

Negócio\$ & Oportunidade\$

Publicação da Design Consulting
Núcleo de Editoração e Prospecção
Ano IV - Número 015 - Março/Abril 2018


Design
CONSULTING
Uma imagem é o reflexo do seu negócio



tellexon@negociosopportunidadesbr.com.br

Distribuição Dirigida - Venda Proibida

“Há dois tipos de pessoas que não interessam
à uma boa empresa: as que não fazem o que se manda
e as que só fazem o que se manda.”

Henry Ford

LOGÍSTICA

Os desafios da logística em um país que
tem tudo para crescer, chamado Brasil

Contratação de Pessoal
O perfil ideal para
a sua empresa

Pag. 10

Entrevista da Edição
ANDRÉ RUSSO
a juventude empreendedora

Pag. 7



Estamos quase prontos

CASA

O KUMON | Unidade Centro
no mês de maio. Estamos



KUMON

Você acredita. Seu filho chega lá

Unidade Centro
Orientadora Gláucia Lopes

os para inaugurar nossa A NOVA

de Centro, estará de casa nova
peramos você para nos visitar



Matrículas abertas o ano todo! Matemática | Português | Inglês
Rua Alfredo Cruz, 227 - Centro | Tel.: 95 3623 5478 - 99126 2442

 /Kumonboavistacentro
 www.kumon.com.br

Sumário

Negócio\$
& Oportunidade\$

Ano IV | Nº 015 | Março/Abril 2018



- 07** Entrevista da Edição - André Russo
O empreendedorismo aplicado pela força da juventude em busca de resultados



- 10** Contratação
O perfil ideal para a sua empresa



- 16** Tecnologia
Aparelhos celulares: criados com uma finalidade, hoje preocupam especialistas



- 21** Arquitetura
A importância da forma e função nos projetos empresariais

- 30** Matéria de Capa
Logística: o desafio de um Brasil que padece pela falta de infraestrutura de logística

- 45** Caso de Sucesso
Brownie: da receita saudosa nasce um novo negócio



E mais...

- Feira de Negócios
- Professores de Deus
- Gestão da Crise
- Comunicação na Crise
- Planejamento e o Resultado
- Administração do Tempo
- Descontra(r)indo

EDUCAÇÃO gera
conhecimento,
conhecimento gera
sabedoria, e, só
um povo sábio
pode mudar
seu destino



FACULDADE
CATHEDRAL

www.cathedral.edu.br

EDUCAÇÃO gera
conhecimento,
conhecimento gera
sabedoria, e, só
um povo sábio
pode mudar
seu destino



FACULDADE
CATHEDRAL

www.cathedral.edu.br

A qualificação define o perfil de empreendimentos de sucesso

André Russo aposta na qualificação para que os empreendimentos não parem no tempo e que a mudança da cultura política pode revolucionar o mercado e seus agentes.

tiam A Revista Negócios & Oportunidades continua sua rodada com empresários com organizações que funcionam em Roraima e que tem em suas histórias exemplos que podem motivar a realização do sonho de muitos empreendedores e eliminar de uma vez por todas, pensamentos que limitam a busca de novas oportunidades. Nessa edição entrevistamos o empresário André Russo da Clínica ITE.

André Faria Russo, é paulistano, roraimense de coração, 38 anos, filho de comerciantes, mais velho num total de 3, casado e com um filho. Escolheu a fisioterapia como área de atuação, há 17 anos, professor universitário há 15 anos, dono do Instituto de Terapia Especializada- ITE, empresa fundada em 2008, e com sua atual sede no bairro Caçari desde 2013.



André Russo: "o empreendedor é um otimista nato, mas não perdoa injustiças ou desmandos do poder público"

Atualmente é também administrador da clínica, com cursos na área de coaching empresarial, tem um canal no YOUTUBE na área de empreendedorismo: PAPO RETO COM ANDRÉ RUSSO. Ministrante de palestras nas áreas motivacionais e empreendimentos, com foco na área da saúde.

Atualmente o ITE funciona na rua Raul Prudente de Moraes, nº 147, Caçari (atrás das Faculdades Cathedral e ao lado do Colégio SION). Conta com um quadro funcional composto por profissionais na área da saúde, entre: Médicos, Fisioterapeutas, Nutricionistas, Psicólogos, Fonoaudiólogos e Terapeutas Ocupacionais, em diversas especialidades, que atende seus

pacientes de segunda a sábado das 8 às 20h.

N&O - O que é empreender na juventude em um mercado com características tradicionais e onde o jovem até bem pouco tempo atrás era visto com desconfiança a frente das organizações?

Sei que empreender sempre nos remete a abrir o próprio negócio, ser um empresário, ou começar uma jornada na iniciativa privada, porém acredito que o fato de estar em constante investimento pessoal, melhorando o networking, tentando aprimorar conhecimentos de diversas áreas do mercado de trabalho sempre foi visto por mim como prioridade, e isso foi nos

dando uma possibilidade de resiliência maior e um preparo para qualquer tipo de adversidade que poderíamos encontrar. Mesmo com 28 anos quando dei meu primeiro passo na minha atual empresa, nunca imaginei que iríamos encontrar desconfiança no mercado devido a pouca idade e experiência na época, acreditava que nossas maiores barreiras seriam a implantação de um novo modelo de negócios na área de prestação de serviços na saúde e mostrar aos profissionais da saúde com mais tempo de formação que o mercado estava em constante mudança e que algumas delas viriam pra facilitar a vida de todos.

ANDRÉ RUSSO

Entrevista da Edição

N&O - A juventude ajudou ou atrapalhou no começo dos negócios?

Nunca parei para analisar essa questão de juventude. Acredito que a falta de experiência foi compensada pelo entusiasmo, vontade de fazer acontecer, independente de começar perfeito ou não, e acima de tudo foco no meu sonho, isso era o que me dava energia todos os dias, sempre me perguntei: "se eu desistir qual será o meu ganho"? Qual será o meu benefício? E a resposta era sempre a mesma: NADA, optei em continuar em frente e ter essa resposta mais adiante.

Ainda com relação a ser muito jovem, hoje meu conceito é que envelhecer é ótimo, porém a nossa mente deve permanecer eternamente jovem, assim podemos estar em constante aprendizado, sendo assim acho que hoje estou apenas jovem há mais tempo.

N&O -Você escolheu a área de saúde como foco de investimentos. Você havia pensando em outra área Qual? Caso negativo explique o porque da área de saúde.

Confesso que tive momentos onde cogitei mudança de ares, e sair um pouco da saúde, porém sempre escutando grandes empreendedores, uma frase bateu forte no meu ouvido: "INVISTA NO QUE VOCÊ GOSTA E NO QUE VOCÊ DOMINA, O SUCESSO TEM MAIOR CHANCE DE SE APROXIMAR".

Graduei-me em Fisioterapia, pós graduei em diversas áreas da saúde, fiz mestrado, entrei no doutorado, sempre cliniquei bastante, são mais de 15 anos atuando na área, sempre convivi com os mais diversos profissionais da área da saúde, inclusive com muitos empreendedores nessa área, sendo assim me senti mais confiante em seguir na área da saúde.

Além de ter o conhecimento técnico da área da saúde, percebi que o mercado de atendimento privado estava com uma série de lacunas a serem preenchidas, onde as duas partes estavam muito insatisfeitas: o profissional autônomo da saúde e o seu paciente, e foi aí que o Instituto de Terapia Especializado enxergou um nicho de mercado e resolvemos preencher esse vazio.

N&O - O Brasil é caracterizado pelo comportamento empreendedor, mas que devido a crise entrou num processo de retração e descrédito no mercado. Como os empresários podem superar esse momento?

Crise é uma palavra que empreendedores deveriam adorar escutar todos os dias, enquanto alguns choram outros vendem lenços. Venho de uma família de pequenos empresários que sempre variou os ramos de comércio, sempre procurando a melhor alternativa dependendo do andamento de mercado, e desde minha infância, adolescência, e juventude sempre escutei dos meus pais a seguinte frase: "ESSE ANO SERÁ APERTADO, NÃO ESTÁ FÁCIL, O BRASIL ESTÁ NUMA CRISE FINANCEIRA". Chego a conclusão que hoje essa crise é clara, mas que se amanhã o Brasil se tornar um país de primeiro mundo ainda continuaremos repetindo e escutando a mesma frase que meus pais falavam há mais de 30 anos, em resumo : sempre teremos anos difíceis e provavelmente com crises.

Empresários particularmente no Brasil matam um leão todo dia, não é fácil, principalmente porque muitas vezes somos taxados de vilões da sociedade que exploram os empregados oprimidos, ao invés de sermos vistos como geradores de empregos e riqueza.

Superar esses momentos se resume muito bem a algumas palavras: SEMPRE INOVAR, SE ADAPTAR A RESOLVER OS PROBLEMAS QUE O

MERCADO VAI MOSTRANDO, E ACIMA DE TUDO, SER UM APAIXONADO PELA ARTE DE EMPREENDER.

N&O - Os primeiros sinais dados pela economia podem ser considerados sustentáveis, ou ainda é cedo para essa afirmação? O que fazer para crescer ou pelo menos se manter em um mercado com tantas incertezas?

Infelizmente estamos num estado onde a receita ainda gira muito em torno do contracheque do funcionalismo público, isso é péssimo, e consequentemente o mercado acaba dependendo de uma situação de estabilidade ou instabilidade do ambiente político, o dinheiro público usado com irresponsabilidade acarreta, por exemplo, em atrasos das folhas salariais dos funcionários públicos e consequentemente afeta diretamente qualquer ramo empresarial.

Infelizmente Roraima ainda caminha com uma morosidade maior quando comparado a outras federações em que a iniciativa privada consegue gerar e girar riquezas dentro do estado. Tenho muita esperança de ainda ver políticos sérios e comprometidos com nosso estado, principal-mente com a iniciativa privada e o setor de produção (principalmente no agronegócio), hoje se um político quiser fazer algo pelo empreendedorismo em Roraima, a primeira coisa a parar de fazer concurso público e enxugar o estado, caso contrário respondendo a sua pergunta: SEMPRE TEREMOS INCERTEZAS EM UM MERCADO DE INCERTEZAS.

N&O - O que você acha que está faltando para Roraima se inserir no mercado nacional como algo interessante para o País?

Acho que alguns aspectos devem ser levados em consideração. Primeiro e mais uma vez sendo repe-

Entrevista da Edição

ANDRÉ RUSSO

titivo e deixando bem claro que não estou dando desculpas ou colocando responsabilidades no estado, mas para o empreendedor é muito mais complicado remar num barco onde os governantes não demonstram o mínimo de interesse em desestatizar o estado, enxugar os gastos públicos, e onde falar em concurso públicos sempre é o maior cabo eleitoral, e essa é a realidade histórica de Roraima, em resumo os político que governam nosso estado devem colocar a iniciativa privada como principal gerador de emprego e renda do nosso estado para que entremos no cenário do empreendedorismo nacional.

Segundo ponto, são as instituições de ensino, e aí incluo desde o ensino fundamental até a formação universitária, hoje vivemos um aprendizado totalmente ultrapassado e obsoleto, temos culturalmente uma preocupação em formar profissionais altamente técnicos, especializados, para serem autônomos ou funcionários públicos, porém a realidade de mercado não quer mais esse profissional, ele quer um profissional que resolva problemas da sociedade, e com essa cultura enraizada dentro do ensino, e posso falar com propriedade com esses 15 anos de professor universitário, AS UNIVERSIDADES DO BRASIL E DE RORAIMA, TODAS, SEM EXCESSÃO NÃO COLOCAM A FORMAÇÃO EMPREENDEDORA COMO UM DOS PILARES PARA ESSES ESTUDANTES. Essa realidade é péssima para o nosso estado, formamos milhares de profissionais todos os anos sem a mínima capacidade resolutive, dessa maneira é impossível nosso estado alavancar e tentar subir alguns degraus de destaque no Brasil.

Terceiro ponto a ser abordado é que os empreendedores ainda precisam e necessitam se capacitar de forma mais profissional, fazendo cursos, indo a congressos, participando de grandes

feiras nacionais, participando de oficinas e workshop e investir principalmente na sua equipe, desde a zeladora até o gerente administrativo. A empresa deve ser uma equipe onde todos tenham suas especificidades de atribuições, porém com capacidade polivalente de assumir a qualquer hora outra função dentro da empresa, isso me parece carente ainda em Roraima.

Por último desmistificar que empreender é algo exclusivamente para empresários e pra quem quer ter o próprio negócio. EMPREENDER serve pra qualquer pessoa, não importa idade, profissão ou objetivo a ser alcançado, a partir do momento que conseguirmos embutir a mentalidade empreendedora em grande parte da sociedade roraimense podemos sonhar em alcançar um lugar de destaque no cenário nacional.

N&O - Temos feitos a nossa parte? Quem está deixando a desejar na busca de um País mais sério e que deixe de ser apenas um potencial para se transformar em realidade?

Depende do ângulo que queremos enxergar, "copo meio vazio ou meio cheio"? Eu particularmente acho que melhoramos um pouco, vejo um povo brasileiro com mais iniciativa, porém muito a quem do que poderia fazer, vejo ainda uma população em grande parte esperando muito do governo, ainda com uma cultura muito assistencialista e a mentalidade de que o grande gerador de riqueza de uma nação é o governo.

Vamos muito as ruas brigar por uma série de benefícios, mas não me recorde de nenhuma manifestação exigindo a desburocratização para se abrir empresas, não vi ninguém exigindo dos parlamentares mais incentivo a geração de empregos, não vi ninguém pedindo pra ter menos concursos públicos e ampliar as parcerias público-privado, até porque hoje no Brasil se

você levanta essa bandeira você é taxado de "capitalista explorador". Desafio hoje um político dizer em sua campanha: "No meu mandato não farei mais concurso público pois atualmente a máquina do estado se encontra inchada. Não farei mais bolsas assistencialistas. Vou cortar uma série de secretarias e unidades do estado que são apenas cabides de emprego. Não vou usar minhas verbas de gabinete em benefício próprio". Em resumo estamos melhorando, mais ainda temos uma sociedade mais preocupada com a copa do mundo do que com o país mais sério e com maiores responsabilidades de fiscalização.

N&O - Qual a visão de futuro para Brasil e para o Estado de Roraima?

Como empreendedor sempre fui e serei otimista, o que não é sinônimo de fugir da realidade, e já adianto que enxergo um país melhor e Roraima evoluindo.

No Brasil alguns estados têm dado exemplos de investimentos e parcerias no setor privado, principalmente com a desburocratização, em São Paulo até 2016 demorava em média 101 dias para abrir uma empresa, hoje a média caiu para 5 dias e com objetivo para 2 dias. Muitos setores produtivos geram mais empregos e mais riqueza, chegando até as classes menos favorecidas. O Brasil tem provavelmente o povo mais criativo do mundo e isso ainda vai nos ajudar muito.

Quanto a Roraima eu enxergo plenamente que nosso futuro está no Agronegócio, temos que tomar como exemplos estados como: Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins, e Rondônia que empreenderam nessa área e hoje tem um estado mais independente da máquina pública, com menores índices de desemprego.



REGRAS PARA C

Vai contratar? Defina o perfil de col

De vendedor de loja de óculos a gestor financeiro do Ministério do Trabalho. Quais competências são necessárias para contratar um estudante que acabou de entrar na faculdade para tão importante cargo?

