

50

MERCADO TI ○○○ ABRIL | MAIO | JUNHO 2017

Malá Direta Postal
Básica
9912282985 DR/RS
SEPRORGS
..... CORREIOS

MERCADO **ti.**

ENTRETENIMENTO

EDUCAÇÃO

POLÍTICA
CULTURA

SXSW 
2017

TECNOLOGIA



SEPRORGS viveu de perto
universo do **SXSW 2017** e traz
inspiração para movimentar a cena local

TERCEIRIZAÇÃO

UM DEBATE SOBRE PASSADO, PRESENTE E
MUDANÇAS PARA GARANTIR O FUTURO DA TI





*Além de ações de representatividade,
o SEPRORGS oferece aos empresários
associados, benefícios para oportunizar
networking, capacitação, descontos
e muito mais.*



SEPRO

RGs



*"Somos uma Plataforma de
Negócios e Representatividade"*

Venha para o SEPRORGs.

Associe-se!

Acesse ***mais.seprorgs.org.br***

51 **3311** 5533

Rua Felipe Camarão, 690/404 - Bom Fim - Porto Alegre - CEP: 90035140

Links dessa edição



- 4 Editorial**
A Transformação não é apenas Digital
- 5 Caixa de Entrada**
Espaço para opiniões, conceitos e tendências
- 7 Vitrine Digital**
Conheça as novas empresas associadas
- 8 Download**
Defesa da Terceirização
- 10 Olhar Digital**
Mercado brasileiro de games
- 12 Análise de Mercado**
Artigos de Diogo Rossato e Márcio Biazus
- 15 Artigo**
Bláir Costa D'Ávila
- 16 Page Up**
Artigo Donald Reis
- 19 Chat**
Vitorio Danesi no palco do Mesas TI
- 20 SXSW 2017**
Cobertura Especial
- 28 Branding**
A modernização da Marca SEPRORGS
- 29 Capital Intelectual**
Organizações Exponenciais
- 30 Widgets**
Espaço para patrocinadores e apoiadores das ações do SEPRORGS
- 36 Espaço SEPRORGS**
Notícias dos eventos da entidade
- 38 Hardware**
Coluna Gláucia Kirch

SEPRORGS

> Negócio

Representatividade

> Missão

Promover a união de todos os agentes do setor de economia digital, defendendo os interesses e a sustentabilidade das empresas.

> Visão

Ser reconhecido pela sociedade gaúcha como a entidade representativa das empresas do setor de economia digital do Rio Grande do Sul, até 2020.

> Valores e Princípios:

- Participação dos empresários
- Renovação das lideranças
- Representatividade
- Sustentabilidade
- Ética e transparência
- Inovação
- Valorização das pessoas

> Política da Qualidade

Atender as necessidades e expectativas das empresas representadas, pela melhoria contínua do Sistema de Gestão da Qualidade, garantindo o cumprimento da missão institucional.

Revisão 07/ Janeiro de 2016



A revista **Mercado TI** é uma publicação do SEPRORGS
Plataforma de Negócios Digitais das Empresas de Informática do Rio Grande do Sul.

Sede: Rua Felipe Camarão, 690/404
CEP: 90035-140 – Bom Fim
Porto Alegre/RS – Fone/Fax: (51) 3311-5533
Relacionamento: Ariadne Tabarkiewicz
relacionamento@seprorgs.org.br

Escritório da Região Central:
Rua Venâncio Aires, 2035/401
Bairro Centro – CEP: 97010-005
Santa Maria/RS
Fone: (55) 3028-5534
Relacionamento: Marta Vargas
santamaria@seprorgs.org.br

Escritório da Serra Gaúcha:
Rua Angelo Chiarello, 2811- Sala 1203
Bairro PIO X – CEP: 95032-460
Caxias do Sul/RS
Fone: (54) 3222-0212
Relacionamento: Bruna de Oliveira
caxiasdosul@seprorgs.org.br

Escritório da Região Sul:
Parque Tecnológico
Avenida Domingos de Almeida, 1785/sala 32
Bairro Areal – CEP 96085-470
Pelotas/RS
Fone (53) 3026-7349 | (53) 98126-0272
pelotas@seprorgs.org.br

Presidente: Diogo Rossato
Conselho Editorial:
Donald Reis, Diogo Rossato e Edgar Serrano
Diretoria SEPRORGS: Biênio 2016 – 2017
Ver a relação completa no site www.seprorgs.org.br
Assistente Financeiro I: Vivian Teixeira
financeiro@seprorgs.org.br
Assessora da Diretoria: Karen Amaro
assessora@seprorgs.org.br
Marketing: Lucieli Rodrigues
comunicacao@seprorgs.org.br
Assistente de Marketing: Amanda de Oliveira

comunicacao2@seprorgs.org.br
Qualidade: Isabel Dorneles
qualidade@seprorgs.org.br
Auxiliar Administrativo: Jordane Oliveira
administrativo@seprorgs.org.br

Edição, revisão, reportagem e diagramação



Tiragem: 1.500 exemplares
É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte.

A Transformação não é apenas Digital

Diogo Rossato | Presidente do SEPRORGS



Durante o mês de maio, tive a oportunidade de participar de três grandes eventos que ocorreram concomitantemente em Porto Alegre, cada um dentro de seus respectivos temas principais, mas todos com muitas semelhanças nos seus pensamentos, nas suas reflexões e nos seus questionamentos. Um dos eventos versou basicamente sobre tecnologia, outro sobre mídias e marketing digital, e o outro sobre gestão de pessoas. Interessante que todos eles tratavam de novas tendências de mercado, de novos posicionamentos de pessoas e de marcas e de experiências de usuários, trazendo consigo a palavra “transformação”.

Mesmo que estejamos atravessando mais um momento político turbulento em nosso país, o que também não deixa de ser mais uma transformação à vista, e mesmo que todos os participantes dos eventos tivessem a consciência de que as ações políticas lá de fora iriam influenciar, de alguma forma, o nosso caminho, todos estavam ali, concentrados, conectados, dispostos a serem provocados, a ouvir as novidades de mercado e a sair dali com novas inspirações para as suas vidas pessoais e profissionais. Eu, pelo menos, estava nessa batida.

A tão falada “transformação” remete-nos a um processo de mudança estrutural muito grande, o qual costumo chamar de “hiato social”. Esse processo traz consigo alguns problemas sociais, principalmente pelo fato de que a tecnologia da informação reduz a necessidade de certos empregos **mais rapidamente do que cria novos**, perfazendo este hiato citado anteriormente. Novas formas de programação de computadores, se por um lado trazem mais agilidade e maior produtividade, por outro, **agravarão momentaneamente as desigualdades sociais**, uma vez que algoritmos, robôs e automóveis autodirigidos despojam como possibilidades de acabar com diversos postos de trabalho manuais, deslocando as pessoas para funções mais qualificadas.

Essa transformação, que traz consigo uma nova abordagem dos negócios, os quais, por sua vez, passam por um processo de digitalização e de automação, faz com que a tecnologia desempenhe um papel chave. Essa nova abordagem incorpora uma nova economia que, utilizando o alcance e o poder da internet, **exponencializa as oportunidades para o indivíduo**, por meio da incessante energia da inovação e do poder transformador da tecnologia da informação e das comunicações, desafiando a sabedoria convencional da Era Industrial e desencadeando formas completamente diferentes de trabalhar, de criar coisas, de consumir, de lançar produtos e de atender os clientes.

Não é à toa que este tema tem angariado atenções mundiais: um recente estudo da IDC indica que, ainda em 2017, um a cada três CEOs das três mil maiores corporações da América

Latina vai estabelecer a transformação digital entre as prioridades de seus planejamentos de TI. Por outro lado, uma pesquisa da ESG (Enterprise Strategy Group) mostra que as empresas, no geral, não estão preparadas o suficiente para a tal transformação digital, e que somente 21% das que já concluíram a digitalização de seus processos de TI e negócios obtiveram diferenciais competitivos como resultado, o que indica que é preciso rever as estratégias, fazer um amplo diagnóstico das demandas e perceber o real contexto macro e micro – aquele de dentro da empresa e aquele no qual ela se insere, levando em conta todo um mercado, o universo e a sociedade – para, só depois, estabelecer qual o nível e que práticas e soluções devem ser adotadas para adentrar a digitalização. Em outras palavras, aderir ao movimento de transformação é uma ação que deve ser mandatória (afinal, o mercado todo caminha para isso, sendo um **caminho sem volta**), mas não repentina: refletir, analisar e adequar o “step by step” deste processo é fundamental para a saúde do negócio, do ambiente do qual faz parte e, principalmente, de todas as pessoas envolvidas direta e indiretamente por ele.

Falando em pessoas, vejo que um dos grandes desafios da humanidade é descobrir de que forma vamos preparar as pessoas para lidar com essas rápidas e infundáveis transformações. Vejo que a maioria das faculdades e universidades não estão preparadas para dar aos jovens as habilidades de que eles precisam para entrar no mercado de trabalho de hoje e do futuro. Como transitaremos em um mundo com tantas diferenças e desigualdades, com tanta pobreza e tanta riqueza ao mesmo tempo, para um mundo mergulhado na tecnologia? Causa-me ainda mais questionamentos e incômodos constatar o quanto, a meu ver, **não estamos preparados para esse futuro**.

Temos grandes desafios pela frente, como seres humanos e como sociedade. As habilidades de que vamos precisar serão extremamente diferentes das habilidades de hoje. Já estamos em processo de desenvolvimento de diversas novas competências, mas a competência mais exigida em um futuro próximo, nesta atmosfera global de transformação, será a **adaptabilidade**, bem como a **valorização da relação de colaboração e de compartilhamento das nossas experiências**. Além disso, tão importante quanto estarmos atentos a essa explosão de informações e de dados disponíveis que embasam as tomadas de decisões, é traçarmos um equilíbrio entre o **ser humano, a robótica e a ciência comportamental**, elementos valorizados dentro de todo este cenário de transformação que estamos vivendo.



Caixa de Entrada

Em 2017, o SEPRORGS abre espaço para empresas e entidades falarem sobre seus mercados, conceitos e tendências. Na Mercado TI, esta página é aberta para este fim. Para participar mande um e-mail para comunicacao@seprorgs.org.br.



O SXSW tem o poder de mobilizar uma diversidade de tribos enorme, mas possivelmente todos dialogando e buscando uma mesma sintonia. Outra característica marcante do evento, e que nos faz sonhar em um dia poder conceber algo parecido em nossas cidades, é fazer o conhecimento e as experiências transcenderem as salas e auditórios, e assim dominarem as ruas. A cada esquina nos deparamos com alguma novidade. Não apenas as pessoas que vão ao evento participam, mas a comunidade respira o evento o tempo todo.

Diogo Rossato, presidente do SEPRORGS



O ponto central do SXSW é o olhar à frente, um novo meio de se fazer as coisas, uma mudança de comportamento, uma inovação. Atingiu seu êxito? Entrou no mainstream? Sai de palco e segue o jogo. O SXSW é muito democrático e dinâmico em sua proposta, o evento gera um ambiente, uma sensação de START UPER e possibilita conhecer e trilhar inúmeras vertentes, às vezes pouco visitadas. Fomos lá também porque pensamos em contribuir muito no FIC, tradicional evento dos nossos coirmãos da ABRADi-RS.

Donald Reis, vice-presidente e diretor de Marketing do SEPRORGS



Foi minha primeira vez no SXSW e espero que seja a primeira de muitas. Me chamou a atenção a grande presença de brasileiros no evento, mesmo em um ano de crise econômica. Isso mostra a força da indústria criativa no país, e como é importante prestigiar esta atividade por aqui.

Cristiano Fragoso, diretor da Plim! Unconventional Projects



Caixa de Entrada



Vou ao SXSW há alguns anos e nunca havia visto uma participação tão expressiva da indústria criativa gaúcha. Os gaúchos invadiram Austin e fizeram jus ao movimento da cidade que tem como slogan: keep Austin weird (mantenha Austin esquisita). As steak houses também agradeceram o aumento significativos de gaúchos este ano.

Cesar Paz, curador do FIC 2017



Tive a oportunidade de participar das últimas duas edições do SXSW. Em 2016 a grande pauta foi realidade virtual e aumentada. Em 2017, o que pude perceber foi uma consolidação normal destas novidades. Poderia, mas não pretendo usar este espaço para discutir tecnologia, porque até isso já virou commodity: todos os anos novidades aparecerão e teremos que correr. Quero mesmo é debater o que queremos como profissionais de tecnologia e para onde levaremos nossas empresas!

