa</b>
<b>5- Victoria (Canadá)</b>	<b>R\$ 4.053 por pessoa</b>
<b>6- Playa de Carmen (Caríbe)</b>	<b>R\$ 3.858 por pessoa</b>
<b>7- Calgary (Canadá)</b>	<b>R\$ 3.903 por pessoa</b>
<b>8- Galway (Irlanda)</b>	<b>R\$ 4.500 por pessoa</b>
<b>9- Dubai (Emirados Árabes)</b>	<b>R\$ 5.100 por pessoa</b>
<b>10- Adelaide (Austrália)</b>	<b>R\$ 4.700 por pessoa</b>

**Fonte:** D'ÁVILA, Mariana. Esses são os destinos de intercâmbio com o melhor custo-benefício em 2018. 7/2/2018. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/turismo/noticia/7254906/esses-sao-destinos-intercambio-com-melhor-custo-beneficio-2018>>. Acesso em: 23/9/2018.

## | Educação

A *Quacquarelli Symonds* é uma consultora britânica especializada no ensino superior e desde 2004 divulga *rankings* universitários mundiais. Seus *rankings* mais conhecidos como *QS World University Rankings*, são considerados como uma das três pesquisas universitárias mais influentes do mundo. Logo abaixo está o *ranking* de 2018. Os indicadores de classificação usados são acessibilidade, atividade do empregador, desejabilidade, *mix* de alunos, *rankings* e opinião dos alunos. Cada indicador vale 100 pontos. Assim a pontuação perfeita seria de 600 pontos.

<b>Rank 2018</b>	<b>Pontuação</b>
<b>1- Londres</b>	482
<b>2- Tokyo</b>	479
<b>3- Melbourne</b>	475
<b>4- Montreal</b>	465
<b>5- Paris</b>	463
<b>6- Munich</b>	460
<b>7- Berlin</b>	455
<b>8- Zurich</b>	453
<b>9- Sidney</b>	452
<b>10- Seoul</b>	449

**Fonte:** *University Rankings*. Disponível em: <https://www.topuniversities.com/city-rankings/2018>> Acesso: 2/9/2018.



Londres



Tokyo



Melbourne



Montreal



Paris



Berlim

## | Educação

# Entrevista *Work Exchange* e a experiência de Daniela Bambokian

por Gabriel Gomes da Silva



Foto 1. Daniela Bambokian. Suíça. Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

## | Educação

### **Revista REPPENSE: Descreva sobre a sua experiência de intercâmbio.**

**Daniela:** *Trabalhei duas vezes no exterior através de um programa de Work Exchange. Em 2016, fui para um hostel em Interlaken, uma cidadezinha de cinco mil habitantes na Suíça, ajudando em tarefas como preparar o café da manhã e arrumar as camas. Em julho de 2018, trabalhei em outro hostel em Budapeste, capital da Hungria, como fotógrafa e cuidando das mídias sociais.*

### **RR.: Afinal, o que é Work Exchange?**

**Daniela:** *Muita gente ainda não conhece o turismo colaborativo, ou work exchange, que consiste em prestar algum tipo de serviço*

*em troca de hospedagem, refeições e passeios. A rotina de trabalho segue critérios e, geralmente, não há remuneração. Porém, é possível ganhar vivência em um lugar completamente diferente, fazer amigos dos mais diversos cantos do planeta e perceber o mundo de uma nova forma.*

*A experiência pode servir também para enriquecer o seu currículo: muitas pessoas aproveitam o work exchange como um estágio extracurricular, mas o grande benefício de embarcar em uma viagem dessas é o desenvolvimento pessoal.*

*Há uma imensa variedade de destinos para escolher, desde lugares por todo o Brasil e América Latina até outros continentes como Europa e Ásia, para todos os gostos, bolsos e línguas! Você pode*



2. Interlaken, Suíça.  
Fonte: Arquivo de viagem

## | Educação

*ainda escolher quanto tempo deseja ficar fora, podendo variar entre uma semana até seis meses, dependendo do acordo feito com o local de trabalho. Além disso, existem vagas para várias áreas como: fotografia, social media, administração, música, housekeeping, jardinagem, línguas e muitas outras.*

### **RR.: Como foi o seu primeiro contato com a possibilidade de fazer intercâmbio e também trabalhar em outro país?**

**Daniela:** *Sempre tive muita vontade de trabalhar em outro país, mas até então o sonho parecia muito distante, até porque nem formada na universidade eu estava. Foi aí que me deparei com a plataforma do Worldpackers, empresa que conecta hostels que oferecem Work Exchange (acomodação e alimentação em troca de trabalho voluntário) aos viajantes do mundo inteiro. A proposta era tão atrativa que eu entrava quase todos os dias no site, vasculhava todas as opções disponíveis e aplicava para dezenas de locais para ver*



3. Interlaken – Suíça.  
Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

*Escrevi uma bem contando meus aquela viagem seria adequada*

*voluntariado. O interessante desse tipo de trabalho é que normalmente não se exige experiência prévia ou habilidades específicas, sendo mais importante no "processo seletivo" o perfil do voluntário e a sua vontade de ajudar.*

*apresentação caprichada, objetivos com e porque eu para aquele*

### **RR.: A experiência de trabalhar em outro país atendeu as suas expectativas?**

**Daniela:** *Eu amo aprender sobre novas culturas e absorver o dia a dia de um lugar como se eu vivesse lá, e infelizmente isso é muito difícil quando se faz uma viagem de poucos dias, conhecendo apenas os pontos turísticos. Minha expectativa era fazer uma imersão cultural e com certeza ela foi atendida! Pude conviver com pessoas nativas que trabalhavam comigo, além é claro de outros voluntários de todas as partes do mundo e também com os hóspedes do hostel. Como a maioria das pessoas estão viajando sozinhas, é muito fácil fazer amigos e ter companhia para passear e conhecer a cidade.*

## | Educação

### **RR.: Como foi a recepção nos seus primeiros dias de intercâmbio?**

**Daniela:** *Na primeira experiência, em Interlaken, fiquei bem nervosa, porque por mais que eu houvesse pesquisado sobre o hostel que trabalharia e sobre a cidade que moraria, fiquei ansiosa até chegar à porta do lugar. Felizmente fui muito bem recebida, me explicaram todo o esquema de trabalho e me mostraram todo o local. Naquele dia todos haviam saído para ir ao lago, e fiquei sozinha por algumas horas. Confesso que até chorei pensando "no que eu fui me meter?", mas logo fui me adaptando e me apaixonando pela cidade e pela vida de voluntária. Foi tão fácil fazer amigos e me enturmar, que no final não queria ir embora e já me sentia como se morasse lá de verdade.*

### **RR.: Trabalhar com pessoas de outra cultura e idioma foi um obstáculo ou um desafio?**

**Daniela:** *Foi um desafio no começo, pois acredito que brasileiros tem uma dinâmica de trabalho diferente e mais leve que os europeus, mas com certeza é uma experiência enriquecedora. Trabalhar com pessoas de culturas diferentes da sua é incrível e propicia um maior entendimento de mundo, da realidade dos outros países e te faz olhar diferente para o seu próprio país.*



4. Budapeste – Hungria.  
Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

## | Educação

**RR.: Qual ensinamento ou experiência você vai levar para sempre desses intercâmbios?**

***Daniela:** Essas viagens com certeza mudaram a forma como enxergo o mundo e me fizeram aprender muito sobre eu mesma, além do imenso desenvolvimento pessoal que me trouxeram. Aprendi a viver de uma forma mais simples, a me virar sozinha e a apreciar pequenas felicidades no dia a dia como voluntária.*

**RR.: Trabalhar em outro país ajudou no aprendizado do idioma?**

***Daniela:** Na primeira experiência, a língua local era o alemão, mas por receberem muitos turistas, o inglês acabava dominando e claro que foi uma ótima oportunidade para estar em contato constante com a língua. Já na segunda vez, em Budapeste, na Hungria, foi importante para eu treinar a língua húngara, a qual estudo desde o começo deste ano (2018). Com certeza esse tipo de viagem é uma ótima forma de aprimorar um idioma, não precisando necessariamente fazer um intercâmbio com aulas convencionais da língua, que também são sempre muito caras.*

**RR.: A experiência de intercâmbio e trabalho contribuiu para a sua vida profissional? Foi um facilitador na hora de se inserir no mercado de trabalho no Brasil?**

***Daniela:** Acredito que as duas coisas que chamaram mais atenção no meu currículo e nas entrevistas de emprego que participei foram: minha experiência na EPPEN JR e meu intercâmbio voluntário. Hoje em dia, muitas pessoas fazem intercâmbio para estudar, mas de fato é um diferencial já ter trabalhado fora do país na hora de aplicar para uma vaga de estágio. Mesmo que o meu trabalho tenha sido em um hostel, aos olhos dos recrutadores é um ótimo sinal de independência, maturidade e mente aberta para ambientes diversos.*

**RR.: Você acredita que o intercâmbio de trabalho em outro país se torne tendência com o passar do tempo?**

## | Educação

**Daniela:** Quando fiz o meu primeiro intercâmbio de trabalho, em 2016, a plataforma era muito menos conhecida e divulgada do que é hoje. Com certeza esta tendência vem aumentando muito, pois é uma forma de intercâmbio muito mais barata do que as convencionais. Hoje em dia, também se tornou muito mais fácil se conectar com pessoas de todo o mundo, encontrar oportunidades incríveis e também viajar sozinho com a imensidão de informações que temos na internet.

**RR.: Você pretende fazer o mesmo tipo de intercâmbio novamente no futuro?**



5. Daniela e amigos no hostel - Interlaken/Suíça. Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

**Daniela:**  
Depois que comecei a trabalhar no banco, ficou mais difícil fazer viagens longas, pois tenho somente 30 dias de férias

por ano, mas isso não me impediu de fazer um intercâmbio de trabalho neste ano. Em maio, consegui voluntariar em Budapeste como fotógrafa por duas semanas, e mesmo sendo pouco tempo, foi o bastante para me inserir na cultura, conhecer muitas pessoas e visitar lugares incríveis. O legal dessa plataforma é que se pode escolher o tempo da viagem, sendo muito flexível. Claro que penso em fazer mais intercâmbios no futuro, pois acredito que é o tipo de viagem que mais combina comigo, mas das próximas vezes pretendo ficar por mais tempo, pelo menos seis meses. ■

## | Educação

# Entrevista Letícia Tojer: a graduação no Canadá como diferencial

por Pablo Souza Lima Ribeiro



**Letícia Tojer, 38 anos, graduada em Ciências Sociais no Brasil, atualmente estuda Administração com foco em Contabilidade em um *Fanshawe College*, na cidade de *London*, na província de Ontário no Canadá. Trabalhou como voluntária no Centro de Recepção de Estudantes Internacionais no início, e atualmente se dedica exclusivamente aos estudos. Traz um pouco da sua experiência como estudante brasileira morando no exterior. Concedeu entrevista à *Reppense* no dia 13 de setembro de 2018, via *Skype*.**

6. Foto Letícia Tojer. Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

## | Educação

**RR.: Como surgiu a oportunidade de fazer o curso de Administração no Canadá? Por que você escolheu estudar fora do país?**

**Letícia:** *Na verdade, não foi uma oportunidade que surgiu, mas sim uma oportunidade que eu criei. Eu sei que há pessoas que são convidadas por outras instituições de ensino a estudar fora. Desde pequena eu gosto muito de estudar, e o fato de eu ter conseguido coisas em minha vida por ser uma boa aluna, só reforçou a importância de continuar estudando.*

*Eu decidi estudar fora do Brasil, pois, grande parte do conhecimento da área de administração é produzido em língua inglesa, e eu sentia que muitas vezes o conhecimento acabava chegando um pouco mais tarde no Brasil, fora a qualidade de ensino aqui ser bastante alta.*

**RR.: Você fez alguma graduação no Brasil? Quais as diferenças em relação ao conteúdo, didática, metodologia e avaliação?**

**Letícia:** *Sim, fiz um bacharelado no Brasil na área de Ciências Sociais, e agora estou fazendo um College em Administração no Canadá. Vou contar como tem sido a experiência aqui, para que vocês que estão fazendo a graduação agora em 2018 no Brasil possam comparar.*

*Eu posso falar bastante das notas, da questão acadêmica, mas posso falar também da vida como aluna da faculdade. Primeiro aqui não existe trote, você é recebido com muita festividade, comidas de graça e entretenimentos saudáveis.*

*Como sou estudante internacional, tive uma sessão que era só para pessoas de outros países que falavam português, a grande maioria. No primeiro dia de aula, o centro acadêmico até fez uma brincadeira com um sócio do Trump, você já vê a diferença ali.*

*A estrutura que eles te oferecem, por exemplo, inclui pacote Office de graça. É para uma estrutura não só para estudo, mas para a vida do aluno. Temos uma super academia de 3 andares, parede de escalada e uma clínica médica, que ao invés de ir para um pronto socorro, podemos usufruir de um serviço médico nas concentrações do campus, wi-fi na faculdade inteira.*

## | Educação

*A experiência em si é completamente diferente. Sou estudante full time (tenho que estudar 100% do tempo). Meu visto me permite trabalhar, mas é muito difícil, a carga horária de aulas e atividades para a faculdade é muito alta, se você quiser ser um bom aluno, você tem que realmente viver para a faculdade. Todo o meu curso é híbrido, ou seja, além de ter a parte da sala de aula, sempre tem alguma atividade para fazer online, ensinando a usar softwares que são usados no mercado de trabalho, isso faz toda a diferença.*

**RR.: Você sente que é um diferencial estar estudando no exterior?**

**Quais são os reflexos sobre a sua carreira profissional?**

**Letícia:**

*Eu sinto sim que é um diferencial muito grande. O Canadá*



7. Letícia e colegas de estudo – Fanshawe College. Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

*recebe pessoas do mundo inteiro, as vezes são refugiados, e trocar ideias e conhecimento com essas pessoas te abre a cabeça de uma maneira que você nem imagina, a experiência tem sido fantástica.*

*Quando você chega aqui, regra geral, a experiência no mercado de trabalho no Brasil não são levados em conta da mesma maneira que a experiência no mercado canadense. Além disso, eles olham as suas notas. Na minha área (Contabilidade), por exemplo, para trabalhar em uma grande empresa, você tem que ter um GPA (Grade Point Average, que seria uma média de suas notas) alto, difícil você conseguir entrar. O que eu percebo no meu curso é uma proximidade maior entre aquilo que eu estou vendo em sala de aula e o que eu vou encontrar no mercado de trabalho.*

## | Educação

**RR.:** Como foi a experiência quando foi voluntária no Centro de Recepção de Estudantes Internacionais?

**Letícia:** O voluntariado faz parte da cultura canadense, faz parte do seu dia a dia, desde criança eles são incentivados a dar um retorno para a comunidade, ou então para a vida escolar. O College oferece diversas oportunidades para você se engajar em causas diferentes. O meu trabalho no Internacional Center era de recepcionar e mostrar uma cara amiga aos novos alunos internacionais que estavam chegando. A faculdade conta com uma superestrutura



8. Fotos do College. Fonte: Arquivo de viagem da entrevistada.

## | Educação

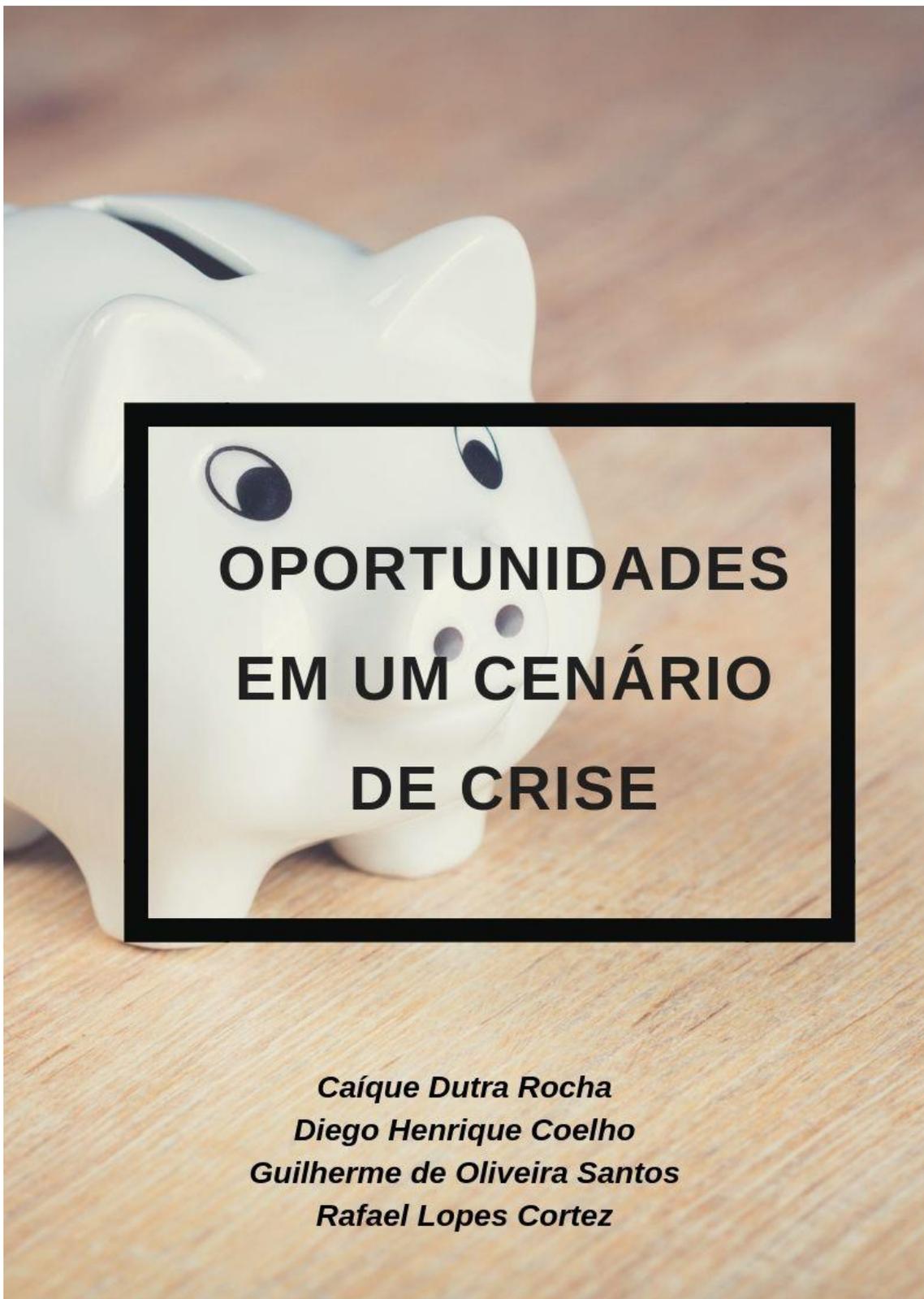
*para receber esses estudantes, com pessoas preparadas para ajudar e plano de saúde embutido na mensalidade, com possibilidade de inclusão dos familiares. Minhas atividades eram tirar dúvidas básicas da vida do estudante no College, como o campus é bem grande, o pessoal se perde muito no começo e precisa de ajuda para levá-los a lugares internos. Fazia tours, mostrava as localidades da faculdade (academia, praças de alimentação), até se familiarizarem com o espaço, sentindo-se bem-vindos e à vontade.*

### **RR.: Existe um objetivo em comum entre os estudantes internacionais?**

**Letícia:** Sim, pela minha experiência e o que eu senti, muitos estudantes possuem uma graduação no país de origem. São pessoas que muitas vezes já tem a intenção de migrar para o Canadá, e sabem que o mercado canadense vai exigir alguma qualificação acadêmica daqui. Quando tem condições, alguns pais também mandam seus filhos se graduarem aqui para voltar ao país de origem com um diploma do Canadá.

### **RR.: Você recomenda a experiência de estudar em outro país?**

**Letícia:** *Recomendo, e é aquilo que falei no começo da entrevista, para as pessoas que não tem oportunidade, e tiverem vontade, criem essa oportunidade. Sei que a situação econômica do Brasil e o dólar dificultam. Sei de todas as dificuldades. Conheci gente muito nova que fez verdadeiros sacrifícios para vir para cá, mas vale a pena. Além da qualidade de ensino excelente, abre possibilidade de conhecer pessoas de outros países e conviver com os próprios canadenses que são muito receptivos. Ressalto a importância de falar bem o idioma do país que escolher, a dificuldade é muito grande quando você não fala a língua. Pense nos seus trabalhos de faculdade ou do colegial, você consegue fazer um trabalho daquele em inglês ou não? Porque se a pessoa vier para cá só com o mínimo exigido pelas faculdades em termos de língua, vai ter que ralar muito, fica muito difícil. Recomendo que independente do país escolhido faça uma preparação em nível intermediário do idioma local. Mesmo para quem tem fluência é um desafio por conta do volume de matéria para estudar. ■*



**OPORTUNIDADES  
EM UM CENÁRIO  
DE CRISE**

*Caíque Dutra Rocha  
Diego Henrique Coelho  
Guilherme de Oliveira Santos  
Rafael Lopes Cortez*

## | Finanças

### **OPORTUNIDADES EM UM CENÁRIO DE CRISE**

A recessão brasileira iniciada em 2014 teve como consequência um crescimento do PIB de -3,7 % entre os anos de 2015 e 2016<sup>1</sup>. De acordo com a consultoria *Serasa Experian*, em 2015, o crescimento do número de empresas que pediram falência foi maior entre as de pequeno porte, atingindo o percentual de 13,3%. Segundo a mesma consultoria, em janeiro de 2018, o número de inadimplentes foi 10,8% superior ao de janeiro de 2017, atingindo 5,4 milhões, sendo 54,2% delas na região Sudeste.

