

RELATÓRIO

MISSÃO TÉCNICA

VALE DO SILÍCIO



Fecomércio SC
Sesc | Senac



MISSÃO TÉCNICA
VALE DO
SILÍCIO

RELATÓRIO MISSÃO TÉCNICA VALE DO SILÍCIO

EXPEDIENTE

SENAC – ADMINISTRAÇÃO REGIONAL EM SANTA CATARINA

PRESIDENTE DA FECOMÉRCIO/SC

BRUNO BREITHAUPT

DIRETOR REGIONAL DO SENAC/SC

RUDNEY RAULINO

DIRETORA DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA DO SENAC/SC

RENATA RUBIK MAESTRI

EQUIPE TÉCNICA SENAC

ANTÔNIO NAVALHO FILHO

FÁBIAN LUIZ MENDONÇA SOUZA

RESPONSÁVEL TÉCNICO DA MISSÃO TÉCNICA VALE DO SILÍCIO

THIAGO RAFAEL FERREIRA MARQUES

criação e diagramação

D/ARAÚJO COMUNICAÇÃO LTDA.

SUMÁRIO

4 PALAVRA DO DIRETOR

5 SENAC TI
MISSÃO TÉCNICA VALE DO SILÍCIO

VISITAS TÉCNICAS

6 AIRBNB

8 FLEX

10 GOOGLE

12 LINKEDIN

14 NASA AMES

16 NETFLIX

18 PLUG AND PLAY

20 QUIZLET

22 SANTA CLARA UNIVERSITY

24 UNIVERSIDADE DE STANFORD

25 TEKNOL

AUTONOMIA PARA GERAR NOVOS NEGÓCIOS

Trabalhar com liberdade e responsabilidade é uma das principais lições que nos ensina a Missão Técnica Vale do Silício. Estes são dois pilares fundamentais para a excelência do trabalho no maior polo de tecnologia e inovação do mundo. Inovar somente é possível a partir de novas práticas de gestão que possibilitam autonomia para o desenvolvimento das atividades.

Pelo segundo ano consecutivo no Vale do Silício, foi possível conhecer empresas e trocar experiências com executivos e colaboradores de organizações referência mundial quando o assunto é pioneirismo em processos de

gestão, soluções tecnológicas e cultura empreendedora. Durante cinco dias, oportunizamos fazer uma imersão no principal polo de tecnologia e inovação do mundo e importar conhecimento, iniciativas e práticas aplicáveis em negócios locais.

A Missão nos mostrou que a autonomia para o trabalho é a força motriz para que propósito e comprometimento habitem o mesmo espaço e gerem os resultados esperados num ecossistema de inovação. Também identificamos a importância e o valor da colaboração num polo de empresas e instituições que apoiam umas às outras, que compartilham ideias e experiências para resultados realmente práticos e efetivos.

O Senac trabalha para disseminar conhecimento e formar profissionais preparados para os desafios de um mercado de trabalho cada vez mais dinâmico e competitivo. Durante a Missão conhecemos experiências de educação de ponta, processos e ferramentas educacionais para entregar soluções mais eficientes em conhecimento.

Acreditamos na cooperação para gerar impacto a partir de novas soluções. Sabemos que para isso é necessário renovar nossas fontes de aprendizado e reflexão, correr riscos, e ter coragem para desconstruir paradigmas.

Educação é o que nos move. E por acreditar na importância desta para a criação e reorganização de espaços sociais é que o Senac reconhece a importância da Missão Técnica Vale do Silício para impactar pessoas com a modernização dos negócios locais.

Rudney Raulino
Diretor Regional do Senac/SC



SENAC TI

O Programa Senac TI é um programa de desenvolvimento corporativo estruturado a partir de pesquisas do mercado catarinense. Tem como objetivo central colaborar com o crescimento das empresas do segmento de Tecnologia da Informação por meio da profissionalização

de seus processos de gestão, ampliando a visão de seus gestores e colaboradores na busca por inovações e melhorias, discutindo novas técnicas, tendências e ferramentas de gestão aplicáveis ao cotidiano empresarial do segmento. O Programa Senac TI é uma

oportunidade única de avaliar e repensar as estratégias de gestão das empresas do segmento por meio de módulos sistêmicos compostos por workshops, palestras, cursos presenciais e a distância e, ainda, por meio de missões técnicas, como esta.