Ramiro Martini, diretor da CincoTI



Não adianta de nada uma super tecnologia se o usuário não a entende ou não a percebe como valiosa ou relevante. Ponto importante discutido no SXSW em relação a este tema foi como as tecnologias entregarão aplicações práticas para gerar resultado financeiro efetivo. Além disso, as fake news (notícias falsas) também foram destaque do evento, em função da repercussão ocorrida durante as eleições que emplacaram Donald Trump como presidente dos EUA.

Juan Pablo Boeira, CMO da rede Bourbon Shopping



Foi a minha primeira vez no evento. Tive boas surpresas com a qualidade do conteúdo, com o clima festivo da cidade e com os encontros com os gaúchos. Fomos trocando referências, insights e boas risadas. Os gaúchos estavam dominando Austin!

Greta Paz, sócia-diretora da MPQuatro e palestrante

VITRINE DIGITAL

Conheça os novos associados



HSOURCE IT

O SEPRORGS possui um grande valor para a economia digital da região sul do país, integrando provedores de tecnologia e clientes, traçando o rumo da transformação digital no mercado corporativo. Por isso, entendemos como estratégica a parceria entre SEPRORGS e HSOURCE IT.

James Rocha e Juliano Korff,
diretores da HSOURCE IT



BITCOM INTERNET

As leis trabalhistas em nosso país são muito duras e penosas, precisamos de um acompanhamento fino e o SEPRORGS desempenha um papel exemplar na representatividade sindical. O SEPRORGS, além das questões sindicais, também atua como um propulsor ao fomento dos negócios de seus associados, promovendo eventos, workshop, palestras, missões e etc.

Fabiano Vergani, sócio-diretor da BITCOM



METAWAY TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Estar associado ao SEPRORGS é ter a certeza do amparo necessário e a visão do futuro, na incansável busca do sucesso. É uma satisfação fazer parte deste grupo.

Marciano Burtet, sócio-diretor da METAWAY



EAGLE

Ser associado ao SEPRORGS é importante para fortalecer a luta do setor na conquista de um ambiente de negócios inovador, estável, seguro e promissor, promovendo e contribuindo para o desenvolvimento tecnológico da sociedade e do Brasil.

Fábio Dias e Moisés Lima, diretores da EAGLE



POSSIBLE

Buscamos a associação junto ao SEPRORGS pois reconhecemos o excelente trabalho acerca do desenvolvimento do mercado de TI da região. Ser interlocutor e mediador de questões relevantes como as relações entre empregado/empregador e defender os interesses das empresas junto à comunidade não é uma tarefa fácil, mas que está sendo executado com excelência pela entidade. As ações junto à comunidade, eventos, a busca por oportunidades de negócios e poder ajudar a desenvolver o mercado foram pontos determinantes para nossa decisão. Parabéns pelo atual trabalho e que sigamos investindo na região juntos.

Fabiano Bitar, diretor da POSSIBLE
em Caxias do Sul



LA REPUBLICA

A La Republica se associou ao SEPRORGS pois vê na entidade uma excelente oportunidade de realizar networking com outras empresas, aproveitar dos benefícios oferecidos e acompanhar as importantes decisões e discussões junto a entidade de classe.

Lucas Leite, diretor da LA REPUBLICA



TELUM

O SEPRORGS, com temas atuais e de acordo com as aspirações de nossas empresas, proporciona, além do relacionamento, eventos e grandes oportunidades que auxiliam nossa gestão com a troca de informações refinadas e inovadoras.

Nivaldo Custódio, diretor da TELUM



SHAREPRIME

Parcerias de sucesso são fundamentais para consolidar a caminhada de uma empresa. Desta forma escolhemos nos associar ao SEPRORGS de modo a reforçar nossa caminhada e para unir forças a uma entidade patronal atuante e séria no mercado de TI.

João Almeida, diretor da SHAREPRIME

SEPRORGS

SEPRORGS

Mais informações:

relacionamento@seprorgs.org.br ou 51 3311.5533

Solicite à entidade os selos de empresa
conveniada e associada SEPRORGS.

Empresa
Associada

Empresa
Conveniada

SEPRORGS E FENAINFO | DEFESA DA TERCEIRIZAÇÃO PELA EVOLUÇÃO DO SETOR E DO MERCADO

A terceirização não prejudica o trabalhador – ao contrário, promove mais segurança jurídica para os empregadores e viabiliza a ampliação do quadro de empresas, empregos e serviços especializados, desenvolvendo a economia, melhorando a geração de frentes de geração de receita e renda, e colocando o Brasil no contexto moderno e mundial.

A afirmação baseia-se no discurso sustentado por entidades do

setor de TI, como SEPRORGS e Fenainfo, que encabeçaram os esforços do segmento em defesa da aprovação da terceirização junto ao Governo Federal, conquistada no dia 22 de março de 2017 por meio de votação na Câmara dos Deputados, com 231 votos a favor, 188 contra e oito abstenções sobre o Projeto de Lei (PL) 4.302, que prevê a terceirização generalizada, em todas as atividades – inclusive na atividade-fim – e também altera regras para o trabalho temporário.



SINAL DOS TEMPOS

Conforme o presidente da FENAINFO e diretor financeiro do SEPRORGS, Edgar Serrano, a legislação trabalhista brasileira foi vanguardista em sua criação, na década de 30, pelo então ministro Lindolfo Collor, mas sua evolução não acompanhou as mudanças do mercado e da economia, que ao longo do tempo – e principalmente em função do uso da Informática por provedores e usuários de produtos e serviços – tornaram-se vertiginosas e hoje configuram relações de trabalho muito diferentes daquelas encontradas na realidade de 87 anos atrás.

Participando de audiências da Câmara Federal sobre a Reforma Trabalhista, Serrano enfatizou em seu discurso no Plenário sobre a

contribuição da computação para o crescimento e desenvolvimento da sociedade brasileira e mundial, salientando que tal benefício só tende a crescer.

“Hoje, a robótica traz para indústrias diversas a possibilidade de automatizar tarefas braçais, liberando os recursos humanos para outros trabalhos. E por mais que atividades nas indústrias, empresas e escritórios passem a ser feitas por robôs ou por softwares, o efeito disso não será o desemprego, mas sim o aumento do emprego na TI, pois alguém terá de programar estes programas e máquinas”, argumenta Serrano.

REVERSÃO DE QUADRO PARALISADOR

Já o vice-presidente regional da FENAINFO no Rio Grande do Sul e diretor do SEPRORGS, Rafael Sebben, também teve agendas com parlamentares do Congresso Nacional, com o ministro da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), Gilberto Kassab, com o secretário de Comércio e Serviços, Marcelo Maia, e com o diretor de Políticas de Comércio e Serviços, Douglas Finardi. Nas reuniões, Sebben destacou que a regulamentação da terceirização é fundamental para reverter um quadro de leis que inviabiliza as empresas de tecnologia brasileiras. “Levamos nossas opiniões a Brasília, mas também procuramos entender as intenções do Legislativo, o que é fundamental para o sucesso de nossas jornadas”, ponderou Sebben.

VELHA NOVIDADE, GANHO SEM PRECEDENTES

O presidente do SEPRORGS, Diogo Rossato, deixa claro que a terceirização não é novidade: apesar de ter sido sancionada pelo governo Temer há pouco, esta modalidade de contratação de serviços já existe e é utilizada há muitos anos.

“O SEPRORGS investiu em diversas idas à Brasília para tratar do assunto. Levamos a pauta para deputados, senadores e ministros. Juntando esforços com a FENAINFO, ganhamos mais força e visibilidade neste quesito, cuja sanção é uma vitória para o Brasil e que impacta diretamente o setor da economia digital, onde estamos inseridos”, declara Rossato.

Para o presidente, o fato de as empresas poderem, com a aprovação da terceirização, contratar legalmente provedores especializados para compor a execução de suas demandas é um ganho sem precedentes para o setor.

“Se uma empresa de desenvolvimento de software tem um projeto que dura 24 meses, qual o motivo desta companhia ter um funcionário especialista em teste de software, que é apenas uma etapa deste projeto, se esta atividade dura, por exemplo, somente 4 meses do projeto? Logo, a partir de agora as empresas podem, legalmente, contratar muito mais e sob demanda. Para o trabalhador não muda nada. Ele poderá ser alocado na sua empresa ou cedido para uma empresa terceirizada, com os mesmos direitos e, importante ressaltar, os mesmos deveres. Além do mais, se quiser optar por abrir sua própria empresa porque vê nesta modalidade a possibilidade de ter maior rentabilidade, poderá fazer. Ou seja, todos ganham em liberdade e, certamente, produtividade”, afirma o presidente do SEPRORGS.

GARGALO ECONÔMICO

Os esforços das entidades de TI corroboram uma demanda latente de toda a sociedade brasileira, já que hoje estima-se que 67% do PIB nacional esteja relacionado a empresas de prestação de serviços. Até a aprovação da terceirização, este segmento carecia de uma regulamentação viável para todos os modelos de trabalho modernos.

BRAÇAL X INTELLECTUAL

Desta forma, a revisão da legislação trabalhista, com o adendo da terceirização, é fundamental para reconhecer as diferenças fundamentais nas relações empregador – empregado e fornecedor – contratante nas diversas indústrias do país. Ou, nas palavras de Edgar Serrano, para não praticar a igualdade entre desiguais.

“Na TI, os profissionais têm graduação, mestrado, doutorado, ou são autodidatas com alto grau intelectual. Estamos falando de profissionais da área intelectual, que não podem ser regidos pelas mesmas leis do trabalho braçal”, destaca o presidente da FENAINFO e diretor do SEPRORGS. “O profissional brasileiro de TI tem padrão mundial, ele pode trabalhar em qualquer país do mundo, e é sempre muito bem aceito. A diferença é que em mercados como os da Europa e EUA, por exemplo, o ambiente trabalhista

incentiva o empregador, o empreendedorismo, a inovação, enquanto no Brasil é oneroso e engessado”, complementa.

EVASÃO DE TALENTOS

Isso, segundo Serrano, colabora para a evasão de talentos e consequente aumento da carência do mercado brasileiro por profissionais qualificados no mercado de TI. Não à toa, levantamentos recentes da Associação Brasileira de Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom), da Sociedade Brasileira de Computação (SBC) e da Associação Brasileira de Internet (Abranet) mostram que há 50 mil postos de trabalho em aberto no setor no Brasil.

Os mesmos relatórios dão conta de que a vertical de Tecnologia emprega 1,3 milhão de pessoas no país, com expectativa de demandar mais 750 mil profissionais nessa área nos próximos 3 anos e chegar a 3 milhões de pessoas empregadas em 2022.

“Assim, ao mesmo tempo em que o Brasil perde profissionais para mercados mais avançados em termos trabalhistas, profissionais brasileiros também perdem vaga em seu próprio país, uma vez que organizações locais preferem contratar serviços de TI de locais onde os custos trabalhistas menores permitem a prática de preços mais baixos”, avalia Serrano. “Com a defesa da terceirização, não queremos a perda de direitos, tampouco a desigualdade. Ao contrário, pedimos uma legislação que gaste mais energia protegendo os que precisam de mais proteção, como os trabalhadores braçais, e garanta mais liberdade de escolha a profissionais da linha intelectual”, acrescenta.

A VOZ DO JURÍDICO

A advogada Ana Paula Gaiesky Oliva, assessora legislativa do SEPRORGS e assessora parlamentar da FENAINFO, reitera que a aprovação da terceirização não incorre na eliminação de direitos, mas sim na evolução do mercado e das relações trabalhistas.

“De fato, o direito adquirido não será alterado, pois é previsto por lei e impede alterações no contrato de trabalho que possam trazer prejuízos ao trabalhador. Inclusive, algumas empresas podem elaborar projetos que garantam, a partir de negociação coletiva, que os trabalhadores terceirizados tenham preservados alguns dos benefícios/direitos firmados pela CLT. O projeto não substitui a CLT, a principal legislação trabalhista, mas regula um tipo de contrato de específico”, esclarece Ana Paula.

Ela destaca que o objetivo do PL 4302 é regulamentar uma prática já utilizada pelas empresas, como já lembrado pelo presidente Diogo Rossato, e que com a regulamentação da terceirização, os empregados ganham mais proteção. “Pois caberá ao contratante manter fiscalização constante para se assegurar que a empresa terceirizada cumpra regularmente com o recolhimento dos encargos trabalhistas”, informa a advogada.

