

7 895463 200646



OUTUBRO | 2019
Nº 602 • Ano 56
R\$ 5,00

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Negócios sustentáveis

Do varejo alimentício ao mercado de cosméticos, interesse dos consumidores por marcas com propósito e compromissos com a sustentabilidade impulsiona negócios

VENHA PARA A UNICESUMAR

VESTIBULAR 13/10
INSCRIÇÕES ABERTAS

★★★★☆
IGC4
ESCALA DE 1 A 5 (MEC)

8 ANOS
CONSECUTIVOS

MEDICINA

+ 60 CURSOS DE
GRADUAÇÃO

☎ **0800 604 4422**

📍 **Maringá - Av. Guedner, 1610**

 **UniCesumar**

Conheça a programação da TV UniCesumar (28.1 TV Aberta, 21 e 97 Net) e Rádio UniCesumar (100.1)



**PALAVRA DO
PRESIDENTE**

O desenvolvimento que vem com planejamento

Detentores da sétima maior reserva de petróleo do mundo, os Emirados Árabes são um exemplo de como um país pode se desenvolver para além da produção da maior fonte de energia do planeta. Abu Dhabi e Dubai, dois dos sete emirados, são hoje importantes destinos turísticos e lugares prósperos. É em Dubai, por exemplo, que fica o maior shopping do mundo, com 1,3 mil lojas, e uma das maiores torres edificadas, a Burj Khalifa. Lá, o petróleo e o gás correspondem a apenas 7% da economia. Os dois emirados mostram que é possível gerar desenvolvimento com planejamento de longo prazo e investimento em infraestrutura, afinal, eram grandes áreas desérticas. Se dependessem apenas das reservas de petróleo, os Emirados teriam selado um futuro muito diferente. Que o diga a Venezuela: mesmo tendo a maior reserva do mundo, o país enfrenta grave crise econômica e política.

E o que dizer de Israel, um país com grandes áreas desérticas, que se transformou em um dos maiores polos de inovação mundial? Lá 4,4% do PIB é investido em tecnologia, laboratórios, universidades e capacitação. O próprio governo investe em *startups* e criou um ambiente que incentiva a inovação e a disrupção. Gigantes da tecnologia, como Google, Facebook e Amazon, têm escritórios ou centros de pesquisa em Israel.

Esses exemplos provam como o planejamento - ou a falta dele, no caso da Venezuela - é importante para mudar o destino de um país. O Brasil, que é um vetor importante da economia mundial, reúne condições para se tornar uma potência. Mas aqui ainda há fatores limitantes, como o investimento aquém do necessário em infraestrutura, o investimento deficitário em educação e a política de partido em detrimento de uma política de estado.

Segundo o BNDES, a economia do país precisaria crescer 3,2% ao ano até 2035 para potencializar o desenvolvimento. Um crescimento de 3,9% ao ano seria suficiente para "transformar a realidade econômica", com mudanças profundas no bem-estar da população. O estudo chama 'Visão 2035: Brasil, país desenvolvido'.

Considerando a estimativa do PIB deste ano, a realidade está bem distante. O Banco Central projeta crescimento da economia de 0,9% e 1,8% em 2020. Somando o 1,1% de 2018, totalizariam 3,8%, ou seja, nem somando três anos chegamos aos 3,9% necessários, por ano, para tornar o Brasil desenvolvido. Ainda temos muito a aprender com os países que estão transformando suas realidades com planejamento.

// **Michel Felipe Soares** é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM)

RESIDENCIAL

VIVAVIDA



SUCESSO TOTAL
DE VENDAS

Incorporação



design
Desde 1975

**Plantão de vendas no local e na
Expo Design, das 9 às 18h, todos os dias.**
Inclusive aos domingos e feriados.

📍 Av. São Paulo, 3019

☎ 44 3037 9700

📞 44 99986 5359

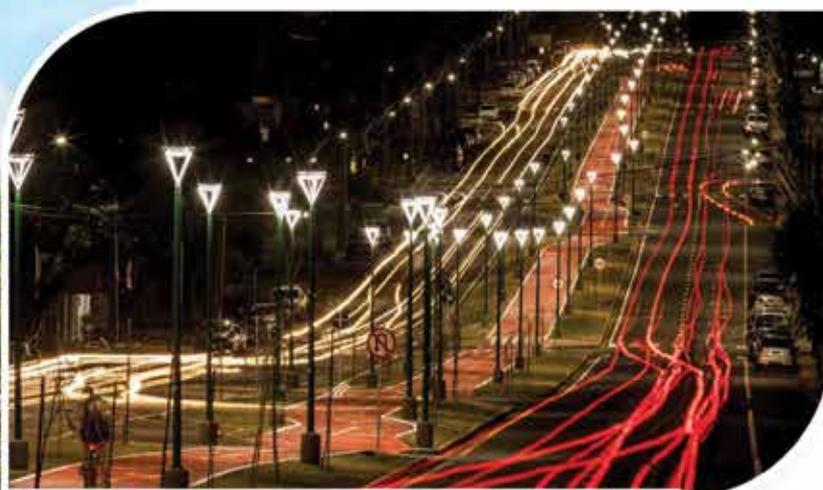
📱 /construtoradesign

🌐 construtoradesign.com.br

LANÇAMENTO

PERFEITO PARA INVESTIR OU MORAR COM SEGURANÇA E TRANQUILIDADE.

- APARTAMENTOS COM 54 m² DE ÁREA PRIVATIVA
- 2 DORMITÓRIOS
- 1 VAGA DE GARAGEM
- ÁREA DE LAZER COMPLETA ENTREGUE EQUIPADA E DECORADA



**EXCELENTE
LOCALIZAÇÃO**
Na nova Av. Carlos Borges



**EM BREVE APARTAMENTO
DECORADO NO LOCAL**



Vendas

INGAVILLE
I · M · O · V · E · I · S
CRECI J03421

IMOBILIÁRIA
**SILVIO
IWATA**



CRECI J03421
acredita no Futuro

ENTREVISTA // 8



Para o atleta olímpico e hoje empresário Gustavo Borges, “tem um monte de gente que capricha, se dedica, é grato por aquilo que faz e não consegue sair do lugar. Talvez o afinamento com o sonho seja a diferença”. Ele defende ter sonhos audaciosos

REPORTAGEM DE CAPA // 16



Chegar à fórmula ideal da pizza sem lactose e sem glúten consumiu quase um ano de trabalho de Itanir Pereinha, da Pizzaria Artesanal; empresas inovam e investem em pesquisas de olho em consumidores veganos, com restrição alimentar e que buscam sustentabilidade

MERCADO // 24



Ainda durante o projeto, a Blackbull Steakhouse decidiu que era necessário reservar um espaço para a diversão das crianças e, assim, atrair os pais, conta a gerente Ana Paula Beraldo; sem custo ou com valores acessíveis, espaços *kids* são chamarizes de consumidores com filhos



“É comum as empresas não se importarem com saúde e segurança do trabalho. Mas é uma questão de estratégia, porque é possível reduzir custos com atestados e manter a equipe produtiva”, afirma o fisioterapeuta George Coelho, da Labore; veja erros comuns nessa área



No ano passado a Fortgreen destinou R\$ 234 mil para projetos culturais por meio de renúncia fiscal, conta o CEO, Aparecido da Costa: “ter o direito de destinar parte dos impostos para incentivar a cultura é um privilégio que muitos empresários desconhecem”



O que começou com a revenda de moda praia se transformou em produção própria, três lojas e em um e-commerce: esta é a história da Taquion, marca local, que como outras, investe em tecidos tecnológicos e ‘surfa’ na tendência de usar roupa esportiva fora das academias



ano 56 edição 602
outubro/2019

nossa capa:
Nova Inteligência

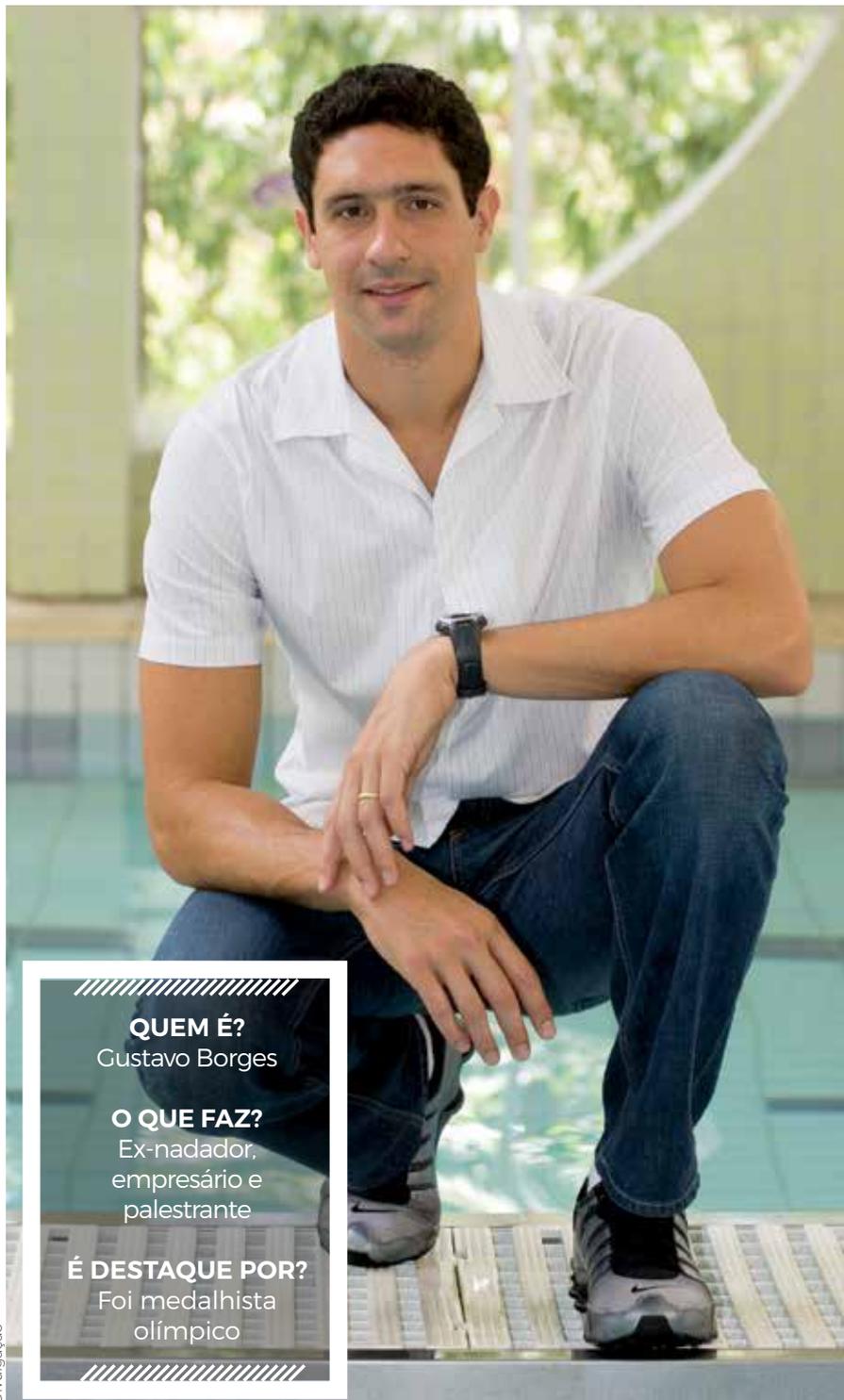
O sonho possível e o impossível

Depois de uma bem-sucedida trajetória na natação, Gustavo Borges se tornou empresário e difunde sua metodologia em mais de 400 estabelecimentos; “tem um monte de gente que capricha, se dedica, é grato por aquilo que faz e não consegue sair do lugar. Talvez o afinamento com o sonho seja a diferença” // **por Rosângela Gris**

Quando pulou na piscina do Complexo Bernat Picornell, local das provas de natação dos Jogos Olímpicos de Barcelona em 1992, Gustavo Borges realizou um sonho de garoto. Com apenas 10 anos, ele já vislumbrava se tornar um atleta olímpico. E a realização desse sonho foi em alto estilo. Em sua estreia, o nadador conquistou a prata nos 100 metros livre, quebrando o jejum brasileiro de medalhas na natação olímpica que vinha desde 1984. Depois disso participou de outras três edições de jogos olímpicos, conquistando um total de quatro medalhas, e sagrou-se recordista mundial. Em quatro participações nos Jogos Pan Americanos, subiu ao pódio 19 vezes. “Ter um sonho é essencial para chegar a algum lugar”, afirma Borges, ao ser questionado sobre o caminho para construir uma carreira de sucesso. Este é um dos ensinamentos que o ex-nadador e agora empresário transmite nas palestras que ministra país afora desde que se aposentou das piscinas, em 2004. Também faz parte da filosofia do Método Gustavo Borges, adotado por mais de 400 academias e clubes, inclusive com exclusividade pela CEMS em Maringá. Em entrevista à Revista ACIM, Borges falou sobre a carreira como atleta, conquistas e a nova fase como empreendedor:

TER UM SONHO É O PRIMEIRO PASSO PARA UMA CARREIRA DE SUCESSO?

