

Revista Mineira de
Administração

RMA

Ano 02 - Edição 03 - 2º Semestre 2022



CRA-MG

Conselho Regional de
Administração de Minas Gerais

REPROGRAMAÇÃO MENTAL

MUDANÇA DE MENTALIDADE PODE SER
CAMINHO PARA SAIR DO ESTADO DE
INÉRCIA E TORNAR A ROTINA DE TRABALHO
MAIS PRODUTIVA

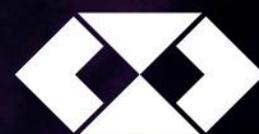
FOTO: <https://yandex.com>

EN BRA 2023

XXVIII Encontro Brasileiro de Administração

De 27 a 29 de setembro

Aguardem!!!



CRA-MG

Conselho Regional de
Administração de Minas Gerais

EDITORIAL

NOVOS TEMPOS,
NOVA FORMA
DE ADMINISTRAR

ADM. JEHU PINTO DE AGUILAR FILHO
PRESIDENTE DO CRA-MG



Chegamos ao final de 4 anos de uma gestão profícua no CRA-MG, com orgulho e satisfação de dever cumprido. Nossas propostas – não ficaram somente na promessa de campanha, visto que conseguimos entregar à sociedade 98% do que foi prometido. Dessa forma, diversas ações foram concretizadas com destaque e louvor nas inúmeras realizações em prol do CRA-MG.

Conseguimos colocar o CRA-MG em um patamar que há muito tempo não se destacava em nível nacional. Com orgulho conquistamos equilíbrio financeiro, que nos permitiu ocuparmos o primeiro lugar em diversos momentos no ranking dos 27 conselhos nacionais.

Em nossa gestão, tivemos a amarga experiência de vivenciarmos anos críticos, situação que ocasionou uma pandemia. Mesmo diante de todos os desafios, com luta e muita determinação, o resultado superou, e saímos experientes, maduros e eficientes, pois ostentamos dois prêmios, resultado de um esforço até então desconhecido no CRA-MG.

O incansável trabalho dos conselheiros eleitos e dos funcionários do CRA-MG não mediram esforços e transfor-

mamos resultados em cases de sucesso, reconhecido pela sociedade, entre os demais estados do sistema CFA CRAs.

Orgulhosamente, apresentamos a segunda edição de uma revista que chancela a determinação, resultado de um verdadeiro exemplo de superação por uma pequena equipe de gigantes, pela quantidade dos(a) executores(a), uma explosão de criatividade, vontade, dedicação com muita força e vontade.

E assim somos o CRA-MG, um verdadeiro exército de profissionais, gestores, parceiros que traz, mais uma vez, assuntos de interesse da sociedade, contemporâneos e vanguarda, para uma das inúmeras entregas. Dessa forma, a gestão AVANÇO demonstra o resultado de um trabalho ético, sério, aguerrido e reconhecido. É com esta determinação já demonstrada que realizamos e realizaremos com muito mais determinação, pois sabemos fazer. Nosso agradecimento à confiança demonstrada nos 1857 votos para CHAPA 1 (Para Conselheiros Estaduais) e 1703 votos na CHAPA 1 (Conselheiros Federais), composta por Administradores, tecnólogos, homens e mulheres, interior e capital, reafirmando e demonstrando resultados, respeito ao registrado e, principalmente, o compromisso de zelar e respeitar a nossa profissão.

BOA LEITURA!

A complex network of white and grey dots connected by thin lines, forming a web-like structure that fills the upper left portion of the page. The background is dark grey with a pattern of overlapping triangles.

INOVAÇÃO ÉTICA VALORIZAÇÃO TRANSPARÊNCIA

Habilitar, orientar, fiscalizar o exercício profissional e difundir a ciência e práticas da Administração, contribuindo para a valorização da profissão e sustentabilidade das organizações, em benefício da sociedade.



CRA-MG

Conselho Regional de
Administração de Minas Gerais

SUMÁRIO

08 Entrevista: A verdadeira mágica da criatividade nos negócios

16 Artigo: O RH 5.0 como acelerador de negócios

18 Curricularização da extensão

24 Caderno CRA: Hackathon 2022

28 Artigo: A cor do dinheiro

RMA

30 *Social commerce*: área cresce e atrai empreendedores

34 Procrastinação: Como evitar

40 Etarismo: Esqueça a aposentadoria

46 Artigo: Longevidade

48 Cultura Pop

EXPEDIENTE

EDITOR

Conselho Regional de Administração de Minas Gerais

CONSELHEIROS REGIONAIS 2021/2022

Adm. Alexandre Miserani de Freitas
 Adm^a. Andreza Aparecida Barbosa
 Adm^a. Christiane Bara Paschoalino
 Adm^a. Denise Alves Santos
 Adm. Egmar Gonçalves da Silva
 Adm. Emerson Andrade Câmara
 Adm. Flávio Marcelo de Carvalho Silva
 Adm. Gilberto Barrouin Ribeiro
 Adm^a. Gisely Xavier da Silva
 Adm^a. Heloisa Maria Campos
 Adm^a. Iêda Lúcia Inácio Rosa
 Adm. Jefferson Thompson Pimenta
 Adm. Jehu Pinto de Aguiar Filho
 Adm. Joubert Roberto Ferreira Fidelis
 Adm. Lucas Amoni Leite Lemos
 Adm. Marcelo de Souza e Silva
 Adm. Marcos Eduardo Tanner
 Adm^a. Nádia Mauren Venuto Paxeco
 Adm. Nourival de Souza Resende Filho
 Adm. Ramon Alves de Oliveira
 Adm. Rogério Vidigal Paolucci
 Adm. Rômulo Larcher Filgueiras
 Adm. Rosendo Magela Reis
 Adm^a. Tânia Maria Zambelli de Almeida Costa

CONSELHEIROS FEDERAIS 2021/2022

Adm. Gilmar Camargo de Almeida
 Adm^a. Maria do Rosário Martins da Silva

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

Adm. Jehu Pinto de Aguiar Filho

Vice-presidente

Adm^a. Nadia Mauren Venuto Paxeco

Diretor de Formação e Orientação Profissional

Adm. Gilberto Barrouin Ribeiro

Diretor Administrativo e Financeiro

Adm. Joubert Roberto Ferreira Fidelis

Diretora de Fiscalização e Registro Profissional

Adm^a. Ieda Lúcia Inácio Rosa

Diretora de Desenvolvimento Institucional

Adm^a. Christiane Bara Paschoalino

Diretora de Relações Institucionais

Adm^a. Tânia Maria Zambelli de Almeida Costa

PRODUÇÃO

Coordenação Geral: Sílvia Pessoa

Editores: Tamara Lima e Filipe Bedendo

Diagramação: Claudio Felismino de Oliveira

Revisão: Christian Catão

A RMA é uma publicação semestral do Conselho Regional de Administração de Minas Gerais sob a responsabilidade da Diretoria de Desenvolvimento Institucional.

As matérias não refletem, necessariamente, a opinião do CRA-MG.



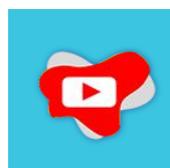
cramg.org.br



facebook.com/cramgadm



instagram.com/cramg_oficial



youtube.com/cramgoficial



linkedin.com/in/cramg

“

Que seus dias sejam mágicos e repletos de alegrias, boas surpresas e muita paz.

Que você tenha sucesso no ano de 2023 e alcance todos os seus objetivos.

Seus sonhos merecem sair do papel!

fonte: www.fashionbubbles.com

”

O CRA-MG deseja a todos um

Feliz Natal

e um maravilhoso

2023



CRA-MG

Conselho Regional de
Administração de Minas Gerais

ENTREVISTA



ADM. CHRISTIANO CORDEIRO
DIRETOR-EXECUTIVO DA NEWCORP –
COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

FOTO: ARQUIVO PESSOAL

REPERTÓRIO: A VERDADEIRA MÁGICA DA CRIATIVIDADE NOS NEGÓCIOS

POR TAMARA LIMA

Uma empresa acaba de lançar um produto novo, e você, ao ter contato com o produto pensa: “Como o cara consegue pensar em algo assim”? E logo imagina que o criador teve um *insight* “do nada”, uma inspiração divina ou foi iluminado ao nascer, enquanto você não teve a mesma sorte. No entanto, para o diretor executivo da NewCorp, Adm. Christiano Cordeiro, toda essa criatividade no mundo dos negócios vem, principalmente, de repertório. É o acúmulo de conhecimento, experiências, informações, estudos e práticas que constrói um profissional criativo.

O Administrador, que se declara uma pessoa disciplinada e extremamente dedicada aos negócios, contou com o mercado chinês como início de sua trajetória e nunca teve sua carteira de trabalho assinada, visto que logo após a formatura já abriu sua própria empresa. Casado há 17 anos e com uma filha de 11, Christiano assume que, na maior parte do tempo, está imerso no trabalho, embora se dedique integralmente à família quando se compromete a estar com ela, assim como em todas as atividades que desenvolve.

Sócio de uma das maiores agências de comunicação corporativa do país, atendendo grandes clientes como BH Shopping, Diamond Mall, Itaú Unibanco de São Paulo, Cielo e MRV, o entrevistado desta edição da RMA acredita não haver magia para ter uma ideia criativa, e que a superficialidade é uma das características que impedem os profissionais de criarem algo diferenciado no mercado.



“ A criatividade não é fruto de um *insight*, ou meramente uma ótima ideia que alguém teve no meio da noite, ou durante o banho. ”

RMA: Christiano, para você, o que é criatividade?

Adm. Christiano Cordeiro: Eu acho que a criatividade é fruto de um repertório. Da mesma forma que um músico precisa ouvir música para compor, ou um artista tem que conhecer outros artistas para transformar um trabalho criativo. A criatividade não é fruto de um *insight*, ou meramente uma ótima ideia que alguém teve no meio da noite, ou durante o banho. A criatividade é você ter um volume muito grande de informação e poder escolher dentre essas

informações, quais são aquelas que podem representar algo diferente do que foi colocado até agora. Existem muitos tipos de criatividade, várias formas em que a criatividade se expressa. No nosso caso, a criatividade se expressa como decorrência de um volume de informações que a gente tem que absorver, seja do mercado, seja dos nossos clientes. Então a gente busca ter informação e estar atualizado. Conhecer não só a respeito do negócio do cliente, mas também do contexto em que o negócio está inserido, em que a empresa está inserida.