MISSÃO TÉCNICA VALE DO SILÍCIO

A Missão Técnica Vale do Silício é organizada pelo Senac em parceria com a Volée Viagens.

O objetivo da Missão é possibilitar aos empresários e gestores do segmento a oportunidade de conhecer a cultura do Vale do Silício, buscar fontes de investimento e programas de aceleração e criar vínculos e parcerias comerciais com empresas que são referência no Vale. A Missão possibilita compreender o motivo por trás da existência de tantas empresas

bilionárias estabelecidas ou criadas no Vale do Silício, proporcionando a chance de vivenciar *in loco* o ecossistema, suas oportunidades e a sua forma de pensar.

A Missão oferece aos participantes visitas técnicas orientadas em empresas, com foco em temas como: cultura empreendedora, educação empreendedora, negócios internacionais, aceleradoras e incubadoras e empresas de nicho. As visitas têm como objetivo a troca real de experiências de sucesso

na gestão de negócios inovadores, proporcionando o aprendizado de forma prática e vivencial. Também no programa da Missão, estão previstos jantares de negócios, em que os empresários e gestores têm a oportunidade de trocar informações e experiências com pessoas que conhecem profundamente a realidade do Vale do Silício, ligadas a grandes empresas, companhias de venture capital, universidades, agências de apoio, dentre outros.

AIRBNB

Inaugurada em 2008 em San Francisco, o Airbnb é pioneiro no negócio de “hospedagem colaborativa”. A plataforma que permite que os viajantes reservem quartos vagos privados e casas inteiras como uma alternativa aos hotéis tradicionais.

Após a reserva ser solicitada pelo usuário, que paga com cartão de crédito, ela é analisada pelo anfitrião. Uma vez aceita, o site pode reter o pagamento por até 24 horas após o check-in. O próprio anfitrião é quem define o preço, além dos critérios de seleção de hóspedes. Cerca de 80% de pessoas que se hospedam usando o site dão uma nota e escrevem resenha sobre seu anfitrião, incidência considerada alta pela companhia.

Os representantes da empresa defendem a troca de experiências culturais como a maior vantagem do Airbnb. Anunciar no site não tem custo, mas, de cada transação concretizada, o Airbnb recebe um percentual. Em 2015 a empresa já estava em 34 mil cidades em 190 países. Possui 1 milhão de listagens em sua plataforma e já acumulou 30 milhões de noites reservadas.

Na visita a sede do AirBnB em San Francisco, a comitiva teve a oportunidade de conhecer um pouco da história da empresa, bem como entender como funciona o dia a dia dos funcionários. Inicialmente, foi apresentada uma palestra sobre o desenvolvimento do negócio, seu histórico, e seu alcance hoje, dada por Loren, que faz parte da equipe de Relações Públicas da empresa. É interessante perceber que uma das

áreas mais importantes do AirBnB é a área jurídica, visto que dado o modelo de negócios inovador da empresa, algumas cidades possuem dificuldades legais em abarcar a atividade. O AirBnB também é um exemplo de empresa que visa entender profundamente seu consumidor, e oferecer experiências únicas: todos os hosts recebem de graça um serviço de fotografia profissional, de forma a melhorar a chance do lugar ser mais visualizado e alugado.

A comitiva teve a oportunidade de fazer um grande tour pela sede da empresa em San Francisco. Lá, puderam notar uma grande cultura de liberdade e descontração no ambiente. Todas as salas de reunião são réplicas de locais para alugar que estão disponíveis na plataforma ao redor do mundo, e todo o

ambiente é extremamente colorido, despojado e criativo. Uma das políticas mais diferentes da empresa é a possibilidade de os colaboradores poderem levar seus cães para o trabalho livremente. Todo este ambiente e políticas foram estabelecidas pelos criadores da empresa desde os primeiros dias da empresa, e elementos que relembram o passado da empresa podem ser vistos em vários pontos da decoração do escritório.

