



DIEGO DA COSTA
A importância
do planejamento



IEDO A FLÁVIO
Administração e
desenvolvimento



MAURÍCIO OLIVEIRA
As ações da
Fecomércio

ANO **2** EDIÇÃO **14** JANEIRO
2019

ArtNer EDITORA
Comunicação

ISSN 2595-9395

Negócios
Empreendedorismo
Inovação

**POR DENTRO DAS TENDÊNCIAS
TECNOLÓGICAS DE 2019**

ENTREVISTA COM O EMPRESÁRIO DE WINDERSON NUNES



CONHEÇA O QUE É UMA CIDADE INTELIGENTE

Negócios Empreendedorismo Inovação

Revista eletrônica de
Negócios
Empreendedorismo
Inovação

Ano 2 • Edição 14
JANEIRO 2019
ISSN 2595-9395

Editor responsável
JOSELITO MIRANDA
DRT/SP 014509

Administrativo
ROSEILDE REIS

Os artigos e anúncios aqui publicados são de inteira responsabilidade de seus autores e não expressam necessariamente o pensamento do editor.

Esta revista é uma publicação
de propriedade



Contatos
(79) 3043-1744 • 99131-7653

site: <http://artner.com.br/>

e-mail
joselitomkt@hotmail.com

Facebook
<https://www.facebook.com/artnercomunicacao/>

Twitter
[@artnercom](https://twitter.com/artnercom)

Olá

Chegamos em 2019 ativos e procurando trazer artigos com temas que tenham a ver com a realidade nos negócios, no empreendedorismo e na inovação.

Nesta edição publicamos dois artigos que falam das tendências tecnológicas para 2019. A intenção é informar sobre o que tem de novo na área. Leiam e fiquem por dentro.

Trazemos ainda textos de colaboradores que já estão conosco há um bom tempo, como Diego da Costa, que nos fala sobre Planejamento para 2019 e Iedo Flávio, que fala sobre Administração. Na área do Empreendedorismo, a estreia do articulista Rodrigo Mancini e uma entrevista com Alex Monteiro. Estreando também o empresário Alexandre Porto e a economista Sudanês Pereira, que juntos trazem o assunto sobre Cidades Inteligentes. E, completando a edição, Maurício Oliveira, superintendente da Fecomercio Sergipe nos fala sobre as ações desta instituição e Sérgio Rosa, sobre a importância de lidar com o tempo.

Divulgue e compartilhe a revista entre seus contatos.

Indique o site para baixar as edições anteriores: <http://artner.com.br/> - é só clicar neste link. Querendo emitir a sua opinião ou uma contribuição, envie sua mensagem para o e-mail: joselitomkt@hotmail.com

Abraço e boa leitura.



JOSELITO MIRANDA
DE SOUZA
Empreendedor editorial
ArtNer Comunicação

EVENTO

SergipeTec é avaliador da Maratona Universitária Sebrae

O Sergipe Parque Tecnológico (SergipeTec) integrou a banca avaliadora das 10 melhores ideias de negócios de centenas de estudantes do Instituto Federal de Sergipe (IFS) e da Universidade Federal de Sergipe (UFS), durante a **Maratona Universitária Sebrae 2018**. A iniciativa fomenta a competição de ideias inovadoras, em busca de desenvolver o potencial dos empreendedores universitários, capacitando-os na criação de *startups* inovadoras.

“O mais interessante e importante da Maratona foi ver a vontade e garra dos participantes de aprender e de inovar, mesmo, bastante concentrados e focados na ideia desenvolvida de negócio. Isso comprova a consolidação do fomento ao empreendedorismo científico e tecnológico, inclusive no público jovem, voltado à criação de *startups* em nosso estado, aliando e exercitando o gigante potencial existente nos centros universitários”, reforçou o gestor de Inovação do SergipeTec, Marcelo Dósea.

Promovida pelo SEBRAE Sergipe, em parceria com o IFS e a UFS, e com o apoio do SergipeTec, a **Maratona Universitária Sebrae** é a oportunidade ideal para conhecer uma mistura de pessoas e ideias inovadoras dentro



e ao redor do estado. Através de uma série de atividades colaborativas, a principal tarefa é identificar problemas e gerar soluções criativas e minimizadoras de efeitos no bem-estar das pessoas, em diferentes áreas, como Saúde, Educação, Segurança Pública, Desigualdade Social, Política e Condições Climáticas.

Durante a Maratona, o desafio foi solucionado através de ferramentas visuais para a construção estratégica, a exemplo do *Design Thinking* e do *Canvas*. As 3 melhores soluções foram premiadas pelo SEBRAE, sendo que a primeira colocada está na etapa final da maratona, que acontecerá em 2019. Tudo isso, além de terem a oportunidade de apresentar o projeto para investidores convidados pela organização do evento.

Planejamento, momento para refletir sobre o sentido da vida

A terra, em 2018, está povoada, aproximadamente, por 7,5 bilhões de habitantes. E, a cada final de ano, com a passagem do Natal e do *Réveillon*, os seres humanos são levados a ter momentos de reflexão sobre os valores transcendentais. E, também, a tentativa de viver da melhor maneira possível, absorvendo e transmitindo conhecimentos. É próprio do ser humano ter a vontade de entender o mundo e aprender a nele viver, tornando-se diferente dos outros animais pela capacidade de análise, de estabelecer conceitos e teorias, discutir e debater, com a abrangência do que o cerca, desde o mundo físico, natural, ao mundo sobrenatural. E cresce a responsabilidade em seguir os ensinamentos de Cristo, por exemplo, principalmente o sentido do perdão de forma incondicional. É também tempo de esperança que se renova para dar sentido à existência humana. E é momento de reflexão sobre os ensinamentos daquele que é o grande homenageado por seu nascimento há mais de dois mil anos atrás – JESUS que proclamou a importância da busca da verdade, resistência à tentação do mal, disciplina, vida familiar, retidão de caráter, do perdão e do bom senso e as muitas advertências para ajudar o ser humano a governar sua própria vida. Aqui vale lembrar, mais uma vez, o ensinamento de Cristo, o Sal-



vador: “amar a Deus sobre todas as coisas e ao próximo como a si mesmo”. Vamos tentar seguir esta máxima, compreendendo nossas limitações como seres humanos.