Ter um sonho é essencial para chegar a algum lugar. É importante ter uma meta e expressar essa meta, verbalizar isso. Depois é colocar todo o trabalho e a dedicação para que as coisas aconteçam de acordo com o seu propósito.



QUEM É?
Gustavo Borges

O QUE FAZ?
Ex-nadador,
empresário e
palestrante

É DESTAQUE POR?
Foi medalhista
olímpico

E O QUE PRECISA SER LEVADO EM CONSIDERAÇÃO NA HORA DE DEFINIR METAS E TRAÇAR O PLANEJAMENTO?

Podemos sonhar com o que quisermos. Inclusive é legal termos um objetivo grande, porque se tem a percepção de quase impossível. Se você conta para outra pessoa, ela vai dar risada e pensar: 'nossa, é tudo isso que você quer?'. Temos que ter um sonho grande. Já os objetivos e as metas de curto e médio prazo são para ajudar nossa tática para chegar a esse sonho. Para isso, é preciso levar em consideração a área de atuação e onde se quer chegar. Depois visualizar isso e ser um pouco audacioso em relação a essa busca. Às vezes temos sonhos e objetivos factíveis e tangíveis demais. Quero ter um carro? Pode ser um sonho e é legal, mas depois que tiver o carro, o que vai acontecer? Quero ter uma casa própria, e depois? Quero participar de uma Olimpíada, o que vai acontecer

depois que você participou? É sempre bom ser audacioso para termos um sonho do tamanho da nossa imaginação e só aí vir para o mundo real.

EM SUAS PALESTRAS VOCÊ DESTACA A EXCELÊNCIA E O COMPROMETIMENTO COMO FUNDAMENTAIS PARA ALCANÇAR O SUCESSO. SÃO ESSES OS PONTOS IMPORTANTES PARA SE TORNAR UM PROFISSIONAL VITORIOSO?

Ter o sonho, a excelência e a conquista são algo normal na busca de qualquer pessoa. Você tem um objetivo, vai lá e faz repetidas vezes, e a conquista aparece desde que seja feito com excelência e com capricho, é um ponto fundamental. Agora tem um monte de gente que capricha, se dedica, é grato por aquilo que faz e não consegue sair do lugar. Talvez o afinação com o sonho seja a diferença. Talvez o sonho não estava adequado, talvez tem que sair do lugar, ter uma

atitude positiva e ser audacioso.

NAS PISCINAS VOCÊ TEVE DOIS GRANDES RIVAIS: O BRASILEIRO XUXA E O RUSSO ALEXANDER POPOV. É POSSÍVEL FAZER DA RIVALIDADE E DA CONCORRÊNCIA UM INCENTIVO PARA SUPERAR BARREIRAS?

Sem dúvida, eles foram dois dos meus maiores rivais. E acredito que a rivalidade e a concorrência ajudam a enfrentar todos os desafios. Eu tenho admiração pelo Popov, pelo Xuxa, pelos meus adversários, porque se consegui vitórias fazendo tudo o que fiz em termos de treinamento, imagino o que eles também tiveram que fazer para competir no mesmo nível, para brigar braçada a braçada. É uma motivação para desenvolver e superar barreira.

ANTES DE DEIXAR AS PISCINAS, PENSAVA EM SER EMPRESÁRIO?

Sempre tive espírito empreendedor,

brMalls

Vila Verde
FEIRA SAUDÁVEL

POR UMA MANHÃ MAIS *saudável* EM FAMÍLIA

catuai
Shopping Maringá

Aos sábados, seu café da manhã é aqui, das 7h as 12h no estacionamento, com aulões e trilha ecológica.

CHEGUE ATÉ 10 HORAS E O ESTACIONAMENTO É GRATUITO
*VÁLIDO DURANTE 6 HORAS, CONFORME O HORÁRIO DE ENTRADA

queria fazer negócio, acompanhava meu pai. Gosto de números e de administração.

E COMO FOI A TRANSIÇÃO DE NADADOR PARA EMPRESÁRIO E EMPREENDEDOR?

A transição demorou uns quatro anos, mas deu tudo certo. A maior dificuldade da transição é deixar de fazer algo que você ama para começar a fazer outra coisa que está começando a entender o que é. Talvez precise de desenvolvimento da competência, dedicação, busca do conhecimento insistentemente e desenvolvimento pessoal que faz parte do nosso dia a dia. Há dificuldades também que todos enfrentamos.

QUAL ERA A SUA PRINCIPAL MOTIVAÇÃO QUANDO NADAVA? E QUAL É AGORA COMO EMPRESÁRIO?

Tanto como empresário como nadador a motivação é a mesma, é ter um propósito, é ter um sonho maior. Por exemplo, participar de uma olimpíada foi o sonho inicial. Participar de olimpíadas e ganhar medalhas foi outro. Hoje essa responsabilidade e essa bagagem de ter me tornado uma pessoa pública acabam trazendo um propósito para minha vida e também para os meus negócios, que é plantar uma sementinha do sonho impossível nas pessoas que tenho contato. Dá para fazer isso na empresa, na palestra motivacional, na relação com os clientes e com todos que entram em contato.

QUAL FOI A MAIOR CONQUISTA COMO NADADOR? E COMO EMPRESÁRIO, ATÉ AGORA?

Como nadador foram as quatro medalhas olímpicas, sem dúvida. E como empresário acho que foi construir uma rede de licenciamento que impacta a vida de mais de 170 mil alunos de natação, uma rede de clientes no Brasil com mais de 400 licenciados. Essa conquista de educar por meio da natação talvez tenha sido a maior con-

quista como empresário.

O QUE É A METODOLOGIA GUSTAVO BORGES E EM QUANTAS CIDADES ESTÁ PRESENTE?

Estamos com aproximadamente 420 licenciados e presentes em cerca de 250 cidades no Brasil, Chile e Estados Unidos. Estamos ampliando o mercado internacional e sempre desenvolvendo a educação por meio da natação.

POR QUE DECIDIU COMPARTILHAR SUA EXPERIÊNCIA TAMBÉM POR MEIO DE PALESTRAS?

Com as palestras há a chance de trabalhar em escala. Mas tem ainda mídia social, o contato com as pessoas e tudo é uma oportunidade de plantar aquela semente do sonho possível, porque essa semente a gente planta com mais facilidade. Agora a do sonho impossível, aquele que a gente não acredita ou tem um pouco mais de dificuldade de identificar por ser pouco audacioso na hora de pensar, talvez seja um pouco mais intrigante e desafiador de plantar.

COMO É VER O SEU FILHO LUIZ GUSTAVO TRILHANDO O MESMO CAMINHO NA NATAÇÃO?

Como pai, torcedor e parceiro é um orgulho vê-lo fazendo a mesma universidade [nos Estados Unidos], nadando as mesmas provas. Tem uma questão de legado e é muito legal. Ele está nadando bem, tendo resultado e isso me dá orgulho.

E QUE CONSELHOS DÁ PARA ELE DRIBLAR A INEVITÁVEL COMPARAÇÃO COM A SUA CARREIRA?

Conselhos dou sim, mas já dei mais. Hoje ele está mais maduro, na faculdade tem o treinador, tem as pessoas que dão suporte. Mas pai é pai, é coruja. Estamos junto em poucos momentos hoje porque ele está morando fora do Brasil, mas temos uma relação de sintonia, de parceria e ele me escuta bastante.

É MAIS DIFÍCIL SER ESPORTISTA OU EMPRESÁRIO NO BRASIL?

É tão difícil ser esportista quanto empresário. Os dois têm as suas dificuldades. No esporte a dificuldade de infraestrutura, de onde treinar, as oportunidades que você tem, quais as oportunidades constrói, parques aquáticos, parques esportivos, treinadores, capacitação. Essas são as dificuldades na área esportiva, que eram muito maiores na década de 1990. Hoje temos treinamento de alto rendimento no Brasil, ganha-se medalha treinando aqui. Na minha época a infraestrutura e o conhecimento técnico eram mais limitados. Empresário no Brasil é uma questão complexa, porque vai de encontro com problemas burocráticos, tributários, políticos e as interferências do governo em todos os setores. Para ter uma ideia, sou presidente da Associação Brasileira das Academias, a Acad Brasil, e acompanhamos mais de 150 projetos de lei que interferem no mercado de academias. O Brasil é o quinto país mais sedentário do mundo, além de termos problemas para vender atividade física, que é uma questão que envolve saúde e melhora de hábitos, precisamos lidar com o processo burocrático de governo atrapalhando, dificultando a vida do empresário brasileiro. Queremos menos interferência do Estado, para deixar o empresário trabalhar. Precisamos de políticas públicas e projetos para melhorar a vida do empreendedor no Brasil, porque é isso que gera emprego, é isso que gera riqueza.

TEM SAUDADE DAS PISCINAS?

Tenho muita saudade, gosto de nadar e agora nado por lazer. Gostaria de estar com 25 ou 26 anos, ganhando medalha olímpica, subindo em pódio. Porém, também gosto da vida que tenho hoje. Tenho desafios bem diferentes dos que tinha quando era nadador, pela responsabilidade, pela idade, por tudo. E continuo sendo audacioso nas minhas metas.

MÍDIAS PARA GRANDES RESULTADOS

Maringá



Aeroporto



Rodoviária



Outdoor



Maior tempo
de exposição
da marca



**Audiência
qualificada**
com alto poder
de consumo

AEROPORTO
RODOVIÁRIA
OUTDOOR

**SEU
CLIENTE
PASSA
POR
AQUI**

Maringá
44 3028-4590

Pajolla
midia ooh

CURITIBA | LONDRINA | FOZ DO IGUAÇU | CASCAVEL | PONTA GROSSA | TOLEDO



pajolla.com

FÁBRICA DE MEDICAMENTOS EM MARINGÁ

O presidente do Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar), Jorge Calado, reafirmou ao prefeito Ulisses Maia o compromisso de construção de uma fábrica de medicamentos em Maringá. A confirmação aconteceu no mês passado numa reunião com o prefeito, que estava acompanhado do presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Carlos Walter Martins Pedro, vereador Sidnei Telles, Lindolfo Junior e Rodrigo Pina. O estudo de viabilidade técnica e econômica do Centro de Biotecnologia Industrial em Maringá está na fase final e será avaliado por um comitê deliberativo e pela comissão técnica de avaliação do Ministério da Saúde. O terreno para a instalação da fábrica foi doado pelo município e a obra deverá receber R\$ 120 milhões de investimentos do governo do Paraná, Ministério da Saúde e Caixa Econômica Federal.

EVENTO NACIONAL DA VOGUE

O Maringá Park vai receber o Vogue Fashion's Night Out (VFNO), evento da Vogue Brasil que está na nona edição. Trata-se da maior celebração do mundo em torno da moda que acontecerá em 8 de outubro. Da Vogue desembarcarão na cidade a editora de moda, Barbara Migliori, a editora senior de moda, Vívian Sotocórno, e a editora digital, Renata Garcia. A programação do evento contará com almoço para imprensa e influenciadores, desfile comentado, *talk show* com o *stylist* Yan Acioli e visita às lojas pelo time da Vogue. Também estão previstas ações de ativação junto aos clientes em todos os pisos do shopping e em várias lojas, como customização de ecobags e tênis, drinques personalizados e coquetéis. O VFNO acontece apenas em três cidades brasileiras: além de Maringá, neste ano aconteceu em Goiânia e Brasília.