Em 11 de novembro de 2017, o governo conseguiu aprovar a reforma trabalhista através da Lei Nº 13.467/2017 e, posteriormente em 14 de novembro, a Medida Provisória Nº 808. Esses dois dispositivos legais alteraram aspectos que foram utilizados para contornar a situação de crise em que algumas empresas se encontravam. Entre as mudanças, destacamos: a flexibilidade da jornada diária e o contrato intermitente. Essas condições precisam ser negociadas entre os funcionários e os empregadores, e também, em alguns casos, com os sindicatos.

A flexibilização da jornada de trabalho proporcionou ao empregador a possibilidade de contratar funcionários na escala 12 por 36 (doze horas de expediente seguidas por trinta e seis horas de descanso), segundo o artigo Nº 59-A, "mediante acordo individual escrito, convenção coletiva ou acordo coletivo de trabalho".<sup>2</sup> Ainda na mesma lei, o artigo 59 garante o direito ao regime de banco de horas para todos os trabalhadores, firmados em acordos individuais entre empregados e empregadores.

Outra mudança que vale a pena ser destacada foi em relação ao trabalho intermitente; nele o trabalhador pode alternar períodos de prestação de serviço com períodos de inatividade para quase todos os tipos de atividades (exceto os aeronautas). Nesses períodos de inatividade, o funcionário poderá prestar serviços para outros contratantes. Segundo, *Sandro Sacchet de Carvalho*, técnico de planejamento e pesquisa na Diretoria de Estudos Macroeconômicos (DIMAC) do IPEA, "trata a mercadoria força de trabalho como se fosse um bem qualquer, que devesse ser remunerada meramente como um aluguel de serviços, independentemente da necessidade

---

<sup>1</sup> PAULA, Luiz Fernando de; PIRES, Manoel. **Crise e perspectivas para a economia brasileira**. Estud. av. [online]. 2017, vol.31, n.89, pp.125-144. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v31n89/0103-4014-ea-31-89-0125.pdf>>. Acesso em: 26 de setembro de 2018.

<sup>2</sup> BRASIL. Lei nº 13.467, de 13 de jul. de 2017. **Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT)**, Brasília, DF, jul. 2017.

## | Finanças

da pessoa que realiza o serviço durante o período em que ele não é prestado”.<sup>3</sup>

Em meio a essa situação difícil e particular na história do país, entrevistamos o diretor e fundador do Grupo Aragon, que está presente há 14 anos no mercado de confecção. Jaime Aragon e o seu grupo representam a parcela que mais sofreu as consequências desse cenário de instabilidade gerado pela recessão (pequenas empresas), e conta nessa entrevista como encontrou oportunidades e enfrentou as dificuldades neste cenário.

### Entrevista

As estratégias da Aragon para driblar a crise segundo o seu diretor,

## Jaime Aragon

por Diego Henrique Coelho

### Revista REPPENSE: Como foi o começo de tudo e como a Aragon se destacou?

**Jaime:** *A história da Aragon começa há catorze anos, eu fazia muitas estampas para o mercado de confecção. Um dia mostrei uma estampa bem colorida em uma agência de publicidade e o cliente ficou impressionado com a qualidade de impressão que a Aragon conseguia fazer sobre tecido. O tecido era um substrato novo, pois agência de propaganda sempre trabalhou muito com papel, e quando eu apresentei essa estampa solicitaram a realização de um banner de tecido.*

*Fiz o banner e levei para uma reunião, todos se impressionaram e eu identifiquei que poderia lançar um produto até então inexistente no mercado, o banner em tecido. Então se voltamos catorze anos atrás nos shoppings, por exemplo, os banners eram de lona, e hoje se andarmos nos corredores, seja na vitrine do Boticário, nosso cliente, seja na Hering, C&A, praticamente todas usam banner em tecido.*

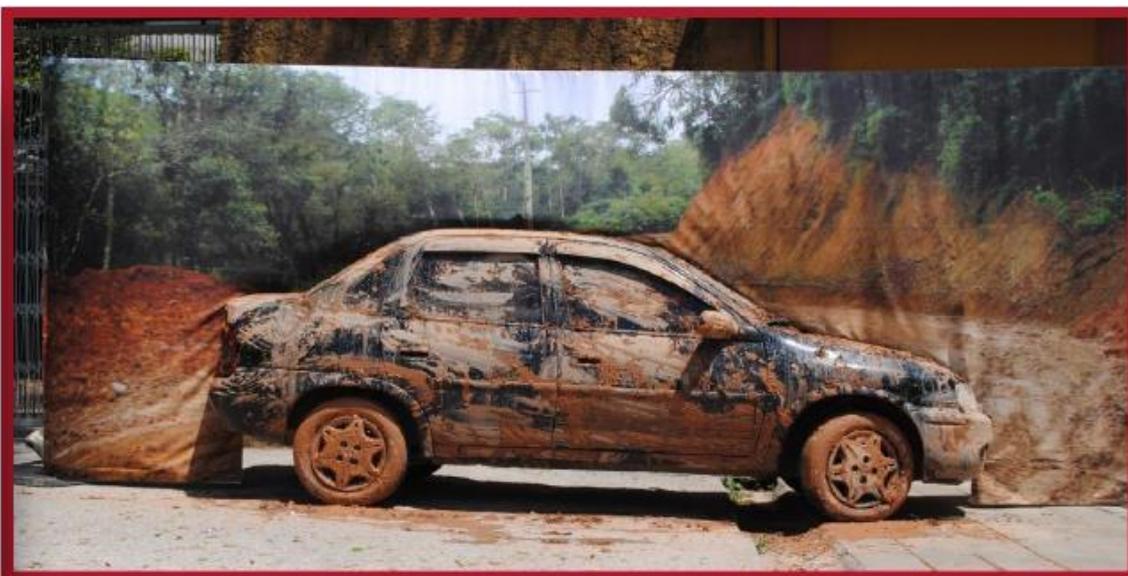


1. Jaime Aragon. Fonte: Banco de imagens da Aragon.

<sup>3</sup> CARVALHO, Sandro Sacchet de. **Uma visão geral sobre a reforma trabalhista**. 2017. Disponível em: <<http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8130>>. Acesso em: 08 out 2018.

## | Finanças

*A lona passou a ser utilizada em outdoor (em postos de gasolina, lojas de automóveis, em ambientes abertos e que geram poeira), e o banner em tecido em indoor (emplacou nos shoppings). Então eu comecei com uma gama de agências e com o tempo passei a visitar os departamentos de marketing de grandes empresas. Assim, surge a Aragon, lançando um produto novo no mercado, e se tornando uma empresa que atualmente não faz somente banners, mas vários outros produtos de comunicação visual.*



2. Material cenográfico para campanha publicitária. Fonte: Banco de imagens da Aragon.

**RR.:** Para entendermos melhor o ramo da Aragon, quais os produtos comercializados e qual a história por trás deles?

**Jaime:** Eu trabalho há 24 anos na indústria têxtil e há 14 anos na comunicação visual. Trabalhei de 1994 a 2003 prestando serviços de

## | Finanças

*silk, transfers e bordados para confecções na região do Brás e do Bom Retiro. Após uma conversa com um amigo de uma agência de publicidade, investi em uma máquina chamada plotter, que seria capaz de fazer impressões em tecido nas dimensões demandadas pela indústria de comunicação visual. Então fiquei seis meses aprendendo sobre as tintas, as resoluções, as cabeças de impressão, controle de unidade, controle de temperatura e tudo o que era necessário saber sobre a máquina para finalmente me lançar no mercado. A demanda por esse tipo de serviço e as condições de mercado eram tão favoráveis que em menos de um ano eu já havia comprado mais três plotters e a Aragon cresceu até a crise começar a me afetar. Hoje, os produtos mais comercializados são os banners, as faixas, e o easy frame - painéis em tecido e capas de antenas, sendo que os banners são os mais rentáveis. Esses produtos são usados em pontos de venda de grandes marcas, campanhas promocionais, cenários, entre outros.*

**RR.:**           **Quais**  
**mudanças**  
**ocorreram**       **na**  
**empresa**       **com**       **a**  
**crise?**

**Jaime:** *Sobre a crise que o Brasil vive desde 2014, havia uma história de que nunca ocorreria mais de dois anos de crise, e nós estamos indo para o quarto ano, então as empresas enfrentaram e enfrentam dificuldades e com a Aragon não foi diferente. O que diagnosticamos com*

*a redução do nível das vendas é que precisávamos achar um número de funcionários, e um tamanho de empresa alinhado à nova realidade. Readequar o custo fixo da empresa e otimizar a produção. Em alguns setores onde*



3. Produto promocional da Aragon: Puff. Fonte: Banco de imagens da Aragon.

## | Finanças

havia nove colaboradores, ao reduzir para seis, o volume da produção se manteve, fato que para nós foi muito curioso. A conclusão que chegamos é que a empresa tinha o quadro de funcionários inchado e não percebemos quando a economia estava "bombando". Nós tivemos de fazer um corte de funcionários no ano passado e percebemos que alguns setores se prejudicaram mesmo, porém outros continuaram produzindo o mesmo volume com número menor de funcionários. A crise mostrou que a empresa estava inchada, e tive que rever os níveis de produtividade.

**RR.:** Quais as dificuldades e oportunidades que surgiram na crise?

**Jaime:** Na crise você fica o tempo todo procurando novas oportunidades, pensando em novos produtos, procurando novos nichos, procurando aumentar a equipe de vendas, contratar representantes, trocar gerência de vendas, agregar e fazer parcerias com empresas que atuam no seu ramo, mas não são concorrentes. Por exemplo, eu atuo com comunicação visual, então se eu consigo fazer uma parceria com uma gráfica que imprime papel, que não é o meu caso, e colocar minha equipe de vendas disponível para a gráfica e essa gráfica



4. Totens – Produtos Aragon. Fonte: Banco de imagens da Aragon.

## | Finanças

*colocar a equipe de vendas dela para vender comunicação visual, é uma parceria que beneficia os dois lados, e você acaba não pensando nisso a não ser que esteja na crise. Se tudo estiver bem, você não pensa naturalmente nesse tipo de coisa, pois você vai trocando seu dia-a-dia, fazendo seu faturamento, ganhando seu dinheiro. Então a crise faz a gente pensar fora da caixinha.*

**RR.:**  
**Observamos que uma das medidas imediatas foi o corte de funcionários e que isso gerou prejuízo em alguns setores. Foi cogitada ou praticada a recontração de funcionários nas novas condições da reforma trabalhista?**



5. Adesivos – Produtos Aragon.  
Fonte: Banco de imagens da Aragon.

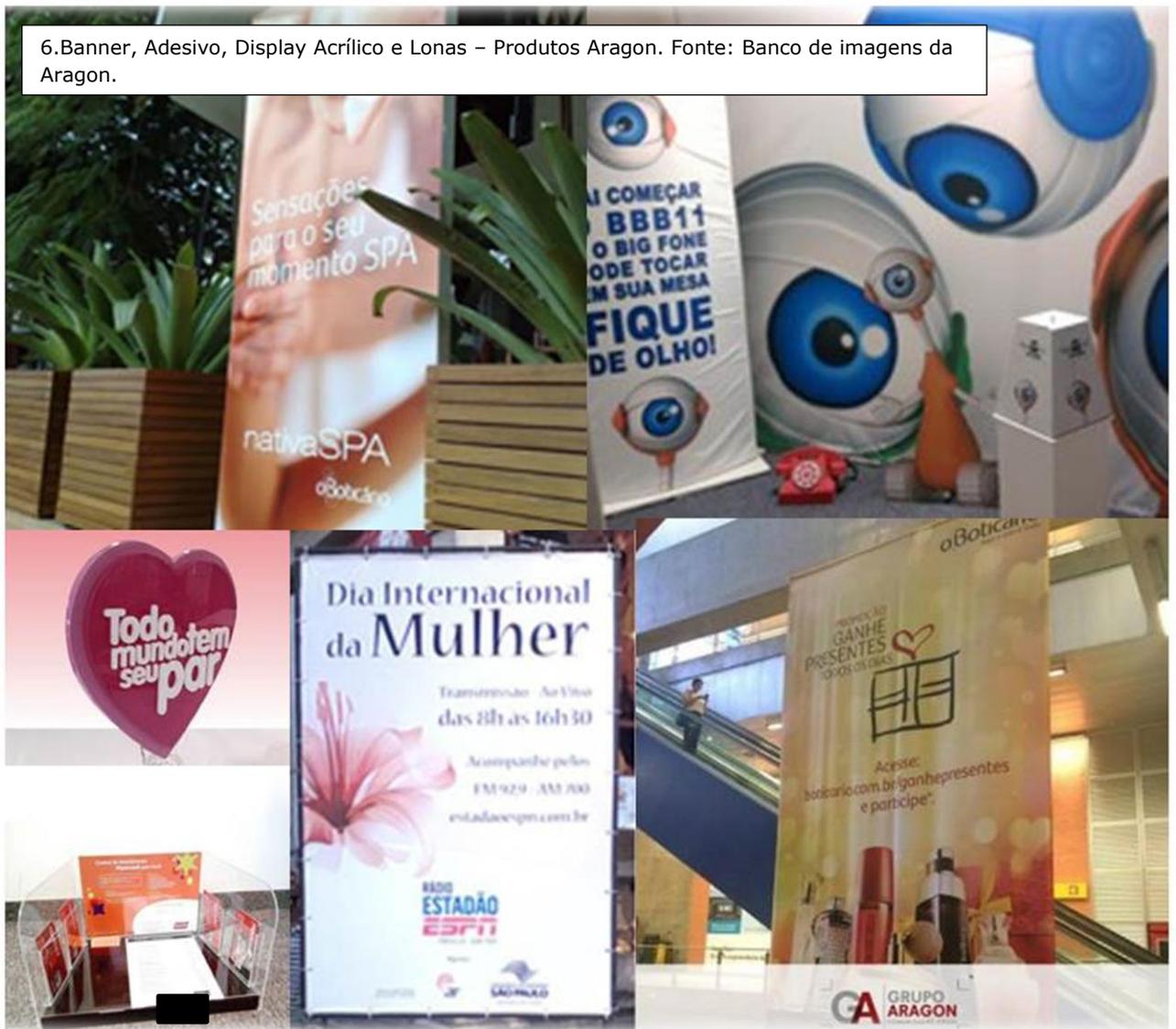
**Jaime:** *Depois do corte de funcionários e o atraso em algumas tarefas essenciais, tomamos rapidamente duas decisões: recontratar antigos funcionários, de acordo com as novas leis trabalhistas, e o remanejamento de funcionários já contratados, de acordo com a demanda.*

## | Finanças

### RR.: Quais atitudes foram tomadas após a reforma trabalhista?

**Jaime:** Nós passamos a contratar maior número de *freelancers*, funcionários com demanda por trabalho. Agora fazemos isso com bastante frequência graças a reforma trabalhista. Outro ponto é que ao invés de contratar CLT, começamos, há oito meses, a contratar como PJ, ou seja, o funcionário apresenta nota fiscal dos serviços prestados. ■

6. Banner, Adesivo, Display Acrílico e Lonas – Produtos Aragon. Fonte: Banco de imagens da Aragon.



## | Finanças

### Entrevista

por Diego Henrique Coelho

### **A INFLUÊNCIA DO CONTEXTO FINANCEIRO NA PEQUENA E MÉDIA EMPRESA.**

### **PROF. DR. BOLÍVAR GODINHO**

Em conversa com o Professor Doutor Bolívar Godinho, especialista em mercado financeiro pela Universidade Federal de São Paulo, conversou com a REPPENSE sobre como o contexto financeiro atual pode afetar o pequeno empresário.



7. Prof. Dr. Bolivar Godinho.  
Foto: Equipe REPPENSE.

## | Finanças



### **Revista REPPENSE: Quais são os principais índices do mercado financeiro que podem afetar o pequeno empresário?**

**Bolivar:** Os índices são muitos, mas de maneira geral podemos ter uma ideia do desempenho financeiro do país observando a trajetória de R\$100,00 investidos em alguns desses índices. O primeiro deles, em azul no gráfico, é o **Risco Brasil**. Esse índice impacta diretamente o pequeno empresário que deseja ou necessita captar recursos no exterior. Basicamente, quanto maior o risco Brasil maior é a taxa que o pequeno empresário irá pagar sobre esse recurso que captou ou deseja captar. Além disso, é um indicador para o investidor externo, em um cenário de incertezas, esse índice se eleva e em geral menor capital será investido. Podemos notar que, no início do ano, o índice se manteve relativamente estável. Porém, a proximidade das eleições fez com que o índice começasse a subir e oscilar muito no final de maio e início de junho, tendo picos em meados desse mesmo mês e no início de setembro, onde atinge seu valor mais alto. É um ambiente desfavorável para a tomada de decisões de empresários, que no geral esperam o período de eleições passarem para tomar atitudes. O **dólar**, em vermelho, e o índice **Ibovespa**, se comportam de maneira quase inversamente proporcional. Quando o dólar sobe o Ibovespa cai, e vice-versa. Em geral, o dólar subiu ao longo do ano, e o fez de maneira mais abrupta

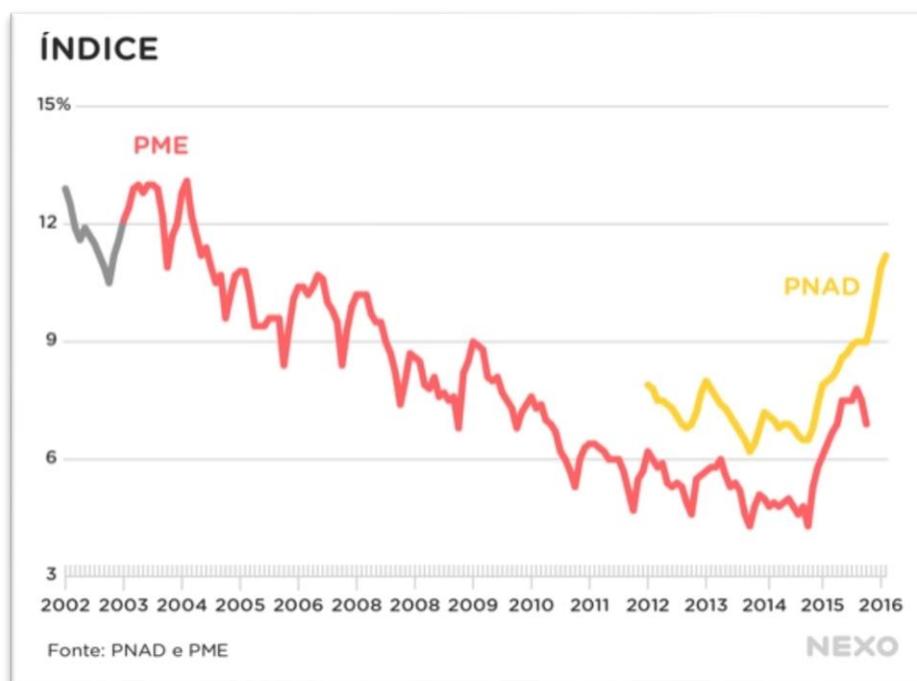
## | Finanças

no final de maio, início de junho e em setembro, chegando ao pico de R\$4,18 no dia quatorze de setembro de 2018. O Ibovespa teve quedas nestes mesmos períodos, chegando ao valor mais baixo de 70.609,00 no dia vinte e sete de junho de 2018. Para que se tenha uma ideia, depois dos resultados do primeiro turno, o Ibovespa subiu, chegando a 86.083,00 em oito de outubro de 2018. O dólar alto é negativo para o pequeno empresário porque muitos insumos importados para compor a sua produção tem seu valor ajustado na próxima negociação.

### **Histórico de índices que afetam o empresário**

Segundo o empresário Jaime Aragon, sua empresa crescia normalmente até começar a ser afetada pela crise em 2014. Esse fato está diretamente relacionado ao desempenho econômico do país ao longo dos governos Lula-Dilma, e podemos observar através de alguns índices o que afetou Aragon na prática.

#### *Desemprego*

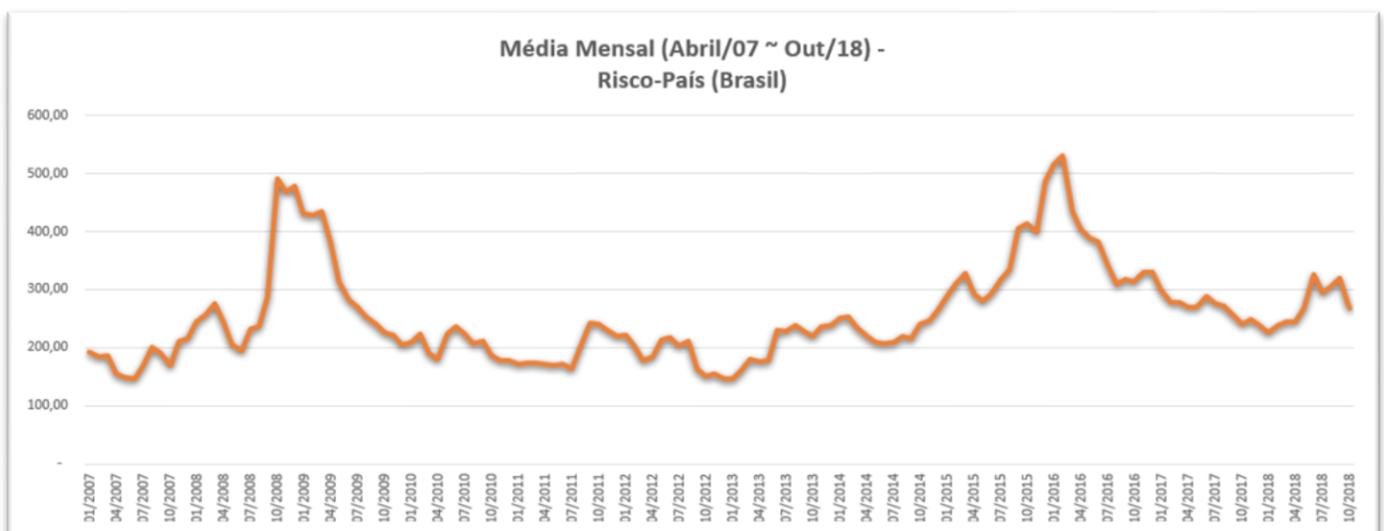


## | Finanças

O desemprego, que estava em queda desde 2002, começou a aumentar no final de 2014. O aumento do desemprego é um indício de mau desempenho econômico que afeta negativamente. O consumo e em geral é ruim para os empresários. O baixo consumo faz com que as empresas invistam menos em propaganda, e isso está diretamente relacionado às pequenas empresas como a *Aragon*, que teve queda nas vendas de produtos de comunicação visual.