Para o jovem Mikael Tavares Medeiros, de 19 anos, bastou o conhecido "QI" (Quem Indica). Mas fora da esfera pública, as exigências são outras. O mercado leva a sério as competências de um trabalhador. Mas afinal, o que é competência?

Competência refere-se ao conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que permitem ao indivíduo desempenhar com eficácia determinadas tarefas, em qualquer situação. Todo profissional tem um perfil de competências técnicas e comportamentais:

Competência técnica

É o conhecimento e habilidade em técnicas e funções específicas.

Exemplo: conhecimento em gestão de projetos; técnicas de comunicação; administração; finanças.

Competência Comportamental

Está ligada a atitude e comportamentos compatíveis com as atribuições a serem desempenhadas. Exemplo: relacionamento interpessoal; liderança, iniciativa.

Para alguém ser competente, é necessário ser hábil para desempenhar sua função. Por exemplo, em um time, um jogador pode ser o mais habilidoso na hora de driblar seus adversários, porém, se ele não consegue concluir suas jogadas, ou trabalhar em equipe com o seu time, ele pode ser menos competente do que um jogador que não tenha um drible tão bom, mas que consiga se comunicar melhor com o time, se livrar das marcações e finalizar as jogadas.

No mercado organizacional o

comportamento é um diferencial competitivo para qualquer profissional que tenha como meta uma carreira ascendente dentro da empresa. Mas como saber se a pessoa contratada tem as competências e habilidades para ocupar um determinado cargo?

Existe uma técnica utilizada por recrutadores denominada "Entrevista de Eventos Comportamentais", que provoca a narrativa de eventos que a pessoa considera significativos em sua vida. Esses "eventos" são a "pista" para se descobrir como a pessoa se comportou nesses momentos. Ao analisar essas narrativas, pode-se extrair alguns tipos de comportamento e descobrir as competências dos melhores profissionais.

Mas lembre-se, é essencial ter um perfil bem definido para a atividade que a sua empresa quer que o novo colaborador execute. Se a função designada não estiver alinhada com as competências e habilidades do novo colaborador, o resultado não será

MOS GAS

CONTRATAÇÕES

laborador ideal para a sua empresa

o esperado. Pode reduzir a capacidade produtiva da equipe e aumentar os custos da contratação.

Já para o candidato a uma vaga, não basta apenas concluir o ensino médio e ter um bom Q.I. (Quem Indica) para conseguir um cargo de confiança. As empresas são exigentes quanto a contratação de novos profissionais.

Dica:

Esteja sempre disponível, procure ser voluntário (se ofereça para ajudar), estude outros idiomas, aprenda a lidar com o público, tome a frente dos projetos e mantenha-se atualizado quanto ao mercado. Capacite-se.

Por mais que sua ânsia de trabalhar seja grande, procure se candidatar as vagas que realmente combinam com você. Os recrutadores estão de olho nos candidatos para garantir que estes tenham progresso e contribuam para o desenvolvimento da empresa. Boa sorte!





FEIRA DE N

Como ter sucesso em feiras de negócios

Apresentar uma marca aliada a produtos ou serviços de qualidade, estar atento a todas as oscilações de mercado e consequentemente

As feiras e exposições comerciais têm o objetivo de conquistar, convencer e prospectar. A participação em eventos deste tipo é o início de uma estratégia comercial que busca transformar os contatos adquiridos em futuros clientes potenciais. Portanto, cabe ao expositor atentar para todos os detalhes que possam influenciar positivamente na imagem de seu produto e no contato com os visitantes. Mas antes de investir, é preciso se perguntar: minha empresa está pronta para participar de uma feira de negócios?

Volume de Negócios

Para ter chance de sucesso, procure informações sobre a feira, por exemplo, o volume de negócios gerados nas últimas edições, e especificamente, nas empresas expositoras de porte similar, e o levantamento de falhas concorrenciais, a fim de visualizar um cenário que possa te ajudar a tomar uma decisão.

Produto

São os consumidores e executivos do setor de compras das empresas que irão avaliar o que está sendo

exposto, e dependendo da reação das pessoas, o expositor pode ter êxito ou não. Se o seu produto não preenche os padrões e gostos de um mercado, você corre o risco de ter queda nas vendas e ainda a possibilidade de disseminar má impressão do seu negócio. A dica é avaliar previamente: preço, qualidade, rotulagem, especificações, cor e estilo.

Capacidade de demanda

Outro fator importante a ser avaliado antes de decidir participar de uma feira é a capacidade de atender a demanda. Se você não tem uma boa quantidade no estoque e o prazo de entrega do produto nem sempre é cumprido, então é melhor ficar de fora.

Concorrência

Participar de feiras também é uma forma de conhecer os concorrentes e estudar os produtos e as técnicas mercadológicas das empresas bem sucedidas. Isso é muito bom para você melhorar e inovar no segmento onde atua.

Marketing

Procure um profissional de publicidade e propaganda para produzir o material de divulgação, como banner, folhetos ou folders. A qualidade das informações utilizadas no material gráfico é imprescindível para a promoção comercial. Entregue os panfletos somente a clientes potenciais, em virtude do custo de produção e impressão. Outra maneira de atrair o público-alvo é o uso da internet. Aproveite o movimento da feira para fortalecer seus veículos de comunicação online. Convide as pessoas para fazer check in na sua página do Facebook, por exemplo, ou ainda cadastrar-se no seu site, em troca de algum desconto ou sorteio. O profissional de mídias sociais pode executar essas tarefas.

Stand

A primeira imagem é a que fica. Já ouviu essa frase? Então capricha na decoração do stand, mas cuidado com exageros. Não vá encher o espaço com plantas, pois podem confundir com uma floricultura. O ambiente deve estar organizado e despertar a curiosidade no visitante.

NEGÓCIOS

ios. A sua empresa está preparada?

ve ser tratado como algo estratégico já que o mercado
temente a percepção do público em relação a sua marca

Então faça diferente e inove.

Network

Agora vou falar de uma das partes mais interessantes de uma feira de negócios. Trocar ideias sobre negócios significa fazer network. Existem oportunidades de network em todos os lugares, na faculdade, no bar e em um evento. Mas o que torna a feira especial é que 100% de quem está lá pretende conhecer pessoas diferentes à espera de uma oportunidade para aperfeiçoar os resultados do negócio o qual está investindo. E as conversas nas feiras são presenciais, oportunidade rara hoje em dia. Os eventos têm esse poder de aproximar pessoas com a mesma vontade de ampliar horizontes e somar experiências.

Recepção

Muitos dos negócios são fechados graças à qualidade da acolhida dispensada pelos expositores aos frequentadores das feiras. Fracassos ocorrem, na maioria das vezes, pela má impressão causada aos visitantes e por mal desempenho das pessoas responsáveis pela recepção.

Veja 10 dicas de comportamento que fazem a diferença no atendimento

- 1- Manter sempre pessoas qualificadas no stand, como vendedor(a) consultivo;
- 2- Capacitar a equipe para prestar informações corretas e dados técnicos sobre o produto ou serviço;
- 3- Nunca se colocar a frente do ponto de atração ou de acesso ao stand;
- 4- Os expositores devem usar crachás ou camisas padronizadas com o logotipo da empresa, evitando serem confundidos com visitantes;
- 5- Receber o visitante com gentileza e manter-se em uma postura que não o intimide, de braços cruzados, por exemplo;
- 6- Evitar roda de conversas entre os vendedores no stand. Isso pode causar hesitação no visitante, pois ele não quer interromper o bate-papo particular;
- 7- Não "atacá-lo" precipitadamente, é importante que ele conheça o stand e

encontre o seu centro de interesse;

8- Banir o clássico "Posso lhe ser útil?", pois a resposta pode ser negativa. Existem expressões mais insinuativas como: "Já conhece este tipo de material?";

9- Não usar imediatamente o vocabulário técnico, pois, o possível comprador pode sentir-se incomodado com as suas explicações, como também não possuir conhecimentos técnicos aprofundados;

10- Registre a identidade das pessoas contactadas, telefone e e-mail em fichas cadastrais organizadas. No final, agradeça a visita e entregue o seu cartão de visitas.

As feiras de negócios são grandes vitrines que podem agregar valor a sua marca desde que você observe os cuidados necessários para a sua participação, bem como a estrutura mínima para receber bem os seus visitantes e causar o impacto desejado no mercado.

Fonte: Papo de Negócios
Foto: Shutterstock



SUA MAIS NOVA OPÇÃO EM
TELHAS DE CIMENTO



Resistência e beleza a toda prova



Cinza



Amarelo



Vermelho



Grafite



Damasco



Chocolate



Os professores de Deus

Os professores de Deus têm características únicas, normalmente são arrogantes, dissimulados, falsos, oscilam de comportamento como trocam de roupa, enfim, são seres danosos ao mundo

Por: Weber Negreiros Junior*

E-mail: weber.negreiros@negociosopportunidadesbr.com.br

É impressionante como falar a verdade incomoda tanta gente. Vivemos em uma sociedade que prega a criação de ambientes organizacionais ou mesmo familiares que primem pelo respeito e esqueça o medo. Uma teoria vista em todos os bancos universitários e que na prática a dificuldade de executar essa tarefa beira o impossível.

Parece que é mais fácil silenciar frente ao errado do que gritar quando é necessário acertar. Volto a dizer que o Brasil vive tempos de total inversão de valores. Estamos criando uma sociedade que é omissa, cúmplice e principalmente uma sociedade que vive em torno do assistencialismo e prega uma moralidade para o próximo e no fundo ela mesma não pratica. O pior é que com isso credenciamos - umas poucas pessoas - a falarem em nosso nome, defender "pseudos interesses" que juram ser da maioria. Lamentavelmente temos um Brasil reflexo do seu povo. Não adianta cobrar o que não temos para dar. O Brasil vive um momento em que a "Teoria do Imbecil Útil", levantada por mim e com a sigla TIU, está cada dia mais presente.

Mas o que é TIU? Nada mais é do que você se prestar ao papel de executar suas tarefas em prol de um projeto e no final você ser avaliado como algo tão insignificante, cujo o resultado positivo nada tem a ver com suas habilidades ou competências.

Nas organizações sejam públicas ou privadas, temos exemplos gri-

tantes de pessoas que se intitulam "professores de Deus", aqueles que acham que o mundo gira em torno de si e esquecem da máxima de que "ninguém faz nada sozinho". Essas pessoas adoram bajulação, elogios, puxa sacos, frases de efeito envolvendo seus nomes e esquecem que o maior passaporte para o sucesso é a humildade.

Essas pessoas também tem uma outra característica. Elas não aceitam ERRAR, para elas o máximo que acontece é um ENGANO. Elas se acham donas da verdade, não aceitam serem contrariadas e criam conceitos e preconceitos baseados na percepção dos bajuladores e puxa sacos. Para elas números quando refletem falhas de ordem pessoal não são bem aceitos e muitas vezes ERRADAMENTE deixados de lado.

Agora, a pior característica dessas pessoas é achar que o ser humano é descartável e que estar ao

seu lado é mais que um trabalho, é uma honra. Esquecem que o mundo não gira em torno dela. Nenhuma conquista é alcançada sem erros e falhas. Falta a essas pessoas a humildade em admitir tais fatos. Para eles convém, achar um culpado para toda situação do que aceitar seu papel humano passível de erros.

No mundo precisamos de apenas um Deus, que sabe de tudo, inclusive dos que querem ser seu clone ou mesmo seus professores. Precisamos nos colocar no nosso lugar, no lugar de humano, filhos de um Deus, somos cheios de defeitos, mas a semelhança do seu criador. Vamos deixar a arrogância de lado e admitir que o fracasso faz parte do sucesso e o sucesso é a correção de um monte erros que levaram você um dia ao fracasso. Vamos parar de brincar de Deus e agradecer a ele todas as nossas conquistas. Somos humanos.

* Coach, Consultor Empresarial e Conferencista





O VÍCIO DO

Um equipamento criado como o p hoje representa um fantasma

Em pesquisa realizada nos últimos meses, mais de 70% dos brasileiros que possuem smartphones não saem de casa sem eles. É fato: a tecnologia está definitivamente presente na vida cotidiana. Seja para consultar informações, conversar com amigos e familiares ou apenas entreter, a internet e os celulares não saem das mãos e mentes das pessoas. Essa realidade vem trazendo muita preocupação para famílias e mesmo organizações.

Por esse motivo, especialistas alertam: o uso excessivo dessas ferramentas pode viciar. Apesar de o distúrbio ainda não constar no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais – DSM-V, estudos recentes apontam que as mudanças causadas no cérebro pelo abuso na utilização da web e Whatsapp são similares aos efeitos de drogas químicas, como o álcool e até a cocaína.

A dependência pela tecnologia é comportamental, as outras são

químicas, mas ela causa o mesmo desgaste na ponta do neurônio que as drogas podendo dar a sensação de necessidade e abstinência da dependência química — explica Edyclaudia Gomes de Sousa, psicóloga Membro da Sociedade Brasileira de Psicologia e pós graduanda em doenças mentais e atenção psicossocial. Segundo ela, o problema é o usuário conseguir diferenciar a dependência do uso considerado “normal”, já que hoje, a internet e os celulares são ferramentas profissionais e de estudo, alertando ainda para o agravante dos jogos de vida virtual onde se constrói uma vida real/virtual que coloca em questão o que é normal e o que é saudável.

A comerciante Cristina Gonçalves, por exemplo, diz se sentir ansiosa e incomodada quando fica longe do celular, pois usa o aparelho para se comunicar com clientes. Apesar de estar ciente do uso excessivo, ela considera o telefone fundamental para o trabalho.

Ainda de acordo com Edyclaudia, a linha que separa o uso do abuso é tênue. Mesmo que se use muito o celular, isso não caracteriza o vício. Na dependência patológica, o uso excessivo está ligado a um transtorno de ansiedade, como pânico ou fobia social — afirma a especialista, esclarecendo que o nome que se dá para descrever o medo de ficar sem celular é nomofobia. “Os principais sintomas da síndrome são angústia e sensação de desconforto quando se está sem o telefone e mudanças comportamentais, como isolamento e falta de interesse em outras atividades. Isso pode indicar que a pessoa está com algum problema que precisa ser investigado” diz a psicóloga.

Atenção especial aos adolescentes

Edyclaudia Gomes chama atenção para os adolescentes, que além de fazerem uso exagerado do celular também estão sofrendo um comportamento de isolamento, ou

O CELULAR

aparelho de facilitar a vida das pessoas passando famílias e empresas

seja, passam a conversar com os amigos ao lado pelo aplicativo, como se não estivessem presentes.

"Chega a ser comum até em crianças muito pequenas, isoladas, com o celular do pai na mão em vez de estar brincando com os colegas e, com o agravante de, muitas vezes, ser cômodo para os pais, babás e cuidadores. Com os adolescentes chega a ser preocupante; tal comportamento interfere no desenvolvimento emocional do indivíduo, o que pode acarretar transtornos na fase adulta" diz a psicóloga que recomenda que os pais não deem smartphones e tablets para crianças muito novas e, principalmente monitorem como os filhos estão usando a internet e a quantidade de tempo que estão gastando na rede.

Apesar de haver por parte do governo e organizações não governamentais projetos para promover a inclusão digital e grupos de suporte emocional para tratamento de

dependência digital em alguns hospitais escolas, o ideal é que junto com os mesmos seja dado um suporte para que a profissionalização não vire vício. "Com a popularização dos smartphones, o problema tende a crescer. Quanto mais interativo é o aparelho, maior o potencial de dependência — afirma a psicóloga.