FOTO: <https://yandex.com>

Para você então, a criatividade não é somente um dom, algo que a pessoa já nasce com ela, ela pode ser adquirida e desenvolvida?

No nosso caso, nas aplicações que eu faço, não é somente um dom. Há pessoas que têm a criatividade nata. Acredito que Tom Jobim tenha nascido com aquela verve, mas que ele soube aplicar no campo da música. Na nossa relação aqui, voltada para os negócios, não. O artista escuta o que está no coração dele e expressa. Eu não escuto o que está dentro do meu coração somente. Eu também tenho que ouvir o que o cliente está pensando, ele tem um papel fundamental no que a gente desenvolve. O que a gente tenta fazer é juntar essas experiências que são tão diversas pra tentar resolver um problema de negócio que é muito específico. Então, a criatividade está em a gente, nesse volume de informação, pinçar quais são os fatores que realmente vão gerar um desenvolvimento. Ela é uma criatividade, porque ela é uma escolha inusitada, surpreendente, de um aspecto que

ainda não tinha sido verificado. Eu acredito que toda pessoa da década de 80 utiliza o Bombril (lã de aço) e sabe que realmente tem mil e uma utilidades, mas houve uma sabedoria de alguém ir lá e enfatizar aquele aspecto e compartilhar com todo mundo e fazer todo mundo dizer: “puxa vida, não é que tem mesmo”?! Então, aquilo está a serviço de um propósito relacionado com o negócio.

Como você citou Tom Jobim, geralmente, atribuímos a criatividade a determinadas profissões, como as atividades artísticas. Você acredita que a criatividade permeia todas as profissões, inclusive a Administração?

Acredito! O primeiro conceito de Administração que tive a oportunidade de ler, logo no começo da faculdade, dizia que “Administrar é fazer coisas por meio de pessoas”. Então, o Administrador tem uma responsabilidade muito grande na condução de negócios e, cada vez mais, os negócios são extremamente competitivos, e a forma de uma empresa se posicionar ou superar seus concorrentes é fazer alguma coisa de diferente. Eu acredito que toda vez que alguém lança um olhar sobre um problema e consegue resolvê-lo de forma inusitada ou única, ele está exercitando ali a capacidade criativa dele.

Há formas de desenvolver a criatividade?

Só para a gente ficar no exemplo de Tom Jobim, antes dele fazer música, já escutava Villa Lobos e Debussy. A melhor forma, no meu ponto de vista, de desenvolver a criatividade, é você ter acesso ao que está acontecendo ao seu entorno. Se a pessoa ouviu Bossa Nova a vida inteira e não ouviu outra música, a possibilidade de criar algo absolutamente novo é menor, mas quando ela vai ouvindo outras vertentes de música, vai conseguindo montar novas interpretações, juntar coisas. Então, eu acho que a criatividade é desenvolvida à medida que você tem oportunidade e acesso muito grande à informação, e hoje a informação está disponível como nunca esteve. O desafio maior é escolher qual informação você vai garimpar, porque se você for onde todo mundo está pegando a mesma informação, a chance de você ter um *insight* criativo, ou seja, diferente de tudo o que está em seu entorno, é cada vez menor.

QUEM É O ADM. CHRISTIANO CORDEIRO?

FOTO: ARQUIVO PESSOAL

- Diretor-executivo da Newcorp – Comunicação Corporativa

- Ganhador do prêmio Destaque em Administração de 2019 na categoria Inovação

- Bacharel em Administração e Comércio Exterior pelo Centro Universitário Newton Paiva

- Pós-graduação – MBA Executivo em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas

Além do repertório, quais outras dicas você poderia dar? Quando você quer desenvolver uma comunicação para um cliente, por exemplo, o que você faz? Precisa ir a um lugar inspirador, um parque? Como é esse processo criativo do Christiano?

Eu vou te decepcionar! Não tem mágica... Isso é um esforço disciplinado e de trabalho e de tentativa e erro e de repetição e conversa com outras pessoas que fazem parte da equipe e com o cliente para chegar a um aspecto melhor. Infelizmente, essa criatividade aplicada aos negócios, muito raramente, surge de uma inspiração. Pode ser que no trânsito lhe ocorra uma ideia, mas é uma ideia que você está matutando em cima dela há dias e que naquele momento você conseguiu ligar os pontos. Pode coincidir de isso acontecer em um momento no parque. Mas ir para o parque não faz parte do processo criativo que a gente desenvolve. Não tem essa inspiração avassaladora que, às vezes, a gente escuta. No caso da aplicação para negócios, ela precisa de uma disciplina muito maior do que uma mera inspiração.

Você disse que o mercado está cada vez mais competitivo. Você acha que, hoje, há uma pressão maior para que as pessoas sejam cada vez mais criativas, estejam sempre inovando?



Não acho que seja uma pressão. É uma necessidade. Há uma necessidade cada vez maior, porque as pessoas insistem em consultar as mesmas fontes, então se você está bebendo da mesma fonte que seus concorrentes, vai ser muito difícil você fazer alguma coisa diferente do que eles estão fazendo. Existe uma demanda muito grande por aspectos criativos. Se você for em uma dessas redes sociais de vídeos rápidos, você vai ver que se naquela semana está tocando uma determinada música, rigorosamente, todo mundo estará fazendo a mesma música. "Ah! Mas se eu fizer uma coisa completamente diferente não vai bombar". Então, vai ser muito difícil você ser um criador exclusivo, estando tão perto de tantas tendências. É um desafio muito grande ir contra o fluxo. Se você fizer o mesmo que todo mundo está fazendo, você não traz diferencial e assim você não consegue um preço diferente, não consegue uma escolha diferente do cliente. Então, a pergunta na Administração, do ponto de vista que eu tenho aqui, é: se há um efeito de manada, até onde a gente pode ser ousado? Até onde ousar vai dar resultado? Será que vai vender mais repetir a mesma música que está tocando, ou fazer uma nova? Às vezes, repetir a música vai dar mais resultado, mas para você tomar dessa decisão, é preciso conhecimento. Ser ousado hoje é um risco muito grande para as pessoas, pode dar errado, e como as margens em todos os negócios são muito menores do que há dez anos, as empresas têm um espaço menor para errarem também. Então, essa decisão, se não for respaldada em muito conhecimento, você aumenta muitíssimo o risco. A gente lida com

Quando você perde a capacidade de assumir risco, você perde oportunidades, tanto de errar, quanto de acertar e sair à frente.

ENTREVISTA

o imponderável o tempo todo. Por isso que, à medida que você conhece mais o contexto em que está inserido, conhece sobre o que o cliente tem, sobre os concorrentes diretos e indiretos, é que você vai tendo *insights*.

Você acha que o medo de se arriscar paralisa a criatividade?

Eu acho que o medo é um fator muito preponderante na tomada de decisão, porque o medo não é uma coisa inútil. Mas eu acho que o que tem prejudicado é uma miopia na visão risco X prêmio. Você precisa se arriscar mais para ter um prêmio maior. Quando você perde a capacidade de assumir risco, você perde oportunidades, tanto de errar, quanto de acertar e sair à frente. Então, eu não acho que é uma questão relacionada com o medo, mas que talvez seja um excesso de segurança para não tomar uma decisão mais ousada e uma incapacidade de tolerar risco, de bater na mesa e falar: eu vou atrás disso que pode ser que dê certo. E saber que algumas coisas vão dar errado e dão mesmo. Eu acho que a superficialidade, que é uma característica que eu tenho percebido como muito frequente, também impede que você tenha uma análise criativa adequada. Eu tenho tido a sorte de trabalhar com grandes empresas, que são líderes nos seus mercados, que têm pessoas muito preparadas, que têm tomado risco e acertado muito mais que errado. Mas não é isso que eu tenho enxergado no mercado. E isso acontece dos dois lados do balcão.

A manutenção da criatividade, de criar um ambiente mais propício à criatividade e inovação é também responsabilidade da empresa?

É responsabilidade da empresa, mas não é uma responsabilidade unilateral. É uma responsabilidade da empresa em primeiro lugar, acho que 70%, porque até quando a empresa atrai um profissional que não é criativo, ou que não tem essas características a serem desenvolvidas, a empresa já errou na contratação. Às vezes, o profissional, ao longo do tempo, se acomoda e deixa de ter aquelas características de quando entrou. É responsabilidade da empresa em saber se



FOTO: ARQUIVO PESSOAL

ali tem um fator de motivação que pode ser desenvolvido, ou até mesmo de substituição. Às vezes, a pessoa não está dando certo aqui, mas vai dar brilhantemente certo em outro lugar. Só para a gente ficar no exemplo da música, os Beatles foram geniais quando estavam os quatro juntos. Após a separação, cada um continuou sendo genial, mas nenhum individualmente fez o mesmo sucesso que fizeram juntos. Então, essa coisa de você conseguir reunir as pessoas certas no momento certo, faz toda diferença. A troca de ideias hoje também é um ponto importante. Quando eu comecei a trabalhar, a estrutura hierárquica das empresas era muito rígida. Hoje em dia, eu acho muito melhor, porque a gente tem a condição de ouvir. Essa quebra de hierarquia é um ganho prático das empresas. Não é um questão de “vem para cá, aqui é muito legal de trabalhar. Sua voz vai ser ouvida.” Não é uma questão só de satisfação da equipe, é uma questão prática. Vai ser melhor para o negócio se a gente tiver capacidade de ouvir todas as opiniões. Não é só questão de ser “descoladinha”. É que para o negócio faz bem.

(Clique no botão e veja o que a empresa pode fazer para estimular a criatividade, de acordo com o Adm. Christiano Cordeiro).



Vai além de colocar uma mesa de pingue-pongue, ou pufes para a hora de descanso, né?!

Você está vendo aqui meu escritório, minha agência, mas você não está vendo aqui nenhuma mesa de pingue-pongue ou fliperama. Não estou falando que é ruim, mas na característica do meu negócio não cabe, na cultura da empresa, não cabe. Embora eu entenda que para algumas empresas seja fator imprescindível. Isso tem que ser uma coisa genuína. Por inventar ou estar na moda, eu acho que não cabe.

Você acha que a tecnologia, o senso de urgência, de inovação, essa sobrecarga de tarefas, a necessidade de ser multitarefa o tempo todo, contribui ou prejudica a criatividade?

