



EMPREENDEDORES BRASIL

EDIÇÃO Nº 3 - JANEIRO 2022

REIS
editora

ROBERTO SHINYASHIKI **DE MÉDICO A PALESTRANTE** **DE SUCESSO**

CONHEÇA A TRAJETÓRIA DO MÉDICO QUE FUNDOU O INSTITUTO
E A EDITORA GENTE E QUE SE TORNOU UM DOS MAIORES
PALESTRANTES BRASILEIROS DE TODOS OS TEMPOS.

www.empreendedoresdobrasil.com

**Tenha um
website
para seu negócio,
pagando
mensalidade.**

**Assinatura a
partir de
R\$ 49,97
mensal
+ taxa de
adesão.**



Outros serviços:

 **Identidade
Visual**

 **Gestão de
Tráfego**

 **Criação de
infoprodutos**

 **Design
Gráfico**

 **Gestão de
Redes Sociais**

 **Criação de
Websites**

CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS 

www.sivople.com

 @agenciadigital.sivople

 contato@sivople.com

 **(11) 99813-0488**

A portrait of Roberto Shinyashiki, a middle-aged man with dark hair, smiling broadly with his eyes closed. He is wearing a white t-shirt and has a tattoo on his left arm. The background is dark.

CAPA

Roberto Shinyashiki
14

8-Euler Costa

BATE PAPO COM EMPREENDEDOR

12-Humberto Miranda

AGRONEGÓCIO

20-Tarsis Estanislau

ENTREVISTA

24-Américo Neto

TECNOLOGIA

26-Fabíola Barros

MARKETING DE RELACIONAMENTO

28-Erik Penna

ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA

30-Patricia Valente

SAÚDE

32-Alan Souza

BOM SABER

38-Vânia Fontes

DESENVOLVIMENTO

CRÉDITOS

Direção Geral: Fátima Reis
Jornalista responsável: Fátima Reis
Agência: Sivople Agência Digital
Design e Diagramação: Gabriele Soares
Revisão: Gilmar Costa/ Parole
Foto capa: Shintori CB
Fotos internas: Gustavo Froes, Shintori CB, Joilson Pereira, Daniela Paz
Videomaker: Joilson Pereira
Software Engineer: Thiago Almeida
Make e Hair: Pablo Lobo
Capa: Roberto Shinyashiki
Formato: Digital
Divulgação: Nacional
Publicação: 3ª edição
Anuncie com a gente: contato@empreendedoresdobrasil.com
Contato: +55 11 99813-0488

Todos os direitos desta revista são reservados a SHAMAH GRUPO REIS AGENTES DO COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA.

CNPJ: 39.332.332/0001-09

Esta publicação não se responsabiliza por conceitos ou opiniões emitidas em artigos e anúncios.

 11 99813-0488

 @empreendedoresdobrasiloficial

 www.empreendedoresdobrasil.com

AGRADECIMENTOS

Deus, Leda Reis, Paulo Assunção, Ítalo Reis, Sandra Reis, Carlos Pinheiro, Iracema Pinheiro, Victor Dias, Joilson Pereira, Thiago Almeida, Gabriele Soares, Gilmar Costa, Geraldo Rufino, Rosely Boschini, Roberto Shinyashiki, Camila Hannoun, Humberto Miranda, Tarsís Estanislau, Euler Costa, Morena Oliveira, Igor Oliveira, Vânia Fontes, Alan Souza, Patrícia Valente, Fabíola Barros, Anna Britto, Ana Cerviño, Rita Ferreira, Erick Penna, Júlia Chau, Theka Moraes, Antônia Stheffane, Jeandro Costa, Lívia Pereira e Americo Neto.

GRUPO
REIS



**EMPREENDEDORES
DO BRASIL**



Crer e Realizar



Nessas férias de final de ano parei para ler livros. Aproveitei e comeci a maratona selecionando os que precisarei ler em 2022. Iniciei a lista com o livro *Desistir? Nem pensar!*, 30ª obra de Roberto Shinyashiki, um dos maiores escritores e fenômenos de venda do país, com mais de nove milhões de exemplares vendidos. No livro, o autor discorre sobre a dinâmica de sucesso e fracasso, a síndrome do esforço desperdiçado (SED), as competências e a mentalidade ilimitada. Aborda, ainda, a questão do ser realizador e de como devemos agir para chegar ao próximo nível. A leitura me fez entender que nós precisamos buscar isso o tempo todo, e aponta caminhos para sermos a melhor versão de nós mesmos, como pessoas e profissionais.

A leitura desse livro despertou em mim um turbilhão de emoções e trouxe à memória as conquistas obtidas ao longo desses 18 anos, empreendendo através de Palestras, Feiras, Congressos, Talk Show, Revistas, Encontros. Algumas vezes, os passos dados aconteceram em meio a sorrisos e lágrimas e nem sempre foram suaves, mas eu sempre encarei cada experiência com espírito de gratidão a Deus por tudo que conquistei. Agradeço, também, ao Roberto Shinyashiki, que entrou em minha vida em 2003, através do livro *O Poder da Solução*, e que, desde então, tem me motivado, através de seus livros e vídeos, a caminhar com os olhos fixos no próximo nível. Não tem sido fácil, mas creio que é possível.

Por tudo isso, insisto em afirmar que não podemos ter medo de sonhar, nem de arriscar, por mais que haja pessoas que tentem nos desanimar pelas circunstâncias da vida. Ainda que apresentem suas razões, elas o fazem pelo viés do olhar que carregam e do lugar que pisam. Não importa qual o medo, importa saber que precisamos enfrentá-los e quais armas usaremos nesse combate. Altos e baixos sempre existirão, seja na vida pessoal, seja na vida empresarial. O que importa, todavia, acreditarmos que somos capazes, que há um Deus disposto a nos ajudar e realizar o impossível por nós e através de nós. É necessário crermos que o próximo nível está diante de nós e que podemos chegar lá.

Roberto Shinyashiki me motivou em 2003, através de um dos seus livros e hoje é a capa da minha 3ª edição da revista *Empreendedores do Brasil*. Tudo é possível para os que creem e realizam. Por isso, realize! 🌸

Sucesso na sua caminhada!

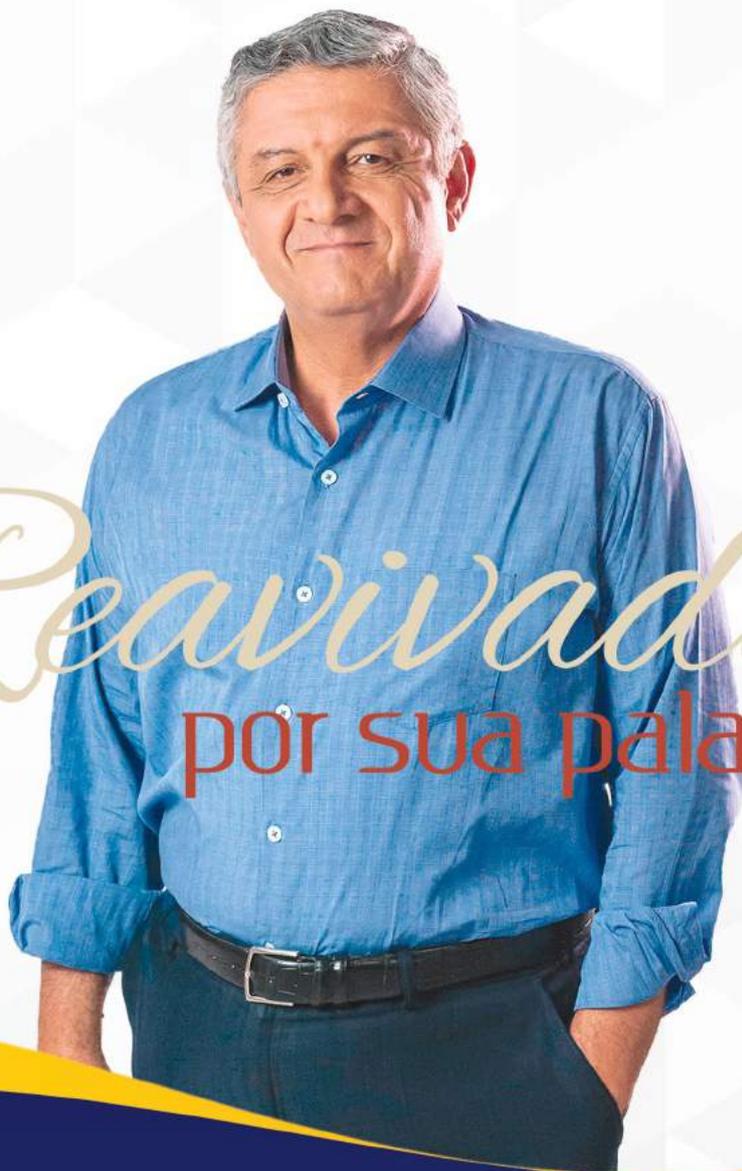
Forte abraço,
Fátima Reis


**FÁTIMA
REIS**

COACHING, MENTORIA E CONSULTORIA



Comece o dia
com Deus, estudando
um capítulo da Bíblia



Reavivados
por sua palavra

**Assista todos os dias, às 6h,
na TV Novo Tempo**

ntplay.com



CANAL
1

SKY

CANAL
31

Claro NET

CANAIS
27 e 527



BATE PAPO COM EMPREENDEDOR



EULER COSTA

SÓCIO DA AGILITY MARCAS E PATENTES



AGILITY
CONSULTORIA EM PROPRIEDADE INTELECTUAL



BATE PAPO COM EMPREENDEDOR

Empreendedor nato, Euler Costa, após trabalhar anos no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) resolveu, em 2013, abrir sua própria empresa nesse segmento, a Agility – Consultoria em Propriedade Intelectual, após constatar que havia lacunas nessa área. Além disso, sua observação e estudos apontaram que as empresas chegavam ao mercado com marcas bem criadas e posicionadas, público-alvo definido, campanhas excelentes para formação de conceito, mas, em grande parte, sem registro da própria marca. Acompanhe meu bate papo com esse jovem empreendedor, que já chegou inovando. Confira!