Abaixo, Edyclaudia Gomes de Sousa lista os sintomas iniciais que podem levar ao vício:

- Preocupação constante com o que acontece na internet quando está offline.
- Necessidade contínua de utilizar a web como forma de obter excitação.
- Irritabilidade quando tenta reduzir o tempo de uso.
- Utilização da internet como forma de fugir de problemas ou aliviar sentimentos de impotência, culpa, ansiedade ou depressão.
- Mentir para familiares para encobrir a extensão do envolvimento com as atividades on-line.

- Diminuição ou piora do contato social com amigos e familiares.

- Falta de interesse em atividades fora da rede.

- Comprometimento das atividades profissionais e acadêmicas, como perda do emprego ou não ser aprovado na escola.

- Lesões nas articulações dos dedos causadas pela intensa digitação.

- Automação no comportamento de buscar toda e qualquer resposta nos aparelhos.

- Insegurança quando está sem os aparelhos ou sem bateria.

Para não sofrer desse mal, os especialistas recomendam moderação, mesmo que o smartphone ou a internet sejam essenciais para determinadas atividades. E ao sentir qualquer dificuldade em ficar sem a tecnologia, mesmo quando não é realmente necessária, buscar ajuda especializada antes que um problema se torne uma patologia.



Juntas na alegria e na beleza.

VENHA CONHECER A MODELART E CONFERIR QUE A BELEZA SE ALCANÇA
COM ALEGRIA E DETERMINAÇÃO. ESTAMOS ESPERANDO VOCÊ!

QUANTO MAIS PROCEDIMENTOS, MAIS VOCÊ GANHA E PODE PRESENTEAR



* A promoção diz respeito a procedimentos individualizados e não pacotes completos como 5S, 5S kids, 5S Slim, Hidriorganum.



@modelart_estetica



Modelart Estética & Saúde



95 99125 0610

O PODER DO FAZER

Esta semana eu fui a Igreja e ratifiquei meu pensamento sobre a importância do FAZER. Foi a história de Davi e Golias, Davi um rapaz franzino, provavelmente, com no máximo 1,70 de altura e Golias, o gigante, com seus quase 3 metros. Se Davi não tivesse agido, a história provavelmente teria sido outra.

Claro que antes de fazer, ele pensou nas estratégias do como fazer antes de executar a tarefa: separou o cajado, cinco pedras e uma funda (tipo uma baladeira de criança). Ou seja ele deve ter pensado, analisado, planejado (claro que, rapidamente). Por isso levanto as seguintes premissas para a vitória do pequeno sobre o gigante.

1 – PENSE ANTES DE AGIR

Eu até brinco que pensar é de graça, mas o poder deste ato é imensurável.

Um exemplo foi quando pensamos em abrir nosso laboratório: eu e meu marido éramos apenas namorados e ficávamos pensando na ideia de montar nosso empreendimento de análises clínicas. Brincávamos dizendo que ia ficar interessante colocarmos nossos sobrenomes na empresa – Pontes dele e Albuquerque meu. Mas será que um negócio familiar (e ainda por cima de casal), daria certo? Será que o mercado não

estava saturado? Como resolver estes dilemas?

Pensamos e elaboramos um planejamento estratégico para colocarmos em prática o nosso sonho.

Por outro lado, tenho uma amiga que quer montar um negócio e pensa, pensa, pensa ... Pensa tanto que consegue ver todos os riscos e acaba nunca passando para o passo seguinte.

2- NÃO FIQUE SÓ NO PENSAMENTO, AJA!

Aquela clássica frase do filósofo francês René Descartes “penso logo existo” é linda, no entanto sugiro um complemento a ela “penso logo existo, logo faço”.

Meu pai, Marcos Albuquerque, em 1983, teve a ideia de trazer ultrassonografia para o Estado de Roraima. Na época só havia raio X para



“Não tenha medo do gigante, você pode ter um gigante dentro de você, só que mais estrategista que seu adversário”

diagnóstico e muitos não entendiam as vantagens do ultrassom. Mas ele pensou os prós e os contras e teve a coragem de agir. Hoje é referência em ultrassonografia na região.

Outro exemplo é da minha amiga, empreendedora, Cristina Rocha. Professora de ballet, veio morar em Boa Vista cerca de 25 anos atrás. Na época, uma jovem, recém casada, com seus vinte e poucos anos, chegou com seu marido nesta cidade e idealizou colocar uma escola de ballet: “não tem nenhuma, sou uma excelente profissional, tenho o mercado aberto”. Agora, por outro lado, precisou estudar questões relacionadas a investimento, desconhecimento da população sobre o produto ou serviço, questões culturais, como a falta de costume em relação a música clássica. Então pesou os prós e os contras, MAS fez o que poucos fazem: teve a coragem de agir! Hoje é uma empresária consolidada e de sucesso, com a característica nata de empreender com coragem.

3 – TENHA CORAGEM

Davi, um rapaz pequeno em relação à Golias; não se abateu com o tamanho do Gigante. Ele pensou, separou suas armas; mas teve a coragem de AGIR. Gostei muito desta história, pois todos nós temos gigantes para serem enfrentados e nem sempre a coragem para enfrentá-los. Precisamos ter a disposição de superar os medos e fazer algo que cada um sabe e deve fazer.

Tenho um amigo empresário que estava há anos querendo tomar

uma atitude em relação a sociedade dele que já não estava dando mais certo. Mas não tinha a coragem/disposição para resolver. Hoje solucionou o problema (derrubou este gigante), separou a sociedade e está muito mais aliviado, animado e disposto a enfrentar novos desafios.

Agora vocês acham que Davi, Marcos, Cristina, dentre outros, nunca erraram?

Caito Maia, dono da Chilli Beans, estava em uma praia na Califórnia quando viu muitas pessoas comprando óculos de ambulantes e quiosques nos anos 90. Daí teve a ideia de começar a vender óculos trazidos dos Estados Unidos no porta malas de seu carro para amigos e conhecidos. Ou seja, ele não ficou só na ideia, teve a coragem de agir. No entanto nem tudo foram flores: sua primeira empresa, atacadista de óculos, a Blue Velvet, quebrou. Imagine se ele tivesse desistido, não tido a coragem de superar seus erros e frustrações e ter seguido em frente, recomeçado?

Mesmo com essa adversidade, ele juntou o que sobrou de óculos e resolveu montar um stand para vendê-los. A partir daí foi surgindo a Chilli Beans.

4 – ASSUMA O ERRO RAPIDAMENTE E RESOLVA O QUE TEM QUE SER RESOLVIDO

Muitas vezes lemos histórias de sucesso, mas que não mostram os erros e percalços que aquela pessoa passou. Acredite, todos nós já

“Nem sempre o que vence é o mais competente, e sim o que tem mais habilidades”.



erramos um dia! A diferença é que quem mais errou e superou o erro aprendendo com eles, tende a se diferenciar, se destacar no mercado.

Caito, com certeza, aprendeu com os erros cometidos na Blue Velvet, superou e aplicou a solução no seu novo empreendimento.

Eu falo, ser empresário não é para qualquer um, tem que ser doido (no bom sentido). Pois o empreendedor tem que encarar seus gigantes diariamente, não pode desistir e nem só se manter no mercado; ou a empresa cresce ou ela morre. Para isso ele precisa pensar antes de agir, ter a coragem e fazer o que tem que ser feito, estar sempre assumindo e aprendendo com os erros, além de resolver os problemas que aparecem.

Espero que essas dicas o tenha ajudado a agir e nos vemos na

Por: Paloma Pontes de Albuquerque



Paloma Pontes de Albuquerque: formada em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Brasília em 2008, desde então sempre foi empreendedora - inicialmente com vendas diretas e hoje na administração de duas empresas, a Clínica Albuquerque (desde 2011) e o Laboratório Pontes de Albuquerque (desde 2015). Tem MBA Compacto em Gestão de Clínicas e vive em constante aprendizado. Email: palomaalbuquerque1@gmail.com



AMBIENTE PLANEJADO

Como a comunicação visual do ambiente pode dar credibilidade a sua marca?

Já imaginou chegar em um local e se deparar com paredes sujas, obra inacabada, cadeiras quebradas, desorganização visível? Se for a casa de alguém, vai se esforçar para não voltar ao local, se for empresa, vai procurar o concorrente e esquecer que esteve em um ambiente tão incômodo.

Como evitar essa má impressão no cliente, fazer com que ele sinta aconchego, bem estar e, principalmente, desejo de retornar? Islane Fernandes e Júnior Bezerra, arquitetos de interiores falam da importância da forma e a função dos projetos empresariais e como deixar um ambiente agradável, harmônico e funcional.

Antes de achar que arquiteto é para quem tem muito dinheiro ou que hoje tem a internet para ajudar nas escolhas é preciso entender que esse quesito também é um investimento e vai evitar que você refaça o projeto de construção, evitar que perceba só depois que seria melhor outra janela ou uma porta mais ampla. As chances de necessitar de uma reforma futura serão menores!

Os detalhes do seu negócio, desde a fachada, mobília, vitrine e uniformização de profissionais devem estar alinhados com o conceito da marca. É nisso que o arquiteto de interiores pode te auxiliar, a organizar as necessidades estruturais e melhorar a experiência do cliente. No final, a contratação de um arquiteto vai

viabilizar a durabilidade da obra.

Cores vibrantes ou opacas?

Depende do tempo que você deseja disponibilizar ao cliente. E sim, elas fazem toda a diferença no ambiente. Algumas cansam e entediam o público, outras passam sensações de alegria. Por exemplo, nos fast foods o fluxo de pessoas é mais intenso, comprar, comer, sair e deixar o lugar para o outro cliente.

E a iluminação, natural ou artificial?

A preferência é sempre pela natural. Deve-se pensar no espaço que o cliente vai ocupar dentro da empresa, oferecer espaços climati-

zados, mas também permitir a escolha de ambiente ao ar livre.

Quantidade de espaço para alojamento de mercadoria, espaçamento de uma cadeira para outra, entradas e saídas dos locais, balcão de atendimento, acessibilidade são alguns dos itens pensados estrategicamente pelos arquitetos.

O profissional vai identificar a realidade de cada empresário, o orçamento que ele dispõe, o público-alvo, o espaço disponível, a proposta do local e o estilo do empresário. Independente se for um restaurante, um consultório, um café ou uma revendedora de automóveis, o espaço deve transmitir conforto.



Islane Fernandes e Júnior Bezerra, sabem que a forma e a função no resultado dos projetos são determinantes.

Até os espaços pequenos criam vida com os arquitetos. Cada centímetro é projetado, aproveitado para ser útil. Os projetos valorizam o local, melhorando a satisfação de quem usufrui do espaço, possibilita a indicação a outras pessoas e consequentemente potencializa a venda.

SAIBA MAIS

Você sabia que o branco é muito usado em ambientes pequenos para dar a sensação de amplitude? A cor transmite sensação de limpeza, pureza e frescor.

Aproveite cada canto, até aqueles pouco utilizados. Invista em armários nas quinas, prateleiras nos cantos, eles ajudam na organização.

Prefira lâmpadas de LED: além de serem mais econômicas, não esquentam e ajudam na eficiência



O resultado de um bom ambiente está no equilíbrio entre forma e função

energética do ar condicionado do escritório.

Papel de parede:

Uma sugestão é colocar o

papel em apenas uma parede, ela pode te passar inspiração. Atenção, evite estampas miúdas ou listras, elas cansam a visão.

Por: Amanda Teixeira

- Palestras • Workshops • Clínica da Empresa • Cursos in Company
- Consultoria Empresarial • Diagnóstico Estratégico



Sua imagem é o espelho do seu sucesso

A Consultoria Empresarial representa uma ferramenta de gestão que auxilia na tomada de decisão

Produtos com exclusividade da Design Consulting

Seu caminho para o sucesso pessoal e profissional.



Entrevista
Trainer Adriano

O que é a Dale Carnegie?

Somos a primeira empresa de treinamento inter pessoal e profissional com certificação ISO9001. Fundada em 1912, com 106 anos de atividade ininterrupta, atuamos em 93 países e estamos no Brasil desde 1961.

Qual a ligação da instituição Dale Carnegie com o Livro: Como fazer amigos e influenciar pessoas?

Dale Carnegie, o fundador, escreveu dois dos maiores best-sellers indicados nas principais listas de livros de negócios. Juntos, "Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas", e "Como Evitar Preocupações e Começar a Viver" venderam mais de 90 milhões de exemplares.

Além disso, "Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas" é considerado o 13º livro de negócios mais influente de todos os tempos pela Time Magazine.

Quem pode fazer o treinamento da Dale Carnegie?

Donos de empresas, gerentes, líderes de equipe, profissionais liberais, autônomos... Enfim, qualquer pessoa que queira uma mudança real em sua vida pessoal e profissional.

Como funciona o processo Dale Carnegie de Retorno Sobre o Investimento?

Cada participante dos processos Carnegie é submetido aos planos de retorno sobre o investimento. Estes, por sua vez, mensuram o resultado de seu treinamento e os avanços pessoais. Tal processo auxilia a linha de gestão empresarial a estabelecer uma conexão de liderança na administração de resultados.

O processo da Dale Carnegie é recomendado para quem precisa de resultados imediatos?

Diferente dos processos acadêmicos como graduações e pós-graduações, os processos Dale Carnegie geram resultado imediato. Ajudamos pessoas a mudarem suas formas de pensar e sentir, trazendo melhorias à autoestima, autoconfiança e autocontrole de cada integrante. Assim, todas as interações com ambientes e pessoas, por mais desafiadores que sejam, também melhoram.

Quais cidades de Roraima possuem este treinamento?

No momento apenas na Capital Boa Vista.

Quando surgirão novas turmas?

Estamos com inscrições abertas todos os meses aqui na cidade de Boa Vista.

Adriano, pode nos deixar seu contato caso algum leitor da revista tenha interesse em fazer o treinamento?

Sim, claro!

Meu número é (95) 98803-1000, estamos também no facebook: dalecarnegie MS/MT/RR/AM





Laboratório Clínico Pontes de Albuquerque

**RESULTADOS
ONLINE**

**COLETA
DOMICILIAR**

(95) 3224-9197

99133-6877

📞 98111-3480

ROOSEVELT PONTES DA SILVA JÚNIOR
DIRETOR TÉCNICO E BIOQUÍMICO - CRF/RR 117

PALOMA PONTES DE ALBUQUERQUE
DIRETORA ADMINISTRATIVA - CRA 3-1820

Unidade Centro | Rua Coronel Mota, 1409

Unidade Raiar do Sol | Av. Estrela Dalva, 785

www.pontesdealbuquerque.com.br



Gestão de Crise

Tão importante como olhar a crise é saber a forma certa de se comunicar

Toda organização é vulnerável a crises. O tempo de brincar de avestruz acabou. Você pode até brincar, mas seus stakeholders não irão compreender ou perdoar porque eles viram o que aconteceu com Fukushima, Penn State, o caso Sandusky, British Petroleum, Deepwater e WikiLeaks. Se você não se preparar, você vai sofrer mais danos. Quando eu olho para os planos relacionados com a Gestão de Crises, durante a realização de uma auditoria de vulnerabilidade (o primeiro passo na preparação para crises), o que eu muitas vezes encontro é a incapacidade de resolver os muitos problemas de comunicação relaciona-dos com a crise ou uma resposta-desastre. A liderança organizacional não entende que, sem comunicação interna e externa adequadas, utilizando os melhores canais possíveis para alcançar cada grupo de stakeholders:

- A resposta operacional não vai funcionar.
- Os stakeholders não irão saber o que está acontecendo e rapidamente irão se tornar confusos, com raiva, e negativamente reativos.
- A organização será percebida como incapaz, na melhor das hipóteses, e criminalmente negligente, na pior das hipóteses.