Mais do que uma alteração na regulamentação das relações de trabalho, a regulamentação da terceirização surge como um rompimento de barreiras para o setor de economia digital, funcionando mais como uma espécie de parceria, muito útil em determinados ramos de produção, que podem agora se beneficiar de normas consistentes para garantir a segurança do contratante e do contratado.

A terceirização é uma tendência global. Dificilmente uma empresa - de TI ou de qualquer outro setor - fará todas as atividades e componentes de seu processo produtivo sozinha. Quando há união de expertises, por meio de parcerias, é possível entregar bens ou serviços com maior qualidade, a prazos mais ágeis e preços mais competitivos.

“A regulamentação da terceirização amplia os negócios, gera renda e facilita relações de trabalho de serviços especializados”, comenta Ana Paula. “É um grande avanço”, conclui.

MERCADO BRASILEIRO DE GAMES REQUER PROFISSIONALIZAÇÃO PARA ALÉM DA PAIXÃO



O Brasil vive sua melhor fase na produção de games, muito devido a incentivos importantes como o Programa Brasil de Todas as Telas, que abriu editais da Ancine para investimento em produtores de jogos eletrônicos para exploração comercial, com liberação de R\$ 10 milhões na primeira edição, em dezembro de 2016, e outros R\$ 10 milhões na segunda, lançada em maio com inscrições abertas até 03 de julho. Os recursos são do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

A avaliação é de Caco Idiart, presidente da Associação de Desenvolvedores de Jogos Digitais do Rio Grande do Sul, entidade que foi uma das ferrenhas lutadoras na longa batalha que levou cerca de 5 anos até culminar na vitória com a abertura do edital da Ancine.

Mas, se por um lado o país vive seu momento mais promissor no mercado de jogos eletrônicos, isto só desponta como a melhora de um quadro ruim. Isto porque, na análise de Idiart, o país não tem a cultura de pensar games como negócio.

“Culturalmente, no Brasil os games ainda são vistos, no geral, como coisas infantis, como puro entretenimento. Isso da parte de quem investe e da sociedade como um todo. É preciso haver uma mudança básica e incorporar os jogos à ideia de negócio, formar investidores nesta área. E quando digo formar, é formar mesmo, pois trata-se de um mercado diferente de todos os demais, mesmo dentro da economia digital. É preciso formar pessoal que entenda dessa área e esteja realmente preparado para investir – sem se assustar – em um setor que é diferente, arriscado, mas muito promissor”, destaca o especialista.

Promissor mesmo: segundo levantamentos da Newzoo, Super Data Search e portal Pesquisa Game Brasil, o mercado de jogos eletrônicos no Brasil faturou em torno de US\$ 1.25 bilhões em 2016, sendo o maior da América Latina e o 12º na lista dos países que mais consomem games no mundo, com 59,2 milhões de jogadores (28,11% da população).

Ainda há muito o que crescer, é claro. Globalmente, o segmento gamer movimentou US\$ 99,6 bilhões no ano passado, alta de 8,5% sobre 2015, e deve chegar a US\$ 118,6 bilhões em 2019. Dentro disso, a maior parte da receita vem de jogos para computador, com 32% de market share, seguido pelos consoles, com 29% e os smartphones, com 27%.

“O que falta para o Brasil decolar neste segmento é profissionalizar, deixar de lado a paixão e tratar games como o negócio que realmente são. Isso passa pela formação de produtores, claro, mas também de investidores e gestores”, comenta Idiart. “As pessoas por aqui muitas vezes sequer entendem as métricas dos games, que são até mais avançadas

que as de outros negócios digitais. Temos que cuidar disso”, completa.

Para ele, uma das molas propulsoras para o setor é fomentar a integração com outras áreas, como o cinema e a música. O edital da Ancine para incentivo aos games, por exemplo, dá uma palhinha dos esforços que a ADJogos-RS e outras entidades do segmento têm feito para buscar essa colaboração.

Outro exemplo citado pelo especialista é o de eventos mundo afora, como o Slush, que ocorre na Finlândia, a Game Developers Conference, em San Francisco, e até mesmo o SXSW, festival de Austin que, apesar de não ser focado 100% em games, promove a interação entre a tribo gamer e outros segmentos.

“Apesar de não ser um dos eventos mais importantes do circuito mundial de games, o SXSW promove uma mistura de tecnologias, áreas e segmentos. E isso para mim é o futuro da história dos games: fazer um trabalho colaborativo com outras verticais, como cinema, música”, destaca Idiart.

Por falar em evento, em Porto Alegre é realizado a cada dois anos o Dash, promovido pela ADJogos-RS, que segue o conceito de rodadas de negócios. “No evento, basicamente trazemos grandes players do mundo para comprar trabalhos. Mas eles têm que sentir a firmeza de que tem produção, que tem negócio bem pensado. Por isso o Dash é bienal, para ter trabalhos novos e consistentes, não se tornar repetitivo”, finaliza o especialista.





JESUÍTAS BRASIL

ESCALA

*segundo pesquisa IBRC - Revista Você S/A

MBAS E ESPECIALIZAÇÕES UNISINOS

Deixe as ideias guiarem você.

Inscrições abertas até **31/07**

unisininos.br/minhapos

**ENTRE OS MELHORES MBAS DO BRASIL
SEGUNDO O RANKING DA REVISTA VOCÊ S/A*.**

**ESPECIALIZAÇÕES VOLTADAS PARA
AS NECESSIDADES DO MERCADO.**

 **UNISINOS**

OTIMISMO, RETOMADA, LUZ NO FIM DO TÚNEL...

Diogo Rossato, Presidente do SEPRORGS

Ao longo do último ano, e principalmente neste primeiro semestre de 2017, adotamos uma estratégia forte de interiorização das ações do SEPRORGS, com vistas a melhorar nosso entendimento sobre as demandas do setor de TI em cada região do Rio Grande do Sul e, com isso, poder traçar ações mais acertadas no sentido de fortalecer as empresas.

Estivemos em várias cidades, especialmente nas regiões em que possuímos unidades regionais – Pelotas, Caxias do Sul e Santa Maria -, sem deixar de lado, é claro, a Grande Porto Alegre, e o que deu para perceber é que a maior parte das empresas começaram o ano sentindo o reaquecimento da economia, com seus clientes retomando investimentos, tirando projetos “da gaveta”, ainda que de forma tímida.

Essa abertura dos investimentos represados, alicerçada também pelos novos passos políticos e econômicos do país, que mudaram um pouco o quadro obscuro de 2016 com notícias como o avanço das discussões sobre a reforma trabalhista, possibilitando aprovação de fatos fundamentais para a TI, como a Terceirização; a intensificação de medidas anticorrupção na operação Lava Jato, viabilizando uma fina esperança de dias mais justos nas altas esferas de nossa administração pública, e, principalmente, a retomada do crescimento do PIB, que após oito trimestres seguidos de queda, subiu 1,0% nos três primeiros meses de 2017, na comparação ano/ano, somando R\$ 1,595 trilhão.

É claro que ainda é pouco: apesar do crescimento, o PIB brasileiro ainda está no patamar do fim de 2010 (conforme análise do IBGE). Mas é um



alento, um raio de motivação para as empresas que enfrentaram um 2016 caótico e que, com a retomada da expansão na atividade econômica, veem as diversas indústrias voltarem a respirar, o que significa mais mercado a explorar, mais dinheiro circulando, mais oportunidades de venda.

Entretanto, há algumas empresas específicas, que compõem uma minoria, para as quais o momento de dificuldade só foi externado agora, depois de um ótimo 2016. Possivelmente pelo tipo de cliente a que atendem, e neste caso a recessão passa a ser sentida no pós-investimento, ao contrário da maioria.

Levando-se em conta os dois grupos, maioria e minoria das empresas gaúchas, a análise geral que cabe é que, depois dos últimos fatos políticos, novamente o sentimento de segurança volta a reinar.

Sem dúvida que a situação política tem reflexo direto na nossa economia, e o discurso vindo de Brasília de que o país está retomando seu caminho de crescimento, mesmo entre investigações, acusações, dúvidas e cabos de guerra entre partidos e entes políticos, pode ter reflexos positivos, sim.

As indefinições políticas, atualmente, são os maiores adversários dos empresários. Mas a nosso favor há o quadro econômico dando pequenos sinais de melhora.

Eu não iria tão ávido ao otimismo do presidente Michel Temer, que comemorou efusivamente o fim da crise brasileira, nem do ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, que afirmou o fim da recessão mais longa do país e a entrada do Brasil na “rota do crescimento econômico”.

Não porque não seja verdade: sim, a retomada da alta do PIB aponta o fim da recessão, tecnicamente falando. Entretanto, o Brasil ainda sofre e sofrerá efeitos da crise, que gerou um grande número de desempregados, reduziu o poder aquisitivo em diversas esferas e intimidou orçamentos, trazendo às projeções de investimento uma cautela exacerbada que, agora, caberá aos fornecedores apresentar argumentos e benefícios comprovados de forma muito coerente e empírica para driblar.

Os sinais são bons: em dezembro, a produção industrial registrou crescimento de 2,3% frente ao mês anterior, sendo a segunda alta consecutiva. Com relação à inflação, as projeções do mercado financeiro, apuradas pelo boletim Focus, do Banco Central, já apontam o IPCA em 4,43% no fim deste ano, abaixo da meta oficial do governo, de 4,5% (o que permitirá um corte maior na taxa básica de juros, hoje em 13% ao ano, e a redução da meta de inflação). Na TI, pesquisa da FGV mostra que os gastos das empresas tendem a se manter estáveis, sem redução, permanecendo em uma média de 7,6% da receita das companhias, tendo o setor de serviços com o maior volume de investimento em tecnologia (11%), seguido de longe pela indústria (4,5%) e comércio (3,5%).

Se podemos respirar aliviados? Acho que ainda não de todo. Mas, com certeza, uma folga já se instalou em nossos dias de empresários, e Rio Grande do Sul afora temos visto sinais de recuperação e de

otimismo, o que nos leva a crer em crescimento da TI do estado nos próximos meses.

No que depender do SEPRORGS, faremos todo o possível e necessário para alimentar esta esteira de expansão. Nossos esforços junto ao governo e às empresas para garantir direitos, melhorar leis, desonerar, aliviar a extensa carga tributária, entre outras tantas ações, são todos no sentido de consolidar uma TI forte, enraizada em um mercado sólido e frutífero. Nossas mãos estão dadas com todas as regiões do RS, e nossos olhos estão à frente, no futuro promissor que queremos construir.



MESMO COM LEVE MELHORA NO MERCADO, preocupação com fim da desoneração da folha segue pesada

Márcio Biazus, Diretor Regional do SEPRORGS em Caxias do Sul

O mercado de TI no interior do Rio Grande do Sul sofreu, nos últimos dois anos, eu diria, uma adequação a uma nova realidade da economia.

Com a queda do poder de compra do mercado em geral, as empresas de TI tiveram que se adaptar também. O mercado comprador reduziu seus orçamentos e manteve basicamente os investimentos mínimos para “não parar” as empresas.

Com este cenário, as oportunidades ficaram mais escassas e aumentou a concorrência, o que levou as empresas de TI a se reinventarem e se adequarem.

Chegando ao final deste primeiro semestre, a economia mostra uma pequena melhora e o mercado comprador de TI, que em boa parte ficou sem investimentos maiores nos últimos anos, começa a reagir.

Mas, apesar do leve quadro de melhora, ainda há preocupações cercando os empresários de TI. A maior delas, a perda do benefício da desoneração da folha de pagamento, pois esta medida possibilitou às companhias do setor se reorganizarem em meio à crise econômica. Agora, a reversão deste benefício estabelece uma situação muito preocupante, especialmente devido ao curto prazo com que esta decisão foi tomada pelo governo.



Com o retorno da cobrança de impostos ao que era antigamente, antes da desoneração, muitas empresas sofrerão um revés financeiro grande e não terão tempo hábil de se reorganizarem para buscar alternativas com as quais possam contornar esta situação.

O SEPRORGS tem trabalhado incansavelmente junto a gestores e agentes em Brasília, junto ao Governo Federal, com intuito de fazer rever esta medida da reoneração. Com isso, esperamos conseguir resultados em prol do interesse e sustentabilidade de nossos representados.

EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS NA ÁREA DE TECNOLOGIA



Bláir Costa D'Avila, sócio do D'Avila e Da Rosa Advogados Associados, escritório especializado em negócios internacionais e comércio exterior.

