



PROF. ROSIVALDO
Inovação em
Escritórios Virtuais



GERSON BATISTA
Crimes
cibernéticos



LUCIANDO MAYNARD
Tecnologias em
pagamentos

ANO 1 EDIÇÃO 08 JULHO 2018 DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

ArtNer EDITORA
Comunicação



Negócios Empreendedorismo Inovação

Atualidade e comportamento

COMO MUDAR A VIDA PARA MELHOR

DICAS DE LEITURA: GESTÃO E A INVENÇÃO DE FORD



CONHEÇA A INSTITUIÇÃO QUE ESTÁ AO LADO DE QUEM TEM CÂNCER

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!

Olá pessoal! Obrigado por acessar/ baixar a edição de julho da revista Negócios, Empreendedorismo e Inovação.

Nesta edição trazemos dois artigos relacionados ao comportamento empresarial e, porque não, nossa postura diante da vida, para torná-la mais feliz. Falamos dos textos de Jorge Cabral sobre PNL - Programação Neuro Linguística e de Diego da Costa sobre CIS - Coaching Integral Sistêmico, ambos com o foco em mudanças para uma vida melhor.

Além disso, saiba mais sobre como atrair mais clientes e o negócio com maquininhas de pagamento dentro do âmbito da tecnologia. Ainda nessa temática, trazemos um artigo sobre crimes virtuais. Fique por dentro. Outro assunto bacana é a importância do setor de escritórios virtuais, um segmento de sucesso na economia.

E mais, dicas de leitura, como publicar seu livro, campanha humanitária tudo isso você encontra aqui nesta edição.

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
da ArtNer Comunicação**

Portal de Reservas, a sua melhor opção para alugar um carro

Agora você pode encontrar em um só lugar, com apenas um clique, (no seu smartfone, tablet ou computador), os melhores produtos e serviços turísticos do Brasil. Tudo isso no Portal de Reservas, (www.portaldereservas.com.br). Num ambiente virtual, onde produtos e serviços turísticos de qualidade são disponibilizados de forma prática, rápida e segura, sem custos algum para os usuários, mas ao contrário, com preços competitivos, pois nós disponibilizamos um grande leque de empresas e produtos, para que você escolha o melhor. No Portal de Reservas todo mundo sai ganhando: é bom para os parceiros que colocam seus produtos e serviços em uma

grande vitrine online, e para os consumidores que encontrarão as melhores opções de locação de veículos, passeios, hospedagens (em desenvolvimento), dicas de gastronomia e roteiros, entre outros itens. O Portal de Reservas, utiliza as melhores ferramentas de marketing digital para divulgar os produtos dos parceiros e atender à demanda dos usuários. Em parceria com a UNIDAS e MOVIDA, e em breve com a LOCALIZA, é oferecido locação de veículos, nos principais destinos turísticos com praticidade, agilidade, segurança e tarifas diferenciadas.

Visite o nosso portal e conheça tudo que temos a oferecer. www.portaldereservas.com.br

The advertisement is split into two main color sections: a green left side and a blue right side. At the top center, the logo 'Portal de Reservas' is displayed in a stylized font. On the green side, the text 'ALUGUEL DE VEÍCULOS' is prominent, with 'COM DESCONTOS IMPERDÍVEIS' below it. A white Chevrolet car is shown in the lower left. On the blue side, the text 'MELHORES PASSEIOS' is prominent, with 'COM PREÇOS FANTÁSTICOS' below it. A family of four is shown in the lower right, with a sailboat and palm trees in the background. At the bottom, there are logos for 'unidas Aluguel de Carros' and 'mov(da) aluguel de carros', and a URL box containing 'http://www.portaldereservas.com.br/'.

Portal de Reservas

☆☆ ALUGUEL DE VEÍCULOS ☆☆
COM DESCONTOS IMPERDÍVEIS

MELHORES PASSEIOS
COM PREÇOS FANTÁSTICOS

<http://www.portaldereservas.com.br/>

unidas Aluguel de Carros

mov(da) aluguel de carros

RAFAEL
ALBUQUERQUE

CEO da Unitfour, empresa brasileira referência em fornecimento de dados para as áreas de cobrança, call centers, risco, crédito, antifraude, CRM e marketing

É preciso redobrar a atenção em alguns passos, que quando seguidos, podem potencializar os resultados com a conquista de novos clientes e transformar o negócio.

5 passos que novos empreendedores devem seguir para **atrair clientes**



S seja por necessidade ou por oportunidade, nos últimos anos diversos novos empreendedores surgiram no Brasil. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entre os anos de 2014 e 2017, 26,2 milhões de empresas foram criadas no país, totalizando 48,2 milhões de empresários até 2017.

Seja por causa da concorrência, da burocracia ou do mindset do empreendedor, gerir uma companhia não é algo fácil. E, com a constante expansão do setor, é preciso redobrar a atenção em alguns passos, que quando seguidos, podem potencializar os resultados com a conquista de novos clientes e transformar o negócio. Confira!

EMPREENDEDORISMO

ETAPAS INICIAIS

Nesse estágio, o gestor deve criar uma marca forte e sólida que passe confiança para as pessoas. Para isso, é preciso que a empresa seja capaz de se comunicar com seu público-alvo de maneira clara e transparente, passando a mensagem correta sobre o produto ou serviço ofertados, chamando a atenção dos clientes por meio de seus diferenciais e conquistando uma ampla gama de consumidores.

CONCORRÊNCIA

Devido à grande concorrência presente no Brasil, é comum que o empreendedor encontre obstáculos, que vão dificultar – se não impedir – o seu trajeto e o crescimento de sua companhia. Para superá-los, é preciso contornar a situação e entender o que o consumidor busca, criando, a partir dessa informação, promoções que sejam capazes de chamar a atenção do público certo, fazendo com que ele experimente o produto ou serviço.

EMPATIA

Para galgar espaço e aumentar sua carteira de clientes, o empreendedor precisa ser o mais empático possível, sempre se colocando no lugar do consumidor e tendo uma visibilidade externa sobre seu produto ou serviço. Assim, os gaps existentes são mitigados e a empresa consegue se aproximar de seus clientes. Ou seja, é preciso desenvolver a capacidade de realizar uma análise crítica sobre seus reais benefícios e diferenciais.