- O período de tempo necessário para trazer uma solução completa à questão negativa será estendido, muitas vezes de forma dramática.

Os passos básicos de uma efetiva comunicação de crise não são difíceis, mas eles requerem um trabalho prévio, a fim de minimizar os danos. Quanto mais lenta a resposta, mais dano ocorrerá. Então, se você é sério sobre a preparação para crises e para a resposta, leia e execute estes 10 passos de comunicação de crise. Os primeiros sete podem e devem ser implementados antes de qualquer crise ocorrer.

Os dez passos da comunicação de crise

Pré-crise

1. Antecipe-se às crises

Se você está sendo proativo e se preparando para crises, reúna sua equipe de comunicação de crise para sessões intensivas de brainstorming sobre todas as crises potenciais que poderiam ocorrer em sua organização. Há pelo menos dois benefícios imediatos para este exercício:

- Você pode perceber que

algumas das situações são evitáveis, pela simples modificação dos métodos já existentes de operação.

- Você pode começar a pensar em possíveis respostas, sobre cenários do melhor case ou do pior case de crise, etc. Melhor agora do que quando sob a pressão de uma crise real.

Em alguns casos, naturalmente, você sabe que uma crise vai ocorrer porque você está planejando para criá-la - por exemplo, com programas de demissão voluntária de funcionários, ou para fazer uma grande aquisição.

Existe um método mais formal de recolher esta informação que eu chamo de uma "auditoria de vulnerabilidade", sobre o qual a informação está disponível aqui.

Este processo de avaliação deve levar à criação de um Plano de Resposta à Crise que é um modelo exato para a sua organização, que inclui componentes operacionais e de comunicação. As demais etapas, a seguir, delineiam alguns dos principais temas que devem ser abordados na seção de comunicação do plano.

2. Identifique sua equipe de Comunicação de crise

Uma pequena equipe de executivos sêniores deve ser identificada para servir como Equipe de Comunicação de Crise da sua organização. O ideal é o CEO da organização liderar a equipe, com um alto executivo de relações públicas da empresa e assessores jurídicos como principais assessores. Se o seu Relações Públicas orgânico não tem suficiente expertise em comunicação de crise, pode optar por manter uma agência de comunicação ou um consultor independente com essa especialidade.

Outros membros da equipe são, geralmente, os chefes de suas principais divisões organizacionais, uma vez que qualquer situação que se eleva ao nível de se transformar em crise vai acabar afetando toda a organização. E, às vezes, a equipe também precisa incluir aqueles com conhecimento especial relacionado ao tema da crise atual, por exemplo, especialistas de assuntos específicos.

Deixe-me dizer uma palavra sobre a equipe jurídica. Durante uma crise, um conflito natural pode surgir entre as recomendações do consultor jurídico da organização, por um lado, e os do conselho de relações públicas, de outro. Embora possa ser legalmente prudente não dizer nada, esse tipo de reação pode deixar a organização em maus lençóis no que respeita às relações públicas, potencialmente tão prejudicial, ou ainda mais prejudicial do que qualquer desdobramento financeiro ou jurídico.

Felizmente, mais e mais assessores jurídicos estão se tornando conscientes desse fato e estão trabalhando em estreita cooperação com o conselho de relações públicas.

A importância desse entendimento não pode ser subestimada. O tribunal da opinião pública levou a Arthur Anderson, tida como a mais respeitada empresa de contabilidade internacional no mundo, para fora do negócio, e não foi um tribunal de justiça.

Os rendimentos de um grande número de celebridades sofreram grandes perdas quando patrocinadores os abandonaram, devido à publicidade negativa. Países inteiros tiveram suas ambições frustradas - ou proteladas - como consequência de seus julgamentos no tribunal da opinião pública.

3. Identifique e treine porta-vozes

Categoricamente, qualquer organização deveria assegurar, através de uma política de formação adequada, que apenas porta-vozes autorizados falassem por ela, e isto é particularmente importante durante uma crise. Cada equipe de comunicação de crise deve ter pessoas que tenham sido pré-selecionadas e treinadas, para serem o escudo ou porta-vozes de backup para os diferentes canais de comunicação.

Todos os porta-vozes da organização, durante uma situação de crise devem ter:

- As competências adequadas;
- A posição correta;
- O direito de formação.

Eu conheci executivos de nível sênior que poderiam ficar na frente de um público numa conferência para mil pessoas, sem medo e se sair muito bem - mas que poderiam ficar virtualmente desestabilizados, quando eles sabiam que uma câmera de vídeo estava apontada com objetivo de uma entrevista exclusiva.

Eu também conheci escritores muito eficientes que provavelmente, nunca deveriam dar entrevistas, porque são demasiado propensos a se atrapalhar, utilizando esse formato de comunicação.

Combinar as habilidades de um potencial porta-voz com suas atribuições como membro da Equipe de Comunicação de Crise é crítico.



A equipe deve ficar atenta a todas as oscilações de mercado e ser ágil na comunicação na hora certa

A posição correta

Alguns porta-vozes podem naturalmente se destacar em todas as formas de comunicação de crise - mídia tradicional, mídias sociais, B2B, comunicação interna, etc. Outros podem ser mais limitados. Apenas alguns tipos de crises, altamente sensíveis (por exemplo, os que envolvem perda significativa de vida), praticamente obrigam o executivo-chefe ser o porta-voz principal a menos que haja muito boas razões para o contrário. O fato é que alguns executivos são líderes organizacionais brilhantes, mas não são muito efetivos na comunicação pessoal. A decisão sobre quem deve falar é feita após o desencadear da crise -, mas o conjunto dos potenciais porta-vozes deve ser identificado e treinado com antecedência.

Os porta-vozes não necessitam apenas da comunicação pela mídia, mas para todos os tipos e formas de comunicação, interna e externa, inclusive gravar com câmeras, em reunião pública, em reuniões de funcionários, etc. Você realmente não quer tomar decisões sobre os muitos diferentes tipos de porta-vozes, enquanto estiver "sob fogo cruzado".

4. Treinamento de porta-voz

Duas citações típicas de bem intencionados executivos da organização resumem a razão pela qual os seus porta-vozes devem receber formação profissional em como falar com a mídia:

"Eu conversei com aquele bom repórter por mais de uma hora e ele não usou a notícia mais importante sobre a minha organização.»

"Eu já falei muito em público. Eu não vou ter nenhum problema nessa audiência pública".

Em relação ao primeiro exemplo, há centenas de pessoas espetadas pelo programa da CBS "60

Minutes" ou da ABC "20/20", que pensavam que sabiam como falar com a imprensa. No segundo caso, a maioria dos executivos que teve que participar de uma audiência pública hostil voltou para casa desejando que estivessem usando um par de fralda descartável. Eles não aprenderam, com antecedência, as diferenças críticas entre PR proativa, que se concentra em promover a sua organização, e em comunicação de crise, que se destina a preservar sua organização.

Todas as partes interessadas, internas e externas, são tão capazes de incompreensão ou má interpretação de informações sobre a sua organização como a mídia, e é sua a responsabilidade de minimizar a chance de que isso aconteça. Treinamento de porta-voz (Media Training) ensina você a ser preparado, para estar pronto para responder de uma forma que otimiza a resposta de todos os stakeholders.

5. Estabeleça Notificação e Sistemas de Monitoramento

Sistemas de notificação

Lembra quando a única maneira de chegar a alguém rapidamente

era por um único número de telefone ou fax, supondo que eles estavam lá para receber também?

Hoje, nós temos que ter - imediatamente à mão - os meios para atingir os nossos stakeholders internos e externos, utilizando várias modalidades. Muitos de nós temos vários números de telefone, mais um endereço de email, e podemos receber mensagens de fax ou SMS (texto). Programas de mensagens instantâneas, seja público ou privado, também são muito populares para uso profissional e pessoal. Nós podemos até mesmo enviar mensagens de áudio e vídeo via e-mail. E depois, é claro, ainda há a mídia social.

Esta pode ser a melhor e mais rápida maneira de chegar a algumas das nossas partes interessadas, mas a criação de contas de mídia social para esta finalidade e a obtenção de um número de seguidores, amigos ou contatos em várias plataformas de mídia social (por exemplo, Facebook, LinkedIn, Google+) não é algo que você pode fazer após o desencadear de uma crise, porque em nenhum lugar a notícia de uma crise se espalha mais rápido e fora de seu controle do que nas mídias sociais.



É fundamental que a comunicação da crise tenha um só tom, por isso a necessidade de um porta voz na organização

É absolutamente essencial, na fase pré-crise, estabelecer sistemas de notificação que lhe permitirão chegar rapidamente a seus stakeholders usando várias modalidades. A catástrofe dos tiros, no campus da Virginia Tech, onde email era o único meio de alertar os alunos, inicialmente, prova que o uso de uma única modalidade pode tornar uma crise ainda pior. Alguns de nós podem estar no email constantemente, outras nem tanto. Alguns de nós podem receber nossas chamadas de celular ou mensagens rapidamente, outros não. Se você usar mais de uma modalidade para alcançar seus stakeholders, as chances são muito maiores de que a mensagem irá ser efetiva.

Por um longo tempo, muitos de nós, na gestão de crises, contou com a fora de moda "árvore de telefone" e com equipes de chamadas para controlar as pessoas. Felizmente, hoje há tecnologia - oferecida por vários fornecedores para aluguel ou compra - que pode ser configurada para automaticamente localizar e entrar em contato com todos os stakeholders em seu banco de dados pré-estabelecido e continuar a tentar alcançá-los até que eles confirmem (por exemplo, pressionando um certo número num teclado de

telefone) de que a mensagem foi recebida. Tecnologia que você pode acionar com uma única chamada ou email.

Sistemas de Monitoramento

Serviços de inteligência e informação são componentes essenciais tanto da prevenção de crises quando da resposta à crise.

Saber o que está sendo dito sobre você nas redes sociais, na mídia tradicional, por seus empregados, clientes e outras partes interessadas, muitas vezes permite você pegar uma "tendência" negativa que, se não for controlada, se transforma em uma crise.

Da mesma forma, monitorar o feedback de todas os stakeholders, durante uma situação de crise, permite adaptar com precisão estratégia e táticas.

Ambos exigem sistemas de monitoramento estabelecidos previamente. Para a mídia tradicional e social, o Google Alert é o favorito dos sites gratuitos. Há uma variedade de serviços de monitoramento pagos, que não

fornece apenas monitoramento, mas também a capacidade de relatar os resultados em uma série de formatos úteis para os planejadores. Monitorar outros stakeholders significa treinar o pessoal que tem contato na linha de frente com esse público (como, por exemplo, "Atendimento ao Cliente") para relatar o que estão ouvindo ou vendo para a tomada de decisão do seu Time de Comunicação de Crise.

6. Identifique e conheça os seus Stakeholders

Quem são os stakeholders internos e externos que são importantes para a sua organização? Eu considero os funcionários seu público mais importante, porque cada funcionário é um representante PR e gestor de crises para a sua organização queira você ou não! Mas, enfim, todos os interessados vão estar falando sobre você para os outros e não será na sua lista de contatos. Por isso, é decisivo para você garantir que eles recebam as mensagens que você gostaria que eles repetissem nos outros lugares.

7. Crie comunicados prévios

Embora a redação final da mensagem deva aguardar a eclosão de uma crise real, "statement" prontos, mensagens prévias para uso imediatamente após o desencadear de uma crise podem ser construídos com antecedência, para serem usados para uma ampla gama de cenários em que a organização pode ser percebida como vulnerável, com base na avaliação que você fez no Passo 1 deste processo. Um exemplo de "statement" pronto para uma cadeia de hotéis, com propriedades atingidas por um desastre natural, antes que a sede da organização tenha qualquer informação factual negativa, poderia ser:

"Nós implementamos o nosso plano de resposta à crise, colocando a maior prioridade sobre a saúde e segurança dos nossos clientes e funcionários."



"Nossos corações e mentes estão com aqueles que estão em perigo, e esperamos que eles estejam bem."
"Nós estaremos fornecendo informações adicionais quando elas estiverem disponíveis e iremos publicá-las em nosso site"

A Equipe de Comunicação de Crise da organização deve rever regularmente esses comunicados prévios para determinar se eles necessitam de revisão ou se declarações para outros cenários também precisam ser desenvolvidos.

Pós-crise

8. Avalie a situação de crise

Reagir sem informação adequada é uma situação clássica do "atirar primeiro e perguntar depois", na qual você pode ser a primeira vítima. No entanto, se você tiver feito antecipadamente o que foi previsto acima, é uma questão "simples" de ter a Equipe de Comunicação de Crise como receptora das informações vindas de membros de sua equipe, garantindo o tipo certo de informações que está sendo providenciada para que você possa proceder determinando a resposta apropriada.

Avaliar a situação de crise é, portanto, o primeiro passo da comunicação de crise que você não pode fazer previamente. Se você não tiver preparado com antecedência, a sua reação será adiada pelo tempo que leva sua equipe in-house ou consultores contratados para executar rapidamente as ações dos passos de 1 a 7. Além disso, uma estratégia e uma equipe de comunicação de crise criadas às pressas nunca são tão eficientes quanto aquelas planejadas e ensaiadas com antecedência.

9. Finalize e adapte mensagens-chave

Com comunicados prontos disponíveis como ponto de partida, a equipe de comunicação de crise deve continuar a desenvolver as mensagens

específicas de crise necessárias para qualquer situação. A equipe já sabe, categoricamente, que tipo de informação os seus stakeholders estão procurando. O que aqueles stakeholders deveriam saber sobre esta crise? Faça isso simples. Tenha no máximo três mensagens principais que vão para todas os stakeholders e, se necessário, algumas mensagens públicas específicas para grupos individuais de stakeholders.

10. Análise o pós-crise

Após o material bruto não estar mais interagindo com as lâminas rotativas, a pergunta que deve ser feita: "O que podemos aprender com isso?"

A análise formal do que foi bem feito, o que foi feito de errado, o que poderia ser feito melhor da próxima vez e como melhorar vários elementos de preparação para as crises é outro atividade obrigatória para qualquer Equipe de Comunicação de Crise. Eu desenvolvi um processo formal para realizar isso, mas até mesmo uma sólida sessão doméstica de brainstorming pode fazer o trabalho.

"Isso não pode acontecer a nós"

Quando o CEO ou CFO (Chief Financial Officer) de uma forte organização olham para o custo da elaboração de um plano de comunicação de crise, seja um grande investimento de tempo num profissional da empresa ou a retenção de um profissional de fora, mediante uma gratificação substancial, é tentador para eles fantasiarem "Não pode acontecer com a gente "ou" se acontecer conosco, podemos lidar com isso de forma relativamente fácil"

Felizmente, esse tipo de comportamento como avestruz está rapidamente se tornando uma coisa do passado. No entanto, eu sei que quando tudo estiver dito e feito, milhares de organizações atingidas por desastres naturais ou provocados pelo homem terão sofrido muito mais danos do que

teria ocorrido se tivessem um plano de comunicação de crise totalmente pronto no local. Isto também tem sido dolorosamente verdade para um grande número de clientes aos quais eu tenho servido ao longo dos últimos 30 anos. Mesmo o melhor profissional de gerenciamento de crise se projeta - com mais danos que ocorrem o tempo todo - quando a organização não tem infraestrutura de comunicação de crise montada.