Por fim, uma curiosidade, a equipe do AirBnB soube que a comitiva vinha de Santa Catarina, e informou a quantidade de imóveis oferecidos na plataforma em tempo real. São mais de 4 milhões de imóveis no mundo, sendo 16 mil apenas em Santa Catarina.



FLEX

Com cerca de 200.000 funcionários, em mais de 100 localidades em 30 países, a Flex oferece soluções inovadoras de design, engenharia, fabricação, inspeção de cadeia de suprimentos em tempo real e serviços de logística para empresas de todos os tamanhos em várias indústrias e mercados finais.

A inovação colaborativa é a chave para o sucesso no mundo em rápida mutação de hoje. A Flex construiu um robusto ecossistema de parceiros de inovação, que inclui fabricantes de tecnologia, empresas em estágios iniciais, provedores de software e aplicativos, instituições de pesquisa, universidades e laboratórios de inovação.

A comitiva foi recebida pela Flex em seu enorme complexo industrial, e inicialmente um panorama geral da empresa foi apresentado. Até pouco

tempo, a Flex atuava somente com a manufatura de eletrônicos, mas buscando inovar, atualmente fazem toda a produção ponta à ponta - design, projeto, manufatura e comercialização. A empresa hoje apresenta um faturamento anual de 25 bilhões de dólares, e está presente em 30 países. Sua presença global tem por trás a execução de uma estratégia chave da Flex: eles estão onde o cliente precisar.

Após o panorama, a comitiva seguiu para visitar os laboratórios da Flex, onde os engenheiros buscam “prever” tecnologias futuras e se preparar para as demandas dos grandes clientes (como Samsung e Nike). Laboratórios que trabalham com tecnologias vestíveis, materiais condutores, Internet das Coisas, microsensoreamento e etc, foram apresentados em detalhes para os participantes.

Por fim, foi mostrado em detalhes o processo ponta a ponta feito com a Steam para a produção de um controle de videogame. A Flex trabalhou desde o design, até a montagem da fábrica e logística em parceria com a Steam. O resultado foi uma das fábricas mais automatizadas do mundo, onde 98% do processo é feito por robôs, e nenhuma mão humana toca o aparelho até chegar ao cliente. Um vídeo explicativo do processo pode ser visto em <https://www.youtube.com/watch?v=uCgnWqoP4MM>.



GOOGLE

Uma das empresas mais famosas do mundo, já adquiriu outras 165 empresas, famosa pela plataforma de anúncios. Fundada 1998, a Google Inc. é uma empresa multinacional de serviços online e software. O serviço de busca do Google na web é o serviço mais popular da companhia e é o site mais acessado do mundo.

O Google hospeda e desenvolve diversos serviços e produtos baseados na internet e a maior parte do lucro da empresa é obtido através de publicidade. Conta com aproximadamente 72.053 empregados (2016), e um valor de mercado em torno de US\$ 600 bilhões (2017).

Na visita ao complexo do Google, o Googleplex, a comitiva foi recebida por Alexandre, brasileiro que trabalho a alguns anos no Google, e recentemente foi transferido da sede de SP para os EUA.

Inicialmente a comitiva visitou as instalações da empresa e o Visitor Center do Google, onde está hospedado o museu da empresa. Peças históricas como os primeiros servidores da empresa, até o registro de momentos históricos, como a primeira webconferência utilizando o Google Hangout, estão expostas no museu.

Após o tour, Alexandre pode contar um pouco sobre o dia a dia da empresa, e traçar paralelos entre a operação brasileira e americana. Como funcionário do setor de produto, Alexandre descreveu sua rotina e quais as estratégias que o Google toma para lidar com o desenvolvimento de novos produtos.