A compreensão do processo de planejamento de uma empresa ou pessoal, inclusive de seu tempo e finanças, deve levar em conta a identificação clara de sua missão, visão e de seus valores. Deles decorrem o modelo do seu negócio e gestão. Quando se entra em estabelecimentos mais preocupados em transmitir aos seus colaboradores, aos clientes e ao público em geral, sua maneira de ver e de se inserir no meio social, é comum ver quadros onde eles externam isto. Para compreendê-los é preciso conhecer diversos conceitos dentre os quais pode-se destacar alguns. A **Missão** exprime a razão de ser da organização, as necessidades sociais a

PLANEJAMENTO • 2019

que atende e foco fundamental de atividades. Representa o detalhamento da razão de ser da entidade, de seu objetivo social, de sua existência procurando vislumbrar como ela é hoje, qual sua razão de ser e como é vista pelo público externo. A **Visão** representa a pretensão de cumprir a missão num horizonte de futuro com o propósito de favorecer o direcionamento dos rumos da entidade com as convicções que a orientam e a trajetória desejada a percorrer no longo prazo com um prazo determinado. Os Valores são princípios que regem comportamentos e atitudes das pessoas e sobre os quais todas as relações estão baseadas como credibilidade, confiança, princípios éticos, coragem, relacionamento, dentre outros, com a finalidade de atender aos desejos e atingir os objetivos pretendidos. Tudo isto visando a atingir objetivos através de estratégias que correspondam aos caminhos para alcançá-los com fixação de metas para tornar real a visão de longo prazo, orientando o comando da organização na definição de ações para melhor atingi-las.

Em qualquer organização, e até na vida pessoal, para se pensar na elaboração de um planejamento, é preciso entender os fatores críticos para o sucesso. Na execução de quaisquer ações deve existir uma estratégia e, infelizmente, no

Brasil, grande parte das organizações públicas ou privadas não se utiliza dessa ferramenta. A busca pelo sucesso de uma empresa ou de um indivíduo é definida por pontos importantes como, por exemplo, os fatores críticos para o sucesso que representam condições a serem perseguidas para que esta obtenha sucesso no âmbito de sua atuação. São pontos de referência, atividades-chave que ajudam na definição das orientações gerais da gestão. Para identificá-los deve-se recorrer à pesquisa de mercado, de desenvolvimento de novos produtos e serviços, novas tecnologias, interesse do consumidor, relacionamento com o mercado, dentre outros. É fundamental, na atualidade, que seja incluída nas áreas de fatores críticos para o sucesso a responsabilidade social como decorrência da obrigação de ajudar a sociedade a melhorar seu bem-estar com abrangência para todos, sem esquecer os objetivos organizacionais e sem perder de vista outras áreas, tais como inovação, produtividade, competitividade, lucratividade, aumento da qualidade dos recursos humanos, isto é, todo um conjunto de tomada de decisões sobre as ameaças e oportunidades da organização que tem como objetivo final a satisfação, fidelização e relacionamento com o cliente.

Feliz planejamento novo!



DIEGO CABRAL FERREIRA DA COSTA

Administrador (CRA-SE 2035-01), Coach.

Pós-Graduado em Gestão de Marketing.

Diretor Técnico do SergipeTec.

Experiência em gestão de empresas, formação de times, planejamento estratégico e marketing. Conselheiro Federal de Administração.

Fundador do Rotary Club de Aracaju Nova Geração e do Conselho de Jovens Empreendedores de Sergipe.

Os três combustíveis dos empreendedores de sucesso

Por que não consigo colocar minha ideia de negócio em prática?”. Essa é uma dúvida muito comum entre aqueles que têm boas ideias empreendedoras, mas não conseguem executá-las. E o problema pode ser relativamente simples: o vício de se abastecer com apenas um “combustível”.

Se pudéssemos traçar uma rota para concretização das nossas ideias e projetos, obrigatoriamente teríamos que nos abastecer de três “combustíveis”. Esse é o segredo de grandes empreendedores! Mas, quais são eles? Vamos lá:

O MOTIVACIONAL

“Acredite em si mesmo”; “Escolha metas realizáveis”; “Faça o que ama”; “Vá em busca do seu sonho e seja grato”. Pensamentos como estes, apesar de clichês, são importantes para despertar as nossas potencialidades, além de nos ajudar no processo de autoconhecimento.

Presentes em produtos e serviços da psicologia da positividade e do sucesso, são de extrema importância para quem deseja iniciar um projeto ou já está na caminhada. Lembre-se: quando estamos motivados surgem novas ideias, melhoramos nossos relacionamentos e conseguimos lidar melhor com os problemas.



O EDUCACIONAL

Uma vez motivados, devemos caminhar para o universo educacional. Este, com um grau de importância maior que o anterior. Aqui adquirimos informações e conhecimentos para elaboração do nosso plano de negócios, viabilidade econômica e financeira, técnicas, processos, dentre outros.

Com isso, conseguimos calcular o risco, dominarmos o funcionamento e, o mais importante, se o capital próprio será suficiente ou se precisaremos de parceiros (investidores ou sócios). Neste caso, para convencê-los, é preciso demonstrar que conhecemos as características

EMPREENDEDORISMO

técnicas do produto ou serviço, bem como o retorno financeiro previsto.

Ninguém investe em sonhos! Precisamos de viabilidade técnica e econômica. Ter apenas ideias e conhecimentos superficiais sobre o nosso negócio, nos dias de hoje, certamente compromete as chances de implantá-lo.

