

Negócio\$ & Oportunidade\$

Publicação da Nobre Empreendimentos
Núcleo de Editoração e Prospeção
Ano 1 - Número 003 - Janeiro/Fevereiro 2013

RORAIMA

Distribuição Dirigida - Venda Proibida

2012



FIM DO MUNDO ADIADO

Ignorando muitas profecias, o mundo
não acabou. 2013 está aí. O que fazer?



Pesquisa

Bases sólidas para o planejamento
das organizações.

Pag. 11

Entrevista da Edição
WILLIAM CALDAS
Motivação e Excelência

Pag. 7



Canal 23



AMAZON SAT RORAIMA

“O canal que é a cara e a voz da Amazônia!”



fb.com/jornalismoamazonasat

O sinal digital chega a Boa Vista, e você já pode assistir a **TV Roraima em Alta Definição.**



Um dos benefícios da TV Digital é a mobilidade. Novos meios de recepção móveis podem ser utilizados, como as tv's portáteis, celulares que suportam essa tecnologia, computadores utilizando um conversor próprio...

Com esses aparelhos, você poderá receber o sinal no carro, no ônibus e até na lancha!*



Você não precisa ter que escolher entre assistir a seu programa favorito ou sair de casa. A TV Roraima Digital agora acompanha você em todo lugar.

TV Roraima na era digital.

* Desde que esteja dentro da área de cobertura.



Sumário

Negócio\$
& Oportunidade\$

Ano I | Nº 003 | Janeiro/Fevereiro 2013



- 07** Entrevista da Edição - William Caldas
O mercado não tem mais espaço para medianos, ou você é bom ou...



- 11** Pesquisar pra quê?
Uma ferramenta gerencial indispensável.



- 32** Matéria da Capa
O fim do mundo foi adiado



- 43** Destaque
Empresa roraimense é premiada nacionalmente

- 47** Eventos Corporativos
As empresas estão cada vez mais atentas a importância da capacitação continuada

- 51** Idiomas e Mercado
A necessidade de um segundo e até um terceiro idioma



E mais...

- Concorrência
- Gastronomia
- Gestão Criativa
- Entrevista de Emprego
- Amazon Sat
- Dicas de Saúde
- Dicas de Leitura
- Descontra(r)indo



O mundo não acabou. E agora?

Chegamos a nossa terceira edição e graças a Deus a revista está nas ruas, cheia de conteúdo e de muita motivação para os leitores. Enquanto muitos estavam falando do final do mundo e alguns até levando a sério essa situação, nós da Negócios e Oportunidades nos preocupamos em mostrar ao mercado uma máxima que é atual sempre: "Enquanto uns choram, outros sorriem ganhando dinheiro com a venda de lenços". Em Roraima, sabemos do momento crucial por que passa a economia local, mas só reclamar de nada adiantará, temos que buscar alternativas viáveis de fazer mais com menos, ter a consciência que vivemos em um mercado cada vez mais complexo em função da dependência do poder público, mas sabemos também que caso esse modelo não seja alterado, para muitos o FIM está cada vez mais perto. Porém, queremos deixar claro que se depender da força de vontade do empresariado local, esse FIM jamais chegará.

Boa leitura.

Weber Negreiros Junior
Coordenador do Projeto Negócios & Oportunidades

A palavra de nossos leitores

Esse espaço é destinado às críticas e sugestões dos leitores, como também suas percepções



"Nos sentimos muito honrados em poder assinar a página de Dicas de Saúde da revista e passar informações antes tão distantes do público e que representam uma ajuda inestimável para a saúde pública de nossa população. Informação nunca será demais".

Geraldo Ticianelli
Laboratório Santa Maria - Boa Vista - RR

"Parabéns a equipe da Design Consulting que colocou mais um projeto vitorioso nas ruas e me sinto orgulhoso de ter sido o primeiro cliente dessa empresa assim que chegou em Roraima. Como o nome da revista, acredito que temos um mundo de negócios e oportunidades a explorar em Roraima".

Antônio Bentes
Livreria Saber - Boa Vista - RR

"Fórmula vencedora da Revista Negócios e Oportunidades, já que conseguiu aliar conteúdo a uma linguagem simples sem que perdesse a qualidade da informação e a facilidade de assimilação por parte do leitor. Outro ponto que merece destaque é o projeto gráfico que segue os padrões mais modernos de design existentes em publicações com essas características. Como empresário considero que hoje, estamos bem servidos em matéria de publicação local voltada para a iniciativa privada. Parabéns Design por mais essa iniciativa".

Fabiano Freire
Iconix Ns4 Eventos Corporativos - São Paulo - SP

"Estive no lançamento da revista e realmente presenciei a confirmação de que tudo que haviam prometido em relação a esse periódico era a mais pura verdade. Por esse motivo quero congratular-me com a Design pela coragem e ousadia de oferecer conhecimento a um mercado em expansão".

Luiz Brito
Grupo Empresarial LB - Boa Vista - RR

"Um periódico que agrega muito conhecimento e valor as ações do empresariado local, representando fonte inesgotável de informação com qualidade e dando uma visão mais ampla das tendências mundiais, passando pela visão do Brasil até chegar aos mínimos detalhes da nossa realidade Amazônica".

Vanessa Brandão
Gerente de Jornalismo AMAZON SAT RR

Mande sua crítica, sugestão, artigo, sugestão de pauta. Ajude nossa equipe a fazer a Revista que você quer para a sua empresa e para o seu mercado.

nobrerr@hotmail.com

Negócio\$
& Oportunidade\$

Direção
Rita Nobre
Responsabilidade Técnica
Nobre Empreendimentos
Coordenação do Projeto
Weber Negreiros
Revisão
Eliene Travassos

Projeto Gráfico
Núcleo de Editoração
Produção Fotográfica
Alan Lobo
Produção Gráfica
Gráfica FORBRAS
Tiragem
2.000 exemplares

Fale Conosco
nobrerr@hotmail.com
E-mail Direção
rita_nobre@hotmail.com
Telefones do Setor Comercial
95 3624 3948
95 8111 1003
95 8118 6554

Nova
RANGER



**SEU MUNDO VAI FICAR
AINDA MAIOR EM 2013**

EcoSport



FORD SALOMÃO
95 3224 5073



Cinto de segurança salva vidas

O mercado não tem mais espaço para os medianos, ou você é bom ou perderá o bonde da história

Formado em Comunicação Social, bacharel em Relações Públicas. Extensão em Gestão do Conhecimento pela Fundação Getúlio Vargas. Coautor de 8 livros, autor de 5 DVDs (gravados no Brasil e no exterior). Nos últimos 5 anos esteve em 521 eventos, em 26 estados brasileiros.

Na terceira edição da **Revista Negócio\$ e Oportunidade\$** entrevistamos o palestrante **William Caldas**, Relações Públicas, consultor, escritor e que tem como principal atividade levar a motivação para todos os cantos do mundo. É considerado um dos melhores palestrantes do Brasil e destaca-se pela forma arrojada como se apresenta tanto ao vivo como pelos seus vídeos promocionais.

William Caldas voltou a Roraima pela terceira vez, já se considera um roraimense e abrilhantou o evento **VENDER MAIS RORAIMA: Como vender mais em tempos de crise**. Este gênio da motivação recebeu **Negócio\$ e Oportunidade\$** e concedeu esta entrevista que com certeza deixará o leitor motivado.

Você é considerado pelo público como um palestrante que contagia a platéia com suas explicações. Você credita a que esse sucesso de suas palestras?

Quando alguém sai de casa ou do trabalho e vai assistir uma palestra, eu imagino que ela queira um misto de informações atualizadas, casos interessantes, entretenimento e um roteiro lógico, ou seja, que a palestra tenha princípio, meio e fim. Todos os casos mencionados (engraçados ou não), dinâmicas e



William Caldas: Todas as pessoas têm que se motivar, ou melhor ter motivos para viver

conteúdo são fiéis ao tema. As dinâmicas são distribuídas estrategicamente ao longo da palestra de maneira que o público entenda as tendências de mercado e bem como se interesse pelo tema de forma agradável. Eu creditaria o sucesso das palestras a esse planejamento do roteiro. Cuido das palestras como quem cuida de uma peça de teatro. Tudo deve ser pensado, obviamente conto com uma parte de improviso que dá o tom de humor e que as pessoas gostam bastante.

Seu foco sempre é em motivação e excelência. Para você qual a fórmula do sucesso profissional e onde se encaixa a motivação e o resultado profissional?

Meu foco de trabalho sempre está ligado a vendas e atendimento. A motivação vem como pano de fundo das palestras. Acredito que a busca pelo conhecimento é um alvo constante para quem quer o chamado sucesso profissional. Motivação se dá através dos "motivos". Para quem está observando o mercado de trabalho,

Entrevista da Edição

WILLIAM CALDAS

motivos é o que não falta. O resultado do amor ao trabalho somado à atualização constante, leva o profissional ao resultado que ele tanto espera.

O mercado é cada vez mais competitivo e, portanto sofre mudanças cada vez mais rápidas. O mercado busca profissionais rápidos, ágeis ou estrategistas?

Com certeza um pouco de tudo (agilidade e estratégia). Ser rápido hoje significa "pensar para ontem". Ser estrategista significa não desconsiderar todo e qualquer planejamento. A diferença é que antigamente muitos erraram não "mexendo" na estratégia ao longo do tempo. Correções de curso devem ser avaliadas ao longo do período. Afinal de contas, o problema pode não estar com o vento, mas em quem ajusta a vela.

Qual a sua expectativa em relação ao Brasil de hoje e suas potencialidades que aos poucos vem se transformando em realidade?

Eu acredito muito num movimento (ainda que lento em determinadas regiões) voltado para a qualidade nas empresas. Entendo que vivemos algumas revoluções simultâneas. A primeira delas é a falta de profissionais preparados para exercer o trabalho. Isso abre espaço para empresas de treinamentos, e sobretudo, aumenta a responsabilidade das organizações no que tange o preparo constante das equipes. Outra revolução é que estamos com um verdadeiro apagão na prestação de serviços. O segmento de serviços é um dos que mais emprega no Brasil, porém, não é o que mais está preocupado (a meu ver) com

... O trabalho é um presente de Deus. Toda mudança acontece através das pessoas, acredite nelas. ...

a qualidade do atendimento. Isso vai de profissional liberal, passa por profissionais da iniciativa privada e o setor público. Ainda associam atendimento a "fazer um favor ao cliente". E é o cliente quem paga o nosso salário. O Brasil é um grande campo aberto de oportunidades, temos o mundo focando investimentos aqui e não existe lugar melhor para quem quer empreender nesse momento. Eu acredito no Brasil e quero cooperar para que essa "mudança" aconteça de forma qualitativa.

Amazônia é uma marca reconhecida mundialmente. O que você faria para que essa marca chegasse mais longe e agregasse valor ao seu povo?

Uma marca forte como a do "pulmão do mundo" será cada vez mais valorizada através de projetos sólidos e de longo prazo. Existem a meu ver pelo menos dois deveres de casa. O dever de casa "interno" seria preparar cada vez mais o mercado local para o turismo. Tudo que for profissional e de excelente qualidade, enaltecer, dar publicidade. Tudo que for amador e que não coopera para o valor da marca, deve ser orientado, repensado. Por exemplo, eu moro em Minas Gerais e percebo que as pessoas daqui poderiam ser mais estimuladas a conhecerem a Amazônia. Quando vamos às agências de turismo, existe timidez no estímulo das equipes de vendas para que conheçamos a



Mudanças nascem nas pessoas por isso é importante acreditar e estar atento a elas

Entrevista da Edição

WILLIAM CALDAS

Amazônia. O dever de casa "externo" seria criar programas mais agressivos no que tange o marketing da Amazônia ao redor do mundo. Quando estamos no exterior, um dos símbolos que mais as pessoas perguntam no Brasil é sobre a Amazônia. Conheço países que não possuem as atrações naturais que a Amazônia possui, mas que atraem milhares de turistas (do próprio país inclusive) através de projetos de marketing e atendimento que pensam 20 a 50 anos à frente do seu tempo.

Qual a mensagem que você teria para superação de crises e de obstáculos?

Percebam as oportunidades que a maioria não está percebendo. Quando existe preguiça, zona de conforto e falta de iniciativa, a

A zona de conforto pode representar a sua acomodação e o mercado não aceita quem não seja afeito a desafios e a busca constante pela excelência.

O mundo tá cheio de profissionais medianos e não queira se somar a eles. Seja melhor sempre.

criatividade fica inibida. Temos inúmeros exemplos de profissionais, empresas e países que aprenderam na crise novas formas de planejamento e execução. Obstáculos são importantes para entendermos que estamos em uma competição eterna em termos mercadológicos. Agilidade e conhecimento são duas palavras que podem mudar o rumo das ações e consequentemente superar resultados. Jamais aceite a zona de conforto como a chegada de suas vidas, ela pode representar a sua acomodação e o mercado não aceita quem não seja afeito a desafios e a busca constante pela excelência. O mundo tá cheio de profissionais medianos e não queira se somar a eles. Seja melhor sempre.

ALGUMAS DICAS SOBRE VENDAS DE WILLIAM CALDAS

MOTIVAÇÃO PARA EQUIPE DE VENDAS

- Um time treinado tende a ser mais motivado;
- Líderes preparados compreendem as virtudes e fraquezas do time;
- Metas claras e desafiadoras, motivam mais;
- Chefes que não acompanham sua equipe no dia a dia, desmotivam o time;
- Empresas que não fazem marketing desmotivam seus times;
- Fazer marketing é diferente de vender, saiba porque campanhas de vendas mexem com a cabeça das equipes de vendas;
- Conhecer os sonhos individuais da sua equipe ajuda na auto estima de todos.



