

CORREIO DE SERGIPE
QUEM LÊ SABE MAIS

Edição 16 • Aracaju/SE • 24 de janeiro 2023



Top Correio

SERGIPE 2023



TOP CORREIO 2023

O MAIOR ENCONTRO DE MARCAS DO ESTADO

TOP CORREIO: A MAIS RESPEITADA *premiação de marcas de Sergipe*

Mais importante e mais respeitada premiação de marcas do mercado sergipano, o Top Correio chega à sua 16ª edição. Neste ano, o evento tem gostinho especial, uma vez que coincide com o aniversário de 22 anos do Jornal Correio de Sergipe, criador, organizador e realizador do evento. A retomada do Top é motivo de muita satisfação para a família Correio de Sergipe. O mercado estava ansioso por este retorno e a expectativa nos meses de preparação foi muito grande. É chegada a hora da colheita!

Por causa da pandemia, o Top Correio marcado para março de 2020 não foi realizado. Desde então, muitas batalhas foram travadas pelo setor empresarial para sobreviver diante de um cenário desconhecido e bastante desafiador. Sobreviver a todo o caos que se instalou é, sem dúvidas, motivo para comemorar. Para se manter ativo e se sobressair, o empresariado lançou mão de inúmeras estratégias e muito jogo de cintura.

Referenciado pela credibilidade do Jornal Correio de Sergipe, o prêmio é reconhecido e almejado pelos mercados publicitário e empresarial do estado. Ser o campeão em seu segmento representa não apenas o sucesso, mas confere maior valor à marca. O Top Correio, resultado do esforço de uma grande equipe de colaboradores, é uma forma de movimentar o mercado e reconhecer todo o esforço e o potencial do empresariado, que no dia a dia se empenha para oferecer o melhor à clientela.

São premiados aqueles que estão em primeiro lugar na mente dos consumidores. É uma forma de destacar cases de sucesso e valorizar aqueles que sabem cuidar bem de suas marcas. Para ser



Top, uma marca precisa se destacar entre a concorrência. Conquistar essa premiação é, sem dúvidas, um diferencial valoroso. É uma espécie de atestado de qualidade. É também um desafio para o mercado, uma vez que não é fácil chegar e se manter no topo da mente dos consumidores.

Mantendo o mesmo padrão de excelência das edições anteriores, o Top Correio 2023 premia 72 categorias de vários segmentos. Muitas empresas ganharam várias edições e conseguiram se manter no topo. Outras sempre apareciam entre

os três primeiros, mas só agora conquistaram a premiação colocação. O momento, sem dúvidas, é de colheita.

Simbolicamente, 2023 é um ano de muita expectativa para a humanidade com o avanço da vacinação e a queda nos casos de covid-19. Neste ano, o Jornal Correio de Sergipe completa 22 anos, levando informação à sociedade, com reconhecida imparcialidade e ética, alicerçado na credibilidade que nos é depositada por você, leitor. Parabéns aos vencedores!

EXPEDIENTE

CORREIO DE SERGIPE
QUEM LÊ SABE MAIS

ajn¹
AGÊNCIA JORNAL DE NOTÍCIAS

Top Correio
SERGIPE 2023

INDÚSTRIA GRÁFICA TRIBUNA DE ARACAJU LTDA

Rua Cláudio Batista, 334, Bairro Santo Antônio - CEP: 49.060-100.
Aracaju - SE - Tel: 79 3301 9911 - Ramal 3230
CNPJ: 13.039.029/0001-29 / sac@correiodesergipe.com.br
www.ajn1.com.br

AGÊNCIA JORNAL DE NOTÍCIAS LTDA

Rua Cláudio Batista, 334, Bairro Santo Antônio - CEP: 49.060-100.
Aracaju - SE - Tel: 79 3301 9911 - Ramal 3230
CNPJ: 32.884.819/0001-55 / agenciajornaldenoticias1@gmail.com
www.ajn1.com.br

TOP CORREIO É SINÔNIMO *de sucesso e credibilidade*



O Jornal Correio de Sergipe realiza mais uma edição da maior premiação de marcas de Sergipe: o Top Correio. Nesta 16ª edição, o evento premia 72 categorias em uma verdadeira noite de gala, onde os vencedores são revelados e enaltecidos. Esta edição é mais que especial, uma vez que marca os 22 anos do Correio de Sergipe, completados neste 21 de janeiro.

Quando surgiu em 2001, o Top Correio revolucionou o mercado sergipano e não foi diferente no decorrer dos anos. A premiação valoriza o trabalho do marketing e do empresariado que investe em estratégias para melhorar, valorizar e ascender seu produto ou serviço, com investimentos pesados em publicidade e no aperfeiçoamento do atendimento ao público, tendo

como meta alcançar a primeira colocação.

O foco da premiação é justamente este: incentivar e revolucionar o mercado, destacando aqueles que não poupam esforços para satisfazer a sua clientela. Por meio da pesquisa de satisfação, que revela os mais lembrados, o empresariado conhece a percepção que o público tem de seu produto. Não à toa o Top serve de embasamento para o empresariado, uma vez que o vencedor é revelado por quem consome seus produtos e serviços. Vários talentos já foram evidenciados no decorrer da premiação. Algumas empresas se consagram vencedoras por todas as edições, outras aparecem sempre entre as mais votadas, de modo que a cada ano veem sua marca crescer.

Não é exagero afirmar que a credibilidade da premiação deve-se justamente à credibilidade do Correio de Sergipe. A seriedade com a pesquisa, realizada sem-

pre por uma empresa especializada, garante que o resultado reflita fielmente a opinião do mercado. O resultado é que, sem sombra de dúvidas, o Top Correio tem sido uma forte medida de qualidade das marcas em Sergipe - não apenas para os vencedores, uma vez que serve de incentivo para manter a busca pela excelência, como para as demais empresas, que ficam na vontade de trabalhar cada vez mais e melhor para alcançar melhores resultados a fim de alcançar o topo.

Outro aspecto a ser destacado é que, além de evidenciar as marcas vencedoras, o Top Correio estabelece um vínculo entre o Jornal Correio de Sergipe, as empresas e a sociedade, favorecendo todas as partes. Por meio do conteúdo publicitário elaborado sobre a premiação e os vendedores, toda a sociedade toma conhecimento das inúmeras histórias de sucesso e tem acesso a conteúdos relacionados.

VALOR SAGRA-SE MAIS UMA VEZ *vencedora do Top Correio*

Referência no mercado imobiliário de Sergipe e do Rio Grande do Norte, a Valor Imobiliária sagra-se mais uma vez vencedora do Top Correio. Empresa com quase duas décadas no mercado, a Valor vem crescendo pelas mãos do seu CEO, o engenheiro Aroldo Franca, homem de inquestionável tino para os negócios, que conta com a parceria direta do filho, o também engenheiro Flávio Franca, da esposa, a advogada Delane Franca, e das filhas, Rosa e Sophia Franca.

O mercado imobiliário em Sergipe e no Rio Grande do Norte tem como um de seus balizadores a Valor Imobiliária, e isso se dá pela liderança e pelos alicerces de solidez, configurando a imobiliária como um farol, iluminando e ditando os caminhos do setor. Aroldo Franca conhece bem a receita do sucesso: trabalho, inovação e ousadia. A Valor tem crescido em negócios e clientela, expandido sua área de atuação para além do território sergipano.

Para Aroldo Franca, receber a premiação Top Correio é a confirmação da credibilidade, da capilaridade e da liderança incontestada da marca Valor Imobiliária no mercado de venda e aluguel de imóveis. “Toda a nossa equipe vibra e festeja a chancela desse prêmio, que é um atestado de referência e sucesso na mente dos consumidores”.

A Valor é fruto de um projeto emblemático, pensado e desenvolvido acuradamente, detalhe por detalhe, pela mente genial de Aroldo Franca, tendo como alvo o topo, já que o executivo tem aquela mente visionária dos grandes homens de negócios. Assim, construiu uma marca de altíssimo prestígio, haja vista todo o valor agregado que a marca carrega e representa. O empresário de 63 anos, com fôlego e energia de 18 e uma cabeça que fervilha realizações, é pai de seis filhos: Flávio, o primogênito e braço direito, Sophia, Rosa, Maria Helena, Maria Vitória e Aroldo Filho, de apenas 6 anos, além de avô de Marina e Aroldo Neto.

Aquela decisão ousada tomada há quase 20 anos espelha limpidamente a mentalidade desse homem em constante movimento, um homem de valor extraordinário, haja vista que aquilo que foi projetado lá atrás se configura como realidade, visto que a Valor detém a hegemonia do mercado, graças à maestria de sua condução, da credibilidade de seu nome, de proces-



Aroldo Franca,
Engenheiro e CEO

sos muito bem executados, de uma equipe afiada, em que colaboradores, gerentes e corretores se sentem felizes, valorizados, copartícipes de todo o sucesso, imbuídos, engajados e uníssonos no propósito de garantir aos clientes da Valor uma experiência prazerosa, frutífera, surpreendente e rentável para as partes envolvidas.

Aroldo esbanja alegria e positividade. Com ele não tem tempo ruim. Seu lema é viver, realizar, fazer acontecer, superar, surpreender, olhar para as soluções, para a execução de tudo que sua mente fervilhante mira. “A Valor nasceu para a liderança, para grandes negócios, para a inovação e para surpreender o mercado, ofertando uma verdadeira experiência para todos aqueles que nos procuram. Esse é o nosso D.N.A. Estamos com os olhos atentos para o futuro, para escalar, para ser sucesso e líder absoluta no mercado dos negócios imobiliários”, diz Aroldo.

O empresário conta que o sucesso da Valor Imobiliária é construído por muitas mãos. A sua, a de Flávio Franca, sócio e diretor, a mão de Delane Franca, esposa e diretora, as mãos das filhas Rosa e Sophia, que já estão trabalhando ativamente, revelando talento e a mesma genética, e as mãos de todos os colaboradores, geren-

tes, coordenadores e corretores, comprometidos com o mesmo propósito: prestar o melhor e mais surpreendente trabalho no âmbito das transações imobiliárias, tanto em Sergipe quanto no Rio Grande do Norte.

Responsabilidade social

Aroldo Franca tem consciência social, sabe da sua responsabilidade como empresário e do quanto influencia pessoas, o mercado e seus clientes. Existe no “jeito de ser” da Valor Imobiliária um outro plus - o olhar para a comunidade e para tudo que acontece na cidade, que a diferencia.

A icônica imobiliária apoia dezenas de eventos culturais, artísticos, porque, de fato, a Valor se sente inserida no tecido social. Mas não é só isso. “Todos os anos, desde o início da Valor, fazemos inúmeras doações, vamos a lugares onde há gritante carência, levamos itens, brinquedos. Fazemos por consciência, em silêncio, cientes da nossa responsabilidade social. E em todo o Natal, temos orgulho e gratidão de todos juntos enchermos um, dois caminhões de presentes. Não é favor, é dever”, afirma o empresário.

Tá na Cabeça,
Tá no Coração!

VALOR
é top
é Top
Correio

Disparada, a imobiliária
mais lembrada.

Ela está na sua memória,
na mesma velocidade
que aluga e vende.

Rápida e de primeira!



Top Correio
SERGIPE 2023

(79) 9 9850-5222 | 3226-4222
www.valorimobiliaria.com.br



VALOR
CENTRO DE SOLUÇÕES EM NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS



BAIXE
NOSSO
APP

PESQUISA CONFERE CREDIBILIDADE à premiação *Top Correio*

Para saber quais são as marcas que não saem da cabeça do consumidor, o Jornal Correio de Sergipe contrata sempre uma empresa especializada em pesquisa de mercado. Pela quinta vez, a Única Soluções Estratégicas foi a escolhida para realizar esse trabalho. Sócio da Única, Alexandre Wendel observa que, de maneira geral, a pesquisa deveria ser adotada como o pontapé inicial no processo de planejamento de qualquer negócio.