Últimas palavras – por enquanto

Eu gostaria de acreditar que as organizações em todo o mundo estão finalmente "levando a sério" a preparação de crise, se estamos falando de comunicação de crise, resposta a desastres e continuidade de negócios. Certamente, a demanda do cliente para preparação prévia (para as crises) tem aumentado dramaticamente na última meia década, pelo menos para a minha consultoria. Mas eu temo que haja, de fato, pouca mudança no que eu disse no passado - que 95% das organizações americanas permanecem ou completamente despreparadas ou significativamente sub-preparadas para crises. E os meus colegas no exterior relatam pouco melhor, e as estatísticas, às vezes pior.

Escolha ser parte da minoria preparada. Seus stakeholders irão apreciá-lo!

*Jonathan L. Bernstein, presidente da Bernstein Crisis Management, Inc. tem mais de 30 anos de experiência em Crisis Management.

É um dos maiores especialistas em gestão de crises nos EUA. Mantém um Blog e uma Newsletter sobre o tema, há vários anos. É autor dos livros Manager's Guide To Crisis Management e de Keeping the Wolves at Bay. - Media Training.

Tradução: João José Forni e João Paulo Forni
*Tradução e publicação com autorização do autor. O texto original em inglês "The 10 Steps of Crisis Communications" foi publicado no site www.bernsteincrisismanagement.com.



OS DESAFIOS DA LOGÍSTICA

○ BRASIL TEM TUDO PARA CRESCER MAS ESBARBA

Normalmente quando se fala em logística, sempre se faz uma associação direta às questões no que diz respeito ao mercado de transportes, porém, é um assunto muito mais complexo que rompe as barreiras indo muito além do auxílio no trânsito de produtos e mercadorias.

A logística envolve todo um planejamento que inclui controle de armazenagem e estoques, assim como a circulação e distribuição dos produtos envolvidos. Dessa maneira, a logística tem como um dos seus objetivos principais, além de fazer uma ligação entre todos os setores citados anteriormente, realizar um trabalho para reduzir ao máximo qualquer tipo de desperdício pois, posteriormente, representará um possível ganho financeiro a longo prazo. Especialistas nessa área, costumam recomendar que as empresas designem um funcionário que seja o responsável por monitorar, orientar e

evitar possíveis falhas em todo o processo logístico. Por isso, muitas instituições de educação já estão preparando profissionais para o mercado, com cursos técnicos e até mesmo cursos de graduação na área, além de que, este profissional precisa ser bastante flexível em todo o processo de logística.

Diante toda a importância que a logística representa no dia a dia das empresas que lidam com esta questão de entrada e saída de produtos, especialistas se arriscam a listar algumas dificuldades que as corporações precisam estar atentas para que todo o processo não seja corrompido e o cliente acabe por insatisfeito. Confira pontos que merecem atenção:

Distribuição

A distribuição está diretamente ligada a questão do transporte

dos produtos até o seu destino final. Por isso, não importa qual será o meio em que as mercadorias serão transportadas (por mar, ar ou terra), precisa existir uma atenção mais do que redobrada nesse item. Visto que, tanto portos, quanto rodovias podem apresentar possíveis imprevistos, como obras inesperadas, tráfego intenso, dentre outras questões, que exigem do profissional responsável pela logística, mais do que atenção, uma total flexibilidade e capacidade de resolver imediatamente qualquer imprevisto.

Acompanhamento por softwares

Para manter o processo logístico sempre atualizado, o investimento em equipamentos de informática se faz bastante necessário, pois dessa forma será possível ter um acompanhamento preciso e sem falhas no momento da tomada de decisões.



RA NA FALTA DE INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

Os equipamentos de tecnologia da informação são bastante úteis quando se mantém um estoque e ajudar os profissionais no controle de entrada e saída de mercadorias, além de que, o controle envolvendo planilhas será muito mais prático.

Capacitação de profissionais

Conforme comentamos anteriormente, existem inúmeras instituições de educação que formam profissionais capacitados para atuar com a logística. Mesmo assim, existem poucos profissionais especializados nessa área no Brasil. Essas instituições instruem os futuros profissionais com teorias que envolvem economia, transporte, armazenagem, distribuição e infraestrutura. Cabe às empresas investir para que seus profissionais busquem essa capacitação, ou até mesmo, os próprios donos das companhias.

Centros de armazenagem

Os pavilhões com sistemas de controle de estoque se fazem necessários, pois em muitos casos, ajudam a contemplar algumas demandas inesperadas, mesmo que passe pela máxima “material em estoque é dinheiro parado”. Para que essas questões não prejudiquem todo o processo, os investimentos em softwares, descritos no item anterior, serão a peça fundamental para que os estoques funcionem a todo vapor. Da mesma forma que ajudarão quando se precisar calcular a demanda exata a se manter nos centros de armazenagem.

Meio ambiente

Questões que envolvem o meio ambiente devem estar na lista de prioridades de qualquer corporação. Demonstrar esta preocupação

constante com o nosso planeta passa uma imagem muito positiva e traz credibilidade aos produtos e serviços envolvidos. Pois uma empresa que se preze, precisa estar ciente em fazer os descartes corretos de materiais na natureza, trarão benefícios futuros a todos, e uma consciência plena de estar fazendo o bem.

Dessa maneira, é possível ter uma ideia de quais as dificuldades e desafios que as corporações enfrentam quando precisam implantar o processo de logística, da mesma forma que apresentamos e antecipamos algumas soluções para a área.





Infraestrutura do setor logístico no Brasil

Um dos fatores que mais atrapalham o desenvolvimento do ramo logístico no país é a falta de infraestrutura, principalmente no modal rodoviário. Enquanto a área de logística inova em alternativas para superar crises financeiras internas e externas, investe em espaço para armazenagem e faz de tudo para absorver e dar conta de variados tipos de demanda, o setor sofre por ter uma concentração de 60% das suas atividades em estradas, que apresentam algum tipo de deficiência em 73,9% dos casos.

A impressão que se tem é que as empresas precisam lutar contra uma correnteza sem trégua. Em vez de aumentarmos a força e a potência para vencermos a maré, ela vem nos engolindo. Países como os Estados

Unidos e Japão e o continente europeu chegam a investir de 25% a 30% em soluções logísticas. Aqui no Brasil as empresas que mais dão importância ao setor não passam dos 5% em investimentos. Se a corda estoura do lado mais fraco, nesse caso é o Brasil que sai perdendo e já deveríamos estar, há muito tempo, com as luzes de alerta acesas.

A logística responde por uma boa parte do lucro do setor produtivo, mas a visualização desse lucro não é tão evidente, talvez por isso ocorra tanto desdém. O entendimento de que evitar o desperdício e otimizar as operações gera divisas está consolidado em poucas empresas, que, quanto mais organizadas forem, menos tempo levarem em seu ciclo de trabalho, mais poderão investir em

outras áreas como, por exemplo, tecnologia.

Fato é que não dá para simplesmente pararmos com todas as atividades esperando a boa vontade do governo. Como bons brasileiros que somos o jeito é seguir apostando em melhorias unitárias. Se cada empresa seguir a caderneta à risca, aos poucos o setor logístico tomará corpo e, assim, esperamos que em um futuro bem próximo, recebamos a devida importância.

A logística representa um grande gargalo no desenvolvimento do País, mas as obras estruturantes sempre cedem lugar as políticas assistencialistas e que nada ajudam no desenvolvimento de uma nação.



A importância do Planejamento nos resultados

As empresas privadas todos os dias são colocadas a prova com relação a carência de recursos circulantes, necessitando que seja revisto todo o planejamento em função de fazer mais com menos.

A medida que o mundo evolui os mercados precisam estar preparados e acompanhar suas mudanças de forma que as empresas adotam novas formas de alcançar seus resultados. Mas é importante que visem manter a eficiência de seus processos e muitos são os "pratinhos" que uma organização precisa equilibrar.

Equilibrar a aplicação dos conceitos de eficiência e eficácia em gestão não é simples, exige uma liderança forte à frente de um time realmente capaz de transformar metas em resultados sem perder a qualidade dos processos, minimizando custos e, principalmente, valorizando a satisfação do cliente.

Mas, que ações podem ser adotadas pelas empresas, através de seus profissionais, para que possam alcançar seus objetivos e metas proporcionando crescimento sem perder o foco na eficiência de seus processos?

Um modelo novo de gestão tem sido adotado por muitas empresas atualmente e a partir das suas conquistas vem obtendo reconhecimento e ganhando cada vez mais espaço nas organizações: é a gestão por resultados.

A gestão por resultados visa o alcance dos objetivos organizacionais e está aberta a novas formas de realizar processos de forma a proporcionar a empresa o alcance mais rápido de seus objetivos. Uma grande vantagem desse tipo de gestão é a flexibilidade proporcionada nos meios e formas de agilizar e realizar suas ações e processos.

No entanto, alguns ingredientes fundamentais precisam ser somados a essa flexibilidade, a começar pelas lideranças da empresa que devem ser mais participativas e proporcionar a equipe autonomia de forma que, cada integrante compreenda a importância de sua contribuição nos resultados através da

autorresponsabilidade.

A grande vantagem desse tipo de gestão está justamente na participação de todos os envolvidos e no engajamento de toda a equipe no cumprimento de suas tarefas e metas. Isso torna a percepção dos profissionais envolvidos maior no que diz respeito a importância da sua contribuição para o alcance dos resultados organizacionais gerando um ambiente mais saudável, motivado e criativo.

Para que a gestão de resultados possa acontecer é fundamental realizar um estudo da atual realidade organizacional para que a partir desse ponto possam ser estabelecidas as metas a serem alcançadas em determinado período. A comunicação desses objetivos e metas à equipe precisa ser clara e direta e cada um ter definido qual o seu papel no processo. De modo a facilitar o entendimento de como estabelecer esse tipo de gestão na sua empresa adote as seguintes estratégias:

1. Planejamento:

Revise seu planejamento estratégico, bem como seus objetivos organizacionais e verifique se estão condizentes com a nova realidade proposta.

2. Objetivos

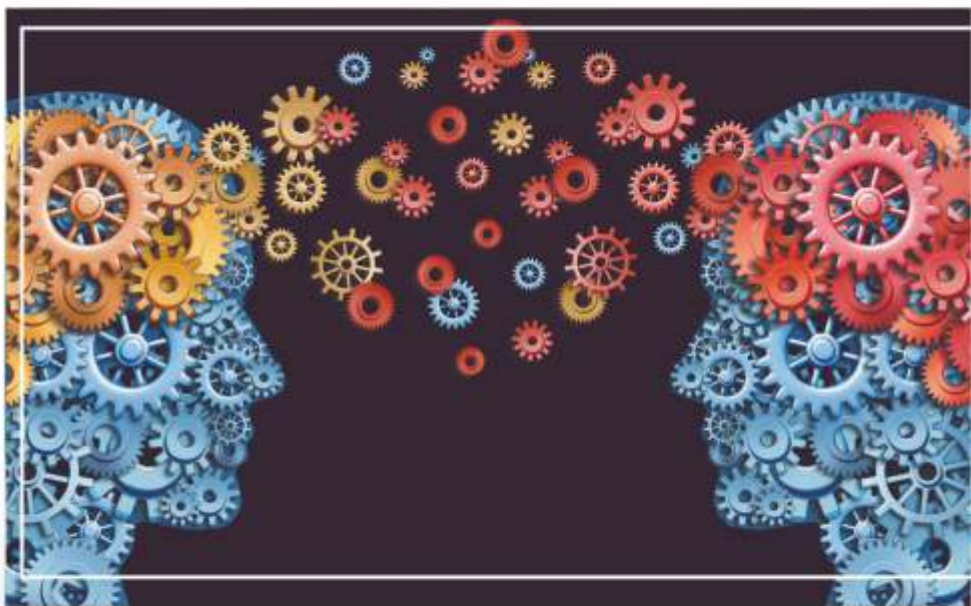
Defina objetivos para a empresa de curto, médio e longo prazo. A partir da conquista de metas menores e constantes será mais fácil conduzir a empresa a um crescimento através da soma de resultados, além de oferecer consistência aos objetivos alcançados fazendo com a empresa avance e não retroceda no seu desenvolvimento e crescimento organizacional.

3. Responsabilidades

Defina claramente as responsabilidades de cada profissional envolvido. Assim como cada responsabilidade deve ser definida e assumida por profissional competente devem ser definidos prazos claros para suas conclusões.

4. Monitoramento

Os processos precisam de monitoramento. Defina períodos previamente estabelecidos para que os processos possam ser avaliados, e assim, as falhas possam ser corrigidas a tempo de não causarem prejuízos ou retrabalhos, seja uma deficiência numa máquina, em uma ação realizada por alguém ou a necessidade de reorganizar os esforços da equipe.



Quanto maior a atenção e a participação de todos, o resultado chegará

5. Avaliação de Desempenho

Realize avaliação de desempenho. Este item é fundamental para que as pessoas envolvidas recebam feedbacks positivos ou não sobre suas contribuições durante a realização dos processos e resultados. Assim, a empresa promove acompanhamento dos seus profissionais proporcionando condições iguais de crescimento.

6. Recompensa

Recompense. Quando os resultados forem alcançados recompense os profissionais envolvidos. Você manterá sua equipe motivada e disposta a querer sempre mais.

Neste ponto voltamos a falar sobre a importância de a empresa ser eficaz, ou seja, alcançar seus resultados, mas sempre preocupada em como manter sua eficiência, ou seja, a

qualidade dos processos e nesse ponto chamo a atenção para os benefícios de manter a equipe motivada e engajada na gestão por resultados.

Além de bater metas e conquistas de objetivos temos aí uma grande redução de custos, aumento da produtividade, equipe criativa e disposta, lideranças fortes e a empresa consegue através da soma de esforços encantar e fidelizar seus clientes.

A gestão por resultados tem proporcionado as empresas que adotam essa modalidade resultados substanciais e promovendo seu crescimento. Talvez esta seja o momento de refletir sobre como está gerindo a sua empresa e abrir-se para novos horizontes.

Por: Ana Beltrão



Ana Beltrão é Administradora habilitada em Marketing e possui especializações em Gestão de Pessoas e Docência do Ensino Superior. É Leader Coach, Analista Comportamental e 360º e Profissional Self & Coach pelo IBC e atua como Coach de Carreiras. Possui experiência profissional nas áreas que se propõe a trabalhar como Coach, inclusive com Educação Profissional. Palestrante, Trainer, Consultora de Empresas. Foi Instrutora de Gestão e Negócios no SENAC/RR. Presta Consultoria Empresarial e Coaching pela Otimiza Consultoria e Capacitação Ltda para o cliente SEBRAE/RR. Email: anabeltrao@hotmail.com

Administração do

TEMPO

Administrar o tempo, planejar e estabelecer prioridades são fatores que possuem potencial para impulsionar a gestão

As rotinas administrativas nas empresas exigem das equipes diretivas a adoção de mecanismos de otimização do trabalho por meio do aproveitamento eficaz do tempo. Para a boa utilização do fator “tempo”, é importante o estabelecimento de metas para o atingimento dos resultados, pois com os prazos estabelecidos é possível imprimir o ritmo necessário para o alcance dos objetivos.