O grande foco está em pontos essenciais da cultura da empresa, como o foco no usuário, o aprendizado através dos erros (falhar rápido, falhar várias vezes), a liberdade para os funcionários seguirem seus sonhos, e o compartilhamento. Em relação ao compartilhar,

Alexandre citou reuniões semanais que ocorrem em toda a empresa, de forma totalmente aberta. Por fim, foi perguntado o que Alexandre acredita que leva o Vale do Silício a ser o motor da inovação mundial, e sua resposta foi apenas uma: diversidade. Em um espaço democrático e globalizado, o Google (e também as outras empresas do Vale) trabalha com a visão de colaboração radical entre as mais diferentes visões de áreas e culturas, e isso que construiu o sucesso da empresa, e do Vale do Silício.



LINKEDIN

Formados pela tradicional Universidade de Stanford, no final da década de 90, Reid Hoffman e Konstantin Guericke, começaram a planejar sua própria rede profissional online.

E em dezembro de 2002, juntamente com Allen Blue, Eric Ly e Jean-Luc Vaillant, eles fundaram a LinkedIn.

Diferentemente das inúmeras redes sociais disponíveis no mercado o LinkedIn foi criado especialmente para relacionamentos profissionais como: encontrar um emprego, descobrir malas diretas e entrar em contato com possíveis parceiros de negócios.

Inicialmente os cinco fundadores convidaram 300 pessoas de sua lista de contato profissionais a participarem da nova rede social. No fim do primeiro

mês de operação, o LinkedIn já possuía mais de 4.500 membros, que utilizavam a rede para compartilhar informações, ideias e oportunidades.

Ao longo dos anos a rede social foi se adequando introduzindo melhorias como o Blog corporativo, com a possibilidade de inserir fotografia no perfil, o LinkedIn Answers que permite que usuários da rede troquem informações sobre assuntos de seu interesse e a loja online da marca. Lançou também novos produtos como o serviço para telefones móveis (LinkedIn Mobile), ferramentas especialmente voltadas para recrutadores e novos aplicativos.

Na visita ao LinkedIn, a comitiva foi recebida por Paulo, engenheiro de software da empresa, e Aline, que

trabalha no setor de tradução do software. Durante o bate papo, os participantes puderam conhecer mais sobre a história do LinkedIn, em especial sobre o crescimento exponencial que a empresa teve nos últimos anos, atingindo hoje um total de 450 milhões de clientes espalhados pelo mundo. Durante a conversa os participantes da missão tiveram a oportunidade de tirar dúvidas e entender o dia a dia dos colaboradores, o funcionamento da gestão da empresa, e quais foram e quais são os grandes desafios do LinkedIn como negócio.

Após a conversa, a comitiva seguiu para conhecer um pouco do enorme campus da empresa, sediada em Mountain View. Os participantes visitaram os espaços de convivência dos funcionários, que contam

com restaurantes, mesas de sinuca e ping pong, jogos eletrônicos, e diversos outros benefícios, que são utilizados pelos funcionários de forma livre e sem custos. Os participantes almoçaram no refeitório da empresa junto aos funcionários, onde puderam vivenciar um pouco do dia a dia da empresa e a estrutura excelente oferecida para os funcionários.

A comitiva teve a oportunidade de entender um pouco melhor como foi o processo de transição entre as fases de startup, até a venda para a Microsoft em 2016. Por fim, foi interessante entender o posicionamento da empresa, em especial, em relação a forma com que o LinkedIn acredita que as pessoas conseguem boas oportunidades de emprego: o que importa são suas conexões.



NASA AMES

Criada em 1939, a NASA Ames, recebeu o nome do físico e fundador Joseph Sweetman, e é uma das 10 instalações de campo da NASA. Localizado no coração do Vale do Silício, o centro de testes e de pesquisa, atua em diversas missões da NASA fornecendo tecnologia de ponta e desenvolvendo projetos e a criação de soluções para problemas da indústria aeroespacial. As tecnologias envolvem estudos como: biologia espacial, nanotecnologia, biotecnologia, sistemas de proteção a calor, tecnologia da informação e astrobiologia.