O EXPERIENCIAL

É a continuação do processo de aprendizagem, mas agora focado unicamente na prática. São simulações, testes e algumas aplicações reais. É a construção de parcerias, a busca pelo investidor ou mesmo, na melhor das hipóteses, a execução de uma etapa “piloto” do projeto.

Isso mesmo, piloto! Por mais que o nosso sonho seja grande – e deve ser – iniciá-lo pequeno é também uma estratégia inteligente. Isso serve para qualquer atividade. Os Beatles, por exemplo, na época em que começaram a estourar, já haviam se apresentado ao vivo cerca de 1.200 vezes em um ano e meio. E foi esta experiência, ou prática acumulada, quando ainda tocavam em pequenos bares, que fez com que eles se destacassem dos demais grupos de rock.

Por isso, precisamos prestar muita atenção onde estamos nos abastecendo e concentran-



do os nossos esforços. Se estamos há muito tempo somente na esfera motivacional, pode sinalizar um perigo, considerando que o conteúdo é sedutor e viciante. Pergunte-se: quantos livros, eventos e demais produtos ou serviços motivacionais e educativos eu tenho consumido? Estou assistindo mais vídeos motivacionais ou educativos e técnicos, como tutoriais e cursos online, por exemplo?

Se a maioria das respostas foi motivacional, muito provavelmente este seja o motivo pelo qual seus projetos não saem do papel! O problema é priorizá-lo em detrimento dos demais combustíveis, que devem ser consumidos com maior intensidade para que realizemos os nossos projetos.

O segredo é variar para emplacar!



RODRIGO MANCINI

Economista, Mestre e Doutor em geografia econômica, empreendedor e empresário.

Transformação Digital: cinco tendências para 2019

Relevância da cultura baseada em dados, necessidade de autonomia às áreas e mudanças no marketing digital estão entre as tendências para a jornada de transformação digital das empresas no próximo ano

De acordo com o Gartner, a transformação digital de negócios passou de experimento para *mainstream*. As iniciativas digitais vão liderar a lista de prioridades dos CIOs em 2019, com 33% das empresas nas etapas de escala ou refino da maturidade digital - um número acima dos 17% em 2018. Outro dado que chama a atenção é que apenas 4% das organizações não terão nenhuma iniciativa digital no próximo ano, o que sinaliza essa mudança do digital como uma plataforma *mainstream*.

A CI&T, multinacional brasileira especializada em transformação digital de grandes marcas com presença global, compartilha algumas tendências desse mercado para o próximo ano:

ADOÇÃO DA CULTURA DATA-DRIVEN

As organizações deverão intensificar o uso de dados como parte do planejamento e estratégias de negócios para todas as suas áreas. Uma cultura baseada em dados permite o monitoramento em tempo real das principais fontes de



informação, tanto para guiar processos-chave de transformação digital como realizar atualizações tempestivas no desempenho de lançamentos de novos produtos e serviços. Para compreender as interações com os consumidores, as empresas terão que possuir maior competência em análise de dados (*analytics*). O uso do *analytics* fará toda a diferença para criar novas jornadas, onde o consumidor terá suas necessidades antecipadas e supridas de forma sem precedentes, assim como a identificação e a correção tempestiva de pontos de fricção. Ao se tornar uma organização mais inteligente e

data-driven, será possível retroalimentar o negócio com dados e insights, construindo uma cultura de valor com foco no cliente e, consequentemente, impulsionando os negócios.

MUDANÇAS DO MARKETING NO DIGITAL

Em 2019, as marcas deverão intensificar ainda mais a substituição das técnicas tradicionais por um novo mindset, mudando suas estratégias de marketing para focá-las no estímulo à experimentação e, principalmente, na inserção do cliente no centro do negócio entendendo não apenas seu mix de canais, mas sua relação com múltiplos touchpoints on e offline. O chamado *Agile Marketing* precisará ser implementado, com ciclos curtos e rápidos aprendizados como parte do processo de transformação digital. Para isso, equipes de marketing deverão estudar mais e correr atrás dos resultados.

REVOLUÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Outra tendência que crescerá exponencialmente será a aplicação da Inteligência Artificial, especialmente em assistentes virtuais para a oferta de experiências altamente convenientes, personalizadas e onipresentes aos consumidores. A IA vai provocar uma verdadeira revolução nos negócios *peer-to-peer* ou *peer-to-machine*, para transformá-los em *machine-to-machine* através da voz.

AUTONOMIA E EMPODERAMENTO DAS ÁREAS

A quebra de estruturas de silos (departamentos) para dar lugar às equipes multidisciplinares (SQUADs) nas organizações está entre as



ações-chave do processo de mudança cultura da transformação digital. A tendência é a formação de equipes com mais autonomia e empoderamento, agindo de forma colaborativa, em torno de um objetivo comum e com incentivo à experimentação e inovação, para que a empresa ganhe a velocidade que o mercado exige na tomada de decisões que vão gerar real valor aos seus consumidores.

CAPACIDADE DE LIDAR COM RISCOS

A transformação digital traz muitos desafios e riscos também. Ano a ano, as empresas precisarão estar cada vez mais preparadas para lidar com os riscos dessa jornada, que inclui testes e experimentos fundamentais para a evolução da marca no ambiente digital. As organizações vão precisar entender que a missão de resolver problemas vai além de uma área específica, para ser tratada de forma global por todas as esferas, especialmente a do cliente.

“Em 2019, teremos que ter um olhar ainda mais profundo para as capacidades disruptivas dessas tendências, que vão provocar grandes transformações nas relações entre os consumidores e as marcas”, disse Marcelo Trevisani, CMO da CI&T.

Três **tendências digitais** que mudarão o comércio em 2019

Uma das tendências mais difundidas é a reinvenção da jornada dos compradores. No passado, as compras eram mais transacionais por natureza. Agora, realizar compras é uma jornada com mais ênfase na construção de relacionamentos, não apenas na compra em si. A jornada ideal tece uma marca por toda a experiência, fornecendo valor antes, durante e depois da compra, convertendo uma transação em um relacionamento.