Ele explica que, no caso do Top Correio, é realizada uma Pesquisa Descritiva Conclusiva por amostragem probalística. O entrevistado deve responder sempre a primeira marca que vem à mente. Desse modo, todas as perguntas devem ser iniciadas com a sentença: qual a primeira marca ou a marca que você lembra quando eu falo de um determinado produto ou serviço? Vence aquela que leva o maior número de citações.

Alexandre conta que a Única Soluções Estratégicas nasceu em Aracaju, no ano de 2000, e rapidamente se consolidou como referência para realizações de pesquisas qualitativas e quantitativas de mercado, mídia e opinião no Estado de Sergipe, sempre com ética, independência e comprovada responsabilidade.

Ao longo dos anos, a Única vem empreendendo sua capacidade de oferecer diagnósticos consistentes e soluções estratégicas eficazes e completas para diversos tipos de empresas, instituições públicas e terceiro setor. Em 2009, a empresa foi certificada com a norma ISO 9001/2015, pela Certificadora Bureau Veritas, nos processos internos e externos.

Ao longo de mais de 20 anos de experiência, a Única expandiu suas áreas de atuação, executando projetos nos Estados da Bahia, Alagoas e Pernambuco. Já realizou mais de 300 projetos de pesquisa em âmbitos municipal e estadual, e obteve a marca de mais de 2 milhões de entrevistas realizadas, respeitando as normas éticas, o compromisso com a ciência Estatística e, principalmente, a confidencialidade dos dados.

Neste sentido, diz Alexandre, a Única busca constantemente a execução de projetos, seja consultoria, seja pesquisa com ferramentas modernas e abordagens fundamentadas, promovendo a captação de informações cada vez mais qualificadas para a clientela e os parceiros tomarem as melhores decisões.

Ainda de acordo com Alexandre Wendel, as pesquisas têm como fundamento principal o fato de se concentrarem como uma ferramenta que direciona o planejamento de uma empresa. “Em outras pala-



Alexandre Wendel,
Sócio da Única

bras, o empresário, com seu conhecimento em vendas e de mercado, precisa saber se, adotando uma nova linha de produtos, seus atuais clientes vão adorar, comprar este novo investimento e, principalmen-

te, se a decisão adotada terá o impacto esperado em termos financeiros, se atenderá as expectativas do marketing, entre outros”, e é aí que entra a pesquisa, explica.

PANDEMIA SUSPENDEU A PREMIAÇÃO *que ocorreria em 2020*



Nesta 16ª edição do Top Correio, a premiação também destaca os vitoriosos na pesquisa de campo realizada no final do ano de 2019, cuja premiação aconteceria em março de 2020. O evento acabou não sendo realizado diante da pandemia de covid-19, que abalou todo o mundo.

Com tudo sendo fechado e as pessoas precisando ficar em casa, com proibições de eventos e fechamento de vários setores da economia, o evento Top Correio teve que ser adiado. Assim como nesta edição, a pesquisa que revelou os vencedores foi realizada pela Única Soluções Estratégicas. O projeto, porém, precisou ficar adormecido, enquanto a situação não se normalizava. Entre os vencedores revelados em 2019 estão a Construtora Celi, a FM Jornal e a OdontoPrev (plano de saúde odontológico).

Celi

Fundada em 1968 pelo engenheiro civil Luciano Franco Barreto, a Construtora Celi une criatividade, inovação e capacitação técnica de seus colaboradores para oferecer projetos com qualidade, velocidade de execução e rigoroso cumprimento de prazos. Empresa genuinamente sergipana, a Celi se destaca no panorama nacional da construção civil. A construtora possui matriz em Aracaju e atuação em Maceió (AL), Salvador (BA), Recife (PE), João Pessoa (PB), Fortaleza (CE), São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ). Não à toa a empresa foi vencedora desta premiação.

FM Jornal

Levando muita informação e entretenimento às casas dos sergipanos e além fronteiras, a Rádio Jornal começou a operar em 1958, na faixa AM, mantendo-se, desde então, sempre no topo da audiência. Com o

fim do sinal analógico no Brasil, em 2018 a Jornal migrou para FM, passando para a modulação 91.3 FM, e o sucesso se manteve o mesmo. A emissora tem destacada importância para a sociedade sergipana. Por meio de uma equipe diversa, que se espalha por todos os cantos do estado, traz informação em tempo real dos principais acontecimentos do estado, do país e do mundo.

OdontoPrev

No universo de tantos dentistas e tantos plano de saúde odontológica, a OdontoPrev sempre teve lugar de destaque no mercado sergipano - tanto que foi a mais citada na pesquisa Top Correio realizada em 2019. A operadora de saúde bucal sempre foi reconhecida pela qualidade de seus profissionais e serviços prestados. O Top serviu para firmar esse reconhecimento do público.

Celi
Solidez e Qualidade

**RÁDIO
JORNAL**
FM 91,3

OdontoPrev
Especialistas em Odontologia



Top Correio
SERGIPE 2023

O nosso maior compromisso é ver você feliz

O Hospital de Olhos de Sergipe conquistou o Prêmio Top Correio de marca mais lembrada no segmento de oftalmologia. Essa premiação é sinônimo do reconhecimento da população sergipana ao alto padrão de excelência, competência profissional e aos mais avançados recursos oftalmológicos disponíveis para o cuidado da saúde ocular.



Dr. Fábio Ursulino
Diretor Técnico Médico
CRM-SE 4664 / RQE 3667



HOS Matriz

Unidade Aracaju - Jardins
Unidade Aracaju - Centro
Unidade Lagarto



@HOSERGIPE

HOS
HOSPITAL DE OLHOS
DE SERGIPE



**EITCHA
RÁDIO!
BOA DA PÊGA**



**LUGAR
EM AUDIÊNCIA**

[/FMSEGIPE](#)

fmsergipe.com.br

**BAIXE AGORA
APP FM SERGIPE**



Vencedora na categoria
Emissora de Rádio no
Prêmio Top Correio 2023

TOP CORREIO VALORIZA E *destaca empresariado*

DIÓGENES DI/ARQUIVO CS

CLÁUDIA LEMOS

Editora-chefe

Mais que realizar um evento de premiação das marcas mais lembradas pelo público sergipano, o Top Correio tem a proposta de valorizar e destacar o empresariado que apostou todas as fichas em seu produto, investindo em todas as frentes para cativar a clientela. Em sua 16ª edição, a nossa consagrada pesquisa de marcas estimula as empresas a estarem em constante processo de qualificação de produtos e serviços. Nesse sentido, o grande vencedor é o consumidor.

Ser Top significa muito além de estar na primeira colocação na preferência entre tantos concorrentes. Representa que o produto ou o serviço vencedor atende a todas as expectativas do consumidor e conquistou a confiança do mercado. Da mesma forma, torna a missão ainda mais árdua, uma vez que o processo não tem fim, sendo preciso se reinventar em todo o momento, acompanhando as tendências e aperfeiçoando produtos e serviços, sob pena de ser superado.

O papel do Jornal Correio de Sergipe é justamente o de fomentar toda a cadeia produtiva. Hoje, não basta ter um produto de excelência, é preciso acompanhar tendências e investir em marketing. A empresa tem que aparecer para ser lembrada e procurada, e os meios de comunicação têm esse papel de dar visibilidade às empresas. Diariamente informando aos seus leitores, o Correio de Sergipe tem sido o veículo que leva informação também sobre produtos e serviços, emprestando sua credibilidade junto ao público.

O Top Correio é reconhecidamente a mais importante premiação relacionada à lembrança de marca de Sergipe. O resultado reflete a consistência na comunicação das empresas. Enquanto os mais lembrados em cada segmento pesquisado comemoram e buscam se manter no topo, quem não obteve a primeira colocação empenha esforços no sentido de desbancar o concorrente. Dessa forma, a premiação serve de bússola para o empresariado.



A premiação é resultado de muito empenho de toda a equipe da família Correio de Sergipe. A satisfação é grande em apresentar um produto com o padrão de qualidade do CS. Ao jornal, também cabe melhorar cada vez mais, buscar a informação onde ela estiver, diversificando temas e trazendo assuntos relevantes para os nossos leitores, a fim de mantê-los bem informados sobre tudo que está acontecendo em Sergipe, no Brasil e no mundo.

O Correio de Sergipe tem crescido em conteúdo, buscando entregar ao leitor aquilo que ele quer ler, colocando nas bancas e nas casas dos assinantes um conteúdo diversificado - Saúde, Cotidiano, Política local e nacional, Economia, fatos policiais, Sociedade, Esporte, Educação. Destaca-se também a nossa numerosa equipe de colunistas. Outras novidades estão sendo preparadas para surpreender e agradar você, leitor. É só esperar!

TOP CORREIO RECONHECE E REVELA A importância do mercado publicitário

Para ser lembrada, uma empresa precisa estar à frente da concorrência e isso é possível a partir do momento em que ela oferece valores e atributos diferenciados. Em meio a um mercado cada vez mais globalizado e competitivo, a gestão da intensidade de uma marca na mente do consumidor revela-se uma verdadeira guerra. Nisso é fundamental importância o investimento na qualidade e divulgação do produto, este último por meio de uma estratégia publicitária acertada.

Quando o consumidor pensa em um determinado produto e instantaneamente lhe vem à mente uma determinada marca, constata-se, então, a eficiência da gestão de marketing desta empresa. Foi justamente pensando em valorizar e destacar as Marcas que não medem esforços para manter a clientela satisfeita e se manter no top da preferência, que o

Correio de Sergipe lançou o Top Correio. Sem dúvidas a premiação também movimentou o mercado publicitário.

Consagrar-se vencedor num mercado cada vez mais competitivo não é tarefa fácil. Num ambiente empresarial onde o que é ofertado atinge consideráveis graus de semelhança, ser a marca mais lembrada é possuir vantagem competitiva. Para a editora chefe do Jornal Correio de Sergipe, Cláudia Lemos, além de movimentar o meio empresarial e de MKT, o Top Correio aproxima ainda mais o nosso tradicional e conceituado Correio de Sergipe com o público sergipano. "O Top Correio é uma iniciativa de sucesso e já em primeira edição alcançou seu objetivo no momento em que fomentou a competitividade no setor empresarial, que passou a pensar em melhorar cada vez mais seus produtos e serviços, por meio do aperfeiçoamento do seu produto e de estratégias de

marketing e divulgação. Todo o esforço é coroado pelo reconhecimento do consumidor. Além de estimular o processo de qualificação de pessoal e melhoria do produto, as empresas também começaram a enxergar a importância da propaganda como meio de melhorar a imagem da Marca", destaca.

Por tudo isso, podemos afirmar que a pesquisa Top Correio movimentou também o mercado publicitário e serve como um atestado de credibilidade e competência para as empresas vencedoras e suas agências. Todos saem ganhando com o resultado: a marca, porque ser a mais lembrada significa também que é a mais consumida ou procurada. O consumidor, porque a concorrência gera não apenas produtos e serviços de melhor qualidade, mas também preços mais competitivos. E, por fim, ganha o mercado publicitário que é valorizado e desenvolve cada vez mais projetos e campanhas vitoriosas.



COOPERTALSE RECEBE O PRÊMIO *Top Correio pela sétima vez*

Cooperativa de transporte alternativo é uma das reconhecidas por seu trabalho de promoção de marca



Karina Barbosa,
presidente do Conselho Administrativo da
Coopertalse, do quadriênio 2022-2026

A Cooperativa de Transportes de Sergipe (Coopertalse) é uma das empresas contempladas no Prêmio Top Correio, edição 2023. Esta é a sétima vez que a companhia de transporte é contemplada com o reconhecimento por sua estratégia de marketing de promoção de marca. Nos anos de 2008, 2009, 2012, 2013, 2014 e 2017,

a Coopertalse já havia recebido a homenagem pela mesma razão.