REALIDADE

O sucesso da marca e o crescimento da empresa dependem de uma característica do dono: é essencial ser realista. Querer abraçar o mundo, atendendo mais clientes do que sua produção pode suportar, faz com que a qualidade caia e a produção tenha problemas, trazendo insatisfação dos consumidores, mesmo os já fidelizados. Além disso, é importante que o empreendedor evite ser engessado e burocrático, o que pode ocasionar em um processo de vendas mais lento e, por consequência, no afastamento do público.

CONFIE

Internalizar todas as funções pode ocasionar falta de mão de obra qualificada para realizar todas as tarefas necessárias. Por isso, ter um sistema que gere as vendas é algo essencial para que a empresa consiga se organizar no início das suas atividades. Além disso, adquirir um mailing segmentado e fazer uso de ferramentas de comunicação, como disparadores de e-mail marketing, podem ser eficazes para companhias que ainda não possuem uma carteira segmentada de clientes.



LUCIANO
MAYNARD

Sócio da Saveloja
Soluções Empresariais,
especialista em meios
de pagamentos,
mercado financeiro,
mercado de cartões
e Fintech.

A nova era das **maquininhas de cartão** e dos pagamentos digitais!



A maioria das pessoas já sabe que aceitar cartão não é mais uma opção dos empreendedores, e sim uma necessidade que vem aumentando a cada dia, ainda mais nessa era moderna onde ficou muito mais prático e seguro andar com cartão no bolso.

Mas, o que muita gente não sabe é que por trás de todas as empresas de maquininhas de cartão, conhecidas também por Adquirente ou Subadquirente, Credenciadora ou SubCredenciadora, existe uma grande estrutura tecnológica com vários envolvidos para que Comprador (dono do cartão) e Vendedor (dono de empresa) consigam realizar a transação de forma segura e rápida.

Tudo começa pela famosa maquineta ou maquininha, conhecida tecnicamente como POS (point of sale) ou ainda modelos chamados de PIN Pad. Eu explico a diferença:

PIN Pad é um dispositivo utilizado apenas para informar o PIN ou a "senha" de forma segura (criptografada). Ele é utilizado geralmente plugado a um computador e nesse caso quem faz o processo de transmissão dos dados da venda é o

TECNOLOGIA

software da empresa que depende da internet para que esses dados cheguem protegidos ao destino final. É muito fácil diferenciar esse tipo de equipamento. O PIN Pad não consegue resolver todo o processo de venda sozinho. Ele depende de um computador ou outro dispositivo como Smartphones ou Tablets com acesso à internet, além de software específico (homologado) e de impressora para o comprovante. Nos dispositivos móveis, o comprovante pode ser enviado via SMS e outros meios.

O **PIN Pad** obedece a regras de uso que me parece ser instituído pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) ou ainda pela Abecs - Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços. Nele, existem chaves criptográficas de cada Credenciadora, também chamado de mapa de chaves da ABECS (Master Keys). A vantagem do mapa de chaves é permitir que o estabelecimento escolha livremente mais de uma Adquirente ou Credenciadora para trabalhar usando o mesmo PIN Pad, o que deixa o mercado mais competitivo e favorece o comerciante.

Já o **POS** é bem diferente, pois ele é totalmente independente e consegue resolver o processo da venda sozinho, sem precisar de mais dispositivos plugados e na sua grande maioria dispõe de tecnologia GPRS, que permite o transporte de dados por pacotes, através do uso de CHIP de operadora de telefonia. Também possui um software de venda dentro dele e impressora para o comprovante. A indústria já tem investido em vários modelos mais modernos e tecnológicos, proporcionando mais serviços aos comerciantes a exemplo de alguns modelos de maquininha em formato de Smartphone com sistema operacional Android, permitindo a instalação de aplicativos para uso do comércio.

Na maquininha POS, o comerciante não consegue usar mais de uma Credenciadora, já que o equipamento não vem com as chaves criptográficas compartilhadas como no PIN Pad e isso pode afetar futuramente de forma muito negativa. Considerando que hoje em dia boa parte das empresas estão vendendo os equipamentos para os comerciantes, quando

o comerciante compra, ele fica preso a uma única Credenciadora e caso ele queira mudar, terá que fazer outro investimento. Ele nem imagina que poderia ser diferente se na máquina tivesse o mapa de chaves Abecs, pois ele teria a livre escolha para decidir qual Credenciadora é a melhor para seu estabelecimento ou ainda poder trabalhar com mais de uma, já que o equipamento é dele.

A compra dessa forma não favorece muito o comerciante, pois caso ele decida trocar de Credenciadora, ele precisa trocar de equipamento. Já para a Credenciadora, fica muito interessante, pois é uma maneira quase que forçada de garantir a fidelidade do comerciante.

Até certo tempo atrás, as gigantes Credenciadoras alugavam as maquininhas POS e tinham uma receita bem positiva sobre os alugueis. Porém, o mercado mudou e ainda vai mudar muito daqui para frente, basta observar a guerra de preço por taxas que tem acontecido. No futuro, creio que vai sair na frente quem entregar pacote de soluções para os comerciantes que os ajudem a diminuir custos operacionais e aumentar as suas vendas, pois o custo operacional de um estabelecimento comercial ainda é elevado e para isso o comerciante que estiver atento, vai em busca de soluções que lhes dê melhor suporte.

Quando participei de um evento promovido pelo Banco Central, foi relatado claramente que eles vão apoiar modelos de pagamentos instantâneos, onde o pagador faça o pagamento e o recebedor receba esse recurso de forma instantânea, podendo usar o recurso imediatamente. Aos poucos, o varejo deva se acostumar com os novos termos a exemplo: Fintech, Startup, Bitcoin, Cripto-moeda, Pagamento Digital, Conta Digital, Adquirente, Subadquirente, Credenciador, Subcredenciador, Arranjo de Pagamento, InsurTech e outros.