ETAPAS VITAIS DE UMA VENDA

- Pré Venda: Preparação, treinamento, conhecimento sobre o mercado e meta;
- Abordagem: em lojas, nas visitas a clientes, saber o que falar com os clientes;
- Sondagem: Clientes possuem mais que necessidades, fazer perguntas para sondar, características versus benefícios, diferença entre preço e valor;
- Negociação: Fruto de treinamento constante, quem fala demais, concede demais, ouça seu cliente e métodos de associação;
- Fechamento: Atitude pró ativa, lembrar de meta, é você vendedor quem conduz a venda;
- Pós Venda: No passado era saber se o cliente gostou, hoje é vender mais para os mesmos clientes.

CONFORTO E CHARME

NO CORAÇÃO DE BOA VISTA



APARTAMENTOS COM
AR CONDICIONADO
FRIGOBAR
INTERNET WIRELESS



RESTAURANTE
ÁREA DE LAZER COM
PISCINA E BAR



SALÃO DE EVENTOS
SALÃO DE CONVÊNCÕES
SALAS DE REUNIÕES



Praça do Centro Cívico, 974 – Centro
CEP: 69.301-380 Boa Vista – RR
Tel. (095) 3212-0800 / (95)-8117-0788 e Fax (095) 3224-4116
E-mail: eventos@aipanaplaza.com.br
Site: aipanaplaza.com.br



Aipana Plaza Hotel



Pesquisar pra quê?

As organizações começam a admitir que no mundo globalizado, trabalhar no escuro é uma ótima forma de sair de um lugar rumo a lugar nenhum. Nesse contexto as pesquisas, sejam elas qualitativas ou quantitativas surgem como ótimas ferramentas gerenciais.

O mercado que ignora pesquisa, esquece dos rumos que deve tomar. Todos os setores da sociedade são fontes inesgotáveis de informação e devem ser avaliados de forma precisa. No mundo das pesquisas as avaliações e análises devem passar bem distante do "coração", pois pesquisa deve ser analisada com os olhos do mercado e o mercado não tem coração. A frieza com que empresas entram e saem do mercado tem uma explicação lógica. É que elas estavam de costas para o mercado e ignoraram seus clientes.

As pesquisas nada mais são que mecanismos, seguem uma metodologia pré definida, que transformam dados em informações que analisadas viram fonte inesgotável de apoio gerencial para as organizações.

A pesquisa se aplica as mais diversas áreas empresariais, desde o estudo para o lançamento de um produto, serviço ou marca até mesmo para avaliação de implementação de grandes empreendimentos em determinados locais. É importante observar que na elaboração da pesquisa, os aspectos metodológicos

são fundamentais, pois a partir deles é que se construirá o instrumento de coleta que aglutinará os dados a serem transformados em informações que se cruzaram com o objetivo final do processo. É comum encontrar erros graves de metodologia, como por exemplo, ignorar particularidades regionais e de um povo no momento da coleta, ou mesmo o PIB de um Estado quando se observa apenas pela média e não se leva em consideração a concentração de riquezas o que pode levar a uma análise equivocada de resultados.

Em Roraima, as pessoas costumam dizer que uma gripe no resto do Brasil é sentida como uma grande pneumonia no Estado, isso graças a economia girar basicamente sobre os recursos do poder público. Essa variável é fator determinante em qualquer pesquisa, haja vista a necessidade da máquina está funcionando na mais perfeita harmonia para garantir a circulação de recursos na economia, quando isso deixa de acontecer todos os demais atores do processo começam a ser prejudicados, gerando o efeito dominó que atinge os setores da

indústria, comércio e serviços. Aliado a tudo isso, temos um funcionalismo público com alto grau de endividamento por empréstimos consignados, comprometendo e reduzindo ainda mais o dinheiro que circula no mercado. Vocês devem se perguntar para que serve essa análise e em que momento entra na elaboração da pesquisa? É muito simples, toda pesquisa precisa de um ponto de partida, o que pode determinar a necessidade ou não da pesquisa. No caso dos dados referentes ao momento que Roraima vive, em uma análise mais crítica, determinam facilmente a conclusão que o mercado não representa um grande atrativo para investidores, em especial no setor do comércio varejista.

A seguir relacionaremos algumas considerações importantes sobre Pesquisas, classificação, contratação e demais informações pertinentes a elaboração de um instrumento de coleta funcional.

Quem pode contratar uma pesquisa?

Qualquer empresa, seja ela

Drogaria Dinâmica

Um novo conceito em Drogaria

Medicamentos com preços Especiais

Cosméticos e Perfumarias

Armarinho e Miudezas

Teste de Glicemia

Aferição de Pressão Arterial

Recarga de Celular

Assistência Farmacêutica

Aceitamos Cartões de Crédito e Débito



Disque Entrega

95 3626 9843

Avenida Centenário, 1094
Cinturão Verde - Boa Vista - Roraima

pública ou privada e em alguns casos onde o interesse é de um determinado segmento da economia, sugere-se a procura de uma instituição representativa da classe que possua verbas para esse tipo de atividade ou mesmo reunir um grupo e ratear o custo para minimizar o impacto do desembolso.

Quem faz pesquisa?

Hoje muitas pessoas se oferecem como pesquisadores ou mesmo apresentam resultados como forma de conquistar clientes. É importante que na hora da contratação de uma pesquisa, seja informado sobre o corpo técnico da equipe que coordena os trabalhos de campo, como estatístico, sociólogo, analista de mercado, entre outros, além de um quadro de pesquisadores qualificados de acordo com o objeto da pesquisa.

Qual o custo de uma pesquisa?

Precisar valores é leviano, pois pesquisa é um produto/serviço de caráter intangível e está ligado diretamente a complexidade, amostragem, logística, amplitude e tudo que determine a montagem da planilha de custos. A pesquisa jamais poderá ser vista pelo empresário

como um custo e sim como um investimento com retorno garantido, desde que observe os resultados, assimile as críticas e ponha em prática as recomendações.

Quais as pesquisas mais encomendadas no mundo empresarial?

A pesquisa de marketing e opinião é a mais utilizada pelas empresas, pois nela você mensurará todos os ambientes (internos e externos) e identifica os cenários para investimento (ameaças e oportunidades), porém é uma das pesquisas de maior complexidade de análise, pois envolve o mix de marketing, análise de comportamento, ciclo de produtos, percepção, posicionamento e tudo que diga respeito ao desempenho do produto e/ou serviço ainda não lançado no mercado e que definirá se o mesmo entrará em processo de produção ou aguardará o momento mais oportuno para uma nova tentativa.

Quantos tipos de pesquisa existem?

No meio acadêmico são inúmeros nomes dados as pesquisas, porém essa quantidade está sob o guarda chuva das pesquisas qualitativas e quantitativas que se



O desafio da pesquisa é olhar o macro e identificar o micro, ou seja, não esquecer os detalhes



Nas pesquisas números são muito mais do que simples dados, podem definir o seu futuro.

entrelaçam na construção do instrumento de coleta e definem um maior ou menor alcance e conseqüentemente o seu grau de complexidade.

As pesquisas podem ser classificadas de acordo com seus objetivos ou com seu delineamento (desenho da pesquisa). De acordo com os seus objetivos classificam-se como exploratórias, descritivas ou explicativas.

Quais os pontos fundamentais que devem ser levados em consideração na elaboração de uma pesquisa?

Como regra básica deve-se definir no primeiro momento o objetivo da pesquisa, ou seja o que se quer com os resultados tabulados. Em seguida identificar a amostra e caracterizá-la de acordo com o objetivo, definindo uma amostra que possa garantir maior exatidão do resultado. Essa identificação deverá ser confirmada nas questões iniciais do questionário que identificam nome, endereço, contatos e o perfil sócio econômico do entrevistado. Ao longo do instrumento de coleta deve-se buscar informações que seja confirmadas através de outras perguntas no mesmo questionário, sendo uma ferramenta de confirmação da qualidade de aplicação do questionário. Ao final da coleta, durante a tabulação deverá existir um controle de qualidade aguçado que poderá ter a conferência de até 20% dos questionários aplicados. No

surgimento de qualquer dúvida sobre algum preenchimento o supervisor de área deverá ser encaminhado para confirmação ou não desse instrumento. Um cuidado tomado pelos profissionais de pesquisa é evitar que o instrumento de coleta se torne cansativo para o entrevistado e pela extensão acabe tirando o foco do entrevistador. Esses são apenas alguns cuidados que devem ser tomados durante todo o processo de pesquisa.

Quais os erros mais comuns que ocorrem nas pesquisas de mercado?

O grande erro nasce na falta de planejamento da pesquisa. As empresas de pesquisa devem exaurir o cliente sobre informações pertinentes ao objeto da pesquisa, sendo necessário uma entrevista com o cliente para identificação de expectativas, grau de conhecimento do problema, nível de comprometimento com a solução e grau de abertura para recebimento de críticas e sugestões. Além disso é importante que a empresa de pesquisa tenha conhecimento sobre o mercado em que realizará a pesquisa, correndo o risco de recair no erro de não identificação correta do problema.

Jamais esqueça que pior do que a falta de informação é a informação sem qualidade e que gera o descrédito.



NOSSA INDÚSTRIA DE COMUNICAÇÃO VISUAL EM RORAIMA

**LETREIROS
PLACAS
FAIXAS
FACHADAS
LUMINOSOS
E TOTENS**

**LETRAS EM ALTO RELEVO
AÇO ESCOVADO, ACRILICO,
MDF, PVC**

**ADESIVOS, BANNERS
IMPRESSÃO EM LONA
ENVELOPAMENTO DE FROTAS
CRIAÇÃO DE LOGOMARCAS,
PERSONAGENS E PROJETOS
GRÁFICOS**

www.publicolor-rr.com.br

O mundo das pesquisas em Roraima

Boa Vista é uma das capitais brasileiras com maior número de engenheiros publicitários proporcionalmente. No entanto, a má qualidade e a fuga das normas reguladoras põem em risco a peça publicitária e a segurança de pedestres e motoristas.

A utilização de pesquisas como balizador de decisões ou mesmo como ferramenta de gestão ainda é pouco difundido em Roraima. As pesquisas no Estado são vistas como algo desnecessário e que segundo alguns empresários não refletem a realidade do mercado. Vale salientar que essa visão não contribui para a formação de uma visão mais sistêmica e crítica sobre o cenário local, pois as pesquisas quando bem analisadas representam uma ferramenta ímpar na orientação e na tomada de decisões. Parte dessa percepção em relação as pesquisas, está na forma como elas são elaboradas, ou seja, como se constrói o instrumento de

coleta para que se atinja os objetivos desejados.

A metodologia deve ser prioridade, tanto quanto os resultados que se quer mensurar. O mercado roraimense tem algumas pesquisas realizadas pelo SEBRAE, Sistema Fecomércio, Sistema Indústria e demais instituições de fomento ao empreendedorismo que merecem atenção especial, porém a leitura de uma pesquisa não deve ser feita na base da emoção, é necessário habilidade técnica que transforme o resultado da pesquisa em ferramenta gerencial. Temos vários exemplos de pesquisas que podem nos dar informações que sem uma análise

mais criteriosa nos reporte a conclusões equivocadas. Por exemplo, o estudo de viabilidade econômica de um empreendimento a ser instalado em Roraima, não pode levar em consideração apenas o PIB do Estado sem que haja a avaliação do grau de concentração de riquezas, pois a média pode não representar a situação real do Estado. Essa avaliação deve ser levado em consideração sempre, seja no momento do lançamento de um novo produto, ou mesmo de um grande empreendimento, evitando com isso que por um erro de análise os esforços concentrados acabem sendo em vão e comprometam a cadeia envolvida no empreendimento.



Seu bem cuidado por quem conhece

 Seguro de Automóveis/Caminhões

 Seguro de Máquinas Pesadas

 Seguro Empresarial



 Seguro de Vida

 Seguro Residencial

 Seguro Garantia

Av. Ene Garcez, 656 - Centro (Praça das Águas) - CEP 69301-160 - Telefone: (95) 3623-7600

Fax: (95) 3623-5916 - Celulares: (95) 9114 7988 - 99717535

Site: www.sabiosegueros.com.br - Email: sabio@sabiosegueros.com.br - Boa Vista-RR



Ano novo...

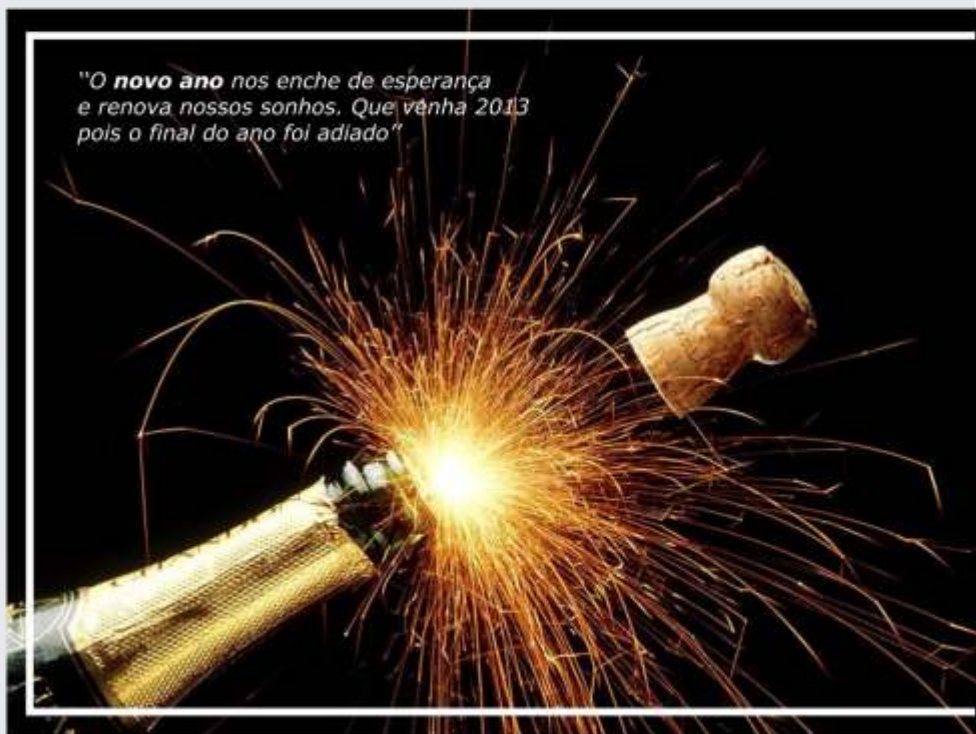
A esperança é renovada todos os anos, as pessoas e as empresas fazem do final do ano um momento de reflexão e a chegada do novo ano gera muitas expectativas.