Eu não acredito em multitarefa. Não existe nenhum ser humano que seja multitarefa. A nossa atenção só pode estar concentrada em uma coisa de cada vez. O multitarefa, para a minha concepção, é o cara que faz mal várias coisas ao mesmo tempo. Agora, a pressão do digital, o fato de você ter acesso às pessoas de forma mais rápida, coloca um desafio muito grande que é você se organizar para ter a profundidade necessária para entregar um trabalho criativo. Mas a tecnologia está aí! Essa carta está posta, está na mesa. Eu não tenho que achar bom ou ruim, não vai mudar. É uma constante! Cabe ao profissional, o mínimo de disciplina que lhe permita lidar com isso, porque se ele não aprender a lidar com isso, ele vai ser malsucedido. Ele vai ter dificuldade em entregar os resultados que precisa, ou vai ter um problema psicológico grave. Isso é difícil, eu também tenho dificuldade em priorizar e lidar com tantas plataformas ao mesmo tempo, mas nós estamos conversando aqui e eu não olhei meu whatsapp, meu telefone não tocou... Eu estou fazendo uma coisa de cada vez, e este mesmo comportamento eu uso para lidar com a minha filha, com a minha esposa, com meu sócio, com a equipe. É uma coisa de cada vez. Pode fazer mil coisas ao longo do dia, contanto que você faça uma coisa de cada vez. Acho que é mais uma exigência de disciplina mesmo.

Alguma outra dica que você gostaria de acrescentar?

Eu sou registrado no CRA-MG desde o mês seguinte à minha colação de grau. Tenho 22 anos de formado e sempre fui um Administrador ligado ao CRA-MG, adimplente, e acredito que o Conselho tem papel fundamental para o exercício da profissão, porque se tem um lugar em que você pode se inspirar, em que você pode exercitar sua criatividade, é acessando o CRA-MG para estar em contato com outros Administradores, para poder saber o que outros mercados estão fazendo, o que outros gestores acharam de solução para os seus negócios e tentar adaptar para o seu desafio. Então, eu acredito muito no papel do CRA-MG enquanto entidade representativa. Tem inúmeras formas de trabalhar a criatividade, acho que estar em contato com sua entidade representativa é uma delas. Eu aprendo com o CRA-MG, com o conteúdo que ele produz, com os eventos promovidos. Então é um valor que o profissional não pode perder de vista. Tem que prestigiar o Conselho, apoiar, estar junto, estar nos eventos. Ver o que o cara lá no Piauí está desenvolvendo. A gente vai poder aprender e aplicar, trocar ideia e compartilhar aprendizados. Eu acredito muito nesse papel do Conselho!



Tem inúmeras formas de trabalhar a criatividade, acho que estar em contato com sua entidade representativa é uma delas.



ARTIGO

RH 5.0

O RH 5.0 COMO ACELERADOR DE RESULTADOS

POR PROF. ADM. ALEXANDRE PÉRET,
(DIRETOR EXECUTIVO DA EMPRESA PLANEJAR, MENTOR E MEMBRO DO
GRUPO DE GESTÃO DE PESSOAS DO CRA-MG.)



FOTO: ARQUIVO PESSOAL

Para entendermos o RH como acelerador de resultados nas organizações é importante contextualizar duas funções, cujos termos se aproximam muito: RH e Gestão de Pessoas.

Quando me refiro ao RH, estou falando das áreas das empresas na condução de seus subsistemas, responsáveis pela atração, retenção e desenvolvimento de talentos, bem como orientação e apoio as lideranças para o alcance de seus objetivos.

Em relação à Gestão de Pessoas, entendo como uma função bem mais ampla que o RH, envolvendo o gerenciamento dos colaboradores das empresas pelos seus respectivos líderes, em todas as áreas das organizações, abrangendo o lidar com as pessoas na condução e execução de seus processos.

Todo líder faz Gestão de Pessoas. O líder faz a gestão direta de seus colaboradores e o RH a gestão indireta dos colaboradores desses líderes.

O que os *stakeholders* esperam da Gestão de Pessoas nas organizações? E como o RH entra nesse "jogo", acelerando resultados?

Na minha visão e vivência com executivos de muitas empresas, no Brasil e no exterior, os acionistas e proprietários dos empreendimentos esperam que as pessoas sejam conduzidas de maneira a gerar os resultados traçados, devidamente alinhados aos propósitos, políticas e diretrizes da organização.

Mas há quesitos importantes na geração dos resultados das pessoas e da empresa que precisam ser considerados, que são: qualidade, custos, processos, produtividade e ambiência.

O RH acelera resultados na medida em que ajuda esses líderes e seus comandados em todos esses quesitos, acompanhando o desenvolvimento individual e coletivo das pessoas, bem como implementando melhorias nas unidades da empresa.

A ajuda do RH envolve esforço na atração e retenção de talentos, adoção de inovações, redução de custos, diminuição de *turnover*, aumento de produtividade, bem como melhorias de relacionamentos, de processos e de performance de pessoas.

Se temos hoje a indústria 4.0, o RH tem que ser 5.0, ou seja, o RH à frente do seu tempo, moderno, preditivo e acelerador de resultados.

O RH 5.0 modernizou seus subsistemas com ferramentas de *people analytics*, tecnologias digitais e inteligência artificial, garantindo tomadas de decisão assertivas em todas as áreas das empresas e uma gestão global de pessoas extremamente ágil por meio de estatísticas e algoritmos precisos.

Quanto à capacitação das áreas de RH, basta primeiro que haja consciência, conhecimento e convencimento da cúpula das empresas para adotar um RH estratégico e atuante. Existem no mercado consultorias, ferramentas e treinamentos que podem ajudar na realização dessa mudança.

Os avanços e inovações tornaram as áreas de RH uma ferramenta estratégica para os empresários: o RH 5.0, acelerador de resultados. Suas ações atuais são totalmente voltadas aos resultados dos negócios, usando muita tecnologia de ponta para assegurar os entregáveis propostos e, assim, proteger e acelerar tanto as empresas quanto as pessoas.

Integração com a sociedade

Projetos de extensão farão parte do currículo das instituições de ensino superior

POR TAMARA LIMA



FOTO: <https://freepik.com>

A partir de 2023, as atividades de extensão deverão compor, no mínimo, 10% do total da carga horária curricular estudantil dos cursos de graduação em instituições públicas e privadas. É o que determina a Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, do Ministério da Educação (MEC), atendendo ao Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e garantindo a interdependência entre ensino, pesquisa e extensão definida na Constituição Federal.

O processo denominado de curricularização da extensão tem sido visto com bons olhos pela comunidade acadêmica, que vem se preparando para o momento. No entanto, algumas instituições de ensino superior (IES) se anteciparam e já implantaram a curricularização antes do fim do prazo estabelecido pelo MEC. É o caso da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras do Alto São Francisco, da cidade de Luz (Fasf). De acordo com a coordenadora dos cursos de



PROJETO DE EXTENSÃO DA FASF EM ESCOLA ESTADUAL DE LUZ, MG



ADMª. MARIA HELENA SILVA RABELO,
COORDENADORA DE CURSOS

Administração, Ciências Contábeis e Superior de Tecnologia em Gestão Financeira, Adm³. Maria Helena Silva Rabelo, ações em atendimento à Resolução foram implantadas desde sua publicação, passando por algumas adaptações no período da pandemia e sendo retomadas com regularidade em 2022. “Com a antecipação do atendimento à Resolução, foi possível organizar as atividades de extensão com foco para as disciplinas previstas em cada semestre do curso e também inserir os alunos e docentes no desenvolvimento de ações que ampliaram a atuação das propostas na sociedade”, informa.

EDUCAÇÃO



ALUNA DE PROJETO DE EXTENSÃO DA FASF,
KESSIA BIANCA DE ANDRADE

Os projetos de extensão são atividades extraclasse que promovem impacto social a partir da interação entre a instituição de ensino e a sociedade, por meio da participação ativa dos alunos. Melhorar o engajamento dos estudantes é um dos objetivos da inclusão da extensão no currículo dos cursos superiores. Participante do projeto “FASF na Feira Livre”, a aluna Kessia Bianca de Andrade aprovou a decisão do MEC, já que para ela, as atividades “agregam muito no conhecimento, trazendo aprendizados mais amplos, não só na teoria, mas também na prática”. A declaração é corroborada pela coordenadora da IES, que

vê os projetos de extensão como ações de suma importância para a formação. “As atividades de extensão possibilitam ao aluno o desenvolvimento de competências, habilidades, atitudes e práticas necessárias à sua formação integral como indivíduo, cidadão e profissional, visando a sua inserção na sociedade e no mercado de trabalho”, ressalta.



Agregam muito no conhecimento, trazendo aprendizados mais amplos, não só na teoria, mas também na prática

KESSIA BIANCA DE ANDRADE



Com o título de Instituição Socialmente Responsável, tendo recebido o selo da Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES) por 12 anos consecutivos, a FASF tem como destaque nos projetos de extensão o “FASF na Escola”, que consiste em levar aos alunos de escolas públicas da cidade informações sobre o



**Administradores
registrados no CRA-MG
têm isenção de carências*
nos planos Unimed-BH.**



 **Saiba mais**

Se preferir, ligue:

 **(31) 3048-2800 • (31) 3057-0899 • (31) 99808-5699**

 **vendas.bh@qualicorp.com.br**



Unimed-BH:

ANS nº 343889

Saiba mais clicando aqui:



Qualicorp
Adm. de Benefícios:

ANS nº 417173

Promoção válida somente para propostas assinadas e protocoladas na Qualicorp entre os dias 01/01/2023 e 31/01/2023 para as vigências de 10/01/23, 20/01/23 e 01/02/23. Condição válida para os planos Unimed Pleno Copart Regional Adesão Enfermaria (Registro ANS 470.353/13-7) e Unimed Pleno Copart Regional Adesão Apartamento (Registro ANS 470.354/13-5). Não haverá redução no prazo para Parto e Cobertura Parcial Temporária (CPT) em casos de Doenças ou Lesões Preexistentes (DLP) quando declaradas. Dezembro/2022.

“Novo Ensino Médio”, agregando conhecimento relacionado à Educação Financeira e ao Empreendedorismo, além de abordar o jovem e o mercado de trabalho. O egresso Rafael Henrique Silva participou do projeto e garante que isso o auxiliou no desenvolvimento de competências pessoais e profissionais, incluindo o maior senso de cidadania. “Foi ótimo, pois pude estar em um contexto pós-pandêmico, em que a educação foi muito afetada, e foi possível compartilhar com os alunos meus conhecimentos, minhas experiências e ajudá-los a desenvolver habilidades e competências necessárias que podem ser fundamentais para sua formação social e profissional”, conta.