Esse mercado está em uma fase nunca vista antes e, caros leitores e amigos especialistas, vamos ter que arregañar as mangas e trabalhar muito se quisermos conquistar e não perder espaço dentro desse mercado.



JORGE CABRAL

Administrador (CRA 2166-01), Palestrante, Educador, Empreendedor, Estrategista, Coach (comportamental, executivo e de carreira), Mestre pela UFPE, Especialista em Gestão Empresarial, Especialista em Docência Universitária, Master Practitioner em PNL AV*NLP/EUA. Possui mais de 30 anos de experiência em Gestão, Estratégia, Liderança e Educação. Conselheiro Efetivo e Diretor de Fiscalização do Conselho Regional de Administração de Sergipe. Coordenador do curso de Administração da Estácio Sergipe.

PNL e Vendas: como a união dessas duas coisas pode transformar sua vida



PNL e vendas se tornou uma combinação fantástica para o desenvolvimento das habilidades em vendas.

Não estamos falando apenas dos vendedores, mas também de todos os profissionais que de alguma forma vendem algo todos os dias – seja compartilhando uma ideia inovadora ou convencendo alguém de que o seu projeto vale a pena.

Muito além do ambiente profissional, aliar a programação neurolinguística (PNL) com a prática de boa comunicação e negociação, é um recurso importante para qualquer pessoa.

A geração de influência e a satisfação com os resultados começam a partir daí.

Quer saber o que a união de PNL e vendas tem de tão especial? Continue lendo e descubra como essas ferramentas podem transformar a sua vida!

COMO COMBINAR PNL E VENDAS?

Aprender a usar PNL e vendas é um desafio gratificante. Primeiro, é preciso entender quais são as motivações, necessidades e valores do cliente. Analisando o que ele quer, você consegue usar uma abordagem adequada e desenvolver melhor o processo de venda.

Portanto, a PNL em vendas pode ser usada a partir da identificação e análise do perfil da pessoa que está se comunicando com você.

Legal, você já entendeu que esse recurso é importante para entender as necessidades dos clientes e vender melhor, mas...

ENTENDA OS TIPOS DE CLIENTES

VISUAIS

Na modalidade visual, o cliente usa figuras para explicar o seu ponto de vista. Para acompanhar os quadros mentais que possuem, acabam falando mais rápido a fim de transmitir suas ideias na velocidade em que eles visualizam essas figuras.

Ou seja: usar gráficos, vídeos, imagens, apresentações, investir em design, ou qualquer outro recurso visual, pode ser determinante para esse cliente fechar negócio com você.

AUDITIVOS

O cliente auditivo condiz às pessoas que falam mais pausadamente, buscando se comunicar de forma mais clara e ouvir algo pertinente do outro. Possuem um perfil mais observador e crítico.

Neste caso, a melhor maneira de conquistar o seu cliente é falar de maneira mais clara, procurar ter uma boa dicção, usar recursos de áudio e ter certeza de que o cliente está entendendo o que você está explicando.

SINESTÉSICOS

Os sinestésicos são aqueles que se baseiam no tato. É muito raro conversar com um cliente deste perfil e não ser tocado por ele

em algum momento. Eles sentem a necessidade de toque para se comunicarem e conhecerem um produto, por exemplo.

Você pode garantir a venda se não demonstrar incômodo sempre que esse cliente te tocar, deixar que ele mesmo segure, olhe e teste os produtos. Você pode usar esta necessidade ao seu favor; descrever as qualidades do produto, enquanto ele mexe é uma boa ideia.

AS VANTAGENS DESTA UNIÃO

A junção entre PNL e vendas garante diversos benefícios para você, entre eles:

- Aprender sobre linguagem corporal e desenvolvimento humano;
- Compreender as necessidades e motivações do interlocutor;
- Transformar a sua comunicação e visão de mundo;
- Atender às expectativas do interlocutor;
- Entregar algo de valor aos clientes;
- Vender cada vez mais.

TRANSFORMANDO A SUA VIDA COM PNL E VENDAS

Como você deve ter percebido, aplicar as técnicas de PNL em vendas pode trazer inúmeros benefícios para o desenvolvimento da comunicação, negociação e fidelização de clientes.

PNL e vendas envolve:

1. Entender o seu interlocutor;
2. Compreender as suas preferências;
3. Escolher um meio de comunicação adequado para influenciá-lo.

E, assim, dar as condições para que ele associe a venda com uma sensação positiva, solucionando um problema ou favorecendo o seu prazer.

P.S.: Se você tem interesse em desenvolver essas habilidades, entre em contato comigo pelo whatsapp (79) 99129-3696, facebook e instagram: jorgcabraloficial e definitivamente transforme a sua vida!



DIEGO CABRAL FERREIRA DA COSTA

Administrador (CRA-SE 2035-01), coach ISOR, consultor e mentor.

Pós-Graduado em Gestão de Marketing. Experiência em gestão de empresas, formação de times, planejamento estratégico e marketing. Conselheiro federal de Administração.

Tem poder quem age

É comum sentir insatisfação em algum momento da vida, seja com o trabalho, os estudos, os relacionamentos amorosos, o corpo, com as pessoas com as quais você convive, etc. Porém, é errado que essa insatisfação permaneça por muito tempo. Interessante ler o livro do Coach Paulo Vieira, Phd “O Poder da Ação”, que promete fazer sua vida ideal sair do papel. A obra mostra pesquisas e ampla investigação científica, realizada pelo próprio autor, que visa auxiliar os leitores a realmente mudarem de vida. Nele você encontra incentivos, desafios e até exercícios que podem ajudar a começar uma nova etapa e, conseqüentemente, atingir o sucesso profissional e pessoal. O livro tem o objetivo claro de provocar mudanças. Ao invés de outros livros em que o autor apenas dá conselhos e exemplos de casos, neste ele resolveu inovar e usar uma metodologia diferenciada, que realmente estimula a ação. O que ele fez? Criou o Coaching Integral Sistêmico (CIS) e o juntou com desafios e provocações para a pessoa ficar estimulada a agir e ir em busca dos seus ideais, objetivos e sonhos. Esse método foi o responsável por impactar 250 mil pessoas ao longo da carreira do autor, e pode impactar você também! Quando for ler “O Poder da Ação”, a dica é aceitar o que é proposto e dizer sim aos desafios. Até porque, por melhor que a metodologia seja, o único que responde por suas ações e que pode mudar sua vida, é você!