Por: Weber Nogueiras Junior
E-mail: webernogueiras@hotmail.com

Todos os anos vemos as mesmas coisas. Um final de ano para reunir amigos, familiares, repensar o futuro, redimensionar sonhos e falar em bom tom ANO QUE VEM VAI SER MELHOR. Mas se todo o fim de ano é desse jeito o que muda a cada ano novo que chega? E porque sempre chegamos ao final do ano adiando projetos e missões? Parece um paradoxo, mas nós somos afeitos a desafios e a chegada de algo novo trás consigo novos e grandes desafios. Enquanto muitos estavam falando do final do mundo, muitos outros estavam vendo as oportunidades que isso poderia gerar, como foi o caso das festas projetadas para o dia 21 de dezembro sobre e embaixo da terra. Ano novo, novo ano, festas e confraternizações tudo isso pode representar o momento que precisamos para projetar o certo e aprender com o errado. 2012 com certeza não foi o melhor ano para muitas pessoas e empresas, tivemos um ano de retração, onde a criatividade do brasileiro foi posta a prova e o mundo todo viu gigantes da economia ruindo sem saber o que fazer. O Brasil continua sendo a bola da vez, afinal de contas quem tem um povo como o nosso sempre será a bola da vez, só que dessa vez, alguns sinais estão sendo dados de forma diferente. Somos sim, um

País melhor, com menos pobreza, mas ainda com um desvio de conduta ética de fazer vergonha a muitas quadrilhas especializadas. Continuamos a ser o país do jeitinho e não das soluções, continuamos a crescer mesmo que a corrupção

potência mundial de fato e não simplesmente da tal potencialidade ou de um mero país emergente. Estamos começando um ano com muita esperança e sonhos, com um povo que não desiste nunca de seus sonhos, que se motiva a cada novo



"O novo ano nos enche de esperança e renova nossos sonhos. Que venha 2013 pois o final do ano foi adiado"

leve grande fatia de algo que poderia estar muito melhor. Vocês devem esta perguntando, então o que temos para comemorar? É simples, se com tudo isso que coloquei pra vocês ainda estamos crescendo, é porque nem a roubalheira tira o traçado do destino do Brasil de tornar-se um

dia. 2013 chega trazendo consigo uma carga muito forte de positividade, que de esperança se transformará em realizações para um povo, para uma cidade, para um Estado, para um País e para todo mundo que acredita que o Brasil é feito de gente que sabe FAZER e FAZ bem feito.



Concorrência

Nada melhor do que o surgimento de novos empreendimentos no mercado para despertar o empresários para a importância de melhorar sempre em prol dos clientes.

Todas as pessoas, desde o nascimento, participam de algum tipo de concorrência: crianças competindo por brinquedos e atenção dos mais velhos; adolescentes competindo por amizades e amores; adultos competindo por dinheiro e status, entre outros. E na empresa não é diferente, desde o início de suas operações a empresa enfrenta algum tipo de concorrência no mercado.

A competição, ou se preferir concorrência, é a força motriz do mercado e da economia. É o incentivo que as empresas têm para buscarem melhorias para seus produtos; redução nos custos e nos preços; e inovações.

A concorrência existe quando é possível encontrar 2 ou mais produtos/serviços substitutos próximos, isto é, produtos que podem ser substituídos por outros sem afetar totalmente a vontade do consumidor. Os ofertantes atuam de forma independente com o intuito de atingir seus principais objetivos: vender mais, aumentar o market share e lucrar. Para isso as empresas utilizam-se de alguns recursos como: preço, qualidade, agilidade, localização, diferenciação,

dentre outros.

O mercado pode existir de 4 formas distintas, algumas com concorrência acirrada e outras nem tanto. Para distinguir os 4 tipos de mercado levamos em conta a quantidade de players no mercado e seus níveis de diferenciação.

Para facilitar a leitura do conteúdo, iremos listar estes 4 tipos para que você escolha qual deseja ler.

Concorrência Perfeita

Neste tipo de mercado, quando no equilíbrio, no curto prazo o

número de players é fixo (embora alguns concorrentes possam parar a produção temporariamente), e no longo prazo o número de players pode ser alterado, para conseguir voltar ao equilíbrio.

Há vários concorrentes oferecendo o mesmo produto e/ou serviço, com preços praticamente iguais (por exemplo commodities).

A entrada e saída no mercado é livre, sem fortes restrições, isto é, não há barreiras legais que impeçam novos players de entrarem na competição.



Há transparência de mercado. Custos, preços e lucros de cada empresa são de conhecimento geral.

Não há intervenção do Estado, o mercado é regulado através da Lei de Oferta e Demanda. Tanto vendedores, como compradores são considerados price-takers (tomadores de preço), ou seja, não possuem forças individuais o suficiente para fazerem alterações no comportamento do mercado, como por exemplo alterar o preço praticado ou volume de produção. O nível de produção é otimizado, isto é, produz apenas o necessário para atender a demanda dos consumidores.

No equilíbrio de longo prazo não há incentivos para novos entrantes, visto que não é percebido lucros anormais, acima da média do mercado, que fogem aos padrões.

A competição por preços neste mercado é feroz, fazendo com que todos os preços converjam para um mesmo patamar (sempre tendendo aos custos marginais). Caso uma empresa cobre 1 centavo a mais por um produto, ela imediatamente deixará de vendê-lo; caso cobre 1 centavo a menos ela sacrificaria sua receita desnecessariamente, pois essa mudança não fará com que o mercado mude.

Por mais que existam mercados que se aproximem deste tipo de concorrência (por exemplo: metais), considero a concorrência perfeita uma utopia. A economia capitalista atual não permite que o "mercado perfeito" exista.

Concorrência Monopolista

Edward Chamberlin em 1933 criou este termo para descrever mercados com duas características principais:

Existem muitos fornecedores (ofertantes). E quando um desses vendedores faz um leve corte nos seus preços, as outras firmas perdem

apenas uma quantidade pequena de vendas, portanto não necessariamente irão abaixar seus preços para acompanhar o movimento de apenas 1 concorrente. Isso nos faz concluir que neste mercado os players não são price-takers (tomadores de preços).

Cada vendedor comercializa um produto diferenciado. Os produtos são substitutos, mas não perfeitos, pois possuem características próprias e individuais. Os consumidores irão escolher qual produto comprar não apenas pelo fator preço, mas também por outros fatores como localização por exemplo. Se o ofertante aumentar o preço de seu produto, não necessariamente perderá seus clientes, caso o produto possua algum fator diferenciador que compense (para o cliente) este aumento no preço.

Neste mercado não há barreiras de entrada e saída. No longo prazo, caso o mercado se mostre lucrativo, acima da média, haverá novos entrantes, que irão equilibrar novamente o mercado.

A diferenciação dos produtos e/ou serviços podem ser de dois tipos:

Diferenciação vertical: Acontece quando o produto é abertamente pior ou melhor do que o do concorrente. Quando nota-se facilmente diferenças de qualidade por exemplo.

Diferenciação horizontal: ocorre quando apenas uma pequena parcela de consumidores prefere um produto ao invés de outro, desde que os preços sejam os mesmos. Este é o caso da localização da loja; caso esteja mais perto do consumidor ele irá preferir este produto ao invés do que está mais longe, simplesmente pela comodidade, mesmo que tenha um preço levemente maior. O consumidor calcula o custo benefício de cada produto e seus atributos.

A diferenciação dos produtos implica que os preços sejam fixados acima dos custos marginais, segundo a

Nossa missão é fazer de
seus momentos de trabalho
e lazer momentos especiais
e agradáveis



- Centrais de Ar Condicionado
- Geladeiras
- Assistência Técnica
- Bebedouros
- Fogões

REFRIGERAÇÃO J.R
Uma Casa de Amigos

teoria de precificação ótima. Se os preços forem altos o suficiente para serem maiores que os custos médios, as empresas terão lucros econômicos positivos. Estes lucros incentivarão a entrada de novos players, que não encontrarão barreiras. A entrada destes novos concorrentes irá reduzir os preços do mercado, pois a competição se tornou mais acirrada, e o market share de cada empresa também será menor; isso acontecerá até que os lucros econômicos sejam iguais a zero, trazendo o mercado novamente ao equilíbrio.

Monopólio

O Monopólio é caracterizado pela existência de apenas 1 empresa no mercado, oferecendo certo produto. Caso o monopólio não seja regularizado, o monopolista irá praticar preços abusivos; não irá ter necessidade de fazer investimentos em publicidade e atendimento, assim como em melhorias do produto.

O economista Frank Fisher define o poder do monopólio como sendo: "a capacidade de agir irrestritamente".

Caso uma empresa enfrente pouca ou nenhuma concorrência em um mercado de insumos(matérias primas por exemplo), ela é considerada monopsonista. O modo de analisar o monopolista é bem semelhante ao monopsonista.

Um monopolista possui uma curva de demanda descendente, isto é, se aumentar os preços, as vendas caem. Este ponto é verídico apenas se o produto/serviço não for de suma importância para o consumidor, pois neste caso ele pagaria "qualquer" valor pelo item.

Quando toma decisões, não leva em conta as reações das outras firmas. O preço será estabelecido com o intuito de ter a receita da última unidade vendida igual ao custo marginal de produzir.

O monopólio apenas continuará existindo caso haja barreiras rígidas de entrada, como por exemplo, altíssimos custos para começar uma produção; caso contrário outras empresas ficarão tentadas a entrar no mercado por causa dos grandes lucros conseguidos pelo monopolista. Com isso, este mercado será transformado, provavelmente, em um oligopólio, ou até mesmo em casos mais extremos, em uma concorrência perfeita.

Uma empresa com retornos crescentes de escala em quantidades suficientemente grandes é considerada como sendo um monopolista natural.

Se um grupo de empresas se unir para agir como monopolistas, dividindo o mercado, combinando preços e dividindo os lucros, elas são consideradas parte de um Cartel, e essa prática não é permitida por lei. O cartel geralmente ocorre em mercados oligopolísticos.

Oligopólio

O Oligopólio é um tipo de concorrência imperfeita e ocorre quando:

a) As firmas não são price-takers (tomadores de preço); isto é, cada uma define o preço que irá praticar pelos seus produtos ou serviços.

b) Cada empresa age estrategicamente, levando em consideração as reações prováveis de seus concorrentes em relação à sua decisão tomada.

c) O preço não é o único fator de decisão para o consumidor, que também considera pontos como: qualidade, serviço pós venda, localização, imagem e outros.

Nos oligopólios, as firmas terão lucros econômicos positivos no longo prazo apenas se houver barreiras de entrada de novos players. Caso contrário, o cenário positivo de mercado irá atrair mais empresas para esta concorrência, fazendo com que o mercado volte ao equilíbrio.

O oligopólio puro é formado por algumas empresas que produzem essencialmente a mesma commodity(cana-de-açúcar por exemplo). Essas empresas não conseguem cobrar preços mais caros do que já estão sendo praticados no mercado. O único jeito de conseguir vantagem neste caso é com a redução de custos.

O oligopólio diferenciado é formado por empresas que produzem produtos parcialmente diferenciados em termos de qualidade, atributos, estilos ou serviços. Cada player busca a liderança em um desses fatores, para atrair o cliente e cobrar um preço premium por este atributo.



A concorrência no mercado local

Boa Vista vem passando por uma revolução silenciosa. As empresas começaram a identificar que não existirá sustentabilidade enquanto não se olhar e cuidar do maior patrimônio que uma organização possui que é o seu **CLIENTE**.

A concorrência em Roraima é algo que ganhou força tem pouco tempo. O cliente sempre foi tratado como alguém que estava se dirigindo a loja para passar por um verdadeiro calvário, onde seus desejos e necessidades eram tratados como algo que não merecia a mínima importância. Com a chegada das franquias, surgimento de empresários com visão mais ampla de mercado, o que era para ser tratado como obrigação, passou a ser diferencial competitivo, isso mesmo, as pessoas começaram a ver no atendimento uma grande revolução no mercado local, fato esse que tem seu lado positivo, mas abre um lado preocupante do

nosso mercado. Quando obrigações são tratadas como diferenciais é porque algo errado está ocorrendo no processo de relacionamento com o cliente. Atendimento é regra básica, como um bom layout de loja, uma equipe bem preparada e um mix de produtos de acordo com as reais necessidades do mercado em que a empresa atua. Não é mais admissível que empresas que pararam no tempo continuem a ocupar espaço de quem enxerga o mercado de forma clara, positiva e otimista. A concorrência serve para alegrar o mercado, abrir os olhos dos empresários e oferecer uma gama de produtos que agucem o interesse de clientes que deixaram de

lado o básico para se especializar em pedir sempre mais, onde preço é sim, uma variável importante, mas o valor agregado é mais percebido a cada novo dia e pode representar o sucesso ou fracasso da organização.

Nunca esqueça que o cliente é peça fundamental da sua organização e eles não estão presentes apenas fora dos seus muros, mas muito presentes dentro da sua loja, de sua casa e observando cada passo dado e como você trata seu maior patrimônio, o **CLIENTE**.

Esta matéria contou com o apoio da Equipe do **BLOG DO EMPRESÁRIO**.