A cooperativa atualmente está sob o comando do Conselho Administrativo, com Karina Barbosa na presidência e Marcos Antônio Lima na vice-presidência para o quadriênio de 2022-2026. Por meio de uma ligação telefônica, Karine recebeu a notícia de que a Coopertalse receberia mais uma vez o reconhecimento por seu trabalho.

“Nós temos como missão sermos a empresa de transporte de passageiros comprometida com os nossos clientes no serviço que fez e faz a nossa história, buscando satisfação, responsabilidade, valorizando a melhoria contínua do sistema de gestão de qualidade, para gerar retorno adequado aos nossos cooperados e parceiros”, diz a presidente, acrescentando que a cooperativa conta hoje com 289 veículos na frota.

O Top Correio é um evento que condecora as empresas mais lembradas pela população, em pesquisa feita pela Única Soluções Estratégicas. Na edição de 2023, serão 72 ganhadores, que serão lembrados em 24 de janeiro, em solenidade no Hotel Sesc Atalaia, às 20h.

História

A Coopertalse foi fundada em 31 de maio de 1996, após um entrave entre os operadores da atividade de transporte alternativo no estado e o governo. À época, a circulação de transportes alternativos de passageiros foi proibida. Isso incluía, naquele período, veículos como kombis, topics, bestas, mercedinhas e D20's, que transitavam entre os municípios de Glória, Monte Alegre e Porto da Folha.

A proibição gerou sobressaltos entre os trabalhadores, que se mobilizaram com 300 carros para exigir uma alternativa do governo do estado, que voltou atrás de sua decisão de proibir o serviço e criou a Comissão de Transporte, na Assembleia Legislativa de Sergipe, para solucionar a questão. Foi daí que surgiu a primeira cooperativa de transporte alternativo regulamentada do Brasil, a Coopertalse.

“A Coopertalse atua 100% no Estado de Sergipe, gera mais de mil empregos diretos e conta com uma frota de 286 veículos licenciados e rigorosamente dentro dos padrões exigidos pelo órgão fiscalizador”, conclui Karine.

“*Temos como missão sermos a empresa de transporte de passageiros comprometida com os nossos clientes’*

354



QUEM QUER

O MELHOR SUCO QUE HÁ

VAI DE MARATÁ!



COMPARTILHE CONTEÚDOS COM

#VAIDEMARATA



TOP CORREIO

por quem acredita...



É muito importante que as empresas do nosso estado sejam reconhecidas pelo valoroso trabalho que prestam à nossa cidade, contribuindo para o seu desenvolvimento e progresso. O prêmio Top Correio, do Jornal Correio de Sergipe, representa justamente isso, um reconhecimento aos representantes dos mais diversos segmentos pela realização de ações que evidenciam suas marcas, conferindo credibilidade junto aos consumidores, que as elegem através de uma pesquisa pública. Neste sentido, parabenizo o Correio de Sergipe pela realização da 16ª edição deste importante prêmio, que já se consolidou'

Edvaldo Nogueira

PREFEITO DE ARACAJU



O Top Correio, realizado pelo Correio de Sergipe, ao chegar à sua 16ª edição, mostra-se como uma premiação já consolidada pela importância de valorizar e reconhecer as empresas mais lembradas pelos sergipanos e sergipanas. Prestigiar essas marcas, com base na opinião do público consumidor, por meio de pesquisa, é uma forma de estimular ainda mais que empresas dos mais variados segmentos se empenhem em oferecer serviços e trazer sempre o melhor para Sergipe, o que se traduz também em mais geração de empregos para a população do nosso estado. Parabéns ao Correio de Sergipe pela realização do Top Correio 2023!'

Cleon Menezes

SECRETÁRIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO
DO ESTADO DE SERGIPE

TOP CORREIO *por quem acredita...*



O Top Correio é um momento aguardado de reconhecimento às empresas e instituições que fazem a diferença em nosso estado e estão presentes no cotidiano da nossa gente. São dez edições destacando boas ideias, talentos, que agregam valor e promovem o desenvolvimento econômico e social. É também uma comemoração pelos 22 anos de Correio de Sergipe, que figura entre os mais importantes veículos de comunicação e que ajuda a escrever, com ética e responsabilidade, a história sergipana'

Zezinho Sobral

VICE-GOVERNADOR E SECRETÁRIO DE
ESTADO DE EDUCAÇÃO E CULTURA



Em tempos de comunicação multimídia, um veículo comemorar 16 anos de uma premiação, como é o Top Correio, é sinal de credibilidade. Parabéns à equipe do grupo Correio de Sergipe e a todos que fazem o Top Correio pela prestação de serviços e por acreditar na economia de nosso estado'

Fábio Mitidieri

GOVERNADOR DE SERGIPE



Credibilidade e inovação são características do Prêmio Top Correio, que há 16 anos homenageia as marcas que mais se destacam entre os consumidores, reconhecendo suas realizações, serviços ou produtos. Os meus parabéns aos seus realizadores e o desejo de muito sucesso!'

Laércio Oliveira

SENADOR

SACEL: 40 ANOS DE EXCELÊNCIA E RESPEITO *no serviço de segurança patrimonial*

O GRUPO SACEL, foi fundado em 1983, pelo seu Presidente o Empresário Antonio Vasco Pereira Filho, Sergipano da Cidade de Itabaianinha, de engraxate a presidente do grupo que conta com mais de 1.000 colaboradores, o GRUPO

SACEL já atua no mercado de segurança patrimonial há mais de 40 anos. Todo esse tempo, com um trabalho sólido e respeitado por grandes empresas no mercado Sergipano.

O GRUPO SACEL integra empresas e unidades de negócios em diversos segmentos, formando uma organização empresarial influente no mercado, sólida e relevante para seus clientes, parceiros e colaboradores, nada é tão importante quanto garantir o funcionamento e a continuidade do seu negócio. Por isso, nossas soluções unem tecnologia, profissionais engajados e inteligência dedicada à segurança do seu patrimônio no dia a dia. O Grupo SACEL conta com os serviços de Segurança Patrimonial, Escola de Formação para Vigilantes, Serviços de Terceirização de mão de obra, Segurança Eletrônica, Imobiliária, Administração de Aluguéis, Locação, Vendas, Administração de Condomínios e Corretora de Seguros.

MISSÃO

Oferecer um portfólio de serviços em segurança privada e institucional, aperfeiçoando-se continuamente para manter o compromisso de proteger nossos clientes dos riscos de serem vítimas das ocorrências criminosas.

OBJETIVOS

Proporcionar a solução adequada na terceirização dos serviços de vigilância e defesa patrimonial, segurança eletrônica, monitoração de residências e empresas, disponibilizando equipamentos de ponta e suporte necessário, com a qualidade que o mercado de segurança demanda.

SERVIÇOS

- SEGURANÇA PATRIMONIAL

É a atividade direcionada para a vigilância, segurança e defesa do patrimônio, na forma armada e desarmada, feita por vigilantes cursados e reciclados por instituição de ensino fiscalizada pela Polícia Federal e autorizado pelo Ministério da Justiça, objetivando capacitá-los profissionalmente a executar suas atividades, proporcionando os conhecimentos de técnicas operacionais em Direito Penal, Relações Humanas, Segurança Física a Instalações, Adestramento Físico e Defesa Pessoal, Prevenção e Combate a Incêndio e Armamento e Tiro. Tudo para garantir a tranquilidade que o cliente merece.



“Estamos buscando a melhoria dos nossos serviços a cada dia para atender às exigências do mercado e de uma clientela muito exigente.”

Antonio Vasco Pereira Filho

DIRETOR – PRESIDENTE

- SEGURANÇA ELETRÔNICA

O Sistema de Segurança Eletrônica com o qual trabalhamos é um serviço eficaz na prevenção de invasões e arrombamentos e no auxílio ao combate a assaltos e roubos a empresas e residências, sendo recomendado para bancos, lojas, condomínios, depósitos, escritórios, entre outros tipos de empreendimentos.

O local a ser protegido pode ser equipado com alarmes, cerca elétrica, CFTV, detectores de incêndio, monitoramento e patrulhamento 24 horas.

Com visão empreendedora e certeza da necessidade de manter-se atualizada constantemente, a SACEL Serviços Eletrônicos de Vigilância Computadorizada investe em recursos tecnológicos e em seus profissionais, o que nos credencia a fornecer e projetar soluções de segurança com os recursos mais avançados disponíveis.

- ESCOLA DE FORMAÇÃO DE VIGILANTES

Ministrar CURSO DE FORMAÇÃO DE VIGILANTE é uma missão que a SACEL Escola de Formação e Aperfeiçoamento ao Tiro para Vigilantes realiza com o objetivo de fornecer os conhecimentos técnicos, habilidades e atitudes que capacitem para o exercício da profissão de vigilante, em complemento à segurança pública, incluída as atividades relativas à vigilância patrimonial, à segurança física de estabelecimentos financeiros e outras empresas em geral, preparo para dar atendimento e segurança às pessoas e manutenção de integridade do patrimônio, bem como adestramento para o uso de armamento não letal, armamento convencional e o emprego de defesa pessoal.

Nossas empresas tem por marca registrada a eficiência em seus serviços, bem como a competência e credibilidade, sempre atenta às necessidades de seus clientes, O GRUPO SACEL, se ocupa em inovar nos seus serviços para atender cada cliente com a sua particularidade.

Nossos vigilantes portam credenciais para o desempenho dessa função, e são constantemente avaliados pela nossa equipe de médicos e psicólogos, a fim de manter uma boa conduta nas suas atividades e nos relacionamentos com o público, o que os habilita a assumir a responsabilidade de garantir a integridade do acervo patrimonial e a integridade física das pessoas.

- SACEL ASSESSORIA IMOBILIÁRIA

A Sacel assessoria Imobiliária traz a experiência do GRUPO SACEL que já atua no mercado de segurança patrimonial há mais de 40 anos. Todo esse tempo, com um trabalho sólido e respeitado por grandes empresas no mercado sergipano. Formada por uma equipe de consultores imobiliários especialistas no mercado local e nacional, traz para o mercado uma forma inovadora de administração e comercialização de imóveis, com o objetivo trazer tranquilidade em qualquer negócio.

Mantenha o seu patrimônio em segurança com a nossa assessoria imobiliária.

Com os serviços de SACEL IMOBILIÁRIA, com Administração de aluguéis, Locação, Venda e Caixa Aqui.

SACEL ADMINISTRAÇÃO CONDOMINIAL, com Contas a Receber, Contas a Pagar, Financeiro, RH, Contabilidade e Gerência.

SACEL CORRETORA DE SEGUROS, para viver tranquilo, buscamos excelência na corretagem de seguros, de forma consistente, segura e continua consolidando-se assim, como referência no Mercado Sergipano.

A PRIMEIRA, A GENTE NUNCA ESQUECE.