O Produto Interno Bruto (PIB) é a soma de bens e produtos finais produzidos em uma economia. O desempenho do PIB estava em uma crescente desde 1995, se mantendo com a eleição do ex-presidente Lula em 2002. No período de 2008 a 2009 a economia parou de crescer, esse mesmo período coincide com o estouro da bolha imobiliária americana, que nos afetou pouco se comparado a muitos países, e foi apelidado pelo de “marolinha”. Em 2009 a economia volta a crescer até o final de 2014, quando entra em recessão.

Ao observar o Risco-Brasil em um corte temporal maior, é possível inferir que no final de 2014 ele começa a subir, chegando a patamares tão elevados quanto na crise de 2008, sendo que entre o final de 2009 e o início de 2014 o índice se manteve em patamares menores. A incerteza afeta diversas outras variáveis na economia. Quanto maior o risco-brasil, maior é o custo de crédito, e isso afeta negativamente variáveis importantes como os investimentos e a geração de emprego. De maneira geral, quanto maior o risco-Brasil, menor é a atividade econômica, o que afeta diretamente o pequeno e o médio empresário.



## | Finanças

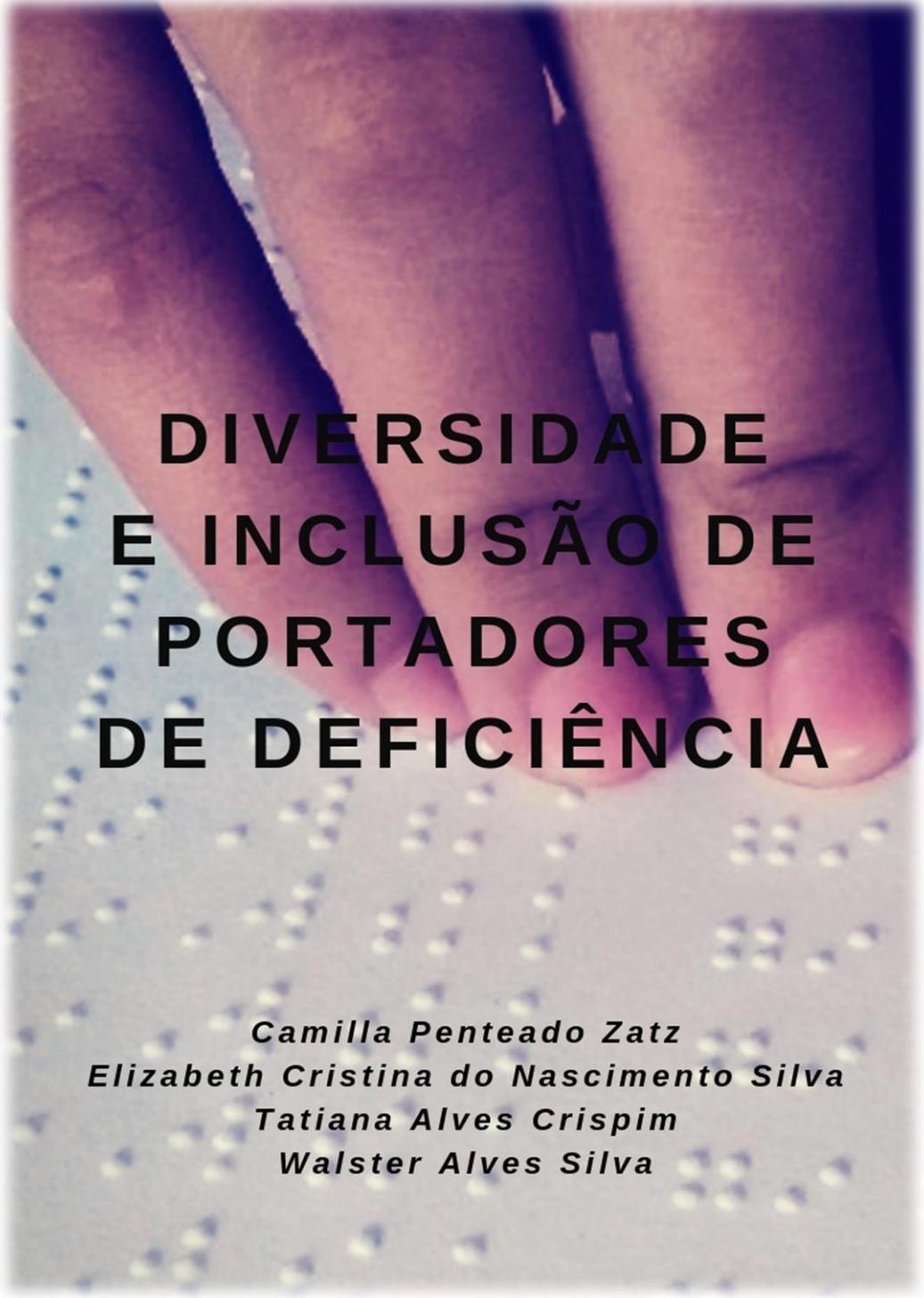
### A Relação Dólar x Ibovespa

É comum notarmos, nas mais diversas fontes, a correlação negativa entre o dólar e o índice Ibovespa, isto é, quando um sobe o outro cai.

A explicação para esse comportamento é que quando o dólar sobe o preço dos alimentos, do petróleo, do minério de ferro e outros são colocados para cima pelo próprio mercado. Isso gera inflação. Com a inflação mais alta, os juros também tendem a subir, reduzindo assim os possíveis investimentos.



Contudo, considerando um cenário mais estável, a explicação para essa correlação é simples: tudo se baseia na lei da oferta e da procura. Quanto mais dinheiro brasileiro é necessário, maior o seu valor. Quanto menos, menor o seu valor. O mesmo acontece com as ações. Se um investidor estrangeiro quer comprar ações, por exemplo, brasileiras, o preço das ações vai aumentar porque a demanda aumentou. E para comprá-las, ele vai precisar comprar dinheiro nacional, aumentando também a sua demanda em relação ao dólar, o que faz o preço do dólar cair. ■



**DIVERSIDADE  
E INCLUSÃO DE  
PORTADORES  
DE DEFICIÊNCIA**

*Camilla Penteado Zatz  
Elizabeth Cristina do Nascimento Silva  
Tatiana Alves Crispim  
Walster Alves Silva*

## |Sustentabilidade

### **DIVERSIDADE E INCLUSÃO DE PORTADORES DE DEFICIÊNCIA**

No dia três de dezembro é celebrado o Dia Internacional das Pessoas com Deficiência que tem como objetivo conscientizar a sociedade para a igualdade e oportunidade de trabalho a todos – direito garantido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH). Quanto a isso, o cenário brasileiro não é muito animador. De acordo com o Ministério do Trabalho, em levantamento, apenas 0,77% dos empregos formais são declarados como PCDs (Pessoas com Deficiência).

Em contrapartida, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que, em 2010, 29,3% da população brasileira declarou possuir algum tipo de deficiência – o que representa um total de 45 milhões de pessoas. Vale ressaltar que segundo a lei Nº 8.213, de 1991, empresas com 100 funcionários ou mais devem incluir de 2% a 5% dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiências habilitadas na seguinte proporção: até 200 empregados, 2%; de 201 a 500 empregados, 3%; de 501 a 1000 empregados, 4%; e de 1001 em diante, 5%. Caso descumprido, as empresas podem pagar multas que podem ultrapassar a casa dos 220 mil reais. De acordo com a Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH), em 2016, cerca de 81% dos recrutadores contratam pessoas com deficiência para se adequarem à justiça. De acordo com a pesquisa da ABRH 46% dos profissionais com deficiência possuem baixa qualificação profissional. Ainda, de acordo com o IBGE apenas 6,66% de deficientes possuem ensino superior completo, devido a falta de acessibilidade ainda presente nas universidades nos dias de hoje.

Embora tenham sido criadas escolas no Brasil para portadores de deficiência as pesquisas apontam que 17,67% possuem ensino médio incompleto e fundamental completo, 14,15% possuem ensino médio completo ou superior completo. Ao se tratar de deficientes sem instrução ou fundamental completo, as pesquisas apontam cerca 61,13%, ou seja, mais da metade ainda se encontra com baixa ou nenhuma escolaridade. A ABRH revela também que 65% dos gestores possuem resistência em entrevistar e/ou contratar pessoas com deficiência.

Através dos dados relatados pelas pesquisas sobre a inclusão de deficientes no mercado de trabalho, torna-se evidente que, embora existam leis com punições para o descumprimento da mesma, na prática, muitas empresas ainda não discutem o tema e não promovem um ambiente acessível e inclusivo para que deficientes possam trabalhar. Ou seja, embora estejamos em pleno século XXI ainda existem empresas que não investem na sustentabilidade e na integração social. Porém, em meio a estes cenários, existem empresas que estão muito à frente, se preocupando com a inclusão e a diversidade adotando medidas e tecnologias ou até mesmo as desenvolvendo, oferecendo

## | Sustentabilidade

estruturas adequadas para que a inclusão de pessoas portadoras de deficiências seja possível e permitindo, inclusive, a ascensão profissional. Esse é o caso da *Accenture* Brasil, que promove diversas ações inclusive debates internos sobre inclusão e diversidade. Devido a este posicionamento, a empresa foi uma das 15 empresas nacionais a receberem o prêmio “Reconhecimento Global – Boas Práticas para Trabalhadores com Deficiência” na sede das Nações Unidas, em Nova York, promovido pela Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo. Tal premiação tem o intuito de destacar empresas por suas ações inclusivas de profissionais que possuem alguma deficiência. Especialistas em estratégias empresariais, consultoria, serviços digitais, de tecnologia e operações, atende mais de  $\frac{3}{4}$  das empresas da Fortune Global 500, atua em mais 40 indústrias e possui clientes em mais de 120 países. A empresa ainda foi incluída por 16 vezes seguidas na lista das “Empresas Mais Admiradas do Mundo” da Fortune. Aderiu, em outubro de 2016 no Brasil, o Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência, da Rede Empresarial de Inclusão Social, que busca reunir e mobilizar empresas de todo o Brasil para promover a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, a fim de criar um ambiente acessível a estes. Tal documento tem chancela da OIT (Organização Internacional do Trabalho) e avalia o interesse das empresas em relação ao tema.

Em 2007, criou o programa Sem Barreiras, a fim de demonstrar o compromisso de proporcionar oportunidades iguais para as



1. Equipamento adaptado. Fonte: Banco de imagens *Accenture*.

## |Sustentabilidade

peças com deficiência e demonstrar que a deficiência não é um fator limitante no local de trabalho. Esse projeto já foi prestigiado no Brasil, com os seguintes títulos e participações: "Destaque em Gestão de Pessoas", 1º lugar no II Prêmio "Melhores Empresas Para Trabalhadores com Deficiência" e 3º lugar na edição seguinte, participação na 1ª edição do Reconhecimento Global "Boas Práticas para Trabalhadores com deficiência" e o Selo Paulista de Diversidade pelo estado de São Paulo, na Categoria Pleno.



2. Deficiente auditivo. Fonte: Banco de imagens Accenture.

Nos países em que opera, a *Accenture* tem o compromisso com a diversidade, de forma que todos os seus funcionários se sintam parte da empresa. Com o mesmo padrão, 2.300 pessoas se caracterizam com alguma deficiência, sendo 4,5% da força de trabalho da empresa. A companhia entende que, para oferecer aos clientes o melhor serviço, não se deve haver barreiras para os talentos da empresa e a acessibilidade beneficia a todos na organização. Por este motivo, o ambiente é altamente inclusivo,

com diversos equipamentos para dar suporte às PCDs em todos os países onde está presente. Além disso, a Cia. pretende aderir às Diretrizes de Acessibilidade ao Conteúdo da *Web* (WCAG) publicados pelo *World Wide Web*

Com *sortium* (W3C), que explicam como tornar o conteúdo da web mais acessível para pessoas com deficiências.

Ainda, os usuários que visitam o *site* da *Accenture* usufruem de uma experiência diferente da maioria dos demais, como transcrições e *podcasts* especiais para pessoas com deficiência auditiva, textos que possibilitam à pessoa com deficiência visual a identificação e a

## |Sustentabilidade

interação com as imagens presentes no *site*. Com esse esforço, é garantido que todos os serviços e dispositivos da empresa estejam em conformidade com os padrões de acessibilidade globais.

A empresa também desenvolve soluções visando auxiliar a pessoa com deficiência, como a assistência via *smartfone Dristhi*, uma solução que conta com inteligência artificial para portadores de deficiência visual total ou parcial, aumentando a produtividade no local de trabalho e melhorando a interação com o mundo ao seu redor. A tecnologia realiza reconhecimento de imagem seguido de processamento de linguagem natural para descrever o ambiente. A solução é

apenas uma parte do foco da empresa na *Tech4Good*, que tem como objetivo melhorar a maneira como o mundo vive e resolver os problemas sociais.



3. José Antonio da Silva. Fonte: Banco de imagens *Accenture*.

A *Accenture*, com seus diversos programas de inclusão, possui em seu quadro de funcionários PCDs altamente capacitados, como, por exemplo, o Mineirinho José Antônio da Silva, portador de deficiência visual que atualmente auxilia na frente da gestão de pessoas da empresa. Nascido no interior de Minas Gerais. Cresceu pegando diariamente um ônibus com destino a Belo Horizonte para concluir o primeiro grau. Depois, rumou para São Paulo já focado em cursos na área de Computação.

## |Sustentabilidade

Com um currículo impecável, José Antônio é um administrador de empresas com experiência de nada menos do que 30 anos na área de Tecnologia de Informação (TI). Além disso, gosta de pesquisar assuntos relativos à sustentabilidade e área fiscal. Durante sua trajetória profissional, José passou por todos os níveis de hierarquia corporativa em sua área, de estagiário a líder de projeto.

Este funcionário registra passagens por empresas como Sadia e até pelo setor público, trabalhou na Secretaria da Fazenda de seis estados da Federação. Vale ressaltar que a cegueira total nunca serviu de obstáculo para seu talento, pois através do uso de *softwares* e *hardwares*, o seu acesso às informações digitalizadas com um sintetizador de voz para se comunicar com a estação de trabalho e uma impressora *braille* para ler o material mais extenso, José desempenha suas rotinas diárias.

Em entrevista à REPPENSE, José relata toda sua história profissional, de superação, desde os desafios do ingresso no ensino superior, até o momento presente.

## ENTREVISTA A história de superação de José Antonio da Silva

por Elizabeth Cristina do Nascimento Silva

### **Revista REPPENSE: Quais obstáculos você identificou no ingresso ao ensino superior?**

**José Antônio da Silva:** *a falta de material adaptado, livros, infraestrutura e profissionais treinados. Eu fiz a faculdade anotando todas as matérias em braille, fiz as provas pelo processo oral. Não pude contar com a boa vontade de alguns professores, inclusive um deles chegou a dizer que não podia tirar minhas dúvidas para não interromper a aula dos demais alunos. Eu tirei dez na matéria dele e dispensei qualquer ajuda dele depois do ocorrido.*

### **RR: Como foi o seu processo de inserção no mercado de trabalho?**

**JAS:** Fiz meu curso de Programação de Computador em São Paulo em 1976. Fiquei um ano em Belo Horizonte procurando emprego, sem conseguir nada. Depois, voltei para cá em Janeiro de 1978, para um teste no CTI onde não passei, mas decidi entrar numa fábrica de

## | Sustentabilidade

gelatina da Sadia, onde consegui uma transição para a área de informática e trabalhei na área por 29 anos.

### **RR: Qual o seu papel no recrutamento de pessoas com deficiência na empresa?**

**JAS:** *Faço suporte e acompanhamento a todas as pessoas com deficiência que trabalham na empresa em todos os escritórios do Brasil. Providencio acesso no prédio dos escritórios e nos aplicativos para eles. Também participo de eventos externos, a fim de trazer boas práticas para o processo de inclusão na nossa empresa. Gostaria de ressaltar que eu não trabalho no recrutamento, só atuo depois que o PcD já é funcionário da empresa.*

### **RR: Você encontra alguma dificuldade nessas contratações? Quais?**

**JAS:** *O recrutamento tem dificuldade de encontrar deficientes capacitados para as funções desafiadoras de uma empresa que oferece serviços de tecnologia de ponta e que têm que dar respostas rápidas para todos os problemas dos seus clientes no tempo certo. Para minimizar esse problema, ministramos treinamentos aos novos contratados, a fim de prepará-los para a função que eles vão desenvolver.*

### **RR: O que foi fundamental no seu processo de ascensão profissional?**

**JAS:** *A receptividade dos executivos das empresas onde trabalhei que orientaram todos os setores da administração para prover recursos e treinamentos para que eu pudesse encarar e vencer todos os meus desafios, contando sempre com a minha vontade de fazer sempre bem tudo o que eles pediam. Nunca neguei meus sacrifícios para atingir minhas metas e conseguir realizar minhas entregas, o que deu condições aos meus líderes de me darem desafios cada vez mais altos. Assim é que eu comecei como programador. Fui instrutor, analista, coordenador de equipes, líder de projetos e consultor, tudo isso em áreas de importância como controle de estoques, administração de materiais, administração da produção, integração da contabilidade, composição e decomposição de produtos, planejamento tributário e outros. Representei a TI da Sadia no projeto da Nota Fiscal Eletrônica e SPED durante um ano, junto à Receita Federal, Secretaria de Fazenda de 6 estados e 19 empresas piloto desse projeto, definindo as regras de negócio que*

## |Sustentabilidade

*atendiam bem ao meu cliente nas áreas de tecnologia, contabilidade e tributária.*

### **RR: Como a empresa pode contribuir para ajudar na ascensão profissional de pessoas com deficiência?**

**JS:** *Investindo nos seus profissionais tanto com quanto sem deficiência. Além disso, promovendo a integração dos PcD nas equipes como membros capazes de agregar valor, mas que requerem algumas adaptações para permitir que eles sejam produtivos dentro dos seus limites, como acontece com todas as pessoas. É importante pensar que a diversidade nos permite descobrir algumas particularidades até daqueles que não têm nenhuma deficiência e que podem contribuir muito mais se tivermos uma gestão adequada a eles.*

### **RR: Quais os principais projetos da Accenture no que se refere a inclusão de pessoas com deficiência na empresa?**

**JS:** *Hoje temos vários projetos que entenderam bem essa ideia. Posso citar como exemplo: a Tim, a Vale, a Oi, a Petrobrás, o Itaú, entre outros. Estes requerem um alto nível de atendimento aos seus usuários. Temos até exemplos de deficientes que criaram novos recursos de inteligência para melhorar a performance de seus clientes. ■*

### **Prêmio: as melhores empresas para trabalhadores com deficiência**

Além da *Accenture*, há também outras empresas que merecem destaque com sua atenção para com a inclusão de portadores de deficiência. O tema destaca-se dentro das organizações que levam a criação ou adoção de programas para que o objetivo de inclusão seja completamente alcançado.

Visando reconhecer publicamente essas empresas, a Secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo, criou o Prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência, que atualmente se encontra em sua IV edição realizada em 7 de julho de 2018. Os vencedores foram premiados nas categorias "Grandes Empresas", "Micro, Médias e Pequenas Empresas".

## |Sustentabilidade

**1º lugar:** O programa de diversidade e inclusão “*HP Able*” tem oferecido aos colaboradores com deficiência da empresa um ambiente livre de barreiras em todas as suas unidades. Foi lançado em 2004 e



4. Logotipo HP. Fonte: Site HP.

o programa visa trazer a inclusão para todas as áreas da empresa. A *HP*, dessa forma, demonstra que não quer apenas se adequar à lei, mas quer servir de modelo para outras empresas. A empresa dispõe de *softwares* especiais para deficientes auditivos e visuais, além de rampas e as demais adequações para cadeirantes como identificações em *braille*, banheiros especiais, etc.