Por Fátima Reis

1. Quem foi seu mentor na caminhada empresarial? Alguém te inspirou? Quem?

EC: Muitas pessoas contribuíram com minha caminhada até aqui. Muitas, mesmo. Eu sempre busquei aprender com as pessoas ao meu redor e sempre investi tempo e até dinheiro em consultorias e mentorias. A pessoa que mais me inspirou foi meu pai, porque mesmo diante de tantos desafios que enfrentava ele sempre trabalhava de forma alegre, comprometida e focada.

2. O que te motivou a empreender no segmento de marcas e patentes?

EC: Já atuava no seguimento e percebia uma insatisfação muito grande dos empresários em relação à falta de transparência na condução dos serviços das empresas que hoje são minhas concorrentes. Por isso, entendia que era um nicho que possuía uma demanda enorme para ser atendido dentro dos meus valores e estratégias.

3. Quais diferenças competitivas da sua empresa?

EC: Conhecimento técnico muito apurado sobre os procedimentos, transparência de todas as informações em relação ao processo do cliente e honestidade no resultado de pesquisas de viabilidade de registro. Muitas empresas do ramo não fazem pesquisas ou quando fazem tendem a sempre falar que a marca está liberada só para ganhar o cliente. Na Agility, só liberamos marcas que realmente acreditamos que estão disponíveis. Outro diferencial muito competitivo é a falta de burocracia e agilidade nos processos de registro.

4. Quais os maiores desafios que você enfrentou para empreender?

EC: Ganhar credibilidade, sendo novo no mercado e de pouca idade, conhecer o serviço técnico e ao mesmo tempo ter que fazer toda a gestão da empresa e encontrar colaboradores que compartilhavam com a mesma visão de vida e de valores da empresa.

5. Quais aprendizados você teve nessa pandemia, como pessoa e empresário?

EC: A pandemia nos mostrou que se não formos pessoas e empresários flexíveis ficaríamos estagnados. Ser flexível se tornou um requisito para o sucesso. Além disso, a pandemia contribuiu para ampliar nossa visão do todo, de comunidade e mostrou que não estamos sozinhos. Ela nos ensinou que qualquer ação que tomarmos pode influenciar negativa ou positivamente as pessoas ao nosso redor e a sociedade. Esses principais aprendizados servem também para o lado empresarial.

Já no início da pandemia, tivemos que nos adaptar para não parar de trabalhar. Lembro que no início fiz uma reunião com a equipe da Agility e disse: vamos seguir todas as ordens das autoridades sanitárias e eu vou economizar muito em todos os contratos que tenho com fornecedores. Farei todo esforço possível para não mexer no salário de vocês e muito menos demitir. Passaremos esse desafio de mãos dadas.



Estamos juntos até hoje e inclusive contratamos mais pessoas. Além da flexibilidade, o fato de nos mostrar que somos parte de um todo aumentou nossa responsabilidade como empresa. Em época de crise, poder manter empregos já é muito bom para toda a sociedade, imagina gerar novos empregos, tanto direta, quanto indiretamente. Isso é um apoio enorme para o todo.

6. Hoje a Agility está presente em algumas cidades do Brasil, porque você licencia a marca. Qual vantagem em ser licenciado? Conte-nos desse seu projeto inovador que tem ajudado os empresários.

EC: O melhor jeito de crescer uma empresa é somando esforços com outras empresas, por isso a licença Agility existe. O registro de marca hoje no Brasil ainda é muito pequeno em relação a quantidade de empresas existentes no país e essa diferença se dá devido à falta de conhecimento que o empresariado e os profissionais que o assessoram têm em relação ao assunto.

Com a licença Agility, o empresário terá acesso a toda informação de propriedade intelectual mais perto dele, como fazer, o por que fazer, quais os riscos e até quais os valores de investimentos. Levamos para dentro das empresas licenciadas todo esse conhecimento e, conseqüentemente, o licenciado receberá uma assessoria sobre a marca dele muito mais completa e segura.

A licença Agility é focada em alguns profissionais específicos, tais como consultores empresariais, contadores, profissionais de marketing, consultores em franquias e empresas de treinamentos corporativos. Todos estes seguimentos participam, direta ou indiretamente, da escolha das marcas e, por isso, necessariamente precisam saber sobre como proteger uma marca. Dando as mãos a esses profissionais, mostramos que eles possuem dentro de suas empresas uma demanda reprimida do serviço de registro e que, uma vez licenciados, eles se capacitam para vender o serviço de forma transparente e segura para o cliente. Além disso, vai aumentar sua receita e a parte de execução dos serviços vendidos fica por conta de toda operação da Agility, que possui processo operacional regido, ágil e seguro.

7. Quais estados você quer estar e qual o limite de empresas licenciadas com sua marca você pensa em ter nos próximos dois anos?

EC: Já estamos no Estado Espírito Santo nas cidades Serra e Conceição do Castelo, em Santa Caterina, na cidade de Joinville, e no Paraná, em Curitiba. Em Minas Gerais, estamos com licenciados em Santo Antônio do Monte, Juiz de Fora, Conselheiro Lafaiete, Divinópolis e em Belo Horizonte. Os planos para os próximos dois anos são de 30 licenciados, em diversos outros Estados. Estamos captando licenciados na Bahia, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Distrito Federal.

8. Qual o segredo do sucesso da Agility?

EC: Atuar de forma honesta em um mercado desconhecido e de forma humanizada em todas as relações com os colaboradores, parceiros, licenciados e clientes.

9. Quando fala de equipe, você fala de engajamento. Quais as habilidades você busca em sua equipe, para te-la tão engajada e comprometida?

EC: Para escolher uma pessoa para trabalhar comigo primeiro avalio se seus valores são coerentes com os meus e os da empresa. Passando esta fase, toda e qualquer habilidade para exercer as funções são sempre treinadas, acompanhadas e com muito feedbacks.

Portanto, engajamento vem de treinamentos e comprometimento, vem dos valores. Para isso, habilidades simples como boa vontade, humildade para aprender e disposição para trabalhar são a engrenagens do motor Agility.

10. Qual sua missão de vida?

EC: Ser uma pessoa melhor a cada dia e contribuir para uma melhoria contínua da sociedade.

11. Para você o que é transformar o mundo?

EC: Ser uma pessoa melhor, consciente de meus deveres e cumpri-los.



AGILITY

CONSULTORIA EM PROPRIEDADE INTELECTUAL

REGISTRO DE MARCAS RÁPIDO E TRANSPARENTE

Faça a pesquisa de
viabilidade de registro
de sua marca
gratuitamente.



 (31) 99193-0191

 consultoria@agilitymarcasepatentes.com.br

 www.agility.com.br



AGRONEGÓCIO

2022: Novos desafios com a força do agro

Apesar das incertezas vividas ao longo do ano, 2021 mostrou, novamente, a força do setor agropecuário no Brasil e na Bahia. Seguimos liderando todos os índices de crescimento econômico e social. A previsão, inclusive, mostra que esse crescimento deve se manter com a Bahia, mais uma vez, superando o incremento brasileiro no Agro (4 a 5% na Bahia e 1,8% no Brasil, segundo estimativas).

E pelas nossas expectativas, 2022 não será diferente. O clima tem sido favorável, com chuva abundante e bem distribuída por todo estado, ajudando, principalmente, a cultura de sequeiro. Os preços dos mercados internacionais junto com a alta do dólar também têm sido animadores, permitindo ao estado da Bahia abrir novos polos produtivos, a exemplo do Baixio de Irecê. Obras de infraestrutura, como a ponte que liga Xique-Xique ao município de Barra, aproximando Nordeste ao Centro-Oeste, também vão contribuir para essas oportunidades. O crescimento da fruticultura baiana também vem sendo fortalecido com a produção em outras áreas na região Norte do estado, não se restringindo apenas ao Vale do São Francisco. Tudo isso

somado à diversidade de clima e biomas, que possibilita uma produção competitiva e diversa.

Claro que ainda temos entraves, como infraestrutura principalmente em algumas estradas que cortam a Bahia, e a falta de conectividade, que chega a atingir 70% dos produtores no campo. As inseguranças física e jurídica também são problemas para os produtores que ainda trazem impactos à produção baiana, além da desestruturação do sistema de assistência técnica governamental. A Bahia conta, hoje, com mais de 700 mil produtores, em sua maioria pequenos, que são impedidos de elevar a qualidade da produção por falta de conhecimento e capacitação. O Senar vem fazendo sua parte, atendendo mais de 15 mil pequenos produtores espalhados pela Bahia, mas ainda não é o suficiente para um estado de dimensões continentais.

Ainda assim, o produtor rural segue determinado, sabendo a importância do seu trabalho no campo, resiliente e investindo, cada vez mais, em inovação e tecnologia. 



FAEB
Federação da Agricultura
e Pecuária - Bahia

HUMBERTO MIRANDA
PRESIDENTE DA FAEB, MÉDICO VETERINÁRIO E
EMPREENDEDOR DO AGRO



Senar Bahia: capacitando pessoas para o setor que mais cresce e emprega no Brasil.