O LIVRO

Quando terminei a leitura do livro “O Poder da Ação”, editado pela Editora Gente, fiz algumas observações sobre: Ele tem 252 páginas com seu conteúdo dividido em 7 capítulos, cada um deles tratando sobre um aspecto fundamental para que o leitor possa tirar a vida ideal do papel e fazer acontecer. (Sair do estado atual – hoje – para um estado desejável – amanhã). De modo direto e claro, o autor traz questionamentos e exercícios que nos fazem parar, pensar e reconhecer onde estamos errando, onde estamos acertando e principalmente onde estamos nos boicotando. Ele consegue deixar



evidente que, se queremos que algo aconteça, precisamos realizar mudanças em nós, e essas mudanças podem ser drásticas, mas. Ao mudarmos o modo de pensar, de falar, de ser, de viver, de agir somos capazes de mudar os resultados de tudo o que pode acontecer na nossa vida, potencializando as chances de realizar os nossos sonhos. A regra é: AGIR, E AGIR CERTO. Para isto há que colocar em prática os ensinamentos para dar ao leitor o poder da ação, da realização, da vida plena, feliz e saudável, inclusive financeiramente. Veja-se seu Capítulo 3, sobre a Autorresponsabilidade. É comum a pessoa ficar arrumando desculpas e culpados para as coisas negativas que lhe acontecem, quando na verdade só existe um culpado: ela própria. Criticar, reclamar das circunstâncias, buscar culpados, se fazer de vítima, justificar os erros e julgar as pessoas são pontos-chave para uma mudança na autorresponsabilidade. Ao fazer a leitura do livro em um ambiente calmo, propício à reflexão a cada toque mais profundo das palavras e principalmente realizar os exercícios que o autor propõe ao longo de cada capítulo, ao final será possível sentir algo diferente em você. Haverá momentos em que o leitor vai achar que o autor está falando diretamente para ele pelas situações pelas quais todos nós passamos na vida. Com base no livro, o autor criou o curso “O Poder da Ação”, que é uma versão prática de todo o conteúdo, onde o participante passa por um verdadeiro processo de imersão, não só aprendendo mas também vivenciando o poder da ação.

MINHA EXPERIÊNCIA NO MÉTODO CIS



Participei, durante três dias no mês de abril de 2018, de forma intensiva, do curso Método CIS 188 (Método Coaching Integral Sistêmico) – Inteligência Emocional (I.E.), o maior treinamento de I.E. do mundo que representa um grande processo de transformação através dos conceitos de Coaching (sair do estado atual para o estado desejado), basicamente sobre Administração, Psicologia Positiva, Neurociência, Mente (Mind), entre muitos outros conceitos. Por que CIS 188? Simples! Já foram ministrados mais de 187 treinamentos com esta metodologia. Durante o processo (50 horas de pura imersão em três dias) o Ph.D. Paulo Vieira liderou o treinamento para mais de 3.600 pessoas. Ele se constitui no maior treinamento de Inteligência Emocional com ferramentas de coaching da América Latina e ajuda a pessoa a eliminar obstáculos emocionais para que alcance seus objetivos. Criado pelo PhD e Coach Paulo Vieira, o curso é totalmente baseado em técnicas comprovadas cientificamente. Abrange as mais diversas áreas

da vida ao mesmo tempo e faz a pessoa ter acesso a técnicas para melhorar seu dia, aumentar sua produtividade, melhorar o diálogo com a família, seja esposa, filhos, pais, etc, assim como colegas de trabalho e seus colaboradores. O método é promovido pela Federação Brasileira de Coaching Integral Sistêmico e aplicado pelo referido Master Coach Paulo Vieira. Com mais de 100 mil pessoas impactadas em três continentes, o Método C.I.S. tem como objetivo ajudar as pessoas a aumentarem sua efetividade em tudo o que fazem assim como promover o bem estar e a felicidade do indivíduo. Benefícios pessoais: (1) Equilíbrio e Força Emocional (2) Reprogramação de Crenças (3) Alta performance Profissional (4) Reestabelecimento do Autocontrole Emocional (5) Autoestima e Eliminação de Autosabotagem (6) Realização de Metas e Objetivos (7) Eliminação dos Sintomas de Traumas e Vícios (8) Restauração de Relacionamentos (9) Quadros Mentais e Matriz de Mudança Humana. Benefícios empresariais: (1) Acréscimo de Competências (2) Fortalecimento do poder de liderança (3) Capacitação de gestores (4) Contribuição para o trabalho em equipe (5) Facilidade na realização de metas e objetivos (6) Aumento da lucratividade. Você pode fazer o que deseja. Vale a pena demais!

Diego Cabral Ferreira da Costa é administrador (CRA-SE 2035-01) está no Instagram - @admdiegodacostacoach e no e-mail: falecom@diegodacosta.com

Conheça os passos para publicar seu livro

Você, que é professor, profissional liberal, empreendedor, empresário ou servidor público que gostaria de realizar o seu sonho de lançar um livro, agora ficou mais fácil! A Editora ArtNer Comunicação faz a assessoria na publicação de sua obra.

1 - TEXTO

O autor precisa ter o texto digitado em Word com a formatação mais próxima daquilo que deseja.

2 - REVISÃO

Juntamente com a revisão ortográfica e gramatical é a hora de fazer as devidas correções e ajustes no texto.

3 - EDITORAÇÃO

Nessa fase a editora faz a paginação do livro,

com a aplicação de todos os itens, como o prefácio, sumário e apresentação. Aqui também é criada a capa

É feito o registro da obra no ISBN, que é o código de barras que identifica o livro nas livrarias.

É providenciada a Ficha Catalográfica, do sistema de catalogação conforme as normas de Biblioteconomia.