**2º lugar:** O *McDonald's* selecionou 47 funcionários PCD para trabalharem na totalidade de serviços em uma nova unidade na rua Augusta, São Paulo. Foram selecionados colaboradores que já atuaram na empresa em diversas partes do país. Com isso, a empresa mostrará que a deficiência não é uma barreira para o perfeito convívio social e que estas pessoas possuem capacidades



5. McDonald's. Fonte: [www.pessoacomdeficiencia.gov](http://www.pessoacomdeficiencia.gov).

incríveis e que devem ser exploradas indiferentemente de qualquer outra pessoa. A localização servirá de vitrine, uma vez que o endereço é um dos locais mais movimentados do Brasil. Esta causa é muito importante e traz à sociedade uma grande reflexão sobre o

tema, que ainda é discutido com muito preconceito. Esta é uma verdadeira política de inclusão partida da própria empresa e que com certeza servirá de exemplo para outras companhias.

**3º lugar:** Em 2018, o SENAC-SP alcança o segundo lugar no ranking de Melhores Empresas Para Trabalhadores com Deficiência, distribuído pela secretaria de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo, em parceria com o Centro de Tecnologia e Inclusão. O prêmio, que tem como objetivo dar visibilidade às boas práticas é distribuído no Museu da Casa Brasileira, em São Paulo. O SENAC já é referência em inclusão. Há três anos está entre os três primeiros, pois a inclusão de pessoas com deficiência na equipe de trabalho é realidade.

## |Sustentabilidade

**Empreendedores portadores de deficiência também foram premiados na quarta edição do prêmio.**

### **1º lugar: Jéssica Pereira da Silva – Bellatucci Café**

Jéssica Pereira, nascida com síndrome de *Down*, abriu o *Bellatucci Café*. O estabelecimento é localizado na região do Cambuci, em São Paulo. Jéssica, amante nata, relata que na infância passava a tarde na cozinha ajudando a mãe com algumas receitas. O Café também conta com outros funcionários que também nasceram com a mesma síndrome e abre o seu espaço para que outras pessoas na mesma condição exponham a sua arte.



6. Café Bellatucci. Fotos de Zanone Fraissat/Folhapress.

### **2º lugar: Claudio Roberto Tavares – Deficiente Online**

O *Deficiente Online* é um *site* exclusivo para candidatos com deficiência ou reabilitados que tem como finalidade adequá-los ao mercado de trabalho. Idealizado pelo empreendedor Claudio Roberto, que também é portador de deficiência física congênita, o sistema possui um banco de dados com 63 mil candidatos deficientes cadastrados e cerca de 1.300 empresas atendidas.



7. Logotipo. Fonte: site Deficiente *on line*.

### **3º lugar: Paulo Martins – Chaveiro Martins**

Paulo Martins portador de deficiência auditiva se qualificou através de um curso de Chaveiro em São Paulo, se identificou com a profissão e fundou o Chaveiro Martins. Funcionando a mais de um ano o Chaveiro Martins está localizado em Hortolândia, interior do estado de São Paulo. Paulo é elogiado pelo seu trabalho e recebe *feedbacks* positivos de seus clientes.

| Inovação



# O IMPACTO DA INOVAÇÃO TECNOLOGICA NO MUNDO DOS NEGOCIOS

Como as novas e inovadoras  
tecnologias, aliadas ao  
empreendedorismo, estão  
ditando os rumos do mercado

Jade Ribeiro Souza  
Larissa Moura de Moraes  
Luiz Paulo de Barcelos  
Milena Silva Durso Ribeiro  
Ravanna Cristyna Vieira Sobrinho

## | Inovação

# O IMPACTO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

**Como as novas e inovadoras tecnologias, aliadas ao empreendedorismo, estão ditando os rumos do mercado.**

Uma das variáveis fundamentais à gestão empresarial e ao processo de tomada de decisão é a definição de uma solução tecnológica adequada. Independente do grau de complexidade dos negócios, sistemas e processos envolvidos, a tecnologia é o principal agente de mudanças no mundo moderno. É através do mesmo que empresas e negócios são criados, a indústria é transformada, a eficiência atinge maiores patamares e os limites são expandidos.

A sociedade mundial, atualmente orientada para o presente e futuro em constante processo de mudança, exige agilidade do mercado. Processos desatualizam-se cada vez mais rápido, negócios, ideias e produtos tornam-se obsoletos rapidamente. Estes, quando não conectados a mesma velocidade da informação e da tecnologia, tornam-se ultrapassados e comuns.

Internacionalmente, define-se como empresa inovadora, aquela que tem 30% de seu faturamento advindo de produtos ou serviços lançados há menos de cinco anos. São organizações que vivem em constante processo de reinvenção e incentivam a constante geração de ideias que promovem resultados visando atender cada vez melhor as necessidades do consumidor. Mais do que um modismo de gestão, a inovação deve sustentar-se como um modelo que alia oportunidades de negócios à velocidade de implantação e competência das soluções em TI. E deve possuir a mesma importância que a qualidade do produto/serviço que será o diferencial para garantir a sua sobrevivência, o seu crescimento ou a sua perpetuação no mercado.

É necessário ainda salientar, o quanto a inovação não deve ser encarada como um projeto, mas sim como atividade natural da empresa. Quando assim o for, o processo de geração de ideias dar-se-á de maneira natural e constante, com maiores chances de sucesso do que quando realizado apenas em momentos de crise. Um exemplo de empresa que prega este princípio é a 3M. Sua história de inovação é constante e teve origem no início do século 20. Com uma linha de mais de 50 mil produtos, muitos deles líderes mundiais em diversos mercados, a 3M sustenta seus pilares em inovações tecnológicas e é ainda



1. Logotipo. Fonte: Site 3M.

## |Inovação

considerada visionária mesmo depois de mais de um século de história.

Vivemos um ciclo transitório entre o uso de processos administrativos e operacionais convencionalmente manuais e ostensivos em tecnologia, desde a robotização nas operações à administração dos negócios. Novas tecnologias são fundamentais para dar sustentação a este processo. Da tecnologia da informação e automação comercial, passando pelos sistemas eletrônicos de transações fiscais, pelos sistemas de *e-commerce* para vendas *on-line* ou aplicativos, gestão de relacionamento/fidelização, a tecnologia influencia diretamente todas as áreas da administração e operação. Recursos tecnológicos podem fazer a diferença entre prosperar ou perecer num cenário cada vez mais competitivo.

Processos, produtos e pessoas. Esses são os três elementos que podem diferenciar negócios, independente do ramo e que podem resultar em ganhos de competitividade.

No mercado automobilístico, conhecido por seu modelo estratégico tradicional e eficaz para muitas companhias, a *Tesla Motors* optou por uma estratégia diferente. Seu compromisso é com o alto nível de inovação incorporado aos seus veículos quando comparado a seus rivais e o conceito de "aprender por fazer", no qual a produtividade aumenta através da prática, inovação contínua e auto perfeição. A companhia acredita que um carro não deve ser vendido através da rede de revendedores locais, por isso criou um sistema chamado de vendas diretas, onde comercializa os seus produtos pela *internet*. Em sua visão, a fase de decisão ocorre antes da visita dos consumidores as tradicionais lojas de revenda de carro, quando o cliente potencial pesquisa suas preferências.

Os investimentos em marketing são otimizados pela abordagem não convencional utilizada para atrair clientes potenciais. Aproveita a mídia espontânea e a imprensa, e faz dos seus lançamentos grandes eventos. Fomenta o valor de sua marca a partir de ideias novas capazes de impactar a vida e o cotidiano da sociedade. Não há um departamento de marketing dentro dos escritórios. A organização confia no marketing boca a boca como o melhor anúncio, uma vez que um comprador satisfeito compartilha os seus pensamentos com os seus colegas.

A *Tesla* pode ser considerada como visionária no mundo dos negócios, uma vez que se destaca de maneira única na forma como conduz as suas atividades (principalmente por fazer parte de um setor conservador da economia). Dentre o setor de veículos elétricos

## | Inovação

O seu sucesso é resultado do seu modelo de negócio inovador e exclusivo, que comercializa mais do que um simples produto automobilístico. A empresa cria uma experiência única para os seus consumidores devido à orientação precisa do consumidor; a operação de capital extraordinário (negócios inovadores exigem investimentos constantes); gerenciamento de ativos leves (a empresa não criou ativos fixos em grande escala, mas focou sua produção utilizando recursos de outras empresas, através da terceirização ou *leasing*). À *Tesla* cabe apenas a produção da bateria e da tecnologia do motor elétrico. Seu modelo baseia-se no luxo, na experiência de condução e no *design* do carro, considerados primordiais, enquanto a variedade de modelos não é tão importante.

*Elon Musk, CEO da Tesla, enxerga além e vai na contramão do que se imagina que uma empresa líder em um setor pratique no mercado. Mantém seu código fonte aberto, ou seja, permite que sua tecnologia possa ser implementada e compartilhada, uma forma de propiciar o crescimento do setor e acabar com a dependência global de combustíveis fósseis. O talento humano pode ser considerado estratégico para os propósitos da empresa. A sua força de trabalho é compartilhada entre outras criações de Musk e o fluxo de conhecimento é constante. A mesma aplica inovação tanto nos seus produtos quanto no processo para produzi-lo e faz de sua tecnologia, peça fundamental de sua filosofia e corpo de negócio.*

*As startups vieram para ficar e estão transformando a vida dos brasileiros e do mundo. Com soluções empreendedoras e contemporâneas, trazem soluções mais eficazes e alteram o cotidiano. A *Winnow*, uma empresa de Londres criada em 2013, oferece um serviço que envolve *hardware* e *software* objetivando a redução do desperdício de alimentos em cozinhas com produção em larga escala.*



2. Logotipo. Fonte: Site da Winnow.

## | Inovação

Através de uma balança instalada embaixo de uma lixeira na cozinha onde os alimentos são descartados (via *bluetooth* conectada a um *tablet*), previamente configurada com os pesos dos alimentos utilizados no estabelecimento (inclusive com

o preço/kg) faz com que os cozinheiros, instantaneamente, identifiquem aquilo que está sendo descartado. No fim de cada dia, semana e mês, eles recebem um relatório com as informações coletadas.

Dados divulgados pela empresa mostram que em média, empreendimentos que utilizam o serviço de "balança inteligente", conseguem reduzir o desperdício de seus alimentos pela metade em um ano, chegando algumas vezes a uma redução de 70%. O que provoca também um corte na ordem de 3% a 8% dos valores de custo com a produção, graças à gestão inteligente empregada. Resultado, no último ano a empresa recebeu um investimento na faixa de £ 5.6 milhões.

No Brasil, grupos varejistas também estão na corrida para inovar seu segmento. O Grupo Pão de Açúcar resolveu criar um laboratório que promove palestras, treinamentos e, em breve, apresentações de *startups* que podem influenciar o grupo. A Via Varejo aposta numa loja modelo aberta em São Paulo para testar suas novidades. Há câmeras que reconhecem as emoções dos clientes, etiquetas virtuais de preço e até óculos de realidade virtual,

que exibem detalhes de móveis que não cabem na loja.



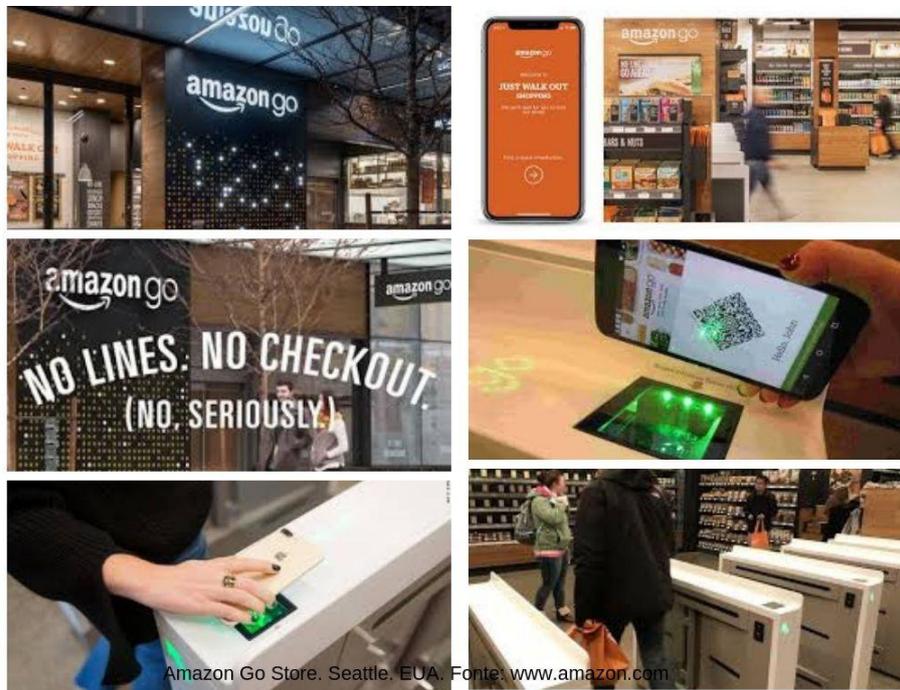
3. Imagem ilustrativa. Fonte: Banco de imagens *free* da internet.

Nos EUA, a *Amazon Go*, aberta em janeiro em *Seattle*, não há *checkout* - cada produto que sai da prateleira é identificado por câmeras. Quando o cliente deixa a loja, o valor é cobrado automaticamente no seu cartão de crédito.

## | Inovação

Contudo, não basta querer inovar, é preciso lucrar e crescer. Contrapondo as empresas citadas, percebe-se que atingir este objetivo fica mais fácil. É necessário enxergar quanto o futuro vem do futuro. Reprisar o que vem sendo feito, o que tem sido melhorado, não nos levará ao propósito. Para proporcionar uma competitividade ainda maior, políticas e ideias que ainda não existem precisam ser inventadas neste mundo cada vez mais globalizado.

Todas as mudanças e ganhos de produtividade/qualidade administrativa e operacional, crescem exponencialmente acompanhando as novidades que a tecnologia vem proporcionando aos agentes envolvidos na cadeia de negócios.



Colaboradores, fornecedores e clientes estão diariamente, qualificando-se para promover as mudanças dos paradigmas necessários nesta transformação. No entanto, para que este processo se concretize efetivamente de forma crescente, fluída e contínua dentro de uma organização, é necessário que a inovação e a tecnologia façam parte da raiz da estrutura e da cultura.

Mais do que aderir às novas ferramentas ou mecanismos, as empresas necessitam agregar aos seus princípios e valores, o exercício de inovar e de se reinventar como modelo de gestão.

Organizações que não acompanharem os anseios de uma sociedade que evolui constantemente, não conseguirão destaque num oceano que é o mercado e estarão fora do jogo onde a tecnologia e inovação ditam as regras.

## | Inovação

### CASE DE INOVAÇÃO

ENGENHARIA  
E INOVAÇÃO

**WILLIAM  
DA SILVA  
SOUZA**



5. Willian da Silva Souza: Banco de Imagens do entrevistado.

## | Inovação

Engenheiro mecânico com ampla experiência em projetos de engenharia, na área de óleo e gás, sobretudo no segmento de fabricação de grandes estruturas no qual o mesmo permanece atuando nos últimos 12 anos, a inovação faz-se necessária e indispensável.

Conta que nosso país está iniciando a exploração de campos profundos e com maiores dificuldades técnicas, o pré-sal.

Devido a isso, os parâmetros de prospecção e exploração, que antes eram padronizados, passaram a ser novamente analisados, tendo em vista a existência de

certa irregularidade nas características das reservas exploradas como: pressão, potencial de vazão, temperatura, profundidade, etc. Dessa forma, afirma que a inovação no ramo de projetos de óleo e gás é calcada no levantamento das condições geofísicas de uma reserva, seguido do encaminhamento destes parâmetros para empresas especialistas, que farão a comparação destes, com a disponibilidade técnica de equipamentos aptos a trabalhar nas condições propostas.

Aponta inovações tecnológicas amplamente utilizadas por quem trabalha nesse meio. Uma delas é a conversão de cascos, utilizada vastamente pela *Petrobrás*. Trata-se da conversão de grandes cascos de navios cargueiros em plantas de produção *offshore*. A tecnologia de fabricação de Estruturas Modulares, utilizada em uma planta de petróleo, por questão de custo, prazo e



6. Plataforma: Banco de Imagens do entrevistado.

## | Inovação

estrutura física para içamento, pode ser construída a partir de módulos e após a sua finalização são integrados, onde os módulos são dispostos lado a lado, interligados e testados.

A implantação de *softwares* de gerenciamento e de engenharia, a revisão de métodos, as determinações de novos rumos para as atividades, são determinadas e estabelecidas pela alta administração do projeto. E embora possa não parecer, em um projeto de fabricação de grandes estruturas que dura anos, é comum a variação no rumo do andamento das atividades, devido aos vários fatores externos como intempéries, problemas de transportes, entre outros.

Tais fatores geram uma cadeia de consequências que precisam ser gerenciadas e ter as suas consequências negativas mitigadas, para a obtenção dos resultados esperados inicialmente relativos ao custo, ao prazo, ao escopo e etc. Para lidar com esses contratempos, um gestor na área de óleo e gás deve possuir como característica principal e indispensável, a capacidade de inovar e de disseminar informações.

William conclui, *“Um gestor da área de óleo e gás que se mantém estagnado tem grandes chances de não chegar ao final do projeto. Por outro lado, a adaptabilidade deste, pode colocá-lo numa condição de ponta no gerenciamento das respectivas execuções. Ademais, é preciso ter em mente que o gestor é o grande agente de mudanças em um projeto, precisando estar atento e motivado para que possa disseminar as suas propostas e trazer o seu time para assumir as mesmas metas e objetivos.”*

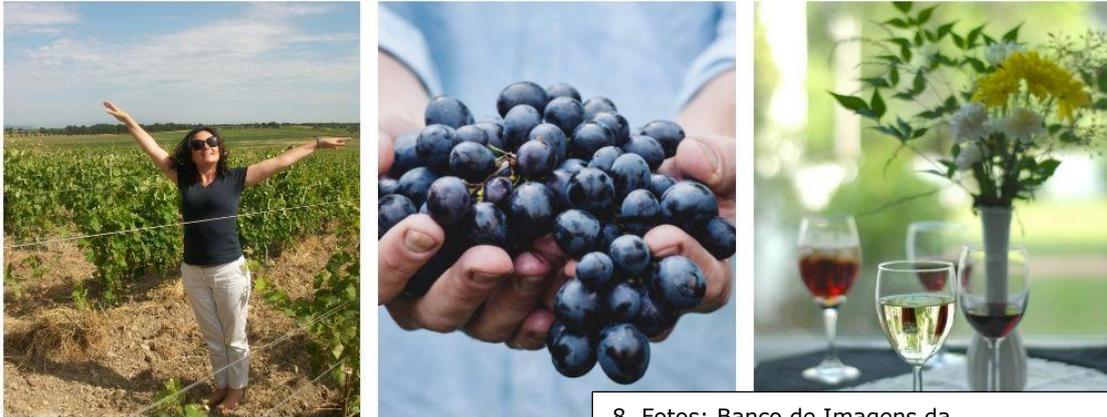


7. Plataforma: Banco de Imagens do

WILLIAN AFIRMA QUE “ATUAR CONFORME UM PROCEDIMENTO INSTITUÍDO NÃO SE CONFIGURA NECESSARIAMENTE EM ALGO NOVO. DESSA FORMA, O QUE SE ESPERA DE UMA GRANDE EMPRESA DE CONSTRUÇÃO OFFSHORE É A CAPACIDADE DE INOVAR E ADEQUAR-SE EM TODAS AS EVENTUAIS E POSSÍVEIS CONDIÇÕES, SEJA REVISANDO PROCEDIMENTOS, INFORMANDO E INSTRUINDO ACERCA DELES, PADRONIZANDO, GARANTINDO QUALIDADE E VALIDANDO CADA ETAPA DAS ATIVIDADES.”

## | Inovação

### CASE DE INOVAÇÃO



8. Fotos: Banco de Imagens da

KARINA DE O. NOÇAIS

## RECRIANDO O CONVENCIONAL

Professora de francês pela PUC-SP, empresária, *Sommelier* pela ABS e pela *Wine Senses* compartilhou com a equipe da revista Reppense as suas experiências.

A *Ligare* é uma consultoria que trabalha com a língua francesa, principalmente com aulas de francês para brasileiros e o português para os estrangeiros. Também trabalha com viagens enogastronômicas, com assessoria comercial para uma vinícola de *Graves*, em *Bordeaux*, na França, com uma marca de vinhos brasileiros fabricados por franceses.

No começo, Karina recém-formada em letras na PUC-SP, pensou em uma escola de idiomas que teria aulas de todos os idiomas, por isso um nome em latim que significa ligação. O objetivo seria desvendar os problemas linguísticos que a comunicação entre as culturas apresentam. Com o passar do tempo o foco na língua que ela se especializou foi inevitável.

Atualmente a *Ligare* tem como carro chefe as aulas

## | Inovação

na residência, no trabalho ou até em um café. A inovação trouxe maior necessidade de aprendizado, e as pessoas precisam aperfeiçoar a administração do seu tempo. Assim, a aula vai até o cliente e não o contrário.

Segundo a empresária, as novas tecnologias trouxeram uma velocidade maior para as mudanças nas áreas em que ela atua. Assim, o uso dos meios tecnológicos tornou-se primordial para se manter atualizado e comunicar-se internacionalmente, visto que a linguagem é algo vivo, que muda o tempo todo. Uma regra gramatical, uma expressão idiomática, uma palavra que era usada, hoje está obsoleta e com a *internet* podemos entender o processo que acontece naturalmente.

“Além do estudo, podemos usar a tecnologia como meio para uma aula. Atualmente temos alunos dentro e fora de São Paulo, que estudam por meio do aplicativo Skype. Pelo aplicativo *Whatsapp* é possível a comunicação em tempo real em qualquer parte do mundo. O *Youtube* também é uma ferramenta que possibilita a propagação de nossas aulas vídeos, aulas gravar onde o curioso pode se informar sempre que precisar”.