CONHEÇA NOSSOS
CURSOS EAD GRATUITOS

ead.senarbahia.org.br 🔍



sistemafaeb.org.br | [@faebsenarbahia](https://www.instagram.com/faebsenarbahia)





CAPA



Roberto Shinyashiki

Roberto Shinyashiki é médico psiquiatra, psicoterapeuta, empresário, palestrante e autor best-seller. Ele construiu a sua história ajudando milhares de pessoas ao longo de sua carreira. Sua experiência como empresário tem ajudado outros profissionais a subirem degraus altos em sua caminhada empreendedora. Seja por meio dos seus livros ou por meio de palestras e mentorias, Roberto tem feito a diferença na vida dos brasileiros e tem isso como missão de vida.

Por Fátima Reis

1. Você iniciou sua carreira como médico Psiquiatra. Como e quando aconteceu a mudança de carreira de Médico para palestrante? O que te motivou a mudar?

RS: Iniciei minha carreira como médico psiquiatra e fui para psicoterapia. Minha vocação sempre foi ajudar as pessoas a realizarem seus objetivos de vida. Significa ajuda-las a desbloquearem suas mentes. Logo depois de trabalhar como psicoterapeuta (tenho orgulho em falar), eu criei a psicoterapia de grupo no Brasil. Fui um dos primeiros a trazer os seminários de desenvolvimento de pessoas, treinamentos empresariais e só depois fui trabalhar como palestrante. Houve dois motivos importantes para eu querer mudar de área. Primeiro, porque eu sempre fui muito estudioso e, depois, porque sempre tive uma necessidade de atingir um maior número de pessoas (quando você é um terapeuta, pode ajudar de 60 a no máximo 100 pessoas no ano) e essa mesma vocação foi que me levou a escrever meu primeiro livro *A carícia essencial*, que abriu caminho para o mundo da psicologia.

2. Você trabalha há quase 48 anos como palestrante motivacional. Na sua visão, o que mudou no mercado de desenvolvimento humano ao longo desses anos?

RS: Eu não gosto de ser reconhecido como palestrante motivacional, porque esse rótulo geralmente é para palestrantes, cujo objetivo principal é tocar o coração das pessoas e levá-la a um estado de alta performance para buscar realização de orçamento. Para mim, a motivação deve vir acompanhada de competência. Por isso, além de todas as especializações que tenho como médico psiquiatra, psicoterapeuta, eu fui fazer MBA e doutorado no FEA/USP (Faculdade de Economia e Administração) e fui estudar administração no Japão. Cada vez mais é fundamental ter conteúdo, ter conhecimento, porque a motivação sem conhecimento, sem a metodologia, não leva as pessoas aos seus resultados (inclusive eu criei a expressão “Os burros motivados” por causa de situações como essas). Muitas empresas fazem um trabalho de motivação, mas nós não iremos muito longe só trabalhando a motivação. O conhecimento e a competência são importantes nesse processo.

Motivação sem conhecimento, sem a metodologia, não leva as pessoas aos seus resultados.

3. Você fundou em 17 de maio de 1984 a Editora Gente e optou a dedicar-se em três linhas editoriais: autoajuda, educação e gestão. Por que escolheu esses nichos?

RS: Bom, a história da Editora Gente começa com uma história de superação. Eu tinha um mentor chamado Marco Antônio Garcia Oliveira, que viu como eu cresci

rápido na carreira e que me disse: “Agora só falta você fazer um livro”. Eu decidi seguir o conselho, escrevi e lancei o livro num congresso Latino-Americano de Análise Transacional, que aconteceu em maio de 1984. Eu ofereci esse livro para duas editoras e nenhuma delas acreditou que conseguiria me entregar na urgência que eu queria, por isso eu resolvi fazer a uma produção independente. Essa é a história dos dois primeiros livros (*A carícia essencial* e *Amar pode dar certo*). Depois de vender muito o primeiro, escrevi o “*Amar pode dar certo*”. Percebi o nicho e publiquei obras de autores que eram importantes, como José Ângelo Gaiarsa, Mestre Osho, com conteúdos fortes e, assim, nós resolvemos (eu e a Rosely Boschini) montar a Editora Gente. No começo, fazíamos os livros de psicologia, depois lançamos os livros de educação e, à medida que o mundo evoluiu, percebemos a necessidade de o leitor ter acesso a livros de gestão. Nós escolhemos essas áreas editoriais a partir da nossa percepção de que o público necessitava de acesso a informações no modelo da Editora Gente, cujos livros são profundos e gostosos de ler.

Nosso segredo é ter livros profundos e gostosos de ler.

4. Num país onde a maioria das pessoas leem poucos ou não leem, você quis empreender numa editora. Por que e o qual o segredo de vender tanto?

RS: Isso é verdade. A maior parte das pessoas lê pouco ou não lê. Nosso segredo é ter livros profundos e gostosos de ler, ou seja, vamos procurar sempre ter muito conteúdo. Queremos que o livro seja gostoso, por isso a editora procura ter um roteiro e um texto bem organizados e que toquem o coração das pessoas. E pela minha formação de psiquiatra, nós sempre procuramos publicar obras que transformem as pessoas, que despertem nelas a consciência do que estão fazendo, das perspectivas de ir para o next level. Nossas publicações são uma oportunidade que os leitores têm de conhecer uma metodologia que os ajude a leva-los para o próximo nível.

5. Porque você acha que faz tanto sucesso?

RS: É muito Interesse. Há um tempo atrás um jornalista da revista veja me enviou essa pergunta e eu enviei meu curriculum com a seguinte resposta: Acredito que seja pelo meu curriculum. Ele respondeu: “Acho que você tem razão.” É muito importante você ter conteúdo profundo. Muito importante, também, você sempre estar em contato com o público.

Todos esses anos eu sempre fiz palestras, sempre participei de eventos, sempre estive em contato com pessoas que fazem a leitura do que está acontecendo no mundo, para que eu possa escrever algo que toque o coração delas.

6. Você acaba de lançar seu 30º livro (Desistir? Nem pensar!). O que te motivou a escrevê-lo?

RS: O motivo de lançar esse livro foi um motivo que vem lá de trás, do início dos anos 1980. Quando eu dava formação para terapeutas, havia na minha turma dois tipos de pessoas: As acomodadas, preguiçosas, que não faziam as tarefas e as que trabalhavam muito fortemente. Era dividido. Metade da sala. Depois de três, quatro, cinco anos eu via que algumas delas faziam muito sucesso e outras, pouco. Eu me perguntava por que elas não faziam sucesso, apesar de serem estudiosas e trabalhadoras. E é exatamente sobre isso. Porque as pessoas vão desistindo dos seus sonhos e vão aceitando um sucesso limitado, quando podem ter muito na vida.

Primeira coisa para quem quer empreender é ter um objetivo claro.

7. Falando de empreendedorismo, quais os desafios você enfrentou como empresário e como superou as dificuldades?

RS: O primeiro e maior desafio foi não ter sido compreendido por meus pares, colegas de profissão. Eu era psiquiatra, virei psicoterapeuta e aí meus amigos da primeira profissão falavam: “Esse negócio de ficar conversando não vai dar em nada”. Depois criei terapia de grupos, criei palestrantes, o marketing digital, fundei uma editora. É muito importante quando você visualiza uma nova oportunidade, um novo sistema e entende que poucos virão para somar. É preciso formar um novo grupo de parceiros, de amigos e na minha vida a única exceção é a Rosely Boschini, da Editora Gente. Algumas vezes ela traz a ideia, outras eu trago. Nós sempre temos essa compreensão de que o outro está vendo algo diferente no horizonte e, para mim, é o motivo de muita gratidão, porque além de ela ser minha irmã é minha sócia e a gente vê a editora sempre evoluindo. Nem sempre foi fácil, por isso é importante sabermos quem são os parceiros de negócios e da vida e saber que teremos que criar novas parceiros para

novos negócios, sempre.

8. Conte-nos um pouco sobre o Roberto Investidor de Startups. Como foi a experiência e qual o próximo passo da sua carreira?

RS: Há alguns anos eu percebi que acontecia um movimento muito forte no Vale do Silício e que eu precisava não apenas ler sobre inovação, mas deveria estar lá. Eu consegui parcerias por lá e, a partir delas, tive acesso a muitos empreendedores e tive contato com Bárbara Minuzzi, sócia da Babel Ventures, que é uma venture capital. Poder conviver com investidores me deu a oportunidade de conhecer a StartSe, estar com um dos sócios, Maurício Benvenuti, e ter acesso a essa comunidade no vale do silício. Conhecer aceleradoras e ter esse contato, me deu oportunidades de criar um método para escolher startups para investir. E o próximo passo da minha carreira é estudar psicologia do metaverso, ou seja, como o ser humano vai viver, vai pensar, desenvolver uma mentalidade quando ele puder ter acesso a esse mundo de avatares. Certamente, a nossa maneira de pensar, de decidir e de viver irá mudar brutalmente. Esse é o ponto que estou pesquisando e atuando atualmente.

O próximo passo da minha carreira é estudar psicologia do metaverso

9. Como se sente ao saber que transforma a vida de tantas pessoas, através dos seus livros?

RS: Me sinto muito feliz de ver que eu ajudo as pessoas a transformarem suas vidas, seja através dos livros, dos treinamentos on-line, palestras, seminários, da Editora Gente ou do Gentelab, uma nova StarUp. Hoje temos essa noção de que transformamos a vida das pessoas, através de todas as relações que temos com nosso público e isso nos dá muito orgulho. Mas esse contato também mostra que tem muito o que ser estudado, pesquisado, para que cada dia mais possamos evoluir. Para mim, tudo isso é uma fonte de alegria, mas também uma fonte de inspiração e motivação para continuar estudando e avançando.