5 anos



A loja de tecnologia mais completa de Boa Vista!



FARMAVITA

Símbolo de Saúde em Boa Vista

-  Mais de 6 mil itens com preços diferenciados
-  Os melhores preços do mercado de Roraima
-  Cartão que oferece descontos para todos os clientes
-  Benefício estendido para convênio e Disk Vita

Loja 01
Bairro dos Estados

Avenida Amazonas, 126
Bairro dos Estados - CEP 69 305 670
Boa Vista - Roraima

Loja 2
Bairro Liberdade

Avenida General Ataíde Teive
Bairro Liberdade - CEP 69 309 000
Boa Vista - Roraima



Disk Vita
3623 6060



www.farmavitarr.com.br





Guia Gastronômico

A ABRASEL lançou no mercado roraimense o Guia Gastronômico 2012 mostrando a evolução do setor e a apresentação de empresas que vem despontando pela qualidade e criatividade em seus negócios

Um guia prático e funcional é como a ABRASEL Roraima definiu a edição do Guia Gastronômico 2012, que foi recentemente apresentado ao mercado roraimense, fazendo parte de um conjunto de ações que visam dinamizar a atuação da associação e de seus associados.

A ABRASEL tem sete anos de atuação no mercado de Roraima, desenvolvendo projetos que integrem empresários do setor de bares e restaurantes, dando aos mesmos a oportunidade de ter acesso as tendências de mercado, conhecimentos sobre gestão, atendimento e a importância da qualidade do setor de alimentação fora do lar.

O setor cresceu muito nos últimos anos. O aumento do número de filiados foi a prova disso que reverteu em forma de geração de mais empregos e melhoria da qualidade dos produtos e serviços ofertados pelo segmento.

A alimentação fora do lar continua sendo o segmento da economia que mais cresce no mundo e gera mais empregos no Brasil. Vale

destacar que esse crescimento não é apenas em números relativos, a cozinha made in Brasil ganha espaço entre os paladares mais exigentes em todo mundo, despontando como uma opção de qualidade nas mesas e encontros gastronômicos.

Mesmo que “todos tenham que comer em algum lugar”, é necessário que os estabelecimentos se preocupem com a qualidade dos seus produtos e estejam sempre atentos com a melhoria contínua dos serviços.

Roraima ainda tem muitos problemas

que entravam o setor como: falta de mão de obra o que gera a alta rotatividade de empregados no setor, falta de ingredientes e insumos, entre outros fatores que precisam de um estudo que vai desde a política de compras até a solução de problemas de logística.

A ABRASEL busca o fortalecimento por meio da união para vencer as barreiras e qualificar mais o setor.

O Guia de Bares e Restaurantes da ABRASEL RR, está na sua quarta edição. Ele tornou-se uma



A ABRASEL defende o sabor aliado a qualidade em todo o processo.

referência como roteiro de gastronomia, entretenimento e turismo de Roraima.

A publicação é direcionada principalmente aos turistas que aportam no estado, mas também serve aos boa-vistenses, que podem utilizá-lo como guia para escolher aonde comer bem, com o selo da ABRASEL Roraima, certeza de qualidade nos serviços e produtos. Além de tudo isso, o leitor ainda vai encontrar informações turísticas sobre a capital de Roraima, sugestões de cardápios, preços, formas de pagamento e até infraestrutura do estabelecimento filiado, além de um mapa para localização geral das informações.

O ano de 2012 foi um ano de muitas conquistas para a associação em Roraima, além do aumento de associados, aconteceram eventos como a Feira de Gastronomia realizada junto ao SEBRAE e diversos cursos que incrementaram a capacidade de

gestão dos associados. Com a chegada do novo ano, a ABRASEL prepara-se para a sucessão em sua presidência, fato esse que se dá seguindo o estatuto da instituição.

Para a ex-Presidente da ABRASEL RORAIMA, Rita de Cássia Nobre, que ficou a frente da associação no último mandato, iniciativas como essa só são possíveis graças a participação efetiva dos associados, que mesmo diante de todos os problemas que permeiam a economia local, não mediram esforços para ajudar a construir cada página do

guia, mas também tornar a associação um instituição que goze do respeito e da credibilidade da sociedade. "O bom gestor é aquele que passa despercebido, onde as informações são colhidas juntos aos nossos parceiros para balizar nossas decisões. Sucesso é saber gerir com a equipe e ter habilidade em transformar diferenças em formas positivas e criativas de melhorar sempre e isso tenho certeza que todos os associados fizeram ao longo de toda a história da ABRASEL", finalizou Rita Nobre.



abraseL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Rita de Cássia Nobre ao encerrar seu mandato frente a ABRASEL destaca a importância da união dos associados para que os resultados continuem acontecendo e a associação cresça cada vez mais no conceito da sociedade roraimense e seja uma referência na gastronomia do extremo norte do Brasil.



Ambiente
agradável

Cardápio
completo

Experiências
inesquecíveis

CAFÉ EXPRESSO

O CAFÉ QUE CADA VEZ MAIS
CONQUISTA O PALADAR DE BOA VISTA
Avenida Ville Roy, 5023 - São Pedro - Boa Vista - Roraima



Gestão Criativa

Gestão Criativa, Endomarketing e a Sinergia Organizacional surgem como um desafio de um novo modelo de ver as empresas, as pessoas, os resultados mas acima de tudo a integração entre as partes.

A gestão criativa, inovação e gestão de ideias são conceitos novos e atualmente utilizados como modelos alternativos de gerenciamento de grandes empresas. São ferramentas estratégicas de endomarketing, motivação e ações de incentivo largamente praticadas no meio organizacional e tem como objetivo envolver os responsáveis por projetos e todos os envolvidos nos processos internos através da sinergia e do trabalho em equipe para se atingir resultados satisfatórios.

A gestão criativa está intimamente ligada ao planejamento de comunicação interna e endomarketing direcionados para a gestão de pessoas, recursos, processos e negócios. A utilização dessas ferramentas potencializa as ações para a melhoria contínua das organizações, o desenvolvimento profissional e pessoal do indivíduo.

Como e por que utilizar a gestão criativa no meio corporativo e organizacional? A comunicação interna, campanhas e eventos quando utilizados como ferramenta de endomarketing e marketing de incentivo atingem resultados práticos

e para isso requer planejamento prévio, captação de fornecedores de qualidade e estratégias. É preciso criar condições favoráveis para o sucesso do planejamento oferecendo ideias inovadoras e viáveis compatíveis com os níveis de exigências e necessidades reais.

Os agentes criativos - os colaboradores, líderes ou consultores devem trabalhar em sintonia com os gestores internos respeitando a visão global, objetivos e metas pré-definidas.

O desenvolvimento criativo atende e impacta diretamente nos



As boas ideias só surgem quando as pessoas se sentem parte do processo e não como meros coadjuvantes.

projetos, programas, campanhas, eventos de uma organização e deverão ter o foco na real necessidade da empresa e embasados nos índices, pesquisas e demais dados que a empresa possua.

Os meios para se aplicar a gestão criativa são: metodologia e linguagem didática, descontraída e interativa para a conscientização dos temas que terão como missão despertar e conscientizar o público alvo, fixando melhor os conceitos e valores através da abordagem de comportamentos, posturas, atitudes, vivências e a rotina diária do público alvo no trabalho e na sociedade para que eles se identifiquem com as ações.

A gestão criativa e os eventos corporativos exigem em sua concepção e execução de 4 ações essenciais:

1 - Planejamento e programação – Prever verba antecipadamente,

logística, agendamento e ter sempre em mãos planos b, c, d, e, f;

2 - Desenvolvimento do briefing criativo – Equipe motivada, sensibilizada com a estratégia e visão global do evento e do projeto;

3 - Planejamento integrado de comunicação e produção – criar

campanha do evento com todas as forças de comunicação e mídias adequadas ao público;

4 - Captação e qualificação de fornecedores – buscar fornecedores com conhecimento e experiência no mercado, se possível indicações para garantir a qualidade do evento.



As boas ideias não ficam apenas na sua mente, hoje ganham proporções mundiais e que representam um mundo de oportunidades para os novos negócios.



Faça-nos uma visita



Aqui o seu sonho ganha forma...

Financiamentos:

CAIXA



10x
sem juros



Ornamental

Pedras Decorativas

Os melhores preços da cidade



Pedra Mineira



Ardósia



Pastilhas



Canjiquinhas



Seixo Branco



Pedras Coloridas



Lascas de Madeira



Limitador de Grama

Avenida Ville Roy - São Vicente - 3624 7272



Entrevista de Emprego

Muitos candidatos não sabem que jogam fora uma grande oportunidade de emprego pela falta de atenção aos cenários corporativos e se comportam como se estivessem em festas.

Erros crassos, como aparecer numa entrevista de emprego de chinela, minisaia, grandes decotes, peitos a mostra ou atender o celular numa reunião com o presidente da empresa, não são mais tão raros. Mais graves são as pequenas falhas e omissões. Em contrapartida, enviar os sinais adequados e comportar-se da maneira apropriada aumentam as chances de se conseguir um emprego.

O difícil é não haver um único conjunto de regras. Há determinados padrões de cortesia que se aplicam em todos os casos, mas o seu êxito pode depender da cultura da empresa e das preferências de quem está realizando o processo seletivo.

Quando Susan Hodas, da NERA Economic Consulting, faz entrevistas de emprego, dá tanta importância ao facto de o candidato encaixar na cultura da empresa como ao nível de experiência para o cargo, mas identifica outras preferências. Por exemplo: "[Os homens] devem vir de fato", diz ela.

Hodas procura também uma atitude confiante, mas não demasiado

informal: pessoas capazes de enunciar bem o que dizem e de comunicar com clareza. Em geral, pessoas que são "confiantes, mas que não exageram ou não se enalteçam demais".

E diz que aplica também aos candidatos o teste do aeroporto: "Será que eu gostaria de estar presa com esta pessoa num aeroporto durante 12 horas se o meu voo fosse adiado?"

Sermos iguais a nós próprios - uma versão formal, educada, atenciosa de nós próprios - é o melhor comportamento durante as entrevistas. Dito isto, há certas coisas que se pode fazer para ganhar vantagem.

Deve sempre investigar a empresa na internet e estar preparado para dar exemplos específicos de como a sua experiência é relevante para o cargo. E ser capaz de descrever tão concretamente quanto possível em que é que o seu contributo foi importante nos seus anteriores empregos.

Faça perguntas. Ah, e faça perguntas, diz David Santos, diretor de

Recursos Humanos da Interbrand. Não fazer perguntas revela falta de interesse e de preparação, diz.

Certifique-se de que as suas perguntas demonstram conhecimento da empresa e interesse em contribuir para o seu êxito. É surpreendente o número de pessoas que se centram em si próprias e não na empresa, diz Annie Shanklin Jones, responsável pelo recrutamento da IBM nos EUA.

Tente encontrar pontos de contacto com o entrevistador para se destacar, diz Shanklin Jones. Pode ser que tenha frequentado a mesma escola ou que seja adepto da mesma equipa desportiva, acrescenta. Procure modos de referir as pessoas que conhece na empresa.

E se não tiver nenhuma dessas vantagens? Shanklin Jones diz que um candidato a uma posição em Vendas lhe enviou, após a primeira entrevista, um ficheiro em que enumerava as suas certificações de software e demonstrava que tinha excedido as quotas de vendas, trimestre após trimestre. O ficheiro foi

o fator decisivo a favor desse candidato.

Paralelo ao emprego, é possível que seja chamado para entrevistas sucessivas. O modo como prepara cada uma é crucial. Não fazer qualquer tipo de follow-up mostra falta de interesse.

David Santos diz que fica bem impressionado com respostas rápidas via email que mostrem não só que o candidato ouviu atentamente o entrevistador, mas também em que este refira nomes de pessoas que conhece na empresa e em que reafirme a sua experiência de trabalho e o seu conhecimento da empresa.

Como todas as empresas e responsáveis de recrutamento são diferentes, chegar ao fim do processo de entrevistas pode parecer uma travessia na corda bamba. Mas a cortesia mais elementar, o bom senso, a investigação e a intuição podem contribuir muito para o levar em segurança até ao outro lado.

AS 12 PERGUNTAS MAIS FREQUENTES EM UMA ENTREVISTA

1. Fale sobre si.

Esta pergunta é quase obrigatória em uma entrevista de emprego e deverá ser muito bem praticada para uma resposta sucinta, direta e, acima de tudo, que valorize o seu perfil profissional.

2. Quais são seus objetivos a curto prazo? E a longo prazo?

Seja específico e tente aproximar, de alguma forma, os seus objetivos aos da própria empresa. Respostas como "ganhar bem" ou "aposentar-se" são totalmente proibidas.

3. O que o levou a enviar o seu curriculum a esta empresa?

Aproveite esta deixa para demonstrar

que fez o seu "trabalho de casa" e fale sobre a atividade da empresa e a forma como o posicionamento desta a torna uma empresa de elevado interesse para qualquer profissional. Naturalmente, para responder a esta pergunta, é preciso fazer previamente uma pesquisa sobre a empresa. Vá ao site institucional, faça pesquisas usando mecanismos de busca, leia revistas da especialidade e converse com pessoas que trabalham ou já trabalharam lá.

4. Qual foi a decisão mais difícil que tomou até hoje?

O que é pretendido com esta questão, é que os candidatos sejam capazes de identificar uma situação em que tenham sido confrontados com um problema ou dúvida, e que tenham sido capazes de analisar alternativas e consequências e decidir da melhor forma.

5. O que procura num emprego?

As hipóteses de respostas são várias: desenvolvimento profissional e pessoal, desafios, envolvimento, participação num projeto ou organização de sucesso, contribuição

para o sucesso da sua empresa, etc.

6. Você é capaz de trabalhar sob pressão e com prazos definidos?

Um "não" a esta pergunta pode destruir por completo as suas hipóteses de ser o candidato escolhido, demonstre-se capaz de trabalhar por prazos e dê exemplos de situações vividas em trabalhos anteriores.