9. Sala de aula. Fonte: Banco de Imagens da entrevistada.

estudo, tecnologia uma aula. temos alunos, São Paulo, que meio do aplicativo possível a tempo real em do mundo. O é uma possibilita a nossas posso gravar onde o aluno pode se

Ressalta que aplicativos e tradutores *online* podem dar a impressão que ficou mais fácil aprender um idioma e realmente está mais acessível, mas sem a prática, essa informação pode se perder. É preciso ficar atento e checar a confiabilidade da informação disponibilizada para não adotar informações ou conceitos errados. “*Informação não necessariamente é cultura, ela precisa estar baseada em fatos e vivências*”.

Segundo ela, o vinho ainda é considerado, em algumas partes do mundo, uma bebida elitizada e de momentos especiais, por isso é uma bebida cara e rara. Com a tecnologia e a informação esse comportamento vem mudando e colocando o vinho em no seu devido lugar, que nada mais do que ser consumido em todos os momentos.

## | Inovação

Conta que no processo antigo de fabricação do vinho, após a sua fermentação seguia para ser envelhecido em barris de carvalho. Esse processo onerava os custos e dificultava o transporte. Atualmente, algumas vinícolas preferem acolher, o vinho em tonéis de aço inoxidável que reduz o risco de oxidação evitando toda e qualquer influência no sabor e no aroma.

Com a informação mais globalizada países como o Brasil, o Chile, a Argentina, entre outros, chamados de novo mundo, começaram a produzir vinhos de muita qualidade e

consequentemente o preço e o acesso ficaram mais fáceis. Atualmente não é só a Europa que fabrica vinhos emblemáticos, mas podemos tomar vinhos em quase todos os lugares



10. Bistrô em Graves, Bordeaux, França. Fonte: Banco de Imagens da entrevistada.

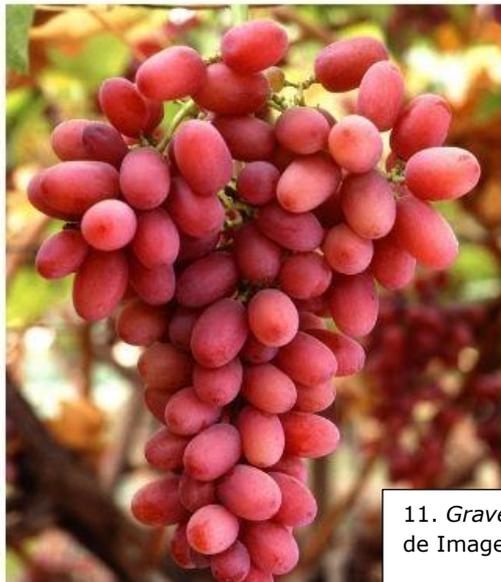
do mundo com a mesma qualidade que os vinhos reconhecidos na França e na Itália.

Acredita que, após a revolução digital temos a possibilidade de expandir os benefícios como *sites* e aplicativos que ajudam o consumidor leigo a entender e a comprar vinhos de todos os valores e para todas as ocasiões. Um tinto mais encorpado para os jantares ou um espumante para tomar na piscina, na praia ou simplesmente degustar algo incrível assistindo a um filme. *"Posso dizer que estamos no melhor momento do mundo com toda essa informação e facilidade que temos em nossa palma da mão. Tomamos o melhor vinho, viajamos mais confortáveis e podemos estudar sobre o que quisermos. O vinho que tomamos hoje é o melhor que pode ser feito até hoje. Amanhã ele pode ser melhorado, é só esperar a próxima revolução."*

## | Inovação

Karina conclui com a seguinte reflexão: *“A tecnologia nos traz a ponta do iceberg, faz com que sejamos mais curiosos e nos traz uma poderosa arma contra a ignorância, mas não podemos nos contentar com essa base, precisamos nos preparar para saber e conhecer sobre novos assuntos mais do que nunca. Não podemos deixar de vivenciar as experiências em loco e nem deixar de pesquisar em fontes confiáveis e tradicionais e entender todo o processo da mensagem”.*

**“O VINHO NÃO PRECISA SER CARO, NÃO PRECISA SER SÓ QUANDO UM FILHO NASCE, NEM SÓ QUANDO CASAMOS OU QUANDO COMEMORAMOS UMA CONQUISTA, COMO DIRIA NAPOLEÃO BONAPARTE: ‘NA VITÓRIA, VOCÊ O MERECE; NA DERROTA, VOCÊ PRECISA DELE’. HOJE EM DIA A TECNOLOGIA TROUXE A POSSIBILIDADE DE SABER SOBRE UM VINHO QUE ESTÁ SENDO PRODUZIDO DO OUTRO LADO DO MUNDO E QUANTO ELE REALMENTE CUSTA”.**



11. Graves, Bordeaux, França. Fonte: Banco de Imagens da entrevistada.

## | Inovação

### ARTIGO

#### O SIGNIFICADO DE INOVAÇÃO NO MERCADO

Inovação significa pegar aquilo que foi inventado e transformar em dinheiro, ou seja, não apenas criar por criar, mas criar algo novo, produto ou serviço que as pessoas aceitem e tenham vontade e desejo por ele. Isso é inovar.

Existem níveis de

Inovação, a principal é a disruptiva: a inovação mundial que chegou na humanidade, que faz com que ela mude o raciocínio e



12. Inovação. Imagem ilustrativa.  
Fonte: Banco de imagens free da internet.

visão, como os telefones celulares.

O problema da humanidade sempre foi a chave de criação. Desde 1970, as empresas tentavam uma maneira de se comunicar melhor, antigamente as pessoas precisavam estar em casa para receber uma ligação. Atualmente, com os *smartphones*, as ligações são possíveis independentemente de onde você esteja, é a célula. Não apenas a célula tecnológica, mas a célula das pessoas, individual. Cada um tem o seu e a troca faz a comunicação. Foi a evolução de várias coisas descobertas, como o controle de rádio frequência, dispositivos integrados, transmissões e componentes. O ponto chave foi a transformação de todas essas tecnologias no telefone celular.

A inovação é o fator chave de diferenciação em meio à concorrência. Desde multinacionais até profissionais autônomos,

## | Inovação

negócios é sair à frente da concorrência, ser um destaque. Inovação é uma coisa que vai se conectando, que vai evoluindo em uma invariabilidade cada vez maior. Cada serviço vai se ajustando com as necessidades das pessoas, criando solução. Entretanto, os empreendedores inovadores correm riscos, apostam em coisas que podem dar certo, mas se as pessoas não entenderem essa inovação, não adianta. Às vezes a ideia é tão inovadora, que causa estranheza. Pelos níveis de inovação são geradas hierarquias tanto de empresas, quanto de consumidores. Consumidores que desejam uma inovação imediata e têm consumidores que vão absorvendo a inovação aos poucos. A inovação é uma escolha.



13. APP Taxi. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

**Além da  
inovação  
do  
produto,  
existe a  
inovação  
da  
gestão**

N  
a gestão,  
você faz  
os  
processos  
da  
empresa  
diferente

e muda o jeito de fazer negócio. Antigamente para utilizar um táxi, era necessário ligar na central, a central se comunicava com o táxi mais próximo por rádio e depois dessa comunicação, o táxi ia para a residência do cliente. Atualmente, com os aplicativos de táxi, tudo ficou mais fácil, as pessoas acionam os motoristas e eles já sabem onde elas estão. Elas podem saber quem é a pessoa que vai transportá-las, o nome do motorista e qual avaliação do público atendido pelo serviço. Isso foi uma inovação na gestão, também tem a interferência do aplicativo, mas foi uma mudança no processo. Você elimina etapas, como o intermediário da central, que tinha custos, um espaço físico e funcionários a mais. Atualmente isso migrou para mais inovação no sistema, que gera mais retorno e não como intermediário. Além disso, esse serviço inovador mudou a cultura, a maneira de usar o serviço. Anos atrás eram raras as ocasiões em que as pessoas pegavam táxi, atualmente já está vinculado ao hábito da rotina, pois é muito vantajoso.

## | Inovação

Outra inovação de gestão são os aplicativos de bancos, a comodidade de não precisar ir para uma agência.

Poucas pessoas utilizam as agências físicas, as poucas que utilizam é por algum tipo de problema, como falta de informação, falta de habilidade com tecnologia ou algum empecilho que apenas pode ser resolvido fisicamente.



14. APPs Bancos. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

### Tendências e ferramentas de inovação

Na área de tecnologia, as tendências são mais visíveis, como o mercado dos aplicativos. Esse mercado atinge de forma individual, muda o comportamento das pessoas, cria-se um ditado: “*diz-me os seus aplicativos que eu te direi quem tu és*”, cada pessoa tem sua própria lista de aplicativos e esse fenômeno faz o perfil de cada um. O tipo de música, esporte e atividade personalizada. Essa cultura caracteriza as pessoas e é necessário mecanismos identificáveis. Por exemplo, quais são os tipos de pessoas que mais se identificam com um negócio específico. No caso de eventos, como festas e baladas são diretamente ligados com aplicativos de relacionamento no celular, para assim impulsionar a rentabilidade dos lucros com auxílio da inovação tecnológica. Essa teia e esse conjunto de dados fazem a diferença e esses dados manipuláveis são uma tendência.

A tendência da inteligência artificial também tem ganhado espaço, como funcionalidades de companhias aéreas que a partir de uma foto da mala é possível identificar em qual lugar ela será compactada no avião, de acordo com seu tamanho.

O *chatbot* é uma tendência na gestão da comunicação, consiste em um programa que simula a conversa humana em um *chat*.

Esse mecanismo automatiza tarefas burocráticas e promove uma agilidade nos processos.

O fenômeno do *gamification*,



15. Gamification. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

## | Inovação

a transformação da vida em jogo, tem sido cada vez mais uma tendência de inovação nas organizações. É usado em processos seletivos, a cada etapa o candidato ganha pontos e colocações até a contratação.



16. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens *free* da Internet.

Caso não seja contratado, é possível saber em qual colocação do jogo ficou. Outra área de *gamification* é no ato de aprender um novo idioma, forçando a constância do estudante pelo ganho de pontos.

Entretanto, é impossível ditar uma tendência de inovação unitária, pois a inovação é criada conforme um problema, uma adaptação de acordo com a situação, de acordo com o país em que será implementada, da cultura das pessoas e pode ser de qualquer segmento.

Outros segmentos que também não são óbvios, como indústrias de alimentos desenvolvendo novos sabores, novos ingredientes e formatos de produtos. Assim como grandes construções com ferramentas pesadas,



17. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens *free* da Internet.

pilastras evoluídas, mais finas e com mais resistência. A própria engenharia genética, no Brasil existe muitas pragas na agricultura, um exemplo nesse âmbito é a criação de variedade de sojas mais



18. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens *free* da Internet.

resistentes à praga, mostra uma inovação na base, na plantação, na matéria prima que é necessária para outras indústrias.

## | Inovação

### **Por fim, a inovação é um processo**

Na antiguidade, as pessoas saíram das trevas com a criação da lâmpada por *Thomas Edson*, foi uma inovação, significou o aumento do dia. Atualmente,



19.Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

Atualmente, a energia é básica, vital, “*acabou a força, acabou a vida*”. A inovação não é uma carta que você tira do bolso, requer conhecimento, pesquisa, a busca por um objetivo da humanidade, relacionamento, além de conhecer

os problemas das pessoas para serem solucionados. E com todo esse projeto chega a um método que gera a inovação.

### ***Durval Lucas dos Santos Junior***



*Professor Adjunto do Departamento de Administração da Escola Paulista de Política, Economia e Negócios da Universidade Federal de São Paulo (EPPEN-UNIFESP)*  
*Doutor em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP). ■*

| Gestão



# STARTUP BELEAF: O CASO DE GESTÃO DE SUCESSO

plant based  
marmitta congelada  
prática e saudável

Breno Hugo Santos Graciano  
Heloísa Mangini  
Letícia Macedo dos Santos  
Lucas Pereira Alves

## | Gestão

### Entrevista

## STARTUP BELEAF: O CASO DE GESTÃO DE SUCESSO

por Heloisa Mangini

A *Startup Beleaf*, foi fundada por Jônatas Mesquita, Fernando Bardusco e Fábio Biasi (formandos de 2015 no curso de Administração do Campus Osasco - EPPEN).

A empresa se destaca no segmento "*Plant-Based*", isto é, alimento de origem vegetal, sob a forma mais natural, não refinada e minimamente processada possível, apresentando uma filosofia de vida na qual o consumidor se conecta ao planeta e ainda colhe os benefícios em sua vida: saúde e bem-estar de forma sustentável. O alimento passa por poucas alterações após a sua colheita, por essa razão torna-se mais saudável e ecologicamente correto.

Mesmo diante de um baixo investimento, com conhecimento técnico os sócios fizeram de seu negócio um diferencial reconhecido pelo mercado. Confira o depoimento de Jônatas que descreve a trajetória de sucesso para a REPPENSE em entrevista concedida em São Paulo no dia 25 de setembro de 2018.



Foto: Fábio Biasi, Jônatas Mesquita e Fernando Bardusco. Sócios Proprietários da Beleaf. Fonte: Banco de imagens da *Beleaf*.

## Gestão

### RR: Como surgiu a Beleaf?

**Jônatas:** *Eu, o Fernando e o Fábio (os sócios) fomos aprovados na EPPEN em 2011 para cursar administração. Eu trabalhava desde 2013 com Marketing Digital, como freelancer, e era assim que eu fazia dinheiro. O Fernando era comercial de uma empresa de logística, ele fazia a logística para e-commerce chegando a atender empresas como: Dafiti, Kanui, Tricae, Westwing e uma série de outras grandes. Já o Fábio era Analista de Crédito no Bradesco.*

*No final de 2015 (final do ano) estávamos um pouco insatisfeitos com o mercado de trabalho e queríamos criar uma empresa grande e que tivesse impacto no modo geral. O Fernando tinha acabado de viajar para Chicago, e por modelo parecido com Ele trouxe porque aqui o food service ainda era rudimentar. esse mercado começando a crescer. Mas havia muitas uma ou duas*



2. Fábio Biase, Jônatas Mesquita e Fernando Bardusco. Fonte: Banco de imagens da Beleaf.

*do ano de curso), nós com o pouco trabalho e criar uma nossa, algo gerasse positivo, de Fernando de viajar para lá, ele viu um negócio o nosso atual. essa ideia, no Brasil, o online de saudáveis muito Agora que está borbulhar e a em 2015 não opções, tinha empresas que*

*traziam um pouco do conceito. Ao trabalhar o modelo de negócio, percebemos que atendia aos nossos propósitos, e ainda, permitiria que a gente empreendesse. Investimos trinta mil reais e demoramos seis meses com os planejamentos, como: questões estruturais, operações, contador e toda a burocracia para a abertura de empresa. O desenvolvimento da marca foi elaborado por uma agência de amigos nossos, onde conseguimos um duplo benefício: forte parceria e um preço muito bom. Por fim, definimos o cardápio. Iniciamos em novembro de 2015 e por volta de abril de 2016 já estávamos bem estruturados. No dia 11 de abril de 2016, fizemos as primeiras vendas e foi quando nós realmente*

## | Gestão

abrimos para o público. E foi mais ou menos assim que surgiu nossa empresa, esse foi o nosso início.

**RR: Quais são os desafios que vocês enfrentaram quando entraram no mercado de marmitas?**

**Jônatas:** Não tivemos, necessariamente, desafios para entrar no mercado, porque principalmente o mercado de e-commerce é um mercado que existe zero barreira para o início da atividade. Começamos majoritariamente no e-commerce, porque bastava ter um site, e fomos aprimorando para que ele atingisse as pessoas. As maiores dificuldades

que nós enfrentamos foram:

primeiro ninguém cozinhava, logo, precisávamos que uma pessoa que cozinhasse; depois precisávamos de uma cozinha industrial para atender a demanda. Conforme as vendas foram crescendo,

geramos um pouco de caixa com as vendas e daí partimos para uma cozinha industrial. Esbarramos um pouco com a falta de expertise. Questões relacionadas à logística e produção foram ficando mais complexas à medida que o negócio foi evoluindo.

Analisando a logística para fornecer nossos produtos, ainda dependemos muito de transporte de rua, e como os nossos produtos são congelados há um custo maior. Somado a questão do forte trânsito na capital. Então começamos a discutir: como podemos contornar esta situação?

45 Não pensamos nessas dificuldades no começo, e novos questionamentos fizeram com que evoluíssemos a Beleaf.



3. Marmitas. Fonte: Arquivo de imagens da Beleaf.

## | Gestão

*Passamos a refletir, e nos concentramos em resolver alguns pontos cruciais do negócio, como: adequar a necessidade do cliente de praticidade no nosso produto, que é uma marmitinha de comida saudável congelada, para que a pessoa tenha praticidade na hora de comer.*

*Sobre a praticidade; ela tem que estar presente não só na área de comer, mas no processo como um todo. Na compra; entrar no site; receber; pagar; e consumir. O plano é que o serviço de delivery juntamente com o plano de assinatura auxiliem na fidelização do cliente.*

*No começo entregávamos apenas aos domingos, porque é o dia que tem menos trânsito. Achamos um entregador, que não era exclusivamente nosso, mas conseguimos que ele entregasse apenas as marmitas Beleaf aos domingos. Então no começo essas foram as maiores dificuldades.*

### **RR: Qual é o diferencial da Beleaf? O que a diferencia das empresas do mesmo ramo?**

**Jônatas:** *É bastante interessante essa questão de diferencial, porque a gente tem uma série de players que estão começando a brilhar nesse mercado e a competir com a gente, só que o nosso modelo de negócio, é um pouco diferenciado e o produto também. Estamos no mercado de e-commerce de comida congelada vegana. E-commerce de comida congelada é o mercado, só que o nosso diferencial é que somos 100% vegan, então somos 100% vegetal. Hoje com o crescimento desse mercado, praticamente todas as empresas do ramo têm a opção vegana ou vegetariana, mas o nosso cardápio é exclusivamente vegano, ou seja, sem nenhum tipo de proteína animal.*

*Nosso modelo também é um diferencial porque busca trazer facilidade e opção para o cliente, que pode fazer uma compra pontual com algum produto ou pode fazer um dos pacotes que nós temos ou ainda, pode fazer uma assinatura.*



4. Marmitas. Fonte: Banco de imagens da Beleaf.

### **RR: Como funciona o plano de assinatura da Beleaf?**

**Jônatas:** *Na assinatura, o cliente pode escolher receber o que ele quiser, na quantidade mínima de três opções por semana.*

## | Gestão

*Então, por exemplo, se você quiser fazer uma assinatura de 3 por semana, é só acessar, escolher os pratos da primeira semana, outro diferencial também: toda semana trocamos o cardápio, então ele é rotativo. Então você entra e escolhe os primeiros para a primeira semana, faz a assinatura, fecha no checkout, e aí na semana que vem você acessa para escolher os outros três novos e se você não escolher nós enviamos uma seleção da quantidade de pratos que tem na sua assinatura. Se você pediu três, mandamos três pratos que escolhemos para você, caso você não escolha. Esses são alguns diferenciais.*

*Outro diferencial é a questão de dar preferência para insumos orgânicos. Na verdade, nós damos preferência ao insumo orgânico, mas nem sempre é possível utilizá-lo. Isso acontece porque a cadeia de orgânicos, aqui no Brasil, ainda é muito rudimentar, então só quem produz orgânicos são os pequenos produtores que, na maioria das vezes, não possui estrutura e planejamento como o grande produtor. A*

*existe  
pequeno  
planta e  
sabe*



*dificuldade  
porque o  
produtor só  
vende, não*

5. Anúncio. Fonte: Banco de imagens da Beleaf.

*necessariamente a safra, quando vai poder entregar, quanto vai vender, como o grande produtor.*

*Além disso, existe a dificuldade em fidelizar produtores orgânicos, tem alguns que são mais regulares, por exemplo: a gente tem um negócio onde todo cogumelo usado é orgânico, porque o nosso produtor de cogumelos orgânicos já é bem estruturado, ele sabe o quanto produz e sempre entrega. Só que tem alguns produtos que você não acha, por exemplo, alguns grãos que são muito difíceis de achar orgânico ou ainda, são muito caros e se estourar o custo do produto e não dá para adotar também. Mas a gente dá essa preferência, sempre que possível.*

### **RR: Quais canais são atendidos?**

**Jônatas:** *Estamos entrando numa estratégia multicanal e eu posso falar um pouco para você sobre ela. Além de continuar no canal de e-commerce, abriremos na primeira quinzena de outubro, exclusivamente pela Rappi, o delivery quente. Outro canal que pretendemos entrar até o final do ano é o varejo, é a fase final,*

## | Gestão

vamos para mercados. A ideia é iniciarmos no varejo Premium primeiro, como os empórios Santa Luzia e Santa Márcia e depois queremos escalabilizar - desenvolver o processo para o atendimento de altas demandas.

Está no planejamento também abrir novos centros de distribuição em outras cidades e estado. Acredito que o próximo lugar seja o Rio de Janeiro. Mas não é uma nova sede, só um centro de distribuição mesmo, sem uma sala marca, sem cheia de cara e



6. Marmitas. Fonte: Banco de imagens da Beleaf.

congeladores, a ideia é produzir em São Paulo e levar para lá. Lá só teria uma pessoa para administrar as entregas, rotas e motoboys.