10. Você criou o Instituto Gente com seu filho Arthur Shinyashiki. Qual o objetivo da instituição?

RS: O Instituto Gente foi criado antes da Editora Gente, em 1979, e sempre foi minha empresa de treinamentos e palestras e quando Arthur veio para o instituto, fomos para um outro patamar. O Arthur e Ricardo (meus filhos) me deram oportunidades de ir para esse mundo dos eventos de “Super Star”, que não é só ter contato com as pessoas através dos livros, mas também através dos seminários, para tocar a vida de milhares delas.

Eu posso dizer que na área de organização empresarial Ricardo Shinyashiki é um parceiro fantástico e no trabalho junto às pessoas, ter o Arthur é uma alavanca. Esses dias escrevi uma carta para o Arthur, agradecendo a ele, porque eu nunca teria a meta de ter seminários gigantesco. Agradei pela oportunidade de estar com um filho, de um olhar para o outro, de um saber o que o outro vai fazer. Nós sempre ouvimos falar de duplas no esporte, como futebol, basquete (como Paula e Hortencia, por exemplo) e, para mim, a minha grande parceria no mundo da transformação das pessoas é com o Arthur Shinyashiki.

A minha grande parceria no mundo da transformação das pessoas é com o Arthur Shinyashiki.

11. Ao longo de sua carreira empresarial você sempre arriscou em novos mercados, inovou, quis ver novas possibilidades e nessa caminhada ouviu críticas de colegas de profissão e familiares. O que te fez perseverar em seus sonhos e não deixar as críticas te abaterem?

RS: Avançar é uma característica normal da minha pessoa. É um jeito de pensar. É muito interessante, porque me interessa muito a próxima montanha. Por isso que é importante, para mim, ter parceiros, porque a minha tendência é descobrir um lugar. Invento um novo negócio, mas quero estudar, quero ir para o próximo lugar. É importante ter essa pessoa que fique comigo, que seja meu sócio, que seja parceiro. Para mim, o ser humano é o que me motiva. Motiva, também, atendê-lo melhor, servi-lo melhor. Isso é sempre o mais importante. Então, as críticas ficam no plano secundário, os fracassos ficam secundários. Nós precisamos ter a missão de vida bem clara.

12. Para você o que é ter sucesso?

RS: Sucesso, para mim, é ajudar as pessoas a realizarem seus sonhos. É isso. Quando eu escrevo um livro e ajudo as pessoas a realizarem seus objetivos, destravarem seus bloqueios psicológicos, para acreditarem, aprenderem, terem um novo método, eu me sinto uma pessoa de sucesso. Sucesso é ser feliz. Lembro quando eu estava começando a ficar famoso e a revista Exame colocou uma jornalista para viajar pelo Brasil, acompanhar minha vida. A gente estava voltando (se não me engano era de Belém do Pará) e ainda no aeroporto ela me perguntou: Roberto, quando você se sente um homem de sucesso? Quando faz palestra para milhares de pessoas? Quando tem vários livros na lista dos mais vendidos? Quando te pedem um autógrafo? Eu respondi: Eu me sinto um

homem de sucesso quando eu chego em casa, minha mulher me abraça e meus filhos me beijam, porque sucesso é ser feliz. Essa é uma frase que marca muito a minha vida.

Sucesso, para mim, é ajudar as pessoas a realizarem seus sonhos.

13. Que orientação você deixa, para quem quer empreender?

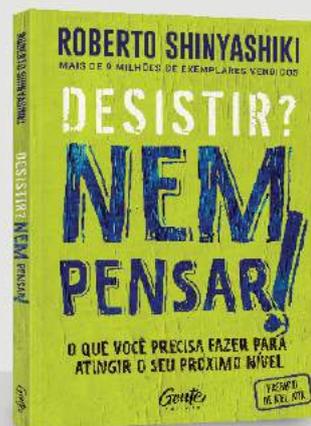
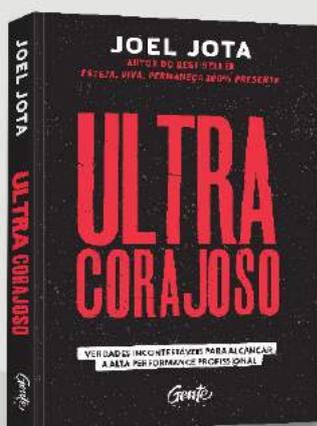
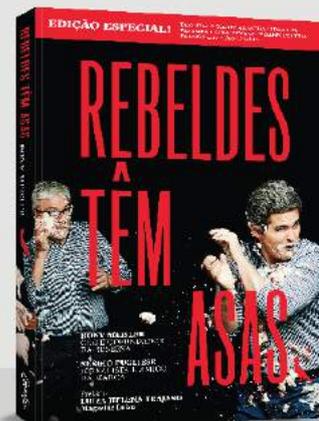
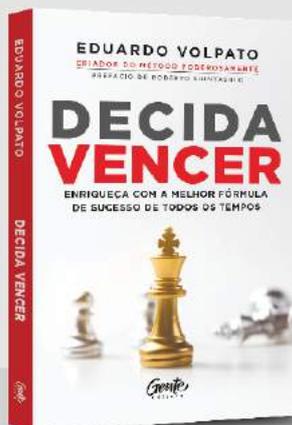
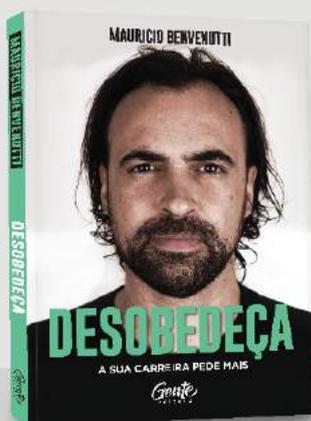
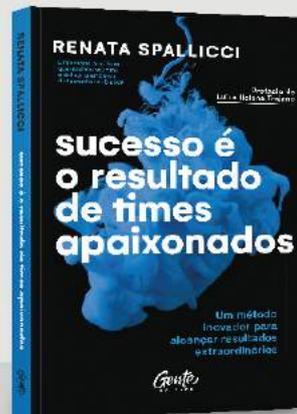
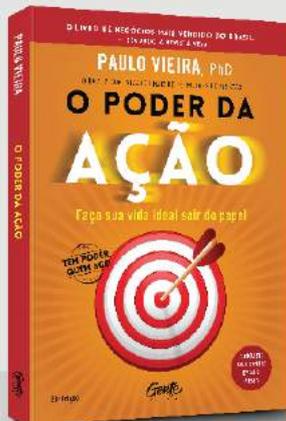
RS: Primeira coisa para quem quer empreender é ter um objetivo claro. Segundo, é preciso ter um projeto claro e muito bem escrito, com todas as etapas. Terceiro, ter bons parceiros, gente que acredite no projeto, que esteja disposto a pagar o preço. Além disso é preciso trabalhar pesado. É preciso saber que algo grande vai demorar cinco a dez anos para acontecer. Muita gente fala: “Mas tem o Nubank, cujo dono virou bilionário em poucos anos” Gente, mas tem um NuBank, da mesma maneira que temos um Messi, um Cristiano Ronaldo. Essas são exceções que não devem ter seu pensamento. Você tem que está focado no seu negócio. Vai dar trabalho. Há uma história que gosto de contar: Eu tinha uma psicóloga chamada Ilana Rubenfeld que tinha sido maestrina e que, pela postura, ficou com dores na coluna. Ela já havia buscado vários consultórios médicos, fez cirurgia, fisioterapia e nada resolvia o desconforto. Um dia ela estava em Nova York e falaram para ela de um velhinho chinês que poderia resolver o problema. Ela foi. Chegando lá, explicou toda a situação que tinha passado.

O velhinho fez um sinal de silêncio e, num simples movimento na coluna dela, resolveu o problema. Foi tão surpreendente que ela falou: “Simples, não é?” – O velhinho respondeu: “50 anos de simples, senhora.” Eu sempre penso nisso. Quando a revista EXAME publicou uma matéria de Capa “O Fenômeno Shinyashiki...” eu já tinha 20 anos de estrada. É muito importante você saber que vai dar trabalho.

14. Para você o que é “transformar o mundo”?

RS: Para mim, transformar o mundo é uma construção diária. É uma questão de todos os dias de pensar como ajudar melhor as pessoas a realizarem seus objetivos, suas metas, seus sonhos. Sei que isso passa por uma mudança de mentalidade, mudança de atitude e desenvolvimento de novas competências. Esse é meu estilo de vida.