7. Dê-nos um motivo para o escolhermos em vez dos outros candidatos.

Esta é sempre uma das perguntas mais complicadas mas o que se espera é que o candidato saiba "vender" o seu produto. Isto é, deverá focar-se nas suas capacidades e valorizar o seu perfil como o mais adequado para aquela função e a forma como poderá trazer benefícios e lucros para a empresa.

8. O que você faz no seu tempo livre?

Seja sincero, mas sobretudo lembre-se que os seus hobbies e ocupações demonstram não só a capacidade de gerir o seu tempo, preocupações com o seu desenvolvimento pessoal e facilidade no relacionamento



Um dos cuidados que deve ser tomado são a forma como se vestir e alguns pré-conceitos que existem em relação a tatuagens ou mesmo outros elementos que figurem no corpo, como por exemplo: piercings.

interpessoal.

9. Quais são as suas maiores qualidades?

Aponte aquelas características universalmente relacionadas com um bom profissional: proatividade, empenho, responsabilidade, entusiasmo, criatividade, persistência, dedicação, iniciativa, e competência.

10. E pontos negativos/defeitos?

Naturalmente que a resposta não poderá ser muito negativa, pois serão poucas as hipóteses para um profissional que diga ser desorganizado, desmotivado ou pouco cumpridor dos seus horários.

Assim, o truque é responder partindo daquilo que normalmente é considerado uma qualidade mas agravando-o de forma a parecer um "defeito". Ou seja, exigente demais, perfeccionista, muito auto-crítico, persistente demais,

etc.

11. Que avaliação faz da sua última (ou atual) experiência profissional?

Não se queixe e, em caso algum, critique a empresa e respectivos colaboradores. Diga sempre alguma coisa positiva, ou o ambiente de trabalho ou o produto/serviço da empresa. Se começar a apontar defeitos ao seu emprego anterior correrá o risco de o entrevistador achar que o mesmo pode acontecer no futuro relativamente aquela empresa.

12. Até hoje, quais foram as experiências profissionais que lhe deram maior satisfação?

Seja qual for a sua escolha, justifique bem os motivos. Tente mencionar as mais recentes e que sejam mais adequadas aos seus objetivos profissionais.



Controlar e-mails pessoais na organização ajuda no processo

A visão das melhores marcas



Receituário
óptico

Rua Coronel Pinto, 416 - Centro - 3621 3600

Ótica Agora é Assim!

Dicas de Leituras Empreendedoras

Mais dicas de leituras voltadas para o mundo business, com dicas e sinopses de livros e periódicos.



Esta obra aborda a história econômica do país, da hiperinflação ao plano Real, passando pelos congelamentos, planos que não passavam de um verão e o confisco do governo Collor, e procura mostrar como os brasileiros podem ter sofrido até a estabilização da moeda.

A SAGA BRASILEIRA

Formato: Livro - 230 x 160 mm

Autor: Miriam Leitão

Editora: RECORD

Edição: 1

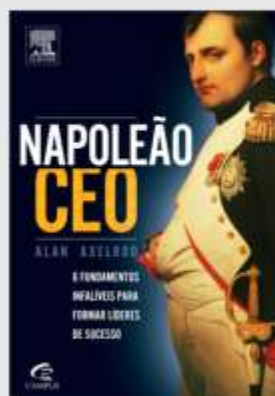
Idioma: Português

Ficha Técnica: Brochura com 476 Páginas

ISBN: 978-85-0108-871-0

Peso: 750 g

R\$ 49,⁹⁰



Napoleão Bonaparte regia-se por esse lema. Conta-se que também morreu por ele. Mas o autor best-seller Alan Axelrod investiga o estereótipo do conquistador egomaniaco e revela um líder arguto e visionário, um forasteiro ousado que assumiu o comando de um país em desintegração e o transformou em um dos maiores impérios que o mundo já conheceu, criando - durante sua trajetória - uma lenda e um legado que perduram. Quase dois séculos após sua morte, as batalhas de Napoleão são estudadas em academias militares em todo o mundo, e a influência do Código Napoleônico ainda é sentida hoje em lugares como Bélgica, Luxemburgo e Mônaco...

NAPOLEÃO CEO

Subtítulo: 6 Fundamentos Infalíveis para formar líderes de Sucesso

Formato: Livro

Autor: Alan Axelrod

Editora: ELSEVIER - Importados

Edição: 1 Ano: 2011

Idioma: Português

Ficha Técnica: Brochura com 288 Páginas

R\$ 74,⁰⁰

"Alguns livros são esquecidos injustamente, mas nenhum é lembrado sem razão."

Wystan Hugh Auden

**+acompanhe nas
redes sociais**

Livraria Saber
Sua opção de conhecimento



saberlivraria

@LivrariaSaber

Av. Ville Roy, 4896 | Aparecida | Boa Vista | Roraima

Tel.: 95 3624 1221 - 3224 6047 | saberlivraria@gmail.com



Cinto de segurança salva vidas



GPS integrado ao rádio



Sensor traseiro de estacionamento



Assistente para partida em subida

So um Volkswagen
Condição

Um carro com tanta força, precisa
de alguns momentos para
desfrutar da natureza.



Nova Amarok 2013
poderia te levar para lugares assim,
especiais na Perin Veículos.



Perin Veículos

20

FIM DO MUNDO

Ignorando muitas profecias, o mundo

Na verdade, não devemos esperar nada e sim, agir, fazer e concretizar! 2013 será regido por Saturno, segundo a Astrologia, o Ano Novo irá iniciar somente no dia 21/03. Mas é bom já irmos nos preparando para as energias deste planeta, que tem uma imagem de pai castrador e exigente. Mas saiba que, no fundo, ele só quer o seu bem!

Este novo ano pede que exercitemos a paciência, porque Saturno tende a demoras, a deixar as coisas um pouco empacadas... Ele é o senhor do tempo e uma coisa que você deverá aprender este ano é evitar desperdiçar este bem tão precioso! Procure organizar melhor o seu dia e fazer primeiro o que é mais importante.

Poderá ser um ano de dificuldades, mas estas poderão nos empurrar para a frente. Portanto, será

um ano de muito crescimento, pois é nos momentos mais difíceis que realmente podemos nos desenvolver. Mas também será um ano de realizações para quem aceitar o trabalho duro, assumir as responsabilidades e se comprometer com seus sonhos. Saturno nos pede para desenvolver a nossa capacidade de realização.

Tenha noção dos seus limites para tentar transpô-los. Procure amadurecer e desenvolver o seu verdadeiro EU, entrando em contato com a sua missão e propósito de vida.

Aprenda a assumir a responsabilidade da sua vida, das suas ações e das suas decisões. Saturno traz um recado: 2013 será duro, para quem for mole! Portanto, foco na ação e no trabalho, pois o resto é consequência do esforço de todos nós.



Algumas profecias

Astrologia

Para a Astrologia, Saturno, que rege 2013, é o senhor do carma, da responsabilidade, da perseverança. Com Saturno, nada é definido do dia para a noite, nem acontece por acaso. Toda conquista depende do empenho.

12

ANDO ADIADO

não acabou. 2013 está aí. O que fazer?



cias para 2013

A astróloga Eliana, da A Porthais Esotérica, explica que, para alcançar seus objetivos, é preciso agir com determinação e foco, assim como administrar o tempo com sabedoria e responsabilidade. Diante de dificuldades e obstáculos, é preciso manter a

calma e perseverar. Mesmo que os resultados demorem a chegar, mantenha o ritmo, insista, porque Saturno recompensa todo o esforço, promovendo conquistas duradouras.

Em 2013, Saturno, o planeta disciplinador, estará em Escorpião, um signo exigente, o que representa uma cobrança no sentido de se tomar consciência, de agir com os pés em chão firme. Saturno não oferece nada de graça e Escorpião não compactua com a acomodação e com o superficial.

Desafios vão marcar presença, transformações serão necessárias pra superar as crises, as perdas, as mudanças drásticas e inesperadas. Tenha muita cautela com os dramas, as chantagens emocionais, as situações confusas e os mal entendidos e não coloque a emoção acima da razão.

O medo também deve ser evitado. Muitas vezes, o sentimento é fruto de nossas próprias sombras, não da realidade. No segundo semestre, o planeta Júpiter forma um aspecto positivo com Saturno, abrindo espaço para as recompensas começarem a aparecer, junto com as perspectivas para a conquista das ambições e de novos horizontes para a vida.

Numerologia

A numeróloga Yowa explica que 2013 é um ano seis. Isto significa que, de uma forma geral, o ano traz estabilidade e a preocupação em manter uma estrutura, seja nas relações pessoais ou no trabalho, já que se trata de um número par.

A partir de janeiro, as pessoas passam a questionar mais o significado das instituições, como a família e o casamento. É possível que

haja o desejo de fazer mudanças de vida ou de modificar a forma de se relacionar com as pessoas que fazem parte dela, a fim de buscar melhorias.

Todos passam a valorizar mais o lado emocional e tendem a investir nas relações sérias, retomando alguns valores antigos. O período favorece a preocupação em ajudar outras pessoas e a levantar a

bandeira e respeitar o direito, principalmente, das minorias. Isto também pode despertar a ajuda aos países em crise, como os da Europa.

O ano é ideal, ainda, para se fazer empreendimentos em grupo, projetos coletivos, especialmente relativos à arte. Segundo Yowa, 2013 é regido por Saturno, o que pode influenciar para que os indivíduos

dêem mais importância aos deveres e às responsabilidades.

É importante ressaltar que os problemas tendem a se resolver de forma lenta, gradativa, mas permanente.

(Fonte: hagah.com.br)

Economia mundial vai crescer

O crescimento de 3,5% será apenas um décimo a menos do que o previsto em outubro pelos especialistas do Fundo Monetário Internacional

O Fundo Monetário Internacional (FMI) anunciou durante todo o final de 2012 e confirmou no início de 2013 que a economia mundial crescerá de maneira "gradual" em 2013 até 3,5%, apenas um décimo a menos do que o previsto em outubro, mas alertou que a eurozona sofrerá uma recessão de 0,2%.

Na atualização do relatório "Perspectivas da Economia Mundial", a instituição indicou que a economia mundial cresceu 3,2% em 2012, e que em 2014 esse índice será de 4,1%, devido ao estímulo das economias emergentes e do bom comportamento dos Estados Unidos.

"As medidas políticas diminuíram os riscos de crise tanto na eurozona como nos Estados Unidos", disse o Fundo Monetário Internacional.

No entanto, o organismo frisou que o avanço será "mais gradual" do que o previsto anteriormente, como consequência do "atraso" do retorno da eurozona à recuperação após uma "prolongada contração".

A eurozona, que se contraiu 0,4% em 2012, irá se manter com valores negativos em 2013 (-0,2%). No relatório de outubro, a previsão era de que a zona do euro crescerá 0,1%



neste ano.

A instituição dirigida por Christine Lagarde reduziu especialmente suas previsões para o próximo ano da Alemanha (0,6%, três décimos a menos do que em outubro) e Itália (-1%, também três décimos a menos).

Entre os dados positivos figuram a aceleração dos mercados emergentes: a China crescerá 8,2% em 2013, e 8,5% em 2014; e a Índia avançará 5,9% e 6,4%.

Além disso, o Fundo Monetário Internacional ressaltou a "surpreendente" alta na atividade

econômica nos EUA na segunda metade de 2012, até fechar o ano com um crescimento de 2,3%, tendência que o organismo espera que continue em 2013, com um avanço de 2% em 2013, e de 3% em 2014.

A importância dos países emergentes dão um alento especial a economia mundial, já que a mesma começa a dar sinais de inclusão desses países no contexto econômico mundial, garantindo assim um crescimento real dessas economias e a geração de novas oportunidades.

Brasil será posto a prova

Os grandes erros das projeções dos economistas brasileiros colocaram em dúvida a solidez da economia nacional, mesmo com todo o otimismo que tomou conta de nosso País nos últimos 10 anos.

A presidente Dilma Rousseff afirmou que 2013 será o ano "do crescimento sério, sustentável e sistemático" e tem priorizado em seus discursos, o avanço social sobre o da economia brasileira. Esse discurso vem ganhando adeptos por um lado, mas muitas pessoas vem contestando em função da sustentabilidade da economia e o peso que as políticas assistencialistas ainda exercem sobre o orçamento brasileiro.

Faz parte do discurso da presidente as seguintes citações: "Queremos que não só a economia que cresça (...), as obras o cimento armado, os edifícios", comparou. "Queremos que o povo brasileiro, o emprego cresçam, e, sobretudo, eu quero que educação de qualidade cresça", completou Dilma.

Sem gostar muito de citar números do crescimento econômico Dilma, que no final do ano passado pediu um "pibão" para este ano, afirmou que "2013 vai ser o ano que o Brasil colherá muita coisas que foram plantadas e que será plantado ainda mais para mais colheitas num futuro próximo".

A presidente reafirmou que o crescimento da educação de qualidade é um compromisso do governo e também defendeu novamente o uso dos royalties do petróleo do pré-sal para essa finalidade. "Essa riqueza, o petróleo, produz royalties, dinheiro, que tem de ir para garantir, no horizonte, em 2020, 2030, para educação. Garantir a educação em tempo integral, o programa ciência sem fronteiras", afirmou.

Com toda essa maré de otimismo podemos dizer que o Brasil será mais um ano posto a prova. O País vem demonstrando reais sinais de amadurecimento, porém o peso da máquina pública é um complicador para o desenvolvimento dos demais setores da economia, haja vista que investimentos deixam de ser executados para garantir o funcionamento de uma máquina pública pesada e ineficiente.

Esperar que o Brasil suporte esse peso por muito tempo não é a profecia mais comentada entre os economistas brasileiro. Essa carga poderá em breve levar o Brasil a uma estagnação que terá como grande responsável a falta de uma visão de empreendedorismo por resultado no serviço público brasileiro.