Inicialmente, a comitiva foi recebida por Scott, responsável pelo programa de visitação da NASA. Scott

guiou o grupo em uma visita ao campus, e logo na primeira exposição, apresentou a instalação mais antiga do campus, uma enorme estrutura de ferro onde, na década de 30, eram construídos os Zepelins para a guerra. Hoje, esta estrutura está sob o cuidado do Google.

Após o tour, os participantes da missão foram recebidos por David, Technology Transfer Office Chief, que apresentou as atividades executadas no laboratório aeronáutico NASA Research Park – local que fomenta a parceria entre academia, empresas privadas e organizações sem fins lucrativos, visando estimular a inovação e a educação em ciência e

desenvolvimento tecnológico para exploração espacial. O Research Park fornece um local físico para a inovação e empreendedorismo, e atualmente, mais de 70 empresas e universidades parceiras possuem instalações no campus. Também foram apresentados projetos de pesquisa que estão em execução no campus.

Na sequência o grupo teve a oportunidade de conversar com Ivan, brasileiro e um dos responsáveis pelos laboratórios de Microbiologia. Ivan tem estudado microrganismos extremos, com o intuito de subsidiar a Missão Espacial a Marte, prevista para os próximos 30 anos.

Observou-se na NASA a grande importância dada para as parcerias entre o capital público, o capital privado e as universidades, visto que na visão da agência, os grandes desafios que a exploração espacial apresenta não podem ser superados por apenas um

destes atores. A agência financia e desenvolve projetos extremamente inovadores, ambiciosos, e que visam prazos longos de aplicação, chegando a planejar ações de desenvolvimento dentro de uma perspectiva de 30 a 50 anos no futuro.



NETFLIX

Fundada em agosto de 1997 pelos empreendedores Reed Hastings e Marc Randolph na cidade de Scotts Valley, Vale do Silício, começou a operar oficialmente em abril de 1998, oferecendo venda e aluguel de filmes.

A Netflix resolveu mudar em 1999, quando adotou o sistema de assinaturas com aluguéis ilimitados, após receber uma injeção de US\$ 30 milhões feito por um grupo de investidores. o sucesso foi instantâneo, principalmente porque, ao contrário das locadoras tradicionais, a Netflix jamais usou a cobrança de multas por atraso, por exemplo, como uma fonte de receita. Além disso, a empresa locava uma série de filmes cuja demanda individual era pequena demais para enormes redes de locadoras.

Outro fator de sucesso era que no site da Netflix o cliente, além de poder acessar a ficha técnica e resenha de cada filme, também podia classificá-los através de notas e montar uma lista de favoritos. Nesta fase que a Netflix introduziu um novo serviço reinventou a empresa: assistir milhares de filmes e episódios de seriados na tela do computador, através do sistema de streaming, uma tecnologia que permite a transmissão instantânea de vídeos pela internet.

Os participantes da missão foram recebidos na sede da Netflix por Tony, que faz parte da equipe de Relações Públicas da empresa. Durante o bate papo, Tony contou em detalhes como funciona a gestão da empresa, em especial

em relação as premissas por trás da cultura estabelecida na Netflix. Toda a base de gestão e de desenvolvimento da plataforma é estruturada na confiança e na autonomia que a empresa dá para os funcionários, e a liberdade de trabalho é extrema, visando um ambiente altamente criativo e disruptivo. A empresa possui um mínimo de processos, e os engenheiros tem liberdade para iniciar um novo projeto a qualquer momento, sendo livres para tomar decisões em relação a escopo de trabalho e até a orçamento sem ter que passar por aprovações de gerentes ou diretores. Também não existem planos de carreira na empresa, visto que muitas vezes os engenheiros recebem salários maiores que os seus gerentes diretos.