Os best-sellers em Negócios da editora Nº1 de 2021



ADQUIRA AQUI O SEU BEST-SELLER





Juranildes Araújo

Presidente do Sicomercio de Camaçari e Região

SEU REPRESENTANTE DO COMÉRCIO

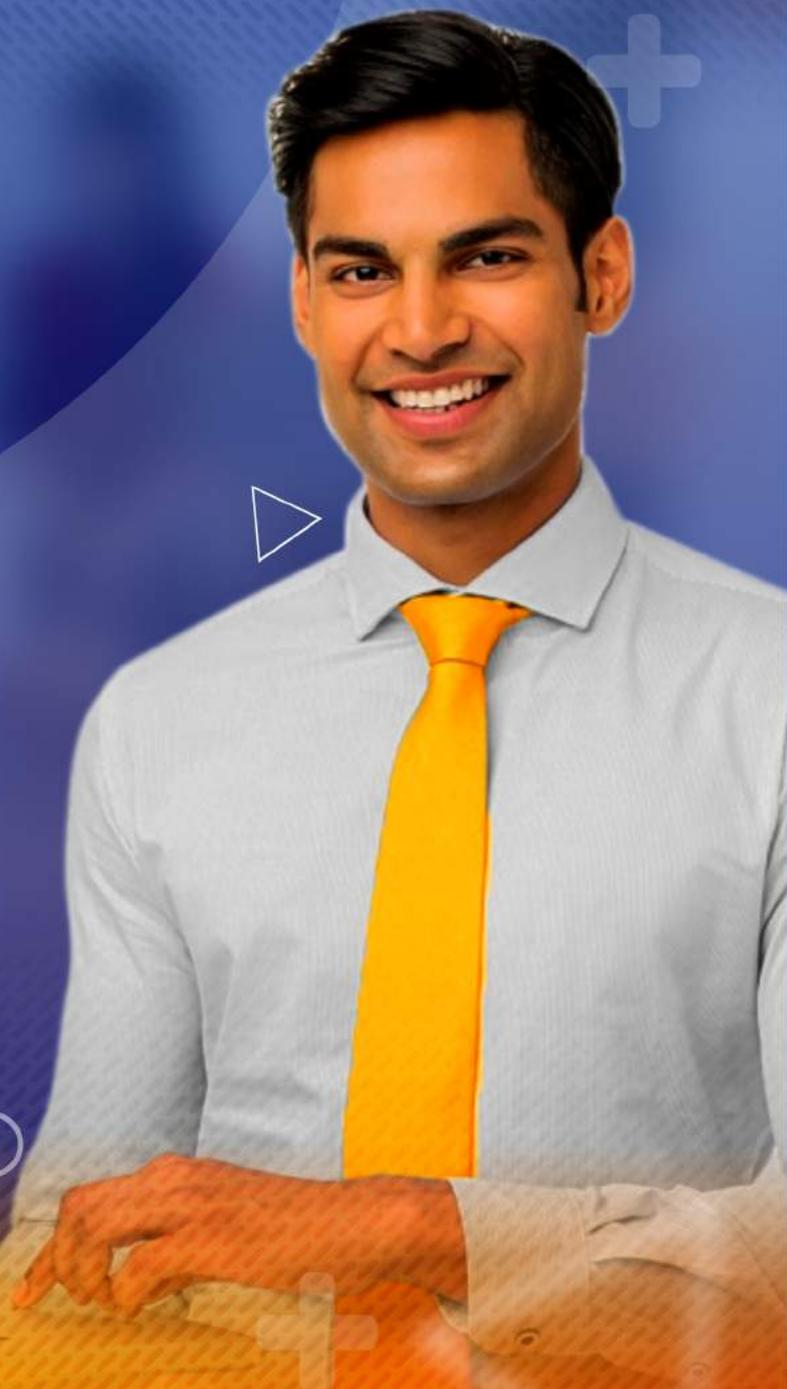
O Sicomércio – Sindicato do Comércio Patronal de Camaçari e Região, representar e defender os interesses da classe empresarial do comércio de Camaçari, Dias D'Avila, Lauro de Freitas e Simões Filho para o desenvolvimento socioeconômico da região. Onde se faz referência estadual no segmento sindical patronal, pela representatividade, influência e modelo de gestão.

Temos como objetivo disponibilizar, através de parcerias estratégicas, produtos e serviços importantes para o segmento empresarial do comércio de Camaçari, Dias D'Avila, Lauro de Freitas e Simões Filho com ações de empreendedorismo, integração, compromisso, sustentabilidade, defesa da livre iniciativa, transparência, respeito, cooperação e credibilidade.

Hoje o Sicomércio se faz representado por três Câmaras – Câmara da Mulher Empresária de Camaçari e Lauro de Freitas e a Câmara Jovem Empresário de Camaçari com o objetivo de contribuir para a formação e legitimação de lideranças empresarias do município de Camaçari e Lauro de Freitas no processo de defesa de interesses e do fortalecimento dos negócios.

Venha fazer parte do sindicato como associado: Objetivo representar e defender os interesses da classe empresarial do comércio de Camaçari, Dias D'Avila, Lauro de Freitas e Simões Filho para desenvolvimento socioeconômico da região com alguns benefícios para os associados. Para conhecer mais e participar dos eventos de incentivo ou das capacitações solicite por e-mail a sua ficha de inscrição (contato@sicomerciocamacari.com.br / sicomerciosindicato@gmail.com) ou através do contato (71) 3627-5539 e Whatsapp (71) 39646-8243.

- ③ **Otimização de LinkedIn**
- ③ **Preparação de Currículo**
- ③ **Head Hunter**
- ③ **Coaching de Carreira**
- ③ **Recrutamento e Seleção**



www.carreiraseoportunidades.com

 @carreiraseoportunidades

 @carreiraseoportunidades.oficial

 @carreiraseoportunidades



ENTREVISTA



TARSIS ESTANISLAU

SÓCIO DA RANCHO DE FERRO PRIME

“O Rancho de Ferro Prime é uma empresa em busca de uma visão. É isso que eu respondo quando me perguntam qual a melhor definição da nossa empresa. E essa visão, que tem como principal pilar fazer a diferença na vida das pessoas, busca transcender fronteiras para levar a melhor carne de cordeiro de Senhor do Bonfim e da Bahia para todo o Brasil e para o mundo. Isso, através da geração de valor entregues tanto no sabor da nossa carne, no respeito com o alimento - que para nós é um fator que faz toda a diferença - e pela terra, gerando empregos e movimentando o mercado.” Essas são as palavras do sócio Tarsis Estanislau, que é natural de Salvador, jovem Empresário e especialista em Gestão de Empresas, fala nessa entrevista sobre a visão dele e dos 3 sócios sobre a paixão pelo empreendimento e pelas pessoas. Você irá ficar com água na boca ao conhecer a fábrica especialista em carnes de cordeiro 100% baiana, que em breve ganhará o Brasil.

Por Fátima Reis

A MELHOR CARNE DE CORDEIRO DA BAHIA



DELIVERY E ORÇAMENTOS:



(74) 9 9989-0142

 @ranchodeferroprime

 fb.com/ranchoferro

 www.ranchodeferroprime.com





1. Por que escolheram empreender no mercado de Ovinocultura? Como tudo começou? Porque o nome é Rancho de Ferro?

TE: O Rancho de Ferro é uma empresa familiar, que foi inspirada na minha mãe, uma mulher guerreira, que já superou a tuberculose e dois cânceres. Sempre que eu me dirigia para o interior, ela me pedia que trouxesse uma carne de carneiro para ela. Para minha surpresa, nunca obtive êxito na procura por uma carne que apresentasse o tripé de atratividade que buscava: Procedência, preço e qualidade. Foi daí que surgiu o desejo de criar minha própria oferta, não a carne de carneiro (um animal mais velho e que, portanto, não apresenta as características necessárias para a excelência que pretendíamos entregar), mas sim a carne de cordeiro. Imprimimos, assim, nosso desejo de gerar valor, primeiro no âmbito familiar, depois com o viés mercadológico, por meio da entrega de muito sabor, suculência e prazer gastronômico, que é exatamente o nosso produto final.

O mais incrível é que esse desejo surgiu em nosso coração (no meu, de Edson e de Louise – empresários e amigos) simultaneamente, resultado de uma simples conversa informal sobre possibilidades e negócios em meio a uma pandemia que se prolongava, no escopo de um bussines plan que foi construído em sete dias. E de uma brincadeira entre amigos, foi germinado o projeto Rancho de Ferro. O nome, por outro lado, se deu a partir de uma inspiração que tivemos (minha esposa e eu), de imprimirmos um nome que representasse a força que nutre esse empreendimento. É daí que vem o nome Rancho de Ferro.

G O Rancho de Ferro é uma empresa familiar, que foi inspirada na minha mãe.

2. Fale-nos sobre o papel de cada sócio e a importância de cada um na sociedade.

TE: Como disse anteriormente, somos uma empresa familiar e os sócios são o coração de nosso negócio. O Edson, empresário já bastante experiente, é o responsável por toda parte operacional, tanto no que se refere à parte fabril, quanto à parte rural. Ele é o coringa do nosso negócio. Não há problema insolúvel com ele. Sua disciplina em dar o seu melhor, dia após dia, me inspira como profissional e como pessoa.

Já a Louise é responsável pela sanidade dos animais e também pela área financeira da empresa. Só alguém com múltiplas skills seria capaz de abraçar áreas tão antagônicas com tanta maestria. Costumo dizer que Louise é o meu lado direito, e me orgulho muito disso. A Cristiane é a parte administrativa da empresa. Ela traz consigo um DNA de vida saudável e se identificou de cara com esse empreendimento.

Ela é extraordinária, para nós, sócios, e para a empresa, em tudo o que faz. Eu, Társis Estanislau, sou responsável por toda a parte comercial da empresa. Sou apaixonado por gente, então faço questão de estar na ponta, para entender o necessário e prover aquilo que nossos clientes precisam. Juntos, geramos aquele construto que é o corpo estratégico do Rancho de Ferro.

3. Quais as vantagens em ter uma sociedade?

TE: Existem vantagens em diversos campos. Poderia citar as vantagens tributárias, de smart Money, de exposição e risco, mas essa seria a parte mais cartesiana da sociedade. Para mim, o valor da sociedade está nesse inconsciente coletivo que é compartilhado entre nós, para sermos capazes de lidar com as adversidades, planejar e projetar todos os cenários possíveis e nos prepararmos para sermos os melhores que pudermos ser.