“A tecnologia está presente em quase todas as etapas, sendo que o smartphone mantém o consumidor sempre ligado às empresas. O comércio está no meio de uma mudança da cabeça aos pés, graças à infinidade de tecnologias disponíveis”, comenta Michelle Evans, head de pesquisa de Digital Consumer da Euromonitor International, empresa britânica de pesquisa de mercado.

Veja abaixo três tendências impulsionadas pela tecnologia que terão o maior impacto na reformulação do comércio no próximo ano.

REPOSICIONANDO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A inteligência artificial (IA), que se refere a tecnologias capazes de executar tarefas que normalmente exigem inteligência humana, existe há séculos. Agora, três poderosos drivers - crescimento exponencial de dados, redes de distribuição mais sofisticadas e algoritmos mais inteligentes - têm impulsionado a inteligência



artificial para aplicações junto ao usuário final, tornando-a uma das tecnologias mais populares atualmente.

Espera-se que a inteligência artificial seja o avanço tecnológico mais impactante para as empresas nos próximos cinco anos. Quase 59% dos 602 profissionais da indústria pesquisados pela Euromonitor International em setembro de 2018 classificaram a IA à frente de outras tecnologias de grande prestígio. A IA avançou em relação à Internet das Coisas, que os entrevistados em uma pesquisa de fevereiro classificaram como a tecnologia de maior impacto nos próximos cinco anos.

“Ocorre um reposicionamento do papel da inteligência artificial. Ao invés de substituir os trabalhadores, por exemplo, a tecnologia foi posicionada para aumentar o conhecimento um ano”, comenta Evans.

INOVAÇÃO • 2019

Um exemplo real disso são os serviços de assinaturas digitais e de compras pessoais da marca Stitch Fix que aproveitam da inteligência artificial para criar recomendações de roupas, sendo que um estilista profissional aprova as seleções finais enviadas aos consumidores. Nesse caso, a IA é aumentada pela inteligência humana.

A VOZ EM FOCO

No ano 2000, Bill Gates previu que a maior parte da interface das pessoas com computadores acabaria sendo via voz. Espera-se que as aplicações de voz sejam uma das áreas mais impactadas pelo aumento da inteligência artificial, de acordo com a pesquisa de setembro da Euromonitor International conduzida por profissionais da indústria.

Chatbots e alto-falantes inteligentes ganharam atenção, mas seu impacto sobre a receita das empresas tem sido abaixo do esperado. Embora os robôs habilitados para voz, como o *Alexa* e o *Google Home*, continuem a penetrar cada vez mais residências, sua capacidade de gerar vendas para empresas de serviços ainda é insignificante na melhor das hipóteses. Mesmo assim, a voz continua a ser elogiada como a próxima grande novidade no comércio.

FUTURO DA LOJA

Embora os estabelecimentos físicos continuem a desempenhar um papel fundamental na forma como os consumidores navegam e compram mercadorias, as lojas de varejo terão que evoluir para atender melhor a um comprador mais informado, impaciente e conectado à internet.

“Mais experiências serão construídas em torno das compras, por exemplo, de móveis ou eletrônicos, exigindo mais consideração. Além disso, maior automação chegará às lojas para facilitar o processo de navegação e compra com caixas sem atendentes, como o Tao Café, da Alibaba. Desde a primeira vez que apareceram em 2017, os varejistas estão buscando empresas de



tecnologia que querem se reproduzir”, comenta Evans.

Segundo a pesquisadora, a ascensão de um processo mais acessível de etiquetagem de produtos, visão computacional e machine learning em nível mais avançado tornaram isso possível. Em sua forma mais simples, os consumidores usam um smartphone para escanear os produtos. A tecnologia de sensores rastreia o consumidor dentro da loja e adiciona itens que eles removeram da prateleira para um carrinho de compras virtual. JD.com na China e Amazon nos EUA estão trabalhando em iniciativas semelhantes.

Para saber mais sobre essas tendências, faça o download gratuito do estudo “Commerce 2040: Revolutionary Tech Will Boost Consumer Engagement” da Euromonitor International: <http://bit.ly/2yax8fx>.

SOBRE A EUROMONITOR INTERNATIONAL

Euromonitor International é uma empresa global de pesquisa e consultoria sobre o mercado de bens de consumo e serviços. Com sede em Londres e mais de 40 anos de atuação, somos líder no fornecimento de inteligência de negócios e análise estratégica de mercado para empresas em todo o mundo. Oferecemos soluções de pesquisa customizada e publica anualmente informações sobre desempenho e tendências de 30 setores em até 100 países, além de agregar dados demográficos e socioeconômicos de países e consumidores.

Faça parte e ganhe
DESCONTOS
DE ATÉ 60%

Acesse nosso portal e faça seu cadastro

WWW.BOOMCARD.COM.BR

CLUBE DE
VANTAGENS



BAIXE APP **GRÁTIS**



INDICAÇÃO DE LEITURA



IÊDO FLÁVIO DE ANDRADE FILHO

Administrador, advogado, empreendedor, empregado público, especialista em gestão pública e empresarial, presidente da Academia de Ciências de Administração de Sergipe (ACAD-SE) e coautor do livro RH na Veia.