Foi ótimo, pois pude estar em um contexto pós-pandêmico, em que a educação foi muito afetada, e foi possível compartilhar com os alunos meus conhecimentos, minhas experiências e ajudá-los a desenvolver habilidades e competências necessárias que podem ser fundamentais para sua formação social e profissional

RAFAEL HENRIQUE SILVA



Em 2022, o projeto foi desenvolvido na Escola Estadual Comendador Zico Tobias. Segundo a vice-diretora da escola, Nívia Pacheco, foi elaborado um cronograma de trabalho com aulas quinzenais, e uma aula prática ao final, que envolveu estudantes no processo de linha de produção de uma mini-indústria, promovendo a



RAFAEL HENRIQUE SILVA

interação entre a sociedade e a FASF. “Essa parceria representou um ganho muito significativo para os alunos e professores da escola, pois possibilitou o contato direto com profissionais habilitados e experientes, que ministraram aulas sobre todos os itinerários formativos – componentes curriculares recém-inseridos no novo currículo do Ensino Médio, para os quais ainda não temos profissionais especificamente habilitados”, explica. A experiência deu tão certo que a vice-diretora já manifestou interesse em participar do projeto no próximo ano, afinal, como ela mesma ressalta, “em time que está ganhando não se deve mexer”!



Última Chance do Ano!

Não deixe o futuro te esperando.

DESCONTO EXCLUSIVO PARA
PROFISSIONAIS ADIMPLENTES COM O CRA-MG

Graduação

Primeira mensalidade
em dezembro e a

PRÓXIMA SÓ A PARTIR
DE MARÇO DE 2023

Pós Online

Condições especiais

Bolsas Limitadíssimas!
Garanta a sua!

INSIRA O CÓDIGO PROMOCIONAL

OPORTUNIDADE-2022



Saiba mais clicando aqui:

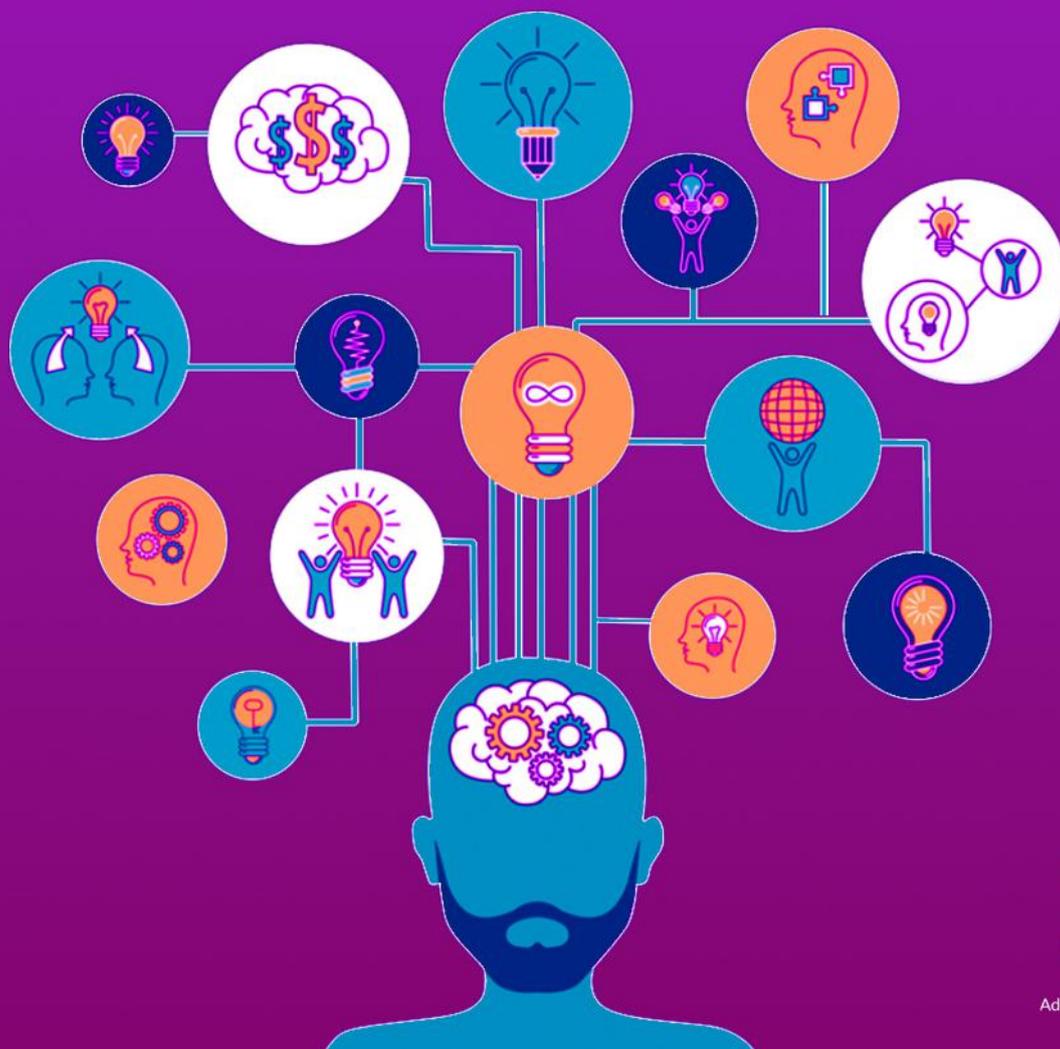


*Consulte condições.



HACKATHON 2022

"Retomada e Crescimento das
Organizações, Desafios e Oportunidades".



Hackathon 2022 proporciona *networking* e aprendizado com os desafios

POR RAFAEL ASSIS

Em outubro de 2022, o CRA-MG realizou o HACKATHON 2022, com o tema “Retomada e Crescimento das Organizações, Desafios e Oportunidades”, que proporcionou, novamente, para os alunos de Administração, a oportunidade de apresentarem propostas de solução para desafios criados pelas empresas convidadas. Esta é a terceira edição da competição que movimentou o mês do profissional de Administração.

Nesta edição, quatro empresas foram classificadas para propor problemas a serem resolvidos pelos times de alunos, a Reach Consultoria Empresarial, o Centro de Integração Empresa-Escola de Minas Gerais (CIEE/MG), a Prefeitura Municipal de Timóteo e a Usinas Siderúrgicas de Minas Gerais S.A (Usiminas).

Os desafios propostos se encaixam com a realidade do cotidiano das organizações, e estimularam as sete equipes participantes a desenvolverem um plano solucionador bem embasado, dentro de uma logística possível de ser aplicada nas atividades das instituições presentes na dinâmica.

A Reach Consultoria Empresarial ofereceu um treinamento em “Metodologia para análise e solução de problemas - PDCA” para os alunos de um grupo participante como forma de retribuir o esforço e a qualidade do trabalho realizado. O treinamento foi realizado em uma das unidades das Faculdades Promove e contou também com a participação da professora orientadora dos alunos. O dono da empresa, Adm. Raphael Leandro, ficou surpreso com a qualidade de vários trabalhos apresentados. “Os grupos apresentaram soluções factíveis e totalmente aplicáveis à realidade das organizações. Isto me chamou a atenção, pois de fato acredito que os trabalhos irão sair do papel e gerar resultados para as organizações participantes”.



FOTOS DA ENTREGA DA PREMIAÇÃO

CADERNO CRA-MG

Um dos casos construídos pelas organizações, foi o Desafio “Como otimizar as rotas de recolhimento de lixo urbano no município de Timóteo- MG”, que foi escolhido por quatro equipes, duas delas ocuparam um lugar no pódio, a equipe “Atlas” da PUC Minas em 2º lugar, e a Fumec 5.0 da Fumec Belo Horizonte em 3º lugar. O corregedor da Prefeitura Municipal de Timóteo, Humberto Abreu, valorizou os dois grupos premiados, reconhecendo a qualidade nas apresentações, que foram coerentes com a proposta do desafio. “As duas equipes entenderam perfeitamente o objetivo do desafio, criando planos extremamente criativos e viáveis, acredito muito no futuro destes alunos”, afirma.

Outra importante instituição que contribuiu na criação dos desafios foi o Centro de Integração Empresa-Escola de Minas Gerais (CIEE/MG). O Supervisor de Comunicação, Marketing e Ouvidoria da Associação, Adm. Alexandre César de Oliveira Melo, que é engajada na inserção de estudantes e jovens no mercado de trabalho, agradeceu a oportunidade de poder participar deste evento de extrema relevância para os futuros talentos da Administração. “Queremos cumprimentar ao CRA-MG pela iniciativa do Hackathon, bem como às demais empresas e instituições participantes”.



FOTO: <https://freepik.com>



ADM. DOUGLAS WILLKYS,
PREFEITO DE TIMÓTEO



ABEL DA SILVA REIS RECEBENDO PREMIAÇÃO DO HACKATHON 2022

O desafio proposto pelo CIEE/MG “Como fazer com que as empresas e empresários se sensibilizem e percebam os benefícios e as vantagens que os programas de Estágio e Aprendizagem podem oferecer neste momento de retomada econômica com maior aproveitamento da capacidade do jovem talento?”, foi solucionado pela grande vencedora da competição, a equipe pAnDêMicos” da Faminas BH. O aluno Abel da Silva Reis, líder da equipe vencedora, contou quais foram os fatores que ele considera determinantes para ganharem o prêmio em 1º lugar. “O comprometimento, parceria e união foram fundamentais para a elaboração deste projeto. A apresentação pôde ser feita com calma e confiança, pois sabíamos exatamente o que dizer e em quanto tempo dizer. Minha participação neste evento me proporcionou mais experiência e conhecimento, além de boas conexões, já que pude criar laços e contato com profissionais do próprio Conselho e demais profissionais da área”.