As relações comerciais na exportação de serviços são uma realidade consolidada, sendo um mercado que, em 2014, movimentou U\$ 4,87 trilhões no mundo. A atual infraestrutura de transmissão de dados da internet e a inexistência de barreiras para o trânsito de informações beneficiam a comercialização de serviços tecnológicos, fazendo com que este segmento seja um dos que mais se desenvolve no mundo.

Neste cenário, com compradores e vendedores cada vez mais integrados, atentar para os mercados internacionais e buscar a capacitação para atendê-los é questão de sobrevivência para as empresas. O Brasil, apesar de deter indiscutível capacidade em diversas áreas, ainda ocupa posição insignificante no mercado exportador de serviços em geral.

Na área de tecnologia, onde a Índia se destaca como um dos principais atores, as empresas brasileiras detêm know-how mais do que suficiente para competir nos grandes mercados compradores, possuindo, ainda,

indiscutíveis vantagens competitivas em relação àquele país.

São muitos os benefícios que podem ser auferidos com a opção de exportar serviços: diversificação de mercados, redução da dependência do mercado interno, aumento da capacidade inovadora, incremento da qualidade e inclusão em cadeias produtivas globais são alguns deles.

O processo de internacionalização, além de envolver estratégia comercial específica, demanda ajustes estruturais nas empresas, construção de contratos compatíveis com os mercados compradores e atenção à nacionalização dos valores oriundos destes negócios.

Compreender os mecanismos jurídicos e operacionais envolvidos, adotando a adequada estruturação do projeto de exportação de serviços, é fator preponderante para o sucesso, garantindo resultados que trarão o crescimento sustentável dos negócios internacionais da empresa.

Tecnologia, cultura,
entretenimento, política...

E MAIS, BEM MAIS!

Donald Reis, Vice-presidente e
Diretor de Marketing do SEPRORGS



Donald Reis com Diogo Rossato e Luciéli Rodrigues no SXSW 2017

A indústria de eventos vem se mantendo como uma das maiores fontes de experiência na área do conhecimento e do entretenimento. Mesmo que a internet também proporcione uma fascinante experiência, não se compara à experiência presencial.

E lá fomos nós (Diogo Rossato, Lucieli Rodrigues e eu) para o SXSW – South by SouthWest em Austin, no Texas, com o objetivo de vivenciarmos de perto o festival que conquistou um merecido reconhecimento.

O festival foi criado em Austin no ano 1987 por Roland Swenson. O evento foi batizado com este nome devido à peça teatral North by Northwest, do diretor Alfred Hitchcock, buscando ligar a cultura de Austin com o mundo.

Sobre Austin, realmente é uma cidade estranha, porém muito engajada em receber as 400 mil pessoas que geraram a merecedora receita de 450 milhões de dólares à economia local em seus quase 10 dias de evento.

Não é por acaso que Austin é a terceira Tech City Americana, superada apenas por São Francisco e São José, na Califórnia. Em termos de qualidade de vida, Austin vem se destacando como a número um dos EUA. O estado do Texas é um caso de sucesso em gestão pública.

Voltando ao SXSW, o festival é simples, rola nas ruas, nas casas alugadas e preparadas pelos patrocinadores de diferentes países, marcas e segmentos, no centro de convenções de Austin e em todos os hotéis localizados no centro da cidade.

A nossa rotina era intensa, o dia amanhecia e tínhamos à nossa escolha uma vasta gama de assuntos conectados à educação, política, marketing, cinema, tecnologia, moda, gastronomia, musica, feira de negócios (Trend Market), feira de empregos (Job Market) e games.

Escrevi política? Sim, a sociedade muda, avançando bem ou não, e é importante a interatividade imediata com o pensamento político e de seus protagonistas. Barack Obama esteve lá em 2016. Neste ano, o evento recebeu o senador democrata Cory Booker,

que deixou o seu recado e preocupação com a falta de respeito, resiliência e amor entre os eleitores americanos.

Booker registrou que a história da cultura americana passou por uma imigração multicultural e gerou um particular legado de valores. Pregou uma recomposição saudável da sociedade sobre o tema e obviamente contabilizou a responsabilidade em cima da truculenta postura do recém-eleito presidente Donald Trump.

“O ponto central do SXSW é o olhar à frente, um novo meio de se fazer as coisas, uma mudança de comportamento, uma inovação. Atingiu seu êxito? Entrou no mainstream? Sai de palco e segue o jogo”.

Uma dica que aprendemos em nosso primeiro dia de SXSW: Você precisa chegar cedo às atividades ou palestras escolhidas e ter a certeza que deixará de fazer pelo menos outras 30 atividades que também gostaria de fazer. São escolhas o tempo todo.

A delegação brasileira bateu mais um recorde. Éramos 1100 cidadãos, a terceira maior delegação, ficamos atrás apenas de americanos e britânicos. Do grupo verde-amarelo, a gauchada era o terceiro maior. Segundo a imprensa, éramos 601 brasileiros em 2016.

Melhoramos também o protagonismo com a participação de 68 empresas brasileiras nos pavilhões da Trend Show ou nas inúmeras palestras. Também tínhamos brasileiros famosos, como os atores Alice Braga e Wagner Moura, que saíram-se muito bem em suas participações. Relataram como funciona os bastidores do cinema e as oportunidades no mercado latino-americano. Ressaltaram a importância do NETFLIX neste cenário e o impacto gerado como produtora de filmes.

Empregamos uma boa parte do nosso tempo nas audiências de tecnologia, nos assuntos ligados

ao aprendizado de máquinas (machine learning) e inteligência artificial. Tecnologia sempre foi protagonista nos EUA, tudo se utiliza muito rapidamente por lá, é estratégico para o país, se paga menos impostos e o retorno sobre o investimento ocorre em um período menor.

Assistimos casos onde a inteligência artificial gerou muita informação para que o presidente Trump pudesse imprimir sua exitosa campanha eleitoral. Na área de segurança, alguns estados americanos implementaram estas tecnologias com o objetivo de estudar o perfil dos criminosos, suas características, sua região de circulação, seus hábitos e de seus familiares e amigos.

Em caso de ocorrência de delitos com características semelhantes ao do perfil do suspeito, é possível uma maior assertividade em um menor tempo e custo para o contribuinte na resolução do caso.

Na área de alimentos, a empresa Food Pairing mapeou 8 mil moléculas aromáticas em mais de 2 mil ingredientes diferentes, capaz de criar uma experiência de novos pratos e sabores únicos.

Facebook is an AI - You are the trainer!

A conhecida plataforma de redes sociais utiliza constantemente inteligência artificial na estratégia dos seus anunciantes, gerando motivação no consumo e aquela velha competição entre seus Face-amigos.... Aliás, muitos especialistas apresentaram possibilidades de aplicações de chatbots dentro das páginas do Facebook. Olha lá na developers.facebook.com.

A empregabilidade da inteligência artificial gerará impacto relevante e comparável à revolução industrial, invenção do avião a jato, internet. Ou seja, atividades laborais rotineiras estão condenadas ao desaparecimento. Não é a primeira vez que o mundo experimenta impacto desta natureza, mas a população de desempregados será muito relevante nos próximos anos.

Os avanços destas tecnologias na área da saúde são muito comemorados, obviamente. Um ótimo exemplo seria a Syncardia Systems, do Arizona, que desenvolveu um coração totalmente artificial. Estão muito confiantes quanto à durabilidade do invento e sua simplicidade em design. Um detalhe importante é que este coração não possui componente elétrico algum. É composto por câmaras plásticas pulsantes, cobertas por uma membrana.

Dentro deste forte impacto que a inteligência artificial gerará na sociedade, achei relevante a criação do grupo de estudos denominado Partnership on AI. Olha ali no partnershiponai.org. Gigantes como a Amazon, Apple, DeepMind, Facebook, IBM e Microsoft fazem parte deste grupo, cuja missão é manter o comprometimento com a pesquisa, o diálogo aberto dentro dos valores éticos, sociais, econômicos e suas implicações legais.

Um dos líderes deste projeto é o lendário Andrew NG, reconhecido como um dos maiores especialistas da inteligência artificial.

Gostei muito da Cline (www.cline.com), acho que poderá se tornar um grande exemplo para a indústria porque possui bons casos de aplicação nas áreas financeira, de saúde, esportes e artes.

Dos modelos de negócios que me chamaram mais a atenção ou curiosidade, a www.carvana.com foi bem impactante. A empresa propõe uma quebra na cadeia do segmento automotivo em todo o seu formato: sem exclusividade, sem vendedores ou concessionárias. Carros expostos numa storage, um cartão de crédito e um comprador. O negócio já existe e, pelo visto, se tornou mais uma opção de aquisição.

No cinema, assistimos um debate entre os executivos da Walt Disney, Industrial Light & Magic,

JPL e Pixar (Maggie Malone, Steve May, Tom Cwik e Vick Schutz).

Meu aprendizado foi que, durante um obra cinematográfica, quando defrontada com um grande problema em sua produção, além de uma equipe de alto valor, se revisa o projeto e os processos para se obter um consenso, uma decisão.

Ou seja: a disciplina frente aos processos e projetos é sempre respeitada. Percebemos que a empregabilidade da tecnologia em efeitos especiais não é necessariamente algo de baixo custo.

Ao longo dos anos se viu empresas triunfarem em seus setores, como a AT&T na Telecom, a John Deere na agricultura, a Ford no automotivo, Intel, Apple, Microsoft na computação, Google na internet. Quem será o líder na inteligência artificial?

Já na aplicação das tecnologias robóticas em parques industriais, a China possui um parque muito mais automatizado que os EUA, desde 2007/2008, e já dá fortes sinais de superação frente ao tradicional competidor Japão. Atualmente, os líderes deste segmento são: Yasawa, Fanuc, Kuka, ABB. Reparem que nenhuma destas empresas é americana - temos japoneses, alemães e suíços.

O SXSW é muito democrático e dinâmico em sua proposta. O evento gera um ambiente, uma sensação de START UPER durante estes dias e te possibilita conhecer e trilhar inúmeras vertentes, às vezes pouco visitadas.

Fomos lá também porque pensamos em contribuir muito no FIC, tradicional evento dos nossos irmãos da ABRADi-RS.

Já que Austin é a capital mundial de música ao ar livre, minha banda favorita foi a banda www.diggingroots.com. O guitarrista Raven Kanatakta é um monstro!

**MAIS DO
QUE UMA
PALESTRA,**

**UM SHOW DE
CONHECIMENTO EM
ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS:**

**VITTORIO DANESI
NO PALCO DO MESAS TI**

Não seria exagero definir Vittorio Danesi como uma enciclopédia viva da gestão e estratégia comercial. O executivo construiu uma extensa carreira, pautada em cargos de gestão e presidência, direção de unidades de negócio, vendas e marketing em empresas como TCE Industria e Comercio, Sharp, Lada Car e Microtec. Hoje é CEO da Simpress, empresa que fundou no início da década de 2000 e que galgou degraus com a velocidade dos líderes no mercado de outsourcing de impressão brasileiro, alcançando a pole position do setor.

Uma trajetória vitoriosa que chamou a atenção de nada menos do que a gigante multinacional Samsung, que em 2015 adquiriu a Simpress em um acordo de valor não revelado comandado diretamente pela matriz coreana.

O negócio foi fechado após a Simpress desbancar vários rivais estrangeiros, assumir a liderança de seu segmento no Brasil e fechar 2014 com um faturamento de R\$ 485 milhões. Mas mesmo antes da aquisição de 100% da operação pela Samsung, a empresa fundada por Danesi já vinha numa escala de expansão invejável: tinha como maior acionista, com 43% de participação, um fundo de investimento gerido pela Gávea Investimentos, que tem como acionista o ex-presidente do Banco Central, Armínio Fraga.

À época da venda para a Samsung, Danesi declarou, do alto de sua experiência, que a transação era uma estratégia para elevar o grau de competitividade da Simpress.

Dito e feito. Em abril de 2016, 16 meses após a compra pela Samsung, a Simpress revelou ter alcançado faturamento recorde

(a cifra não foi aberta). “Somos líderes em managed print services (MPS), com 23% de market share no Brasil. Em todas as categorias de impressão somos líder ou estamos em segundo lugar em participação de mercado”, declarou Danesi, à época, em matéria do ITFórum365.

O crescimento inevitável resultou de uma estratégia agressiva de vendas, com conhecimento de que, nas palavras do próprio Danesi, “em momento de crise, o fornecedor que não presta um bom serviço é cortado”. Nesta linha, a Simpress mostrou aos clientes um atendimento fora da curva e um relacionamento pós-venda que, efetivamente, promove valor agregado.