Obra: **Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas (53ª Ed.)**

Autores: Dale Carnegie

Editora: Nacional, 2016



Sinopse: Conhecido no mundo todo, Dale Carnegie é responsável por vários best-sellers, com destaque para a obra aqui apresentada, cuja primeira publicação foi em

1936 e já foi traduzida para 47 idiomas. Ele foi conselheiro de líderes mundiais, escreveu colunas em jornais, teve programa de rádio e fundou o que é hoje uma rede mundial de mais de 3.000 instrutores e escritórios em mais de 90 países que já formou mais de 9 milhões de pessoas no mundo. Um ótimo livro, clássico do gênero, a obra fornece dicas para melhorar as relações do leitor com as pessoas e sua comunicação com elas, tan-

to no âmbito profissional como no pessoal, objetivando a eficácia nos relacionamentos interpessoais. O autor usa exemplos e histórias interessantes para expor orientações de como melhorar as relações humanas, que podem ser aprendidas e praticadas por qualquer pessoa e, assim, aumentar o poder de influência e liderança, para obter maior cooperação das pessoas ao seu redor. Esta nova edição contém o texto integral, com um novo design, em formato compacto. Com a leitura, poderemos perceber facilmente que o mundo pertence a quem consegue expressar as suas ideias, assumir a liderança e entusiasmar os outros. Seja um deles!

Site/loja para comprar: Amazon.com; extra.com; Submarino; Estante Virtual.
Valor: de R\$ 19,90 a 33,00.

Críticas, sugestões e contatos:

E-mail: iedoflavio@yahoo.com.br

Redes sociais:

[instagram/twiter: iedoflavio](#)

Entrevista com o empresário Alex Monteiro

Em dezembro o CJE - Conselho de Jovens Empreendedores da ACESE - Associação Comercial e Empresarial de Sergipe, realizou um evento com a presença do empresário Alex Monteiro, responsável por gerenciar as carreiras de Tirulipa, Carlinhos Maia e Whinderson Nunes.

A **Revista Empreendedorismo** fez uma entrevista com ele, que reproduzimos a seguir.

ALEX MONTEIRO

Advogado, professor e empreendedor. Profissionalizou-se como ator em 1998. Em 2001 tornou-se sócio da Efeitos e Eventos, desenvolvendo diversos eventos culturais em Minas Gerais e Rio de Janeiro, além de eventos corporativos. Em 2011 iniciou seu trabalho de agente artístico, empresariando a carreira do humorista Gustavo Mendes. Em 2015 criou a NonStop, um projeto para agenciar a carreira de outros artistas, principalmente aqueles que emergiam das redes sociais, atualmente representando nomes como Whindersson Nunes, Carlinhos Maia, Tirullipa, Dani Russo, Gkay, entre outros. Além da agência, é sócio da Ingresso Digital, SemParar Produções e Kadis Cursos.



Revista Empreendedorismo: Ao seu ver, seu trabalho como empreendedor se iniciou quando?

Alex Monteiro: Eu digo que meu trabalho começou quando eu ainda panfletava nas ruas de Juiz de Fora, pois ali tive oportunidade de contratar outras pessoas para fazer o mesmo e

EMPREENDEDORISMO

ganhar comissão. Ou seja, ainda que amadora, eu tinha um empreendimento.

RE: Hoje você considera que o empreendedorismo é a principal parte do seu trabalho? Você acredita que ele te ajudou a chegar no seu nível atual como profissional?

AM: Sem dúvida alguma, criar e fazer negócios é a minha vida. Eu amo criar soluções e enfrentar novos desafios. O desejo de empreender é o meu combustível.

RE: Você tem experiência no meio dos eventos culturais e, posteriormente, passou a agenciar a carreira de artistas, principalmente no meio digital. Você acredita que o trabalho com os artistas que estão emergindo das redes sociais é um novo filão a ser explorado?

AM: Sim, agenciar artistas é algo antigo, a questão é estar atento a quem são e serão esses novos artistas, a cada dia as redes nos mostram novas plataformas com novos talentos, o desafio é estar atento às essas mudanças quase diárias.

RE: A NonStop é um projeto que partiu de sua própria iniciativa ou foi realizado em conjunto? Ela já surgiu a partir de sua visão empreendedora?

AM: Sim, surgiu da minha visão e iniciativa, convidando outros sócios para desenvolvermos as ideias. Eu percebi que os talentos saídos das redes sociais seriam os novos nomes a encherem os grandes espaços de shows.

RE: Além dela (NonStop), você é sócio da Ingresso Digital, SemParar Produções e Kadis Cursos. Nelas o foco do trabalho é diferente do da NonStop? Quais as particularidades delas?

AM: Cada empresa tem uma metodologia diferente, mas tem uma cara idêntica de trabalho, valorização das pessoas e foco nas atualizações do mercado. Muitas delas estão interligadas ao nosso negócio principal, exceto a Kadis é minha grande aposta, onde lançaremos uma plataforma voltada para o bem estar das pessoas. Hoje todas sonham com sucesso, mas muitos não sabem o que fazer com ele, queremos auxiliar às pessoas a serem felizes, já temos nomes importantes nessa plataforma, como Gabriel Chalita e Bella Falconi.

RE: O trabalho em diferentes frentes - ou seja, uma boa dose de versatilidade - é algo desejável no empreendedor moderno? O que você colocaria como essencial para um empreendedor prosperar hoje em dia?

AM: Trabalhar em varias frentes é uma necessidade do mercado atual, pulverizar investimentos, mas é necessário investir em diferentes habilidades. Não adianta ter somente o dinheiro, é necessário o conhecimento e foco nas ideias, uma ideia pode valer milhões, só tem boas ideias quem tem conhecimento do negócio. Hoje vejo a necessidade do empreendedor multifuncional, que detém conhecimento de economia, direito, negócios e que esteja super atualizado.

Uma cidade inteligente, como ela é?

O que é uma cidade inteligente? Existem vários conceitos sobre cidades inteligentes, no geral, o conceito costuma estar associada ao uso de tecnologias da informação e da comunicação (TICs) para melhoria da qualidade de vida e dos serviços na cidade. Mas ele vai além da tecnologia, e a inclusão social e digital da população são requisitos primordiais. Em tese, as cidades inteligentes tornam os governos locais mais eficientes em relação aos atendimentos das necessidades da população, utilizam as TIC para melhorar a sua gestão.