Vencedora na categoria Emissora de TV
no Prêmio Top Correio 2023

@tvsergipe

tvsergipe.com.br

TOP CORREIO *por quem acredita...*



“Um veículo de comunicação que trata a informação com seriedade tem o respeito da sociedade em que está inserido. É o caso do Correio de Sergipe, que conseguiu ao longo da sua existência destacar pessoas, empresas e instituições não somente pelas notícias, mas pelo efetivo reconhecimento através do Prêmio Top Correio, que neste ano completa 16 edições. Um debut que merece o nosso aplauso e votos de uma longa existência. Parabéns a todos que fazem com excelência o Top ser o melhor”

José Anselmo Oliveira

MAGISTRADO, ESCRITOR



“O prêmio Top Correio é o Oscar do comércio e serviço sergipano. É uma premiação que reúne tanto a credibilidade como a regionalidade. Então, ela é muito importante para as empresas por esses dois motivos. É um prêmio feito com toda técnica e com todo esmero para identificar aquelas empresas que mais se destacam, mas ele também tem esse componente de que é uma pesquisa feita por pessoas daqui, no nosso mercado. Então, isso capta com muita precisão o sentimento e a opinião do sergipano. Então, por isso, nós nos sentimos muito felizes com essa honrosa premiação”

Juliano César Faria Souto

CEO DO GRUPO FASOUTO

TOP CORREIO *por quem acredita...*



“É muito gratificante receber o prêmio, porque é o reconhecimento do trabalho que viemos prestando. Estamos na gestão da Coopertalse de 2018 e em nossos últimos anos tivemos que enfrentar a pandemia. Somos um serviço essencial e por isso não paramos durante a pandemia da covid-19. O fato de não parar foi bastante desafiador, porque tivemos que enfrentar todo dia. Mesmo com dificuldades até de nos mantermos economicamente, tivemos que atender, porque a população precisava de nosso serviço, que era essencial. Depois de todo esse tempo, sermos lembrados e reconhecidos pelo nosso trabalho é realmente satisfatório. Temos a certeza de que, apesar de todas as dificuldades, o nosso trabalho tem relevância perante o estado’

Karina Barbosa

PRESIDENTE DO CONSELHO
ADMINISTRATIVO DA COOPERTALSE



“O Correio de Sergipe tem sido um dos grandes defensores da democracia, da classe empresarial e das demandas do povo sergipano. Tudo isso com sua marca, que reforça a credibilidade das notícias que saem em suas páginas. São 22 anos de existência do jornal, que é um dos principais meios de comunicação de Sergipe e que tem grande responsabilidade com seus leitores, primando pela qualidade. Qualidade essa que se reflete no Top Correio, premiação que atrai a atenção do público, pois quem é agraciado com esse mérito tem resultados comprovados e a obrigação de melhorá-los, pois é uma referência em qualidade do produto e serviço. O Top Correio um prêmio importante para as empresas e segmentos que têm o prazer de recebê-lo, pois agrega valor às marcas representadas’

Marcos Andrade

PRESIDENTE DO SISTEMA FECOMÉRCIO/SESC/SENAC



Top Correio

SERGIPE 2023



kcell
celulares




9 9952-7775



@kcellcelularesreserva



www.kcellcelulares.com.br

 @_pneucenter

79 3214-1065

PneusCenter



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE



PIRELLI

PRÊMIO

TOP CORREIO

NÓS DA **PNEU CENTER** ESTAMOS IMENSAMENTE AGRADECIDOS À POPULAÇÃO SERGIPANA PELA NOSSA CONQUISTA DO **PRÊMIO TOP CORREIO** NA CATEGORIA **REVENDEDORA DE PNEUS**.

ESTAMOS SEMPRE DISPOSTOS A MANTER NOSSA **EMPRESA ABERTA** PARA RECEBER FEEDBACKS E ASSIM POSSAMOS PROPORCIONAR O **MELHOR ATENDIMENTO E SATISFAÇÃO DOS NOSSOS CLIENTES**.

É COM ENORME SATISFAÇÃO QUE A PNEU CENTER AGRADECE O PRÊMIO, QUE POSSAMOS AO LONGO DOS ANOS **COMEMORARMOS JUNTOS** NOVAS CONQUISTAS!

TOP CORREIO *por quem acredita...*



O Jornal Correio de Sergipe é um veículo de comunicação à frente de seu tempo, que há 22 anos escreve a história sergipana com zelo, dedicação e ética profissional. Nesse clima de consagração, parableno este nobre veículo pela realização do Top Correio, que neste ano celebra sua 16ª edição. Nele, empresas sergipanas são reconhecidas devido ao destaque que o público deu às suas marcas ao longo do último ano. A Universidade Tiradentes, responsável em formar inúmeros jornalistas que já passaram e até hoje atuam na redação do Correio de Sergipe, também já teve a alegria de ser agraciada com tal honraria. Desejo sucesso ao veículo de comunicação e muito êxito em mais essa edição de seu prestigiado evento'

Jouberto Uchôa de Mendonça

REITOR DA UNIVERSIDADE TIRADENTES



O Top Correio é um relevante evento de reconhecimento da atuação do setor empresarial sergipano. Parabéns ao Jornal Correio de Sergipe por promover mais uma edição que, além de reconhecer o talento local, motiva o fortalecimento das marcas sergipanas!'

Saumíneo Nascimento

ECONOMISTA



O Top Correio é um dos mais conceituados prêmios do nosso estado. Através dele, o sergipano destaca as empresas mais reconhecidas do nosso mercado. Uma premiação tradicional do Jornal Correio de Sergipe, que envolve o empresariado. Por isso, não poderíamos ficar de fora e homenagear também todos aqueles que se destacaram no mercado sergipano nos últimos anos'

Valmor Barbosa

SECRETÁRIO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA

CULTURA EM *Cibersegurança*

POR LORENN A GRA

Coordenadora de TI no CESAR

Estamos vivendo uma pandemia cibernética de ataques e geralmente a primeira ideia que passa na cabeça é que precisamos investir em tecnologias e controles rígidos para que possamos ter a segurança adequada.

Mas, com tanta tecnologia e frameworks, por que ainda continuamos tão vulneráveis?

“Se você acha que a tecnologia pode resolver seus problemas de segurança, então você não entende os problemas e não entende a tecnologia”. Bruce Scheiner, *Secrets & Lies*.

O primeiro passo, antes de iniciar qualquer ação de estruturação de um planejamento estratégico de Segurança da Informação, é entender a cultura organizacional, como as pessoas funcionam e os valores da empresa - sendo crucial observar como as coisas acontecem na empresa e como as pessoas atuam para que seja possível conseguir implementar a cultura, processos e tecnologias de segurança conectados à cultura organizacional. Também é necessário o entendimento do contexto organizacional, seus direcionadores estratégicos, para que sejam definidos os objetivos de segurança em conexão com o negócio. As ações de inventariar os ativos para identificar, levantar riscos e seus cenários são necessárias para que se mantenha mais foco naquilo que é mais importante e crítico para o negócio (as chamadas joias da coroa), com a priorização adequada e para melhor decisão de direcionamento do investimento.

Mas como decidir que caminho seguir e onde agir primeiro para a entrega de segurança de forma adequada? A pesquisa Data Breach Investigations Report (2022) destaca que “as pessoas estão envolvidas em violações em mais de 80% das vezes. “Por pessoas” pode significar uma violação devido a alguém clicando em um link em um e-mail de phishing, alguém utilizando uma senha fraca que está comprometida ou um administrador de TI configurando incorretamente sua conta na nuvem e compartilhando acidentalmente dados confidenciais com o mundo inteiro”. Estamos então nos referindo a uma Segurança da Informação comportamental em que se torna urgente fortalecermos mais ainda o poder que as pessoas têm para que tomem as decisões corretas e com alta percep-



ção do risco. Logo, as pessoas, e não apenas a tecnologia, precisam ser abordadas nos objetivos estratégicos de segurança. Não importa o quanto será investido em tecnologia. O fator humano deve ser a parte crítica de um planejamento de segurança, porque as pessoas estão envolvidas em todas as etapas, desde as decisões, definições até as implementações. “A segurança começa e termina com as pessoas: seus comportamentos, motivações e hábitos” (Deloitte Insights).

E como estruturar um processo de conscientização, comportamento e cultura para que as pessoas vivam a segurança de maneira fluida, leve e simples? As campanhas de conscientização têm o papel principal de influenciar que as pessoas adotem comportamentos seguros. E não adianta apenas informar o que devem ou não fazer. Elas precisam aceitar que é relevante a informação que estão recebendo e entender o porquê.

Mudar o comportamento das pessoas é algo que leva tempo. Formar uma coalizão com pessoas que “compretem” a mudança para uma cultura de segurança, tenham experiência e o poder de influência e inspiração ajudará na replicação e na transformação da cultura organizacional, pois tem que ser contínuo, com comunicação efetiva, ações com cadência adequada, de acordo com o

público-alvo e monitoramento contínuo.

E como saber se estamos indo no caminho certo? Como diz Peter Drucker, se você não pode medir, você não pode gerenciar. É importante estabelecermos métricas e realizarmos análises de maturidade para alcançarmos um programa de conscientização, comportamento e cultura maduro com capacidade para identificar, gerenciar e medir o risco humano. Ao utilizarmos um framework para avaliarmos a maturidade em conscientização em segurança, possibilita conhecermos onde estamos, onde queremos chegar e o que precisamos fazer para chegar lá. Para avaliação da maturidade do programa de conscientização, comportamento e cultura, podemos utilizar o modelo de maturidade da SANS. O modelo é composto por cinco níveis que medem a efetividade, o alcance e os impactos dos programas de conscientização em cibersegurança.

Em resumo, é preciso treinar e conscientizar as pessoas, medir e avaliar o programa de conscientização, comportamento e cultura para construirmos um ambiente seguro. “As pessoas devem ser o elo mais forte da corrente. Só precisam estar empoderadas, com conhecimento para isso. Com as pessoas agindo naturalmente de forma segura, aí se tem uma cultura de segurança” (Rodrigo Jorge).

Ser Top Correio é...

• TER SUCESSO!

• RECONHECIMENTO!

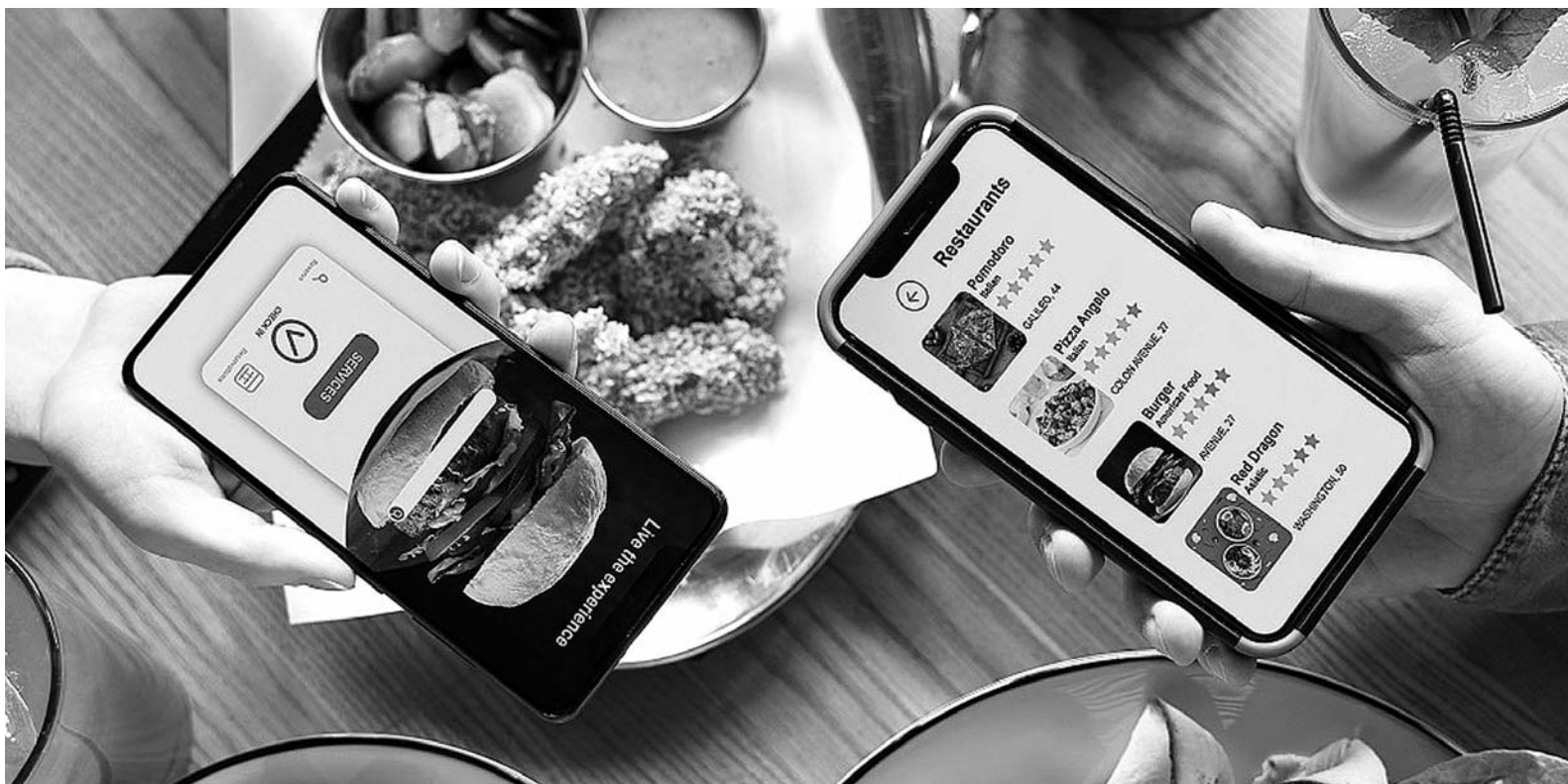
• TER A MELHOR ESTRATÉGIA!