Tony levou a equipe para um tour pelo campus do Netflix, mostrando salas de trabalho e reunião, ambientes comuns, laboratórios e etc. Durante a visita, vários detalhes do dia a dia da empresa foram sendo compartilhados com o grupo. Um exemplo é o processo de contratação da empresa. Todos que entram na empresa têm uma reunião de 30 minutos com Reed Hastings, o CEO da empresa e podem perguntar qualquer coisa para ele. Ainda sobre Reed, foi informado ao grupo que este não tem uma sala, e trabalha nas diferentes mesas coletivas espalhadas pelo campus. São estes detalhes e outros (como não existir política de férias) foram pensados para oferecer aos funcionários um ambiente com o máximo de autonomia e liberdade possível.



PLUG AND PLAY

Uma das mais bem sucedidas aceleradoras do Vale, desde 2006 já ajudou a captar mais de 1,6 bilhões de dólares em Venture Capital para startups. A Plug and Play é uma empresa com infraestrutura de co-working que tem um programa de aceleração situado no Vale, e tem como objetivo oferecer as startups selecionadas acesso a uma rede imensa de outras startups, investidores, mentores, universidades e etc. A partir de eventos especializados da indústria de redes, educação e programas de imersão, a Plug and Play tem tudo o que as startups de tecnologia precisam para se organizar, conectar e crescer.

Durante a visita a Plug and Play, fomos recebidos por Yael, diretora de operações internacionais da empresa. Inicialmente, foi realizado um tour pelas instalações da aceleradora, oportunizando os participantes a conhecer in loco como é o dia a dia das startups lá estabelecidas.

Enquanto a equipe realizava o tour, foi contada a história da Plug and Play, que começou com Saeed, que alugou um grande espaço para sua loja de tapetes. Depois de um tempo, dois jovens pediram para Saeed um espaço dentro do seu grande galpão para começar sua startup. Este então sublocou uma sala para esta startup de duas pessoas, que se chamava Google. Neste ambiente, Saeed viu o Google passar de 2 para 50 funcionários e sair do prédio para uma sala maior. Com esta vivência, o fundador teve a certeza que ajudar empresas nascentes a se estabelecer era um grande negócio, e assim fundou a Plug and Play.

Yael reforçou a importância das parcerias com as empresas privadas da região, visto que a aceleradora tem como um dos focos principais o processo de aquisição de startups por empresas grandes. Um exemplo citado deste processo foi do PayPal,

empresa de pagamentos online que foi adquirida pela EBay, e que foi acelerada pela Plug and Play. O processo de aquisição de startups é tão comum que as grandes empresas do setor pagam anualmente uma taxa para terem acesso a estrutura e aos projetos que lá estão sendo desenvolvidos.

Uma experiência muito enriquecedora foi o acompanhamento de uma sessão de pitches para investidores. Muito comum no Vale do Silício, empreendedores de startups apresentam em poucos minutos (em geral de 3 a 5) sua empresa nascente para investidores de risco (venture capital) e investidores anjo, buscando financiamento para escalar seus negócios. A sessão de pitch contou com 11 startups (neste dia, com foco em Fintechs e criptomoedas) apresentando seus negócios, para um grupo de 9 investidores.



QUIZLET

A Quizlet é uma ferramenta de aprendizagem online criada por Andrew Sutherland. Foi originalmente concebida em outubro de 2005 e divulgada ao público em janeiro de 2007. A Quizlet treina estudantes através de uma metodologia própria, que utiliza quiz e jogos como base. A partir de novembro de 2015, a Quizlet alcançou mais de 100 milhões de conjuntos de atividades

gerados por usuários e mais de 40 milhões de visitantes mensais. Atualmente, está entre os 50 melhores sites nos EUA. Em 2016, o Quizlet foi reconhecido pela SimilarWeb como o site de educação dos EUA de mais rápido crescimento em 2015.

A comitiva foi recebida por Maninder, gerente de operações internacionais da empresa. Inicialmente a história da empresa foi contada, e impressiona os números que a Quizlet atingiu de forma quase totalmente orgânica (sem investimento externo): hoje são mais de 25 milhões de usuários na plataforma, que já foi traduzida para 18 idiomas, inclusive para o Português. Maninder explicou a estratégia de expansão da Quizlet para o mercado global, e se

mostrou muito interessado na visão dos participantes da missão sobre a educação Brasileira, visto que o Brasil é o país que mais cresce na plataforma.