As cidades inteligentes mudam a forma como as cidades funcionam. Governo, mobilidade, sustentabilidade, qualidade de vida, fluxos (pessoas, carros), tudo isso permeia uma cidade, independente de ser inteligente. A mobilidade é uma vertente extremamente importante para o desenvolvimento de uma cidade mais inteligente, humana e de qualidade.

Mas o que é a mobilidade urbana? É a condição básica para as pessoas se locomoverem na cidade. Possuir vias rápidas e com boas condições de infraestrutura são condições básicas para uma melhor mobilidade dos automóveis particulares e transporte urbano, mas possuir as calçadas adequadas (seguras e confortáveis - niveladas, sem buracos e demais obstáculos inoportunos,



por exemplo), é condição básica para uma mobilidade sustentável de uma cidade que se supõe inteligente, sustentável e que proporcione qualidade na locomoção dos cidadãos.

Ciclofaixas e ciclovias também facilitam a mobilidade urbana, assim como a sua manutenção, sinalização e reordenamento, quando necessário. A rua é o ponto-chave para a cidade, ela é o centro de conexão entre o cidadão, o comércio, o trânsito, a mobilidade.

As cidades inteligentes também devem ser sustentáveis. Medidas para melhorar a relação da população com os recursos naturais que existem na cidade são sempre bem vindas. Medidas para diminuir a poluição (do ar, visual, sonora), são partes integrantes para a transformação da cidade urbana atual, para uma

TENDÊNCIA

cidade urbana de qualidade e inteligente. Tratar de forma inteligente a limpeza urbana (separação do lixo normal e do lixo reciclável, descartes de lixo doméstico, lixo hospitalar, etc), faz a diferença de uma cidade. Isso contribui para a qualidade de vida da população.

Conectividade. Essa é mais uma vertente das cidades inteligentes. Não custa lembrar que, na cidade inteligente, o digital deve estar a serviço do urbano. Sendo assim, a disponibilidade de sensores que gerenciam o trânsito, o wi-fi público, a troca de iluminação pública por lâmpadas de Led, são instrumentos que permitem a cidade ser “mais inteligente” e segura. A disponibilidade de aplicativos para a população interagir com o poder público, e assim gerenciar a cidade de forma mais participativa e inclusiva, faz parte da governança da cidade inteligente.

Mais que tudo, uma cidade é ‘smart’ ou ‘inteligente’ quando os investimentos em capital humano e social, infraestrutura e tecnologias promovem o crescimento econômico sustentável e qualidade de vida, com o uso inteligente dos recursos naturais, através de uma governança participativa e inclusão digital dos cidadãos.

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) possui inúmeros estudos sobre cidades inteligentes. Esses estudos envolveram áreas de ação tais como segurança cidadã, mobilidade, gestão de emergências e desastres naturais,

centros de controle integrado, governo digital e educação, entre outros. Com base nesses estudos, algumas vantagens foram identificadas em uma cidade inteligente, quais sejam:

1. Facilitam a integração de processos na administração pública, e aporta informação necessária e transparente para melhor tomada de decisões e gestão orçamentária;
2. Geram procedimentos comuns que aumentam a eficiência do governo;
3. Otimizam a alocação de recursos e ajudam a reduzir gastos desnecessários;
4. Eleva o grau de satisfação dos habitantes, pois permitem prestar uma melhor atenção aos usuários de serviços e melhorar a imagem dos órgãos públicos;
5. Permitem maior participação da sociedade civil organizada e dos cidadãos na administração por meio do uso de ferramentas tecnológicas que ajudam a monitorar os serviços públicos, identificando problemas, informando e interagindo com a administração municipal para resolvê-los;
6. Produzem indicadores de desempenho que são úteis para medir, comparar e melhorar as políticas públicas.

É assim que entendemos uma cidade inteligente. É assim que queremos a nossa Aracaju inteligente. Conversaremos mais sobre cidades inteligentes nos próximos artigos.



SUDANÊS B. PEREIRA

Economista. Especialista em Economia Digital. Especialista em TIC e Desenvolviemnto Regional. Mestre em Geografia.

ALEXANDRE PORTO

Empresário. Ex-Secretário Adjunto da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e da Ciência e Tecnologia

Administração para o Desenvolvimento - O Brasil precisa

Um novo governo assume a República Federativa do Brasil e, mais do que nunca, precisamos de um país bem administrado, um país administrado por profissionais, que consigam gerir a máquina pública, executar programas e projetos e unir toda a sociedade brasileira em prol do desenvolvimento.

Há um tempo, li um artigo de Stephen Kanitz, onde fez uma análise do estilo gerencial de algumas profissões e destacou o estilo gerencial dos administradores como essencial para o alcance de resultados efetivos na gestão pública. Disse que os engenheiros têm um estilo mais perfeccionista, onde o trabalho tem que ser bem feito, custe o tempo que custar. Já os advogados são detalhistas, podem gastar horas analisando uma cláusula de contrato que provavelmente nunca será necessária, ou seja, pode demorar, mas com certeza o contrato cobrirá todos os detalhes e incertezas do futuro. Quanto aos administradores, ele disse que quando perguntado a outros profissionais qual o estilo gerencial, provavelmente, vão definir como imediatista, preocupado com retorno a curto prazo. Ele, ainda, diz que “administradores, segundo a visão popular, querem tudo para ‘ontem’, vivem dizendo que ‘o ótimo é o inimigo do bom’, que precisamos mais de ‘acabativa’ e não de iniciativa.”. Mas, para ele, além das funções destacadas nos livros de administração (organizar, gerir, liderar, planejar e executar), existe uma fundamental para que as coisas sejam feitas a contento e em seu tempo



certo, além de contribuir com o ambiente de trabalho, que é a função de não permitir que problemas se acumulem.