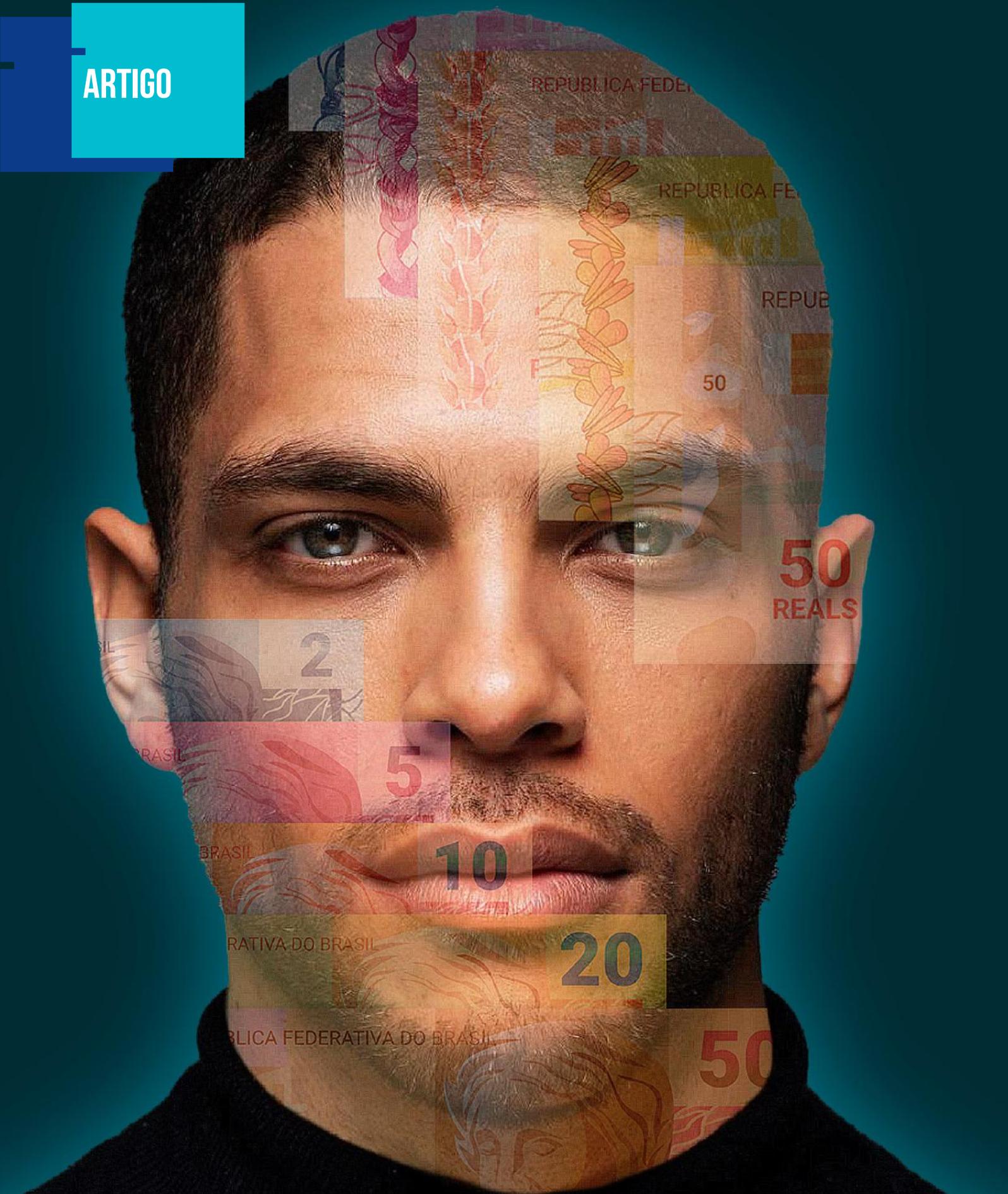
“

O comprometimento, parceria e união foram fundamentais para a elaboração deste projeto. A apresentação pôde ser feita com calma e confiança, pois sabíamos exatamente o que dizer e em quanto tempo dizer.

Abel da Silva Reis

”

ARTIGO



A COR DO DINHEIRO

POR ADM^a. DENISE ALVES DOS SANTOS
(CONSELHEIRA DO CRA-MG)



FOTO: ARQUIVO PESSOAL

Nos últimos tempos, tem sido bastante comum o emprego de expressões como: *Black Money*, *Pink Money*, *Green Money*. Vamos olhar um pouco mais este tema para não se tornar mais um jargão, no qual o conceito que realmente importa é esvaziado.

Antes de tudo, é importante partir do fato de que o dinheiro, por si só, não tem moral, não tem ideologia. Ele foi criado como critério para estabelecer um padrão de troca de valores. A questão reside no fato de que os valores, estes sim são plenos de critérios que recebem nosso julgamento. Uma roupa mais bonita, um produto de marca, um trabalho com perfil feminino... são inúmeros exemplos possíveis.

É possível identificar que tudo que nos cerca está carregado de valoração moral e ideológica. O dinheiro que vai medir esta valoração, por consequência, tem essa carga nas transações comerciais em que está presente.

Fiquei muito contente em ter sido convidada para escrever sobre este tema, pois sou adepta desta causa pela força positiva que isso agrega. Importa lembrar que populações mais vulneráveis socialmente também o são econômica e socialmente. Deste modo, reforçar o valor daquilo que produzem contribui para tornar a sociedade mais justa em todas as dimensões. Dito isto, vamos aos conceitos desses “dinheiros coloridos”.

Por que é importante? Vamos olhar o Brasil. A maior taxa de desempregados está na população negra. A melhor oportunidade para sair da pobreza é por meio do empreendedorismo (Não estou falando de “bicos” ou de uberização). Falo de negócios sustentáveis e oferecendo produtos e serviços de qualidade.

O *Black Money* é todo o valor construído a partir da produção e dos serviços de pessoas negras (pretas ou pardas) ou de quem apoia de forma efetiva esta iniciativa. Produzir e vender e com suporte do público identitário, potencial comprador. Mas é necessário haver um ambiente em que exista apoio mútuo, onde quem vende está em conexão com quem compra. Eu participo do Movimento *Black Money* daqui do Brasil (movimentoblackmoney.com.br). Há coisas lindas por lá. E também é possível se cadastrar para oferecer produtos e serviços. Ou também para comprar.

Pink Money tem a mesma lógica do *Black Money*, mas para produtos e serviços para a população LGBTQIA+. O legal é que os produtos voltados para este público são bastante customizados e isso é positivo para quem vende e quem compra. O *Green Money* vai na mesma “toada”, voltado para produtos e serviços que respeitem o meio ambiente e sejam sustentáveis em toda a cadeia do processo.

Um alerta é importante e cabe ser feito, principalmente em causas ambientais e até para conquistar o público LGBTQIA+, que é altamente consumista. Tem gente que faz o *Pink washing* ou o *Green washing*. Faz a propaganda, mas, na prática, não promove corretamente nem a população alvo, nem os produtos e tampouco os processos. É só para obter o lucro em mão única.

Em minha opinião, assim como as *startups*, esses movimentos *Color Money* têm um potencial incrível para alavancar a economia em nosso país nessa retomada pós-pandêmica. Somos diversos e somos únicos. Valorizar a pluralidade é valorizar a essência do que nos constitui como nação.

“...populações mais vulneráveis socialmente também o são econômica e socialmente. Deste modo, reforçar o valor daquilo que produzem contribui para tornar a sociedade mais justa em todas as dimensões.”

Social commerce cresce e empresários apostam no meio digital para aumentar o faturamento

POR FILIPE BEDENDO

Durante a pandemia, o mundo inteiro voltou os olhos para o meio digital e o *social commerce* mostrou que é uma tendência que veio para ficar, prometendo grandes inovações para o futuro.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Accenture, empresa multinacional de consultoria empresarial, o comércio digital deve crescer até três vezes mais que o *e-commerce* tradicional. Além disso, as compras deste meio somam cerca de US\$ 492 bilhões no mundo inteiro.

Para quem ainda não está habituado com o termo: o *social commerce*, traduzido livremente como comércio social, é um tipo de comércio eletrônico que envolve o uso das redes sociais virtuais, que também permite a interação direta dos usuários, que podem auxiliar outros na compra e venda de produtos e serviços on-line.

A expectativa do mercado é que a tendência seja impulsionada pelas gerações Z e Y, que juntas devem responder por cerca de 62% do comércio nas redes sociais, de acordo com a pesquisa citada anteriormente. Além de focar na inovação dos produtos e serviços, as marcas também precisam investir em estratégias para ampliar a visibilidade.

Neste contexto, a velha máxima “quem não é visto, não é lembrado” ganha um significado ainda mais importante. No marketing, esse preceito se desdobra em um dos principais objetivos da área: estreitar as relações entre a empresa e o público e, conseqüentemente, gerar mais lucro.

Marketing na era digital

Com 27 anos de experiência na área comercial, o professor Adm. Marco Antônio Machado afirma que a migração para o mercado digital é uma tendência natural da sociedade. “Na medida que o meio digital foi se tornando mais popular, a sociedade se adaptou. Hoje em dia, uma pessoa anunciando nas redes sociais consegue chegar em lugares que antigamente nem pensávamos que seria possível”

O professor também destaca que, apesar de a forma de fazer ter mudado, a essência continua a mesma, tendo em vista que a preocupação com o cliente deve sempre prevalecer. Segundo o Administrador, o primeiro passo para trabalhar o marketing nas redes sociais é saber qual é o público-alvo. A partir daí, criar estratégias adequadas para o segmento. Além disso, existem divisões que precisam ser consideradas na hora de entender o público.

É impossível falar sobre marketing nas redes sociais sem citar a ação dos famosos “influenciadores digitais”, que são pessoas que se dedicam à criação de conteúdo para a internet e divulgam produtos. Atualmente, o Brasil é campeão mundial no mercado de influenciadores, de acordo com uma pesquisa divulgada pela Nielsen. São cerca de 10 milhões de usuários com pelo menos 1 mil seguidores, contabilizados nas plataformas *Instagram*, *TikTok* e *YouTube*, entre novembro de 2021 e abril deste ano.



ADM. MARCO ANTONIO MACHADO

FOTO: <https://yandex.com>

O Adm. Marco Antônio enxerga o mercado de influenciadores com bons olhos, mas faz um alerta sobre o poder das redes. “Antigamente, existiam pessoas que iam para as ruas das cidades para falar e divulgar as informações. Hoje em dia, temos os influenciadores, que testam os produtos e aparecem nas redes para falar se recomendam. A prova real é uma boa estratégia, mas é preciso estar sempre atento ao poder de repercussão do meio digital, visto que é um ambiente democrático e todos podem dar a sua opinião. O famoso ‘cancelamento’ pode ser extremamente prejudicial para a imagem da empresa e, em muitos casos, difícil de ser revertido.”

Afinal, é possível ganhar dinheiro trabalhando com as redes sociais?