4. Quais os produtos do Rancho de Ferro?

TE:Essa é a parte boa. Temos os cortes mais tradicionais e nobres, como o Carré Francês, Picanha e Pernil, por exemplo. Mas também temos aqueles cortes que representam as famílias nordestinas, como o Sarapatel e/ou a Buchada. Nosso portfólio hoje contempla mais de 25 SKU's, e temos planos para crescermos ainda mais.

G Muito mais sabor em nossa carne, zero ranço, além de textura e coloração incomparáveis.

5. Quais os diferenciais que o Rancho de Ferro traz para os empresários e consumidores baianos?

TE:O Rancho de Ferro é uma das poucas empresas brasileiras que trabalham com o sistema de manejo intensivo em cordeiros. É um investimento muito mais elevado, confesso, porém, o resultado é o que valida tudo isso. Há muito mais sabor em nossa carne, zero ranço, além de textura e coloração incomparáveis. Isso faz com que nossa carne de cordeiro seja a melhor carne de cordeiro do Nordeste. E até dando um spoiler aqui, seremos a melhor do Brasil. Na dúvida, é só comprar nossos produtos e comprovar.

6. Como é o processo de produção das carnes?

TE:Nós criamos nossos próprios animais, a fim de termos o total controle de qualidade. Quando eles atingem a idade de cordeiro e o peso adequado (proveniente de uma dieta estrita e desenvolvida especialmente para a nossa estratégia de manejo), enviamos os mesmos para o frigorífico e, posteriormente, os recebemos em nossa fábrica, para assim darmos a forma final ao nosso produto.

G Gosto de pensar que o Rancho de Ferro é fruto de mentes prósperas.

7. Por que escolheram Senhor do Bonfim para ter a criação e produção do Rancho de Ferro?

TE:Gosto de pensar que Sr. do Bonfim quem nos escolheu. A terra é rica e nos presenteia com o melhor. Somos muito gratos por termos tido essa visão em um lugar tão especial e reclamarmos para o Rancho de Ferro a representação da produção da melhor carne de cordeiro do Nordeste. Já tínhamos uma relação familiar com a cidade e quando pensamos em empreender no segmento, não pensamos em outro lugar, senão nessa terra maravilhosa, que já tem uma tradição na ovinocultura.

8. Quais os desafios em empreender no Brasil?

TE:Empreender no Brasil não é fácil. Pouco incentivo e muita burocracia. Mas enquanto pessoas limitadas veem problemas nas oportunidades, pessoas prósperas veem oportunidades nos problemas. Gosto de pensar que o Rancho de Ferro é fruto de mentes prósperas.

G Representar a Bahia, o Nordeste e o Brasil em lugares em que a carne de cordeiro é apreciada.

9. Você pensa em exportar a carne de cordeiro?

TE:Está em nosso planejamento estratégico desde o primeiro dia. Todos os caminhos nos levam para representar a Bahia, o Nordeste e o Brasil em lugares em que a carne de cordeiro é apreciada. Nosso sabor sem dúvidas irá transcender todas as fronteiras.

10. Como você vê a Rancho de Ferro em cinco anos?

TE:Com relevância nacional e internacional. Sem dúvidas, a maior e melhor do Brasil, no que se refere à produção da carne de cordeiro.

11. Para você, o que é "transformar o mundo"?

TE:Ser uma interferência construtiva. Fazer o melhor que se pode, com o que se tem à disposição, gerando impacto positivo por onde passar.

**NA JR DIESEL
TEMOS PEÇAS
PARA SEU
CAMINHÃO DE**

A À Z



contato@jrdiesel.com.br
www.jrdiesel.com.br

(11) 3298-6000

R. Santa Erotildes, 95
Vila dos Remédios, Osasco - SP



TECNOLOGIA

A necessidade dos robôs para um atendimento “humanizado”

Talvez o título deste texto cause um pouco estranheza, mas para começar este assunto eu preciso perguntar: Quem nunca lidou com uma situação de atendimento em que saiu esgotado ou notou que os atendentes não se interessam em atender o cliente naquilo que ele quer ou precisa? Penso que esse é um ponto que precisa ser analisado com brevidade.

Eu, por exemplo, sou exigente em relação aos atendimentos em geral e passo a observar as experiências que tenho em cada local. Esse pensamento surgiu ao perceber que aparentemente vivemos em um looping quando se trata de atendimento comercial.

Recentemente, entrei em contato com um banco e o gerente me fez perguntas parecidas com outras sobre situações que eu já havia sinalizado não ter interesse. Em outro momento, eu estive em uma loja onde costumo ir com frequência e a vendedora repetiu as mesmas perguntas que já havia feito a mim em outros momentos.

Parece que não há uma disposição em entender a necessidade do cliente. Parece que esquecem do que falamos pouco tempo atrás e focam apenas na venda do produto ou serviço. Temos nos deparado com artigos, matérias e debates sobre a substituição de profissionais por recursos tecnológicos, robôs e inteligência artificial. Embora isso seja visto como ameaça, eu convido o cidadão, a pensar que isso pode ser uma evolução para todos.

Aquele gerente de banco, por exemplo, não precisará me atender em um momento em que eu esteja chateado com as taxas cobradas pelo sistema. Também não vou precisar ligar diversas vezes ao dia, para ser atendido 72 horas depois do pleito. Necessidades de suporte me fazem pensar duas vezes. Toda vez que preciso conversar com um gerente eu lembro do processo que é.

Parece uma “caça” ao profissional, que muitas vezes parece não querer ajudar àquele que um dia ele se dedicou a vender um serviço.

isso me desestimula enquanto consumidor e faz com que eu pense que estamos longe de humanizar um processo que se torna cada vez mais frio.

Confesso que gosto de ser atendido por robôs. Sim, muitas vezes eles são menos artificiais do que os sorrisos dos profissionais que me atendem.

Deveria ser o oposto, não é mesmo? Os robôs conseguem cumprir horário, o que um médico que me deixou duas horas esperando, em pleno dia de trabalho, poderia aprender a fazer. Talvez a inserção da tecnologia no atendimento

seja importante, para que tenhamos um contato feito com educação e objetividade, sem pegadinhas e sem “cair” em perguntas para adquirir um consórcio a cada atendimento. Um robô jamais me colocaria numa situação dessas.



AMERICO NETO

PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE NA BAHIA (ABAP BAHIA)

SEU MELHOR PARCEIRO PARA TE APOIAR EM T.I

TENHA UMA INFRAESTRUTURA DE T.I SEGURA, A QUAL TE POSSIBILITE **TRABALHAR DE QUALQUER LUGAR QUE VOCÊ ESTEJA.**

NOSSOS SERVIÇOS:



COMPUTAÇÃO
EM NUVEM AWS



SEGURANÇA DE
DADOS



CONSULTORIA
EM T.I



TREINAMENTO
EM T.I



@DELTAL3OFICIAL
DELTAL3.COM.BR





MARKETING DE RELACIONAMENTO

Marketing de relacionamento

Atrair e fidelizar clientes é um dos maiores desafios das empresas, ainda mais em momentos de recessão econômica. Ações para cativá-los e fidelizá-los devem ser prioridades nesses momentos. Presentear seus clientes com brindes personalizados é uma ação bastante efetiva para esse momento. Saiba mais sobre a fidelização de clientes e confira algumas estratégias que você pode adotar em sua empresa no post de hoje!

Mas, afinal, o que é fidelização de clientes?

Fidelizar seus clientes nada mais é do que cativá-los para que se tornem consumidores constantes de seus produtos ou serviços. A confiança é a base dessa estratégia. A excelência nos serviços, produtos e atendimento geram esse sentimento.

De modo geral, há quatro tipos de clientes quando se trata da relação com as empresas: Os infiéis, que não têm preferência por marca ou empresa alguma; Os inconstantes, que sempre consomem um certo produto, mas mudam de marca constantemente; Os divididos, que são adeptos a mais de uma marca e os convictos, que são fiéis a uma marca.

Esses últimos são o sonho de todos os empresários, certo? Os micro e pequenos empresários também podem alcançar esse tão sonhado cliente. Para que clientes de outras categorias se tornem clientes convictos, é necessário se planejar e fazer alguns investimentos. Mas antes, vamos refletir sobre os benefícios de ter clientes assim.

Por que investir nos clientes que você já tem?

Clientes fiéis aumentam seu lucro. Eles compram de novo, o que faz com que o custo de aquisição seja bem mais baixo para a empresa. Eles indicam espontaneamente e sempre e tendem a gastar mais nas próximas compras, por já conhecerem a qualidade de seus produtos.

Você tem mais controle de sua receita. Analise os comportamentos de seus clientes. Assim, você poderá ter uma noção das vendas que provavelmente fará a esses clientes naquele mês.

Clientes fiéis dão feedbacks honestos. Como sentem que fazem parte do seu negócio,

eles desejam te ajudar a melhorar seus serviços e produtos. Isso porque pretendem consumir algo melhor ainda nas próximas vezes e esse retorno serve como guia para a qualidade de seus serviços

Clientes fiéis são mais flexíveis. Infelizmente, imprevistos acontecem. Um cliente fidelizado terá mais paciência em casos de atrasos na entrega, por exemplo. Isso porque conhecem sua marca e sabem que esta é uma exceção.

Ações para fidelizar seus clientes

Qualidade do produto ou serviço e atendimento excelente não podem nem entrar nessa lista, pois são primordiais para qualquer negócio. Mas, confira algumas ações que, a partir de atendimento e serviços de qualidade, podem te auxiliar na fidelização dos clientes.