Suas viagens com
muito mais tranquilidade

Destino Certo
Passagens & Turismo

Rua Coronel Pinto, 508 - B
Tel.: (95) 3224 3151 - 8118 9345
9137 6767 - Representante: Gulomar Luz
Boa Vista - Roraima

Roraima ainda o Estado do futuro

Continuamos a viver no Estado de potencialidades ímpares, porém sem saber exatamente quando será transformado no Estado do presente, de uma realidade vitoriosa e de um povo que veja esperanças e sonhos transformados em realidades.

Temos que admitir que Roraima dá sinais de amadurecimento de sua população como também no meio político, porém precisamos analisar os motivos que levaram a essa situação. Roraima com seus 25 anos como Estado da Federação já está cobrando algo novo para si. O povo que habita esse Estado está cansado do discurso da potencialidade, o discurso do Estado do futuro e começa a ver que isso tem que ceder lugar a prática e que a dependência do CONTRA CHEQUE tem que começar a ser deixada para trás e se criar alternativas de fomento a iniciativa privada.

Roraima é observada por grandes investidores nacionais e internacionais, mas falta ainda uma política de receptividade dos investidores que buscam no Estado vantagens competitivas já previamente levantadas, mas que quando chegam

na capital roraimense são tomados por decepções que vão desde a falta de conhecimento sobre o mundo *business*, passando pela ausência de tato no trato com empresários de grande porte e infelizmente a falta de visão política voltada para o mundo empresarial o que transforma a visita de investidores em grandes passeios sem funcionalidade para o Estado e muito menos para os investidores.

Os empresários roraimenses, em especial o do segmento industrial - ainda muito incipiente - levantam um ponto bastante interessante quando ouvem falar em atração de novos investidores e ressaltam que em momento algum irão se posicionar contra a chegada desses novos empresários no Estado, porém não entendem o porque que os governos ainda não olharam para os que trabalham e sobrevivem com muita dificuldade em Roraima, já que

incentivos mínimos como o FDI (Fundo de Desenvolvimento Industrial) criado pelo Governo do Estado de Roraima não tem constância, tendo casos que estão há mais de 01 ano sem receber esse incentivo (O FDI é um incentivo estadual que está atrelado a devolução em forma de empréstimo do ICMS pago pelo empresário). O Estado vive imerso em uma grande crise financeira, fato esse que não se resume a Roraima, porém como a dependência do poder público ainda é muito grande, não existem alternativas oriundas da iniciativa privada para aquecer e reaquecer a economia em momentos de crise, fato esse que projeta um 2013 de muita cautela e que precisa de muito planejamento a cada novo investimento feito.

Alguns especialistas fazem suas apostas em um segundo semestre menos tenso e com possibilidade de uma tímida retomada do crescimento da economia roraimense. Continuam acreditando que a saída para Roraima vem do campo com o agronegócio e com as culturas inovadoras que ganham força nos campos roraimenses, como é o caso da piscicultura e da melhoria genética do rebanho.

Outro viés que terá que ser corrigido em 2013 é o apagão de mão de obra que em Roraima parece ser uma incoerência, pois as universidades e faculdades continuam colocando profissionais nas ruas e os mesmos não conseguem inserção no mercado, não pela falta de oportunidades - em sua maioria - mas sim pela pouca adaptabilidade as questões mais atuais de mercado o que os torna uma mão de obra pouco interessante..



O campo continua sendo a grande aposta de Roraima também para 2013

A **educação** é uma **forma**
de dar o direito ao ser de
abrir **os olhos** e passar a
ver o **mundo** do **jeito** que
mais ninguém **vê...**



FACULDADE
CATHEDRAL

www.cathedral.edu.br

Espaço Inteligente e Bonito

Um ambiente não precisa apenas de funcionalidade, a beleza é ponto crucial no sucesso do projeto

Atenção aos acessórios

Muitos arquitetos apostam nas mesas espelhadas e nos tons claros das paredes para dar destaque aos acessórios e objetos de decoração que viram os verdadeiros protagonistas das salas e demais ambientes. Vale lembrar que pintura não é obra, por isso, renovar o ambiente com uma tinta nova é sempre bem vindo e traz ao conjunto de sua casa ou escritório um ar de limpeza.

Plantas valorizam espaço

Repare sempre no efeito que plantas imponentes exercem no espaço. Além de espantar o mau olhado - segundo prega a cultura popular - a espada de São Jorge é uma planta fácil de combinar com qualquer tipo de sala. Fica aqui a sugestão. As plantas também humanizam e harmonizam todo e

qualquer ambiente.

MDF é alternativa barata para painéis

O MDF vem sendo um dos grandes transformadores dos projetos de interiores e na composição da decoração. Um painel de fibras de madeira que, além de versátil, é ecologicamente sustentável dá um outro ar ao conjunto de concreto e ferro. Além do baixo custo de aquisição sua instalação é facilitada e traz consigo o suporte da mesma loja que onde você adquiriu. Uma dica interessante do uso do MDF quando não se quer todas as paredes de madeira, é usar o MDF apenas para cobrir os fios que se conectam à televisão presa na parede.

Peças coloridas mudam ambiente

O MDF funciona ainda melhor pintado, envernizado ou com um bom

papel de parede. Note também que fundo de poltronas podem seguir o mesmo estilo com madeira de demolição, o que traz um estilo rústico para o espaço. Enquanto isso, a mesinhas e demais acessórios devem ganhar cores, como o amarelo e o retrô vermelho como sugestões. A utilização da colorimetria valoriza o mobiliário e o conjunto, com peças que se diferenciarão no ambiente e poderão driblar a necessidade de uma obra.

Espelho amplia espaços

Para finalizar, o espelho é sempre uma peça coringa na transformação de qualquer ambiente. Escolha sempre um vertical, se ele estiver direcionado para um móvel longitudinal, como o sofá, por exemplo.

Construindo e realizando sonhos com a melhores marcas do mercado

CONSTRUSHOP

Caçari

Rua da Bacabeira, 224 - Caçari - Tel: (95) 3623-3346 - Boa Vista - Roraima



Deca

Suvini



eliane



Pastilhas

colortil

Qual e a importância do exame de sangue e de urina durante a gravidez?

A importância é crucial, pois assim se a mãe tiver alguma doença que pode passar para o feto durante o parto a infecção pode ser evitada. Não é apenas durante a gestação e o parto que a criança pode contrair doenças da mãe mas também do leite materno.

Quais os exames laboratoriais que devem ser feitos durante a gestação?

Vários exames podem ser realizados, cada um tem um papel fundamental para evitar futuros problemas para o bebê e para a mãe.

- Hemograma completo: O exame é importante para avaliar se a mãe está com anemia ou desenvolveu anemia durante a gravidez, o que ocorre frequentemente, e outras doenças que podem ser detectadas pelo exame.

- Tipo sanguíneo e fator Rh: Para casos da mãe ser Rh negativo e a criança Rh positivo, se o pai for Rh positivo, acontecendo desta

maneira prováveis incompatibilidades sanguíneas causando destruição das células vermelhas do bebê, acontece uma síndrome que poderia ser evitada.

- Glicemia: detecta diabetes mellitus.

- Sífilis – VDRL: a doença na mãe pode ser transmitida ao bebê, podendo causar malformações, por isso deve ser investigada.

- Toxoplasmose IgG e IgM: Pode ser transmitido ao bebê e causar mal formações.

- Anti-HIV: Muito importante detectar se existe a presença do vírus da AIDS. Sabendo este resultado, o médico pode aplicar algumas medidas para evitar que o vírus seja transmitido ao bebê, se for o caso. Este procedimento já evitou que numerosas crianças se tornassem portadoras do vírus HIV.

- Exame de urina (EAS) e urocultura: Para ver se existe infecção urinária. Evita partos

prematuretos, dores abdominais, problemas na micção.

- Rubéola: Mal formações graves podem ser causadas pelo vírus da rubéola.

- Hepatite B: caso a mãe seja portadora do vírus, existem condutas que reduzem a transmissão do mesmo para o bebê.

Além destes existem outros exames importantes como: Citomegalovírus, hepatite C, ultra-sonografia (US) geralmente um no primeiro trimestre e outro no segundo trimestre da gestação. Em casos que a mãe apresenta alguma suspeita para outras doenças ou história familiar poderão ser pedidos mais exames.

Todas as mulheres gestantes devem ser incentivadas a realizarem o pré-natal e buscarem o atendimento gratuito no Sistema Único de Saúde (SUS).

<http://brasil.babycenter.com>

<http://www.plugin.net>

Página assinada pelo Laboratório Santa Maria

“O melhor da vida é viver bem”

Exames de Análises
Clínicas e
Patologia (Preventivo
e Biópsias).



Laboratório
santa maria

Conceito de atendimento à saúde

Rua Barão do Rio Branco, 980 - Centro
Central de Relacionamento 95 3624 3986 - Boa Vista - Roraima

A **HYUNDAI** não faz carros
realiza sonhos.

HB20

Indo ou voltando ele vai chamar a atenção.



Cinto de segurança salva vidas



Avenida Venezuela, 178 - São Vicente - Boa Vista - Roraima
Central de Vendas 95 3624 1200





Empreender

Uma questão de visão para quem acredita que as mudanças só são possíveis através de atitudes voltadas para resultados.

Por: Clodoaldo Araújo
 E-mail: clodoalao@hotmail.com

Há muito tempo (hoje bem menos) existe uma mentalidade equivocada de que para ser um empreendedor de sucesso é necessário que você seja um ser especial, um iluminado, um privilegiado. E que nesse campo de atuação só poucos podem conquistar seus objetivos como se fosse uma missão inalcançável e inatingível.

Mas essa cultura equivocada vem sendo cada vez mais demolida e reerguida uma nova consciência sobre essa questão, onde empreender é uma campo bastante vasto e onde qualquer pessoa munida de alguns instrumentos indispensáveis pode conseguir uma vitória, vitória esta do tamanho do seu sonho, da sua ousadia. Enfim, ser um empreendedor competente e de alto desempenho só custa mesmo os "olhos da cara", pois tudo é uma questão de visão, de como você enxerga o mundo e de como você olha para as pessoas e vislumbra o seu caminho...

A velocidade com que o mundo se transforma e com ele a sociedade e seus conceitos pelos quais é regido, exige de tudo e de todos um grande esforço para acompanhá-lo, sem perder o bonde da história contemporânea

que é implacável com quem a nega e negligencia.

"Aquilo que não se conhece se rejeita"... Porque o novo sempre se mostra com uma face monstruosa. Isso para muitos é assus-

existirá conquistas, não se conhecerá a vitória e, pior ainda, não se saberá o verdadeiro sentido da vida...

Empreender nada mais é que ter visão clara, ter capacidade



*"O **empreendedor** é um comandante que está a frente do seu tempo... Quem espera pelo vento, esquece de posicionar as velas"*

tador. Parece ser mais fácil recuar, mas todo esse processo evolutivo é um caminho sem volta e quem ficar de fora está fadado a mesmice e a mediocridade. Tudo na vida é empreendimento, portanto é preciso empreender. Sem isso não

de mobilizar pessoas, capacidade de mobilizar recursos e muita determinação, muita vontade para chegar onde a visão previamente já chegou.



Um novo conceito
de qualidade
em Educação



Instituto SION





Empresa Roraimense é destaque nacional

A LB Construções foi agraciada com o segundo lugar do Prêmio Sesi de Qualidade Total - Etapa Nacional em Brasília.

A 15ª edição do Prêmio Sesi Qualidade do Trabalho (PSQT), criado pelo Serviço Social da Indústria (SESI), conheceu as 36 empresas premiadas no 1º e 2º lugares. A cerimônia foi realizada na noite desta terça-feira, 04 de dezembro, em concorrida e festiva solenidade na Confederação Nacional da Indústria (CNI), em Brasília.

A LB Construções ficou em 2º lugar, na modalidade "Ambiente de Trabalho Seguro e Saudável", onde concorreram cinco empresas industriais de pequeno porte de todo o país. A empresa FHF Recauchutadora de Pneus, do Espírito Santo, foi à vencedora da modalidade. O Prêmio Qualidade do Trabalho estimula a incorporação da responsabilidade social pelo reconhecimento público das melhores práticas empresariais

Na edição 2012, concorreram exatamente 1.522 empresas, que empregam quase sete milhões de trabalhadores - das quais 46% micros e pequenas, 26% médias e 28% de

grande porte - em seis áreas temáticas: cultura organizacional, gestão de pessoas, educação e desenvolvimento, inovação, ambiente de trabalho seguro e saudável, desenvolvimento socioambiental.

O PSQT estimula a incorporação da responsabilidade social na gestão dos negócios pelo reconhecimento público das melhores práticas empresariais, que incluem a boa qualidade de vida dos empregados. As boas práticas apresentadas elevam a produtividade e a competitividade das empresas.

O prêmio tem duas etapas de avaliação, uma estadual, outra nacional. Para a etapa nacional, foram selecionadas 90 práticas empresariais melhor classificadas por áreas temáticas, todas submetidas a visitas in loco de consultores independentes, de modo a garantir que as empresas vencedoras fossem realmente referência nas áreas temáticas para as quais inscreveram suas práticas.

A modalidade demonstrada pela LB Construções obteve bons resultados na produção e no faturamento da empresa. Além de fornecer alimentação balanceada de forma gratuita, duas vezes ao dia, os benefícios com a isenção do desconto das contribuições do INSS e também moradia aos colaboradores sem residência, levaram a empresa roraimense ao segundo lugar.