**RR: Então, a produção se concentra apenas em São Paulo?**

**Jônatas:** Sim, porque temos a cozinha central aqui. E lá fica só um Centro de Distribuição. E a compra pelo site.

**RR: Qual é validade da marmita Beleaf?**

**Jônatas:** Ela tem o shelf-life de 3 meses congelada. Então ela sairia daqui congelada, entraria num carro com refrigeração, seguindo direto para o freezer no destino. Isso demora um dia, para tirar daqui e levar lá. Nesse caso, como estamos com a produção adiantada, podemos ter simultaneamente os mesmo pratos aqui em São Paulo e no Rio de Janeiro.

## | Gestão

**RR: As embalagens das marmitas Beleaf estão sendo repaginadas. Qual é a razão?** \*ele mostrou as embalagens antigas (VeganJá) e falou das novas\*

**Jônatas:** *Como pensamos na expansão de portfólio, as embalagens da comida no online sempre serão essas que utilizamos atualmente. Elas têm um ponto muito positivo: são biodegradáveis, uma grande parte delas, aproximadamente 90%, porque são de papel cartão, então é celulose basicamente. Ela tem um filme de PVC que é só por dentro que impermeabiliza para a comida não vazar e/ou molhar a embalagem. A embalagem do on line vai ser essa. A do varejo será envolvida por uma caixa, com a tampa diferente, para a pessoa tirar a tampa, colocar no forno e poder comer nela mesmo. E aí depois ela pode jogar fora. A praticidade é boa, porque a pessoa nem suja a louça dela. Ou seja, vai ter uma caixa por fora e as caixinhas por dentro. Eu acho que é muita caixa, mas é uma exigência para ser comercializada no varejo.*

**RR: Vocês abriram a empresa para investidores. Como ocorreu essa mudança? Vocês foram atrás deles ou eles de vocês?**

**Jônatas:** *Isso foi muito interessante, nós estamos aqui no escritório da Rise, que é a Venture Builder, eles estão conosco nesse processo porque são um pessoal de consultoria e um banco de investimentos que trabalhou muito tempo nesse mercado.*

*O que eles fazem: buscam negócios que tenham impacto socioambiental positivo e que tenha retorno financeiro também para plugar pessoa, inteligência de processos, gestão da empresa e atrair capital também, a partir de capital. Como nos encontramos foi muito inusitado, nem a gente estava buscando-os e nem eles estavam buscando a gente. Obviamente o trabalho deles é prospectar esse tipo de empresas e quando nos conhecemos, estávamos buscando uma cozinha para comprar. Porque trabalhamos muito tempo num lugar que era um co-work de cozinha. Alugávamos a cozinha industrial por diária. Ficamos lá durante um tempo e na procura de uma cozinha para comprar. O Pedro, que é o fundador da Rise Ventures, tinha uma cozinha industrial para vender, ele encontrou o Fernando para ver a cotação da cozinha e começou a negociação, foi quando eles conversaram sobre os negócios. E aí ficamos namorando durante 6 meses, porque o processo de admissão é um pouco longo, eles fazem um diagnóstico da empresa, das pessoas, dos processos, áreas e tudo mais. Depois de fechar sociedade com eles, eles fazem captação de recursos com investidores de fora, que podem ser pessoas físicas.*

## | Gestão

*Quando recebemos a primeira rodada de captação, a gente captou 733 mil reais no primeiro ano de 3 pessoas físicas, três investidores. Estamos fazendo uma segunda rodada por crowd para captar R\$ 1.440.000,00. E conversamos com fundos de investimentos também, só que aí dependendo do fundo eles podem investir em uma série de cotas, tem vários tamanhos de investimentos. Tem investimento semente, que é de 200 a 500 mil reais, e tem outros vários tipos de investimentos.*

**RR: Qual a principal meta a ser alcançada nos próximos anos com o capital de investidores?**

**Jônatas:** *Quando começamos o projeto com a Rise, fizemos o business Plan do negócio inteiro, com a ideia de projetar quanto temos de perspectiva de crescimento de acordo com as premissas de entrada de cada canal que queremos. Projetamos isso para uma primeira rodada de investimento, na qual a empresa precisava de 1.440.000,00 reais para crescer durante esses primeiros 5 anos. Só que obviamente o plano é muito diferente da realidade. A gente projeta uma coisa e aí acontece muita coisa boa e muita coisa ruim desde a projeção do plano. Mas falando em questão de faturamento, é assim: começamos a captar em 2018, a primeira rodada fechamos no primeiro semestre. A segunda rodada, pretendemos fechar até o final de outubro. E a partir daí, com R\$ 1.440.000,00 no capital na empresa, trabalharemos durante 5 anos e em 2022 fecharemos com faturamento de R\$7.980.000,00.*

**RR: O que caracteriza o modelo de gestão da Beleaf? e quais foram os avanços após a parceria com a Rise Ventures?**

**Jônatas:** *No começo, a gestão era muito rudimentar.*

*Trabalhávamos por aptidão, obviedade. Eu atuava, e ainda atuo, com Marketing Digital, confeccionando o site e as ações de publicidade online, sendo o único que não trocou de área. Mas basicamente temos 3 cores: Gestão geral, envolvendo a parte financeira, pessoas, etc.*



7. Imagem ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

*Vendas, com marketing e e-commerce, por exemplo. E a produção das comidas com todas as etapas pertinentes ao processo como: compras e gestão de fornecedores. De um modo geral, toda empresa que produz, precisa também vender. Nesse sentido, fico com a questão de marketing e vendas enquanto o*



8. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

*Fernando, por ser um cara muito ativo, atuava na resolução de problemas, atuando em diversas áreas. Para resolver as buchas, ele fazia. E o Fábio, no começo, ficou com o financeiro e compras. A gente ia com o carro do Fernando no pátio do Pari e enchia o carro de cenoura, deixando-o todo rebaixado com brócolis saindo pela janela. Nossa, era horrível!*

*A nossa chefe de cozinha era quem demandava. A gente tentava fazer umas contas por alto, mas errava tudo, sobrando ou às vezes faltando comida. Tinha que sair correndo no mercado para comprar mais porque tinha acabado e não ia dar para continuar a produção. Era complicadíssimo. Hoje em dia, com a entrada da Rise, a nossa gestão melhorou, pois eles são especialistas nessa área, principalmente na questão financeira. Atualmente somos uma empresa pequena com gestão de empresa grande, principalmente pelo fato de eles terem trazido para a gente a ideia de uma reunião de governança quinzenal.*

*Durante o Business Plan para chegarmos até 2022 com 7,8 milhões de faturamento, definimos que a empresa terá uma série de pilares e cada um precisará evoluir para chegar ao objetivo. Obviamente há uma prioridade de execução. Nessa gestão de governança observamos o status de todos os projetos e áreas (a minha área pode estar tocando 3 projetos, a área de compras pode estar com 2, etc) e em seguida se reúne para apurar o resultado financeiro da empresa, os desempenhos da última quinzena, a projeção de caixa, projeção de vendas, etc. Vemos também os status de todos esses projetos no tocante ao andamento e toma decisões importantes em conjunto. Isso gera uma cultura de comprometimento com o resultado, porque todo mundo está ali, focado em ver o que está acontecendo de fato na empresa. Isso evita que o negócio "degringole", a ponto de um dia nos perguntarmos "Nossa, o que aconteceu? Como aconteceu isso?!".*

45

*Por exemplo, aprendemos muito com a Rise a respeito do recrutamento, que é uma coisa essencial. Recrutar pessoas que sejam capacitadas e que sejam boas para fazer aquele trabalho e que*

## | Gestão

*também tenham congruência com a cultura da empresa. Pois somos uma empresa de cultura forte. Então você precisa ter pessoas que se adequam com essa cultura. Isso faz toda diferença também.*

*Então somos nós e os departamentos. Departamento de Marketing, que somos eu, uma colaboradora que está me ajudando e mais um estagiário de marketing que eu vou contratar agora (vou até divulgar na EPPEN). Departamento de Produção, cozinha e compras. Cada departamento tem as suas reuniões para se organizarem, se alinharem principalmente de maneira tática a respeito de como vai ser os próximos dias, etc. Hoje estamos mais organizados. Ainda há muito para onde crescer, principalmente porque os departamentos são muito enxutos, então com pouca gente comunicação é bem mais fluida. Acredito que na maneira em que fomos crescendo, teremos muito mais desafios, mas hoje está bem legal assim.*

**RR: Como é feita a retenção e prospecção de clientes? Existe algum plano de marketing?**

**Jônatas:**

*Trabalhamos mais ou menos nesta forma: como*

*estamos abrindo outros canais de comunicação agora, a gente tem uma estratégia de marketing de e-commerce padrão. Padrão que eu digo é uma estratégia relativamente boa. Como que se geralmente trabalha marketing digital: Através de uma estratégia chamada "Jornada do Consumidor", você já deve ter ouvido falar disso. Isso quer dizer que o consumidor tem vários estágios de relacionamento com a marca. São eles: o estágio de Descoberta; quando ele ainda não conhece sua marca. Estágio da Consideração; momento no qual ele conhece a marca e está considerando entre ela e outras, ou entre seu produto e outro, ou tipo de serviço e outros tipos de serviço, que podem ajudar ele em alguma questão específica. Estágio da Decisão; no qual o consumidor vai tomar a decisão de compra dele. E por último, estágio da Retenção; onde o consumidor já comprou o seu produto e você vai trabalhar para que ele continue comprando e se fidelize.*



9. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

## | Gestão

*Obviamente isso é um funil, então para o estágio de descoberta você tem mais gente, na consideração há um pouquinho menos, na decisão menos ainda e na retenção têm-se poucas ou uma pessoa. Então, você vai perdendo gente. Estratégia de funil ou. Funnel Marketing. E para cada uma dessas etapas, existe uma estratégia específica, guiada por perguntas do tipo: "Como vou fazer para que a minha empresa seja descoberta por outras pessoas?" ou então "Como fazer com que as pessoas que já conhecem vejam benefícios na Beleaf que eles não vêem no concorrente?". No estágio de consideração, por exemplo, nos questionamos: Qual benefício da Beleaf será*

*apresentado para que as pessoas considerem o uso da empresa ao invés de comer no restaurante ou de comer comida congelada, por exemplo. Já no estágio da decisão, questiona-se o que fazer para que o cliente decida entrar no site e realizar uma*



10. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

*comprar na hora. E para os meus clientes, a pergunta seria "O que farei para encantar esse cara, fazendo com que ele compre mais vezes e se fidelize de verdade?". Esses são tipos de perguntas que a gente tem que se fazer no momento de criar as estratégias. Na realidade, dá para fazer uma série de perguntas para você, para outras pessoas, pesquisa em cliente, etc. E você terá para cada etapa um tipo de mensagem ou palavra chave. São coisas que você tem que usar na comunicação, naquele momento específico. E aí, o que você faz? Já tem isso, pega isso e distribui entre canais, etc. Por exemplo, eu tenho o Google. É um canal para e-commerce, óbvio, uma vez que as pessoas pesquisam nele. E aí se questiona que tipo de palavra chave eu vou usar na descoberta, que tipo de palavra*

## | Gestão

*chave eu vou usar na consideração e na decisão ou então, qual conjunto de palavra melhor se adequa a cada rede social, etc. O bom do marketing digital é que dá para você fazer isso muito bem-feitinho, diferentemente do Marketing normal, em que você não tem o menor controle. Você coloca um outdoor e reza.*



11. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

**RR: Sua formação acadêmica contribuiu para seu propósito de vida virasse um negócio com impacto na vida de outras pessoas?**

**Jônatas:** *A formação acadêmica ajudou, porque obviamente nós 3 fizemos administração de empresas e aprendemos uma série de fundamentos que precisávamos para gerenciar com eficiência uma empresa. Refleti sobre o que fazer com a minha formação acadêmica e conhecimento adquirido. Trabalhar em algo adequado às minhas crenças e aos meus valores pessoais. Eu poderia usar a minha*



12. Foto ilustrativa. Fonte: Banco de Imagens free da Internet.

*formação montando um negócio sem nenhuma consciência social e ambiental, impactando negativamente no meio. Poderia focar apenas na lucratividade e em ganhar dinheiro ou ainda, aproveitar a minha formação acadêmica e criar um modelo de negócio que eu acredito que vai fazer o bem. Eu escolhi a segunda opção.*

**RR: Como você enxerga a Beleaf no futuro?**

**Jônatas:** *O nosso objetivo é desenvolver e solidificar todos os departamentos da Beleaf e deixar os processos consolidados. Deixar tudo pronto para que o trabalho seja feito sem a nossa presença física. Ampliar o alcance geográfico para que a empresa esteja presente no Brasil inteiro. Não temos plano internacional ainda, o foco está na ampliação da rede de distribuição no varejo em São Paulo, seguido da cobertura regional e de oito capitais, as mais expressivas em vendas. ■*

| Empreendedorismo



**EVENTOS E  
TENDÊNCIAS PARA  
EMPREENDEDORES  
E A STARTUP  
RAPPI:  
O MAIS NOVO  
UNICÓRNIO DA  
AMÉRICA DO SUL.**

*Guilherme Staliano  
João Pedro Moreira  
Théo Huppés Monteiro  
Vitor Teixeira Fiorante*

## | Empreendedorismo

### **EVENTOS E TENDÊNCIAS PARA EMPREENDEDORES**

O empreendedorismo é um fenômeno ligado à criação de um negócio, que envolve inovação e riscos, com o objetivo de explorar uma oportunidade. Com a forte retração econômica no Brasil nos últimos anos, o índice de desemprego tem aumentado, fazendo com que as pessoas, com a necessidade de ter uma fonte de renda, optem por abrir negócios próprios, o que gera um crescimento no número de novos empreendedores. No ano de 2017, uma pesquisa feita pelo Boa Vista SCPC apontou que houve um crescimento de 13,6% no número de empresas no Brasil<sup>4</sup>. Estudos feitos pelo Sebrae<sup>5</sup> mostram que há, atualmente, no Brasil, cerca de 48 milhões de empreendedores, sendo que aproximadamente 16 milhões têm entre 18 e 34 anos. Entretanto, começar um negócio novo nem sempre é simples, principalmente para pessoas com pouca ou nenhuma experiência e há diversos desafios que o empreendedor precisa superar. Para superar esses desafios é necessário ter noções de diversas áreas, dentre elas, ter conhecimento de gestão de pessoas, gestão financeira, inovação, marketing, e diversas outras. O estudo do Sebrae realizado em 2016 mostra que 1 em cada 4 empresas registradas no CNPJ fecha antes de completar 2 anos no mercado. Dentre as causas da mortalidade das empresas, podemos citar as atuais políticas públicas e a carga tributária, forças incontornáveis do ambiente de negócios. Outras possíveis causas para que o negócio não prossiga e que podem ser controladas pelos empreendedores são: o planejamento, ou seja, a pessoa não soube se organizar e estudar alternativas para os desafios; a capacitação, pois nem sempre o gestor tem pleno conhecimento das habilidades necessárias para manter um negócio próprio ou não conseguiu adquiri-los da melhor forma; a gestão, que pela falta de conhecimento ou por displicência, não foi efetuada da melhor forma possível.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.boavistaservicos.com.br/noticias/indicadores-economicos/abertura-de-empresas/numero-de-novas-empresas-sobe-136-em-2017/>>. Acesso em: 9/10/2018.

<sup>5</sup> Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisa-em-empreendedorismo-no-brasil-e-no-undodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD](https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-em-empreendedorismo-no-brasil-e-no-undodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD)> Acesso em: 9/10/2018.

## | Empreendedorismo

Todavia, para o bem de empreendedores atuais e futuros, existem diversos eventos que têm como objetivo a divulgação de novidades e tendências para auxiliar na gestão. A seguir, listamos alguns desses eventos.

### ***Superlógica Xperience***

Tem como principal objetivo a divulgação de conteúdo sobre economia da recorrência por meio de palestras de CEOs e co-fundadores de empresas tais como *Verse Music Inc*, *Client Success*, *Superlógica* e outras. Entende-se por economia de recorrência como a transformação das relações comerciais entre consumidores, empresas e segmentos, baseando o consumo em acesso, não em propriedade, ou seja, a economia da recorrência é a economia das assinaturas, visto que o mercado de serviços por assinatura vem crescendo cada vez mais. A próxima edição será nos dias 6 e 7 de junho de 2019, na cidade de Campinas, São Paulo.



### ***Expert XP***

Promovido pela corretora de investimentos *XP*, ocorrem palestras de mais de 50 nomes do atual cenário de empreendedorismo, com objetivo de passar informações sobre as novas tendências do mercado de investimentos. Assim, a *Expert XP* é, para o empreendedor, uma fonte de conhecimentos e de métodos de diversificação de renda por meio de investimentos. Essa lógica se deve ao fato de que, em uma empresa superavitária, parte do lucro sempre deve ser reinvestida, uma vez que dinheiro parado, em função da dinâmica inflacionária, tende a perder o seu valor. O evento proporciona palestras e feiras sobre os mais variados temas, tais como planejamento patrimonial; o futuro da energia no Brasil; panorama de mercado; a importância da previdência etc. A última edição ocorreu em 21 e 22 de setembro de 2018.



## **Futurecom**

A *Futurecom* completou 20 anos em 2018 e promete atrair muitos interessados por empreendedorismo. O evento é considerado o maior evento de TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação) de toda a América Latina. Realizado em São Paulo, apresenta conteúdos, experiências e atrações que consagram diversos momentos como: encontro de profissionais da área, empreendedores e investidores que estão atrás de lançamentos, além da chance de um bom *networking*. Em 2018, o tema foi "*Inspiring Innovation*" e o intuito do congresso foi refletir a temática não apenas em conteúdo, mas também no formato (Última edição: 15 e 18 de outubro de 2018; Próxima edição: 2º semestre de 2019).

## **RD Summit**

O *RD Summit* é o maior evento de marketing digital da América Latina. Em sua edição anterior trouxe mais de 150 palestrantes tratando sobre os mais variados assuntos. No ano de 2018, o evento contou com a participação de *Tim Ash*, especialista em marketing digital e autor de livros *best sellers* sobre *Landing Pages*. *Ash* tratou de assuntos como *design* focado no usuário e neuromarketing, que aborda a mistura entre a neurociência e o marketing com o objetivo de entender as motivações e preferências dos consumidores. A última edição foi realizada em 7, 8 e 9 de novembro de 2019.



## **E-commerce Brasil**

Considerado o maior evento de *e-commerce* da América Latina, durante três dias é possível assistir palestras e discussões de alto nível técnico sendo possível contar com os grandes nomes de: *Marta Dalton*, Diretora de *E-commerce* (comércio virtual, ou seja, não presencial) da Coca-Cola; *Sylvie De Wever*, GM da América Latina na empresa *Ebay*, considerado o maior *site* de compra e venda de bens do mundo, e *Martin Barthel*, Chefe Global da Estratégia de Varejo e Comércio Eletrônico do *Facebook*, atualmente a maior rede social do mundo com um valor de mercado superior a US\$ 400 bilhões.



## | Empreendedorismo

Uma grande oportunidade para profissionais da área que buscam um sólido conhecimento em *E-commerce*, mercado o qual está ganhando cada dia mais espaço no atual mundo digitalizado e vem atraindo a atenção do mercado.

### ***Super Bots Experience***

O *Super Bots Experience* trata sobre os *chats* e as inteligências artificiais, com enfoque na discussão dos principais desafios e os rumos do mercado brasileiro de *chat bots*. Conceitualmente, *chat bots* são programas de computador que respondem as perguntas dos usuários, possuem inteligência artificial que permite que eles vão aprendendo cada vez mais com as conversas que tem com as pessoas. Para os empreendedores essa tecnologia é interessante pois altera a forma de relacionamento dos consumidores com as empresas, fazendo a conversa chegar o mais próximo possível de uma conversa com uma pessoa real, além de ser uma ferramenta disponível ao usuário durante 24 horas por dia, agilizando e simplificando a resolução de problemas mais simples. O último evento ocorreu nos dias 8 e 9 de agosto de 2018.



### **Tendências de empreendedorismo e mercado para 2019**

O ano de 2018 ficou marcado pelos serviços de *cashback* (programa de incentivo operado por empresas de cartão de crédito, onde uma porcentagem do valor gasto é pago de volta ao titular do cartão) e *crowdfunding* (Financiamento coletivo que consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa). Algumas tendências permanecem, outras se modificam e diversas deixam de existir. Na lista abaixo você pode encontrar algumas delas.

## | Empreendedorismo

### **Software como serviço - *Software as a Service (SaaS)***

*SaaS* - É uma tendência que nasceu com muita força nos últimos anos e deve se manter forte no mercado em 2019. Trata-se da venda de *softwares* juntamente com serviços oferecidos por uma empresa: incluindo toda a estrutura necessária para a utilização do sistema: servidores, segurança e atualizações. Juntamente com este tipo de serviço, existem muitas possibilidades de investimento como a automação de processos, os aplicativos e também o desenvolvimento de modelos de negócios inovadores.

### **A internet das Coisas - *Internet of Thing (IoT)***

A Internet das coisas é um conceito tecnológico em que **todos os objetos da vida cotidiana estariam conectados à internet**, agindo de modo inteligente e sensorial (consiste na ideia da fusão do "mundo real" com o "mundo digital", possibilitando a comunicação e a interação com outras pessoas ou objetos como eletrodomésticos, carros, *wearables* - dispositivos tecnológicos utilizados como roupa, chaves, mesas etc). Essa tendência concentra um alto valor de investimento de grandes empresas que resultam em um crescimento de novas tecnologias. A internet está, hoje, em 54% da vida da população mundial: o que torna a necessidade de relação dos negócios com esta ferramenta muito importante. Realidade virtual e aumentada e marketing por geolocalização são alguns casos do uso de internet e tecnologias ligadas a ela no nosso cotidiano juntamente com o que o mercado demanda.