4 - PROVA

Depois da editoração é feita a prova impressa para a revisão final e últimas correções e ajustes. Se necessário, mais uma prova pode ser feita.

5 - IMPRESSÃO

Depois de aprovado, o arquivo final do livro é enviado à gráfica para a impressão



Editora ArtNer Comunicação: contato@artner.com.br • (79) 99131-7653

Acesse: <http://artner.com.br/> e conheça os serviços e o blog, onde há artigos sobre negócios e empreendedorismo.

INDICAÇÃO DE LEITURA



IÊDO FLÁVIO DE ANDRADE FILHO

Administrador, advogado, empreendedor, servidor 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: Gestão do Treinamento de Pessoas.

Autor: Antonio de Lima Ribeiro .

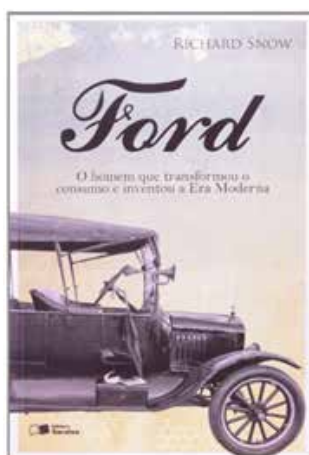
Editora: Saraiva Educação, 2018.

Sinopse: O autor do livro é professor, consultor e administrador experiente na área de recursos humanos, em especial na área de treinamento e desenvolvimento de

peçoas. A obra, como o próprio nome entrega, trata do treinamento e desenvolvimento de peçoas nas organizações como diferencial estratégico. Ele descreve a melhor forma de fazer a gestão do treinamento, desenvolver executivos, gerir o conhecimento, traçar estratégias de negócios, ou seja, utilizar as melhores práticas para formar, aperfeiçoar, desenvolver e constituir equipes capazes de sobreviver e crescer em mercados e ambientes competitivos. Bem escrito, mesclando teoria e exercícios e casos práticos, traz para o leitor outros temas ligados à gestão. Dentre eles, destaque o novo papel do RH, características do RH estratégico, gestão de mudanças, coaching, perfil e plano de carreira e gestão do conhecimento. Além disso, o autor fala sobre incentivos fiscais e gratuidade, orientando como e onde os profissionais podem buscar recursos para seu desenvolvimento profissional, através de programas de incentivos e bolsas de estudo e aperfeiçoamento, no Brasil e no exterior. A leitura é aconselhada para empresários, gestores, administradores e estudantes.

Site/loja para comprar: Amazon; Saraiva; Livraria Curitiba.

Valor: de R\$ 64,00.



Obra: Ford – O homem que transformou o consumo e inventou a Era Moderna.

Autor: Richard Snow.

Editora: Editora Saraiva, 2014.

Sinopse: O autor, de forma envolvente, traz para o leitor uma rica história de empreendedorismo e inovação. A obra leva para o público uma narrativa fascinante da ascensão de Henry Ford, bem como a sua personalidade criativa. Todos nós conhecemos e sabemos muito sobre montadora Ford e seus primórdios, mas ainda pouco se sabia como tudo realmente começou. O livro narra a história de um jovem fazendeiro, nascido em um mundo movido a vapor, que juntou trabalho duro, imaginação e suas habilidades inatas de mecânico, transformando a indústria no início do século XX e se tornando um ícone com suas invenções e adaptações que marcaram o mundo moderno. O livro mostra a forma empreendedora como Ford enxergou o imenso potencial de cada uma das novidades da sua época, de fato tinha uma visão diferenciada de gestão, marketing e produção. Enquanto alguns ainda encaravam o automóvel como uma máquina inútil e sem aplicação prática, Ford construiu o primeiro em sua casa, fundando a Ford Motor Company em 1903. O livro sai do mito, investiga o homem e também as consequências de seus inventos, e apresenta uma abordagem inteiramente nova para a biografia de um personagem que está presente na vida de todos nós. Uma inspiração para tempos de crise, que exigem do administrador ou empreendedor inovação, gestão e determinação.

*Livraria da folha; Saraiva; Ponto Frio; Amazon.com; Americanas; Extra.
Valor: de R\$ 32,10 a R\$ 35,90.*



**ROSIVALDO
ANDRADE DO
NASCIMENTO**

Professor de
Empreendedorismo
da UNIT, Consultor
credenciado do SEBRAE,
Diretor-Presidente do
Portal Escritório Virtual
e Diretor Regional para
o Nordeste da ANCEV-
Associação Nacional de
Coworking e Escritório
Virtual.GoTeam

Escritórios virtuais e coworkings como inshigts para **inovação** nas startups e empresas tradicionais



Os Escritórios Virtuais e Coworkings de hoje se tornarão a base da nova economia compartilhada do século XXI, desconstruindo conceitos, processos e legislação e provocando o repensar das estruturas empresariais e sua logística.

Inicialmente o conceito de escritórios virtuais girava apenas em volta da utilização de espaços de trabalhos fora da sede da empresa ou um grande galpão onde adolescentes compartilhavam seus espaços para desenvolverem seus softwares, a exemplo do que ocorreu no Vale do Silício, movimento estimulado com o desenvolvimento da informática e da internet.

Na década de 90 algumas multinacionais aportaram no Brasil trazendo esse novo tipo de serviço, à exemplo da HQ Business Center, adquirida posteriormente pela Regus e da PostalNet, a qual oferecia vários serviços de escritórios além de salas para uso. O que foi logo absorvido pelo mercado brasileiro, tanto pelos usuários quanto por novos empresários que estavam se iniciando no empreendedorismo, grande parte deles oriundos de programas de demissão voluntária.

NEGÓCIOS

A ideia de compartilhamento de um mesmo espaço para utilização por várias empresas foi absorvida facilmente diante da visível economia que proporcionava para seus usuários, o que contribuía para que as empresas reduzissem de forma significativa os seus custos fixos.