O sócio da empresa Thiago Brito, que esteve na cerimônia em Brasília, agradeceu ao Sesi pelo prêmio, onde a empresa foi vencedora em primeiro lugar em duas modalidades (Ambiente de Trabalho Seguro e Saudável; Desenvolvimento Socioambiental) a nível estadual, e que o segundo lugar a nível nacional demonstra que a LB Construções está no caminho certo. "Estamos felizes por mais essa conquista e acreditamos que o nosso trabalho demonstra a seriedade, investimento em nossos colaboradores que sem eles não seria possível estarmos galgando mais um



Alugue um carro na Yes
e chegue mais longe.

YES Boa Vista
(95) 3224-3900
Av. Major Williams, 632
Centro

Reservas Nacionais
0800 709 25 35
(31) 9286-0970 (Tím)
www.yesrentacar.com.br



Yes. Presente em todo o Brasil.



Thiago Brito ao lado da Gerente de Recursos Humanos do GRUPO LB, Norma e da Superintendente da FIER, Almeir Câmara

prêmio", disse ao destacar que o PSQT é uma balística das ações que a empresa adota buscando sempre a qualidade de vida do trabalhador.

A LB traz para dentro da organização o aspecto FAMÍLIA, aproximando as pessoas que fazem da

empresa referência para um nível de importância nunca visto antes. Isso gera o comprometimento e é a forma mais barata de manter uma equipe focada em resultados e no sucesso da organização.



O **GRUPO LB** é a empresa responsável pelo início das obras do Roraima Garden. Uma das obras mais aguardadas pela população da cidade de Boa Vista.

LB Inicia obras do Roraima Garden

Uma das obras mais esperadas pelos moradores de Boa Vista foi iniciada no final de 2012. O Shopping Roraima Garden começou a ser construído e a LB Construções está presente.

Mais um importante empreendimento teve início no mês de dezembro em Boa Vista e a LB Construções está presente no desenvolvimento de Roraima com a construção do Roraima Garden Shopping. A empresa está responsável pelo serviço de terraplenagem, com a supressão do terreno de 102.500m². A Construtora Tempo é a responsável pela construção do shopping que está localizado entre as avenidas Ville Roy e Luis Canuto Chaves, na área mais valorizada da cidade, o Paraviana.

A previsão de inauguração do shopping center é para setembro de 2013, que terá uma área total construída de 39.300m² e o projeto vem com 175 lojas. A obra faz parte de mais um empreendimento do Grupo Tenco, uma das maiores empresas de administração de shopping centers no País.

A LB Construções será a responsável por toda a parte de terraplenagem da área, com retirada de camada vegetal e nivelamento do terreno. Estão sendo utilizados

equipamentos, máquinas e mão-de-obra especializada. No processo de trabalho foram contemplados dois sistemas, um de proteção coletiva e outro de proteção individual com o objetivo de proporcionar um desempenho seguro das atividades no quesito saúde e segurança do trabalho, de forma que a qualidade de vida do colaborador seja assegurada.

Para o GRUPO LB essa obra vai agregar valor ao seu portfólio de clientes.

((S)) Agência Sebrae
de Notícias RR

PARA APARECER AQUI,
BASTA EMPREENDER.

INFORMAÇÃO COM CREDIBILIDADE
SOBRE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.
ACESSE: www.rr.agenciasebrae.com.br



TROPICAL VEÍCULOS

Os carros que chegam chegando



RESPEITE A SINALIZAÇÃO DE TRÂNSITO



Tropical Veículos - Av. Ville Roy, 4562, Aparecida - Tel.: (95) 3224-7700 - Boa Vista - Roraima



Eventos Corporativos

As empresas estão cada vez mais atentas a necessidade de tratar seu cliente interno e externo como o seu grande patrimônio

Falemos então de festa – sim, festa! Em meio ao caos do mundo vamos falar de celebração, mais especificamente sobre as celebrações no mundo corporativo. Festa de Natal, Festa Junina e Jubileu. Comemorações tradicionais que as empresas realizam, mas você sabe qual o sentido real dessas ocasiões? Não, não é comer bastante, vestir-se de forma elegante e ouvir boa música, não é SÓ isso, por trás de todo um grande aparato técnico, shows pirotécnicos e grandes espetáculos, temos PESSOAS envolvidas..

Os eventos corporativos são realizados por 2 motivos: reconhecimento e conceito, que somados, geram para a organização excelentes resultados

RECONHECIMENTO

Seja pelo tempo dedicado à organização, seja pelo resultado obtido ou meta atingida, o evento demonstra ao homenageado sua importância, sua relevância. Um bom planejamento gera um evento de qualidade e o reconhecimento acaba por seguir os passos de uma

comunicação eficaz e torna-se via de mão dupla: a empresa reconhece o colaborador e este, por sua vez, reconhece a homenagem. Como já falamos – funcionário reconhecido é funcionário motivado e por consequência, funcionário produtivo.

Essa linha de raciocínio é base para despertar a importância da iniciativa, da preparação e dedicação da organização. Nesse quesito, podemos abordar então o segundo motivo pelo qual os eventos existem.

CONCEITO

Cleuza Cesca, profissional renomada no ramo de organização de eventos argumenta de forma clara:

“Evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização em seu público de interesse. Eventos são também uma forma de manter a opinião pública favorável, objetivo de toda organização que pretende se manter na ativa.”

Aqui, abordamos o evento como ferramenta estratégica de

comunicação, apoiada por outra séria delas como a pesquisa qualitativa pós-evento.

Os eventos são a possibilidade de reunião das mais diversas opiniões e visões, dos encontros sem hierarquia, da aproximação da família, tão valorizada pelo colaborador.

Seja mercadológica ou emocionalmente, os eventos, são hoje reconhecidos pelo sucesso que se tornaram para a imagem da empresa, mesmo que ainda de forma indireta – da porta pra dentro e da porta para fora.

As empresas no mundo globalizado, mesmo que a sua grande maioria de forma tardia, vem identificando a necessidade de valorizar momentos de integração entre toda a equipe de colaboradores da organização, trazendo para dentro da empresa o aspecto FAMÍLIA, aproximando as pessoas que fazem da empresa referência para um nível de importância nunca visto antes. Isso gera o comprometimento e é a forma mais barata de manter uma equipe focada em resultados e no sucesso da organização.

O brilho mais
bonito em você



Av. Capitão Júlio Bezerra, 1861
Boa Vista Shopping - Loja 03
31 de Março

95 3624 9716

Atacado e Varejo

Venda Mais Roraima

KLA realiza evento de vendas em Roraima e
surpreende ao lotar espaço em momento de crise



Palestras que prenderam a atenção do público durante os dois dias de evento

Roraima definitivamente já faz parte da rota de eventos da KLA Treinamentos Empresariais, que é uma das maiores empresas do mundo no segmento de capacitação e treinamento organizacional e vem ampliando sua atuação no Norte do Brasil.

No mês de novembro, mesmo indo contra todos os prognósticos para a realização de um grande evento em Boa Vista, resolveu assumir o risco e colocar à venda 800 ingressos para o evento **VENDA MAIS RORAIMA** com foco em motivação, empreendedorismo, tecnologia e inovação.

Foram dois dias de evento que mexeram com o público roraimense, levando os mesmos de grandes gargalhadas a grandes emoções. A programação contou no primeiro dia com as palestras de Weber Negreiros que ministrou

"Empreendedorismo uma arma contra crise" e João Kleper que versou sobre "Vendas através das Redes Sociais". No segundo dia William Caldas ministrou a palestra, Motivação e Excelência.

Para Alessandro Padilha, Roraima começa a dar os primeiros sinais de amadurecimento em relação a esse formato de evento e lamenta que a economia local ainda não tenha capacidade de absorção de uma maior quantidade de eventos por ano, o que garantiria aos colaboradores do setor de serviço, comércio e indústria oportunidades ímpares de conhecimento a custos acessíveis, haja vista que o valor da KLA em Roraima é o mais baixo do País.

Para 2013, Alessandro destaca que serão realizados uma grande quantidade de cursos voltados para as reais necessidades do mercado local, potencializando o que

realmente o mercado espera de um treinamento. "Precisamos acabar com a cultura de ofertar receitas de bolo, cursos prontos e formatados, sem que seja levado em consideração as peculiaridades de cada mercado e seus segmentos. "Para nós da KLA é importante a eficiência e eficácia de cada produto ofertado, somente dessa forma poderemos criar laços com os mercados que atuamos", finalizou Alessandro.

Todos os palestrantes que estiveram presentes no evento, tem vasta experiência em iniciativas de grande porte e elogiaram a organização do evento e a participação do público. Para Weber Negreiros Roraima vem se superando, e a iniciativa privada vem dando sinais de crescimento qualitativo em relação ao mercado, ficando evidente no investimento feito pelos empresários no seu quadro de colaboradores, bem como preocupações com uniformes, layout de loja e maior presença na

mídia. "Continuo afirmando que o empresário roraimense é um verdadeiro herói e está pronto para trabalhar em qualquer lugar do mundo, haja vista sua persistência e capacidade de adaptabilidade aos cenários mercadológicos" destacou Weber. Para William Caldas, que já havia estado três vezes em Roraima, a cada novo evento um novo momento do mercado se evidencia, gerando oportunidades de negócios e uma nova visão sistêmica do conjunto. "Temos que acreditar mais nas pessoas, pois são elas que fazem de nossas organizações referências, caso ignoremos nossos colaboradores, estaremos criando uma cultura de medo e não de respeito o que gera a formação de equipes assassinas de marcas e de projetos que deixam as empresas vulneráveis as ações mal administradas" afirmou William.

Para João Klepper que esteve em Roraima pela primeira vez, disse ter ficado surpreso com a quantidade

de público em função de tanto choro que ouviu no hotel em relação ao mercado, acreditando que isso seja um forte indício de um povo esperançoso e voltado para resultados. "Fico muito feliz quando chego em cidades, como Boa Vista, que deixam de lado o discurso da crise e passam a acreditar que tudo é possível e que as mudanças são uma questão de tempo e trazem consigo a certeza de uma consolidação sobre bases sólidas e que garantirão ao empresário a sustentabilidade tão desejada" destacou João.

O evento contou com o apoio de empresários, instituições de fomento e com a grande massa de profissionais que, mesmo sem o investimento de suas empresas, buscou participar do evento. Esse é o relato claro de quem acredita que a qualificação é única e intransferível.

Invista sempre em você, pois o retorno é garantido e ninguém lhe rouba.

TOLi
www.toli.com.br





Empreendimentos Imobiliários



Stela Maris

www.stelamarisrr.com.br



STELA MARIS INCORPORAÇÃO E EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA
STELA MARIS TRANSPORTE E LOGÍSTICA LTDA
STELA MARIS IMPORTADORA EXPORTADORA TRADING COMPANY
Avenida Benjamin Constant, 1171 - Galeria ATRIUM - Centro - CEP 69 301 020
Home: www.stelamarisrr.com.br - E-mail: atendimento@stelamarisrr.com.br
Tel.: 95 3224 1479 - Boa Vista - Roraima - Brasil



Idiomas e Mercado

Um segundo ou terceiro idioma nos dias de hoje deixou de ser um diferencial e passou a ser obrigatório para os profissionais que sonham com mercados e postos de trabalho mais evoluídos e bem remunerados

O crescimento do desemprego intelectual é uma das grandes preocupações dos profissionais graduados. A fluência no inglês não é mais um diferencial - é um requisito essencial, exigido pela maioria das grandes empresas. Hoje, a fluência em inglês é fundamental para qualquer profissão. Os profissionais estão cada vez mais globais, por isso a necessidade de um segundo ou até terceiro idioma.

E será que o espanhol, idioma bastante exigido atualmente, já é considerado o terceiro idioma "obrigatório" no currículo?

Para a empregabilidade, é uma condição sine qua non. A pessoa que souber outra língua tem pontos a mais, mesmo que ainda exista a preferência pelo inglês. Desde o surgimento do Mercosul, em 1991, a demanda pelo espanhol aumentou significativamente.

A diretora comercial da Seven Idiomas, Adriana Albertal, complementa dizendo que houve uma queda

na procura pelo espanhol nos últimos três anos, em função do desaquecimento do mercado latino-americano. Existe uma crença muito forte de que haverá um reaquecimento das trocas comerciais nesse bloco econômico o que gerará a corrida por profissionais mais qualificados.

Maria Isabel Serra Zamora Damasceno, gerente-geral da Wizard Morumbi, concorda. "Está sendo bastante exigido. Ainda não é obrigatório, mas daqui há um tempo poderá ser".

O QUE AS EMPRESAS DIZEM SOBRE ISSO?

"Exigimos o inglês conforme a área em que o profissional irá atuar. O espanhol como terceira língua é exigido para todos do setor de Importação e Exportação, por exemplo", explica Ester Sato, diretora de Recursos Humanos da Schering Plough Coopers. Para Ester, as empresas deveriam analisar o quanto será necessário o conhecimento em outra língua na função que o profissional exercerá. Dependendo do nível hierárquico, segundo a diretora



O inglês e o espanhol ainda são os dois idiomas mais procurados pelo mercado de trabalho

QUEM **DOMINA**
O **CONHECIMENTO**
SE DA BEM.

Negócio\$
A Oportunidade



FISK
CENTRO DE ENSINO
UNIDADE BOA VISTA

Rua Homero Cruz, 272 CEP 69 305 190
São Francisco - Boa Vista - Roraima
Central de Atendimento
95 3224 3605

www.fisk.com.br

da Shering, em sua empresa, existe uma preferência por uma pós-graduação ou um MBA à fluência em um segundo ou terceiro idioma. A um analista, por exemplo, é preferível uma pós-graduação, enquanto para aqueles de nível gerencial existe a necessidade do terceiro idioma. "Não considero o idioma como um parâmetro. Se o candidato tiver todos os quesitos e se gostarmos dele, investimos, mais tarde, num curso de inglês ou espanhol", afirma

Na opinião de Jair Pianucci, diretor de Recursos Humanos da HP Brasil, existe um pouco de "folclore" com relação ao espanhol como terceiro idioma. Para Pianucci, o conhecimento em inglês é condição básica profissional, posto que todos os hispânicos – e pessoas de todo o mundo – falam inglês. "O espanhol desempata, mas não é obrigatório", garante. A HP - subsidiária da Hewlett-Packard Company -, por ser uma empresa americana, contrata apenas estagiários e profissionais com conhecimento em inglês. "Aqui na HP não existe esta história de nível hierárquico. Antes, todo o material que ia para o pessoal que não fazia parte da gerência era traduzido. Hoje, nada é traduzido. Para se comunicar aqui dentro, tem que saber inglês", defende.