Uma estratégia mais do que acertada e reconhecida: ainda em 2015 a Simpress foi eleita a Empresa do Ano pelo anuário As Melhores do Middle Market, prêmio criado pela Revista Dinheiro; e, além disso, alcançou por várias vezes uma posição entre as Melhores e Maiores Empresas do Brasil, definido pelo ranking Exame Melhores e Maiores.

É toda esta experiência – e, por que não dizer, maestria – que Danesi traz ao Mesas TI de Junho de 2017. Com a palestra “Equilíbrio na Gestão de Canais”, o executivo contará vivências e ações, dando exemplos valiosos a quem precisa dar uma guinada ou manter o crescimento dos negócios.

Literalmente, a voz da experiência no palco do Mesas TI, evento que tem patrocínio Gold de DBC Company e Unisinos, Silver da RCA Digital e Bronze da TDec. Para o SEPRORGS, é um orgulho propiciar tal oportunidade ao mercado gaúcho.

UM IMENSO PALCO PARA IDEIAS, DISRUPÇÃO, INSPIRAÇÃO E MOTIVAÇÃO PARA GRANDES REALIZAÇÕES LOCAIS





Conectem-se e conheçam pessoas com experiências e interesses diferentes. A frase é de Hugh Forrest, diretor de programação do South by Southwest (SXSW), festival que anualmente movimenta Austin, no estado norte-americano do Texas, e reflete muito bem o conceito do evento: um mar de atrações e troca de conhecimentos em campos muito amplos, que vão da música e artes visuais à tecnologia e educação, que transcende o ambiente indoor das palestras e debates, tomando as ruas, os espaços públicos e, principalmente, as mentes de todos os que povoam a capital texana nos dias de sua realização.

Na edição de 2017, uma comitiva do SEPRORGS

formada pelo presidente Diogo Rossato, vice-presidente e diretor de Marketing, Donald Reis, e pela assessora de Marketing, Luciéli Rodrigues, participou do festival, que ocorreu de 10 a 19 de março e reuniu mais de 400 mil pessoas. Do Brasil, segundo dados da Apex, 62 empresas participaram com exposição de produtos e serviços. Em 2016 haviam sido 36 companhias, que fecharam US\$ 16,6 milhões em novos negócios durante o festival (a cifra deste ano ainda não foi divulgada).

Este ano, o festival teve um impacto superior a US\$ 450 milhões na economia de Austin, conforme dados da organização. Dados que levam a refletir e, mais ainda, a querer fazer.

PARA TODAS AS TRIBOS

“A experiência de termos participado do SXSW nos remete a um outro nível de concepção de um evento de tecnologia e inovação. O evento é amplo, trata de temas diversos, muitas vezes com uma dose forte de integração de todos ou da maioria dos temas, apesar da diversidade. Isto é uma forma de ver como as áreas se inter-relacionam e a importância que uma tem para a outra. Além disso, o SXSW tem o poder de mobilizar uma diversidade enorme de tribos, mas possivelmente todos dialogando e buscando uma mesma sintonia. São características marcantes que nos fazem sonhar em um dia poder conceber algo parecido em nossas cidades”, analisa Rossato.



PLATAFORMA IMPULSORA

A opinião de Reis corrobora a avaliação do presidente, e acrescenta que, além de “democrático e dinâmico em sua proposta, o SXSW gera, mais do que um ambiente, uma sensação de START UPER”. Para ele, um vigor trazido pela intensidade, qualidade e variedade das atrações, mas também pelo formato “transpirante” do festival, que exala seus temas e debates para todos os cantos da cidade enquanto acontece, que servem de inspiração e motivação para investir em ideias semelhantes a fim de movimentar a economia criativa e digital gaúcha e brasileira.

INSPIRA LÁ, FAZ AQUI

Segundo o vice-presidente e diretor de Marketing do SEPRORGS, as vivências trazidas do evento de Austin permitirão acrescentar muito ao FIC, evento do qual a entidade é correalizadora em parceria com a ABRADi-RS.

Curador do FIC, o empresário e investidor Cesar Paz também participou do SXSW e trouxe impressões fortes. “Vou ao evento há anos e nunca havia visto uma participação tão expressiva e barulhenta da indústria criativa gaúcha”, comemora. “Os gaúchos invadiram Austin e fizeram jus ao movimento da cidade, que tem como slogan ‘keep Austin weird’, ou seja, mantenha Austin esquisita”, complementa.

Paz destaca que, entre os gaúchos, um grupo de Whatsapp serviu como guia para troca de indicações sobre palestras, como ponto de encontro virtual e como plataforma de compartilhamento de experiências durante e depois do festival.



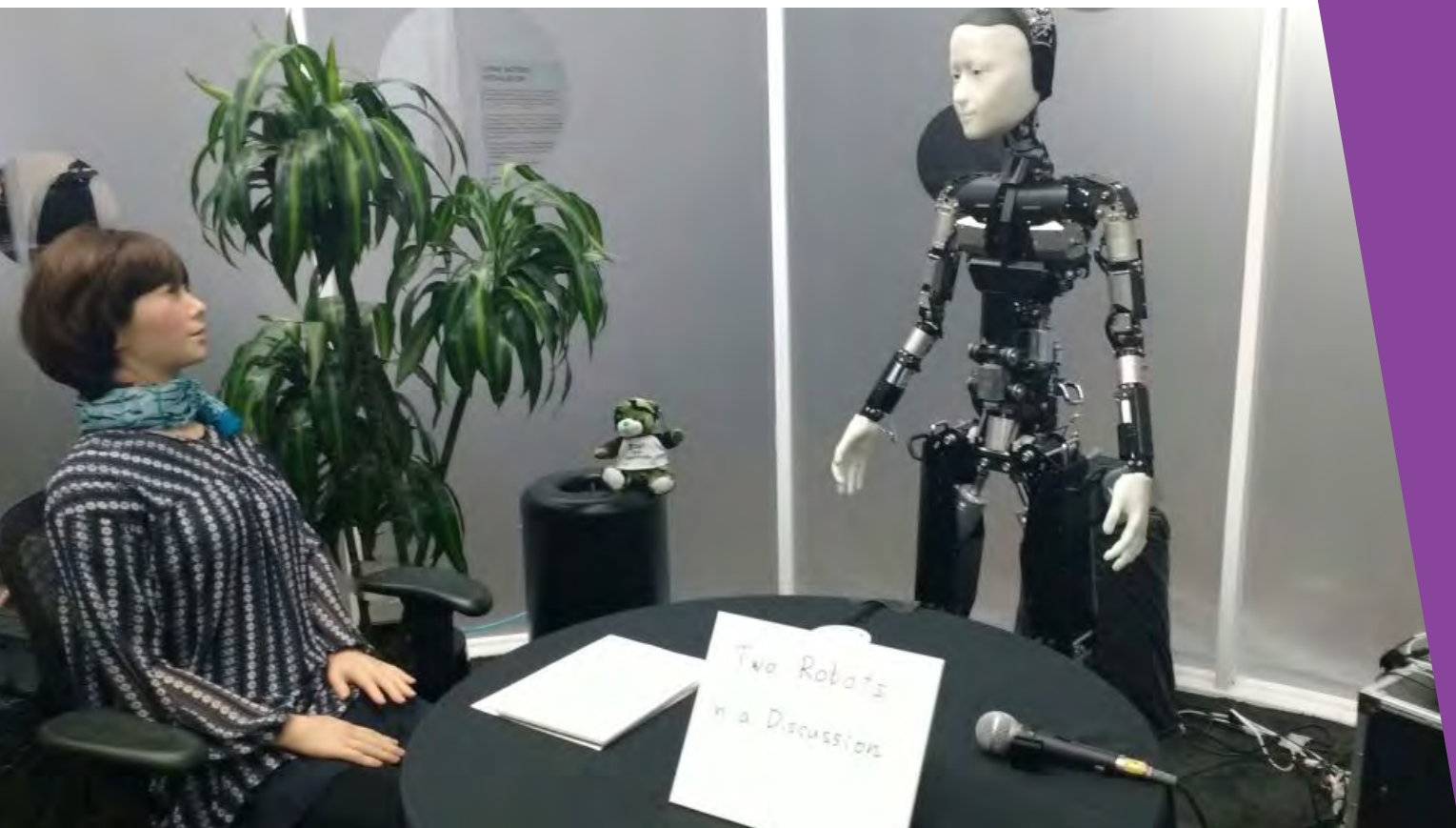
ESCOLHAS DIFÍCEIS, RESULTADOS GRATIFICANTES

Pudera: conforme Reis, todos os dias era preciso acordar bem cedo e saber que, ao escolher uma atividade da programação, outras 30 teriam de ser deixadas de lado. “O SXSW são escolhas o tempo todo”, comenta.

Escolhas que valem a pena, segundo a assessora de Marketing do SEPRORGS, Luciéli Rodrigues. “Fazer parte do evento foi uma experiência enriquecedora. Nosso grupo recebeu muitas informações em pouco tempo. Muito conteúdo e tecnologia, pessoas do mundo inteiro, empresários, técnicos, CEOs, estudantes e muito curiosos, todos interligados querendo conhecimento, novas conexões e experiências”, ressalta ela.

GAUCHADA DOMINANDO

Filha de Cesar Paz, a empreendedora nata Greta Paz também incorporou a comitiva gaúcha do SXSW 2017. E voltou impressionada. “Foi a minha primeira vez no evento. Tive boas surpresas com a qualidade do conteúdo, com o clima festivo da cidade e com os encontros com os gaúchos, seja pelos corredores, pelo Whatsapp, pelas palestras e bares. Fomos trocando referências, insights e boas risadas. Foi mais fácil se encontrar por lá do que na correria do dia a dia daqui. Os gaúchos estavam dominando Austin”, conta ela, que é sócia-diretora da MPQuatro e palestrante.



FORÇA BRASILEIRA

Outro que foi pela primeira vez ao evento foi Cristiano Fragoso, da Plim! Unconventional Projects. Ele classificou a programação como “realmente imperdível para quem trabalha na indústria criativa com foco em inovação e empreendedorismo”. Segundo ele, o que chamou muito a atenção foi a grande presença de brasileiros (terceira maior delegação, com mais de 1100 integrantes), mesmo em um ano de crise econômica.

“Isso mostra a força da indústria criativa no país, e como é importante prestigiar esta atividade por aqui. O Rio Grande do Sul faz parte deste contexto. Acho que nós todos devemos apoiar, estimular e participar de iniciativas como esta, pois isso reforça nossa importância enquanto atividade econômica e também cria um senso de comunidade que é fundamental para nossos negócios”, ressalta Fragoso.



EVOLUIR O TODO

Um impulso ao debate das novas ideias em campos dos mais diversos, muito além da tecnologia, que, na análise de Ramiro Martini, empresário gaúcho também presente ao SXSW 2017, precisa ser cada vez mais estimulado.

“Vivemos em uma era de abandono público e corrupção deslavada, enquanto as nossas novas gerações são cada vez menos expostas a novidades e desafios, ficando sem competitividade nenhuma. Tecnologia faz parte de todos os negócios, portanto, agora precisamos navegar em muito assuntos. Energia renovável. Transportes autônomos. Distribuição de renda. Acesso!

Acesso! Acesso! Para construirmos um lugar diferenciado e propositivo, precisamos dar acesso para que as pessoas aumentem o conhecimento e os limites das suas mentes”, avalia Martini.

O empresário, que é diretor da CincoTI, destacou os esforços do SEPRORGS e ABRADi-RS na condução do FIC como parte desta estratégia de estímulo à nova economia a que se refere. “O SEPRORGS vem ajudando na construção do FIC 2017 (dias 05 e 06 de outubro, agendem-se!), um evento que trará esse cheiro de inovação que o SXSW possui, com aquela pitada gaúcha. Estamos trabalhando muito para proporcionar experiências diferentes, conteúdo com alma e inspiração”, salientou. “A ideia é que tenhamos

também eventos paralelos e independentes, e que todo o público consiga viver mais a nossa capital”, complementou.

Ainda conforme Martini, tais ações colaboram para que o Rio Grande do Sul retome as rédeas de seu próprio estado e evolua para não ficar na memória como “um lugar excelente para se viver, mas no passado”. Segundo o empresário, o FIC, a participação dos gaúchos no SXSW e ações afins estão cumprindo um papel fundamental. “Sim, nós podemos!”, afirma, convicto.