Como toda nova ideia vem acompanhada de desafios, o principal deles foi conscientizar o poder público da viabilidade econômica e legal de permitir que fosse criada em um mesmo endereço mais de uma empresa, o que era, até então, inviável. Assim com a percepção futurista de algumas Prefeituras, o poder público decidiu permitir que esse compartilhamento de um mesmo espaço por várias empresas pudessem acontecer, regulamentando esse novo segmento que estava surgindo. Entre as Prefeituras pioneiras nessa regulamentação é justo citar a Prefeitura de Aracaju, que regulamentou as atividades de escritório virtual no final de 2009, muito embora o primeiro escritório virtual do estado de Sergipe tenha sido instalado no segundo semestre do ano de 2003, o Portal Escritório Virtual que completa quinze anos.

Em 2012 os escritórios virtuais ganharam novo destaque na mídia de muitos países da Europa e nos Estados Unidos com o surgimento do termo "Coworking", terminologia utilizada pela primeira vez por Brad Neuberg, em São Francisco na Califórnia, serviços já prestados pelos escritórios brasileiros com o nome de "estações de trabalho".

Várias mudanças passaram a acontecer a partir de então:

1. O executivo poderia atender ligações de sua empresa em qualquer lugar através do serviço de Atendimento Personalizado;

2. Em um prédio, contendo apenas dez salas, já poderiam funcionar mais de trezentas empresas;

3. Encomendas poderiam ser encaminhadas pelo escritório para o endereço que o



executivo determinasse; as correspondências poderiam ser entregues por motoboys ou simplesmente escaneadas e encaminhadas por e-mail;

4. Secretárias poderiam ser compartilhadas com várias outras empresas, sem onerar em suas despesas fixas;

5. Relacionamento interpessoal com sua equipe de trabalho e parceiros, restritos aos momentos agendados;

6. Menos deslocamento para o percurso trabalho x empresa, gerando economia com combustível e custo de manutenção com seu veículo, entre tantas outras.

Agora, surge uma nova realidade. A necessidade de se conectar, formar parcerias, compartilhar valores, aumentar sua rede de relacionamento e aí entra os escritórios virtuais e coworkings como elo necessário e indispensável para viabilizar esse processo.

Os escritórios virtuais deixarão de ser meros cabides de empresas, como muito deles são hoje, para se tornarem correspondentes pelo sucesso das empresas. Informando, fomentando, buscando novas ideias, oferecendo mentorias, para que cada uma das empresas cresçam de forma sustentável, estimulando-as a utilizar tecnologia de ponta em gestão à exemplo de ferramentas e metodologias como Business Model Canvas, Design Thinking e Scrum, tornando-as mais competitivas.



**JORGE
ALBUQUERQUE**

Graduado em
Administração pela
Universidade Federal
da Paraíba (UFPB) .
Articulista do portal
Administradores.

Aprenda o modelo de Tuckman com “Os Vingadores: Guerra Infinita”



Um gancho que podemos utilizar do filme “Os Vingadores: Guerra Infinita” para o mundo dos negócios é o trabalho em equipe. Bruce Wayne Tuckman (quase um Batman da vida real) desenvolveu um modelo que apresenta os estágios de desenvolvimento enfrentados durante a formação de pequenos grupos, chamado de Modelo de Tuckman.

São eles: Forming (Formação); Storming (Confronto); Norming (Normatização) e Performing (Alto Desempenho). O filme nos apresenta alguns pequenos grupos de heróis que estão espalhados pelo universo, com missões diferentes mas um objetivo em comum, salvar a terra. Uma maneira genial dos diretores colocarem todos os heróis na tela, sem gerar tumulto ou amontoado de gente, além de ter criado um dinamismo incrível no filme.

1) FORMING (FORMAÇÃO)

Nesse primeiro momento, as metas são traçadas, existe um certo ânimo por parte dos integrantes e pouco é mostrado de suas reais intenções e personalidade. O líder sinaliza as normas, testes são feitos e cada um do grupo começa a procurar seu lugar.

Grupo: Thor, Groot e Rocket

Um pequeno e inusitado grupo formado no filme, que possui

ADMINISTRAÇÃO

um objetivo bem claro: forjar a arma para matar Thanos. Vemos várias partes cômicas desses heróis e pouco atrito entre eles. Thor não conhece seus companheiros e virse-versa e Groot está cada vez mais indiferente (por causa da aborrecência) com seu companheiro Rocket. Uma equipe fria que ainda está se descobrindo e enfrentará situações que ainda fortalecerão seus laços.

2) STORMING (CONFRONTO)

Podemos resumir essa segunda fase com uma frase bem popular: É quando as pessoas botam as garras para fora! Depois de um entusiasmo inicial, surgem problemas com a equipe e com o projeto quando as atividades realmente se iniciam. Mudança de prazos, pessoas entrando e saindo do grupo, dificuldades de execução nas tarefas, personalidades distintas e vários outros motivos levam à discórdia inevitável.

Grupo: Homem de Ferro, Doutor Estranho, Hulk, Homem Aranha e Wong

Um dos primeiros grupos a ser formado (e permanece assim até quase o final), é marcado pela troca de “elogios” entre quase todos. Um grupo desorganizado e repleto de ingratidão: Homem de Ferro lidera a má gestão de relacionamento, brigando pela liderança com o Dr Estranho, dando carão de pai no Aranha e sendo indiferente com os outros dois. Não dá para listar todos os estranhamentos desse grupo, mas quem viu o filme sabe que a tensão rolou solta com esse pessoal.

3) NORMING (NORMATIZAÇÃO)

Um momento posterior à agitação dos confrontos, processos foram redefinidos, todos começam a entender seu objetivo e do seu colega também, reuniões e alinhamento de expectativas foram realizados e tudo agora caminha para um período de paz. Muitos consultores só conseguem trabalhar o alto desempenho de equipes apenas quando elas estão nesse estado, pois agora que vários problemas foram resolvidos, eles podem agora pensar em organizar a casa (norming) e partir para o alto desempenho (performing).