No ambiente organizacional, seja ele público ou privado, precisamos de profissionais com as mais diversas formações e estilos gerenciais, ou seja, todos são importantes para o alcance de resultados. Porém, especialmente na gestão pública e frente ao cenário atual, precisamos de profissionais que tomem decisões no tempo certo e que resolvam os problemas, sem deixar que eles se acumulem. Muitas vezes, vimos na história do nosso país bons planos econômico e de gestão, porém não foram executados corretamente e naufragaram, faltava visão administrativa. E é aí que os administradores se destacam, eles entendem dos detalhes na hora da execução, têm conhecimento de marketing, recursos humanos, finanças, dentre outras áreas. Como dito, os bons administradores evitam que problemas se acumulem, não esperam pela melhor informação

NEGÓCIOS

para ter o resultado, eles agem com um estilo gerencial focado na rapidez de raciocínio e ações essenciais. Kanitz diz “por isto, nós nos preocupamos tanto com acompanhamento, qualidade total, processos, auditoria, recursos humanos, etc” e completa o raciocínio com um comentário, “infelizmente, não é assim que a maioria dos intelectuais brasileiros que ocuparam tantos cargos de destaques neste país pensam”.

Assim, nos tempos de hoje, só resolver problemas corretamente não é o suficiente, eles precisam ser resolvidos corretamente e dentro do tempo necessário. Felizmente ou infelizmente, com competência, os administradores tomam decisões com os dados e informações que possuem ao seu alcance, não apenas com os dados que gostariam de ter.

Um exemplo público do problema causado pela demora na tomada de decisão é a questão das reformas tributária, previdenciária, política e judiciária, tão necessárias para o desenvolvimento do nosso Brasil. Agora, após anos de acúmulos de problemas, somente uma ampla reforma, através de uma gestão administrativa eficiente, resolverá os problemas. Por isso que Kanitz diz: “se tivéssemos resolvido os problemas, na medida que surgiram, o Brasil teria evoluído, teria caminhado para um sistema ótimo, em vez de termos que criar revoluções e enormes reformas de tempos em tempos”. Vale a reflexão.

Com isso, não quero ser audacioso a ponto de



dizer que o perfil gerencial dos administradores é superior ao dos demais. Ele é, simplesmente, necessário. O perfil dos engenheiros, economistas e advogados é importante e, às vezes, superior ao dos administradores, quando se trabalha individualmente, mas, quando se trabalha em equipe, é necessário conciliar e tomar decisões rápidas e precisas, tudo isso para não atrapalhar o andamento das outras atividades dentro da organização, é nisso que o perfil do administrador se destaca.

Assim, esperamos que a presidência da república e seus 22 ministérios - inclusive, a palavra ministério vem de administrar - tenham suas equipes compostas por administradores competentes e que, pautados na ética, na ciência da administração e nos princípios constitucionais e da administração pública, tomem as decisões necessárias para resolver os problemas existentes no Brasil, sem deixar que novos se acumulem. O Brasil precisa.



IÊDO FLÁVIO DE ANDRADE FILHO

Administrador, advogado, especialista em Gestão Pública e Gestão Empresarial. Presidente da Academia de Ciências de Administração de Sergipe e coautor do livro RH na Veia

Balanço das ações da Fecomércio-Sergipe em 2018

A Fecomércio tem como sua finalidade trabalhar para o desenvolvimento empresarial do setor terciário da economia, o comércio de bens, serviços e turismo de nosso estado. Para tanto, tem feito esforços constantes para fazer com que a economia de Sergipe siga em processo constante de crescimento. Todo o trabalho é feito com o suporte dos sindicatos filiados à federação, para trabalhar pela garantia do livre exercício das atividades econômicas dos empresários sergipanos. Os segmentos representados pela Fecomércio são os responsáveis pela maior parte da geração de empregos no estado, promovendo a ocupação de cerca de 300 mil postos de trabalho, ou seja, 75% do total de empregos, promovendo um ambiente competitivo e justo para o exercício das atividades empresariais sergipanas.

O ano de 2018 foi marcado por grandes lutas, mas também grandes conquistas. O suor emanado dos pares representativos da classe empresarial foi compensado com a conquista de diversos ganhos acerca das questões legais, fiscais e de práticas empresariais. O papel de interlocução da instituição junto aos poderes constituídos é o principal serviço que



o empresário tem à sua disposição. Afinal, a Fecomércio é a casa do empresário sergipano e é pelos empresários que temos o dever de lutar. Fazer a defesa dos interesses e mediar os conflitos que impactam a produtividade da economia não é tarefa fácil, mas com o trabalho do presidente Laércio Oliveira, um verdadeiro agente agregador e negociador, o ambiente para os negócios está mais tranquilo. E esse é o foco da atuação da Fecomércio, que tem em seu entendimento o crescimento empresarial como premissa de uma economia pujante e vencedora.

Contudo, não se resume a isso a atuação da Fecomércio. Pelo contrário, o leque das ações

COMÉRCIO

é amplo e tem o objetivo de fazer o comércio melhor qualificado no sentido empresarial, bem como no laboral. Afinal, os trabalhadores do comércio devem estar aptos para o exercício de suas atividades. E para isso é que a federação abarca o Sistema Comércio, que congrega Sesc e Senac, dando a formação profissional, mas sem deixar de pensar no lado social para os trabalhadores. São ações de cultura, lazer, esporte, saúde, de desenvolvimento social e sustentável, seguindo o princípio de que se temos trabalhadores que estão bem, as empresas estarão ainda melhores. Sergipe tem no setor terciário da economia, 72,2% do fluxo de riquezas. Isso é um fator determinante para que a Fecomércio ganhe robustez e musculatura para defender os empresários com coragem e determinação.