Top Correio

SERGIPE 2023

TRÊS TENDÊNCIAS PARA O *foodservice em 2023*



O ano de 2022 marcou a retomada econômica de muitos setores no chamado pós-pandemia. Com o foodservice não foi diferente. Após dois anos de restrição, o segmento recuperou-se gradativamente à medida que os hábitos do consumidor foram também se normalizando. Para especialistas, o momento é de consolidação, com o Brasil apresentando um faturamento crescente e cada vez mais positivo em comparação a outros países, como os Estados Unidos. Diante disso, a expectativa de crescimento é de aproximadamente 7,5% a partir de 2023.

Para tanto, algumas tendências já estão sendo observadas - e aguardadas - para ajudar a fortalecer e alavancar o setor no próximo ano. Antenado ao mercado, João Alfredo Pimentel, fundador da 6place, explica que a própria expertise da marca já é uma tendência. "A 6place é uma plataforma digital criada para fomentar o abastecimento de franquias de alimentação e independentes do foodservice, focada em oferecer a melhor eficiência operacional para controle do CMV de seus clientes por meio da conexão de indústrias, distribuidores, fornecedores e crédito em um formato de compra 100% digital para o B2B".

Para o executivo, que reuniu em um mesmo mar-

ketplace todo o ecossistema de food, o setor deve se deparar com pelo menos três tendências importantes que devem direcionar os negócios em 2023. Confira:

1. Digitalização do abastecimento: Para um estudo realizado pelo IFB (Instituto Foodservice Brasil), em parceria com a consultoria Cognitive Media Science que foi divulgado no início de 2022, o pouco investimento ou a incerteza de quando iniciar a transformação digital era a realidade de 74% do setor de foodservice. Na mesma época, outro estudo da consultoria alertava para a perda de aproximadamente 24% nos lucros por conta dessa imaturidade digital. Destacando que tal transformação vai além das vendas on-line, o estudo apontava como dica a utilização de tecnologias propulsoras de melhoria em diferentes áreas e processos. No abastecimento, uma opção é realizar a compra on-line, com monitoramento via plataforma digital. Dessa forma, o operador consegue captar as melhores ofertas em um portfólio qualificado e homologado que reúna todo o ecossistema em um só marketplace, com o intuito de garantir preços bastante competitivos e vantajosos para o setor. É o que faz a 6place.

2. Crédito para abastecimento: O fluxo de caixa foi

uma das áreas mais impactadas durante a pandemia. Um estudo da Abrasel, em parceria com a Alelo, apontou, inclusive, que 79% dos bares e restaurantes buscaram algum tipo de crédito no período e apenas 50% obtiveram êxito. Outro dado relevante da pesquisa é que a busca por crédito é um hábito que antecede o coronavírus. Seja para a garantia desse fluxo, para o pagamento de dívidas, realização de alguma reformas e ampliações ou a implementação de algum novo serviço, a expectativa é de que essa procura cresça ainda mais. Então, opções de crédito menos burocráticas e até mesmo a variação de possibilidades de pagamento tendem a movimentar o mercado no próximo ano.

3. Previsão e planejamento do abastecimento: De nada adianta digitalizar o seu negócio e aproveitar as ofertas de crédito se a gestão não é assertiva. A má gestão do estoque, inclusive, é considerada um dos grandes desafios do foodservice e a fonte principal de comprometimento da saúde financeira de muitos negócios. Então, manter um gerenciamento de estoque eficaz, além de garantir quantidade suficiente de insumos para atendimento das demandas, propicia a previsibilidade do seu consumo, além de evitar os prejuízos causados pelas rupturas em momentos de alta procura.

An aerial photograph of a city with numerous high-rise apartment buildings and a highway in the foreground. The sky is blue with scattered white clouds. On the right side of the image, the profile of a young man's face is visible, looking towards the left. He is wearing a white t-shirt.

**TOP MESMO
É SER A CASA
DE TANTA
MARCA FORTE**

O caminho para conquistar os corações e ganhar um espaço na memória dos consumidores é longo e exige muito suor, dedicação e criatividade. A Prefeitura de Aracaju sabe que essas são características que não faltam aos aracajuanos, por isso, trabalha para oferecer uma cidade organizada, limpa e bem cuidada, simplificar processos, e atrair investimentos, oferecendo um ambiente com as condições necessárias para os nossos empresários e empreendedores construírem marcas cada vez mais fortes.



Top Correio
SERGIPE 2023



ARACAJU
Proteger a vida e cuidar da cidade

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING *para a sua empresa*

Com o objetivo de expandir o seu negócio, todo empreendedor adota diversas estratégias, investindo, sobretudo, nos produtos e serviços oferecidos pela empresa.

No entanto, muitos deixam de lado uma das ferramentas mais poderosas para aumentar o reconhecimento, o tráfego e as vendas de uma organização: o marketing.

Listamos algumas vantagens para o seu negócio ao investir em ações e estratégias de marketing. Confira abaixo quais são elas:

Reconhecimento de marca

O valor da marca, apesar de intangível, é algo de extrema importância para qualquer negócio. Por isso, ações eficientes de marketing são consideradas formas poderosas de fortalecer a sua organização.

Quando o consumidor enxerga que os valores da sua empresa estão de acordo com seus valores, ele estará mais propenso a adquirir seus produtos e/ou serviços.

Fidelização de clientes

Ao conhecer melhor o seu cliente, você saberá como se comunicar com ele da forma mais eficiente. Quando você compreende suas preferências e necessidades, consegue divulgar seu produto e/ou serviço de uma forma menos invasiva, o que fará com que ele crie uma certa simpatia pela sua empresa.

Maior alcance

Quanto mais pessoas falarem do seu negócio, maior será o seu público. As redes sociais são uma ótima oportunidade para fazer com que as pessoas cheguem até você. Invista também em um atendi-

mento personalizado para o seu cliente, fazendo com que ele se sinta único. Com isso, a chance de um cliente recomendar seu produto e/ou serviços para mais pessoas será muito grande.

Taxas de conversões mais elevadas

De nada adianta obter mais oportunidades de negócios se estas não estão sendo transformadas em vendas. Uma ação de marketing bem elaborada auxilia você a atingir o público ideal, otimizando seus resultados. No marketing digital, por exemplo, as taxas de conversões podem ser mensuradas por meio de formulários, campanhas de e-mail marketing e links patrocinados.

Ações de marketing são importantes para qualquer empresa que deseja se destacar no mercado e atingir o próximo nível.

Fonte: Blog do Sou SERAC (<http://blog.souserac.com/>)



A sua casa merece um cuidado especial

Encontre itens que vão te ajudar a deixar o seu lar com mais personalidade



Entre em contato via **Whatsapp**



**HIDRÁULICOS | ILUMINAÇÃO | ELÉTRICOS | FERRAGENS
PINTURA | PISOS E REVESTIMENTOS | E MUITOS MAIS.**

deca | hydra | NITROLUX | G-light | VENTIS&L | Iquine | Colortex | STECK | Schneider | docol | TIGRE | Sii



Av. Coelho e Campos, 379 - Centro, Aracaju - SE, 49010-720

(79) 98818-3587 | contato@comercialalianca.com | @comercialaliancaoficial

BANESE CARD É O CARTÃO DE CRÉDITO *mais lembrado e utilizado pelos sergipanos*



Saber que a Mulvi é mais uma vez a vencedora, sendo o Banese Card o cartão mais lembrado pelos sergipanos porque realmente faz parte da vida da nossa gente, nos dá a certeza de que, ao longo dos nossos 22 anos de existência, todas as ações e esforços realizados para oferecer crédito, inclusão e cidadania financeira a quem não possuía, em especial a pessoas das classes C, D e E, foram acertadas. É gratificante para nós, da Mulvi, ouvirmos diariamente histórias de pessoas que encontraram novas possibilidades e tiveram as condições de vida melhoradas por causa do Banese Card.

Em 2021, conquistamos o marco de estar presente em todos os estados do Brasil e nos orgulhamos em saber que todo esse movimento de melhoria de vida, de bem-estar socioeconômico, está sendo levado a cada dia para mais e mais pessoas de todos os locais do país, e que mais vidas estão sendo modificadas por algo iniciado aqui, em Sergipe'

Depoimento de Anderson Santana

PRESIDENTE DA MULVI

Sobre a Mulvi

O Banese Card é um produto da Mulvi, empresa genuinamente sergipana que está no mercado há 22 anos e que oferta soluções para meios de pagamentos. Dentre os objetivos da Mulvi estão o de figurar entre as líderes em soluções financeiras, oferecendo múltiplas possibilidades de crescimento para lojistas e empreendedores do país, e se consolidar como grande fomentadora da cultura de inovação no país.

Outro produto da empresa, lançado recentemente, é a Mulvi Pay, uma



solução tecnológica para empresários, microempresários e empreendedores - formais e informais - de todo o Nordeste. O produto conta com portfólio de serviços abrangentes que vai além da oferta de máquina.

Entre os objetivos da Mulvi Pay estão: inovar na oferta de serviços financeiros para meios de pagamento; atender as principais necessidades dos empreendedores, ajudando-os a vender mais; e escalar a atuação da empresa a nível regional e até nacional.

ALTA PERFORMANCE É O DESAFIO DAS *empresas para o ano de 2023*



Em 2023, para se destacar no ramo empresarial será preciso muito mais que ser uma linha fora da curva. Com a entrada do novo ano, muitas tecnologias que vinham sendo teorizadas e projetadas finalmente poderão ser colocadas em prática.

Assim, empresários precisam e devem se beneficiar de amparos tecnológicos que vão potencializar e expandir seus negócios, possibilitando uma estruturação que traga resultados. E é através do alinhamento estratégico, da inovação, do engajamento e da retenção de talentos que essa alta performance será possível.

Neste sentido, o profissional André Gabillaud, sócio e fundador do Grupo Gabillaud, que atua com inte-

ligência empresarial, fala sobre o ramo de vendas e como é possível turbinar o setor.

Para o empresário, vender não é apenas uma arte ou um dom, como muitos acreditam. Para que as vendas aconteçam, é preciso logística. “Na maioria das empresas de resultado, a venda é um processo estruturado, realizado com etapas bem claras e definidas. Processos de reconhecimento de perfil ideal de cliente, saber como identificar a dor dele, como estruturar um processo de qualificação, são fundamentais para uma boa prática comercial”, informa.

Além do mais, ele destaca que a gerência de performance traz resultados não só nas vendas, mas na previsibilidade de receitas também.