CARDÁPIO A BASE DE CERVEJA

A Sabores do Malte Cervejas Especiais, que atende há dois anos nas instalações do Super Muffato, abriu uma loja no Mercado de Maringá em setembro. Com a proposta de incentivar o consumo de cervejas locais, além de fabricação própria, os sócios Marcos Schiavoni e Leandro Almeida trazem opções das cervejarias Araucária, Operária, Cathedral, Hórus e outras. São 36 torneiras, da tradicional Pilsen a opções diferenciadas como a Catharina Sour com goiaba, com preços que variam de R\$ 8 a R\$ 34. Além dos chopes e coquetéis, a nova loja traz pratos feitos à base de cerveja, como o camarão do Pacífico empanado, frango marinado e costelinha suína ao molho barbecue de cerveja. "Trazemos um mix para cumprir o nosso *slogan*, que é conhecer e consumir as cervejas maringaenses. Nossa unidade do Mercado traz, ainda, a proposta de 'devorar sua cerveja', porque da entrada à sobremesa, passando por coquetéis, servimos cerveja", afirma Schiavoni. A Sabores do Malte do Mercado também serve almoço de terça-feira a domingo.

Ivan Amorim





MEDALHISTAS PARALÍMPICOS

Três paratletas maringaenses voltaram com medalhas dos Jogos Parapan-Americanos, realizado no mês passado no Peru. As gêmeas Débora e Beatriz Borges Carneiro ganharam cinco medalhas: duas de ouro, duas de prata e uma de bronze. Elas competiram na classe SB-14 (deficiência intelectual). Já a paratleta do judô Meg Emmerich conquistou o ouro na classe B-3 (deficiência visual). Além das três, integraram a delegação brasileira outros maringaenses: Anderson Ferreira, do basquete de cadeira de rodas, que ajudou a equipe a conquistar a quinta colocação. No atletismo, Edevaldo Pereira da Silva, da classe F-42 (deficiência membros superiores ou inferiores) ficou com o quarto lugar no arremesso de dardo. No ciclismo, Gilce Côrtes (deficiência visual) e Lorena Oliveira (piloto), que competiram na tandem (bicicleta para dois lugares), conquistaram a sexta colocação na prova de estrada. Dois técnicos maringaenses acompanharam os paratletas na competição.

Depois do Parapan, Débora e Beatriz Carneiro seguiram para Londres, na Inglaterra, onde disputaram o Mundial de Natação Paralímpica. Lá Débora ganhou bronze nos 100 metros peito. Em outubro as gêmeas, que têm a Unimed como maior patrocinadora, embarcam para a Austrália para disputar o Global Games; na foto, as gêmeas recebidas com festa no aeroporto.

PRESIDÊNCIA DO SINEPE

O vice-reitor da Unicesumar, Wilson Matos Filho, foi eleito em 6 de setembro presidente do Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino do Noroeste do Paraná (Sinepe-NOPR). É a terceira vez que ele assume o cargo. Matos Filho sucedeu José Carlos Barbieri, reitor da UNIFCV que presidiu a instituição por quatro mandatos e agora assume a vice-presidência. "É uma grande alegria contribuir novamente com o sindicato e todas as instituições educacionais que representamos", afirma. Matos Filho também ocupa a primeira vice-presidência da ACIM.



SERVIÇOS DE BELEZA EM DOMICÍLIO

Manicure, pedicure, esteticista, cabeleireira, maquiadora e depiladora: tudo na palma da mão. Esta é a proposta do Lyss, primeiro aplicativo que oferece serviços de beleza em domicílio em Maringá e região. Lançada em setembro por Thelma Regina de Oliveira Moreira, Cláudio da Luz Ferreira e Marcelo Simionato Moreira, a ferramenta está disponível para Android e iOS. O Lyss é 100% direcionado para mulheres. “As mulheres têm jornadas duplas ou triplas: trabalham, estudam, são mães e têm pouquíssimo tempo livre.



Quando vão cuidar da beleza, têm dificuldade de encontrar horário disponível no salão. E as profissionais de beleza também têm jornadas extras, e muitas não conseguem trabalhar em tempo integral em um salão. Com o Lyss, elas poderão trabalhar de acordo com a disponibilidade de agenda”, explica Ferreira. Após pesquisa, os sócios verificaram que já existem aplicativos semelhantes no Rio de Janeiro e em São Paulo, mas em Maringá a ideia é inédita. “Se existem aplicativos no eixo Rio/São Paulo, é porque realmente há demanda para esse tipo serviço”, acrescenta. A startup segue rigoroso processo seletivo para analisar a documentação e qualificação dos profissionais e tem parcerias em cursos para que as profissionais se atualizem e ofereçam um bom atendimento.

COMPLEXO DE TECNOLOGIA PARA A INDÚSTRIA

Maringá abriga um complexo de tecnologia do Serviço Social da Indústria (Sesi). O centro foi inaugurado em 12 de setembro e conta com o Instituto Senai de Inovação (ISI) em Engenharia de Estruturas, Instituto Senai de Tecnologia (IST) em Metalmeccânica e uma aceleradora, totalizando 44 mil metros quadrados no Jardim Ipanema. O projeto, que conta com 17 laboratórios, recebeu mais de R\$ 50 milhões de investimento da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O ISI em Engenharia de Estruturas oferece pesquisas para a indústria: de nanoestruturas a construções civis pesadas, passando por simulação e prototipagem a ensaios em tamanho real. Já a Aceleradora Sistema Fiep é um espaço colaborativo que oferece estrutura e apoio para produtos e serviços inovadores. O centro tem certificado Leed Platinum para prédios com sustentabilidade de excelência, como reaproveitamento de água, sistema fotovoltaico e climatização.

Divulgação



OBRIGADO POR SER UNIMED DE CARTEIRINHA

Conheça algumas vantagens de ter **um plano que cuida de você:**



DESCONTO DROGA RAIA

Apresente sua carteirinha da Unimed em qualquer unidade da Drogasil ou Droga Raia e ganhe descontos nas compras: **a partir de 37%** em medicamentos genéricos tarjados e **a partir de 23%** em medicamentos de marcas tarjados.

Descontos não cumulativos, válidos até 31/12/2019.



DESCONTO NISSEI

Apresente sua carteirinha da Unimed em qualquer unidade das Farmácias Nissei e ganhe descontos especiais nas compras: **a partir de 37%** em medicamentos genéricos tarjados e **a partir de 23%** em medicamentos tarjados de uso contínuo.

Descontos não cumulativos, válidos até 31/12/2019.



CLUBE UNIMED

Acesse e conheça o programa de relacionamento que concede aos clientes Unimed descontos de até 60% na compra de produtos e serviços de empresas parceiras.

parana.clubeunimed.com.br

No rastro da sustentabilidade

Interesse dos consumidores por marcas com propósito e compromissos com o meio ambiente impulsiona negócios de vários segmentos // **por Rosângela Gris**



Ivan Amorim

// **Macrotendência**

Para Letícia Albuquerque, consultora do Sebrae: "pessoas estão sendo influenciadas a abraçar valores éticos e ambientais"

Os hábitos de consumo mudaram. Se numa ponta dessa transformação está a tecnologia, na outra, há questões de impacto social e ambiental. É crescente o interesse dos consumidores por marcas com propósito e compromissos que vão além do lucro. Com isso, do varejo alimentício à moda, ganham a simpatia e a preferência os itens sustentáveis, sem ingredientes de origem animal e sem testes em bichos.

Orgânicos, sem lactose, sem glúten, vegano. Pouco conhecidos até anos atrás, esses termos, ligados à alimentação diferenciada e saudável, estão mais frequentes entre as demandas dos consumidores. E essa tendência pode render bons resultados também à saúde dos negócios de

empreendedores atentos.

"Trata-se de uma mudança de comportamento de uma geração e do empoderamento coletivo. Pessoas estão sendo influenciadas a abraçar valores éticos e ambientais", diz a consultora do Sebrae, Letícia Albuquerque, reforçando não se tratar de modismo. A sustentabilidade, afirma ela, é uma macrotendência que vai perdurar.

A filosofia da sustentabilidade entrou em pauta na década de 1990. Foi nesse período que ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento: Rio-92. Depois vieram as discussões e implantações de políticas públicas como a de destinação de resíduos sólidos e a logística reversa. E a consequente



// 28 opções no cardápio

Itanir Pereinha levou quase um ano para encontrar a receita ideal da pizza sem lactose e sem glúten: "o sabor é idêntico"

Ivan Amorim

remodelação do sistema econômico. "Desde então, surgiram alternativas e oportunidades de novos negócios", diz a consultora.

Mas foi de 2000 para cá que o conceito de sustentabilidade se 'popularizou'. "As pessoas sentiram na pele e viveram situações de falta e racionalização de água, por exemplo, e a partir daí se deram conta de que a proteção do meio ambiente é real e necessária".

No entanto, se por um lado o surgimento desse 'novo público' trouxe oportunidades de negócios, também trouxe desafios aos empreendedores. Um deles é desenvolver produtos minimamente viáveis diante da segmentação do consumo. Outro é assegurar a qualidade dos rótulos e experimentos. "O tempo de maturidade desses negócios costuma ser maior e exigem investimento significativo. No caso de um chocolate, por exemplo, leva tempo para descobrir uma fórmula que garanta o mesmo gosto sem os ingredientes tradicionais".

CROCANTE, FININHA E GOSTOSA

Itanir Pereinha conhece bem esses desafios. Há três anos ele abriu a Pizzaria Artesanal, que tem no cardápio apenas opções de pizza sem lactose e glúten. Mas nem por isso a experiência gastronômica é menos saborosa. "O sabor é idêntico. Se a pessoa experimentar sem saber que não tem glúten e lactose, nem percebe", garante Pereinha.

A Pizzaria Artesanal 'surgiu' para atender uma crescente demanda de mercado, porém, o empresário confessa que quase desistiu da empreitada no meio do caminho. Isso porque para chegar à fórmula ideal, demorou quase um ano. Foram vários os experimentos realizados por profissionais da Engenharia de Alimentos.

"Querida algo saboroso, que as pessoas tivessem prazer em comer. Deu trabalho, mas enfim chegamos a uma massa crocante, fininha e gostosa, como tem que ser uma pizza", diz o empresário, acrescentando que as medidas são seguidas à risca pelos

funcionários. Outro diferencial é que a pizza precisa ir ao forno duas vezes antes de ser servida, enquanto a tradicional vai uma vez. "Primeiro colocamos só a massa e depois incluímos o recheio", explica.

Os clientes podem escolher entre 28 opções de sabores no cardápio, sendo duas doces: banana e abacaxi. Outras duas estão em fase de teste, uma de chocolate e outra de filé mignon. Segundo Pereinha, são poucos os sabores tradicionais sem versão artesanal. "De quatro queijos, por exemplo, não tem como fazer porque não existe queijo sem lactose".

Sobre a clientela, o empresário classifica em três grupos: o primeiro é composto por celíacos, pessoas intolerantes ou alérgicas ao glúten. Mas a pizzaria também é frequentada por quem alia prática esportiva à alimentação *light*. No terceiro grupo estão os adeptos de uma alimentação saudável.

E Pereinha garante que todos saem satisfeitos, tanto pela qualida-



// Oferece pacotes mensais
Fernanda Fontes e Gabriel Peres Duque de Souza abriram o Alfacero, delivery de frutas, legumes e verduras higienizados e prontos para consumo

Ivan Amorim

de da pizza quanto pelo preço. A pizzaria funciona de terça-feira a domingo, das 18 às 23 horas, e oferece serviço *delivery*.

HORTIFRUTI DELIVERY

Foi numa conversa despreocupada que Fernanda Fontes e Gabriel Peres Duque de Souza tiveram a ideia de criar o Alfacero. Enquanto cozinhava, o casal se surpreendeu com a praticidade da alface higienizada comprada pouco antes no mercado. “Era a única opção de verdura lavada no mercado. Imaginamos como seria mais fácil se todas as verduras viessem prontas para usar”, recorda Fernanda.

Estava plantada a ‘sementinha’ do Alfacero. O primeiro hortifruti *delivery* de Maringá saiu do papel em maio depois de uma intensa pesquisa de mercado. E embora novidade por aqui, a idealizadora confia que a ideia não é assim tão original. Na década de 1980, os pais de Fernanda tinham tentando algo semelhante quando moravam em Curitiba.

“Eles leram uma reportagem sobre esse tipo de serviço na Austrália. Então começaram a comprar legumes e verduras na Ceasa, higienizá-los e vendê-los. Só que durou pouco tempo porque eles foram trabalhar em outro negócio da família”, conta Fernanda.

O hortifruti *delivery* tem feito sucesso por aqui. Em média, são entregues 25 cestas por semana. Dentro vão

frutas, legumes e verduras devidamente higienizados, embalados e prontos para serem consumidos. Há ainda opções de kits de temperos verdes e ingredientes para sopa. Além dos itens, o cliente pode escolher como quer recebê-los: picados, ralados ou apenas descascados.