Enquanto estudava para um concurso público, a empresária mineira Maria Clara Moreira identificou uma grande demanda na área de materiais para estudo e decidiu investir no setor de conteúdos digitais. Formada em Administração, trabalha há 3 anos com a produção de infoprodutos digitais, como apostilas, resumos, mapas mentais e cronogramas de estudos.



Antigamente, existiam pessoas que iam para as ruas das cidades para falar e divulgar as informações. Hoje em dia, temos os influenciadores, que testam os produtos e aparecem nas redes para falar se recomendam.



FINANÇAS

Foram longas horas de trabalho e muitas estratégias nas redes sociais até que o negócio se tornasse lucrativo. Maria Clara criou a página “Viver de Estudos” no Instagram e começou a postar conteúdos como dicas e ideias para quem estava estudando para concursos. “No começo, eu entregava os conteúdos gratuitos para receber algo em troca, enviava material para as pessoas divulgarem e conseguia fazer vendas por meio disso”, afirma.



MARIA CLARA,
EMPRESÁRIA

No entanto, não demorou muito para que o crescimento orgânico vindo da produção de conteúdo não fosse mais suficiente e surgisse a necessidade de criar outras estratégias para alcançar mais pessoas. “O crescimento orgânico é muito lento. A gente acaba ficando refém e precisa produzir conteúdo todos os dias. Eu queria que o negócio crescesse mais rápido. Nessa época eu comecei a estudar mais sobre marketing e tráfego pago. Fiz um investimento mais alto, mas tive um retorno maior”.

O tráfego pago nada mais é do que uma estratégia de marketing que visa gerar mais clique e atrair visitantes para uma plataforma. A diferença para o orgânico é justamente o investimento que é feito para promover os conteúdos. Como citado anteriormente, pode trazer um retorno mais rápido se feito seguindo as métricas corretas e com total conhecimento do público-alvo.

Monitorar os resultados das estratégias criadas também é essencial para garantir o sucesso da ação. “É preciso estar sempre atento ao retorno do público para entender o que está funcionando e o que não está indo bem. E, depois, programar as estratégias ou até mesmo mudar, se for o caso. Os anúncios que ficam por muito tempo saturam e as pessoas acabam enjoados.” afirma Maria Clara.

Apesar de já estar consolidada no mercado, a empresária ainda pretende alcançar novos voos e tem desafios pela frente. “Uma coisa que eu ainda preciso trabalhar mais é a gravação de vídeos para falar com as pessoas nos *stories*. Quero que as pessoas vejam que eu sou uma pessoa real e que não vivo só para o trabalho. E tem pessoas que se sentem mais seguras quando veem quem está por trás do negócio”, completa. Ainda, de acordo com ela, aparecer nas redes melhorou os resultados.

Para quem está começando agora, a empresária deixa a dica: “É importante estar presente com frequência nas redes sociais e trabalhar os *stories*, que são mais instantâneos. Investir em ferramentas de qualidade e educação também é essencial. As redes sociais mudam e recebem atualização o tempo todo, então precisamos acompanhar. O mais importante é não se acomodar.”

“

É preciso estar sempre atento ao retorno do público para entender o que está funcionando e o que não está indo bem. E, depois, programar as estratégias ou até mesmo mudar, se for o caso.

MARIA CLARA

”

Ser ADM
é muito mais

vantagem

Conheça o portal
Clube de Vantagens.

Acesse:

admclubedevantagens.com.br



Clube de
VANTAGENS



CFA/CRA

Conselho Federal de Administração
Conselho Regional de Administração

Mudança de mentalidade pode ser caminho para sair do estado de inércia e tornar a rotina de trabalho mais produtiva

POR FILIPE BEDENDO

Imagine a seguinte situação: você tem uma tarefa para fazer, mas por algum motivo não consegue começar. Então decide fazer alguma outra atividade e deixa a tarefa para quando aquela “inspiração” chegar. Quando percebe, o prazo está acabando e você precisa correr para finalizar a tarefa. Só em cima da hora a tal “inspiração” chega e você consegue entregar um bom trabalho, mas não tão bom quanto deveria ser. Se você se identificou, não se sinta mal por isso. Essa é uma rotina comum na vida das pessoas.

De acordo com o dicionário *Priberam de Língua Portuguesa*, a procrastinação ou o ato de procrastinar são definidos como a ação de adiar, deixar para depois, para outro momento. Ou seja: adiar uma tarefa pelo maior tempo, até que o prazo se esgote.

No livro “Procrastinação - um guia científico sobre como parar de procrastinar definitivamente”, a autora Lilian Santos reúne explicações científicas e ensaios de especialistas acerca do tema. Em um dos experimentos relatados por ela, o pesquisador Timothy Pychyl, da Universidade Carleton, do Canadá, estudou o papel do humor e das emoções na procrastinação.





LARA CASTRO, PSICÓLOGA E
CONSULTORA ORGANIZACIONAL

FOTO: <https://yandex.com>

Após analisar os fatos, Pychyl percebeu que, à medida que as tarefas se tornavam mais difíceis e estressantes, os estudantes passavam a realizar outras tarefas, mais simples e agradáveis. Sendo assim, o pesquisador constatou que os procrastinadores percebem o dano temporal causado por suas más escolhas, mas, ainda assim, não conseguem superar o impulso emocional que direciona a outras tarefas.

Em muitos casos, procrastinadores são vistos como pessoas preguiçosas ou que não dão o devido valor às tarefas, mas é neste ponto que muitos se enganam. Enquanto o procrastinador adia as tarefas e dá atenção para tarefas menores, o preguiçoso é a

pessoa que se nega a fazer qualquer tarefa, pequena ou grande. Não será um adiamento como a procrastinação e sim uma recusa.

Saber a diferença entre procrastinação e preguiça é essencial para entender como o corpo e a mente funcionam e reagem às situações do dia a dia. É o que explica a psicóloga Lara Castro, que atua como Consultora Organizacional há mais de 30 anos. “Em muitos casos, pode ser o jeito que a pessoa funciona, que vem das experiências que ela teve na vida dela ou da forma que ela foi tratada por outras pessoas. Não quer dizer que é certo ou errado. É se funciona ou não funciona”, afirma.

EM ALTA

Procrastinação



Planeja, mas não colocá em prática

Se incomoda por não sair do lugar

Se culpa e se sente frustrado

Acredita que pode e quer mais

Preguiça

Não faz planos

Não se sente frustrado

Não se importa com o futuro

Não espera muito de si



FOTOS: <https://freepik.com>

Entender como a procrastinação se manifesta é de extrema importância para lidar com os desafios e as possíveis consequências que ela pode causar. Existem vários tipos de procrastinação e, apesar de serem muito parecidos, alguns são mais prejudiciais do que outros.

Confira:



Desesperado

Tem medo que as coisas não saiam como o planejado e adia as tarefas por medo de fracassar.



Sonhador

Faz diversos planos e listas para a realização de um projeto, mas não coloca a mão na massa para tirá-los do papel.



Perfeccionista

Tem medo que o resultado não seja perfeito e fica buscando formas de ter tudo na mão antes de executar as atividades.



Ocupado

Está sempre ocupado com diversas atividades ao mesmo tempo e nunca consegue se dedicar a uma tarefa por vez.



Gerador de crise

Acredita que trabalha melhor sob pressão e deixa as tarefas para a última hora.

PROCRASTINAÇÃO

EM ALTA

Sou procrastinador, e agora?

Se você se identificou com um ou mais dos tipos de procrastinador acima, não precisa se desesperar. O autoconhecimento é o ponto-chave para sair do estado de inércia. “Se a pessoa não sabe como ela funciona, fica mais difícil. Esse é o primeiro passo, entender o funcionamento do corpo e da mente. Se hoje uma pessoa possui um tipo de comportamento, não quer dizer que ao longo da vida ela não possa mudar. As pessoas são dinâmicas”, afirma Lara Castro.

Ainda de acordo com a psicóloga, existem formas de criar uma rotina mais produtiva, com tarefas mais simples e outras mais detalhadas. E, para dar início àquela tarefa que está parada há muito tempo, é preciso fazer justamente o oposto: começar! Além disso, é necessário se observar mais para saber lidar com as adversidades e não se render às dificuldades do dia a dia.

A organização também é fundamental para estabelecer as tarefas prioritárias. Ações como criar um cronograma de atividades e um passo a passo para a execução irão ajudar a impulsionar os esforços. Mas nada disso funciona se for feito apenas uma vez ou um dia. A recorrência das ações é o que irá manter a rotina produtiva. Segundo Lara, a meta deve ser não desanimar até que a produtividade se torne um hábito rotineiro e não um esforço.

DICA DO CRA-MG: REGRA DOS 5 MINUTOS

Sabe aquela tarefa que está parada?

Coloque como meta trabalhar nela por pelo menos cinco minutos. Alguns dias serão apenas cinco e em outros o tempo será maior. A ideia é ver o trabalho sendo feito e se inspirar com os pequenos resultados.

Feito é melhor do que perfeito

Durante a Segunda Guerra Mundial, o general estadunidense George S. Patton disse que “um bom plano executado rigorosamente agora é melhor que um plano perfeito executado na próxima semana”. Ou seja: um plano executado antes, mesmo não estando perfeito, traria mais vantagem do que um plano executado na próxima semana, pois poderia sofrer um ataque dos rivais sem ter a oportunidade de colocar a ação em prática. Apesar de terem se passado muitos anos desde o fim da Guerra, o contexto central da frase segue atual, mas foi simplificado para “feito é melhor do que perfeito”.

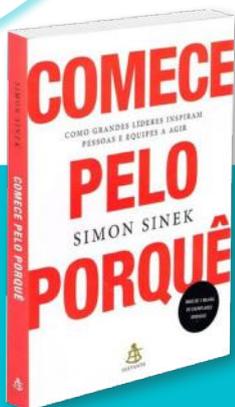
A frase diz respeito à busca exagerada pela perfeição, que acaba levando ao adiamento de tarefas que poderiam ter sido feitas com antecedência e, dessa forma, executadas com mais calma e capricho, levando a um resultado melhor. De acordo com Lara Soares, o feito é o primeiro degrau, o perfeito é o próximo e assim por diante. Procrastinadores perfeccionistas e desesperados são os que mais sofrem com esse tipo de problema, mas é preciso entender que nem sempre as coisas saem como planejadas, porém, quando executadas antes, dá tempo de mudar os planos e seguir um caminho mais assertivo.