Após um longo bate-papo sobre tecnologias educacionais, a comitiva teve a oportunidade de testar em tempo real a plataforma, realizando uma de suas atividades disponíveis para o português. A dinâmica da ferramenta é competitiva, mas ao mesmo tempo extremamente colaborativa, e foi muito bem aceita pelos integrantes da comitiva.

Por fim, foi mostrada a importância do que é chamado “Wisdom of the crowd” no processo de seleção de conteúdo. Como o conteúdo da plataforma é criado via crowdsourcing

(muitas pessoas criando livremente conteúdo para a plataforma), a qualidade do que é postado na plataforma foi questionada por um dos participantes. Maninder explicou o que seria a Wisdom of the Crowd (sabedoria das massas): a Quizlet supõe que se um conteúdo é de baixa qualidade, poucas pessoas vão consumir e/ou “curtir”. Caso um conteúdo tenha poucas curtidas ou visualizações, ele é jogado para baixo na relevância da plataforma, sendo que os conteúdos que possuem grande acesso são mostrados em destaque para o usuário (sistema similar ao YouTube). Esse sistema garante um balanceamento natural da qualidade do conteúdo.



SANTA CLARA UNIVERSITY

Localizada a 40 quilômetros a sul de San Francisco, no Vale do Silício da Califórnia, a Universidade de Santa Clara oferece rigorosos currículos de graduação nas áreas de artes, ciências, negócios e engenharia. Possui profissionais reconhecidos a nível internacional em negócios, direito, engenharia, ministérios pastorais, psicologia de aconselhamento, educação e teologia.

Fundada em 1851 pela Sociedade de Jesus como “Faculdade de Santa Clara”, a SCU é a mais antiga instituição de ensino superior operativa da Califórnia. A universidade atende 8,8 mil alunos e se baseia em mais de 450 anos da tradição jesuíta de educar para o serviço e a liderança.

Durante a visita na universidade, a comitiva foi recebida pela equipe responsável pelos programas

de graduação e MBAs. Durante o bate papo, foi apresentado o histórico e a forma de trabalhar da universidade, que é extremamente focada em gerar mão de obra qualificada para as empresas do Vale do Silício. Durante as aulas, especialmente de MBA, são debatidos casos reais das empresas, com foco também no aprendizado peer to peer, ou seja, entre os próprios alunos da turma.

A universidade tem parceria com empresas como Google e Facebook, que estão constantemente trazendo pessoas para interagir com os alunos da escola, visando contribuir para o processo educacional, mas também dar os primeiros passos para uma possível contratação de um aluno destaque.

O grupo fez um grande tour pelo campus da universidade,

conhecendo dos laboratórios, até a biblioteca, que ganhou um prêmio nacional como biblioteca mais moderna dos EUA. Um sistema totalmente automatizado dispensa as tradicionais prateleiras. Os alunos procuram via computador os livros, e robôs vão até um galpão que estão armazenadas todas as obras, buscando o material requisitado e trazendo pro aluno em poucos minutos.

Por fim, foi debatido as diferenças da Santa Clara e das outras universidades na região do Vale, como Stanford, Berkeley, etc. A grande diferença de Santa Clara para as outras universidades da região, de acordo com a equipe, é propósito. Como uma universidade jesuíta, seu lema “compaixão, competência e consciência” permeia intensamente o dia a dia dos estudantes, professores e corpo técnico.