Os pedidos devem ser feitos de quinta-feira a domingo pelo Instagram, onde é divulgado o cardápio da semana. São, em média, dez opções de cada categoria, que variam com a época do ano. A maioria é orgânica e fornecida por produtores locais. O restante vem da Ceasa e eventualmente de supermercados da cidade.

O preço varia de R\$ 7,50 a R\$ 8 o pote. Algumas frutas, como morango, coco e maçã, são vendidas por quilo – 500 gramas custam R\$ 5. Para a entrega da cesta, feitas todas às terças-feiras, o gasto mínimo é de R\$ 30. Há também a possibilidade de pacotes mensais.

“É um pouco mais caro do que comprar no mercado, mas é o custo da praticidade e da facilidade”, ressalta Fernanda. Ela também faz questão de destacar a apresentação do produto, entregues em embalagens atrativas. “Elas têm um estilo *clean*”.

Sobre o perfil da clientela, há tanto consumidores adeptos de hábitos saudáveis como aqueles que estão em busca de uma dieta. Há ainda pais empenhados em introduzir legumes, verduras e frutas na alimentação diária dos filhos. Com a crescente preocupação dos con-



Walter Fernandes

// 30% ao ano de crescimento

Vegetariana, Marilene dos Santos Marcondes decidiu produzir maquiagem, tratamento facial e produtos para o cabelo veganos: desenvolvimento de fórmulas da Eora levou três anos

sumidores com uma alimentação saudável, Fernanda e o namorado vivem a expectativa de expandir o negócio. Tanto que eles procuram um local mais espaçoso para abrigar a produção do Alfacero. “Hoje somos em três pessoas e ainda trabalhamos em casa”, diz a empresária.

PROJETO PESSOAL

A Eora Brasil, empresa que produz e vende cosméticos veganos, naturais e sustentáveis, começou a dar os primeiros passos em 2014 como um projeto pessoal de Marilene dos Santos Marcondes. Vegetariana, a empresária e farmacêutica viu na dificuldade de encontrar produtos para consumo próprio uma oportunidade de provar que um bom negócio para o meio ambiente pode também ser vantajoso para o empreendedor. “Uni uma necessidade pessoal ao propósito de deixar as pessoas mais saudáveis. Sempre consumi produtos com apelo contra a exploração animal, e até pouco tempo era difícil encontrá-los”, diz. Ela atribuiu essa dificuldade em parte à legislação brasileira. “A questão regulatória é burocrática e difícil para esse tipo de produto”.

O tempo demandado para estudos e pesquisa também é diferenciado. No caso da Eora Brasil, o desenvolvimento de fórmulas levou três anos. Por isso, a produção

da indústria localizada em Maringá só chegou ao mercado em 2017. Mas o resultado, segundo Marilene, tem sido recompensador. “É um mercado incrível, que cresce em média 30% ao ano”, comemora.

Presente em todo o território nacional, por meio de vendas online para fornecedores, a marca conta atualmente com dez produtos entre maquiagem, tratamento facial e cuidados com o cabelo. Outros dez devem começar a ser comercializados em 2020. Todos eles levam o selo de veganos, natural e *cruelty-free*. “Os veganos são aqueles sem componente de origem animal. *Cruelty-free* são os produtos que não foram testados em animais e naturais, os livres de ingredientes sintéticos”, explica a empresária.

Em relação aos preços, a linha vegana é, em média, entre 20% e 30% mais cara do que os produtos tradicionais. Essa diferença se deve ao custo mais elevado e a dificuldade de encontrar matéria-prima orgânica. A empresária, no entanto, garante que o investimento compensa. “As pessoas estão intoxicadas por produtos de beleza e limpeza porque as linhas convencionais têm muitos metais pesados em sua composição. Os produtos veganos não têm metais na sua composição”, diz.

De acordo com Marilene, os benefícios da linha Eora



Ivan Amorim

// **Fórmulas diferenciadas**

Roberval de Carvalho e Rosângela Fusco de Carvalho incluíram linhas vegana e vegetariana na Biocorpus: são 70 produtos entre os mais de 300 itens

têm conquistado não apenas o público vegano e vegetariano, mas simpatizantes das causas animais e aqueles que estão em busca de qualidade de vida.

A PEDIDO DA CLIENTELA

Já o empresário Roberval de Carvalho incluiu linhas vegana e vegetariana na Biocorpus Centro de Terapia Estética a pedido da clientela. Lá os produtos livres de matéria-prima de origem animal representam quase 20% dos usados na clínica. “Temos entre 300 e 400 itens, e 70 são das linhas vegana e vegetariana”, diz o empresário.

Boa parte dos cosméticos é usada na própria clínica, que oferece serviços de limpeza de pele, massagem, drenagem, fototerapia, entre outros. Esse público consome 80% dos produtos, de acordo com os cálculos de Carvalho, que não abre mão do *feedback* da clientela. “Existem três tipos de públicos. Aqueles que preferem os produtos a base de proativos naturais, os voltados para os vegetarianos e os para veganos. Temos opções para todos”, afirma.

Mesmo com fórmulas diferenciadas, o empresário afirma que esse tipo de cosmético não é necessariamente mais caro do que os tradicionais cuja matéria-prima se

equivale no quesito padrão de qualidade. Já se comparados aos mais populares, o valor sofre grande alteração.

Embora reconheça as linhas veganas e vegetarianas como novidades, o empresário lembra que a tendência naturalista começou a ser propagada há mais de 20 anos. Segundo ele, os óleos e as essências usadas na aromaterapia tinham composição livre de ativos químicos. “A indústria de cosméticos evoluiu muito, entrou na casa das pessoas e facilitou o acesso à população”, destaca. Por isso mesmo, a busca da Biocorpus, que está no mercado há 19 anos, por novidades e alternativas para atender clientes com restrições é constante. “Há pessoas que têm reação alérgica a determinados componentes, como os corantes. Precisamos encontrar alternativas para atendê-los”.

MODA SUSTENTÁVEL

A moda sustentável alçou voo no século 21 e, lentamente, está passando de uma simples tendência para um comportamento. Fora do Brasil grandes grifes já têm buscado o equilíbrio entre a natureza, economia e sociedade para conquistar um novo consumidor *fashion*, mais exigente e preocupado com o meio ambiente. Por aqui, as marcas



Van Amorim

// “Não existe diferença no conforto”

Leandro Neves criou a HCL Essential, grife de camisetas masculinas que usa tecidos orgânicos e estamperia digital; na foto, ele e a esposa, Aline Dias Santos

‘verdes’ ainda são poucas. Uma delas é a HCL Essential, grife de camisetas masculinas do empresário Leandro Neves. Lançada há quase um ano, a grife se diferencia pelo uso de itens de origem orgânica e pelo processo de produção de reutilização de matéria-prima.

“Passei a ter um olhar amplo sobre a reutilização de recursos e a preservação ambiental com a convivência familiar. São valores que descobri com a família da minha esposa. E hoje é uma preocupação e um projeto pessoal. A indústria da moda é a segunda mais poluente no mundo, atrás apenas da indústria petroquímica. Seus impactos no ambiente são devastadores. E infelizmente são poucas as marcas com esse nível de preocupação”, lamenta Neves.

Uma das dificuldades apontadas pelos empresários é o preço das matérias-primas, já que são produzidas em menor escala. No caso da HCL, há duas opções de camisetas: uma 100% de algodão orgânico e a outra de algodão com poliéster.

Os custos de produção são outro obstáculo para a popularização da moda sustentável. A estamperia digital, por exemplo, é três vezes mais cara que a serigrafia, mesmo assim foi a escolhida por Neves. No processo digital

não há sobra de tintas, uma vez que a aplicação é feita diretamente no algodão. O método tradicional inclui a lavagem das telas e a consequente liberação dos resíduos de tintas, que acabam no meio ambiente.

“Não existe diferença no conforto. A diferença está no toque e no impacto no meio ambiente. Muitos não sabem o nível de toxicidade de determinados materiais, mas no caso das tintas é alto”, alerta o empresário. Uma opção, diz ele, seria usar corantes naturais, cujas fórmulas também são trabalhosas.

Não menor é o custo da matéria-prima. A próxima coleção, por exemplo, será fabricada com algodão sem agrotóxico. “Isso encarece a produção, assim como o processo que dá a destinação correta aos resíduos”, diz o empresário.

Apesar do alto custo, Neves confia no sucesso da grife e pensa em modelagens para atender o público feminino. Também espera dar mais visibilidade à marca ampliando os canais de compra. Hoje as camisetas da HCL estão à venda apenas na loja online própria, mas logo estarão disponíveis em *marketplaces*, como Dafiti e Amazon. A partir de 2020 as peças estarão em pontos físicos de venda.

Maringá Liquida inova com distribuição de raspadinhas

Com nova estratégia, aumenta nível de satisfação dos lojistas com a campanha e as vendas; consumidores também aprovaram novidade // por Giovana Campanha

A satisfação dos lojistas com a Maringá Liquida atingiu 78%, o melhor indicador desde 2016. O índice de consumidores que realizaram compra ou pretendiam comprar quando foram entrevistados pelo Departamento de Pesquisa da ACIM (Depea) também aumentou: eles somaram 86% nesta edição, enquanto o mesmo índice foi de 66% no ano passado. Uma das explicações para esses indicadores está na novidade desta edição: distribuição de raspadinhas para os consumidores, totalizando mais de R\$ 80 mil em prêmios.

Realizada de 12 a 15 de setembro, a campanha contou com a participação de quase mil lojas, que distribuíram raspadinhas para os consumidores que gastaram no mínimo R\$ 100 na loja. O consumidor que encontrou a raspadinha premiada ganhou R\$ 100 para gastar no estabelecimento onde fez compras.

A estratégia foi assertiva. Pesquisa feita junto a 500 consumidores revelou que para 94% a distribuição de raspadinhas é excelente ou boa. Cerca de três quartos dos consumidores afirmaram que ganharam a raspadinha quando gastaram mais de R\$ 100. A pesquisa, feita na região central e no Jardim Alvorada em 14 e 15 de setembro, mostrou ainda que 72% compraram em uma ou duas lojas, 69% se preocuparam em comprar nas lojas identificadas e 49% tinham renda familiar de até R\$ 2.994. Dos consumidores, 88% sabiam da Maringá Liquida antes de ir às compras e 76% foram ao centro ou bairro por causa da campanha.

Já a pesquisa da ACIM junto a 98



Ivan Amorim

// Ruas movimentadas

Para 94% dos consumidores, distribuição de raspadinhas é excelente ou boa e 88% sabiam da Maringá Liquida antes de ir às compras

empresas apontou 65% de satisfação com as vendas, mesmo índice de aprovação com o sistema de raspadinhas. O estudo revelou ainda que 87% querem que a campanha seja realizada duas vezes por ano, como acontece atualmente.

Participante da Maringá Liquida há quatro anos, o sócio da Sono Bom Colchões, Ademilson Lopes da Silva, diz que esta foi a melhor edição. Isso porque as duas lojas dele, na região central e no Jardim Alvorada, venderam 20% a mais em relação aos dias sem campanha. "As vendas foram ótimas. Acredito que isso se deve a um conjunto de fatores: a data da Maringá Liquida, já que foi na primeira quinzena do mês, quando os consumidores estavam com dinheiro no bolso, boa divulgação e a distribuição de raspadinhas", comenta. Silva,

além de ter decorado a loja com o material promocional da campanha, ele investiu em decoração extra, com a instalação de tapetes na calçada em frente às lojas e arcos de balões de ar. "Foi uma campanha em que vendemos todos os tipos de cama box, e não apenas as mais baratas", comenta ele, que fez questão de destacar os produtos em promoção.

Foi a 34ª edição da campanha, que contou com lojas de bairros, shoppings e da região central. O comércio de rua estendeu o horário de funcionamento para até as 18 horas no sábado e das 13 às 19 horas no domingo. A campanha é realizada pela ACIM e Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), com apoio de CIC HM, Maringá Park Shopping Center, Revest, Sicoob e Weber Acabamentos.

PRONTO PRA PASSAR MAIS TEMPO COM VOCE



Somos Pet Friendly

11 ANOS
MARINGÁ PARK



Av. São Paulo, 1099 - Centro | Maringá - PR



// Não tem custo

Ana Paula Costa Beraldo, da Blackbull Steakhouse: lá há espaço para as crianças: "ficamos felizes em ver que essas famílias voltam com frequência"

Para toda a família

Para garantir conforto e comodidade aos clientes, estabelecimentos disponibilizam espaços e serviços próprios para o público infantil // por **Camila Maciel**

Quando o projeto arquitetônico da Blackbull Steakhouse começou a ser desenvolvido, uma das solicitações era disponibilizar um espaço para as crianças e, assim, permitir que os pais aproveitassem o momento para degustar o menu. "A ideia era garantir o bem-estar de toda família que frequenta o local, e isso está funcionando muito bem", comemora a gerente Ana Paula Costa Beraldo.