Como exemplo, Pianucci citou o caso de um amigo que foi

participar de uma entrevista numa empresa alemã. A empresa pedia português e inglês como requisitos básicos - e nada de alemão. "Eu me comunico com pessoas de toda parte do mundo em inglês", diz Pianucci. "Só complica quando converso com um americano", brinca o diretor da HP, referindo-se às gírias utilizadas pelos nativos.

Para Fernando Reinert da Escola de Idiomas FISK em Boa Vista/RR, a localização estratégica de Roraima em área fronteiriça faz com que as pessoas necessariamente busquem um segundo e até mesmo um terceiro idioma para aproveitar as oportunidades que surgem com essa fronteira. A proximidade com a Venezuela e a Guayana geram um demanda natural por idiomas tanto para o turismo de passeio como o de negócios que cresce cada dia mais.

"Nossa escola já atua no mercado roraimense há mais de 30 anos e senti claramente a evolução do perfil dos profissionais que vem buscando, cada vez mais, uma qualificação que os coloque em uma melhor posição para competir no mercado local, que por conta do grande número de concursos públicos atraiu muitos profissionais de outros mercados que já trazem em suas formações cursos de idiomas que os coloca na vanguarda na busca de ocupação de postos de trabalho.



A globalização elevou os cursos de idiomas, já que as oportunidades existem em todas as línguas



AMAZON SAT

Um canal temático voltado para a realidade e as questões da Amazônia. Seu alcance leva as belezas do pulmão do mundo a todos os recantos, encantando, aguçando e atraindo os olhares do mundo para a Amazônia.

Falar da segunda marca mais conhecida do mundo não é tarefa fácil, mas difícil ainda do que falar, é escolher entre tantas belezas amazônicas qual a que melhor figurará nos olhos dos telespectadores e internautas pelo mundo a fora.

O AMAZON SAT nasceu com essa missão, ser uma empresa de comunicação responsável por levar ao mundo a riqueza da região Amazônica, por meio de sua cultura, seu povo e de sua tradição. Ao longo de sua história vem passando por diversas reestruturações, sempre focada na melhoria da qualidade tecnológica, inovando e investindo sempre, sem perder o foco dos conceitos e conteúdos da Amazônia.

Sua proposta de valor organizacional traz o slogan: "A cara e a voz da Amazônia" que representa com riqueza seu principal objetivo e a forma com que busca atingi-los.

Para o seu corpo de executivos e colaboradores, o AMAZON SAT tem como visão de futuro ser a maior fonte de informações da região Amazônica por meio da melhor equipe de profissionais já vista atuando em um canal

com características temáticas.

O AMAZON SAT possui unidades geradoras em cinco estados da região norte (Amazonas, Roraima, Acre, Rondônia e Amapá) e abrange todos os estados da região norte. Está presente em mais de um milhão de domicílios com TV, totalizando mais de quatro milhões de telespectadores potenciais. (Fonte: IBGE).

Sua cobertura atinge também os estados do Pará, Mato Grosso, Tocantins e Maranhão através de TV paga e cobertura de satélite digital.

Possui alcance nacional, via antena parabólica com sinal digital, atingindo mais de 130 mil domicílios com TV em todo o Brasil.

O alcance mundial é obtido

por meio da Internet, com programação em tempo real no Portal www.amazonsat.com.br, onde a interatividade maximiza a audiência, graças às redes sociais.

O AMAZON SAT é o primeiro canal de televisão do Brasil a ter todas as suas atividades carboneutralizadas e assinar/cumprir o compromisso de EMPRESA PARCEIRA DA NATUREZA.

Está presente em todas as redes sociais interagindo 24 horas com os amantes da internet.

Atualmente o canal é presidido pelo jovem empresário Phelippe Daou Junior, apaixonado por tecnologia e um verdadeiro entusiasta pela Amazônia. Esse entusiasmo levou o AMAZON SAT a receber grande



aporte de recursos para melhorias físicas, de pessoal e grande investimento em tecnologia de transmissão. Merecem destaque as mochilas links para transmissão ao vivo, o QR CODE que permite você capturar a programação para o seu telefone móvel, enfim investimentos que fazem uma grande diferença como um canal temático.

Vanessa Brandão gestora do núcleo de jornalismo do AMAZON SAT base Roraima, destaca o poder e a aceitação que o canal vem ganhando junto a população, alega que as pessoas começam a se enxergar no canal, através das belezas da região, da cultura, culinária e atrações culturais. Para ela o AMAZON SAT tem um caminho vitorioso e muitas oportunidades começam a surgir em função de seu conteúdo exclusivo e rico sobre a Amazônia.

"Tenho certeza absoluta que muito em breve o AMAZON SAT estará figurando na grade de programações das Tvs pagas (NET, SKY...)", destacou **Vanessa**.

O canal temático vem ganhando espaço pelo Brasil e pelo mundo e representa uma ótima opção de investimento publicitário aos anunciantes que possuem marcas consolidadas, como é o caso de empresas de telefonia, instituições financeiras, instituições de fomento, Sistema S, federações da indústria, comércio e serviço.

O AMAZON SAT com seu alcance mundial e o grande apelo sobre seu conteúdo o torna um dos canais de maior potencial de crescimento no Brasil. Fazendo parte de um conglomerado de empresas que compõem a Rede Amazônica, recebe um tratamento especial, haja vista a certeza de sucesso na transmissão dos momentos e das imagens amazônicas. "O AMAZON SAT é um verdadeiro diamante que ao longo de seus anos de mercado respeitou e divulgou a Amazônia para o Brasil e para o mundo, isso é motivo de muito orgulho para a nossa organização" finalizou Philippe Daou Junior - Presidente do Canal.



"A Amazônia é uma fonte inesgotável de informação. O Brasil e o mundo precisam conhecer a nossa Amazônia"

Philippe Daou Junior



Cursos Preparatórios

TRF, TRE, TRT, TJ, PM,
Polícia Federal, IBAMA.

Pós-Graduação Jurídica

Direito Civil, Penal,
Constitucional,
Docência Jurídica

MBA

Controladoria,
Gestão de Pessoas,
Gestão de Negócios,
Psicopedagogia



Acesse e conheça mais:
www.praetorium.com.br
Faça-nos uma visita
Av. Capitão Júlio Bezerra, 479
Centro - Boa Vista - Roraima
Entre em contato com a gente
95 3224 6304



O **GRUPO LB** é a empresa responsável pelo início das obras do Roraima Garden.

Uma das obras mais aguardadas pela população da cidade de Boa Vista.



Central de Relacionamento

3626 5548

www.lbconstrucoes.com

Transtornos nas Viagens

A vontade de viajar de muitos brasileiros vem sempre acompanhada de alguns transtornos causados.

Logo abaixo você confere alguns desses transtornos que o consumidor pode sofrer.

Por: Ângelo Peccini - OAB/RR 791
E-mail: angelopeccini@hotmail.com



No caso de cancelamento do voo, o consumidor deverá ser realocado imediatamente em outro voo. Se houver desistência da viagem, poderá pedir a devolução integral da passagem, conforme a forma de pagamento adotada e acionar a Justiça ou PROCON, caso sinta-se lesado. No caso de voos cancelados ou atrasados de outros países, mesmo que a empresa aérea seja brasileira, é preciso consultar a legislação local sobre a acomodação, reembolso e assistência ao cliente.

Caso seja necessário o reembolso do valor da passagem, este será imediato apenas se o bilhete foi adquirido em dinheiro. Nos demais casos, a restituição será feita nas mesmas condições em que a passagem foi adquirida:

- **cartão de crédito** – a restituição do valor será debitada na próxima fatura;
- **bilhete adquirido por crediário** – reembolso somente após a quitação;
- **aquisição em cheque** – restituição após a compensação bancária; considerando que o prazo máximo para devolução é de 30 (trinta) dias contados da solicitação de reembolso pelo cliente.

Em caso de desistência do voo ou alteração na viagem, procure o agente de viagens ou a empresa aérea contratada, devido as diferenças de tarifas e os procedimentos que devem ser observados em cada caso.

A comunicação de extravio pode ser feita diretamente ao funcionário ainda na sala de desembarque. Importante: todo passageiro tem a opção de declarar os

valores atribuídos a sua bagagem, antes do embarque, e pagar uma taxa suplementar (uma espécie de seguro) estipulada pela empresa. Se este é o caso, o passageiro terá que receber o valor declarado e aceito pela empresa. Neste caso da declaração de valores, a empresa tem o direito de verificar o conteúdo da bagagem.

Caso ocorra avaria, dano ou furto procure um funcionário da empresa aérea ainda na sala de desembarque e preencha o Registro de Irregularidade de Bagagem (RIB). Em até sete dias após a entrega da bagagem, você também pode encaminhar o protesto à empresa aérea, por qualquer comunicação escrita. É necessário apresentar o comprovante de despacho da bagagem, que é a prova do contrato de transporte. Sua bagagem poderá permanecer em condição de extraviada por um período máximo de 30 dias. Após esse período, a empresa aérea deverá lhe indenizar. Caso seja localizada, a bagagem deverá ser enviada ao endereço informado no RIB.

Caso o consumidor se sinta prejudicado ou tenha seus direitos desrespeitados, deve dirigir-se primeiro à empresa aérea contratada, para reivindicar seus direitos como consumidor. Tendo em vista que, na compra da passagem aérea, o consumidor estabelece com a empresa um contrato de transporte, constituindo-se uma relação de consumo que deve obedecer ao Código de Defesa do Consumidor. Caso a companhia aérea não cumpra esses direitos, você poderá formalizar uma reclamação à Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) pelo telefone 0800 725 4445 (ligação gratuita), ou pelo site da ANAC.

Você também pode reivindicar seus direitos junto aos órgãos de defesa do consumidor ou à Justiça. Há também o serviço de Ouvidoria da Infraero, pelo número 0800 727 1234, ou pelo site da INFRAERO. As regras valem para todos os voos com origem no Brasil. Para os voos vindos do exterior, mesmo que sejam de empresas brasileiras, são aplicadas as normas do país de origem do voo.



ÁGUA MONTE
Roraima

Leve mais **VIDA** pra casa!



Central de Relacionamento 95 3625 2326

Um espaço para descontrair

Descontra(r)indo

TSUNAMI NO INTERIOR DO BRASIL

Com a onda de boataria que tomou conta do mundo no final de 2012 sobre o final do mundo, muitas pessoas passaram a se preocupar mais com esse fato do que deveriam, mas também algumas pessoas do interior do Brasil não estavam nenhum pouco preocupado com esse fato, se iria ou não ocorrer. Por esse motivo os laboratórios de análises de eventos sísmicos da Universidade Federal de Brasília - UNB resolveu redobrar a atenção sobre qualquer anormalidade que pudesse acontecer no território nacional ou em suas adjacências. Foi identificado uma pequena movimentação de placas na área do Brasil Central e imediatamente se tentou contato com a equipe da Defesa Civil do município em questão e depois de várias tentativas sem sucesso, conseguiu-se o número de um fax para o qual se passou a seguinte mensagem:

**"ATENÇÃO, MOVIMENTO SÍSMICO NA ZONA, SUPERIOR A RICHTER 7,
MUITO PERIGOSO. O EPICENTRO ESTÁ A MENOS DE 3 QUILOMETROS
DA CIDADE. TOMEM PROVIDÊNCIAS URGENTEMENTE
E MANDEM RESPOSTA RÁPIDA."**

Passaram-se vários dias e nenhuma resposta havia sido dado, foi quando de uma hora para outra chegou aos escritórios da UNB uma resposta com o seguinte teor:

**"INFORMAMOS QUE O MOVIMENTO NA ZONA FOI DESARTICULADO.
FECHAMOS OS CABARÉS E AS QUENGAS TÃO TUDO PRESA.
NO MOMENTO DA ABORDAGEM O TAL "RICHARD"
TENTOU FUGIR MAIS NÓS O MATAMOS À BALA,
EPICENTRO, EPIFÂNIO E EPINÉZIO ESTÃO PRESOS, JÁ APANHARAM
MAIS DO QUE CACHORRO DOIDO, MAS NÃO QUEREM CONFESSAR OS CRIMES"**

E no final do documento ainda vinha a cereja do bolo:

**PS: NÃO MANDAMOS RESPOSTA ANTES PORQUE
TEVE UM TERREMOTO DA PORRA QUE NINGUÉM SABE DE ONDE VEIO.**

Frase da Edição:

**"O trabalho é um presente de Deus.
Toda mudança acontece através das
pessoas, acredite nelas".**

William Caldas

A força motriz para o desenvolvimento é a Indústria



FIER
SESI
SENAI
IEL

FIER

Uma iniciativa CNI

Negócios & Oportunidades

Publicação da Design Consulting
Núcleo de Editoração e Prospeção
Ano 1 - Edição 001 - Agosto/Setembro 2012

Design
CONSULTING
Sua imagem é o reflexo de sua empresa
www.designconsulting.com.br
revista@designconsulting.com.br
Distribuição Dirigida - Venda Presencial

• O PODER DAS MARCAS

Os motivos que levam as organizações
a investir mais em suas marcas



Mídia:
Aonde sua empresa pode
chegar com a divulgação

Pag. 11

Entrevista da Edição
TÂNIA TREVISAN
A percepção em relação as marcas

Pag. 07

A sua marca gerando
bons negócios e oportunidades