Invista em ações de relacionamento. E-mails de agradecimento, newsletters e brindes personalizados, por exemplo, são ótimas ações para cultivar o relacionamento com seus clientes. Ofereça cupons de desconto, monte clubes de fidelidade e os incentive a se relacionarem com sua empresa. Surpreenda seu cliente para que sua empresa esteja sempre em sua mente.

Invista no pós-venda. Ofereça suporte, continue em contato com seu cliente e faça com que ele continue tendo contato com sua marca. Isso demonstra que sua empresa está interessada no sucesso e bem estar do cliente. Mantenha contato sempre que tiver oportunidade. Aniversários, fim de ano e outras datas comemorativas são ótimas oportunidades para contato. Essas ações demonstram a seu cliente que você se lembrou dele com carinho. Investir no cliente dessa forma mostrará o valor que ele tem para sua empresa. Ainda mais se fizer um tempo que ele não adquire seus produtos ou serviços. A mensagem será: você não é importante apenas quando compra. Queremos construir um relacionamento com você!

Como os brindes personalizados podem ser úteis para sua estratégia. Quem não gosta de receber um presente, não é mesmo? Nós falamos sobre surpreender o cliente e quando ele recebe um brinde inesperado ao fazer uma compra, isso o surpreende e faz com que sua marca permaneça em sua mente. Brindes promocionais podem incentivar os clientes que ainda não realizaram a compra. Também ajudam a nutrir relações duradouras com clientes que já compraram. Além disso, aumentam a visibilidade de sua marca.

Demonstre que você se importa e investe em seus clientes por meio de brindes personalizados. Conte com a Canetas & Brindes para presentear seus clientes com os melhores brindes. 🎁



FABÍOLA BARROS

SÓCIA DA CANETAS & BRINDES

MUITO ALÉM
DAS **TAXAS**
E **TARIFAS**,
VAMOS
EMPREENDER
COM VOCÊ!



Todas as imagens são meramente ilustrativas.



PaQday
é simples, é pra você!

Bank
DB3
VEM AÍ UM BANCO
PARA CHAMAR DE SEU!



Aponte a câmera do
seu celular para o
QR code e veja como
é simples é pra você!

Siga nossas
redes sociais
@pagday.com.br
@atendimento.pagday.com.br

SOLICITE A SUA
71 99956-3187



ATENDIMENTO COM EXCELÊNCIA

O encantamento como diferencial para pequenos negócios

Um dos maiores sonhos do brasileiro é ter o próprio negócio, no entanto, vários empreendedores, quando conseguem abrir a empresa, percebem que estão sendo mais do mesmo no mercado. Em outras palavras: não tem um diferencial competitivo perante a concorrência.

Atender com excelência e encantar clientes pode ser uma grande vantagem competitiva dos pequenos negócios. Aliás, encantar deve ser função de todos na empresa: do entregador ao vendedor, do faxineiro ao marqueteiro, do atendente ao presidente.

A seguir, enumero 5 passos para atender com excelência e impulsionar os negócios.

1- Selecione as pessoas certas

Quem atende diretamente os consumidores costuma ser o cartão de visita da empresa, por isso, é vital ser bem criterioso nessa seleção. Um bom gestor não escolhe alguém pelo parentesco, mas pela competência e valores congruentes com o propósito da organização. Seleciona pela habilidade em resolver problemas e, principalmente, opta por aqueles que possuem paixão por gente, afinal, encantar é querer o melhor para o próximo!

2- Treine o pessoal

Só se conquista a excelência com muita qualificação e o ser humano aprende por repetição. Para atender com maestria, não se deve parar de treinar.

Pare para pensar! Qual foi a última vez que você colocou todo seu time para treinar? O atendimento precisa ser encarado como um show e, para ele realmente acontecer, é preciso muito ensaio e preparação.

3- Avalie a equipe

Quem está sendo avaliado tende a render mais. E para avaliar com assertividade e evitar a subjetividade é fundamental estabelecer as regras do jogo.

Vale a pena incentivar o próprio cliente a emitir a opinião sobre o atendimento, seja em papel, on-line ou até mesmo enviando sua impressão pelo WhatsApp.

Lembre-se: se você não mensura, não consegue uma justa e notável gestão.

4- Reconheça o time

Adote a meritocracia e crie o hábito de elogiar e enaltecer um ótimo atendimento. Você consegue se lembrar quando foi a última vez que você aplaudiu de pé o seu time, tocou o sino após uma vitória, abriu um espumante com eles ou enviou uma carta para a casa dos melhores colaboradores? Cobre muito, mas celebre um bom trabalho.

5- Surpreenda os clientes

Surpreender é fazer mais do que ele espera! E quando um cliente tem suas expectativas superadas costuma pronunciar uma famosa interjeição de espanto: "UAU!". Automaticamente, ele conta essa experiência para muitas outras pessoas.

Surpreenda com atenção e agilidade. Por exemplo: prometa para quarta-feira e entregue na terça e surpreenda com personalização. Outro dia mesmo minha filha caçula foi com a mãe no

shopping e voltou com um calçado novo, justificou que naquele sapato ela pôde colocar o nome dela.

Enfim, a cultura de várias empresas vencedoras privilegia o encantamento.

Atender com excelência é possível e esses 5 passos lhe ajudarão na arte de encantar clientes e, ainda, podem transformar inúmeros consumidores em multiplicadores da sua marca. 🌸



ERIK PENNA

AUTOR DO BEST-SELLER "A ARTE DE ENCANTAR CLIENTES", ESPECIALISTA EM ENCANTAMENTO DE CLIENTES E PRIMEIRO LUGAR NO GOOGLE COMO "PALESTRANTE EM EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO".



@erikpennapalestrante



erikpenna.com.br



**GERAR TRANSFORMAÇÃO
NAS PESSOAS E NAS ORGANIZAÇÕES.**



**Recrutamento e
seleção**



Mentoria



Coaching



www.blumdh.com.br

 **blumdhoficial**

 **@blumdhoficial**

 **AnnaBrittoDesenvolvimentoHumano**





SAÚDE

Dormir é o melhor remédio

A aceleração que experienciamos com o estilo de vida moderno, a poluição, os estímulos eletrônicos, as crises de ansiedade, depressão, pandemia e inseguranças, são questões que tem nos conduzido a dores sem causas definidas, baixa imunidade e muitas outras questões relativas à saúde.

Todos esses problemas seriam atenuados se investíssemos mais na qualidade do nosso sono, sem precisar de medicações.

Há muitos motivos para se investir num sono reparador. É sabido que dormir recupera nossos tecidos, tem ação anti-inflamatória no organismo e melhora a nossa performance física e mental, além da melhora do aprendizado e memória. Mas, como ajudar o corpo a descansar e ter qualidade no sono? Existem alternativas viáveis além da cultura da auto medicação, como se vê:

- 1. Elimine qualquer luz no quarto, isso é importante para produzir melatonina;**
- 2. Leia 1 capítulo ou 2, de um bom livro de papel (eletrônicos não relaxam, estimulam);**
- 3. Tome um banho antes de dormir, o seu corpo precisa estar em temperatura**

confortável para conciliar o sono;

4. Evite café e bebida alcoólica antes de ir para a cama, porque eles são substâncias que atrapalham o processo;

5. Faça exercícios físicos pela manhã e sendo possível, ao ar livre. Isso ajuda a construir uma boa noite de sono;

6. Faça refeições leves e de fácil digestão à noite;

7. Faça uso de chás relaxantes;

8. Use óleos essenciais. Eles são excelentes aliados do sono.

Durma em um colchão que te ajude a entrar em sono profundo, que contribua para reestabelecer as funções do seu organismo para o dia seguinte e que trate preventivamente o seu corpo. Algumas pessoas gostam de brincar dizendo que dormir é perda de tempo e que temos a eternidade para isso. Acontece que quando não nos cuidamos

preventivamente a eternidade pode chegar mais cedo e não queremos isso.

Conheça o showroom na Mix Home Center em Lauro de Freitas e venha bater um papo sobre o seu sono e o de seus filhos. 



Patricia Valente

PATRÍCIA VALENTE

FRANQUEADA NÍVEL CASHBACK E EMPRESÁRIA DO SEGMENTO DE COLCHÕES TERAPÊUTICOS.

VOCÊ SABIA?

Que mais de 60% dos clientes costumam comprar em Lojas que oferecem recompensas? e as indicam para amigos e parentes?

Aumente o seu faturamento oferecendo CASHBACK, conquistando, e atraindo novos clientes. Saiba mais:

Fátima Reis  (71) 99127-9704

nível
cashback

"EU, DAY MESQUITA,
JÁ GANHO CASHBACK,
E VOCÊ?"

BAIXE O APP



Grandes Redes - Lojas On-line

VIVARA CMICADO (evino)



Carrefour 





DOS CONTOS PARA SUA CASA

LUDUS

L Ú D I C O S

Criação de Jogos Festivos!

www.ludusludicos.com.br

PROBLEMAS COM SEU TEXTO? NÓS SOMOS A SOLUÇÃO!



A PAROLE É UMA
PLATAFORMA
DE CORREÇÃO DE
TEXTOS, COM
VASTA EXPERIÊNCIA NA
ÁREA DA LINGUAGEM.



NOSSOS SERVIÇOS:

- ☑ Orientação de produção textual para candidatos de ENEM, concursos e vestibulares;
- ☑ Formação continuada de professores de Produção textual;
- ☑ Elaboração de propostas de redação para concursos e vestibulares;
- ☑ Correção de redação de concursos e vestibulares;
- ☑ Assessoria de produção textual para estudantes do Ensino Médio, vestibulandos e concurseiros;
- ☑ Correção de textos oficiais;
- ☑ Correção de textos acadêmicos.