Lá, as crianças encontram ambiente climatizado com brinquedos, mesas, cadeiras, papéis para desenhar e colorir, TV e monitoria em todos os horários de funcionamento, de terça-feira a sábado das 18 às 23h30 e domingos a partir do meio-dia. Para aproveitar o espaço *kids*,

não há custo adicional.

Enquanto os adultos se decidem entre a variedade do cardápio *à la carte*, que inclui carnes em cortes americanos, costelinha *barbecue*, carne de cordeiro, linguiças artesanais, hambúrgueres, pastas, saladas e risotos, a molecada se diverte. Na hora de comer, os pequenos contam com opções para eles como minihambúrgueres, *crispy chicken*, talharim ao pomodoro, talharim ao molho Alfredo e *penne mac and cheese*.

Os proprietários do restaurante se preocuparam desde o início em atender as necessidades de famílias com filhos pequenos e, mais do que isso, em oferecer confor-



Ivan Amorim

// Com monitoria

Depois de receber sugestões dos clientes, Jair Morroni, do Mercado, implantou um espaço para crianças, que será ampliado

to e comodidade. “É muito importante recebermos os clientes e proporcionar um ambiente tranquilo e acolhedor, por isso, valorizamos o espaço onde as crianças se divertem e se sentem acolhidas”, diz.

O feedback da clientela, segundo Ana Paula, tem sido positivo. “Nosso público é variado, mas, sem dúvida, a maior parte é de famílias com crianças, por isso, ficamos felizes em ver que essas famílias voltam com frequência”.

ATENDENDO A PEDIDOS

Quem busca gastronomia de qualidade e diversificada em Maringá tem no Mercado uma opção: o empreendimento oferece pratos orientais, árabes, de boteco, hambúrgueres, cervejas artesanais, queijos, vinhos e produtos locais. “Buscamos essa variedade para atender um público de bom gosto, que conhece ou quer conhecer uma gastronomia autêntica”, diz o diretor comercial, Jair Morroni.

O Mercado, mesmo antes de oferecer espaço kids, nunca deixou de receber crianças, mas, no fim do ano passado, a administração resolveu melhorar a experiên-

cia dos pequenos e, conseqüentemente, dos pais ou responsáveis. “No começo buscávamos criar ações em espaços de área comum para o público infantil, como teatro, oficinas e gincanas, porém os clientes sempre pediram um espaço que pudesse ser exclusivo para os filhos”.

Depois de estudar projetos para se adequar à estrutura, foi inaugurado o Mercado Kids, um espaço onde as crianças ficam acompanhadas por monitores. Lá há ‘brinquedão’, área cenográfica e atividades lúdicas, como pintura de desenhos.

Em datas especiais, como Dia das Mães e Páscoa, são realizadas atividades como pintura de rosto e oficinas. O espaço funciona de terça-feira a domingo, e o valor por criança varia de R\$ 15 para 20 minutos a R\$ 35 para 1 hora de permanência. “O Mercado Kids veio completar nosso mix”, afirma Morroni, que já tem um projeto em andamento para ampliar o espaço.

Para o diretor, a implantação do espaço foi assertiva e tem agregado valor. “O público que tem filhos pequenos prefere lugares que ofereça esse serviço. Queremos continuar sendo um espaço atrativo e confortável para toda a família”, diz.



// Para agradar crianças e avós

Na Ledú Pop's os personagens da cultura pop se unem a pula-pula, piscina de bolinhas, saco de pancada e jukebox; na foto, o sócio Leandro Mancin Biondo

LOCAL DE DIVERSÃO

Oferecer tentações para esquecer a dieta e se deliciar ao som de Elvis Presley e outros sucessos do rock. Esta é a proposta da Ledú Pop's Brigaderia, antiga Desejo do Dia*. Inaugurado há um ano, o espaço, que foi inspirado nos famosos *dinner* norte-americanos, oferece lanches e sobremesas, como brigadeiros, hambúrguer, *waffles* doces e salgados, porções e confeitaria com chocolates belgas.

A loja, que conta com personagens da cultura pop na decoração, como Betty Boop, Moe do The Simpsons e Elvis Presley, não foi formatada com foco em famílias com crianças, no entanto foi o público juvenil que apelidou a lanchonete de 'Pop's', desde a criação. O motivo: a semelhança com um *dinner* da série de televisão Riverdale. Inicialmente

as crianças tinham à disposição apenas um espaço com um pequeno pula-pula, mesinha com cadeiras e brinquedos e o empresário Leandro Mancin Biondo reconhece: "não era muito atrativo".

Hoje o espaço *kids*, que não tem custo adicional, conta com piscina de bolinha, escada, obstáculos, saco de pancada e um tubo que termina em um escorregador. E a cereja do bolo: *jukebox*. "Quando as crianças descobrem a máquina, não param de dançar", diz.

Com o investimento pensando nas crianças, hoje o público da Ledú Pops é formado, em sua maioria, por famílias com filhos pequenos. "Tão gratificante quanto ver as crianças curtindo o espaço, é ver os avós emocionados ao darem de cara com a figura do Elvis. Aqui é o local da diversão e da nostalgia", finaliza.

NOTA DO EDITOR

* A Desejo do Dia Hamburgueria e Brigaderia começou em Campo Mourão formatada para ser uma franquia. Antes de abrir a unidade em Maringá, a marca chegou a Arapongas e a Balneário Camboriú, mas tanto a matriz quanto as outras duas unidades encerraram as atividades. Em Maringá, os sócios Leandro Mancin Biondo e Eduardo Biondo Mancin buscaram judicialmente o direito de manter o negócio, que foi concedido por um acordo entre as partes. A mudança de nome se deve a esse entrave. A palavra 'Ledú' vem das abreviações dos nomes dos proprietários e 'Pop's', apelido atribuído pelo público juvenil que frequenta a lanchonete



Ivan Amorim

// Para garantir tranquilidade

Elenice Roseli Zitkoski, do Laboratório Santo Antônio/Sabin: lá os profissionais recebem treinamento para atender as crianças, que ganham certificado de coragem após a coleta do exame

EXAME MÉDICO SEM TRAUMAS

Fazer exame médico não precisa ser uma experiência traumática para as crianças, nem para os pais. Nas três unidades do Laboratório Santo Antônio/Sabin as crianças têm à disposição brinquedos, jogos e tablets para se divertirem enquanto esperam o atendimento.

Nas salas de coleta elas são recebidas em um espaço lúdico que tem desenhos nas paredes. Além disso, todos os profissionais do laboratório passam por um treinamento específico para atender os pequenos. “Nessa área é fundamental que se tenham profissionais capacitados para transmitir segurança e tranquilidade à criança”, afirma a supervisora de coleta, Elenice Roseli Zitkoski.

A experiência ainda rende uma surpresa ao fim do procedimento: o laboratório presenteia os pequenos com um certificado de coragem para reconhecer a bravura ao realizar os exames. “Entregando o certificado, queremos que a criança se sinta valorizada e acolhida. Um momento que antes era sinônimo de apreensão, passou a ser de tranquilidade e, com isso, notamos satisfação”, finaliza.

Ivan Amorin



A política nossa de cada dia

Ambiente de trabalho não é palanque: em época de polarização política, ouvir opiniões contrárias e respeitar o outro são sempre bem-vindos

// por Dayse Hess

Em um mundo ideal, pessoas discutiriam política expondo opiniões de maneira coerente, ouviriam argumentos contrários, fariam conclusões e todos sairiam ganhando, mais esclarecidos e com uma visão ampla. Mas bem sabemos que, com a atual polarização que se instalou no cenário político brasileiro, os ânimos andam bem exaltados e iniciar uma conversa no trabalho defendendo esquerda ou direita pode não ser uma boa ideia. Na verdade, pode ser uma péssima ideia.

Lembra aquele velho conselho que religião e política não se discutem? Pois bem, discute-se sim, mas de maneira respeitosa, expondo razões e ouvindo as do outro com interesse genuíno e não virando os olhos em expressão de deboche. Mas isso não na hora do expediente nem no ambiente profissional. Até porque ninguém vai mudar de opinião de uma hora para outra e é melhor manter o foco no trabalho e deixar para mostrar convicções em um momento mais apropriado – com certeza o resultado será mais produtivo.

Ter uma posição definida é positivo, porque mostra que o profissional é informado, tem e segue valores. Não estar bem informado ou saber apenas o que circula em grupos de WhatsApp (em parte *fake news*) revela certa

ignorância, certo despreparo. E ser ignorante e despreparado não combina em nada com um profissional que se destaca. É preciso ter no mínimo a noção de como a administração pública afeta seu campo de trabalho.

E quando quem pensa diferente é seu chefe ou a diretoria da empresa? Não é necessário esconder a posição política, da mesma forma que não é o caso de transformar o escritório no palco de um debate diário. Mostre que tem seu posicionamento e respeita quem pensa diferente. Mas no caso de uma simples conversa aquecer os ânimos de forma demasiada, encerre o assunto. Também evite o tema com clientes e outros parceiros.

Por último, tenha sempre em mente que você pode e deve se posicionar politicamente, argumentar é válido e enriquecedor para quem fala e para quem ouve. Mas nunca entre em uma discussão com o único intuito de ganhar a briga, é provável que você ultrapasse os limites e prejudique a imagem profissional, não por ser de esquerda ou de direita, mas por não ter inteligência e educação para debater determinados assuntos.

// Dayse Hess é jornalista e especialista em moda

HOLDING PATRIMONIAL FAMILIAR OU ADMINISTRADORA DE BENS PRÓPRIOS

Visão jurídica e contábil do planejamento societário, sucessório e tributário promovendo a proteção patrimonial em nível nacional e internacional

Conceitualmente, as *holdings patrimoniais familiares* tratam-se de apenas uma das modalidades de planejamento societário, sucessório e tributário. A *holding patrimonial familiar* é uma empresa patrimonial constituída com a finalidade de administrar o patrimônio de uma ou mais pessoas físicas que sejam familiares.

Ou seja, as pessoas físicas não possuem bens em seus próprios nomes e sim em nome de uma pessoa jurídica – a empresa patrimonial denominada *holding patrimonial familiar* – geralmente constituída na forma de sociedade limitada, com o objeto social de “Administradora de bens próprios e de terceiros, Comércio de Imóveis”, sendo classificada em sua modalidade pura, que contempla bens ou participações, ou então mista, que contempla duas ou mais atividades.

Nota-se que com as empresas patrimoniais há uma facilitação na administração dos bens e da sucessão hereditária do patriarca, garantindo a manutenção das empresas em nome dos herdeiros e construindo através do contrato social, atas e acordos societários e parâmetros de administração desejada. Além desse benefício, esta sociedade pode ter mais benefícios fiscais e proteção patrimonial a partir do mecanismo da blindagem patrimonial.

Importante destacar que uma *holding patrimonial familiar* integra-se de forma preventiva e econômica ao realizar a antecipação da herança, visto que na maioria dos casos o patriarca, ora instituidor transfere aos herdeiros as quotas-partes da empresa patrimonial, ato este contemplado com cláusulas de usufruto vitalício em seu favor, bem como das cláusulas de impenhorabilidade, incomunicabilidade, inalienabilidade e reversão, que proporcionarão maior segurança ao patriarca-instituidor, uma vez que o usufruto é estabelecido sobre as quotas de capital da *holding patrimonial familiar* lhe permitindo seguir usufruindo de todo o patrimônio transferido como se dono fosse.

Outros cuidados são relevantes com a abertura de uma empre-

sa administradora de bens, pois após um estudo prévio do número dos bens, valores e customizações com a implementação, faz-se necessário levar em consideração que, ao integralizar o capital social com todos os bens da pessoa física, pode ocorrer um esvaziamento de bens, principalmente no Imposto de Renda Pessoa Física, que terá como bens e direitos quotas de empresa e não mais os bens, podendo intervir negativamente no cadastro bancário do sócio, caso ele esteja em outra sociedade e em instituições bancárias como fiador.