UNIVERSIDADE DE STANFORD

Universidade tradicional fundada em 1891 pelo ex-governador e senador da Califórnia Leland Stanford e por sua esposa, Jane Lathrop Stanford, recebeu esse nome em homenagem ao filho do casal, que havia morrido anos antes. Formou muitos empreendedores bem-sucedidos, como por exemplo Larry Page (Google) e David Packard (HP), e é considerada uma das cinco universidades americanas de maior prestígio do mundo. Stanford se destaca por atrair as mentes mais criativas e por impulsionar a criação de dezenas de startups (novas empresas) de tecnologia a cada ano. A universidade, aliás, é uma das mães da internet. Na década de 1970, era uma das quatro instituições americanas ligadas

ao sistema ARPANET, considerado o precursor da internet. Não é só com inovação e tecnologia que a universidade se importa, mas também com esportes de alto rendimento, tornando-se mundialmente conhecida pelo apoio a diversas modalidades.

A visita a universidade foi iniciada com uma apresentação de Thomas Black, responsável pelas áreas de certificação e matrícula da universidade. Black demonstrou a visão da universidade em relação a como o mercado deve receber as informações dos alunos. O debate foi em torno especialmente do diploma e grade curricular. Black deixou claro que o mercado ainda não enxerga quais são as capacidades

e competências reais do aluno a partir simplesmente do diploma e da grade curricular do curso que o aluno cursou. A universidade tem feito um grande esforço em torno desta modernização, tendo criado um modelo de diploma totalmente digital, que inclui além das notas e matérias que o aluno cursou, suas principais competências e habilidades.

Black também demonstrou para o grupo uma iniciativa global para unificar os diplomas de graduação e pós do mundo todo, criando uma rede de certificação muito mais segura e prática do que os atuais diplomas em papel. Hoje, a universidade consegue em tempo real acessar todas as informações e notas dos

alunos direto das bases de dados das universidades cadastradas nesta rede, aumenta a velocidade e a confiabilidade do processo de seleção. Infelizmente ainda não existe nenhuma universidade brasileira inserida nesta rede.

Por fim, o grupo teve a oportunidade de conhecer a excelente estrutura de Stanford, desde os prédios de salas de aula, até os ambientes comuns que os alunos tem acesso. Black também comentou que é muito comum ocorrer o que eles chamam de depressão pós-Stanford, visto que os alunos passam 4 anos morando nas dependências da universidade, e após a formatura, sentem falta de toda a estrutura espetacular que a universidade oferece.

TEKNOL

A Teknol é uma empresa de tecnologia de ponta para educação, com uma visão para tornar a entrega de conhecimento mais eficiente. Sua força principal é o desenvolvimento de conteúdo, a tecnologia de ponta, a compreensão do setor educacional e uma equipe de indivíduos apaixonados, colaborando para resolver problemas do mundo real na educação.

A Teknol é apaixonada por fazer mudanças impactantes, oferecendo soluções inovadoras em segmentos-chave de Aprendizagem e Tecnologia através do nosso currículo proprietário, tecnologia e domínio do conhecimento,

proporcionando um serviço mais eficiente e padronizado em escala.

A comitiva foi recebida por Rahul, CEO da empresa, na sede do consulado americano em San José, e a conversa foi focada no projeto de incubação que a empresa está promovendo no Vale do Silício. A história da empresa foi abordada, e Rahul traçou vários paralelos de sua realidade como imigrante de uma país em desenvolvimento, como o Brasil. Indiano, o CEO iniciou sua empresa em seu país de origem, mas foi para o Vale do Silício em busca de conexões e oportunidades que apenas um ecossistema muito desenvolvido pode trazer.

A incubadora visa focar um trabalho de apoio para empresas que estão buscando alocação no Vale do Silício, e que precisam do suporte que Rahul precisou quando foi a primeira vez para os EUA. Rahul também comentou dos vários projetos que a incubadora executa com os jovens. Nestes programas, adolescentes ficam 2 semanas imersos no Vale do Silício, fazem projetos, participam de sessões de mentoria e interagem com outros adolescentes do Vale em trabalhos coletivos que os fazem aprender com a troca.





**SAVE
THE
DATE**

SETEMBRO DE 2018



sc.senac.br

 sc.senac.br/blog

 [/SenacSC](https://www.facebook.com/SenacSC)

 [/SenacSC](https://twitter.com/SenacSC)

 [/company/senac-sc](https://www.linkedin.com/company/senac-sc)