### **Startse - Ecossistema de *Startups***

É uma empresa que possui como objetivo conectar empreendedores, investidores, mentores e empresas, através de cursos e eventos. As *startups* são empresas que possuem um grande potencial para escalabilidade, atingir um grande número de usuários mantendo custos consideravelmente baixos, baseando-se na inovação dos seus produtos e serviços. Uma tarefa difícil, e que necessita de conhecimentos de empreendedorismo, e investidores que se interessem pela ideia. Assim, o evento constitui uma ótima oportunidade para adquirir aprendizado, experiência e criar networking.

## | Empreendedorismo

Independente da área de atuação, todo empreendedor deve ter em mente a necessidade de estar sempre em busca de conhecimento e atualizar-se em relação às tendências do mercado. Para começar um negócio é necessário estar preparado para assumir riscos, e quanto mais preparado para essas situações, mais fácil se tornará a superação dos obstáculos.

Oportunidade para se desenvolver não faltam, basta foco e dedicação com o intuito de atingir a excelência para o seu negócio.

### **STARTUP RAPPI: O MAIS NOVO UNICÓRNIO da AMÉRICA LATINA**

A *startup* colombiana *Rappi*, fundada em 2015 com o objetivo de transformar a forma como as pequenas compras do dia a dia são realizadas, escolheu o bigode como seu símbolo para criar uma identidade com o consumidor latino. Três anos após a sua fundação, a empresa se tornou o mais novo unicórnio da região, como são chamadas as *startups* que valem mais de US\$ 1 bilhão. Com isso, ela segue os passos das brasileiras 99, Nubank e PagSeguro, que atingiram o feito no primeiro semestre de 2018.

A *startup* se utiliza de um aplicativo próprio disponível para *Android* e *IOS* para atender a um público que tende a estar cada vez mais conectado em redes sociais e realizar tarefas via *apps*. Através de um aplicativo onde é possível solicitar entregas de praticamente qualquer coisa (compras de mercado, refeições de restaurantes ou qualquer produto mesmo no meio da madrugada), a *Rappi* tem no Brasil parte de sua estratégia e destina uma fatia considerável dos US\$ 220 milhões recebidos em sua última rodada de investimentos, no país. E foi a partir dessa ideia, que vem conseguindo alterar cotidianamente a maneira dos consumidores conseguirem seus produtos, que a empresa inovou e desenvolveu a sua tecnologia. Segundo seus fundadores, empresas que tenham visão continental serão capazes de atrair fundos e brigar globalmente. Por enquanto, com uma taxa de crescimento de 30% ao mês, dos 3,6 milhões de



## | Empreendedorismo

usuários da empresa, 800 mil estão no Brasil, divididos em 10 cidades.

Segundo o Presidente executivo da empresa, em declarações públicas, *Simón Borrero*, foram duas razões as para o sucesso. A primeira, a atenção aos pedidos dos clientes – através de uma caixa em branco dentro do aplicativo onde os entregadores da *Rappi* busquem qualquer coisa, extraiu-se o indicador para quais serviços a empresa deveria prestar atenção. A outra, ainda mais fundamental, foi entender que precisava vender-se como uma empresa latina.

Segundo a filosofia implantada pela organização, ao se conseguir operar e ter uma identidade que combine com toda a América latina e não apenas com o Brasil ou a Argentina, as suas chances de conseguir investimentos são muito maiores. Fato notoriamente lógico uma vez que o PIB da região somam atraentes U\$5,9 trilhões (segundo banco Mundial)<sup>1</sup>.

Por sua grande ascensão e avaliação positiva dos usuários, realizamos uma entrevista com a porta voz da *Rappi* concedeu entrevista à REPPENSE por *whatsapp* no dia 25/10/2018 a fim de compartilhar a trajetória do sucesso da *startup* colombiana.



### Entrevista

por Vitor Fiorante

**RR: Como surgiu a empresa e como se deu a captação dos recursos/investimentos iniciais para implantação da mesma em suas primeiras operações?**

**Rappi:** A *Rappi* começou com um *software* chamado *Grabillity* e tinha como usuários grandes empresas como *Walmart*, *El Corte Ingles*, *Reliance* e mais 3.000 clientes corporativos em 17 países diferentes. O sistema era usado em compras de supermercado, onde as pessoas arrastavam os produtos para o carrinho. Perceberam que as pessoas usavam a plataforma, mas não havia muita recompra, pois, o sistema de entregas não era eficiente. Com os *feedbacks* dos clientes, em junho de 2015, *Simon Borrero*, *Felipe Villamarin* e *Sebastian Mejia* criaram a *Rappi* na Colômbia.

A *Rappi*, aplicativo de *delivery* de tudo, surgiu com apenas dois botões: um de supermercado e outro de qualquer coisa. Pelo botão

## | Empreendedorismo

de Qualquer Coisa, a empresa foi conhecendo as necessidades de seus clientes e abrindo novos botões. Perceberam, por exemplo, que as pessoas estavam pedindo muito em restaurantes e, em poucos meses, criaram o botão de restaurantes. A *Rappi* é uma plataforma desenvolvida conforme *feedbacks* e pedidos de seus usuários.

Em 2016, a empresa foi acelerada pela *Y Combinator*, a mais importante incubadora de *startups* do mundo. No início de 2018, recebeu um aporte de US\$185 milhões, o que permitiu a sua expansão no Brasil e na América Latina. Em setembro deste ano recebeu um novo aporte, desta vez US\$220 milhões, se tornando o novo unicórnio latino americano.

### **RR: Quais são os maiores obstáculos para uma empresa em ascensão?**

**Rappi:** Para uma *startup*, em geral os grandes empecilhos são: a burocracia brasileira, a legislação, o complexo sistema tributário e o acesso ao capital de risco para impulsionar o negócio.

### **RR: Como você enxerga a *Rappi* a longo prazo (10 anos)?**

**Rappi:** A *Rappi* quer ser a maior empresa de tecnologia da América Latina, referência no mercado, e que possa trazer conforto e agilidade aos seus usuários, além de promover uma gestão próxima de seus aliados e parceiros.

### **RR: Qual é a diferença entre trabalhar em uma empresa tradicional em comparação com uma *startup*? Como é o clima de trabalho? O ambiente é diferente dos clássicos escritórios?**

**Rappi:** A natureza das *startups* é atender às necessidades de forma inovadora, o que permite que elas cresçam rapidamente nos primeiros anos em comparação com uma empresa tradicional. O ambiente é informal e despojado, sempre procurando deixar os colaboradores o mais confortável possível, para que isso naturalmente se transforme em resultados.

### **RR: Em um mercado cada vez mais competitivo, qual o diferencial da *Rappi* em seus serviços?**

**Rappi:** Somos um serviço que permite ter quase tudo o que você deseja, em questão de minutos. Somos os únicos a oferecer a entrega de uma infinidade de produtos, desde produtos de supermercados, farmácias e restaurantes, até literalmente qualquer

## | Empreendedorismo

coisa, já que a maioria dos outros se concentram em apenas uma vertical.

Somos uma empresa latino-americana projetada para os latino-americanos, por isso compreendemos muito bem as necessidades do público. Além de sermos uma empresa de tecnologia, achamos que também é necessário um envolvimento humano, por isso, em compras de supermercado nossos clientes contam com *Shoppers*, que são funcionários capacitados para realizar uma compra e interagir com o usuário da melhor forma para que tudo saia conforme o esperado. Todas as compras do aplicativo são acompanhadas por um suporte em tempo real, composto por pessoas reais, que estão disponíveis para tirar dúvidas e solucionar eventuais problemas.

Também temos um serviço diferencial que é o *Rappi Prime*, um programa onde o cliente paga R\$19,90 por mês e tem todos os custos de frete gratuitos nas compras acima de R\$20 com cartão de crédito. Além de tudo isso, damos uma facilidade aos nossos usuários e estabelecimentos parceiros que é o *RappiPay*. É possível, dentro do nosso aplicativo, fazer transferências a amigos, assim como dividir a conta entre amigos. Também disponibilizamos a função para estabelecimentos parceiros, ou seja, quando um cliente vai em algum estabelecimento fisicamente, pode pagar sua conta usando *RappiPay* apenas escaneando o *QR Code* do parceiro, sem filas, cartões e complicações.

**RR: Qual é a relação/vínculo da Rappi com os entregadores credenciados?**



## | Empreendedorismo

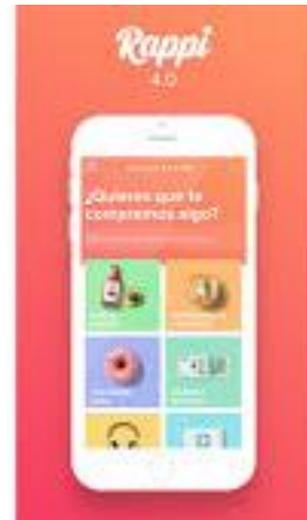
**Rappi:** Os entregadores são *MEIs*, ou seja, trabalhadores independentes que desejam ter uma renda adicional em seu tempo livre. Eles não têm contrato de trabalho ou de prestação de serviços com a *Rappi*, são apenas usuários da plataforma *Rappi*, que a utilizam após o aceite de termos e condições.

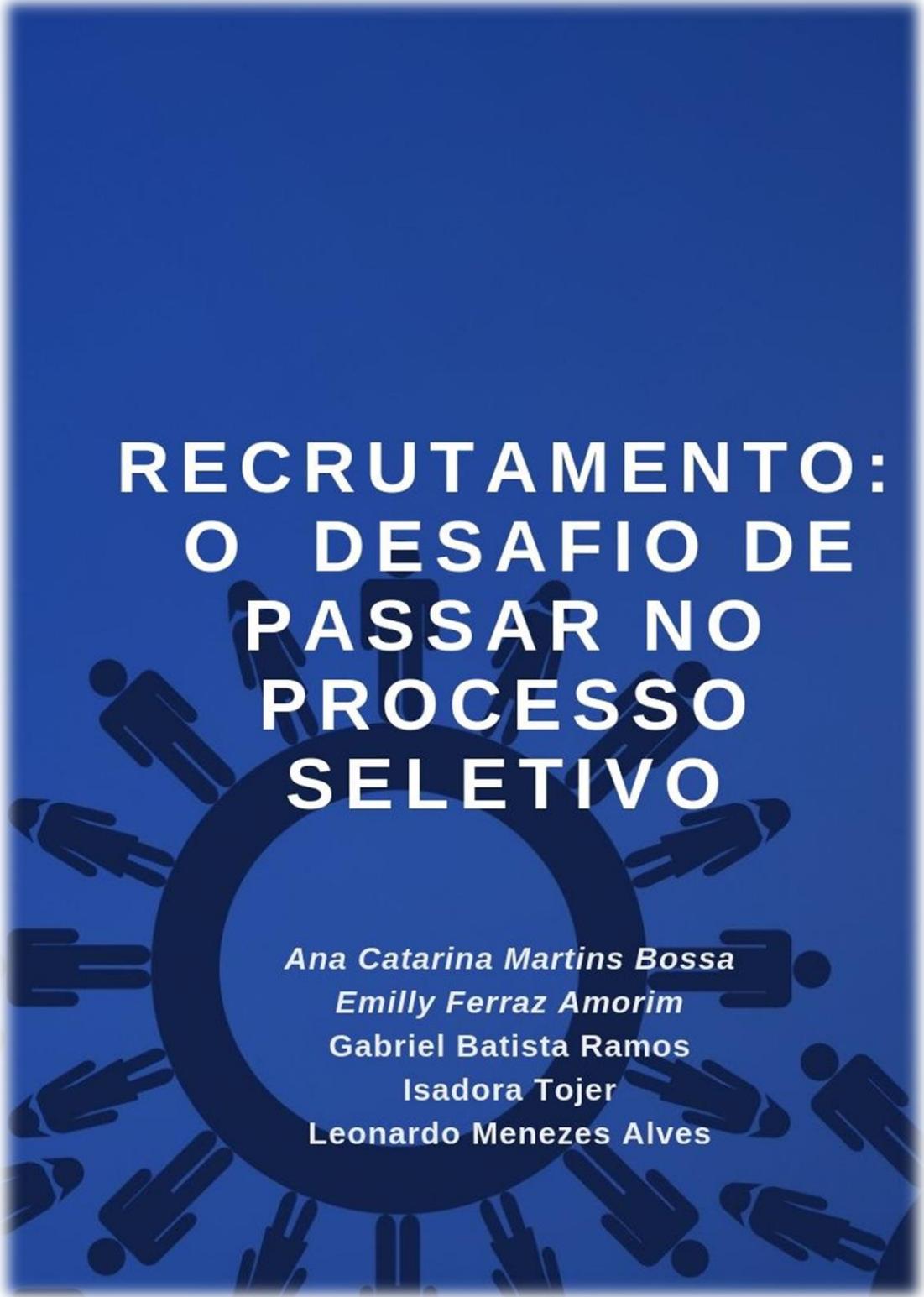
**RR: Como funciona a estrutura hierárquica de uma *startup*, qual a perspectiva de crescimento pessoal e plano de carreira que a empresa oferece?**

**Rappi:** Aqui é meio confuso pra explicar a estrutura. Diria que a estrutura é parecida com a de outras empresas e que tudo depende da sua *performance* dentro da empresa. A hierarquia é bem dinâmica e similar com a de grandes empresas do mercado, o crescimento dentro da empresa é rápido e sempre de acordo com o desempenho de cada colaborador.

**RR: A *Rappi* atende, atualmente, apenas algumas regiões no Brasil, como esses lugares foram selecionados? Existem planos para expansões em larga escala?**

**Rappi:** Nossa missão é tornar as cidades mais eficientes e melhorar a qualidade de vida dos habitantes. Queremos ser o *delivery* de tudo em minutos e oferecer uma solução para nossos usuários que vivem em cidades congestionadas, com pouca mobilidade, que valorizam seu tempo e que buscam permanentemente melhorar sua qualidade de vida. As cidades que estamos foram escolhidas com isso em mente, e pretendemos expandir para a maioria das capitais e grandes cidades brasileiras. ■





# RECRUTAMENTO: O DESAFIO DE PASSAR NO PROCESSO SELETIVO

*Ana Catarina Martins Bossa*

*Emilly Ferraz Amorim*

*Gabriel Batista Ramos*

*Isadora Tojer*

*Leonardo Menezes Alves*

## | Carreira

### **O DESAFIO DE PASSAR NO PROCESSO SELETIVO**

#### **Em Busca do Emprego**

No mercado de trabalho, independente da sua área de formação e atuação, inevitavelmente você passou ou passará por um processo seletivo. As formas em que os candidatos são avaliados e selecionados variam muito de uma empresa para outra. Entretanto, o objetivo é sempre o mesmo: encontrar no candidato todos os requisitos para uma trajetória de sucesso para ambos. Alguns processos seletivos são rápidos, com apenas uma ou duas fases, enquanto outros podem levar meses para serem concluídos, como programas de “*trainee*”, por exemplo.

Em geral, o primeiro passo é o envio do currículo que pode ser diretamente para a empresa, para agências de recrutamento ou o cadastro em *sites* de vagas. Muitas vezes, são exigidos testes de português e/ou outras línguas, teste de raciocínio lógico e testes de habilidades técnicas. Quando a empresa encontra potenciais candidatos, convida-os para entrevistas convencionais, dinâmicas de grupo entre outras ferramentas utilizadas pelo recrutador para selecionar aquele que melhor se adequa a vaga. São diversas as maneiras e possibilidades usadas na hora de conhecer as habilidades técnicas e as características pessoais dos candidatos.

Para explorarmos o tema de recrutamento e seleção, convidamos para uma entrevista Rosely Motta, profissional de Recursos Humanos com uma experiência de mais de 30 anos no mercado. Durante sua trajetória profissional, passou por todas as funções até alcançar a Gerência da América Latina e a Diretoria do Brasil, cargo no qual se aposentou (a entrevistada pediu sigilo no nome da Empresa). Rosely nos mostrou como funcionam os passos de uma seleção e ainda deu dicas preciosas para processos seletivos, tanto para as empresas que recrutam, quanto para os candidatos.

Convidamos também para falar em nome do NUBE - Núcleo Brasileiro de Estagiários e Aprendizes, Natália Vargas, que é supervisora de recrutamento e seleção. Sua contribuição foi essencial para chegarmos a informações muito valiosas para quem está pensando em passar por um processo seletivo, ou se interessa pela área de recrutamento.

Ambas compartilham da mesma opinião: da entrega do currículo à entrevista final, é importante que o candidato saiba que será avaliado em cada etapa e pode ter impactos positivos e negativos, no que se refere ao alinhamento com os requisitos da vaga. Os recrutadores não estão se limitando a buscar os candidatos que possuam as melhores qualificações técnicas e comportamentais, mas

## | Carreira

principalmente, buscar o candidato alinhado aos valores da organização.

### **Currículo**

O primeiro passo, para qualquer processo seletivo é preparar um excelente currículo, pois este será o contato inicial com a empresa, momento em que o candidato deve se apresentar e ressaltar suas habilidades e competências para o possível empregador antes mesmo de qualquer etapa presencial. Tendo em vista que, muitas vezes, milhares de currículos podem ser enviados para apenas uma vaga, é preciso se certificar de que este passará pela seleção inicial.

Ao selecionar currículos para determinadas vagas, Rosely afirma que primeiramente é avaliado se as qualificações técnicas do candidato atendem aos requisitos básicos da vaga. Segundo ela, no caso de uma vaga para contador, por exemplo, é imprescindível que o candidato possua formação em Ciências Contábeis; entretanto, para alguns cargos, como gerente de vendas, o candidato pode ter diversas formações e a experiência profissional poderá ser mais decisória no processo de escolha.

Além de se certificar que os requisitos básicos da vaga são preenchidos, os recrutadores costumam avaliar se o currículo apresenta erros ortográficos e se está organizado; falhar em qualquer um desses quesitos resulta em uma eliminação. Também é necessário que o currículo demonstre que o candidato possui as qualificações necessárias e relevantes para a vaga em questão. O ideal é que seja organizado e apresente os dados pessoais, objetivo, resumo das qualificações, experiência profissional, cursos complementares e atividades extras. Rosely afirma que é importante colocar, caso haja experiência prévia, a descrição das atividades realizadas na empresa anterior (área, atuação, cargos, responsabilidades e tempo de experiência).

A representante do Nube, Natália, também ressaltou a importância de utilizar uma linguagem clara e objetiva. O texto bem escrito demonstra o interesse por parte do candidato para o recrutador e é certamente um diferencial. Por outro lado, currículos genéricos, no estilo "copia e cola", tendem a ser identificados com facilidade pelos recrutadores e tem o efeito oposto. A representante aconselha montar e adaptar o currículo para cada vaga pretendida, justamente para evitar passar essa ideia de desinteresse.

### **Entrevista e Dinâmica**

Após a seleção dos melhores currículos, as empresas geralmente convocam os candidatos para entrevistas. O Nube

## | Carreira

acredita que a melhor forma de se preparar para uma entrevista é não ficar nervoso. O(a) candidato(a) deve manter o foco, certificar-se de que está preparado(a), escolher a roupa adequada, programar-se para não atrasar e pensar em como responder as “perguntas padrões” da melhor forma possível.

Algumas perguntas comuns que podem ser treinadas previamente são:

- “Por que você é a melhor pessoa para essa vaga?”
- “Conte - me sobre você.”
- “Quais são as suas piores/melhores características?”
- “Por que você quer trabalhar aqui?”
- “O que você aprendeu na escola (ou em um estágio) que prepara você para este trabalho?”
- De acordo com a



*Page Personnel*<sup>6</sup>, referência entre as empresas de recrutamento, o medo do desconhecido e a preocupação em cometer erros são as maiores causas do nervosismo durante a entrevista. Uma dica é praticar as respostas em voz alta ou com um amigo que dê *feedbacks*, até que o candidato se sinta mais confortável e confiante.

Outra dica para se acalmar, segundo a mesma página, é tentar mudar a perspectiva pela qual se encara a entrevista, enxergando-a

---

<sup>6</sup> *Page Personal*. Disponível em: < <https://www.pagepersonnel.com.br/> > Acesso em: 20/9/2018.

## | Carreira

muito mais como um desafio que deve ser superado do que um julgamento. Uma maneira de alcançar isso é focar em seus pontos fortes, lembrar sucessos anteriores e não desperdiçar energia pensando sobre os fatores sobre os quais o candidato não tem controle nenhum, como o desempenho dos seus concorrentes, por exemplo. Vale lembrar que não existem respostas perfeitas e o perfeccionismo em excesso é um empecilho, portanto não vale a pena se cobrar demais. É preciso se concentrar em fazer a melhor entrevista possível e não deixar outras preocupações ocuparem a mente.

O segundo ponto colocado para o Nube foi a questão das dinâmicas, que são utilizadas como método de processo seletivo entre as empresas. A ferramenta é considerada muito útil para a apresentação, pois o clima “descontraído” ajuda a ficar mais calmo, a ver aquilo como uma brincadeira, um jogo. Sendo assim, o candidato “esquece” que está sendo avaliado e pode ser ele mesmo. A sugestão da Natália é manter a calma, ser honesto e não deixar de participar, pois só assim poderá ser avaliado.