“O que temos percebido é que, por ausência de um processo claro de ação comercial estruturada, as

empresas possuem ausência de previsibilidade, não conseguem estruturar campanhas direcionadas ou associadas com a estratégia de produtos e empresarial”, alerta.

Com autoridade para tratar do assunto, o engenheiro de produção dá dicas de como obter e manter a alta performance empresarial.

“Para alcançar um bom resultado, a empresa precisa ter clareza de onde quer chegar. Depois, definir claramente qual o perfil do público que abraça o produto ou serviço que ela oferta e, com um processo de prospecção claro e direcionado, passará a fazer abordagens mais assertivas para o público-fim. A Gabillaud ajuda a construir a estratégia, os processos e toda a cultura de performance que sua empresa precisa para alcançar os resultados”, afirma.



PARA VER O MUNDO

COMO VOCÊ SEMPRE QUIS



Pliz, fala com a **Diniz.**

R. São Cristóvão, 79
Centro - Aracaju/SE

Av. Gonçalo Prado Rolemberg, 300
Salgado Filho - Aracaju/SE

 **DINIZ**^{AP} 79 99153-9985

 **OTICASDINIZARACAJU**

O BOTICÁRIO

LANÇAMENTO

PERFUMARIA
COM
REFIL

ARBO



Intenso

*Intensamente
inspirado
na natureza.*



Compre pelos nossos canais oficiais:

REVENDEDORES



encontre.boticario.com.br

WHATSAPP OFICIAL



0800 744 0010

O FUTURO DA AUTOMAÇÃO *do marketing*

POR JONATAS ABBOTT

Sócio e diretor executivo da Dinamize

Em plena era digital, é quase impossível pensarmos em marketing sem automações. Dessas automações, fazem parte as mensagens automáticas de boas-vindas; uma promoção com produtos que poderiam ser interessantes ao consumidor; descontos por causa do aniversário; lembrete com os itens do carrinho abandonado; análises do comportamento do cliente no site e por aí vai.

O resultado? Um dos recursos mais escassos da modernidade – o tempo – agora pode ser utilizado de forma mais eficiente pelos humanos, que, graças às tecnologias, podem e devem atuar em áreas mais estratégicas, a fim de gerar mais valor aos negócios.

Mas, para que a automação na área chegasse ao que conhecemos hoje, foi necessária uma longa caminhada. Nessa jornada, em que a comunicação, o marketing e as vendas se tornaram best friends forever, passamos por enormes transformações que modificaram profundamente a forma como pensamos e agimos. Por isso, já adianto que: tudo o que ainda não é autônomo caminha para ser.

A transformação digital, acelerada pela pandemia de covid-19, é uma das peças-chaves que potencializaram o mercado global de automação de marketing. Para se ter uma ideia, a expectativa de crescimento de utilizadores de automação na área é de US\$ 5,2 bilhões até o final deste ano, segundo dados da MarketsandMarkets. Especialistas ainda estimam que até 2027 o mercado global de automação de marketing chegará aos US\$ 9,5 bilhões, a uma taxa de crescimento anual composta de 12,8% durante o período de previsão.

No Brasil, o Mapa do Ecossistema Brasileiro de Bots, que registrou um levantamento com 97 desenvolvedores que atuam na área digital, mostra que sete em cada dez (76%) relataram aumento na procura por robôs, principalmente nos setores financeiro (25%), varejista (22%) e de telecomunicações (14%).

O fato é que existem muitas utilizações associadas à automação de marketing. Inclusive, uma das estrelas em torno do assunto é o e-mail marketing, contrariando as profecias de muitos leigos no assunto que afirmaram a morte do pobre coitado do e-mail aos quatro



cantos. Antes considerado rudimentar, o e-mail, ainda mais na área em pauta, consagra-se como o fio condutor de partes essenciais desse ecossistema. Além disso, trata-se da nossa identidade digital – sim, um RG mesmo. Afinal, sem ele muitas portas não são abertas.

É claro que também há muitas outras ferramentas que fazem parte desse fluxo – SMS, redes sociais, mapa de calor, pop-ups etc. É possível ainda integrar a plataforma de automação com outros softwares para oferecer uma experiência mais completa, assertiva e personalizada ao cliente. E digo mais: a automação aliada à análise de dados tem o poder de proporcionar insights completos de oferta e procura no momento crucial.

Em paralelo, na busca incessante por leads, muitos optam pelos atalhos para a chegada do retorno financeiro. Esse cenário corresponde ao boom das bigs techs, já que os Ads não param de crescer – o preço dos anúncios não para de subir. Consequentemente, paga-se

mais em troca de menos (menos leads), e pior: todos os dados estratégicos de clientes (da sua marca, por exemplo) são deixados para a Microsoft, Apple, Meta, Amazon...

Por isso, construir, tratar e segmentar a própria base de dados são o único caminho – um pouco mais longo, sem atalhos, mas com a direção apontada para o destino certo. Isto é, agregando valor às experiências, conquistando ganho financeiro expressivo e aumento permanente dessa própria base.

O futuro de toda a internet passa pela inteligência de dados. Portanto, quem não colhe informações e não monta uma base de dados está na Idade da Pedra. A automação de marketing é o ponto de partida da captura até a conversão ao longo de todo o funil de vendas. Dada a sua importância e consolidação frente a um mundo cada vez mais veloz e conectado, o céu ainda não é o limite para ela. (Fonte: IIMA)

POR QUE AS EMPRESAS DEVEM INVESTIR EM *segurança da informação? Entenda*



Devido à constante transformação digital e ao avanço da tecnologia, o setor de Tecnologia da Informação assumiu um importante papel nas empresas, porque, de acordo com informações do site Canaltech, o Brasil é o 2º país que mais sofre com ataques cibernéticos e a cada 40 segundos acontece um sequestro de dados no país.

Investir na segurança da informação é a única maneira de proteger e preservar toda essa estrutura digital, ou seja, manter dados sigilosos e importantes fora do alcance de hackers e pessoas mal intencionadas. Essa garantia não só protege as informações da instituição, como também favorece a imagem da empresa, aumentando sua competitividade no mercado e sua confiabilidade entre clientes e investidores, bem como fornecedores.

Mas como investir na segurança da informação? O professor tutor da Universidade Tiradentes (Unit), Cícero Gonçalves, elenca algumas dicas. "É importante que a empresa crie uma política de seguran-

ça da informação, fazendo alinhamento com todos os setores e backups regularmente, utilizando dados criptografados e realizando treinamentos com todos os colaboradores da empresa, porque a privacidade e a segurança das informações dos colaboradores passaram a ser uma grande prioridade, já que o descumprimento no uso desses dados e até mesmo o possível vazamento deles podem gerar problemas legais para a empresa", aponta.

A segurança da informação também é um meio de monitorar os funcionários com acessos restritos e, conseqüentemente, manter a confidencialidade dos dados. Quando apenas colaboradores específicos têm acesso à rede da empresa, fica muito mais fácil acompanhar o desenvolvimento e a manutenção dos dados e das informações, o que também auxilia diretamente no rastreamento de possíveis ameaças e ataques que a empresa possa sofrer.

LGPD e segurança da informação

Um dos pontos que a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) traz é a obrigação de as empresas

protegerem os dados pessoais de situações ilícitas de perda e destruição, além de diversos benefícios para a empresa quanto à prática de segurança por prever a utilização de medidas administrativas.

Portanto, a empresa precisa imprescindivelmente investir na segurança da informação. Caso a LGPD seja descumprida por alguma falha na segurança, as conseqüências serão maiores. "Com a LGPD e com uma política de compliance para que todas as medidas sejam devidamente cumpridas, a segurança da informação garante que os riscos sejam minimizados e a proteção de dados seja reforçada", destaca.

Falar de segurança da informação e LGPD é, além de falar de tecnologias e melhores práticas técnicas, abordar o universo de governança, riscos e compliance. Isso possibilita entender criptografia de informações, controle de acessos, criação de camadas de segurança, análises e testes, habilitação de autenticação. Todas essas práticas, já presentes no dia a dia empresarial, são reforçadas com a lei.



» GNV

O COMBUSTÍVEL QUE A SUA VIDA MERECE.

Qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente. >>>>

Sabe por que na hora de abastecer o GNV é a melhor opção?

Primeiro, porque é seguro. E segurança, meu amigo, não tem preço. Segundo, porque é um combustível de qualidade e alto desempenho, a gente roda mais com menos. E terceiro, porque o GNV é o combustível de baixíssima emissão de poluentes e causa menos impacto ambiental.

Agora, você já sabe:

Na hora de abastecer, vai de GNV. O combustível que a sua vida merece.



sergipegas.com.br
@sergipegas



E esse orgulho, a gente passa no crédito ou no débito?

Somos a
operadora de
cartão de crédito
mais lembrada.

Gostaríamos de agradecer
pela premiação na 16ª Edição
do Prêmio Top Correio.

Esse é um momento muito
especial e que nos motiva
ainda mais a seguir sempre
ao lado dos sergipanos.



Banese
Card

#tamojunto



TI CONSOLIDA RELEVÂNCIA *no mercado empresarial*

Estudo do Banco Interamericano de Desenvolvimento aponta que o setor cresceu 60% nos últimos dois anos



Setor tecnológico possui significado promissor na vida das pessoas, das empresas e dos negócios

A tecnologia está totalmente incluída no nosso cotidiano. Seja no trabalho, na rua ou em nossas casas, praticamente tudo gira em torno da tecnologia. Por isso, nas empresas não é diferente. Em especial a Tecnologia da Informação (TI) é fundamental no mercado atual e tem um papel de relevância. Já parou para pensar na importância da TI na empresa que você possui? De acordo com um estudo realizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o setor foi o que mais cresceu durante a pandemia na América Latina, registrando alta de mais de 60% na taxa de contratação, em comparação com o período pré-pandêmico.

Conforme o estudo, isso se deve ao fato de as empresas acelerarem a digitalização em seus negócios, já que muitas companhias adiaram por anos essa questão e não operavam satisfatoriamente no ambiente on-line. No entanto, em meio a uma das maiores crises sanitá-

rias e econômicas nos últimos anos, elas perceberam a importância da tecnologia. Ou seja, a eficiência virou uma prioridade e aumentou a exigência da qualidade dos serviços prestados no setor.

Cotidiano

Para a mestre em ciência da computação, Aline Mecnas, prever o que será da tecnologia no futuro é quase impossível, tendo em vista que trata-se de uma área que se transforma rapidamente. Entretanto, tomando como base o que o setor tecnológico tem significado na vida das pessoas, das empresas e dos negócios, há várias pistas que indicam um 2023 promissor.

“Passamos a maior parte do ano de 2022 discutindo para onde a tecnologia nos levaria, já que ela foi um divisor de águas durante o período de pandemia e teve um impacto enorme em nossas vidas. Estamos diferentes em nosso dia a dia, mudamos a maneira de consumir, trabalhar, fazer negócios, se comunicar – graças

a uma avalanche de possibilidades vindas da transformação digital”, diz Mecnas. “Tivemos discussões importantes e novidades no setor no ano passado, como o 5G, os debates sobre a inteligência artificial e uma vida mais agitada no ambiente on-line. Tudo isso nos permite ter uma expectativa ainda maior para este ano”, conclui.

“Eficiência virou uma prioridade e aumentou a exigência da qualidade dos serviços prestados pelas empresas”

O VALOR DA MARCA PARA UMA *empresa é imensurável*



São muitas as definições encontradas a respeito do significado da marca. Uma delas destaca que uma marca é um nome, termo, símbolo, desenho - ou uma contribuição desses elementos - que deve identificar bens ou serviços de uma empresa ou grupo de empresas e diferenciá-las da concorrência. Daí explica-se a importância da marca para uma empresa.

De acordo com a Wikipédia (enciclopédia livre), a marca é a representação simbólica de uma entidade, qualquer que seja, algo que permite identificá-la de um modo imediato, como, por exemplo, um sinal de presença, uma simples pegada. Na teoria da comunicação, pode ser um signo, um símbolo ou um ícone. Uma simples palavra pode definir uma marca.