Algumas informações são importantes na operacionalização da empresa visto que toda empresa seja ela comercial, industrial ou de serviços, bem como as empresas administradoras e de comércio de imóveis deve cumprir todas as normas pertinentes a impostos e tributos, do âmbito civil, societário e comercial, significando que após a abertura da *holding patrimonial familiar* os bens que serviram de integralização no capital devem ser transferidos para a pessoa jurídica de imediato, bem como os recebimentos de aluguéis, venda e compra de imóveis, assim como os custos e despesas de manutenção dos mesmos deverão ser contabilizados de acordo com as normas contábeis geralmente aceitas e previstas nos princípios fundamentais da contabilidade, os impostos tendo como base o faturamento bruto e a tributação pelo Lucro Presumido.

Conclui-se portanto cinco motivos para a criação de uma *holding patrimonial familiar*:

- Aversão à demora de ações judiciais de inventário
- “Caos” nas decisões judiciais no âmbito do Direito Sucessório brasileiro
- Altas custas judiciais a serem evitadas que costumam variar entre 3 e 10% do valor do patrimônio inventariado
- Conflitos entre os herdeiros e rupturas familiares a serem evitados
- Desejo de economia fiscal e de estruturação do mecanismo de blindagem patrimonial.

Agora, atenção: a formação de uma *holding patrimonial familiar* deve ser uma operação bem calculada e orientada por profissionais devidamente capacitados nas áreas jurídicas e contábeis, a fim de bem planejar e elaborar os instrumentos necessários. Mais do que evitar litígios, a *holding patrimonial familiar* pode servir à garantia da continuidade e desenvolvimento empresarial, especialmente no contexto de uma sucessão.



Advogada Bruna Cruz | OAB/PR 96.905



Claudemir Ap. Matusso - Proprietário Siscon Maringá-PR

AVENIDA CENTER

O PRIMEIRO SHOPPING DE MARINGÁ COMPLETA 30 ANOS

Inaugurado em 1989, o Avenida Center foi o primeiro shopping da cidade e, ainda hoje, ocupa um lugar especial na economia e no coração de Maringá. Nestes 30 anos, a estrutura evoluiu, a região ganhou mais opções de compras e lazer, mas uma coisa continua a mesma, o compromisso com a satisfação de todos que visitam e trabalham no shopping.

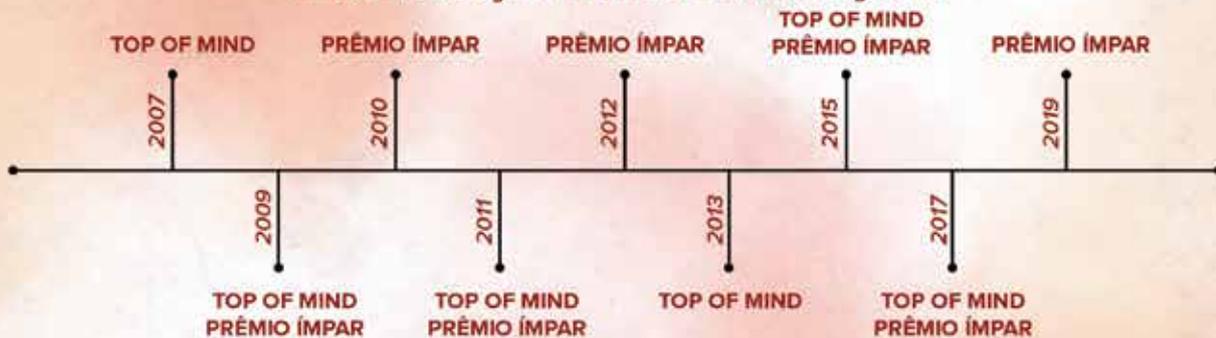
São inúmeras as histórias de negócios que prosperaram, hábitos que se modificaram e romances que nasceram no Avenida Center. Por mês, são aproximadamente 500 mil pessoas

em busca de cultura e diversão, clientes que encontram bem-estar e aconchego.

Além disso, o Avenida Center também possui espaço especial no turismo de Maringá, pois seu complexo conta com a presença do Íbis Hotel e do Avenida Business Center, importante centro empresarial que agrega empresas próximas aos seus clientes, no centro da cidade.



PRIMEIRO NOS CORAÇÕES, LEMBRANÇAS E NAS PREMIAÇÕES



PRIMEIRO LUGAR EM LEMBRANÇA DE MARCA

Para viver na memória da cidade, primeiro o Avenida Center conquistou o coração dos maringenses. Por isso, conquistou o título de Mais Lembrado, na categoria shoppings centers do Prêmio IMPAR 2019.

Ser o mais lembrado, visitado e escolhido para os melhores momentos, há trinta anos, é motivo de orgulho e cobrança para continuar fazendo, sempre mais e melhor por você.



PARA ESTAR
NA MEMÓRIA,
CONQUISTAMOS
O CORAÇÃO



Por isso, há 30 anos somos o lar de ótimas lembranças, da diversão e, principalmente, das boas compras. Temos orgulho de ser o primeiro shopping de Maringá, o mais visitado e o mais lembrado.

Contudo, o que mais nos alegra é ser palco do sonho de pessoas empreendedoras, que aqui encontram sua realização. É fazer parte do nascimento de grandes romances. É fortalecer verdadeiras amizades em um ambiente de felicidade.

Agradecemos a todos que fazem parte da nossa história, e assumimos o compromisso de continuar fazendo da nossa casa, o seu lugar preferido.

Trabalhador saudável, empresa mais produtiva

Proporcionar um ambiente adequado nas empresas impacta a qualidade de vida e minimiza processos trabalhistas
// por Lethicia Conegero

Designed by jcomp / Freepik



“É comum as empresas não se importarem com a saúde e segurança do trabalhador e fazerem de qualquer jeito, porque visualizam custo e não percebem como benefício. Mas isso é uma questão de responsabilidade social, do ponto de vista de atender a lei, e de estratégia, porque é possível reduzir custos com atestados e manter a equipe produtiva”. A afirmação é do fisioterapeuta George Coelho sobre a importância da medicina do trabalho.

A legislação prevê cuidados por meio da Norma Regulamentadora (NR) 17, que tem o objetivo de “estabelecer

parâmetros que permitem a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente”.

Tal como expõe a NR, as condições de trabalho incluem aspectos relacionados ao levantamento, transporte e descarga de materiais, mobiliário, equipamentos e condições ambientais e à própria organização do trabalho. E para adaptar as condições às características dos trabalhadores, cabe ao empregador realizar a análise



// Tudo deve ser considerado

George Coelho, da Labore: "problemas de saúde mental estão relacionados à pressão e sobrecarga mental. Apesar de trabalho ter grande impacto na vida da pessoa, existe um contexto fora daquele ambiente"

se ergonômica.

A empresa de Coelho, a Labore Saúde Ocupacional, além de prestar serviços previstos em lei na área de saúde e segurança do trabalho, atua no aumento da produtividade, fazendo análise ergonômica e serviços de segurança do trabalho por meio do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), emitindo laudo de insalubridade, periculosidade e exames médicos. "Procuramos entender o que está acontecendo na empresa para corrigir. Atuamos com ginástica laboral, projetos de iluminação e cores, massagem, programas de saúde mental, como meditação e *mindfulness*, entre outros", explica.

Investir nos cuidados com a saúde e segurança do trabalho é uma estratégia que além de beneficiar os colaboradores, traz ganhos para

a empresa. "São frequentes os processos trabalhistas de trabalhadores que carregam muito peso ou realizam esforço físico acentuado. Outro problema comum é a má postura por postos de trabalho sem ergonomia e mobiliário adequado", afirma Coelho.

Em segundo lugar nos processos trabalhistas estão os problemas de saúde mental. "Novos problemas vêm surgindo, como os de saúde mental, que são a bola da vez e estão relacionados à pressão e sobrecarga mental. Apesar de trabalho ter grande impacto na vida da pessoa, existe um contexto fora daquele ambiente, e todos os fatores psicossociais devem ser considerados", ressalta.

Os cuidados devem começar na admissão. "Fazer a triagem da saúde do trabalhador antes de ele ingressar na empresa é essencial, além de manter esse cuidado durante todo

o período do contrato de trabalho", acrescenta Coelho.

EXAMES

Os exames ocupacionais fazem parte do controle complexo da saúde dos trabalhadores. Segundo o diretor-geral da NR Work Segurança e Medicina do Trabalho, Adonis Kaiser, as empresas precisam conhecer os riscos dos ambientes de trabalho, por meio do PPRA e monitorar a saúde dos trabalhadores por meio do PCMSO. "Quando é feito de forma aleatória, o programa perde a finalidade de monitoramento, pois não está vinculado à atividade desenvolvida pelo trabalhador", afirma.

O eSocial, sistema do governo de escritura fiscal, passará a contar também com informações trabalhistas e previdenciárias a partir de janeiro de 2020 - conforme o cronograma do Governo Federal. No sistema, as empresas passarão a colocar todas



// Ajudará evitar acidentes

“Com o eSocial, acreditamos que as empresas passarão a ter uma gestão mais eficiente dos riscos e do monitoramento de saúde ocupacional”, comenta Adonis Kaizer, da NR Work

as informações relacionadas aos colaboradores, funções, ambientes de trabalho, riscos e exames. Assim, será possível integrar todas as ações do INSS, ações trabalhistas, bem como fiscalização do Ministério do Trabalho.

“Com o eSocial, acreditamos que as empresas passarão a ter uma gestão mais eficiente dos riscos e do monitoramento de saúde ocupacional, evitando afastamentos por doenças e acidentes de trabalho”, acrescenta Kaizer.

FÍSICO E EMOCIONAL

No caso da Recco, os cuidados com o ambiente de trabalho vão além da ergonomia. A empresa, que emprega mais de 600 pessoas, disponibiliza psicólogos para atendimentos a colaboradores e familiares, além de ajudar funcionários e familiares com problemas de drogadição por meio do Instituto Mão Amiga, custeando o tratamento em clínica especializada e ajudando na reinserção na sociedade. Um sistema médico de urgência terceirizado também fica à disposição, caso um trabalhador passe

mal e precise de atendimento.

Além de cumprir as obrigações legais, a empresa oferece atividades dentro e fora do ambiente empresarial, como ginástica laboral, dança, treino funcional, futebol feminino, palestras semanais com psicólogo sobre como levar uma vida saudável a partir de uma mente saudável e do revigoramento de comportamentos familiares.

“Cuidar de pessoas está no DNA da Recco, faz parte da razão de existir da empresa, sempre zelando pela integridade física, emocional ou espiritual dos colaboradores, inclusive esta é a nossa missão oficial: ‘cobrir a nudez física, emocional e espiritual com amor’”, afirma o superintendente, Marcelo Alvo.

“O investimento em saúde e bem-estar vai além de cumprir programas legais, pois corpo saudável contribui com mente saudável. Esses cuidados acabam se reverendo para a empresa, com um índice baixo de doenças ocupacionais e quase inexistentes acidentes do trabalho”, ressalta Alvo.



Ivan Amorim

// Baixo índice de doenças ocupacionais

"O investimento em saúde e bem-estar vai além de cumprir programas legais. Esses cuidados acabam se revertendo para a empresa", destaca Marcelo Alvo, da Recco



ELETOBRASIL
MATERIAIS ELÉTRICOS

44 3227-2161
Av. Brasil, 2538 - Maringá - PR
contato@eletrobrasil.com

DIA DE COMEMORAR COM AMIGOS

Fotos/Janine Garbuggio



Jhoni Maciel e Simone



Edmilson e Marcio Frizzo



Vinicius Dalla Rosa e Marcio Frizzo



Guilherme Andreussi, Marcio Frizzo e Sergio Andreussi

A Certezza Consultoria Empresarial e a Frizzo e Feriati Advocacia Empresarial inauguraram, em 20 de setembro, a nova sede em Maringá, totalizando dois mil metros quadrados. São 16 salas, ocupando quatro andares no edifício Evolution, no coração da cidade. A festa de inauguração teve a participação de clientes e amigos, que vieram de vários estados e de empresas regionais. A sede conta com sistema de videoconferência, o que otimiza tempo e reduz despesas com passagens, hospedagem e horas de deslocamento.

A Certezza Consultoria Empresarial é uma empresa genuinamente paranaense, com escritórios em Maringá,

Outubro 2019

Cascavel e Londrina, porém, com atuação nacional e expertise nas áreas societária e tributária.

Já a Frizzo e Feriati Advocacia Empresarial surgiu com a vocação de proteger e orientar os empresários, garantido, assim, segurança nas tomadas de decisões. Afinal, é isso que traz solidez aos grupos empresariais.