Mude a sua mentalidade

A boa notícia para quem está tentando sair do estado de inércia é que a neurociência pode ajudar. Atualmente, as técnicas de reprogramação mental vêm ganhando, cada vez mais, espaço nas empresas e elevam a produtividade dos profissionais. Derivada da psicanálise, a reprogramação mental consiste na aplicação de falas repetitivas que irão substituir pensamentos negativos ou distorcidos por inspirações positivas e agregadoras.



ANDERSON R. OLIVEIRA,
PROFESSOR DA F.
GETÚLIO VARGAS



Dica de livro:
Comece pelo porquê, Simon Sinek

O professor do MBA da Fundação Getúlio Vargas, Anderson R. Oliveira, explica que o grande desafio da reprogramação mental é trabalhar a essência e os pressupostos básicos de cada indivíduo, que vêm do inconsciente. “Esses pressupostos se tornam crenças que podem ser limitantes. É muito mais profundo do que apenas um hábito rotineiro, é preciso acessar as camadas da mente e entender de onde vem essa limitação”.

Segundo Anderson, fazer uma grande mudança nunca é fácil, mas é preciso manter-se firme e não ceder às tentações que irão aparecer no caminho. “Em um primeiro momento, vai gerar uma certa estranheza, mas aos poucos, se torna natural até virar um hábito que será inserido no dia a dia. O perigo de pegar uma trilha já formada é que ela nunca some, então aquele hábito não vai simplesmente desaparecer”, completa.

Aonde você quer chegar?

Um outro ponto abordado pelo professor é o propósito. Saber aonde quer chegar e quais os passos necessários para isso são essenciais para trilhar um caminho bem-sucedido. “Quando sabemos aonde queremos chegar, nos movimentamos. Essa é uma conversa profunda e nem sempre temos um propósito bem definido, mas é importante ter um objetivo para realizar. A dica que eu dou é criar algo a longo prazo, uma viagem ou algo do tipo. Mas é importante termos algo que nos faça levantar da cama todos os dias.”

Além de definir os objetivos e o passo a passo, é importante criar um “ecossistema inspirador” para sempre se lembrar da sua meta. Neste contexto, vale a pena buscar pessoas para se inspirar e ver jornadas parecidas com a sua para ter a certeza de que é possível. Por exemplo: se o seu objetivo é fazer uma viagem, procure páginas de viajantes que relatam suas experiências. Se a meta for escrever um livro, siga escritores que publicam o mesmo gênero. O importante é não desanimar no caminho, pois o sucesso vem de pequenos esforços diários.

O autor mostra, usando histórias reais, como as pessoas só se dedicam verdadeiramente às tarefas quando encontram o verdadeiro propósito por trás delas.

**SAÚDE E
BEM-ESTAR**

Esqueça a aposentadoria

Profissionais a partir dos 60 anos querem continuar na ativa, mas resistência à tecnologia prejudica a permanência em um mercado etarista

POR TAMARA LIMA

O Brasil está envelhecendo! De acordo com a Agência de Notícias IBGE, de 2012 a 2021, a parcela de pessoas com 60 anos ou mais saltou de 11,3% para 14,7% da população. Isso reflete diretamente na carga econômica e no mercado de trabalho, no qual jovens e idosos competem por uma vaga. Embora a mão de obra da terceira idade esteja disponível e produtiva, as empresas ainda privilegiam a contratação de jovens em detrimento dos mais velhos. É o que aponta a pesquisa da Maturi e EY, que constatou que 80% das empresas admitem ser etaristas*. O dado foi apresentado pelo CEO do Instituto Brasileiro de Economia (FGV IBRE), Túlio Barbosa, durante o XVII Fórum Internacional de Administração (FIA), em setembro. Durante a apresentação, o CEO ainda mostrou outros dados voltados aos trabalhadores com mais de 60 anos, levantados pelo próprio FGV IBRE. De acordo com a pesquisa, em 2020, empresas brasileiras demitiram quatro vezes mais profissionais nessa faixa etária do que contrataram. Dois fatores foram identificados como determinantes para este cenário: os salários mais elevados dos profissionais na terceira idade e a falta de familiaridade com a tecnologia, principalmente em virtude da modalidade *home office*. Para Túlio Barbosa, há certa resistência desse grupo em aprender a lidar com os avanços tecnológicos. "Muitos não querem aprender", relata.

O projetista civil, Rafael Lima, ilustra bem esse cenário. Atualmente, com 68 anos, Rafael trabalhava para uma multinacional canadense da construção civil, por contrato intermitente, há um ano e meio, quando foi demitido em outubro de 2020. Segundo Rafael, mesmo quando não havia serviço a ser feito, a empresa costumava manter o contrato, convocando-o sempre que necessário. No entanto, quando foi realizada a demissão, a empresa alegou que não haveria mais trabalho específico para o projetista, dispensando-o. "Eles falaram que não tinham mais interesse em renovar o contrato comigo, que iam acertar as minhas contas e eu estaria livre para assumir em outra empresa", lembra.



TÚLIO BARBOSA, CEO DO INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA (FGV IBRE)

“

A expectativa de vida vem aumentando, por isso é importante termos profissionais que entendam esse mercado, que entendam esses consumidores acima de 60 anos.

”

*Etarismo é a discriminação contra pessoas com base em estereótipos associados à idade.

SAÚDE E BEM-ESTAR

Apesar de entender a queda de produção no ramo de Engenharia, Rafael acredita que o fato de ele não ter acompanhado a evolução do mercado de trabalho, que tem priorizado os projetos em 3D, pode ter contribuído para a demissão. “Eu decidi que enquanto eu conseguisse trabalhar com 2D, eu ia trabalhar, e no dia que não desse mais, eu ia parar. É uma decisão minha. Eu não quero perder tempo aprendendo 3D, porque eu não tenho tanto tempo mais no mercado pra ficar aprendendo novas tecnologias. Eu fechei questão”, reconhece.

Atualmente, Rafael trabalha como pessoa jurídica e, rapidamente, conseguiu fornecer seu trabalho para outra empresa. “Quando eu entrei para cá, eu deixei claro para eles: enquanto tiverem trabalho para eu fazer em 2D, eu vou trabalhar. No dia que não tiver mais, não se constroem, é só falar, que eu vou embora”. Já aposentado pelo INSS, o projetista afirma que esta será a última empresa em que irá trabalhar, e que só não parou ainda, por insistência da própria contratante. “Existe uma coisa que não vem junto com a tecnologia, né, que é o conhecimento técnico”, ressalta.



RAFAEL LIMA, PROJETISTA CIVIL

Eu não quero perder tempo aprendendo 3D, porque eu não tenho tanto tempo mais no mercado para ficar aprendendo novas tecnologias.

Rafael Lima

É justamente o conhecimento, a experiência, bem como a inteligência emocional, que o CEO do FGV Ibre destaca como diferenciais dos profissionais da terceira idade. Além disso, segundo ele, muitas instituições estão entendendo a importância da diversidade e como ela agrega valor à empresa. “A expectativa de vida vem aumentando, por isso é importante termos profissionais que entendam esse mercado, que entendam esses consumidores acima de 60 anos”, esclarece Túlio Barbosa.



ADM^ª. HELIANE GOMES,
FUNDADORA DO IPPE

Empreendedorismo

Se o mercado de trabalho é etarista, abrir o próprio negócio pode ser uma alternativa para os profissionais acima de 60 anos que desejam continuar na ativa. Segundo levantamento feito pelo Sebrae, 49% dos 53 milhões de empreendedores no Brasil têm mais de 50 anos. Mas, para um empreendimento saudável, é preciso deixar a resistência às novidades de lado e se atualizar. Foi pensando no desenvolvimento e na capacitação que o Instituto de Pesquisas e Projetos Empreendedores (IPPE) criou o Projeto Empreendedorismo na Melhor Idade Intergeracional. Totalmente gratuito, o projeto oferece cursos, minicursos, palestras, consultorias individuais e coletivas, mentorias e práticas vivenciais para idosos e jovens que têm a oportunidade de trocarem conhecimentos entre as gerações, além de se atualizarem com as inovações. De acordo com a diretora institucional e fundadora do IPPE, Adm. Heliane Gomes de Azevêdo, essa interação é extremamente positiva. “As pessoas mais velhas, muitas vezes convencidas

de que já aprenderam tudo o que tinham a aprender e que já não têm capacidades para fazê-lo, em contato com os jovens numa aprendizagem conjunta, apercebem-se que ainda têm muito que aprender e a fazer neste mundo, além de contribuírem efetivamente com sua trajetória e experiência de vida”, enfatiza.

Desejando vencer essa barreira ao aprendizado, Rozane Sartori, 66 anos, participa do projeto do IPPE. Proprietária da Artê Oficina da Madeira, que confecciona peças de deco-



FOTO: ARQUIVO PESSOAL
ROZANE SARTORI, COM O ARTISTA PLÁSTICO ROBSON EMERICK NA ENTREGA DO RACK FEITO EXCLUSIVAMENTE PARA O ARTISTA

“

(As pessoas mais velhas) apercebem-se que ainda têm muito que aprender e a fazer neste mundo.

”

SAÚDE E BEM-ESTAR



ração com madeiras recuperadas e destina parte das vendas em ações que apoiam mulheres vítimas de violência doméstica, Rozane abriu a oficina aos 55. Impedida de voltar a trabalhar como secretária após uma licença médica, a artesã viu a oportunidade e a necessidade de investir no seu sonho de infância, que foi adiado devido ao preconceito: “na minha juventude, mulher não podia exercer profissão tipicamente masculina”, conta.

Hoje, a artesã enfrenta, algumas vezes, outro preconceito, o da idade. “Como sou marceneira, a idade traz alguma dificuldade das pessoas acreditarem se darei conta do serviço e trabalho sozinha. Mas, pelas fotos, dou sim”, garante, rindo e mostrando as fotos em que opera o maquinário pesado.

Assim como a maioria dos alunos do IPPE, que, segundo Heliane Gomes, almeja fazer algo útil para a sociedade, Rozane está investindo em um braço social dentro da Artê. A Artezanebh qualifica em marcenaria artesanal mulheres privadas de liberdade da Associação de Proteção e Assistência aos Condenados (Apac) feminina de Belo Horizonte. O projeto já conta com um galpão dentro da instituição, patrocinado por uma empresa, e está em busca de maquinário, ferramentas e insumos, e, para essa produção em larga escala e para a qualificação profissional, a marceneira conta, mais uma vez, com o IPPE. “Com a capacitação e consultorias deles, mais as possíveis participações em feiras e mais a mídia espontânea, (sic) favorecerá a Artezanebh alcançar seus objetivos”, conclui.