Outra dica valiosa é entrar no site da empresa para obter o máximo de informações, preparando-se para entrevistas individuais e dinâmicas. Falando em entrevistas individuais, a equipe do Nube sugeriu revisar o currículo, a fim de atualizá-lo; levar uma cópia para a entrevista e, se possível, sempre pedir para um amigo, familiar ou conhecido revisá-lo para identificar erros ou sugerir melhorias que o candidato deixou de notar. As dicas sugeridas para dinâmica também se aplicam para as entrevistas individuais, como: manter-se calmo, conhecer os valores da empresa e informar-se sobre o negócio da empresa.

Algo muito comum em processos seletivos é a mescla entre a entrevista individual e a dinâmica. Natália explicou que nos processos que possuem dinâmicas, a entrevista individual é realizada pelo gestor da área, enquanto que na dinâmica, é guiada pelo recrutador, podendo o gestor participar ou não. Na dinâmica, é possível analisar o trabalho em equipe de cada candidato e a comunicação, características de difícil percepção nas entrevistas individuais. Sendo assim, na entrevista individual é o que o candidato fala, enquanto na dinâmica é o que ele está fazendo. Com isso, o entrevistador consegue reunir mais informações e características do candidato.

Ao perguntarmos sobre o que é mais buscado nos candidatos, o Nube indica que as tendências de mercado indicam que são os valores pessoais do indivíduo, seguidas das competências técnicas do candidato. As empresas buscam colaboradores que vão se sentir felizes dentro do ambiente de trabalho e que possuem valores

## | Carreira

parecidos, para que os contratados não se sintam “deslocados” e peçam demissão depois de um tempo por não se sentirem parte da equipe/empresa.

Rosely acredita que as informações da personalidade da pessoa são muito úteis, e podem ser decisivas para a aprovação. Uma boa alternativa de coletar essas informações é a partir de testes psicológicos ou até mesmo testes para avaliar a grafia do candidato, a chamada “Grafologia”. Outro método usado para conhecer a personalidade do candidato, são as dinâmicas. A entrevistada disse que para identificar alguém com iniciativa e liderança, por exemplo, existe uma dinâmica onde os candidatos ficam aguardando em uma sala que é gravada e encontra-se bagunçada. Aquele que tomar iniciativa e arrumar o ambiente é um potencial candidato, pois se mostra como proativo e organizado.

De acordo com a equipe do Nube os critérios utilizados nos recrutamentos são estabelecidos pelo gestor da área ou com o RH, e assim, é possível analisar as habilidades, valores e conhecimentos técnicos e teóricos. A partir daí, montam o processo de acordo com o que a empresa necessita para a vaga e o que o candidato precisa ter. Por exemplo, se o gestor precisa de uma pessoa ágil, que goste de falar no telefone e responder e-mail, o candidato precisa se encaixar nesses requisitos.

### **Os erros mais comuns**

Em relação aos principais erros que um candidato deve evitar cometer em um processo seletivo, Rosely apontou chegar atrasado, mostrar desinteresse, ser desonesto e não estar devidamente vestido, sendo que o ideal é usar roupas com cores sóbrias, que não chamem muito a atenção. A equipe do Nube complementou que erros de português, tanto oral quanto escrito também são graves. Outro erro muito comum é o nervosismo, pois se o candidato não consegue se expressar durante a entrevista, não mostra o seu potencial, prejudica o desempenho e a avaliação. Mais um deslize comum é o candidato não pesquisar previamente sobre a empresa (pronunciar o nome errado, por exemplo), isso mostra o seu interesse.

Além dos erros que devem ser evitados pelos candidatos, Rosely exemplificou alguns erros que os recrutadores cometem, como se atrasar, ficar ansiosos e deixar o candidato desconfortável. Não dar *feedback* para os finalistas também é muito ruim. Rosely informou também que é necessária muita cautela ao terceirizar a Seleção. A empresa contratada precisa estar alinhada com os valores da empresa contratante e passar uma imagem que seja semelhante. Ela acredita que o ideal é que o processo seletivo seja realizado pela empresa contratante efetivamente, principalmente em casos de

## | Carreira

cargos de liderança, que serão peças-chave para as equipes e para a organização. Exemplos de problemas nos processos realizados por empresas de recrutamento são: não valorizar candidatos que teriam potencial para a vaga, tratar mal os candidatos, causando uma impressão ruim para os candidatos selecionados ou não, prejudicando a imagem da empresa.

### **Diversidade nos Processos Seletivos**

O Nube acredita que fatores como cor, gênero e orientação sexual não devem influenciar na hora da seleção do candidato. Um exemplo é que eles prezam muito pela diversidade e inclusão. O foco na hora da seleção dos candidatos está na competência, nas habilidades e conhecimento técnico. Rosely acredita que algumas empresas podem ter discriminação velada e concorda que esses fatores não deveriam ser levados em consideração na seleção de candidatos.



Imagem ilustrativa. Fonte: Banco de imagens free da internet.

Perguntamos se existe empresa que vê diferença nesses quesitos, Natália acredita que ainda existem empresas assim, porém é difícil identificar quais e de forma. Quando perguntada sobre como incentivar as empresas a acolherem a diversidade, a equipe do Nube acredita que isso vem da cultura organizacional. As empresas que não possuem essas preocupações hoje precisam mudar, pois estão ultrapassadas e podem ficar “para trás” no mercado. Uma sugestão relevante dada pela Rosely é que a empresa deve ter treinamentos periódicos relacionados à diversidade, não apenas na área de seleção, mas com todos os colaboradores, para cultivar a cultura de diversidade com oportunidades para todos.

### **Autoconhecimento**

As melhores dicas para quem está procurando emprego são preparar-se para o processo seletivo e buscar destaque no meio de tantas pessoas que concorrem pela vaga. A equipe do Nube acredita que quanto mais novo, mais assustado o candidato fica em uma

## | Carreira

entrevista, por não possuir experiência. Uma dica para se destacar é exemplificar trabalhos realizados, que podem ser escolares em grupo ou individual ou voluntários, por exemplo.

Os trabalhos voluntários são muito bem vistos e podem ser uma boa opção para adquirir experiência, pois mostram características que geralmente são bastante valorizadas pelas empresas como empatia e consciência do coletivo.

Outro ponto muito valioso, principalmente para quem ainda não possui uma experiência formal, é o autoconhecimento. O candidato precisa saber quais são seus pontos fortes e quais podem ser melhorados, o que ele gosta de fazer e o que tem maior habilidade. Tem o perfil mais comunicativo ou mais analítico, por exemplo. Dessa forma vai concorrer a vagas que estarão mais alinhadas com o seu perfil e, conseqüentemente, se destacar e causar uma impressão positiva.

Além disso, é papel de um bom recrutador ter consciência de que a entrevista de jovens buscando o primeiro emprego é diferente de alguém que já possui anos de experiência. A forma como ele vai depreender as informações que precisa, pode ser mais trabalhosa e exigir mais paciência.

### **Redes sociais**

Um tema muito pertinente que foi levantado em ambas as entrevistas é a influência das redes sociais em processos seletivos. Natália ressaltou que alguns processos voltados para áreas de comunicação já utilizam as redes sociais como fator decisivo, pois conseguem avaliar a forma como um candidato se expressa no seu cotidiano. Hoje em dia já existem candidatos com páginas próprias na internet com a finalidade de se destacar nas entrevistas, pois para algumas vagas relacionadas a comunicação ou que exigem *portfolio*, é essencial.

Rosely indicou que as redes sociais são uma fonte de informação sobre o modo de ser do candidato e podem ser observadas questões como a maneira que essa pessoa se expõe e o grau de intolerância nas interações com outros usuários. O que é colocado nas redes sociais pode ser um fator decisivo na fase final do processo. Tal informação também foi compartilhada pela equipe do Nube. Natália citou que a liberdade de expressão deve ser utilizada com sabedoria, uma vez que se um gestor visualizar um perfil com publicações que não condizem com os valores da empresa, esse candidato será excluído do processo. Por isso, é sempre válido ser muito cuidadoso com seus *posts*.

## | Carreira

### **A Administração no Brasil atualmente**

A taxa de desemprego geral no Brasil estava em 12,4% no segundo trimestre de 2018, contemplando 13,2 milhões de pessoas. Desses, 3,513 milhões estão em São Paulo, conforme o último dado revelado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, abril/2018). Essa taxa é mais que o dobro entre os jovens, ficando em aproximadamente 26,6%; cuja falta de experiência pode ser o maior empecilho na busca pela colocação no mercado de trabalho.

Dentro desse contexto, o curso de Administração, segundo Sória Barbosa<sup>7</sup> se destaca como o primeiro entre os dez cursos com a maior empregabilidade do Brasil. Isso acontece porque no cenário atual, a presença de um profissional capaz de tomar decisões, controlar operações e gerir pessoas e recursos, tornou-se indispensável para as empresas no mercado. Tal destaque se reflete nas escolhas dos candidatos ao vestibular. O curso de Administração é o segundo curso com maior número de alunos matriculados, totalizando aproximadamente 800 mil estudantes. A Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES), diz que, a quantidade de vagas para esse curso está atrelada à grande quantidade de profissionais no mercado e à versatilidade que o curso oferece.

Devido ao grande número de graduados no curso, a concorrência no mercado é grande. Por isso, é necessário investir em uma formação de qualidade, cursos extracurriculares, línguas estrangeiras e pós-graduação. Em meio ao grande número de opções que o curso proporciona, algumas áreas têm sido mais procuradas atualmente, e se especializar nelas, pode ser uma boa estratégia. Elas são: direção, gestão de operações, auditoria de processos, análise de risco e especialista em fusões e aquisições.

A competitividade e o nível de exigência dos processos seletivos são cada vez maiores, com menor tolerância aos erros.



<sup>7</sup> BARBOSA, Sória. Especialistas do mercado de trabalho indicam quais são os cursos superiores mais versáteis. 8/6/2018. Revista Exame. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/estes-5-cursos-superiores-sao-os-que-mais-abrem-portas-para-emprego/>> Acesso em 2/9/2018.

## | Carreira

É necessário que o candidato se prepare, conforme as dicas aqui colocadas, para conseguir se destacar, produzindo um bom currículo e estando bem preparado para entrevista. As empresas apresentam diferentes perfis, algumas mais tradicionais e outras mais inovadoras. Um(a) candidato(a) que se conhece bem poderá encontrar a organização ideal, adequada aos seus próprios valores e prioridades e, estando bem preparado, fazer uma boa carreira nela.

## Depoimentos

**Yan Dantas Leandro Lopes, 21 anos**

**Estudante de Direito na Universidade Mogi das Cruzes**



“Eu faço Direito, estou no último ano da graduação. Apliquei-me para a vaga de *Tax Intern - Planning*, que lida com tributos dos produtos digitais na *Amazon*. Os pré-requisitos eram: estar cursando Direito ou Economia, falar Inglês e ter alguma experiência com Direito. O Processo Seletivo foi realizado em quatro fases. A primeira entrevista foi pelo *Skype*. A segunda foi presencial e as outras duas foram pelo telefone. No total teve duração de aproximadamente um mês. Os entrevistadores foram muito simpáticos e os *feedbacks* foram passados

para todos os candidatos, independente do resultado final. Acredito que o que foi decisivo para eu ser aprovado foi a clareza e sinceridade como coloquei os meus conhecimentos e as minhas experiências. Eu não tinha contato nenhum com tributos e, mesmo sabendo que a vaga estava diretamente relacionada a esse tema, informei que não possuía esse conhecimento, mas que estava disposto a aprender e acho que isso foi o ponto importante na hora da decisão pela minha contratação.”

## | Carreira

### Vitor Torsani

**Estudante de Relações Internacionais na Universidade Federal de São Paulo**



“Apliquei-me para uma vaga de estágio em Gerência de Produtos na empresa *Acer*, cujos pré-requisitos obrigatórios foram: fluência em Inglês e domínio do software do Pacote Office avançado, além de experiência em áreas correlatas”. O processo ocorreu em três fases eliminatórias: entrevista com RH + testes (Excel\Inglês\Lógica); entrevista com gestores da área e; por fim, entrevista com a diretoria. A entrevista com os gestores foi nitidamente mais ‘puxada’ para uma sabatina. No

geral, o processo foi mais cansativo do que difícil. Acredito que o diferencial para ter conseguido a vaga foi a minha experiência no estágio anterior. Além de ser uma boa vantagem competitiva, passar por esse tipo de processo fica muito mais fácil quando você já vivenciou a estrutura corporativa e entende o que esperam de você”.

### Leticia De Ferrari, 23 anos.

**Estudante de Ciências Atuariais na Universidade Federal de São Paulo**

45 “Candidatei-me a uma vaga de assistente de sinistro na seguradora nacional Fator Seguradora. O processo ao todo durou duas semanas e foi composto por quatro entrevistas: uma com a equipe do RH, duas vezes com o gestor e por fim, com o presidente da empresa. Não houve dinâmica, porém eu sabia que estava disputando a vaga com mais três candidatos. Acredito que a minha experiência anterior como estagiária da multinacional *Swiss Re* foi crucial. Levei vantagem devido ao tempo de experiência no mercado segurador, que era exigido pela empresa”. ■

**A C O N T E C E U  
N A  
E P P E N**

*Amanda dos Santos Garcia  
Ana Elisa Zamberlan  
Anna Paula Bento Costa  
César Augusto da Silva*

## |Aconteceu na EPPEN

### 3 a 5/4/2018 – II Semana de Atuária

Com a organização do CATU, realizado nos dias 3 e 4 de Abril, a II Semana de Atuária (Foto 1 e 2<sup>8</sup>). O objetivo do evento foi aproximar atuários em formação de profissionais qualificados do mercado, trazendo um pouco do papel do atuário na sociedade.

Durante o evento, foram convidados atuários de empresas reconhecidas e respeitadas internacionalmente apresentando as áreas de Seguros, Saúde, Gestão de Riscos, Consultoria e Auditoria Atuarial.

No primeiro dia, o tema foi “Seguros e Gestão de Riscos”, abordado por Gustavo Genovez, Superintendente Atuarial da *Mitsui Sumitomo* Seguros e Diogo Cassin, Gestor de Riscos da Bradesco Seguros.

No segundo dia, o tema abordado foi Saúde, com os palestrantes Filipe Brandão (Gerente Atuarial) e Stephanie Martins (Consultora Atuarial de Negócios) da Sul América Saúde.



Foto 1

E para finalizar, foram convidados João Batista (sócio proprietário) e Dinarte Ferreira Bonetti (gerente atuarial da Deloitte) falando sobre “Consultoria e Auditoria Atuarial”.



Foto 2

<sup>8</sup> II SEMANA DE ATUÁRIA. Foto 1: Da esquerda para a direita: Alan Miron, Diogo Cassin, Gustavo Genovez, Isabela Orgolini, Matheus Peres, Bárbara Rigoti, Francisco Mazza, Bárbara de Freitas, Beatriz Braile e Amanda Marcelino. Foto 2: Da esquerda para a direita: Bárbara de Freitas, Artur Nader, Francisco Mazza, Luiz Lima, Amanda Marcelino, Beatriz Braile, Stephanie Martins, Filipe Brandão, Roberto Bongiovanni, Alan Miron, Sérgio Luiz e Matheus Perez. Créditos das Fotos: Bárbara Rigotti.

## |Aconteceu na EPPEN

### **9/4/2018 – Ciclo de Debates - 30 Anos da Constituição Federal**

Em outubro de 2018, completou-se 30 anos da promulgação da Constituição Federal de 1988. Trata-se, portanto, de um momento oportuno para se promover reflexões e debates sobre os avanços sociais alcançados ao longo desse período e seus limites, bem como os rumos da ordem jurídica no país no contexto atual. Buscando contribuir para a construção de reflexões críticas e mobilizações de resistência à agenda política e jurídica de desmantelamento de direitos e ascensão de práticas autoritárias que vem se estabelecendo no país. Os docentes da área de direito propuseram a organização do ciclo de debates que foram direcionados à comunidade acadêmica da Unifesp e de outras instituições, bem como a movimentos sociais e organizações da sociedade civil. Os debates contaram com a participação de docentes, especialistas e ativistas nos temas abordados. Os debates foram realizados mensalmente no Campus Osasco entre março e outubro de 2018.

### **14/04/2018 – Palestra: “Oportunidades e Perspectivas para a Pesquisa e produção de conhecimento na UNIFESP”.**

No dia 14/4, ocorreu a reunião da Câmara de Pós-Graduação da EPPEN-Campus Osasco, que contou com a participação do Professor Dr. Paulo *Schor*, Coordenador de Pesquisa da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa para tratar do tema “Oportunidades e Perspectivas para a Pesquisa e produção de conhecimento na UNIFESP”.

### **23 a 26/04/2018 – III Semana de CRB**

Pelo terceiro ano consecutivo a EPPEN apresentou a III Semana de Compreensão Da Realidade Brasileira "Democracia: conquistas, reformas e contrarreformas".

Pautada sempre pela atualidade das questões nacionais, a área de Compreensão da Realidade Brasileira do departamento multidisciplinar, promoveu seu encontro anual com seminários e debates sobre o tema da democracia, direitos do trabalho, direitos sociais e humanos.

Debates com convidados de universidades diversas, lançamento do livro "Compreensão da Realidade Brasileira" organizada por Marcello Branco e o lançamento do curta-metragem: "Todo Direito é Humano" de Claudia Moraes de Souza.

## |Aconteceu na EPPEN

### **11/5/2018 – Capitalismo, Classe Trabalhadora e Luta Política no Início do Século XXI - Prof. Dr. Marcio Pochmann**

A EPPEN – Escola Paulista de Política, Economia e Negócios, recebeu o Prof. Dr. Marcio Pochmann, Professor Livre Docente da Universidade Estadual de Campinas, para uma Palestra sobre seu livro: *Capitalismo, Classe Trabalhadora e Luta Política no Início do Século XXI*.

O livro do Professor Dr. Marcio Pochmann procura apresentar uma visão sintética e simplificada das metamorfoses da classe trabalhadora, tal como aparecem no início do milênio. Para ele, vemos hoje um descompasso entre a ascensão de ocupações sem sujeitos históricos identificáveis e a tradicional estrutura de representação dos interesses herdada da sociedade industrial, que terminou sendo contaminada por novos movimentos sociais marcados por certo niilismo fragmentário e dispersante: *"Trata-se de uma tentativa de síntese para que busquemos explorar as consequências destas mudanças na vida política, na organização das lutas sociais, no confronto de classes que, como sabemos, segue sendo o motor da história"*.

### **14 a 19/5/2018 – III Semana da Educação Financeira**

Semana de palestras com o objetivo de ensinar conceitos de finanças para os alunos, Técnicos e público em geral visando melhorar o gerenciamento das contas pessoais e qualidade devida e inserir a UNIFESP no contexto da Semana Nacional da Educação Financeira promovido pelo Comitê Nacional da Educação Financeira – CONEF.

A semana de educação financeira visa conscientizar as pessoas sobre a importância do planejamento financeiro para que possam fixar objetivos de poupança para realizar seus sonhos e praticar o consumo consciente.

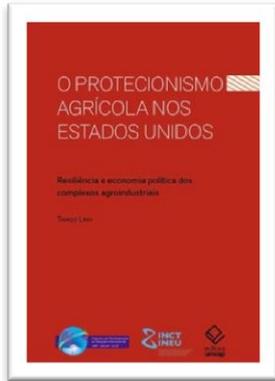
As palestras foram ministradas por convidados com grande experiência na área e professores da EPPEN e abordaram temas como: finanças comportamentais, planejamento financeiro, tesouro direto, títulos públicos e privados de renda fixa, fundos de investimento e planos de previdência.

Esse evento faz parte de um movimento denominado Semana Nacional de Educação Financeira – Semana ENEF, iniciativa do Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) que tem entre seus membros o Banco Central do Brasil, Comissão de Valores Mobiliários, Previc, Susep, BM&FBovespa, Ministério da Justiça, Ministério de Educação e Ministério da Fazenda.

## |Aconteceu na EPPEN

### **15/5/2018 - Ciclo de Debates - 30 Anos da Constituição Federal - STF e Democracia**

Palestrantes: Paula Gorzoni (Universidade de Kiel, Alemanha); Pedro Aleixo (Direito Unifesp) e Raphael Neves (Direito Unifesp).

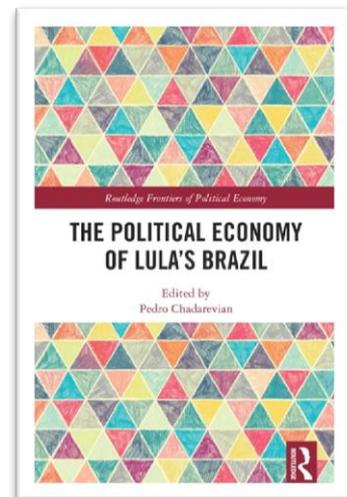


### **15/6/2018 Debate e Lançamento de Livros: Protecionismo Agrícola e Política Comercial dos Estados Unidos.**

Autores: Prof. Dr. Thiago Lima (UFPB) e Prof. Dr. Filipe Mendonça (UFU).

### **22/6/2018 Lançamento do livro The political economy of Lula's**

**Brazil.** Autores: Pedro Chadarevian, Félix Ruiz e Reginaldo Moraes.



### **11 e 12/6/2018 - UNIFESP Mostra sua Arte**



### **19 a 21/6/2018 - 1968 faz 50 anos - Histórias das lutas em Osasco - Balanço de debates**

Em Junho completa 50 anos de um dos maiores atos visto no país, a greve de 68 no que se tornaria a cidade de Osasco tem todo um contexto histórico, dessa forma esse seminário traz aos dias de hoje uma discussão sobre o impacto diário nas discussões e ações de todos que usufruem de tal ato. ■