Em 2018, o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac, qualificou mais de 25 mil pessoas de forma gratuita para o mercado de trabalho, cumprindo sua missão social de fazer com que os trabalhadores do comércio estejam preparados para o melhor exercício de suas atividades. Além disso, o sistema transpassa seus muros, promovendo transformação em toda a sociedade sergipana, por meio das ações das unidades móveis do Sesc e



Senac, que levam saúde de qualidade para os mais distantes municípios de nosso estado, além de formação profissional para dar mais oportunidades para os sergipanos. As unidades físicas estão em expansão, como a nova construção da unidade do Senac de Nossa Senhora da Glória, que será a maior unidade de ensino do sertão, beneficiando uma população estimada de mais de 200 mil pessoas. Além do Sesc de Itabaiana, garantindo o direito às ações educacionais, de cultura e lazer para o povo do agreste sergipano, atendendo a mais de 15 municípios da região. O Sistema Fecomércio tem dedicado suas ações para o fortalecimento da economia e desenvolver o estado de Sergipe, garantindo que os empresários sejam fortes e trabalhadores bem atendidos.



MAURÍCIO GONÇALVES DE OLIVEIRA

Desde 2017 Superintendente do sistema Fecomércio Sesc e Senac .
Técnico em Administração
Graduado em História pela UFS
MBA em Marketing pela FGV
MBA em Administração e Gestão de empresas - UNIT

A questão do **tempo**, mais uma vez

A forma como administramos o tempo diz muito sobre quem somos!

Mais uma vez volto a falar sobre a questão do tempo, parece que cisme com isso não é mesmo? Mas é que vivemos num momento conturbado, onde tantas coisas parecem tomar nosso tempo que parece a cada dia mais curto, estamos há poucos dias em um novo ano e este é um episódio temporal, que marca o fim de um ciclo de tempo e o início de outro, portanto, nada mais esperado que falarmos novamente sobre o tempo, mas agora tentando ter uma outra perspectiva.

Nesta época do ano ouvimos com frequência frases do tipo: Nossa, o ano já está acabando, outro dia era começo de 2018 e agora já acabou!

Época propícia também para balanços, tanto os das empresas quanto nossos balanços pessoais, o que fiz neste ano de 2018? Fiz valer a pena? Cumprir meus projetos pessoais? Cumprir meus projetos empresariais ou profissionais? Fiz o curso que pretendia? A viagem que pretendia?

Como já disse no artigo anterior, tempo perdido é tempo irrecuperável, tempo é bem

escasso e não renovável, quando penso na finitude da vida me preocupo não apenas com o que fiz, mas principalmente com o que ainda não fiz, e isso me incomoda.

Quando somos jovens, temos a impressão de que o tempo é fonte inesgotável e que podemos desperdiçá-lo sem a menor cerimônia, sem consequências, quando se chega na idade em que estou atualmente, pouco mais de meio século vivido, e se percebe que temos no momento mais passado do que futuro, o tempo passa a cada dia a ficar mais precioso, e por conseguinte, mais escasso.

Mas a idade adulta não traz só preocupações, traz vantagens também, é possível agora, com a plena consciência da exiguidade do tempo, dar um toque de qualidade no mesmo, não desperdiçamo-lo mais sem se dar conta de sua irrecuperabilidade, damos mais valor a momentos de compartilhar uma boa companhia, um bom filme, uma boa comida, podemos nos sentar a frente ao mar apenas para contemplá-lo, sem ter que necessariamente nadar, de jogar futebol, de

REFLEXÃO

correr, de se exercitar, conseguimos desfrutar de horas de mera contemplação apenas pelo prazer de contemplar!

O estar passa a ter mais valor do que fazer!

O QUE TEM TOMADO NOSSO TEMPO?

Um relatório revelou que o Brasil é o terceiro no ranking de quem passa mais tempo na Internet. Os brasileiros gastam, em média, 9 horas navegando na web. O país também aparece entre os primeiros quando o assunto é o tempo gasto nas redes sociais: são mais de 3 horas diárias. Há ainda outros dados interessantes sobre o comportamento das pessoas na rede que merecem ser vistos com atenção. Como, por exemplo, o fato de o YouTube ser a rede social mais acessada no país, superando inclusive o Facebook em número de usuários.

Puxando a sardinha para a minha brasa, obviamente você estará lendo este texto numa revista eletrônica, e necessariamente o fará por meio da internet, portanto, não estou aqui me posicionando contra a internet, muito menos contra as redes sociais que mostraram sua força nas últimas eleições, a reflexão é apenas esta, tenho centenas de amigos virtuais com quem converso diariamente, mas quanto do meu tempo tenho dedicado a cultivar minhas amizades pessoais, físicas, reais?

Quanto do meu tempo tenho dedicado a demonstrar por meio de gestos e atitudes o amor que tenho por meu cônjuge, meus filhos, meus irmãos, meus amigos, meus colegas de faculdade ou de trabalho?

Noto ultimamente que famílias se comunicam mais pelo whatsapp do que pessoalmente, e o pior, brigam pelo aplicativo e chegam a dissolver grupos familiares, onde chegamos?

O relacionamento interpessoal é muito mais caloroso, pessoal, pode-se ver a expressão facial e a entonação das frases, além do que, gera um respeito presencial, mas a letra fria de uma frase no celular não tem entonação, não tem expressão, e gera um distanciamento que sugere plena liberdade, inclusive para dizer o que jamais diríamos cara a cara.

Pelo bem da nossa sociedade, pela salvação das famílias e pelo uso racional do tempo, use todas as ferramentas eletrônicas a favor do bem, para obter conhecimento, para construir, para aproximar, para unir.

Como dizia o sábio: “Se não tiver nada de bom para falar de alguém, não fale nada!”

Que nesse novo ano tudo se renove, inclusive a nossa mente, paz a todos, sucesso, e que saibamos utilizar o tempo e a tecnologia a nosso favor!



SÉRGIO GOMES ROSA

Advogado de Gomes Balduino Advogados em São Paulo.
Pós-graduado em Direito Processual Civil pela Escola Superior de
Advocacia da OAB/SP

VAI ALUGAR UM CARRO?

Economize na Reserva!



**Portal de
Reservas**

Conheça nossas ofertas

www.portaldereservas.com.br