A opinião é a mesma de Juan Pablo Boeira, CMO da rede Bourbon Shopping, Cientista de Dados e Professor de Disrupção, que também integrou a

delegação gaúcha no festival de Austin em 2017. Movimentador da ideia de reforçar eventos que fomentem a economia criativa gaúcha, ele se declara aberto a apoiar esforços neste sentido.

“Ficou claro para mim que a distância entre fazer o que eles (Austin) estão fazendo pelo mundo e nós estamos fazendo no Brasil, é simplesmente a vontade de querer fazer as coisas acontecerem e colocar em prática soluções inteligentes em benefício coletivo, em vez de só pensar no próprio umbigo. Temos muita gente boa no Brasil e, principalmente, no Rio Grande do Sul, que certamente colocarão a cidade e o estado no mapa dos grandes eventos mundiais de inovação”, acredita Boeira.

ALTÍSSIMO NÍVEL

Nas palavras do presidente do SEPRORGS, um resumo breve e conciso do que toda a experiência do SXSW pode ressoar na economia criativa gaúcha: “um outro nível de concepção de evento, de tecnologia e inovações”.

Segundo Rossato, o festival faz o conhecimento e as experiências transcenderem as salas e auditórios, e assim dominarem as ruas.

“A cada esquina nos deparamos com alguma novidade. As casas ao redor estão repletas de inovação e experiências aos que ali visitam. Não

apenas as pessoas que vão ao evento participam, mas toda a comunidade respira o evento o tempo todo. A cidade vive aquele momento de transformação”, conclui o presidente.

ESFORÇOS LOCAIS

Uma experiência, um ambiente, um exemplo que queremos, mais do que trazer para Porto Alegre, SER em Porto Alegre. E com os esforços incansáveis para a realização do FIC 2017 e o apoio a iniciativas de fomento à economia criativa local estamos, com certeza, no caminho certo.



Um dos destaques do SXSW 2017 foi o senador democrata Cory Booker, que palestrou no primeiro dia do evento e foi ovacionado ao apresentar um discurso efusivo sobre valores como união, respeito e amor ao próximo. Booker se disse preocupado com a falta de respeito imperativa na sociedade atual e destacou a importância da resiliência, especialmente referindo-se aos eleitores americanos – o senador é um conhecido agente anti-Trump.

SENADOR CORY BOOKER



LUCIÉLI RODRIGUES,
ASSESSORA DE MARKETING
DO SEPRORGS

Austin possui uma originalidade peculiar, com encontros e palestras ocorrendo simultaneamente em todos os cantos da cidade. Tudo é muito interessante e atrativo. Inteligência artificial aplicada à cura de doenças e esporte, realidade virtual, alimentação, cinema, carros autônomos e inclusão social foram alguns temas abordados, fora a imensidão de tantos outros que não conseguimos assistir. Nos deparamos com muitas palestras interessantes, onde a que mais me chamou a atenção foi com a estudiosa Laurie Frick, que falou sobre a interação humana remodelada através da Inteligência Artificial, em que os dados que sabemos sobre nós e as pessoas ao nosso redor irão manipular a química do corpo. E, segundo ela, isso correrá, casualmente, através das interações pelas redes sociais. Com certeza, participar do SXSW nos faz pensar para onde estamos indo, como estamos indo e por onde deveremos seguir.

SXSW 10

O SXSW começou em 1987, quando a maioria das pessoas ainda nem tinha ouvido falar em Internet. Em 1994, o evento ganhou a adição do SXSW Multimedia, com apresentações em vários formatos, até então, high tech. Neste ponto, a tecnologia mais avançada apresentada no festival era o CD-Rom. Ao longo dos anos, a evolução se mostrou crescente, e o evento conhecido por demonstrar tecnologias e startups acabou sendo o palco de lançamento de hoje multinacionais como Twitter e Foursquare.



A modernização da

MARCA SEPRORGS

Giovanni Mancuso, diretor da Artstudio Publicidade



Experimente produzir uma camiseta de algodão com os melhores materiais do mercado e tentar vendê-la por, digamos, R\$ 50,00. Depois pegue a mesma peça e aplique nela a marca Nike. Por R\$ 50,00 passou a ser “barata”, não? Este é o poder de uma marca.

Marcas representam o DNA das empresas e, como tal, devem ser tratadas com toda a atenção possível por seus gestores. Continuando no exemplo da Nike, pense em tudo que você já viu, ouviu e leu a respeito da marca. Talvez você lembre de algo diferente do que eu lembraria. Não importa, ambos lembraríamos de uma parte do conjunto. O trabalho para construir esta comunicação, criar este DNA, começa com a criação do símbolo que vai representar a empresa, mas é justamente ela, a empresa, a responsável por cuidar do dia a dia da sua marca, para que um dia ela seja, realmente, o seu maior patrimônio.

Mas o mundo e as pessoas mudam. Há algumas décadas não existia TV colorida. Dez anos atrás não existia iPhone e, há apenas alguns anos, não existiam as redes sociais. Neste universo que está em constante movimento, as percepções mudam e com elas, a maneira como os diversos públicos percebem as empresas. Justamente para não perder o link com seus clientes e para poder conquistar novos clientes, é importante que as empresas se modernizem. Neste contexto, modernizar a marca, passa a ser uma estratégia de comunicação muito eficiente para oxigenar sua presença no mercado.

A primeira marca do SEPRORGS foi criada em 2008. O iPhone estava completando 1 ano de existência. A Nokia

estava apavorada, a Samsung ainda não tinha lançado seu primeiro celular e o Blackberry ainda seguia sendo o padrão no mundo corporativo.

Quatro anos depois, em 2012, enquanto o iOS e o Android começavam a dominar o mercado e a Samsung já estava no encalço da Apple, a Artstudio foi contratada para planejar a modernização da marca da entidade.

A ideia era atualizar, porém sem ferir o conceito existente na marca. Respeitar a leitura fácil no logotipo e manter a figura dos pixels na marca-símbolo. Lembro que a tarefa não foi fácil, pois mesmo que a marca original apresentasse características mais conservadoras, ela possuía qualidades importantes, como legibilidade, leveza, simplicidade e oferecia facilidade de reprodução.

Durante a fase de testes, descobrimos que arredondar as letras e o desenho dos pixels, parecia ser um caminho óbvio. A marca original era excessivamente séria e seus muitos “cantos retos” a tornavam um pouco antiga. Seguimos por este caminho até onde foi possível. Depois brincamos com cores. Queríamos deixar a marca ainda mais leve e decidimos acrescentar uma cor quente ao frio azul original.

No final, depois de vários testes com diversos padrões cromáticos, acabamos optando por um tom suave de laranja e também substituímos o azul marinho original por um tom um pouco mais claro.

O resultado deste trabalho é a marca que você vê nos diversos canais de comunicação do SEPRORGS.

ORGANIZAÇÕES EXPONENCIAIS: POR QUE ELAS SÃO 10 VEZES MELHORES, MAIS RÁPIDAS E MAIS BARATAS QUE A SUA (E O QUE FAZER A RESPEITO)

Salim Ismail, Michael S. Malone
e Yuri van Geest
Ed. HSH



Uma Organização Exponencial (ExO) é aquela cujo impacto ou resultado é pelo menos dez vezes maior, comparado aos seus pares, devido ao uso de novas práticas de gestão que alavancam as tecnologias aceleradas. Nenhuma empresa poderá acompanhar o ritmo de crescimento definido pelas ExO, se não estiverem dispostas a realizar algo radicalmente novo, uma nova visão da organização que seja tão tecnologicamente inteligente, adaptável e abrangente quanto o novo mundo em que vai operar e, no final de tudo, transformar.

Em Empresas Exponenciais, os autores definem o conceito e as características de uma ExO, a partir da avaliação de 60 livros clássicos de gestão da inovação, entrevistas com executivos de dezenas de empresas da Fortune 200, entrevistas com os 90 principais empreendedores e visionários mundiais, investigação das características das 100 startups mais bem-sucedidas e que mais crescem em todo o mundo, incluindo aquelas que compõem o Clube do Unicórnio (grupo de startups com valor de mercado estimado em bilhões de dólares), e da avaliação das opiniões dos principais membros do corpo docente da Singularity University sobre a aceleração que eles estão presenciando em suas áreas de atuação e como isso pode afetar a estrutura organizacional.

O livro trata das mudanças exponenciais, o momento em que a concorrência não é mais a empresa multinacional no exterior, mas alguém em uma garagem no Vale do Silício (ou no Tecnopuc/Tecnosinos, por exemplo), utilizando as mais recentes ferramentas de tecnologia digital. Essas empresas são cada vez mais rápidas e contam com pessoas cada vez mais capazes de se reinventar a uma velocidade ímpar. São pessoas e empresas

extremamente criativas. Como aproveitar todo esse poder criativo? Como construir uma empresa que seja tão ágil, hábil e inovadora como as pessoas que farão parte dela? Como competir nesse acelerado mundo novo? Como se organizar para expandir? A resposta é a ExO, e não temos escolha, porque em muitos setores a aceleração já está em pleno andamento.

Peter Diamandis, autor de “Abundância: o futuro é melhor do que você imagina”, explica as ExO usando o conceito dos 6Ds: digitalizado, dissimulado, disruptivo, desmaterializado, desmonetizado e democratizado. Qualquer tecnologia que se torna digitalizada entra em um período de crescimento dissimulado. O que os autores têm observado é que nenhuma empresa comercial, governamental ou sem fins lucrativos, conforme configurada no momento, pode acompanhar o ritmo que será definido por esses 6Ds. Para isso será necessário algo radicalmente novo, uma nova visão da organização que seja tão tecnologicamente inteligente, adaptável e abrangente quanto o novo mundo em que vai operar, e, no final de tudo, transformar.

Na primeira metade do livro, os autores exploram as estruturas revolucionárias das organizações exponenciais e seus atributos. A segunda metade é um guia de como fazer. Como utilizar tecnologias exponenciais para construir uma startup? Como aplicá-las a uma empresa de médio porte? Como adaptar essas ideias em grandes organizações? Estamos vendo uma transformação nos negócios que não tem sido vista nos últimos cem anos, precisamos estar preparados para as mudanças.

DBC Company – Sinergia para atender nossos clientes

Edgar Serrano, Diretor da DBC Company

Para atender nossos clientes com qualidade, a DBC, nestes 21 anos, sempre ficou atenta às evoluções do mercado. Constantemente revisamos nosso portfólio de serviços. Além de estudar e pesquisar, para conhecer as necessidades de nossos clientes, nada substitui estarmos próximos de quem nos contrata.

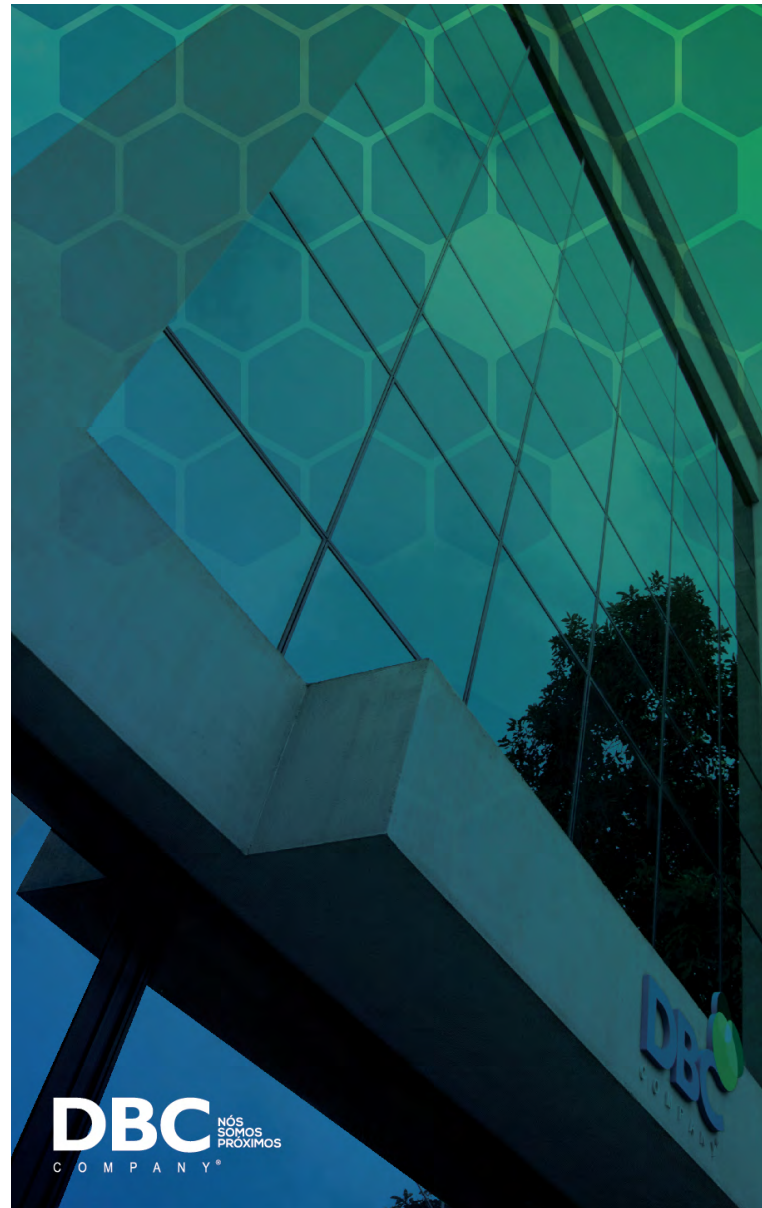
A DBC possui Linhas de Negócios inter-relacionadas entre si que são: Fábrica de Software, Business Analytics, Integrações, Outsourcing e Gestão & Suporte de Aplicações (sustentação).