A Artezanebh qualifica em marcenaria artesanal mulheres privadas de liberdade da Associação de Proteção e Assistência aos Condenados (Apac) feminina de Belo Horizonte.



ROZANE SARTORI POSA EM FRENTE A ESTANTE PRODUZIDA POR ELA

ARTIGO



GESTÃO EM SAÚDE: LONGEVIDADE

POR ADM. SHIRLEY BERTI,
(CEO DO ASSUNTOS DA SAÚDE, EMPREENDEDORA E PESQUISADORA DOS
PADRÕES DE COMPORTAMENTO DOS PROFISSIONAIS DA ÁREA DA SAÚDE.)



FOTO: ARQUIVO PESSOAL

Qual a correlação da gestão da saúde e da qualidade de vida para a longevidade produtiva? Leia até o final que eu vou lhe explicar.

Quem eram seus avós? Aquela “coisinha” mais fofo de coque no cabelo, um camafeu e uma anágua, e o vovô um fofinho com bonezinho cinza e com muita sorte um suspensório elegante e, a noite, a meia no pezinho? Pois quem são os avós de agora? Vovó está de tênis lindona e óculos *ray-ban* com *legging* de ginástica, ouvindo Anitta, e vovô de short, se preparando para o jogo de tênis, pleno.

Sim, meus amigos, a longevidade chega e com ela a qualidade de vida. Mas esta infelizmente não é a realidade de todos.

Com o aumento cada vez maior da longevidade da população brasileira, temos uma carência de profissionais tecnicamente capacitados para atender esta grande demanda. Para isso, temos que habilitar e qualificar por meio de técnicas e metodologias inovadoras, os profissionais envolvidos com o atendimento, saúde e qualidade de vida das pessoas que estão nesta faixa etária (qual será a faixa?) eu não me arrisco. Além dos profissionais, nós, gestores da saúde, temos que ficar atentos com a estrutura física das instituições de saúde, no sentido de estarmos preparados para receber pacientes, em alguns casos com dificuldade de locomoção.

Sabe-se que, no Brasil, a inversão da pirâmide etária está acontecendo rapidamente e, por isso, exige o desenvolvimento imediato de um plano

estratégico. Porém, sabe-se que é essencial não somente aumentar a expectativa de vida, mas também assegurar os anos de boa saúde. O ritmo de envelhecimento da população é acelerado e, em 2060, pouco mais da metade deste século, teremos 58 milhões de brasileiros com idade superior a 65 anos. Isso representa 25,5% da população. Em 2019, data do último levantamento do IBGE, esse grupo era de aproximadamente 33 milhões e representava 30% de aumento em relação a 2012.

O cenário apresentado exige medidas que propiciem a redução dos fatores de risco, que desencadeiam doenças crônicas não transmissíveis, preservando a capacidade para o trabalho e a produtividade. Para tanto, os fatores de risco – ambientais e comportamentais – precisam ser reduzidos. Para o comportamental, indico a leitura do livro *O JEITO HARVARD DE SER FELIZ* (Shawn Achor). A promoção da saúde, a prevenção, a identificação e o tratamento das doenças precisam ser garantidos em prol do envelhecimento ativo e da longevidade.

É importante que o trabalhador receba apoio ao buscar formas de manter sua qualidade de vida.

Infelizmente, o processo de envelhecer ainda costuma ser atrelado ao adoecer. No entanto, trata-se de um pensamento equivocado, visto que o envelhecimento é um processo natural e fisiológico. A idade representa apenas um número, não devendo ser um fator limitante às capacidades funcionais e sociais dos idosos. Um beijo grande e até a próxima.

**CULTURA
POP**

EU VEJO ADMINISTRAÇÃO EM TUDO

**Aprender sobre
Administração e se
divertir ao mesmo tempo
é muito melhor! Nesta
edição, você confere
dicas que irão te inspirar
e descontrair, sem
perder o foco dos seus
objetivos.**

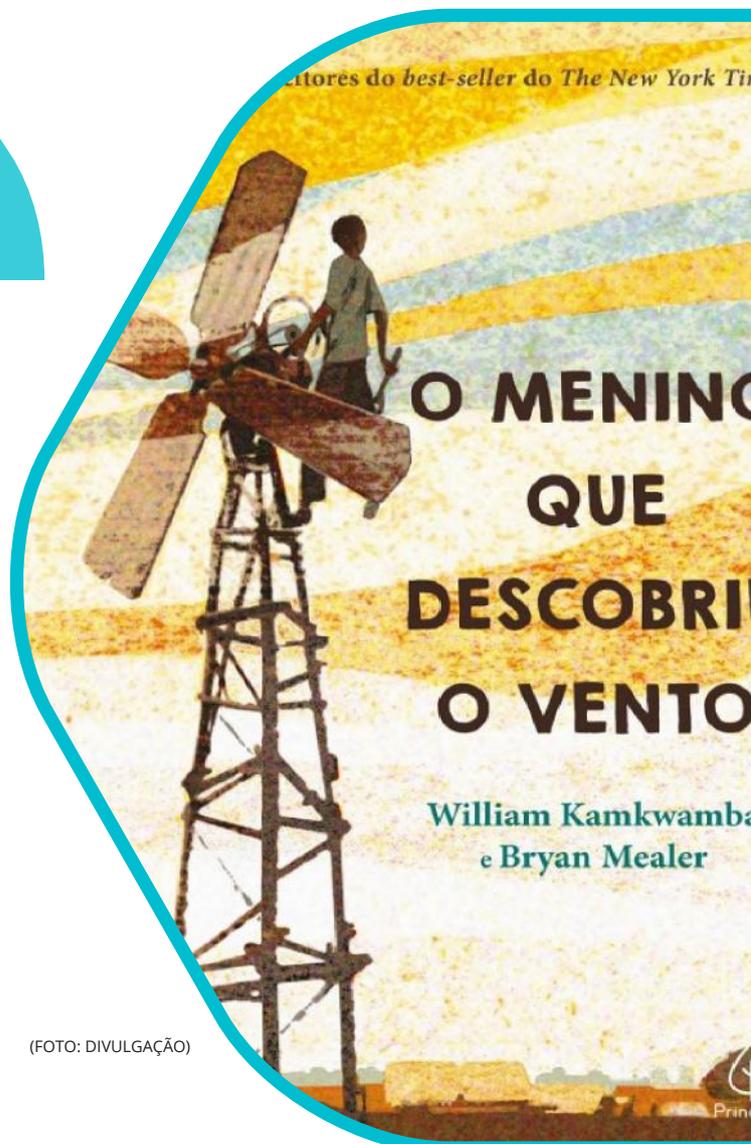
LIVRO:

O Menino que descobriu o vento

Uma história real de determinação e motivação, perfeita para quem precisa de um impulso para decolar. Este livro - que também já foi adaptado às telas - conta a história de William Kamkwamba, morador de uma região pobre do Malawi. Desde cedo, o garoto sempre foi obstinado pelos estudos e acreditou que poderia mudar a realidade de sua família.

Após muitos estudos sobre energia eólica na biblioteca da escola, William usou materiais improvisados, recolhidos a partir de ferros-velhos, para construir um moinho de vento e produzir eletricidade, um luxo que apenas 2% da população do Malawi tinha acesso. A partir daí, a fama de William, que na época tinha apenas 13 anos, ganhou espaço e ele foi convidado por diversas instituições globais para falar sobre sua experiência.

Dica complementar:

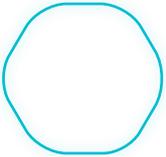


(FOTO: DIVULGAÇÃO)

A história de resiliência do garoto também deixa um ensinamento sobre o valor do conhecimento e a importância de estarmos sempre atentos aos espaços que estamos inseridos para encontrar oportunidades. Em muitos casos a visão empreendedora chega por onde menos esperamos.

Filme: O MENINO QUE DESCOBRIU O VENTO

FILME DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.NETFLIX.COM](https://www.netflix.com)



FILME:

O Jogo da Imitação

Durante a Segunda Guerra Mundial, o governo britânico montou uma equipe com o objetivo de decifrar códigos nazistas. Dentre os integrantes da equipe, está Alan Turing, matemático que contribuiu amplamente para o desenvolvimento da área de tecnologia da informação. Apesar de não possuir bom relacionamento com os outros membros, Turing se sobressaiu por meio do seu trabalho e se tornou líder da equipe.

O filme mostra como os relacionamentos são importantes para um projeto dar certo. Apesar das dificuldades, o matemático encontra uma forma de lidar com as diferenças e trabalhar em equipe para conquistar o objetivo.



(FOTO: DIVULGAÇÃO)



(IMAGEM: REPRODUÇÃO)

FILME DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.NETFLIX.COM](https://www.netflix.com)

SÉRIE: *The Office*

Uma série que aborda o dia a dia da Administração com uma boa dose de humor. Ao longo dos 201 episódios, acompanhamos a rotina dos funcionários de uma empresa de papel em Scranton, Pensilvânia.

A série retrata as principais situações vividas no ambiente corporativo, abordando temas como intrigas, disputas de poder e bajulações, sendo impossível não se identificar com pelo menos um episódio. Quem é aspirante à profissional de Administração poderá ter um gostinho do que o futuro reserva, e, quem já se firmou na área, poderá se divertir com as cenas.



(IMAGEM: REPRODUÇÃO)
SÉRIE DISPONÍVEL PELA AMAZON: [HTTPS://WWW.PRIMEVIDEO.COM](https://www.primevideo.com)



(FOTO: DIVULGAÇÃO)



ACADM

Academia Corporativa
da Administração



O mundo corporativo agora tem uma
academia e você, profissional de
Administração, faz parte dela.

acesse: acadm.cfa.org.br



CFA
Conselho Federal
de Administração



CRA
Conselho Regional
de Administração

NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Uma educação de qualidade promove o
desenvolvimento de uma nação.

CFA.ORG.BR/DCN

Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração

• comentada •



CFA
Conselho Federal
de Administração





CRA-MG

Conselho Regional de
Administração de Minas Gerais

 cramg@cramg.org.br

 facebook.com/cramgadm

 linkedin.com/in/cramg

 instagram.com/cramg_oficial

 youtube.com/cramgoficial

 www.cramg.org.br

 Av. Olegário Maciel, 1233 - Lourdes, Belo Horizonte - CEP: 30180-111 - Minas Gerais