Grupo: grande grupo em titã lutando contra Thanos

Neste momento, podemos identificar a junção de 2 grupos de heróis, uma parte dos Guardiões da Galáxia e o grupo citado acima, liderados pelo Homem de Ferro e Doutor Estranho. Ambos vêm com conflitos prévios. Entretanto, depois de muitos debates engraçados e reflexões, eles conseguem bolar um plano para retirar a manopla de Thanos, e apesar de não terem sucesso, conseguem executá-lo muito bem. Sincronizados e utilizando o melhor de cada um, surpreendendo a todos no cinema, eles demonstram características de um possível futuro alto desempenho, um grupo recém formado, que depois de muitas brigas acaba por cooperar e começar a trabalhar juntos em prol do bem maior.

4) PERFORMING (ALTA PERFORMANCE)

Como o próprio nome já denuncia, neste momento a equipe começa a trabalhar com seu maior potencial! Sincronizados, profissionais, respeitadores e geradores de resultados, são algumas palavras que definem esse momento. Muitos grupos nunca atingem esse patamar, já outros o fazem rapidamente. Tudo depende, a meu ver, da liderança. Um grupo de pessoas fantásticas pode empacar um projeto por falta de um direcionamento assertivo, enquanto uma equipe com profissionais mais “humanos” sob a tutela de um grande líder e balizados em processos, ferramentas e capacitação, pode atingir grandes resultados.

Grupo: Sociedade de Wakanda e grupo do Capitão América

Perto do final do filme, vemos o grande confronto entre a turma de Thanos e os terráqueos. Nesse momento vemos um exército organizado e impecável, liderado pelo Pantera Negra e que ainda conta com a ajuda de um supergrupo. Existe um plano a ser executado e todos conhecem seu papel, oferecendo suporte sempre que precisam uns aos outros, não existe atrito entre eles, mas sim um sentimento de necessidade de atingir o objetivo custe o que custar. O grupo do capitão, que salva o Visão e a Feiticeira também demonstra sincronismo e eficiência durante o resgate.



**GERSON BATISTA
TELES JUNIOR**

Graduando em Direito,
colaborador do
Sistema S, palestrante
e músico.

Uma breve conversa sobre crimes cibernéticos



Com o advento da internet, sistema global de redes de computadores interligadas, inúmeros acontecimentos benéficos à humanidade ocorreram deste então, assim como disseminação da Educação através das plataformas EAD, compartilhamento de conhecimento, cultura, globalização, comunicação, relacionamento, informação, compras, o mundo a um clique de distância. Porém, tão certo quanto, o fogo que pode ser utilizado para nos aquecer do frio ou cozer um alimento, também pode devastar e destruir quase tudo o que toca. Assim são os resultados através da internet, só depende de como usá-la. De tal forma um lápis na mão de um funcionário pode ser ferramenta para escrever um lindo texto motivacional ou um texto que possa ser uma tormenta psicológica, assédio moral ou sexual a um colega de trabalho.

Não há dúvidas quanto à classificação da tecnologia conhecida como internet, é uma ferramenta poderosa. Trouxe consigo um desafio ao legislador de fazer com que o or-

TECNOLOGIA

denamento jurídico acompanhe a evolução tecnológica da sociedade. E a atual legislação brasileira é insuficiente e branda para coibir a crescente gama de modalidades e práticas de crime cibernéticos. Entretanto não se pode propagar a ideia de que a internet é uma ferramenta que deva ser marginalizada.

O Marco Civil da internet lei 12.965/14 cria ponto de referência sobre web no Brasil, prevê inviolabilidade e sigilo de suas comunicações, regula monitoramento, filtro, análise e fiscalização para garantir o direito à privacidade. Somente por meio de ordens judiciais para fins de investigação criminal será possível ter acesso a esses conteúdos, gerando princípios norteadores. Ainda assim, é insuficiente para impedir a impessoalidade, ou seja, habilidade que determinados usuários possuem de serem capazes de esconder seus rastros virtuais no mundo cibernético. **Conseguir chegar ao autor e comprovar uma ligação entre o autor do crime com a materialidade do próprio crime é muito difícil.** A ONG SaferNet Brasil que combate e recebe denúncias de crimes e violação contra Direitos Humanos na internet em 11 anos recebeu 3.861.707 denúncias.

Já a Lei Carolina Dieckmann Lei 12.737/12 tipifica criminalmente os delitos informáticos que inseriu o Artigo 154-A do Código Penal, que trata da invasão de um dispositivo alheio conectado ou não à rede de computadores mediante violação de segurança para adulterar ou destruir dados sem autorização para obter vantagem ilícita. Muitos usuários ou colaboradores, utilizam seus dispositivos eletrônicos, ou empresarias de forma intuitiva e ingênua. E acabam caindo nas sedutoras armadilhas das falsas propagandas virtuais, e-mails ou aplicativos maliciosos. Empresas e indus-



trias podem sofrer espionagem cibernética e acabam perdendo propriedade intelectual e industrial, gerando em alguns casos prejuízo de milhões de dólares.

Parece simples, porém existe uma diferença enorme, alguns crimes penais são praticados através da internet e não devem ser confundidos como crime cibernético pois, a internet é um instrumento, ferramenta par realização do crime. E o ato de tipificar determinada conduta comparado com outra já tipificada uma analogia perigosa que pode causar nulidade e chegar até uma absolvição do criminoso.

Segundo o Ministério Público Federal os principais crimes cibernéticos que ocorrem no Brasil são: Estelionato e Furto eletrônicos (fraudes bancárias), Invasão de Dispositivos, Armazenamento e Publicação de imagens com pornografia infanto-juvenil, Assédio e Aliciamento de crianças, Ameaças cyberbullying, Interrupção de Serviços, Crimes contra Propriedade Intelectual e Venda de medicamentos.

De fato eletrônicos chegaram para facilidade a vida, transformar e conectar empresas e pessoas do mundo inteiro. Mas vale salientar que todo cuidado é pouco, arquivos e dados podem guardar o segredo do seu coração ou da sua empresa.

Oncolegal, ao lado de quem precisa

O Oncolegal é um projeto social que surgiu do coração de Deus, cuja missão é acolher com fé e amor, empoderar, orientar, esclarecer dúvidas dos pacientes oncológicos, indicar o melhor caminho a seguir durante e após o tratamento, sejam eles jurídicos/legais ou humanos.