Após nossa Fábrica de Software conquistar o selo do CMMI em 2009, a partir de 2013 nossa prioridade foi dar agilidade ao nosso desenvolvimento, onde implementamos o Scrum como Metodologia Ágil, metodologia esta utilizada em todo nosso processo produtivo. Isso nos permite executar entregas rápidas agregando valor e competitividade ao negócio de nossos clientes.

Em relação ao serviço de BI, que atuamos desde 1998 e com mais de 650 mil horas de experiência decidimos atualizar o mesmo. As empresas não querem só analisar seus dados históricos, querem também olhar para o futuro, ao passo que convivemos com um volume diário de informações nunca visto antes na história. Devido a isto, evoluímos a linha de negócio BI para Business Analytics, que engloba Business Intelligence, Big Data e Análise Preditiva.

Nossa linha de negócio Integrações de Dados é decorrência da nossa experiência, do nosso DNA, desde a fundação da empresa. Tanto a linha de negócio Fábrica de Software como a linha Business Analytics (e BI) sempre exigiu de nossa equipe experiência em Integrações de Dados. Implementando conceitos modernos (SOA, orquestração, BPM e Ferramentas de Data Integration) atuamos de forma sistêmica nos processos de negócio de uma organização.

Os selos de Melhores Empresas para se Trabalhar no Brasil – que desde 2012 temos conquistado, junto com uma estrutura de Gestão de Pessoas e Gestão de Outsourcing altamente qualificada e direcionada a atender a especificidade de nossos clientes, com certeza traz um diferencial a nossa linha de negócio Outsourcing. Conseguimos montar equipes altamente qualificadas e



100% aderentes às necessidades de nossos clientes em tempo recorde.

Tudo o que desenvolvemos, bem como sistemas desenvolvidos por outras empresas podemos sustentar, tanto na forma preventiva como evolutiva, atuando no formato 24x7 se assim for necessário. E é assim que chegamos a nossa linha de negócio Gestão & Suporte de Aplicações que também é consequência natural das nossas atividades desde a fundação da empresa.

Agradecemos aos nossos clientes pela confiança nestes 21 anos de DBC.

Nós somos próximos.

Competição, Colaboração e Transformação digital

Ricardo Abel – CEO da Digital Business

Em tempos de crise o que é necessário e o que é inevitável?

Todos estamos cientes da atual crise econômica e política que passa nosso país, e com isso a agravante redução de negócios, além da descontinuidade de diversas empresas.

Destas perdas muitas vezes ocasionadas pela falta de preparo das organizações para esta crise jamais vista, mas também pela falta de competitividade das mesmas perante a sua concorrência.

Conversando com empresários e clientes do setor de tecnologia da informação e comunicação vejo alguns questionamentos, muitas vezes em forma de lamento, de como algumas empresas conseguem competir em plena crise, muitas vezes por não saber como estas empresas conseguiram condições competitivas, as quais elas mantiveram o negócio e cresceram neste momento de crise. Grandes empresas destes setores sofrem muito pela estrutura que possuem hoje, herdada das grandes bonanças ocorridas nos anos passados e com isso criaram verdadeiros castelos de estrutura operacional, onde manter com esta crise não é tarefa fácil, muitas vezes quase inexecutável.

Vejo que além de estarmos passando por uma crise econômica e política, estamos passando por uma transição de mercado, isto é, o que era não voltará a ser de novo. Tudo será diferente, onde antes as empresas planejavam uma estratégia de mercado focada em ser melhor que a concorrência para obter mais clientes, hoje o mercado está retraído e os clientes estão comprando diferente, de forma austera e muito focada, onde preço e qualidade são fatores que andam juntos, tornando este desafio muito mais complexo.

Procurei identificar e conversar com estas empresas onde a crise não chegou tão forte, e fiquei feliz ao verificar a forma de “competir” que estas empresas estão encarando no mercado. Sim elas competem, e muito, estão tomando muito trabalho de gente grande, mas de forma “colaborativa”. Parece soar estranho quando um empresário diz, “eu colaboro com meus concorrentes de mercado”.

Na verdade, este comportamento está sendo um dos segredos para que empresas tenham se diferenciando, pois são mais leves, enxutas, especialistas e rápidas, bem diferente de grandes estruturas generalistas. Imagine compartilhar sua estrutura física com outras organizações, esse comportamento tem se tornado cada vez mais comum para startups e pequenas empresas, além de compartilhar seus serviços e estruturas básicas, a fim de não sobrepor várias estruturas e serviços que são onerosos em um momento de vendas mais lentas, isso custa muito dinheiro do seu fluxo de caixa e da sua margem por consequência.

Hoje a forma de competir tradicional se torna um fator de risco, de perda de competitividade, principalmente devido ao custeio e ao processo de inovação.



Esta transformação, digital e gerencial, está fazendo as empresas pensar diferente, de forma que tendem a desmaterializar/desmonetizar através da digitalização das suas estruturas, focando na especialidade e gestão, acelerando a redução de seus custos, bem como aproximando o custo e a qualidade para seus clientes.

Ao momento que sua empresa sai de um modelo de gestão linear, extremamente competitivo e com muita escassez, no qual todo o custo é seu, e passa para um modelo distribuído, altamente colaborativo, abundante e exponencial (imagine rachar a conta de determinadas despesas com vários).

Você coloca sua empresa em um patamar diferenciado com muita agilidade e flexibilidade, além da nova rede de parceiros geradores de novos negócios. Além das ações citadas acima verifiquei um trabalho estratégico em recursos humanos. Sabemos que grandes organizações já se atentam para este tema, mas em pequenas e médias é um tema recente que requer um investimento considerável.

Estas organizações contratam e formam líderes sem parar, garantindo sua cultura organizacional intrínseca nas equipes - os resultados dessas normalmente geram mais negócios. Vemos estes modelos no exterior de forma mais acentuada, em nosso país este modelo já existe, mas com muita resistência de alguns grupos, que infelizmente ou felizmente, estão obrigando a considerar esta lógica para a sustentação de seu negócio neste novo momento do mercado.

A própria Digital Business é fruto deste recente modelo, pois devido as oportunidades de negócios gerou um grupo de quatro empresas especialistas em produção digital, no qual compartilhamos estrutura e gestão para dar foco ao atendimento especializado, ágil e competitivo aos nossos clientes - muitos que para alguns seriam concorrentes, mas para nós são parceiros de negócios, que contribuem para um ecossistema de negócios.

Lembrança e esquecimento na internet: um desafio permanente para as marcas

Gustavo Fischer, Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, UNISINOS

Uma das maneiras de se refletir sobre o período atual, se consideradas as transformações advindas do crescimento exponencial de processos, produtos e serviços totalmente “dependentes” da presença das tecnologias de informação e comunicação (TICs) é considerá-lo bastante paradoxal no que se refere a questões de preservação, arquivamento, memória das informações.

De um lado, temos uma premissa – fortemente defendida através das ofertas de uma série de produtos e serviços vinculados à infraestrutura da internet – de capacidade infinita de armazenamento de dados.

Neste sentido, basta pensarmos nos serviços de “nuvem” e da progressão geométrica das velocidades de processamento de todo o tipo de dispositivo computacional. De outro, de forma menos explícita, mas ocorrendo em paralelo, temos a noção já conhecida de obsolescência programada destes mesmos produtos e serviços, com ciclos de vida limitados (para alimentar a engrenagem do mercado, diriam alguns).

No entanto, talvez nunca tenhamos confiado de forma tão convicta na capacidade que os dispositivos digitais de processamento e armazenamento têm de guardar tudo que nos diz respeito, seja no âmbito privado ou mesmo em relação às marcas de produtos e serviços diversos.

As maneiras pelas quais essa tensão entre preservação/descontinuidade ou degeneração/regeneração tem se dado sinalizam diversos problemas/desafios para diferentes atividades humanas, inclusive no âmbito da capacidade das marcas compreenderem como lidar com esta ambiência muito efêmera.

Se no começo da web chamávamos a atenção das marcas para a capacidade de cada sujeito tornar-se um produtor



de conteúdo e, portanto, um crítico em potencial pronto avaliar produtos e serviços; agora, é preciso também dar-se conta da característica efêmera da internet. Uma marca pode deletar um tweet mal recebido em determinado dia pelos seus seguidores e horas depois ele reaparecer na postagem de uma outra rede social como um print.

Ou ainda, o consumidor pode se deparar com um aplicativo ou hotsite formulado para determinada campanha de anos atrás e que segue disponível na web ou na loja de aplicativos.

Soluções tornam-se obsoletas levando junto todo um posicionamento ali construído, ou alguém ainda sabe falar sobre branding no Second Life? Um bom exercício para os profissionais de marketing é usar um serviço como o Wayback Machine do Internet Archive (web.archive.org) onde é possível “ressuscitar” versões “antigas” sites nos quais reaparecem posicionamentos de comunicação e marketing que as marcas talvez preferissem que ficassem enterradas no passado.

A mensagem que fica (e que corre o risco de sumir como tudo que está online é): o footprint digital das marcas não depende somente do que elas dizem para o consumidor, mas do terreno movediço da internet no qual elas se aparecem/desaparecem.

DEM AÍ O FESTIVAL QUE VAI REUNIR O MELHOR DA INDÚSTRIA CRIATIVA!

FIC17 - The Experience Economy

Mais de 30 palestrantes.

Pela primeira vez no Brasil:

Brian Solis, autor da obra

X: the experience when business meets design

05 e 06 de Outubro

Barra Shopping Sul

Acesse: **fic2017.com.br**
Garanta seu lugar!

#fic17

FIC17
FESTIVAL DE
INTERATIVIDADE
E COMUNICAÇÃO

theexperience
economy

brandexperience
designexperience
technologyexperience

Realização:

abradIRS
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS AGENTES DIGITAIS

Correalização:

SEPRORGS
Uma plataforma de negócios e representatividade única

Apoio:

 Prefeitura de
Porto Alegre

Grupo **RBS**

Transporte Oficial:

 **cabify**
Vamos Juntos.

Instituições de ensino: parceiros fundamentais

A Mercado TI entrevista o diretor de Relacionamento com Instituições de Ensino do SEPRORGS, Roberto Mazzilli, sobre sua atuação e seus objetivos à frente da pasta.

Abaixo, ele descreve a importância desta diretoria, bem como detalha ações, estratégias e metas, traçando também um panorama sobre como é fundamental a integração entre entidade e academia e sobre a contribuição do ambiente acadêmico para melhoria da oferta de mão de obra qualificada no segmento de TI.

Confira!



Mercado TI - Por que a nova gestão do SEPRORGS decidiu criar uma diretoria exclusiva para Relacionamento com Instituições de Ensino?

Todas as ações estratégicas do SEPRORGS são derivadas de seu planejamento estratégico, revisado anualmente. Na última revisão, houve a deliberação da presidência em iniciarmos este trabalho que consideramos de suma importância para o mercado de TI.

Essa decisão é decorrente de dar um maior foco e atenção necessários que já estavam sendo demandados. Realizamos assim um ajuste organizacional, criando esta diretoria para que ela avance com ações que fortaleçam o relacionamento com as Instituições de Ensino. Com isso, teremos ações conjuntas que serão tomadas, apoiando nossas empresas e o setor de TI, como um todo. Esta diretoria trabalhará de forma conjunta com a comunicação, marketing, relacionamento e assessoria de imprensa do SEPRORGS, bem como com a diretoria de Startups em assuntos pertinentes ao tema.