Ainda de acordo com a Wikipédia, a marca é em essência uma promessa da empresa em fornecer uma série específica de atributos, benefícios e serviços uniformes aos compradores. E a garantia de qualidade vem junto com as melhores marcas, mas uma marca é símbolo mais complexo, podendo trazer até seis níveis de significados:

ATRIBUTOS: a marca tem o poder de trazer à mente certos atributos.

BENEFÍCIOS: estes são trazidos em benefícios fun-

cionais e emocionais.

VALORES: a marca transmite os valores da empresa.

CULTURA: a marca tem o poder de representar certa cultura.

PERSONALIDADE: a marca pode projetar certa personalidade.

USUÁRIO: a marca sugere o tipo de consumidor que pode usar determinado produto.

Tal como uma pessoa, uma marca tem uma identidade física ou formal, com caráter, uma personalidade ligada à sua história e aos seus valores fundamentais. Uma marca deve ter em sua essência a identificação imediata junto à empresa ou fabricante, com a possibilidade de ser um nome, uma marca comercial, um logotipo ou outro símbolo.

Conforme o portal do marketing, a marca é percebida como a promessa da empresa que oferta produtos ou serviços junto ao mercado, fornecendo uma série de atributos, benefícios e serviços ao consumidor.

Quando se fala em marca, é comum referir-se a uma representação gráfica, no âmbito e competência do designer gráfico, em que a marca pode ser representada graficamente por uma composição de um símbolo e/ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados.

No entanto, o conceito de marca é bem mais abrangente que sua representação gráfica. Uma empresa, por meio de seu nome de fantasia e de sua representação gráfica, comunica a "promessa" de um produto, seu diferencial frente aos concorrentes que o faz especial e único. Busca-se associar às marcas uma personalidade ou uma imagem mental. Assim, pretende marcar a imagem na mente do consumidor, isto é, associar a imagem à qualidade do produto.

Um exemplo da força e do poder de uma marca bem trabalhada é a Maizena. A marca se tornou tão forte que é comum as pessoas não procurarem por amido de milho, procuram por Maizena. Quando encontram uma receita que fala em amido de milho, muitos não sabem do que se trata, mas, se ao invés disso estiver escrito Maizena, não há dúvidas quanto ao produto.

Percebe-se que marca não é um conceito fácil de definir. Em sua definição e análise, devem-se levar em consideração as disciplinas que a utilizam e regulam mais diretamente, que são o direito comercial e a gestão de marketing. Para o direito comercial, a marca é um sinal: a Organização Mundial de Propriedade Industrial (OMPI) define a marca como um "sinal que serve para distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos outros de outras empresas".

Quando vemos a MRV ser a mais lembrada* por seus lançamentos, a gente também não esquece.

Imagem Ilustrativa

Valeu, Aracaju! Nos últimos 12 anos, ao entregar a chave da casa própria para mais de 4 mil famílias em 9 lançamentos aqui, ajudamos a transformar a vida de mais de 13 mil aracajuenses. Ao investir mais R\$ 350 milhões na construção desses apartamentos e em projetos de urbanização, geramos mais de 11 mil empregos e trouxemos várias melhorias para a cidade. E para agradecer por tanta confiança, ainda queremos fazer muito mais!

* Prêmio Top Correio de Aracaju



  **0800 728 9000**
mrv.com.br

PREPARANDO

PARA O MUNDO TODOS OS DIAS

ESTRUTURA

que dá suporte ao
seu mundo



Laboratórios
modernos e
**salas equipadas
com tecnologia**



UNIT.BR

Unit UNIVERSIDADE
TIRADENTES

SONHO DO PRÓPRIO NEGÓCIO *tem começado mais cedo*

Quando esse objetivo é atrelado ao que se ama, torna-se um dos grandes impulsos para empreendedorismo jovem



A cada ano, jovens têm buscado empreender para obter equilíbrio financeiro

Um dos grandes objetivos de quem empreende é conseguir, algum dia, obter equilíbrio financeiro e empregar pessoas para que este sonho seja compartilhado com um time engajado e com espírito de dono. Quando esse empreendimento é atrelado ao que se ama, torna-se um dos grandes impulsos para o crescimento do empreendedorismo jovem no Brasil.

Um levantamento recente da empresa HeroSpark, plataforma que auxilia empreendedores digitais, mostrou que 24% dos jovens das classes A, B e C, com até 30 anos, são empreendedores e 60% querem ter um negócio próprio no futuro. O mesmo levantamento mapeou outros desejos em comum, entre eles o da independência financeira (67%) e

autonomia no trabalho (39%). Além disso, 33% ainda disseram que querem ter mais tempo flexível e 31% afirmaram querer oferecer um produto/serviço inovador no mercado.

Um outro estudo, realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), mesmo em situação de pandemia, o número de jovens empreendedores cresceu 15% no país em 2020. Esse cuidado e essa procura por uma educação financeira proporcionam uma vida mais equilibrada, realizada e feliz, permitindo com que, dependendo do crescimento e das realizações, se tenha mais tempo para ficar com a família, para curtir os amigos, crescer profissionalmente, viajar e cuidar da saúde.

Marketing pessoal

Segundo o economista Sidney Azevedo, espe-

cialista em marketing, a tecnologia faz uso do mundo virtual para promover a comercialização de uma forma mais abrangente, aumentando o canal de vendas e oferecendo seus produtos e serviços para mais pessoas. "Para isso, é preciso muito estudo na área de vendas, investimento, marketing pessoal e inglês, para conseguir dominar todas as ferramentas do idioma e fazer um maior uso dos seus recursos", diz.

O especialista ressalta que existe um grande consenso de que falar inglês é quase uma obrigação para profissionais da área de vendas, marketing e publicidade, principalmente quando o tópico é marketing digital. "O domínio do idioma representa uma abrupta vantagem competitiva em contextos internacionais e até nacionais", reforça.

FUNDADORES DE GRANDES MARCAS LISTAM AS HABILIDADES *para ter uma empresa de sucesso*

Pensando em incentivar quem deseja investir no seu próprio negócio, confira dicas de fundadores e CEOs de grandes marcas do mercado - entre elas estão desde muito estudo, paciência, foco e constância até o autoconhecimento emocional.

O sócio fundador e diretor operacional da rede de academias C4 Gym, Cesar Bertolo, acredita que para conseguir gerir uma empresa é preciso ter inteligência emocional para lidar com os desafios do dia a dia, ser um bom líder e ter clareza na comunicação para que toda a equipe esteja sempre alinhada com o propósito e os objetivos da empresa. "Também é importante servir de exemplo positivo para todos os colaboradores, gerando empatia e engajamento de todos, além de trazer sempre inovações e ficar atento com as mudanças de mercado, saber ouvir seu time e estar aberto a novas ideias. Essas são algumas dentre inúmeras outras características e habilidades", destaca.

Para Ellen Fernando, fundadora da rede de academias Red Fitness, as habilidades necessárias para um CEO são a liderança para definir objetivos e orientar a equipe quanto às funções; modificar as estratégias quando necessário; adaptação e renovação criativa; clareza na comunicação; capacidade de administrar suas próprias emoções; e atualização contínua de novas tecnologias. "Empreender é sempre um risco, mas, quando bem avaliado e pensado, conseguimos que ele seja o menor possível. Para desenvolver essas habilidades, é necessário estudar e pedir auxílio a especialistas de mercado que já passaram por isso. Afinal, ninguém cresce sozinho", explica Ellen.

Já Ricardo Matiusso, diretor executivo da Botocenter, franquia de estética especializada na aplicação de toxina botulínica, acha que liderança, desenvolvimento contínuo da inteligência emocional, empatia, automotivação, habilidades sociais e estudo são fundamentais para um bom empreendedor. "O primeiro passo é querer e almejar ter este posto. Pode começar estudando o mercado, o segmento escolhido e todas as oportunidades. Depois é necessário montar um planejamento, já que desta forma é possível saber antecipadamente quais os desafios e ter métodos de contingência. Acho muito importante ter foco, estudar, ler e buscar sempre estar se renovando", indica Matiusso.

Fritz Paixão, CEO da CleanNew, rede especializada em higienização e blindagem de estofados, acredita que todo negócio é feito por pessoas, e que entender isso torna maior a possibilidade de chegar mais longe. "Um líder de verdade é aquele que usa a persuasão e autoridade para



Fritz Paixão,
CEO da CleanNew

o outro fazer aquilo que ele quer que faça. Para desenvolver essa habilidade, é necessário ser autocrítico e trabalhar em si o autoconhecimento, a ponto de entender que o segredo da boa liderança é servir e não ser servido. É ter humildade de reconhecer que precisa aprender cada vez mais e trabalhar em si a vaidade, o ego e o orgulho, a tal ponto de isso não afetar as suas decisões", destaca Fritz.

O fundador e CEO da Prospecta Analytica, franquia de solução especializada em big data para prospecção de clientes das áreas de construção civil, agronegócio, saúde e business, Wanderson Leite, acredita que ser obstinado é fundamental para qualquer empreendedor. "A obstinação faz você ficar focado no que tem que ser feito, independentemente de qualquer percalço. Nos altos e baixos do empreendedorismo, quem não é obstinado desiste na primeira volta que a roda gigante dá para baixo. Por isso, acredito que o principal incentivo para quem deseja desenvolver essa habilidade seja entender que não há outra opção. Quando se começa a considerar alternativas, vem a procrastinação. Mesmo que haja sucesso e prosperidade em outros negócios, focar no que está sendo trabalhado como única opção é fundamental para o empreendedor", afirma Wanderson.

"Seja resiliente e persistente. Toda empresa começa dando prejuízo para depois dar lucro, e o fluxo de caixa da empresa é a coisa mais importante na gestão de qualquer negócio". Esse é o conselho dado pelo André Oliveira, CEO e fundador da CredFácil, grupo que atua no ramo de empréstimos e financiamentos consignados. O empresário conta ainda que antes de ser um empreendedor é preciso ser um bom gestor, pois não adianta ser o melhor vendedor e não entender de gestão. "Outra dica que dou para quem sonha empreender é estudar ou até mesmo procurar por uma mentoria", finaliza o empresário.

Estar preparado para mudanças rápidas é uma das habilidades que Cleyton Gonçalves, CEO da Franquia Sollar Energy, especializada em energia solar fotovoltaica, considera muito importante para um empreendedor. Ele cita ainda qualidades como versatilidade, paciência, planejamento e habilidades sociais como fundamentais para quem sonha ser dono do seu próprio negócio. O empresário conta ainda que as mudanças são constantes e acontecem muito rápido. "No mesmo dia tudo pode mudar e temos que estar preparados para tomar decisões nem sempre suprido com todas as informações necessárias. Nesse momento, é preciso reconfigurar as estratégias", declara Cleyton.



P PETROX[®]

20
A N O S

**ESTAMOS COM
O TANQUE
CHEIO DE
AGRADECIMENTO.**

*Nossa trajetória sempre
foi pautada na confiança.*

*Confiança na qualidade, na inovação,
na sustentabilidade que busca
proteger o planeta e promover a
prosperidade e, o mais importante,
na confiança do consumidor.*

*Seguimos trabalhando e
acreditando no nosso Futuro.
Porque confiança é a nossa energia.*

P PETROX[®]
MOVIDO A CONFIANÇA

Sulgipe se destaca

NO FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA



Empresa bastante premiada, a Companhia Sul Sergipana de Eletricidade (Sulgipe) atende com o fornecimento de energia a 162.366 unidades consumidoras em 14 municípios, sendo 12 em Sergipe e dois na Bahia. Fundada em 1958 pelo empresário e engenheiro civil Jorge Prado Leite, homem de visão empreendedora, a Sulgipe hoje é comandada por Yvette Batalha Leite, diretora-presidente.