Nas organizações onde a busca pelo cumprimento das metas está sempre na pauta principal da gestão, a condução dos trabalhos deve ser direcionada com o foco nos resultados pretendidos; com isso, é possível trabalhar o dimensionamento dos objetivos parciais que vão sendo alcançados, mantendo ou aumentando o vigor da produtividade, com atenção especial às demandas prioritárias.

Algumas empresas adotam o estabelecimento de metas progressivas; nesses casos, é fundamental buscar atingir resultados em tempos cada vez menores, melhorando as performances e os níveis de satisfação junto aos clientes e consumidores. Ao mesmo tempo em que as empresas procuram atingir suas metas, é

necessário que exista um programa de treinamento junto aos colaboradores, para que os mesmos estejam capacitados para desempenhar suas funções de forma eficaz, contribuindo com o alcance dos resultados organizacionais.

Deve haver, pela parte dos gestores, uma política de esclarecimento junto aos colaboradores, no

sentido de que os mesmos mantenham o foco constante no trabalho e no desempenho de suas atribuições, evitando toda e qualquer atividade paralela constante ou dispersiva, que possam resultar na redução da produtividade. É importante, também, que ocorram gratificações à equipe de funcionários pelo alcance dos resultados, como incentivos financeiros e parcelas de participação nos



O tempo tem que estar a serviço da gente e não o contrário

lucros da empresa.

Com isso, é possível manter o quadro motivado e cada vez mais direcionado a superar as metas e melhorar o tempo de execução dos processos. Os gerentes devem atuar no estabelecimento de prioridades, para que as demandas que possuam maior urgência recebam atenção especial para atendimento dentro do prazo pactuado junto aos clientes, garantindo, assim, a excelência no tempo de entrega do produto ou serviço que, aliado à qualidade do trabalho, traz como consequência a excelência nos resultados da empresa.

Aliada ao estabelecimento de prioridades, deve haver a etapa do planejamento, onde precisam estar destacadas as ações a serem desenvolvidas para atingir os objetivos propostos. Por meio de um planejamento bem elaborado, é possível que a execução dos processos ocorra de forma organizada e orientada para os resultados que se quer atingir. Uma empresa que consegue atender aos clientes dentro dos prazos prometidos conseguirá manter elevado o seu índice de satisfação junto aos mesmos,

o que resulta, também, na fidelização dos clientes, em ganhos diante da concorrência e na conceituação positiva da empresa dentro do mercado.

Para poder administrar o tempo de forma eficaz, utilizando-se do estabelecimento de prioridades e do planejamento como instrumentos de apoio à gestão estratégica, faz-se importante, também, o uso de ferramentas como agendas e aplicativos, onde é possível programar as tarefas, reuniões e compromissos de trabalho, de forma a organizar as rotinas e visualizar as prioridades. Uma agenda organizada possibilita uma organização qualificada dos processos, evitando situações de esquecimento, atrasos e ausência de direcionamento das atividades e compromissos.

Com a utilização da agenda, pode-se programar os fluxos de trabalho de modo a distribuir as demandas de acordo com o cronograma, podendo ser destacadas as questões que envolvam prioridade, devendo essas receber atendimento preferencial. Como instrumento de

apoio à organização do tempo, também é indicada a utilização de blocos de notas, onde podem ser registradas informações e anotadas ideias conforme o executivo vá se deparando com as mesmas durante o desempenho de suas funções. A agenda e o bloco de notas são ferramentas que auxiliam os profissionais a organizar o seu tempo e, com isso, melhorar seus resultados.

É importante que a administração do tempo no âmbito profissional esteja alinhada com o âmbito pessoal, considerando que, além das rotinas de trabalho, as pessoas possuem também os seus afazeres particulares, que incluem: tarefas de banco, atividades com a família, compras, viagens, academia, programações com os amigos, entre outras.

A utilização adequada do tempo no trabalho, de modo a cumprir prazos e evitar longos expedientes para além do horário de saída, possibilita o melhor aproveitamento das atividades pessoais, resultando, também, em mais qualidade de vida, com dedicação de maior tempo de convivência junto à família e a abertura de espaço para atividades que envolvam saúde, esporte e cultura, por exemplo.

A administração do tempo também envolve a escolha entre desembolsar certa quantia de recurso financeiro para obter algum produto ou serviço, ou viabilizar por conta própria o alcance dessa necessidade, desde que se disponha de competência técnica para tal. Nesses casos, a busca pelo meio termo pode ser a melhor alternativa para equilibrar os fatores: tempo e dinheiro. Voltando à abordagem da administração do tempo no contexto profissional, o fator "organização" deve sempre estar presente no desempenho das ações dentro da empresa.



Empresas sem controle tem déficit de organização e se perdem nos papéis.

Uma mesa de trabalhos bem organizada, de forma a facilitar a localização de qualquer objeto ou documento, é um elemento de grande importância para o bom aproveitamento do tempo. Um ambiente de trabalho desorganizado ocasiona situações em que se faz necessário procurar algo enquanto se perde tempo e produtividade, prejudicando o desempenho como um todo. Ter a agenda, blocos de notas ou aplicativos sempre em mãos é uma forma de organização qualificada do trabalho.

Mais do que nunca, a administração do tempo assume papel preponderante para uma gestão eficiente. As empresas cada vez mais procuram por profissionais que sejam proativos e que tenham a pontualidade e a agilidade como características. A boa administração do tempo constitui um dos fatores fundamen-

tais para que a empresa atinja seus objetivos e obtenha liquidez, possuindo potencial para levar a gestão ao funcionamento pleno de resultados.

Diante disso, é importante que todas as estratégias organizacionais estejam alinhadas com o planejamento e com a administração do tempo, para que seja possível atingir os resultados dentro dos prazos, obter receitas, melhorar os níveis de satisfação junto ao público, fidelizar clientes e consolidar positivamente a empresa dentro de um contexto de mercado cada vez mais crescente e diversificado.

Saber administrar bem o tempo é um dos fatores mais importantes para levar os negócios ao êxito; portanto, é fundamental utilizar o tempo a favor da empresa, buscando mecanismos de participação proativa

junto ao grupo de trabalho, refletindo em resultados positivos diante dos clientes e consumidores.



A carreira desenfreada tem relação com o tempo e forma como as pessoas administram a sua aplicação

Por: Gustavo de Carvalho Luiz

DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING DESIGN CONSULTING

Clínica da Empresa

Organize sua empresa sem gastar muito

Solicite um consulta gratuita* para a sua empresa e visualize o mercado de forma diferente



* Envie um email para o email weber.negreiros@negocioseoportunidadesbr.com.br, informando que viu o anúncio CLÍNICA NA EMPRESA na Revista Negócios & Oportunidades, informe os dados da sua empresa, a função que ocupa, a área que gostaria de consultar e solicite um agendamento. Nossa equipe entrará em contato para confirmar dia e horário.

RORAIMA



EcoPark: O paraíso é aqui!



Escritório | Av. Sorocaima, 642 B - São Vicente, Boa Vista - Roraima, 69303-400 - Tel.: 95 3224 9917

EcoPark | RR 205 sentido Alto Alegre - 35 km de Boa Vista - Reservas | 95 32224 9917

GESTÃO

passos para alcançar bons resultados

A tecnologia virou assunto rotineiro em toda e qualquer roda de conversa. A grande preocupação é dosar a criatividade dos profissionais de tecnologia para que não transformem suas ideias em algo distante que não traga a inclusão tão desejada

Administrar bem um negócio é saber planejar suas ações, organizar atividades, coordenar e controlar todos os processos. É importante esclarecer para toda a equipe os objetivos, metas e, principalmente, a missão e a visão da empresa. Funcionários engajados e comprometidos tendem a melhorar os processos e dar retorno positivo para a organização.

Vamos levantar algumas formas de gerenciar uma empresa.

PLANEJAMENTO

Uma das maneiras mais efetivas de melhorar a gestão empresarial é fazer o planejamento e o controle de atividades. Você pode aplicar processos ou adotar pequenas iniciativas muito práticas e eficientes:

- Defina os processos e atribua, explicitamente, responsabilidades aos membros de sua equipe;

- Crie cronogramas junto com sua equipe e confeccione um quadro para dar visibilidade às atividades;

- Faça um Plano B para as

atividades importantes (e vários outros para as atividades críticas);

- Defina metas tangíveis. Comece com metas menores e vá aumentando elas gradativamente. Funciona muito bem.

ADOTE UM PLANO DE COMUNICAÇÃO

Nenhuma empresa funciona sozinha. Ela precisa de integração e comunicação eficaz entre os colaboradores e entre empresa e público externo. Muitas informações são



Gestão é princípio de resultados em qualquer organização que busca evoluir

produzidas e causam impacto na vida dos funcionários, mas nem sempre geram mudanças de atitudes, ou ainda, causam confusão porque não foram divulgadas da forma adequada. A comunicação interna amplia a visão do colaborador, dando-lhe um conhecimento sistêmico do processo. Por isso a empresa deve dispor dos canais de comunicação, como jornais, boletins, intranet, murais e e-mails para que a mensagem seja compartilhada de forma eficaz e atrativa para que realmente todos cumpram sua missão.

GERENCIE AS COMPRAS E O ESTOQUE

Não dá para se acomodar mesmo que bons resultados estejam surgindo. O planejamento de aquisição inclui, além do processo de compra, a administração dos custos e

questões contábeis, consulta à fornecedores, o estabelecimento de contratos, prazos e acordos de níveis de qualidade dos insumos.

Se o processo de compra da sua empresa ainda não está estruturado, comece por reavaliar seus fornecedores e revise o processo de gestão de seu estoque. Evite surpresas ingratas com um bom gerenciamento de compras e estoque

CONTROLE O DESEMPENHO

Como posso controlar o desempenho dos meus funcionários? Crie indicadores e faça análise constante. Convoque reuniões com regularidade, ouça os líderes das equipes e os funcionários mais abaixo na escala. Todos são importantes e têm como contribuir. Envolve as áreas da forma mais holística possível e veja

como isso vai contribuir para uma visão ampla do que está acontecendo em termos de desempenho.

Tenha métricas de todas as áreas, vendas, finanças, RH, estoque, clientes. Saiba quanto você vendeu, saiba seu ponto de equilíbrio, a inadimplência, sua relação de metas e quais estão sendo alcançadas e quais estão sendo superadas, reveja as metas, conheça seu giro de estoque e a satisfação dos seus clientes.

Tente utilizar, também, métricas para avaliar as ações de marketing para tentar aferir com mais precisão o retorno das ações e o investimento nas diferentes mídias/canais. Assim, você poderá descobrir maneiras de otimizar o uso do budget e testar investimento em novos canais de venda.

Qual o seu estilo de vida?

Estilo de

VIVA

com Angélica Silva

Transmissão pelo **You Tube**



DICAS JURÍDICAS

Por: Kleber Paulino de Souza – OAB/RR 624
Advogado – Pós Graduado em Direito Constitucional
Email: kleberpaulinoadvogado@hotmail.com



Aqui você encontrará dicas jurídicas sobre assuntos de interesse do mercado

CONTRATOS – CUIDADOS NA ELABORAÇÃO

O instrumento de contrato trata-se de negócio jurídico que, por acordo de vontades, tem por fim adquirir, resguardar, modificar ou extinguir relações jurídicas. Podendo ser escrito ou verbal, constituindo uma fonte de obrigação, subordinando-se a liberdade contratual entre as partes à função social, garantindo que a liberdade de contratar não extrapole os limites dos interesses coletivos e não ameace os bons costumes.

A formalização desse valioso instrumento não é tão simples como se parece, necessário que antes de iniciar qualquer novo negócio ou empresa, comprar, vender, verifique com cautela as cláusulas contratual, pois isto pode denotar muita diferença no seu bolso ao longo do tempo.

Os contratos devem conter todas as cláusulas necessárias para a manutenção da ordem, cronogramas, zelo, tarefas, entre outras coisas, alias identificar o que ambos desejam é fundamental. É importante que se compreenda que por mais que ambas as partes sejam parceiras, a inexistência de um contrato balizador das diretrizes, pode vir a complicar a situação e em alguns casos acabar de vez com boas parcerias.

A falta de um instrumento disciplinando-os causa problemas à parte prejudicada. O contrato bem elaborado e formalizado é essencial para ajuizamento de ação, caso se faça necessário, pois poderá constituir o único meio de prova que a parte possui.

No entanto, de acordo com art. 108, Novo Código Civil, a validade do negócio jurídico requer a necessidade de possuir os seguintes requisitos essenciais:

- I - agente capaz;
- II - objeto lícito, possível, determinado ou determinável;
- III - forma prescrita ou não defesa em lei.

Para que o negócio jurídico transcorra dentro da normalidade, recomenda-se a observância de alguns itens:

Acordo e boa fé

Antes de redigir o instrumento, as partes devem debater todas

as cláusulas que formaram o contrato.

Cláusulas

As cláusulas devem ser escritas da forma mais simples possível, de preferência sem a utilização de expressões em latim, abreviaturas, etc.. Deve-se observar também, que, de acordo com o art. 424, do Código Civil, "nos contratos de adesão, são nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio".

Ajuste escrito

Para maior segurança jurídica das partes contratantes, o contrato deve ser celebrado por escrito, em



Tome todos os cuidados necessários para que o contrato não vire uma dor de cabeça que possa custar caro a sua revogação.



português claro, de forma concisa e contínua, para que não se possa acrescentar outras estipulações nas entrelinhas.

Confirmação das informações e requisitos do negócio jurídico

· Antes de celebrar o contrato, a parte deverá confirmar todas as informações transmitidas pelo outro contratante. Dessa forma, deve-se verificar se os contratantes são maiores e capazes, se o objeto do contrato é lícito, etc.

Assinatura das partes

· Ambas as partes contratantes devem assinar ao final do instrumento, juntamente com, no mínimo 2 testemunhas. As firmas devem ser reconhecidas em cartório para evitar-se fraudes ou falsificações. Nos contratos que envolvem imóveis, é necessário que os respectivos cônjuges também assinem.

Recomenda-se a não assinatura de documentos com pressa, sem

pensar bem, pois você poderá vir a se prejudicar. Não acredite em promessas verbais. O que vale é o que está escrito no contrato. Guarde todo o material publicitário, como planfletos, folders, etc. Suas informações devem ser cumpridas, pois integram o contrato.

Não assine o contrato ou qualquer outro documento em branco. Estabeleça que sejam preenchidos todos os espaços possíveis e anule os demais. No ato da assinatura, exija cópia do documento. O envio do contrato pelos Correios não deve ser aceito, pois muitas empresas prometem o envio e não cumprem.

Atualmente é necessário que tenhamos cuidados ainda maiores com os contratos eletrônicos e os de adesão. Pois os contratos eletrônicos são formalizados, por loja virtual, sem a presença física dos contratantes. Enquanto que os de adesão popularmente chamados de contratos de massa, os "leoninos", onde quem dá "as cartas" é o

contratante, que traz cláusulas já escritas, e a outra parte só as aceita, sem possibilidade alguma de reclamar ou alterar. (por exemplo, os contratos bancários, de seguros, dentre outros.)