As duas empresas devem gerar, até o final do ano, 140 empregos diretos, sendo que só a Frizzo e Feriati Advocacia Empresarial possui corpo técnico com mais de 50 advogados e é um dos poucos escritórios especializados em Direito Penal Empresarial.



Giovana e Marcio Frizzo



Michel e a esposa, Adriana, e Marcio Frizzo



Vinicius Feriato, Juliana Feriato, Marcio Frizzo e Lucas Feriato



Jefferson Nogaroli e Marcio Frizzo



Marcos Antonio Martins, Geroslau Paulik, Marcio Frizzo, Zanetti e Cesar Deloski



Benjamin e Marcio Frizzo



Celso, Marcio Frizzo e Ivo Dalla Costa



Sérgio Moreira (Hortigil) e Marcio Frizzo



João Cantagalli, Sandra Cantagalli e Marcio Frizzo



Ailson, Jair, Marcos, Donisete e o filho Fernando, Ariovaldo e Marcio Frizzo



Valter e Dulcinea (Latco Alimentos) e Marcio Frizzo



Vagner, Robinson, Sergio (Athena Banco São Paulo) e Marcio Frizzo



Jocimar, Paulo, Rubens e Marcio Frizzo



Marcelo (Grupo Potiguar, de São Luís do Maranhão) e Jonei





**NESTE ANO, PRESENTEIE SUA EQUIPE
COM LIBERDADE DE ESCOLHA POR MEIO
DOS CARTÕES COOPER CARD**



Maringá e Região Metropolitana **44 3220 5454**
Demais Localidades **0800 200 6263** ou envie um
e-mail para sejacliente@coopercard.com.br



O poder do Estado



Não se pode negar o peso que o Estado e sua estrutura têm na economia, seja o poder municipal, estadual ou federal. A máquina pública interfere diretamente na vida das pessoas: impostos, número de trabalhadores ligados ao poder público, consumo de bens e serviços. O poder estatal é o maior cliente e investidor nos setores econômicos.

O impacto pode ser sentido no número de funcionários públicos que consomem todos os dias na economia local; na quantidade de bens e serviços mantidos por essa gama de consumidores para atender suas necessidades na compra de mercadorias. O Estado é o senhor da economia. É a maior empresa em atividade.

Essa condição pode ser estendida a setores como a saúde. O maior comprador de veículos, medicamentos, estruturas físicas e serviços para atender o setor é o Estado. Se levarmos em conta os investimentos para ampliar o potencial econômico do setor privado, lá está o Estado novamente. Nenhum setor

cresce sem as bases que o poder público pode promover.

Há, porém, a necessidade de entender que o gestor público é fruto de uma escolha pública, o voto. Há políticos que construíram sua vida dentro da profissão política. A permanência no poder é a busca constante de quem está à frente de um cargo público.

Se esse gestor tem nas mãos o poder econômico, quais os critérios para escolhê-lo? Esta é uma questão vital. Ainda mais em uma sociedade onde impera a resolução do imediato e a busca por sanar problemas de curto prazo. O homem público deverá responder a isso. Contudo, sempre lembrando que esse problema passa a ser o 'campo fértil' para sua manutenção. Manter a dor faz com que se compre o anestésico e nunca se faça um tratamento para resolver definitivamente o problema.

Nosso critério na escolha do governante é fundamental. Se temos percepção de que o tempo de uma gestão pode não ser o sufi-

ciente para resolver um problema e que a solução dos principais entraves da sociedade pode demorar inúmeras gestões, isso influencia o voto. A promessa de resolver tudo pelas mãos de um único escolhido é uma falácia.

Soluções definitivas são construídas e demoram. Precisam ser feitas com um planejamento contínuo que vai além de uma gestão de quatro ou oito anos. Logo, o critério para eleger o governante deve levar isso em consideração. Porém, a maioria da população brasileira é anestesiada para suportar uma doença crônica que favorece os que se mantêm no poder pela lógica imediata.

Se lembrarmos o tamanho da influência da estrutura pública na vida econômica, podemos imaginar o mal que a política do imediatismo e dos problemas nunca resolvidos podem causar à população.

// Gilson Aguiar é professor de graduação e pós-graduação da Unicesumar; âncora e comentarista da CBN Maringá

✉ icimaringa@gmail.com

📘 [/institutoculturalinga](https://www.facebook.com/institutoculturalinga)

INVESTIR É UMA ARTE

Foto: Fernando Stankuns - Espetáculo apresentado no Projeto Escola Cultural

Letícia

Patrocinando atividades culturais como exposições, espetáculos teatrais, festivais de música e produção de livros, a sua empresa pode deduzir até 4% no valor total do Imposto de Renda. Um investimento que gera 100% de visibilidade para a sua marca e que vai ser aplaudido de pé por um público muito especial: o seu cliente.



Instituto Cultural Ingá

Rua Basílio Sautchuk, 388 - Maringá | PR
44 | 3025-9595 | 3025-9625

www.institutoculturalinga.com.br

Coadjuvantes da cultura local

Ao destinar parte do Imposto de Renda para projetos locais, empresas incentivam produção e fomentam a economia // por **Lethicia Conegero**

Ivan Amorin



// Quase R\$ 7 milhões desde 2011

"Esses recursos dão a possibilidade aos artistas e produtores de atingirem uma qualidade superior na entrega do produto cultural", destaca o presidente do ICI, Carlos Eduardo Peinado

Reverter impostos em incentivo à cultura e trazer para terras maringaenses os recursos que seriam destinados ao Governo Federal. Eis a proposta da Lei Rouanet, política de incentivos fiscais que possibilita que empresas e pessoas físicas apliquem parte do Imposto de Renda (IR) em projetos culturais locais. É uma cadeia em que todos saem ganhando: do empresário que destinou os recursos aos produtores culturais, passando por artistas e comunidade.

Maringá, que traz a 'canção' no nome, conta com uma importante agência de fomento e incentivo à cultura: o Instituto Cultural Ingá (ICI). Desde a fundação, em 2011, o ICI captou quase R\$ 7 milhões via Lei Rouanet, valores que foram convertidos em projetos e ações culturais gratuitos ou a preços populares. A proposta é potencializar projetos, seja apoiando produtores ou empresas que querem investir em cultura por meio da Lei Rouanet ou patrocínio direto.

Em 2017, o ICI apoiou diretamente 22 projetos. Foram captados R\$ 1,8 milhão por meio da Lei Rouanet e R\$ 300 mil por vias diretas, o que foi decisivo para Maringá ser a segunda cidade do Paraná em captação de recursos - aproximadamente 60% dos valores vieram de ações do ICI. Já em 2018 houve queda: o valor captado foi de pouco mais de R\$ 1,5 milhão.

"O ICI tem uma relação de projetos validados pelo Ministério da Cidadania aptos a receber recursos. As empresas e pessoas físicas podem consultar essas informações e depois o ICI orienta nos processos para a efetivação do patrocínio", explica o presidente, Carlos Eduardo Peinado.

É uma oportunidade para empresas e produtores se conectarem. "Existem diferentes tipos de projetos que podem ser identificados com o DNA das empresas e, assim, todos contribuem para a construção de uma sociedade mais justa cultural e econômica", acrescenta.



// Aporte de R\$ 234 mil em 2018

Ferreirinha Aparecido da Costa, CEO da Fortgreen: "desde o primeiro dia do ano temos certa a destinação por meio do ICI"

// Também faz renúncias para o FIA

"Recomendo a destinação de parte do Imposto de Renda. É melhor e mais fácil do que mandar o dinheiro para Brasília e ficar torcendo para que esse dinheiro volte", diz Cezar Couto, da Lowçucar

VISIBILIDADE DE MARCA

Para as empresas que apoiam projetos culturais da cidade, os benefícios são muitos. A começar pela possibilidade de transformar recursos da renúncia fiscal em marketing cultural, pois os apoiadores ganham visibilidade da marca. A contribuição também tem impacto na filosofia empresarial, uma vez que o marketing cultural e a responsabilidade social aproximam o público das empresas, gerando simpatia e credibilidade.

E há o impacto socioeconômico, pois os recursos que são utilizados por produtores culturais em projetos locais envolvem artistas, cenário e outros profissionais. Há também o incentivo às aulas de teatro, música, dança e outras atividades artísticas desenvolvidas no contraturno escolar e que contribuem para a socialização de crianças e adolescentes.

Do outro lado, a Lei de Incentivo à Cultura permite a remuneração e a movimentação de uma cadeia de profissionais que fazem parte da execução desses projetos. "Esses recursos dão a possibilidade aos artistas e produtores de atingirem uma qualidade superior na entrega do produto cultural", ressalta Peinado.

Em 2018, as ações apoiadas pelo ICI impactaram mais de cem mil pessoas. "A maioria das ações foi oferecida de forma gratuita", conta o presidente do ICI.

PRIVILÉGIO

A Fortgreen, empresa de fertilizantes, bioestimulantes e adjuvantes, atua em território brasileiro, Paraguai e iniciou

as vendas para a Europa. O grupo desde 2012 apoia projetos culturais de Maringá por meio da destinação de parte do Imposto de Renda: só em 2018, a Fortgreen fez aporte de R\$ 234 mil.

A empresa não paga impostos a mais, apenas exerce o direito de destinar parte deles aos projetos culturais do município. "O que define um país quanto ao desenvolvimento integral é o grau de cultura da população, desta forma, para a Fortgreen, investir em cultura é uma das melhores formas de contribuir com o desenvolvimento da nação. A empresa já gera empregos, impostos etc., mas ter também o direito de destinar parte dos impostos para incentivar a cultura é um privilégio que muitos empresários desconhecem", ressalta o CEO, Ferreira Aparecido da Costa.

Segundo ele, a destinação de recursos, por meio do ICI, tornou-se uma cultura da Fortgreen. "Desde o primeiro dia do ano temos certa a destinação do IR por meio do ICI, que é uma referência da qualidade de aplicação dos recursos, com alto grau de transparência e responsabilidade", acrescenta.

É o mesmo caminho adotado pela Lowçucar, empresa de alimentos saudáveis - adoçantes, achocolatados, gelatinas, biscoitos, bolos, chás e outros. No ano passado, a empresa destinou aproximadamente R\$ 70 mil para projetos de renúncia fiscal, sendo mais da metade para a cultura maringaense. "Essa destinação é importante para a disseminação da cultura por meio de eventos, que normalmente são gratuitos. São oportunidades para vermos,



Ivan Amorim

// Fazer o bem sem gastar nada

“Os colaboradores ficam orgulhosos de ver o nome da empresa como patrocinador e benfeitor de obras artísticas e de assistência social”, aponta Sandra Cantagalli, da Crivalli

vivenciarmos, aprendermos e refletirmos sobre a vida e relaxarmos”, afirma o diretor executivo, Cezar Couto.

Mas além de refletir na comunidade, de modo geral, a contribuição com projetos culturais beneficia a empresa e equipe. “Temos oportunizado essa vivência cultural para os colaboradores. Além disso, junto com a parceria com o ICI, recebemos o Selo Amigo da Cultura, que divulgamos institucionalmente”, ressalta.

Além da Lei de Incentivo à Cultura, a Lowçucar contribui com projetos de renúncia fiscal de outras modalidades, como o esporte, o Fundo da Infância e Adolescência (FIA), o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon) e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas). “Recomendo aos empresários que façam a destinação de par-

te do Imposto de Renda. É melhor e mais fácil do que mandar o dinheiro para Brasília e ficar torcendo para que esse dinheiro volte. Aqui podemos escolher o projeto e incentivá-lo”, acrescenta Couto.

SENSAÇÃO DE PERTENCIMENTO

Trimestralmente, a Crivalli faz repasses a projetos culturais por meio da Lei Rouanet. Em 2018, o aporte so-

mou R\$ 26 mil. Segundo a diretora, Sandra Cantagalli, a destinação do IR a projetos culturais garante mais transparência. “Esse dinheiro é investido em projetos culturais que escolhemos. Isso torna a utilização dos recursos mais transparente, pois sabemos onde os recursos são utilizados e podemos acompanhar o projeto, verificando suas ações e resultados”, afirma.

Ela ressalta que os benefícios, muitas vezes, não são diretos, mas consistentes. “Fazer a destinação às entidades locais é de uma satisfação ímpar. É fazer o bem sem gastar nada. Os colaboradores ficam orgulhosos de ver o nome da empresa como patrocinador e benfeitor de obras artísticas e de assistência social. Nos dá a sensação de pertencimento ao contexto social de cidade e região”, acrescenta Sandra.