Mercado TI - Quais os objetivos desta diretoria?

O primeiro objetivo é buscarmos um alinhamento entre as instituições de ensino e o mercado. O mercado é

dinâmico, principalmente no setor de tecnologia, em função de mudanças contínuas nas tecnologias. Desta forma, sentimos a necessidade de colaborarmos com as Instituições de Ensino para realizarmos ações conjuntas. Estamos visitando-as e conhecendo os coordenadores de cursos e entendendo seus objetivos e ações.

Um outro objetivo que temos é o da aproximação. Ela nos dará oportunidade de sermos mais atuantes em conjunto com as Instituições, através de palestras, apoio a semanas acadêmicas, apoio a ações voltadas ao empreendedorismo, enfim, contribuir com conhecimento e experiência do mercado, trazendo empresários, diretores e especialistas para que possam expor e contribuir na formação e na identificação de oportunidades de mercado para alunos que estejam entrando no mercado de trabalho.

Enxergamos também que este trabalho nos fará atingir determinadas localidades no Estado, mais distantes, nos permitindo também divulgar o nosso papel de Plataforma de Negócios Digitais, através das Instituições de Ensino locais. Isso reforçará nossa representatividade, que é um dos nossos principais objetivos, como instituição.

Outro item que estamos dando bastante importância é o Prêmio Destaque Universitário. Este prêmio já existe a mais tempo e premia o aluno que se destaca nos cursos

de tecnologia, conforme indicação da Instituição da qual o aluno está se formando. O nosso objetivo é aumentar o alcance das premiações, bem como divulgá-las através de nossos recursos de comunicação.

Mercado TI - Qual a importância das instituições de ensino superior, públicas e privadas, para o crescimento do setor de TI gaúcho e nacional?

Elas são extremamente importantes. A área de TI está, cada vez mais, se tornando protagonista no mundo dos negócios. O uso de tecnologia está impulsionando diversos setores, mudando-os na forma de como as pessoas interagem entre si, criando nossas possibilidades e oportunidades. A busca pelo conhecimento deve ser contínua e cabe às instituições de Ensino, proverem essas possibilidades. Se no passado a realização de uma faculdade era o suficiente, agora cursos de extensão, pós-graduação, MBA, Educação Executiva e outros, tornam-se essenciais para a manutenção do conhecimento e da atualização necessária neste mercado. Novas necessidades de conhecimento podem surgir, específicas de uma região ou área de negócio. Nosso papel aqui passa também em muito por escutar essas demandas e sinalizar para as Instituições de Ensino, necessidades de qualificação, à medida que as identificamos.

Mercado TI - Como a parceria SEPRORGS/universidades pode fomentar a melhoria da mão de obra disponível para o setor e gerar ganho de competitividade para as empresas?

Uma entidade empresarial, como o SEPRORGS, traz todo um público formado por empresários, com atuação e experiência de mercado. Queremos trazer essa experiência e vivência do mercado para as Instituições de Ensino que queiram trabalhar de forma próxima a nós. Com isso, esperamos que nossos colaboradores e associados possam nos ajudar na identificação de lacunas de cursos e de conhecimento, para que possamos retornar essa demanda para as Instituições de Ensino.

Estamos trabalhando também de forma conjunta com a área de relacionamento, para podermos criar e ampliar convênios com as Instituições de Ensino, na forma de devolver descontos nas mensalidades para nossas empresas associadas, viabilizando assim uma maior

facilidade para mais e mais pessoas poderem estarem em faculdades e universidades.

Mercado TI - Em sua avaliação, como está o mercado gaúcho de instituições de ensino superior na área de TI?

A minha percepção é que temos um bom mercado de Instituições na área de TI aqui no RS. Podemos, de certa forma, segmentar um pouco esse mercado em universidades que tem referência nacional, com ótimas notas junto ao MEC, outras universidades e faculdades. De uma forma geral, tem dois pontos que acho relevantes serem destacados: o objetivo da formação e a integração das Instituições com as empresas. Quando falamos no objetivo da formação, precisamos entender, de uma forma mais clara, o que cada instituição de ensino espera colocar no mercado. Tem instituições de ensino que a empregabilidade é o ponto-chave. O indicador que mais é considerado é o número de alunos que obtiveram emprego durante o tempo do curso, saindo assim, empregados. É importante que essas Instituições estejam com o ouvido muito aberto no mercado, escutando essas demandas. Queremos apoiá-las nesse sentido.

Outras instituições estão mais preocupadas em possibilitar ao aluno, uma visão mais abrangente, inclusive do mundo de negócios. Nessas, a própria grade curricular já está preparada para se falar de empreendedorismo, e os trabalhos do curso, estão voltados para isso. Há incubadoras e outros mecanismos que podem auxiliar o aluno nesta jornada. Também estamos preparados para apoiar essas Instituições nesses objetivos e aqui, podemos também contar com o apoio da Diretoria de Startups que está sempre muito bem informada sobre esse tema, participando de todos os eventos relevantes que acontecem em nosso Estado.

Quanto à integração das Instituições de Ensino com empresas também queremos apoiá-las. Muitas Instituições de Ensino estão criando convênios com empresas, seja para apoiá-los com conhecimento, seja por ferramentas disponibilizadas de forma gratuita por essas empresas. Isso é altamente benéfico para os alunos e dá uma maior visibilidade para a Instituição. Apoiamos essas iniciativas que, além de instrumentalizar os alunos com produtos de mercado, aproximam eles da realidade das empresas.

Novos Convênios



Okay Café

Desconto para os associados do SEPRORGS de 10% em todas as compras realizadas até as 14h, inclusive para utilização da Sala de Reuniões. Não aplicável sobre a compra de equipamentos.

Informações: www.seprorgs.rog.br/pt/contato



Pomar Frutas

Desconto de 10% para associados do SEPRORGS nas entregas de kits de frutas higienizadas e embaladas em caixas especiais. Uma cortesia/teste por empresa associada.

Informações: www.seprorgs.rog.br/pt/contato



Mário de Almeida

marcas e patentes | desde 1958

Mário de Almeida – Marcas e Patentes

Desconto de 10% para associados do SEPRORGS nos honorários dos serviços de: propriedade intelectual, registro de marcas e patentes, desenho industrial, software e direitos autorais.

Informações: www.seprorgs.rog.br/pt/contato



RG Segurança e Serviços

Desconto de 7% para associados do SEPRORGS em serviços de portaria, serviços gerais, zeladoria e jardinagem.

Informações: www.seprorgs.rog.br/pt/contato



Casa de Turismo

A Casa de Turismo oferece aos associados do SEPRORGS um seguro de viagem econômico na compra de pacote de viagem (aéreo e terrestre).

Informações: www.seprorgs.rog.br/pt/contato

Parabéns aos nossos Associados

ABRIL

ALLTRADE	01/04
SUPERITEROP	01/04
WESA	01/04
BRIVIA	01/04
SKY	02/04
UNICRED DO BRASIL	04/04
BNC COMPUTER SHOP	10/04
NGX IT	16/04
STARH	17/04
NEOGRID	19/04
AMINATI	22/04
SMARK	22/04
A J - SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA	23/04
MAVEN	24/04
SOLUÇÃO SISTEMAS	29/04

MAIO

ALLSTORE	01/05
LHP CONSULTORIA EM INFORMATICA LTDA	01/05
OFFICE TECNOLOGIA	02/05
MMDA	02/05
PROCECONTA	02/05
VETORIAL	02/05
MEXTRES	03/05
CGK	04/05
GRUPPEN	05/05
LEXSIS	08/05
JOBSYSTEM	11/05
FATOR DIGITAL	14/05
ABSOLUTA.NET	15/05
ECORE	19/05
SALUX	20/05
CARVALHO & ANSCHAU	22/05

JUNHO

CTD	01/06
CIGAM SOFTWARE	01/06
CONSTRUTIVA	01/06
MILLENIUM	01/06
SADIG	01/06
SISPRO	01/06
TDS	01/06
VENDABEM	01/06
CWI	02/06
MGS IMAGEM E INFORMAÇÃO	03/06
LA REPUBLICA	04/06
METAWAY	06/06
KENTA	10/06
VORTIGO	11/06
SCADI CARGO	12/06
DIUNO	17/06
EAGLE INTELIGÊNCIA DIGITAL	18/06
SIDICOM PRODUTOS	20/06
PENSAR INFORMÁTICA	20/06
EFFECTIVE	27/06
MIGRATI	30/06
ZETA INFORMATICA	30/06



Assessoria de imprensa para PMEs: cabe no orçamento e é vital para a estratégia

Gláucia Civa Kirch, diretora da Aceká Marketing Digital, agência de assessoria de imprensa do SEPRORGS



A percepção de que o serviço de assessoria de imprensa é necessário e possível somente para empresas de grande porte, com imagem consolidada no mercado, é comum. E errada. Investir em comunicação deve estar na estratégia de toda companhia que deseje construir uma presença sólida junto a seus públicos e crescer.

Pequenas e médias empresas precisam tanto da divulgação via imprensa quanto as maiores. Ou mais, afinal, tornar-se conhecido não é tarefa fácil e contar com profissionais treinados para construir, melhorar e manter a imagem na imprensa pode ser a mão na roda que o negócio precisa para conquistar visibilidade.

E credibilidade. A divulgação conquistada por divulgação editorial – aquela via notícia – passou pelo crivo do jornalista e do veículo, e o espectador sabe disso. Ao contrário da divulgação publicitária, em que a empresa paga para anunciar o que bem entender, a notícia não pode ser comprada – para conquistá-la, é preciso ter um assunto relevante a oferecer, com uma fonte confiável e dados atraentes. Tudo isso é recebido pelo público de forma informativa, não puramente comercial, e ajuda na criação da imagem da empresa.

Tornar-se referência em seu nicho de atuação, atrair potenciais compradores, chamar a atenção de parceiros e fornecedores, despertar o interesse de talentos. Tudo isso são resultados de um trabalho de comunicação bem feito.

E para que este trabalho tenha o sucesso esperado, é preciso haver entendimento entre as partes. A empresa, seja de que porte for, precisa enxergar na assessoria de imprensa um parceiro confiável ao qual entregar suas informações, e a assessoria precisa oferecer ao cliente uma estratégia adequada ao seu perfil específico. Contratos de escopo padrão não existem nesse nicho: cada cliente tem necessidades únicas, e precisa de uma agência capaz de entendê-las e atendê-las à risca.

Isso inclui o preço praticado. O que afugenta pequenas e médias empresas em relação à assessoria de comunicação é, muitas vezes, a certeza de um valor elevado, construída pela prática de grandes agências.

Os contratos de grande porte justificam os valores, porém é possível encontrar preços adequados à realidade das PMEs ou profissionais autônomos em agências adeptas do atendimento a estas contas, que contam com profissionais capacitados a adaptar escopo e atendimento, formatando uma proposta viável.

O importante é buscar o serviço. Para uma pequena empresa, uma startup, um MEI, investir em comunicação é peça chave da estratégia de crescimento. Construir uma boa imagem e manejá-la com habilidade, tornando-a um referencial, é essencial para tornar-se competitivo. E sabendo que há opções no mercado para atender a esta demanda sem causar um rombo no orçamento, procurar por elas não apenas inteligente: é certo.



AUMENTO DE PÚBLICO



Realizado bimestralmente, o Mesas TI é um evento de grande importância para o setor de TIC do RS. Ser um patrocinador do Mesas TI é uma forma de otimizar a divulgação da sua marca.

FAÇA PARTE DA PLATAFORMA DE NEGÓCIOS QUE MAIS CRESCE E OFERECE OPORTUNIDADES DE PROSPECÇÃO PARA SUA EMPRESA NA ÁREA DE TIC

PATROCINE O MESAS TI

Agende-se para os próximos
Mesas TI 2017:

29 de Setembro
01 de Dezembro

Saiba como:
comunicacao@seprorgs.org.br

SEPRORGs



O SEPRORGS agradece
aos patrocinadores do
Mesas TI de Junho.

Patrocínio Gold:



Patrocínio Silver:



Patrocínio Bronze:



**Obrigado pela confiança e apoio ao SEPRORGS
no primeiro evento Mesas TI do ano.**

Mesas TI 2017:

**29 de Setembro
01 de Dezembro**