Cabe salientar, que nos instrumentos contratuais onde for observada a inclusão de cláusulas imutáveis, alegadas pelo prestador de serviço, portanto abusivas, estas poderão a qualquer momento serem alteradas por intermédio do poder judiciário, indo mais além, podendo inclusive tornar nulos ou anuláveis os contratos que possuírem vícios e/ou irregularidades.

A segurança jurídica é um fator preponderante para o sucesso do negócio, invista na sua tranquilidade e em caso de dúvidas, não hesite, procure sempre um advogado, pois ele conhece as disposições legais e é capacitado para auxiliar na elaboração de um contrato perfeito e válido.



PAULINO & SOUZA
ADVOGADOS

Kleber Paulino de Souza
Advogado OAB RR 624

Tarciano Ferreira de Souza
Advogado OAB RR 409



Assessoria Jurídica

Preventiva e Contenciosa em
Processos Administrativos e Jurídicos



Áreas do Direito

- Direito Civil, Empresarial e do Consumidor;
- Direito de Família e Sucessão;
- Direito Militar e Criminal;
- Direito Ambiental e Administrativo.

TURNOVER

uma forte presença nas empresas brasileiras

O excesso de rotatividade de colaboradores nas organizações brasileiras, faz com que marcas tenham sua história comprometida e a relação com o cliente posta em risco. Saber o motivo é mais importante do que as empresas pensam. É preciso agir rápido

A rotatividade de pessoal, também conhecida por turnover, está relacionada com a saída de funcionários de uma organização. As razões para o desligamento podem ser diversas; os indivíduos podem solicitar a sua demissão por descontentamento com alguma política da empresa, falta de motivação, ou busca de uma melhor colocação profissional. Assim como, a empresa também se coloca neste direito e busca por profissionais mais capacitados para integrar o seu quadro funcional ou ainda procura pela inovação em seu sistema.

Atualmente com o maior investimento das organizações em áreas de recursos humanos e gestão de pessoas, têm sido freqüente a avaliação das principais causas levam os funcionários a saírem de uma empresa e também quais os fatores que levam a instituição a demiti-lo. Além de ser oneroso para a instituição empresarial, o elevado índice de turnover, aponta que algo não está indo bem e precisa ser melhorado. Fora o gasto com admissões e demissões, há todo um transtorno gerado na empresa por falta de mão-de-obra, que pode abalar futuramente a produtividade. Com um

mercado amplamente competitivo, é crescente a busca constante por profissionais com um maior grau de profissionalização. O que dificulta na busca de um colaborador ideal para muitas empresas, pois pode se deduzir que os melhores profissionais já estejam empregados. Mas as

instituições apresentam a consciência de que ninguém é insubstituível, por mais gastos que possa gerar para a empresa é um fato real e que precisa ser resolvido. É nítido que o papel do profissional de recursos humanos deve estar atento às constantes mudanças do mercado externo e



A rotatividade de colaboradores além de ter alto custo, gera a descontinuidade de ações

também da realidade das pessoas que compõe a organização.

Podem ser movidas ações que venham a auxiliar a manter um baixo indicador de rotatividade de pessoal, cabe a gestão de pessoas encontrar quais as ferramentas eficazes para auxiliar na manutenção de um pequeno índice de turnover. Improdutividade, salário, motivação, tédio na execução das tarefas e melhor reconhecimento profissional são as principais causas que atingem o indicador de rotatividade de pessoal.

Os profissionais da área de gestão de pessoas que tenham por objetivo reduzir o seu índice de rotação de pessoal devem analisar todo o processo de recrutamento, seleção, treinamento, motivação e também como está sendo o desenvolvimento do colaborador dentro da organização.

Os problemas relacionados ao alto nível de rotação de pessoal podem ter seu início mesmo durante o recrutamento e seleção, o recrutador pode acreditar que uma pessoa que possua uma boa qualificação profissional técnica mesmo não possuindo as competências exigidas pelo cargo possa desenvolver um bom trabalho.

Após a seleção, pode ser notório que o selecionado não possuía um perfil adequado para exercer a função na qual foi selecionado.

Pode ocorrer também problemas com o treinamento, o colaborador não receber uma capacitação adequada. Ou ainda pode-se desmotivar, (as pessoas tendem a se desmotivar muito rapidamente) principalmente quando não lhe é proposto um bom ambiente de trabalho para desempenhar as suas tarefas ou então

se perceber que foi atraído para uma atividade que é um pouco divergente da proposta, com atividades entediantes ou ainda a questão salarial não ser atrativa.

Pode parecer utópico o sonho de termos uma organização onde as questões de ordem financeira tenham menos importância do que o ambiente e o clima organizacional, mas essa utopia é o que as empresas de sucesso vem buscando através de programas que aproximam os colaboradores, familiares e amigos dos objetivos comuns da organização.

Apesar de ser uma tarefa difícil a criação de ambientes favoráveis dentro das organizações, tem tirado o sono dos gestores.

Por: Thais Fátima L. Oliveira

Cuidar com carinho e Garantia só na Cristal Lavanderia

A Cristal Lavanderia está perto de você para trazer a solução que você precisa, de forma prática e rápida



Rua Pau-Rainha, 884 - Paraviana, 69307-160 - Boa Vista - Roraima

(95) 3624-2372

Brownie.com

2013

Da receita saudosa nasce novo empreendimento

Um empreendimento que traz o sabor do seu dia a dia e faz com que os clientes se encantem com a variedade, criatividade e zelo como são feitos os produtos

A páscoa dos empresários Haroldo Leão e Keylla Lima, administradores da Brownie.com, começa assim que termina a festa de ano novo. É isso mesmo, logo nos primeiros dias de janeiro eles já estão com vários planos bem doces. Só este ano eles venderam mil ovos de páscoa.

Tudo começou quando Keylla havia voltado de Fortaleza e sentiu vontade de comer a receita que o amigo sempre fazia lá. Saiu para comprar e descobriu que ninguém vendia na cidade. Aprendeu como fazer e no dia seguinte deu para a filha dela, Bruna Lima, levar como lanche da escola.

A maioria dos colegas de Bruna disseram que queriam provar aquela receita diferente. Os primeiros clientes pediram, em uma folha de caderno. "Tia, quero o meu com leite condensado", "O meu é sem", "Quero um com chocolate". Ela atendeu os pedidos, os quais se estenderam até para os pais dos colegas. De uma receita saudosa, nascia a Brownie.

Para atender a demanda, Keylla produzia as taças na casa da mãe. A família da design de interiores resolveu ajudá-la nas vendas, pois na época a demanda para a profissão dela era quase inexistente.

Após quatro meses abriu um espaço para as vendas, um lugar pequeno, que comportava apenas duas mesas. Os pedidos aumentaram,

o movimento de clientes também. Era necessário mudar para um local maior.

No novo espaço o teto do local não suportou uma forte chuva e desabou, na ocasião vários documentos foram perdidos. Ela ousou e sem um estudo de mercado resolveu funcionar em uma das avenidas principais da cidade, com um prédio grande, que exigiu a contratação de mais mão de obra. Com 26 funcionários, ela não conseguia acompanhar a produção, o aluguel era elevado e ficava cada vez mais desafiante cumprir com o compromisso de pagar o local.

"Depois de dois anos de loja, eu entrei em depressão, vi as coisas

desandarem e não queria mais nem entrar no local", lembrou a empresária.

Com a conta bloqueada, sem ter condições de pagar os salários de funcionários, eles levavam os móveis da empresa como forma de pagamento. O sonho do negócio próprio morreu, Brownie fechou as portas e sumiu do mercado sem deixar notícias.

Keylla se mudou para o Amazonas e lá recebeu ajuda de um amigo, o qual comprou a marca da empresa e mantém uma parceria até hoje. Sem empréstimos bancários, a doceria se reerguia. O local lembrava mesmo o começo de tudo, em 2013,



Brownie: um exemplo que confirma a máxima de que ninguém deve desistir dos seus sonhos

com duas mesas para os clientes. Muitos se assustavam e outros questionavam a visível mudança.

“Alguns clientes pensavam que estávamos falindo, eles não entendiam que a empresa, na verdade, tinha nascido novamente e estava engatinhando”, disse Keylla.

Na mesma época a empresária conheceu o esposo, Haroldo, o braço direito dela para o empreendedorismo funcionar. Ele foi um dos motivadores para que o plano de reabertura saísse do papel.

A nova casa dos amantes de doces em Boa Vista está localizada na rua Cel Mota. A empresa, primeira a vender brownies na cidade, completa em 2018 cinco anos e comemora também a expansão. Há três meses a empresa está com uma cafeteria dentro de um dos principais estúdios de beleza, no Centro, além de ser



A motivação é um dos diferenciais da equipe Brownie

procurada por pessoas de todo o Brasil para dar consultorias.

local, brownies dos mais variados sabores.

Quem chegar na cidade vizinha, Manaus, pode encontrar o mesmo cardápio servido em Boa Vista. A empresa é do amigo, mas a receita é a mesma que Keylla faz aqui. De segunda a sábado, tem café, brigadeiros, uma coxinha de receita exclusiva, oferece encomendas, bolo de chocolate trufado e a marca do

Só de entrar no espaço boas sensações percorrem nossa mente, a visão é de dar água na boca. E para deixar a leitura mais gostosa, a Brownie deu a receita de um dos bolos mais pedidos pelos clientes. Confira!

Por: Amanda Teixeira



Bolo de chocolate trufado rende sete fatias



INGREDIENTES

3 ovos

240 gramas de açúcar

120 ml de óleo

240 de farinha de trigo com fermento

120 g de chocolate em pó 50%

250 ml de água morna

PREPARO

Adicione todos os ingredientes secos na batedeira, despeje o óleo, em seguida os ovos inteiros, misture e logo após coloque a água. Em uma forma untada despeje a massa. Leve ao forno, preaquecido, por cerca de 25 minutos.

RECHEIO

Faça a cobertura de brigadeiro e adicione morangos. Está pronto, aproveite!





Por: Bruno Almeida
Fotos: Arquivo Pessoal

Superação

Os sonhos dependem da nossa vontade

Aluno do KUMON Boa Vista - Unidade Centro de nenhuma palavra em inglês para o sucesso em uma das avaliações mais difíceis em matéria de fluência de idiomas. De um total de 900 pontos, chegou a 840.

Considerada uma prova difícil para iniciantes na língua inglesa, o jovem Marcelo Vieira Maciel Junior, de 16 anos, não tomou conhecimento dessa pressão e conquistou uma excelente nota, fazendo 840 de 900 pontos no Exame do TOELF, que avalia o conhecimento do aluno adquirido com seus estudos de inglês.

Marcelo chegou ao Kumon Unidade Centro da orientadora Gláucia Lopes sabendo praticamente nada da língua inglesa. Filho da professora aposentada, Wanda Jussara Briglia Lima Maciel, o jovem aos poucos foi moldando os seus pensamentos e conhecimento em outra língua e avançados os estágios de maneira correta e com perfeição; permitindo-lhe que seu nome fosse indicado para a participação no exame.

"O inglês do Kumon é muito bom. Agradeço imensamente a ajuda de todos para eu chegar nesse resultado. Participar de um exame

como esse é quase igual um vestibular, pois você testa tudo aquilo que estudou e no final, quando sai a nota, se percebe que tudo valeu a pena.

Estou muito feliz com isso", afirma ele.

Sua mãe também não escondeu a felicidade com o resultado.



Marcelo exibindo orgulhosamente a sua certificação



A família sempre apoia Marcelo e acredita que todo o investimento em educação é para sempre

"Ficamos surpresos quando saiu a nota, pois antes de entrar no Kumon ele não sabia nada de inglês. E ele ter conquistado esse resultado em menos de um ano foi incrível. Muita gente acha a prova difícil e ele soube se sobressair de maneira eficaz. Sou grata pelos ensinamentos do Kumon", diz a

mãe orgulhosa.

Por indicação de uma mãe da escola onde seu filho estudava, Wanda tomou conhecimento do Kumon e procurou saber melhor sobre os métodos de estudos e decidiu apostar nisso. Como profes-

sora, ela sabe da importância de se investir na educação de seus herdeiros. "É o que deixamos de herança aos nossos filhos. Todo tipo de conhecimento é válido e só acrescenta na formação do caráter. Eu sempre recomendo o Kumon a quem eu conheço", conclui ela.

NorthHouse

Ambientes Planejados

A **Northhouse**, desenvolve móveis sob medida para sua casa ou escritório de acordo com a sua necessidade!

Móveis planejados permitem um melhor aproveitamento do ambiente e o tornam muito mais aconchegante.



Ambiente mais organizado | Aparência sofisticada | Durabilidade e resistência | Personalização

Você possui o sonho de um ambiente planejado?
Entre em contato conosco e peça um orçamento!

E-mail. contato@northhouse.com.br
Whatsapp. (95) 99144.4062
Contato. (95) 4141.0142



DORES E SABORES DO MUNDO EMPRESARIAL

Caminhos das pedras - os desafios de empreender

Quase certeza que você já ouviu falar. 'Ah eu queria mesmo era ser empresário'. A maioria das vezes quem olha de fora desconhece os desafios de empreender no Brasil, passar por crises, vencer burocracias, calcular impostos e tributos, ter paciência com prazos de entrega de mercadorias e antes de tudo, ter a coragem de abrir o próprio negócio e a persistência de se manter no mercado.

Emerson Baú, proprietário do Ideias & Negócios, atua como empresário há dezessete anos no setor de serviços. Com projetos de financiamentos, o especialista em gestão de empresas afirma que um dos grandes desafios do empresário é trabalhar com pessoas, pensar no posicionamento da empresa, liderar, formar equipe e consolidar colaboradores.

"Se houver compromisso é mais fácil. Outro ponto é traçar metas, trabalhar com os recursos que tem, conter gastos e focar os resultados futuros", disse Emerson Baú.

Estatísticas revelam que 40% das empresas fecham em menos de dois anos e mais de 60% antes mesmo de completar 5 anos de atividade, esse cenário é temido pelas mesmas pessoas que sonham com seu próprio

negócio.

A Loja Brinquedos e a Elétron são um exemplo de perseverança no cenário empresarial de Boa Vista. Há mais de dezoito anos de existência, as empresas enfrentaram um incêndio em 2013, o qual consumiu o local, todas as mercadorias, empregos de várias famílias, menos o sonho de Jeanne Baraúna, proprietária das duas lojas.

Sem seguro, Jeanne resolveu vender brinquedos em duas praças da cidade. Muitos clientes se solidarizaram com a situação da empresária e as filas nas praças públicas eram grandes. No mesmo ano que ocorreu o incêndio ela alugou um espaço no Centro e deu seguimento ao negócio. As duas lojas continuavam uma ao lado da outra, com um espaço bem menor do que antes, mas com a mesma garra do início.

Gustavo Baraúna, filho de Jeanne e administrador das empresas, esteve sempre presente na história das lojas, fazia vendas, organizava mercadorias e por escolha própria se graduou em Administração.

As vendas melhoraram e inauguraram outro espaço no bairro Aparecida. Na época houve o advento

dos shoppings em Boa Vista e a empresa começou a vender no local também.

"A vida do empresário é acreditar e arriscar. No entanto, não tínhamos capital para manter um empreendimento em um shopping, até mesmo porque estávamos nos reerguendo e a crise estava a todo vapor no setor econômico", disse Gustavo Baraúna.

As decisões importantes fazem parte do dia a dia empresarial.