Nosso propósito é informar aos pacientes, médicos e familiares dos seus direitos, de tudo que possa existir para ter um tratamento de sucesso, resgatar a fé em Deus e a vontade de viver bem, de ser feliz e de fazer o bem, espalhando uma corrente de amor e fé pelo mundo.

O projeto surgiu durante o meu próprio tratamento oncológico (tratarei um Câncer de Mama extremamente agressivo até 2021), daí percebi a falta de informação correta que os pacientes necessitam ter, então baseado no meu primeiro livro "Os benefícios do direito aos portadores de câncer" consegui minhas isenções tributárias.

Com isso, escrevi o meu segundo Livro "Oncolegal" baseado nas minhas vivências e experiências. O livro logo ganhou outras formas e transformou-se em um Canal no Youtube, Palestras pelo Brasil, Quadros em Programas de Televisão de três emissoras, todas as Mídias Sociais (Instagram, Facebook).

Na verdade, o grande objetivo do projeto é segurar na mão do paciente oncológico e orientá-lo juridicamente, passar uma mensagem de amor, esperança, fé, resgatar a beleza das pacientes,

realizar workshops em saúde (realizamos três em 2107), entrevistar médicos e profissionais de áreas afins que explicam as formas de prevenção, os cuidados que devem ser observados durante o tratamento, mostramos o que é o tratamento da prática para que o paciente não tenha medo, levamos pacientes do SUS aos melhores centros de beleza para aprenderem a resgatar sua autoestima com maquiagens, lenços, próteses capilares, tentamos tirar todas as dúvidas que permeiam os pacientes, tudo com o objetivo de incentivá-lo a escolher a melhor forma de passar pela doença porque ninguém escolhe ter Câncer, mas podemos escolher a forma de passar pela doença.

Demonstramos que a Fé e a Alegria ajudam no tratamento, por isso a necessidade da gratidão diária por cada novo dia. Nosso projeto espalha o AMOR, falamos sobre pontos do livro Oncolegal, contamos histórias de superação, realizamos os sonhos dos pacientes, ajudamos com doações de exames, consultas, ensinamos a legislação, os caminhos corretos para se conseguir isenções tributárias, falamos nossos medos, mas sobretudo o quão bom é vencer.

O Oncolegal acredita que todos nós temos gigantes escondidos no nosso eu interior e com planejamento, foco, conteúdo, boas ideias, atitude, amor, paciência, resiliência, determinação, seremos, sim, mais que vencedores.



Empoderamento e Direitos dos Pacientes com Câncer.
Por: Rafaela Macedo

Inscreva-se em nossos canais ↴

📺 📺 📺 @oncolegal

<https://www.facebook.com/oncolegal/>

Programação de eventos – Conselho de Jovens Empreendedores de Sergipe



Fundado em 2005, o Conselho de Jovens Empreendedores de Sergipe (CJE-SE) é um conselho permanente da Associação Comercial e Empresarial de Sergipe (ACESE). Com a missão de representar, aglutinar e informar as entidades de jovens empresários, buscando o aprimoramento contínuo da nossa sociedade, seguindo a orientação da Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE).

O CJE-SE tem um calendário de eventos que coloca em prática as orientações da CONAJE e trabalha os seus 3 pilares principais: Capacitação, relacionamento e representatividade.

Evento: Rodada de Negócios da Acese
Mês de realização: Julho

Evento: Ressaca do São João
Mês de realização: Julho

Evento: Workshop – Empreendedorismo Integral: Questões modernas no ambiente de trabalho.
Mês de realização: Agosto

Evento: Happy Hour Empreendedor
Mês de realização: Setembro

Evento: Rodada de Negócios + Encontro de Jovens Empreendedores (EJE)
Mês de realização: Outubro

Evento: Semana Global de Empreendedorismo
Mês de realização: Novembro

Evento: Happy Hour Empreendedor
Mês de realização: Dezembro

Eventos fixos: Cafezinho e Reunião Intinerante
Mês de realização: Todos os meses do ano

Obs: Datas e informações sobre os locais de realização dos eventos, assim como valores (quando houver), serão informadas através das redes sociais oficiais do CJE-SE.

Acompanhe o CJE-SE nas redes sociais e fique por dentro do universo empreendedor.

Instagram: @cje_sergipe

Facebook: Conselho de Jovens Empreendedores de Sergipe

E-mail: jovensempreendedores.se@gmail.com

Fonte: Diretoria de Marketing e Eventos CJE-SE

por apenas
R\$ 99,00
por mês*

POTENCIALIZE SEU NEGÓCIO

Venha fazer parte do maior clube
de vantagens e benefícios do Brasil.



Sua marca sendo vista por todos

+500.000 assinantes
média de **10.000** views no Instagram
150.000 visitas diárias em nossa página
média de **10** postagens diárias

Divulgação da sua marca

- disparo de e-mail marketing para mais de 500.000 assinantes Fiéis
- postagens e promoções no Facebook
- postagens com influenciadores e divulgações no Instagram
- divulgação 24 horas por dia 7 dias por semana
- divulgações no Youtube
- ações de relacionamento por WhatsApp

Sua empresa ao lado de grandes marcas

Estar ao lado de grandes marcas do Brasil e do Mundo,
garante credibilidade e um excelente
posicionamento de mercado.



Acesse agora e solicite a
visita de um representante

Belo Horizonte
Rua Yvon Magalhães Pinto 393
São Bento - Belo Horizonte - MG
Cep: 30350-560

São Paulo
Avenida das Nações Unidas 12.495
15º andar - São Paulo
Cep: 04578-000

Aracaju
Av. Padre Nestor Sampaio 140
Luzia - Aracaju - SE
Cep: 49045-015



www.boomcard.com.br

DÊ PÁGINAS À SUA IMAGINAÇÃO!
PUBLIQUE SEU LIVRO.



Fale com a gente!

ArtNer^{EDITORA}
Comunicação

LIVROS • REVISTAS • JORNAIS

Contatos

(79) 99131-7653 • 30431744

joselitomkt@hotmail.com

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