☎ (71) 99246-1965 – Luciel Pereira

☎ (71) 99258-5500 – Gilmar Costa

📷 @paroleoficial

🌐 www.parole.com.br



BOM SABER

O Registro de marcas nos pequenos negócios

No Brasil, os pequenos negócios, compreendidos pelas microempresas (ME), empresas de pequeno porte (EPP) e microempreendedores individuais (MEI) possuem grande participação no Comércio. De acordo com o Ministério da Economia, apenas o MEI, que teve 2,6 milhões de novos registros em 2020, totaliza 11,2 milhões de negócios ativos no país, o que representou, em 2021, um total de 56,7% das empresas em atividade no país.

Por sua vez, o tamanho de uma empresa costuma guardar relação direta com o tamanho da sua estrutura administrativa e, por conseguinte, os pequenos negócios costumam ostentar uma estrutura enxuta. Evidentemente que esses negócios possuem necessidades específicas, mas também possuem deficiências típicas de uma estrutura empresarial de baixa complexidade. Não por outro motivo, uma pesquisa realizada pelo Sebrae em 2018 (O registro de marca nos pequenos negócios), apontou que 76% dos pequenos negócios possuem um nome fantasia, 59% possuem logomarca, mas apenas 19% dos entrevistados já haviam solicitado registro de marca junto ao INPI, revelando, assim, um déficit

de 81% de pequenos negócios operando sem registro de marca. Assim, diante do baixo índice de registro de marca nos pequenos negócios, somado à notória importância deste registro, é que se revela de grande relevância falar desse tema com os pequenos empreendedores. Destaca-se, ainda, a oportunidade de negócios para especialistas da área, bem como, sob a ótica social, a difusão da informação e conhecimento sobre essa questão. É importante destacar os incentivos do governo para registro de marcas pelos pequenos empreendedores, cuja redução atual chega a 60% nas taxas para o registro, que beneficiam as pessoas naturais, microempresas, microempreendedor individual e empresas de pequeno porte, por força da Portaria MDIC nº 39 de 07/03/2014. Por fim, caso você utilize uma marca para desenvolver seus negócios, mas

ainda não tenha realizado o registro desta marca, recomendamos que busque um especialista de sua confiança para evitar futuros prejuízos e complicações com a utilização da marca. 🌸



SCL SOUZA
CHAVES & LIMA
ADVOGADOS ASSOCIADOS

ALAN SOUZA

ADVOGADO EMPRESARIAL E EMPRESÁRIO



@alansouza_adv



alansouza@sclassociados.com.br

(71) 3019-3027



RF97.COM.BR

INICIE O ANO RENOVANDO *Seu ambiente*

A RF97 É REFERÊNCIA EM VENDA DE SUPERFÍCIES EM CORIAN E
TAMBÉM POSSUI PRODUTOS DE SUCESSO EM SEU CATÁLOGO COMO
TINTAS E TEXTURAS IBRATIN, PISOS VÍNILICOS **E MUITO MAIS!**



Digitalize o QRCode
e **Veja Nossa
Apresentação**



A ÚNICA PROCESSADORA
**DUPONT
PREMIUM**
DO NORDESTE

Rita Ferreira
Diretora Executiva





Livia Pereira

Formada em Gestão de Eventos e com pós em Gestão estratégica de Negócios, Competências e Qualidade, vêm buscando conhecimento para melhorar sua performance na área que é apaixonada... O Turismo. Guia de Turismo há mais de 17 anos, hoje comanda seu negócio próprio, uma agência de viagens focada no Turismo para 3ª idade. Além disso, presta serviços como Guia de Turismo para as melhores agências de Turismo de Salvador e São Paulo viajando pelo Brasil e exterior, sendo a única credenciada ao Ministério do Turismo em Salvador, como a única Guia bilíngue Português/ Japonês, atendendo grupos japoneses pelo Brasil, Mercosul e Europa. Serviços: Guia de Turismo Brasil, Mercosul e Europa. Gestora de grupos voltados para 3ª idade. Gestora e Guia para grupos brasileiros e estrangeiros para ilhas, recôncavo baiano e cidades históricas do Brasil.



@PereiraTurismo



@LiviaPereira.Turismo



71 99267-9309



liviarheventos@hotmail.com

**.COW
CORTES**

Pensou
CHURRASCO

pensou
**PONTO
COM
CORTES**

*Delivery &
Loja Física*

(71) 8281-7413

Rua Padre Casimiro Quiroga,
236, Loja R, CCI
(Centro Comercial Imbuí)
Salvador-Bahia

 @pontocomcortes

CARNES
NOBRES



DESENVOLVIMENTO

Uma jornada de crescimento entre picos e vales

Ao longo da minha jornada aprendi que a viagem plena da descoberta não está na paisagem, mas sim na renovação do olhar sobre elas, que muitas vezes nos parece a mesma, as vezes embotada ou até mesmo cinza, sem graça. Muitas pessoas murmuram e não conseguem ver saída, pensando que estão sempre no mesmo lugar. Isso se dá porque estão olhando para a paisagem com os mesmos olhos, sem usar as ferramentas adequadas.

Enquanto não estiverem focadas e comprometidas com o seu caminho, qualquer coisa, por menor que seja, vai desviá-las do propósito, do seu chamado, até que desistam da caminhada. Dessa forma, elas continuarão vendo a mesma paisagem o resto da sua vida.

É preciso sair do lugar que te limita, é preciso mudar o foco da atenção, porque é através dessa mudança do olhar que enxergará outras possibilidades, talvez até maiores do que as que se esperava.

Durante décadas de estudos, auto-observação e atendimentos, percebi que a intensidade dos problemas é proporcional à qualidade do que as pessoas pensam, falam e sentem e que isso gera um comportamento positivo ou negativo com menor ou maior grau de intensidade. Tal postura interfere na forma como se encaram os picos e vales da vida.

Picos e vales estão ligados aos erros que alguém comete durante os bons momentos hoje. Eles geram os maus momentos do amanhã e as decisões inteligentes que uma pessoa toma durante os momentos ruins hoje, geram os bons momentos do amanhã.

Entre picos sempre há vales. O modo como uma você administra os vales de sua vida determina o tempo que levará

para atingir o próximo pico.

Para permanecer mais tempo no pico é preciso ser grato pelo que se tem, é necessário que se administre tudo com sabedoria e humildade. É importante, também, continuar fazendo as coisas que permitiram chegar até aqui. Fazer mais pelos outros, continuar fazendo tudo com mais excelência e poupar recursos para os vales que estão por vir são ações importantes também. Não se deve ignorar os vales, porque eles existem!

O que as pessoas estão vivendo é resultado de suas atitudes e ações, já que a vida é feita de escolhas. É necessário sabedoria e inteligência emocional para escolher algo ou alguém para si.

Você é capaz de mudar as circunstâncias da sua vida, a mente controla a matéria. O debate na ciência está entre a mente ser o que o cérebro faz, versus o cérebro obedece ao comando da mente. A posição que você adotar vai impactar como você vê o livre-arbítrio e a escolha. Nossos pensamentos produzem comportamentos e palavras, que, por sua vez, estimulam mais pensamentos e escolhas, os quais constroem mais pensamentos em um ciclo infinito.

É preciso acreditar que podemos mudar a probabilidade dos acontecimentos em nossa vida e fazer acontecer mais coisas boas e muito menos coisas ruins. Sim, nós podemos mudar a nossa sorte para A BOA SORTE!

Quais são seus pensamentos nos Vales? Quem é você nos Picos? Convido você a vivenciar uma sessão vip da Jornada da Reprogramação Mental. 🧠

CRISTINA DA SILVA FERREIRA VIANA, MSc. em PSICOLOGIA (Pós-Graduação em PhD) / ANA LUCIA FERREIRA (Dra. CAROLINE LEAL - PhD)



VÂNIA FONTES

SÓCIA DA SOFT SKILLS, GESTORA PERFIL COMPORTAMENTAL, TREINADORA, MASTER COACH

tropicalmadeiras.net.br



TROPICAL

ARTE EM MADEIRAS

@tropicalmadeiras

VIVA A EXPERIÊNCIA DE TER A NATUREZA *em sua casa*

TRANSFORME O SEU LAR COM A TROPICAL.

SHOWROOM

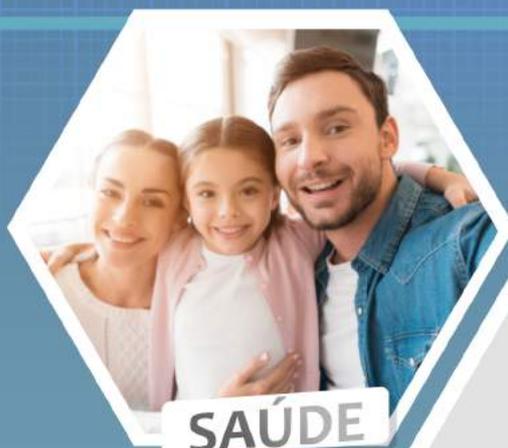
ITAPUÃ
AV DORIVAL CAYMMI 943
71 3379-2019

SHOWROOM

CAMINHO DAS ÁRVORES:
ALAMEDA DAS ESPATÓDEAS, Nº53
CAMINHO DAS ÁRVORES, SALVADOR
71 3027-6610



Carreiras & Oportunidades Saúde



Cuidamos
da saúde
de sua
família
e colaboradores



Solicite orçamento
www.carreiraseoportunidades-saude.com

**SulAmérica**

**Amil**

**bradesco**

**Unimed**