Decidir recuar e fechar a loja no shopping foi uma dessas medidas dolorosas, mas necessárias. A loja do



Emerson Baú, 17 anos em um mercado em franco crescimento, independente do momento político e econômico



"As dificuldades são muitas, porém o desejo de inovar e aumentar a renda econômica é bem maior" um dos lemas de Jeanne e Gustavo Baraúna.

bairro Aparecida não existia mais, até mesmo porque havia sido criada para ser provisória, atender um fluxo maior que a loja do centro não suportava.

O foco voltou a ser a sede no centro. Já reconstruída, os cuidados e investimentos eram todos para ela. "O mercado voltou a melhorar, fizemos novas contratações. Sempre lidamos com desafios, se tivéssemos desistido no incêndio, hoje não teríamos vitórias. E mesmo com a instabilidade, ser empresário me encanta", afirma Gustavo.

As dificuldades são muitas, porém o desejo de inovar e aumentar a renda econômica é bem maior. Ser empresário é poder usar a criatividade a seu favor, ter liberdade para inovar e poder ousar em projetos diferenciais. Além de organizar o próprio horário

Como é ser empresário?

- Assumir responsabilidade
- Arriscar
- Planejar sempre
- Ter flexibilidade de horário
- Liberdade de criação
- Aprender a gostar de números
- Ser empresário 24 horas por dia
- Gerenciar pessoas não é tão fácil quanto parece
- A concorrência é desleal
- Aprenda a lidar com fraudes (às vezes os próprios funcionários querem sabotar a empresa)
- A burocracia será sua companhia

Trading **Empreendimentos Imobiliários** **Logística**

Transporte **Prospecção de Mercado**

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



Um novo conceito em ACADEMIA

Chegou a Boa Vista a academia que vai fazer você se motivar a praticar atividades físicas. A GT FIT Academia traz um conceito que vai além do convencional. Oferecemos desde atividades aeróbicas, musculação, treinos funcionais, clube de luta e uma variedade de serviços que você vai nos ajudar a implantar.

ESTRUTURA
PROFISSIONAL
FEITA PARA VOCÊ



Rua Cancer (esquina com a avenida Dom José Aparecido Dias) nº 12, | Cidade Satélite
Central de Matrículas 95 991358837 e 981239967 | Boa Vista | Roraima



TACO

VÁ DE JEANS,
VÁ DE TACO!

NOVA LOJA NO
PÁTIO
Roraima
SHOPPING

 @AMAMOSTACOJEANSRR

R. JOÃO ALENCAR, 2181 - CAUAMÉ, BOA VISTA - RR.



Opção que vai além do cuidado

Com o foco em acabar a fila de espera e oferecer o ambiente de baixo custo que o profissional precisa, o Instituto de Terapia Especializada completa dez anos. Em 2008 eram apenas três colegas fisioterapeutas que montaram um consultório e começaram a atender a população.

A demanda crescia cada vez mais. André Faria Russo, sócio-proprietário da empresa, resolveu investir todas as economias e consolidar o empreendimento com a sede própria. Além de empreender, ele trouxe inovação.

Uma pesquisa de mercado revelou duas principais reclamações de quem usava um espaço de saúde. O primeiro problema apontado era a demora no atendimento. Para isso o instituto atende todos os pacientes com hora marcada, nada de chegar cedo e esperar a manhã toda para fazer uma consulta. Com a implantação da estratégia, muitos profissionais se recusavam a trabalhar assim, estavam familiarizados com "atendimento por ordem de chegada", depois eles viram que a ideia oferecia

respeito, compromisso e atenção aos clientes.

O segundo ponto, pela visão dos profissionais, era pagar o aluguel de um consultório mesmo se ele não usasse, de férias, doente ele continuaria pagando. O Instituto de Terapia Especializada aluga a hora. O profissional não tem despesa com aluguel de prédio, energia ou água, ele paga pela hora usada. Se não usar, não tem custo.

André Russo é paulista, casado, formado em Brasília e macuxi de coração; passou a maior parte da vida em Roraima. Sempre cheio de ideias novas, ele revela que se sente realizado em empreender, pois todo tempo arquiteta projetos para o instituto.

"Sou professor universitário há 15 anos, contudo, me sinto melhor como empresário, porque assim gero oportunidades e renda para várias famílias. Além de estar sempre em contato com novas pessoas, cultivando novas amizades, o que eu amo".

A clínica conta com profissionais na área de dermatologia, nutrição, psicologia, saúde da família, fisioterapia, fonoaudiologia, terapia ocupacional, psicopedagogia, várias especialidades, dentre clínicos gerais, cirurgiões, otorrinos, médicos.

São 42 profissionais, com atendimento de segunda a sábado, de 8h às 20h, no bairro Caçari. Além do atendimento e marcação de consultas por meio do Facebook e Instagram, a empresa tem ainda um canal informativo no YouTube, atualizado com utilidades e assuntos do dia a dia, dicas de saúde, alimentação ou até mesmo de doenças pouco divulgadas.



ITE: uma organização que nasceu da identificação de oportunidades



ENTREVISTA

Em uma entrevista de emprego o Não tente enganar o entrevistador

Se você já participou de alguns processos seletivos, com certeza foi questionado sobre seus pontos fortes e fracos. Esta é uma pergunta clássica na qual o recrutador busca entender se o candidato possui consciência de suas habilidades e principalmente de comportamentos ou aspectos técnicos que ainda precisa desenvolver para evoluir na carreira. Apesar de ser uma pergunta muito comum em qualquer entrevista de emprego, ainda me assusta perceber que a grande maioria dos candidatos possui uma enorme dificuldade em responder esta questão. Canso de ouvir frases como: "Ixi, essa é difícil!", "É sempre ruim falar sobre nós mesmos, né?" ou simplesmente "Não sei".

Estas respostas te deixarão muito distante de um bom desempenho em uma entrevista. Afinal, qualquer candidato que consiga citar alguns pontos forte e fracos, estará na sua frente. Mas apenas citar habilidades e dificuldades não é o

suficiente. É preciso apresentar estes pontos da forma certa se quiser realmente se destacar.

Antes de responder, você deve se preparar!

E o primeiro passo é fazer uma reflexão de toda sua vida profissional para entender o que você ouvia de suas lideranças e pares. Você recebia reconhecimentos por qual atitude ou conhecimento que possuía? Por qual motivo seus colegas de trabalho te pediam ajuda?

Você se destacava porque possuía foco e atuava bem sozinho ou porque construía um bom relacionamento com a equipe e com os clientes? Você entrega os resultados sempre no prazo ou desenvolvia soluções que facilitam a vida do seu departamento?

Em seguida faça a mesma reflexão porém pensando nos aspectos negativos. Por quais motivos

chamavam sua atenção no trabalho? Quais comportamentos geravam conflitos na equipe ou te impediam de entregar melhores resultados?

Como apresentar os pontos fortes em uma entrevista de emprego?

Vamos começar falando sobre os pontos fortes. É fundamental que seja sincero e apresente claramente pontos que te diferenciam de outros profissionais. Nesta hora você pode até se sentir desconfortável ou mesmo arrogante, pois não estamos acostumados a falar bem de nós mesmos. Mas continue mesmo assim.

Cite de 2 a 3 pontos que te destacam no ambiente profissional. Separe os pontos mais relevantes que identificou quando fez sua reflexão inicial. E no momento de apresentar estes pontos fortes, cite passagens ou situações que aconteceram no trabalho que comprovam que você possui realmente estas habilidades. Não basta citar, você precisa comprovar

DE EMPREGO

mais importante é a honestidade.
tador, pois isso pode ser fatal.

com fatos concretos!

Como apresentar os pontos fracos em uma entrevista de emprego?

Esqueça os clichês! Evite ao máximo responder sobre aqueles pontos fracos que se fantasiam de pontos fortes, como por exemplo, sou perfeccionista, dedicado ao extremo ou muito criterioso. Estas pontos fracos podem soar como “respostas prontas” e que não refletem 100% sua realidade profissional.

Sendo assim, mergulhe sobre seus pontos fracos sem medo. Apresente o que realmente te afeta profissionalmente. Mas não pare por aí. O que fará toda a diferença é mostrar como, atualmente, você tem trabalhado para desenvolver este ponto fraco.

Por exemplo, você pode dizer que um de seus pontos fracos é a timidez pois você já percebe que isto te afetou e afeta no relacionamento

com colegas de trabalho, líderes e clientes. Em seguida diga o que está fazendo hoje para superar este tema como participando de aulas de teatro, realizando um treinamento comportamental de comunicação ou mesmo um processo de coaching profissional.

Lembre-se que ao responder qualquer pergunta na entrevista de emprego, o mais importante é a

honestidade. Qualquer recrutador com o mínimo de experiência possui um faro muito aguçado para identificar omissões ou mentiras. Tome cuidado! Um resposta manipulada pode tornar seu processo de recolocação profissional ainda mais difícil!

Por: Allan Lopes

Soar Desenvolvimento Humano | Coaching de Carreira



Meryl
STREEP
Anne
HATHAWAY

O
DIABO
VESTE
PRADA



A SÉTIMA ARTE

Uma funcionária com talento lapidada por uma chefe rigorosa.

Em qualquer ramo profissional ao avistar um grande empreendedor, tenha em mente que, ele (ou ela), antes de chegar em patamar de alto nível, um dia foi um simples estagiário guiado por um excelente chefe que lhe orientava na execução de suas atividades. E se você assistiu ao filme "O Diabo Veste Prada" sabe exatamente do que estou falando.

Uma das produções hollywoodianas considerada uma boa história de incentivo para quem deseja empreender, nos apresenta uma jovem chamada Andy (interpretada por Anne Hathaway) que tem o sonho de ser uma grande jornalista, porém devido aos percalços da vida, acaba conseguindo uma vaga como assistente de uma famosa editora de revista de moda chamada Miranda Priestly (interpretada por Meryl Streep), em vez da redação de um grande jornal.

Moda e beleza eram dois assuntos que Andy não dominava e nem praticava. Ela iria aprender e usufruir de todo o talento e experiência que Miranda transmitia. O emprego não era perfeito e Andy acabava executando funções que não estava preparada, além de passar por algumas humilhações de sua chefe. Sem reclamar, ela as executava em nome de garantir o seu emprego e ter o reconhecimento de Miranda.

Miranda tinha mais outra assistente, além de Andy. Porém, a funcionária mais antiga não demonstrou o mesmo talento que a mais nova. E isso era o seu diferencial. Mesmo sabendo que algumas coisas eram fora do comum, Andy era jovem e profissional e sabia exatamente que estava ali para aprender e obedecer.

Em pouco tempo, a jovem assistente ganha a confiança da renomada Editora-Chefe e as portas começam a se abrir para a realização de seu grande sonho. Miranda percebe que Andy pode ir muito mais longe e decide usufruir ainda mais desse talento. Ela não imaginaria que, a cada dia dentro da empresa, estava sendo lapidada.

Com sua obediência e agilidade na execução das responsabilidades, Andy passava de uma simples funcionária para uma das pessoas de maior confiança de Miranda. Desta forma, tínhamos ali uma profissional pronta para ocupar qualquer vaga em qualquer veículo de comunicação.

E é exatamente isso que acontece. Após aparecer a oportunidade de integrar a equipe de redação de um jornal, Andy decide seguir o seu sonho e coração e acaba pedindo demissão a Miranda. Do alto de sua plenitude e com seu vestido Prada, Miranda demonstra

decepção pela atitude de Andy, mas dentro de si, manifestava-se orgulho e admiração pela profissional que ela se tornou. Isso aumentava ainda mais a soberba de Miranda, afinal de contas, ela tinha sido a responsável por ter construído a jornalista Andy.

É assim é na vida real também. Os grandes chefes ao exigirem demais de seus funcionários, em sua maioria, não estão fazendo isso apenas pelo poder que o cargo lhe permite, mas sim pelo talento que ele percebeu em você. Portanto, se um dia almejar ter o seu próprio negócio no ramo profissional que escolheu atuar, mas por enquanto ainda é só um (a) simples funcionário (a), sabia aproveitar cada minuto ao lado do seu chefe. Permita-se aprender e observá-lo.

Um dia, os grandes empreendedores foram grandes estagiários. Hoje, você é uma Andy, amanhã você pode ser uma Miranda. E além da profissional que possa se tornar, uma grande experiência de vida terá para contar e se orgulhar.



HR-V

A revolução
leva você



**CHEGOU A HORA
DE CONQUISTAR
SEU HONDA HR-V.**

As configurações do Honda HR-V são equipadas com motor 1.8 16V flex, Possuem câmbio automático de relações continuamente variáveis (CVT) que simula sete marchas, exceto a de entrada, que é equipada com uma caixa manual de seis velocidades. O Honda HR-V tem 4,29 m de comprimento, 1,77 m de largura, 1,58 m de altura e 2,61 m de entre-eixos. O bagageiro comporta 431 litros, com mais seis litros abaixo do assoalho do porta-malas graças ao uso de um estepe temporário. Somados, são 437 litros.

Nettai Veículos - Honda

Avenida Capitão Ene Garcês | 2731 | Centro | Boa Vista | Roraima
CEP 69310-000 | Telefone | (95) 4009-7077

 Cinto de Segurança pode salvar vidas 



HONDA

A ESCOLA DA VIDA



Um erudito atravessava de barco um rio e, conversando com o barqueiro, perguntou:

– Diga-me uma coisa: você sabe botânica?

O barqueiro olhou para o erudito e respondeu:

– Não muito, senhor. Não sei que história é essa...

– Você não sabe botânica, a ciência que estuda as plantas? Que pena! Você perdeu parte de sua vida !

O barqueiro continua remando. Pergunta novamente o erudito:

– Diga-me uma coisa: você sabe astronomia ?

O coitado do caíçara barqueiro, analfabeto, balançou a cabeça e disse :

– Não senhor, não sei o que é astronomia.

– Astronomia é a ciência que estuda os astros, o espaço, as estrelas. Que pena ! Você perdeu parte da sua vida.

E assim foi perguntando a respeito de cada ciência: astrologia, física, química, e de nada o barqueiro sabia. E o erudito sempre terminava com seu refrão : “Que pena! Você perdeu parte da sua vida...”.

De repente, o barco bateu contra uma pedra, rompeu-se e começou a afundar...

E o barqueiro perguntou ao erudito:

– O senhor sabe nadar ?

– Não, não sei.

– Que pena, o senhor perdeu toda a sua vida !!

Frase da Edição:

“Invista no que você gosta
e no que você domina, o sucesso tem
maior chance de se aproximar”.

André Russo



**Uma experiência
de requinte e bom
gosto em Boa Vista.
Venha nos conhecer**



Aqui você encontra tudo o que você precisa
em um ambiente agradável, aconchegante
e com todo o bom gosto que você, sua
família e amigos merecem.

CONFORTO E CHARME

NO CORAÇÃO DE BOA VISTA



A sua opção de requinte
e conforto em Boa Vista!

APARTAMENTOS • ÁREA DE LAZER • PISCINA E BAR • SALÃO DE EVENTOS • SALÃO DE CONVENÇÕES



Praça do Centro Cívico, 974 - Centro - CEP 69 301 380 - Boa Vista - Roraima

Tel.: 95 98117 0788 | 95 3212 0800 | Fax.: 95 3224 4116

E-mail: eventos@aipanaplaza.com.br | Site: aipanaplaza.com.br