Em Sergipe, a Companhia atende nos seguintes municípios: Arauá, Boquim, Cristinápolis, Estância, Indiaroba, Itabaianinha, Pedrinhas, Riachão do Dantas, Santa Luzia do Itanh, Tobias Barreto, Tomar do Geru e Umbaúba. Já na Bahia, em Rio Real e Jandaíra. Hoje, há 618 funcionários.

Pioneira em eletrificação rural no Nordeste, a Sulgipe se destaca pela preocupação com o retorno que este instrumento de desenvolvimento pode trazer à realidade do meio rural, melhorando consideravelmente a qualidade de vida do homem no campo e contribuindo

com o processo de inclusão social.

A Sulgipe é uma marca lembrada com satisfação pelos sergipanos - tanto pelo respeito com seus colaboradores e clientes, como pela qualidade dos serviços prestados aos seus consumidores. O reconhecimento é comprovado pelas inúmeras premiações que a Companhia recebeu, a destacar:

- Prêmio ANEEL de Qualidade – Melhor Índice de Satisfação do Consumidor – Região Nordeste por 14 vezes, e Campeã Nacional em 2013;
- Prêmio ABRADDEE de Avaliação pelo Cliente por 5 vezes nos anos 2022, 2019, 2018, 2017 e 2016 e Prêmio ABRADDEE – Maior Evolução em Desempenho em 2005;
- Prêmio ANEEL de Ouvidoria por 2 vezes, em 2020 e 2019

Entre outros como:

Prêmio Quality Brasil 2022;
Prêmio Master Águia Americana 2022;
Medalha Eloy Chaves 2015 - Campeã Nacional em

Segurança do Trabalho;

Medalha Eloy Chaves 2014 - Destaque Nacional de Prevenção de 2013;

Medalha Eloy Chaves 2013 - Categoria das empresas de 501 e 2.000 colaboradores (Melhores Índices de Segurança e de Prevenção de Acidente de Trabalho no ano de 2012);

Prêmio Eletricidade Moderna – Melhor Evolução Nacional 2012;

Prêmio Eletricidade Moderna – Melhor Evolução 2011; PROCEL 2009, PROCEL 2007, PROCEL 2002 - Nacional de Conservação e Uso Nacional de Energia;

Prêmio Desempenho 2005 (Melhor empresa Sergipe Setor Concessão Pública Melhor Empresa do Estado) IMIC Instituto Miguel Calmon 2005.

Para todos que fazem a Sulgipe - eletricitistas, engenheiros, equipe técnica, leiturista, diretoria, demais funcionários, fornecedores e prestadores de serviços -, ser premiada é motivo de grande orgulho e faz aumentar a responsabilidade em bem servir.

DICAS PARA OS PROFISSIONAIS DE MARKETING sobreviverem (e prosperarem) na era pós-cookies



KATRINA WONG

Vice-presidente de marketing de Segment da Twilio

Um cenário de privacidade de dados em rápida evolução e uma recessão iminente fazem com que muitos profissionais de marketing fiquem um tanto abalados. Não é uma tarefa fácil criar estratégias de dados que os separem dos concorrentes e, ao mesmo tempo, honrar as preocupações cada vez mais prementes com a privacidade dos clientes.

Pesquisas recentes mostram que apenas 40% dos clientes confiam nas marcas para manter seus dados pessoais seguros. No entanto, 62% deles dizem que uma marca perderá sua lealdade se tiver uma experiência não personalizada. Em outras palavras, apesar das crescentes demandas de privacidade, os clientes ainda querem personalização.

Atender a essas expectativas é fundamental para garantir que sua estratégia de marketing se destaque, e preservar o equilíbrio entre essas demandas aparentemente conflitantes permitirá que você construa a confiança

do cliente e obtenha uma vantagem competitiva diante da incerteza econômica. Enquanto isso, o palco também está montado para uma nova era do marketing digital: os cookies estão desaparecendo e os dados primários agora são essenciais para fornecer personalização forte e construir a confiança do cliente.

Aqui estão três dicas para os profissionais de marketing navegarem neste próximo capítulo: aposte no relacionamento direto com o cliente, crie programas de fidelidade e use ferramentas que gerenciem insights de dados do cliente.

Apostando nas relações com os clientes

A personalização não é mais apenas a cereja do bolo - é o bolo inteiro. 62% dos clientes dizem que as marcas que não podem oferecer experiências personalizadas perderão sua lealdade, número bem acima dos 45% apontados em 2021. Criar relacionamentos diretos com os clientes é essencial para manter seu negócio saudável, mas apenas 35% das empresas sentem que são bem-sucedidas em alcançar a personalização omnicanal.

As empresas entendem que essas expectativas precisam ser atendidas e pode ser tentador pegar atalhos, mas buscar soluções da noite para o dia nem

sempre leva ao sucesso. Veja os cookies, por exemplo: quase metade (40%) das empresas acham que obter dados precisos do cliente para personalização é um desafio, tornando-os mais propensos a usar dados de terceiros. Mas os dados de terceiros levam a experiências de clientes de terceira categoria.

Alcançar uma personalização de qualidade respeitando a privacidade do cliente parece um paradoxo insolúvel, mas na realidade eles não são mutuamente exclusivos. Saber quais dados coletar e como coletá-los é como os profissionais de marketing oferecem a melhor experiência ao cliente. É também assim que os profissionais de marketing podem conquistar a confiança dos clientes: 63% dos clientes dizem que estão bem com a personalização, desde que as marcas usem seus próprios dados e não dados adquiridos de brokers, redes sociais ou mecanismos de pesquisa.

Os dados são a espinha dorsal de qualquer estratégia de personalização. Para o cliente, é imperativo que esses dados sejam obtidos diretamente. Como qualquer relacionamento, seus clientes exigem tempo e investimento, o que, por sua vez, promove a fidelidade e o crescimento a longo prazo. Investir nos dados adequados é investir em seus clientes.

Gerenciando informações do cliente

Depois de se comprometer com relacionamentos personalizados com os clientes, é hora de levar seu marketing para o próximo nível com insights profundos sobre os clientes. Infelizmente, menos da metade (47%) das empresas personaliza as comunicações com base no comportamento do cliente em tempo real, e muitas delas dependem de dados que estão isolados em uma variedade de sistemas distintos.

A unificação dos dados do cliente é alcançada desenvolvendo um repositório central para criar a visão abrangente que os profissionais de marketing precisam para oferecer experiências de qualidade ao cliente. Mas o armazenamento é apenas parte da história: você também precisa unificar dados de diferentes pontos de contato, atribuindo-os a identidades específicas de clientes e combinando identidades, independentemente de o usuário estar conectado ou não, qual dispositivo ele está usando ou qual parte do ciclo de vendas em que estão. Isso é feito por meio de um processo conhecido como resolução de identidade, que envolve a busca de correspondências entre números de telefone, e-mails, IDs de usuário e outros dados que você já capturou.

Quando os dados do cliente são unificados dessa forma, os profissionais de marketing ficam mais bem equipados para entender as necessidades individuais do cliente e personalizar totalmente cada ponto de contato.

Construa com seus clientes para construir seu negócio

À medida que entramos em um período de incerteza econômica, o marketing à prova de recessão significa focar menos em minimizar os custos de aquisição do cliente e mais em aumentar o valor da sua vida útil. Em tempos como estes, nutrir os clientes existentes a longo prazo é um investimento melhor do que a aquisição líquida de novos clientes, e é por isso que os programas de fidelidade e o envolvimento estratégico do cliente são tão críticos. Na verdade, as empresas que mais investiram no engajamento digital do cliente tiveram um crescimento de receita de 70%, em média.

Isso ocorre porque a personalização gera fidelidade – quase metade (49%) dos clientes dizem que se tornarão compradores recorrentes após uma experiência de compra personalizada com uma marca de varejo, e 38% dos clientes dizem que repetirão mesmo que haja opções mais baratas ou mais convenientes.

Mas com muita frequência, os programas de fidelidade não oferecem aos clientes o que eles



desejam. Escolha o canal preferido: mesmo quando as marcas perguntam aos clientes sobre seu canal preferido, eles nem sempre ouvem (por exemplo, marcas que enviam atualizações por e-mail quando um cliente optou especificamente por SMS).

Acontece que os programas de fidelidade não podem ser negócios estáticos, de tamanho único. Eles exigem uma personalização cuidadosa alimentada por dados de clientes inteligentes e acionáveis, que identificam recompensas e benefícios valiosos para cada cliente específico. A maneira mais confiável de obter esses insights é por meio de um CDP omnicanal, que coleta insights sobre comportamentos de compra, garante comunicações por meio de canais preferenciais e identifica as melhores recompensas e benefícios.

Podemos superar o paradoxo privacidade-personalização

Embora o presente esteja cheio de desafios e o futuro pareça assustador, essas são algumas estratégias que os profissionais de marketing podem adotar para aprimorar as experiências do cliente, garantir a repetição de negócios e se destacar da multidão. Oferecer privacidade e personalização pode parecer um paradoxo para muitos, mas, para quem sabe, as atuais reviravoltas nas expectativas e tecnologias representam uma oportunidade de recompensar a confiança de seu cliente e de se preparar para qualquer desafio.

Os profissionais de marketing sempre conheceram o poder dos dados primários e, com o acordo do mundo digital, eles podem dar o melhor de si e dar um passo confiante para a era sem cookies.

No Coração de Socorro

O Shopping Prêmio cresce a cada ano e com ele histórias de sucesso e realizações. No coração de Socorro e na vida dos sergipanos, o nosso shopping.

shoppingpremio.com.br @shoppingpremio



11
Anos

SHOPPING
Prêmio
O NOSSO SHOPPING

Satisfação em cuidar da nossa gente.

Agradecemos a todos os sergipanos que lembraram primeiramente da Cemise e nos fizeram ganhar o **Prêmio Top Correio 2022 – melhor laboratório particular de Sergipe.**

Um reconhecimento que chancela o trabalho de todos que compõem a Cemise e nos faz querer cuidar da nossa gente cada vez mais.



VENCEDORES *Top Correio 2023*

CATEGORIA	VENCEDOR
Marca de café	MARATÁ
Marca de sucos	MARATÁ
Universidade particular	UNIT
Cooperativa de transporte intermunicipal	COOPERTALSE
Empresa de segurança	SACEL
Operadora de cartão de crédito	BANESE CARD
Perfumaria	BOTICÁRIO
Supermercado varejista	G BARBOSA
Shopping center Grande Aracaju	PRÊMIO
Ótica	DINIZ
Laboratório particular	CEMISE
Clínica de oftalmologia	HOS
Revendedora de pneus	PNEU CENTER
Distribuidora regional de combustível	PETROX
Empresa de acessório para celular	KCELL
Emissora de rádio FM	FM SERGIPE
Emissora de TV	TV SERGIPE
Lançamento imobiliário	MRV
Imobiliária	VALOR
Consórcio de imóveis	BANESE
Loja de material elétrico	COMERCIAL ALIANÇA
Agente desenvolvimento empresarial	SEBRAE



PATROCÍNIO:



APOIO:



VOCÊ É DE CASA. POR ISSO QUE O TOP CORREIO É DA GENTE.

***Prêmio Top Correio.** Pela 16ª vez, o GBarbosa é o supermercado mais lembrado pelos sergipanos.*

IDEIA3



Fundado em Sergipe, em 1955, o GBarbosa se orgulha em conquistar, mais uma vez, um dos prêmios mais importantes na lembrança dos consumidores. Movidos pelo propósito Paixão por Servir Você, do seu Jeito, trabalhamos diariamente para garantir a qualidade dos produtos, lojas abastecidas e atendimento acolhedor, valorizando nossa regionalidade e fortalecendo nosso posicionamento “É de casa, é da gente”. Muito obrigado.