Empresas interessadas em contribuir com projetos culturais de Maringá e região, por meio da Lei Rouanet, podem entrar em contato com o ICI pelo telefone (44) 3025-9595. Outras informações também estão disponíveis no site da entidade: institutoculturalinga.com.br

Esse alimento,
que Nutre Amizades,
é produzido aqui,
pertinho de você!

LeRoy

PREMIUM



SUPRA 40 ANOS

www.alisul.com.br

 facebook.com/suprapets

 instagram.com/suprapets

Roupa esportiva para além da academia

Praticidade e estilo de vida saudável favorecem moda fitness, que faz uso crescente de tecidos tecnológicos; moda praia acompanha tendência // por Graziela Castilho



Ivan Amorim

// Estamparia e costura terceirizados

Ester Ferdinando, da Corpo Leve: empresa que começou na sala da casa, hoje emprega várias pessoas da família, tem fábrica, três lojas e planeja e-commerce

Antes restritas às atividades físicas, as roupas esportivas e de moda praia estão nas ruas, ambiente de trabalho e até na balada. Sorte das empresas do segmento, que para se adequar às exigências dos consumidores, precisam oferecer tecnologia nos tecidos e modelagens não apenas confortáveis, mas estilosas.

Há 18 anos, quando cursava Moda, Ester Ferdinando encontrou no segmento uma oportunidade de negócio. “Fiquei motivada porque os maringaenses têm a cultura de prática esportiva e de cuidado com a saúde e porque o segmento, antes limitado a *legging* e camiseta, começava a passar por mudanças significativas ao agregar *design*, tecnologia e estilo. Seria um bom momento para apostar nesse mercado”, explica Ester.

Foi assim que, em 2001, ela iniciou as atividades da Corpo Leve na sala de casa com a máquina de costura da mãe e com a ajuda da irmã, responsável pelas finanças. “Formamos uma empresa familiar, e minha função era desenhar as peças. No começo a produção era pequena, mesmo assim criamos a marca e abrimos a primeira loja, no shopping CIC HM, onde vendíamos roupas masculinas com as quais minha mãe já trabalhava”, conta.

As peças *fitness* tiveram tão boa aceitação que após um ano a loja passou a ser exclusiva da marca Corpo Leve. Por consequência, a produção precisou ser ampliada da sala para a garagem da casa. Nesse período, o pai de Ester também se tornou sócio e assumiu a parte administrativa. Pouco depois, eles decidiram alugar uma pequena sala para

estruturar a fábrica. “Lá foi possível colocar mais máquinas e contratar uma costureira para aumentar a produção”, lembra Ester.

A pedido de clientes, os sócios decidiram revender moda praia, além de acessórios como viseiras, luvas de musculação e garrafa *squeeze*. “Incluímos biquínis e maiôs na produção, mas nosso carro-chefe é a moda *fitness* feminina”, conta Ester, citando que a marca tem peças de R\$ 39 a R\$ 119.

Atualmente, a Corpo Leve tem outras duas lojas próprias, sendo uma no shopping Avenida Center e outra na avenida Américo Belay, onde funciona a fábrica, aos fundos. O marido de Ester também passou a atuar na empresa que, para manter a equipe enxuta, com oito colaboradores na fábrica e cinco nas lojas, passou a terceirizar modelagem, estamparia e costura.

A criação continua sob responsabilidade da Ester, que avalia os resultados da coleção anterior e conversa com as vendedoras para entender os pedidos das clientes. Depois faz pesquisa de tendências e, só então, desenvolve as peças. “Também viajo duas vezes por ano para participar de eventos de moda. Nesse segmento é preciso se manter antenado”, comenta. O próximo passo será a abertura do *e-commerce*.

VERSATILIDADE

Na Alto Giro, que tem 36 anos, o maior desafio é manter a agilidade para acompanhar as inovações e as mudanças de comportamento do consumidor. O diretor de Marketing, Edson Recco Filho, cita que com a rotina apertada dos clientes, a empresa decidiu produzir peças versáteis para serem usadas em atividades físicas e em outros ambientes ou afazeres.

“Essa mudança coincidiu com o ganho de relevância das roupas *fitness* no universo da moda e com o fortalecimento dos segmentos *wellness*, que atende pessoas que buscam estilo de vida saudável. Com isso, as peças que eram feitas só com foco em atividade física precisaram ganhar mais funções para atender a necessidade do consumidor”, explica Recco Filho.

Conforto e benefícios às peças passaram a ser prioridade e, para isso, a Alto Giro agregou tecnologia, como o tecido Emaná, que trata celulite enquanto se faz atividade física. “Na última coleção também lançamos peças com Breeze, que resfria o corpo em até dois graus, e o tecido UP CO2, que é biodegradável”, ressalta.

A marca conta com dez lojas próprias em vários estados, 38 representantes, dois mil pontos multimarcas e 510 colaboradores somente na fábrica. Há pouco mais de dez anos teve início o *e-commerce*. “Executamos todas as etapas do processo industrial e, assim, consegui-



Divulgação

// Tecido ajuda a resfriar o corpo

Edson Recco Filho, da Alto Giro, que tem dez lojas próprias, dois mil pontos multimarcas e 510 colaboradores na fábrica: “executamos todas as etapas do processo industrial e, assim, conseguimos manter o controle de qualidade”

mos manter o controle de qualidade. Os fundadores não imaginavam que a marca poderia atingir abrangência nacional e até internacional”.

DO SIMPLES AO SOFISTICADO

A família da Ana Rita Canassa, que é a proprietária da Taquion, também acompanhou as mudanças do segmento. A história começou em 1993, quando o pai de Ana Rita fez mestrado em Florianópolis/SC. “Nossa família foi acompanhá-lo nesse período de estudos. Quando voltamos, ele e minha mãe decidiram trazer peças de uma marca de moda praia para revender em Maringá”, conta Ana Rita.

O casal abriu uma loja em uma galeria, que não resistiu a uma crise no ano seguinte. O ponto de venda foi transferido para um quarto da casa e, mesmo assim, eles conquistaram resultados tão positivos que o fornecedor não dava mais conta de atender aos pedidos. A situação motivou a família a iniciar a própria fabricação, no final de 1994.

“Começamos a produzir moda praia e peças de natação no fundo de casa. Meu pai fazia o corte e tinha uma costureira. Minha mãe cuidava das vendas e eu e minha irmã íamos para o clube desfilar as peças”, lembra Ana Rita.



Walter Fernandes

// Tem quatro lojas

"Atuamos com e-commerce há dez anos, mas somente no ano passado investimos nesse canal, que tem crescido muito", comenta Ana Rita Canassa, da Taquion

No ano seguinte a família abriu uma loja e incluiu moda *fitness* na produção. "Precisávamos de um produto para manter as vendas no inverno, quando caía a demanda por moda praia", justifica. Nesse período o marketing de referência (boca a boca) ganhou força. "A qualidade e o mix de produtos levaram pessoas a indicar a nossa marca e, assim, fomos ganhando mercado".

Cinco anos atrás veio um período de dificuldade, o que exigiu mudanças como redução da equipe, terceirização de etapas da produção e a inclusão de representantes para venda no atacado.

Atualmente, a Taquion conta com quatro lojas de varejo em Maringá, e atende no atacado a pronta entrega no local onde também funciona a fábrica. "Atuamos com e-commerce há dez anos, mas somente no ano passado investimos nesse canal, que tem crescido muito", comemora Ana Rita, que é gestora de pessoas e de estratégia.

A Taquion também adere à tendência de tecidos tecnológicos, como proteção UVB e UVA, propriedade antibactericida que ajuda a eliminar odor, e fios High Cleo, mais resistentes ao cloro.

EXCLUSIVIDADE

Patricia Ogata Petry da Luz entrou no segmento de moda usando os maquinários que a mãe dela tinha para a pro-

dução de lingerie. "Primeiro fizemos uma peça para mim e, depois, produzimos poucas unidades para as amigas. Como a ideia surgiu de repente, não tinha recursos para investir, comprava tecido para fazer um biquíni, vendia e com o dinheiro fazia outro. Aos poucos, começamos a divulgar nas redes sociais, e observamos boa aceitação e um mercado promissor", conta Patrícia.

A produção da Logata começou há quatro anos. Além do *design*, Patrícia prioriza a qualidade ao utilizar tecidos com proteção UV, modelagens confortáveis e acabamento detalhado. Outro diferencial são os biquínis mãe e filha e kits para a família. "Temos variedades, mas se ainda assim o consumidor não encontrar o que espera, fabricamos pedidos específicos".

Com o crescimento da demanda pelas redes sociais, no ano passado a empresária decidiu abrir loja na avenida Cerro Azul e incluiu moda *fitness* no mix. A marca atende o público A e B com peças femininas, masculinas e infantis, pratica preços que variam de R\$ 129,90 a R\$ 199,90, tem e-commerce e emprega cinco pessoas. "Antes de desenvolver uma coleção, converso com os colaboradores que fazem contato direto com o consumidor, porque nem sempre o que está na moda agrada o cliente". Para continuar crescendo, a empresária planeja abrir uma segunda loja, ampliar a fábrica e focar na preferência dos clientes.



// Quer abrir segunda loja

"Não tinha recursos para investir, comprava tecido para fazer um biquíni, vendia e com o dinheiro fazia outro", lembra Patricia Ogata Petry da Luz, da Logata

Casarão

da xv

O que era bom ficou melhor ainda
Mais uma novidade da casa
mais tradicional de Maringá!



Por que não um almoço delicioso todos os dias?

A casa mais visitada de Maringá, agora aberta todos os dias no almoço, oferecendo desde os tradicionais pratos a La Carte como um **Buffet por quilo!** ✓

Exclusividade no Buffet de saladas
Com produção própria de 32 itens de Hortifrutí Orgânicos com a maior qualidade.



Av. XV de Novembro, 492 - Fone: 44 3222-6903 - Centro - Maringá - PR
casarãodaxv (baixe nosso App) / facebook:casarãodaxv

Reconhecimento a um defensor do cooperativismo de crédito

Wellington Ferreira, presidente da Sicredi União PR/SP, foi homenageado com o Prêmio Empresário do Ano // por Giovana Campanha

Fotos/Ivan Amorim



// Em setembro

Autoridades políticas e representantes das entidades promotoras do prêmio - ACIM, Sivamar, Apras e Fiep - entregam o certificado

A entrega do Prêmio Empresário do Ano para Wellington Ferreira, presidente da Sicredi União PR/SP, coroa uma trajetória de sucesso que fez da cooperativa de crédito a quarta maior do Brasil. A homenagem aconteceu em 13 de setembro, no Fashion Hall, em uma cerimônia que reuniu mil pessoas, como os deputados federais Enio Verri, Luiz Nishimori e Ricardo Barros, o prefeito Ulisses Maia, vereadores, o presidente da Ocepar, José Roberto Ricken, entre outros presidentes de entidades de classe. O prêmio é concedido anualmente pela ACIM, Sivamar, Apras e Fiep.

A cooperativa, que começou reunindo 24 produtores rurais, hoje administra mais de R\$ 3 bilhões em recursos totais e R\$ 2 bilhões em crédito, tem mais de 220 mil associados e 101 agências, número que chegará a 116 até o final do ano. Tudo isso a torna a maior do Sistema Sicredi. Ferreira preside a instituição cooperativa desde 1997 e imprimiu ao longo dos anos sua marca de contribuir com o desenvolvimento social e

levar programas sociais para milhares de pessoas.

Em seu discurso, o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, destacou que o homenageado é “um dos grandes incentivadores do cooperativismo de crédito do Brasil. Wellington é um homem empreendedor, que sempre acreditou e ajudou a colocar em prática a ideia de que o cooperativismo tem um papel transformador nas comunidades. Sua fé e seu empreendedorismo foram decisivos para superar obstáculos. Wellington assumiu uma cooperativa que hoje é a maior do Sistema Sicredi, que pulou de 22 para 1,3 mil colaboradores e subiu de nove para mais de cem agências”.

VIRTUDES DE UM LÍDER

Já o presidente do Sistema Ocepar, José Roberto Ricken, destacou as virtudes de um líder. “É aquele que ensina o que sabe, pratica o que ensina com coerência e ética, pergunta o que não sabe, demonstrando humildade, e forma outros líderes em vez de seguidores. É autêntico,



// Prêmio é sucessor do Comerciante do Ano

O Empresário do Ano de 2018, Gilmar Leal Santos, entrega o troféu para Wellington Ferreira

generoso, cooperativo e tem como maior virtude a simplicidade. Este é o Wellington”.

Em seu discurso, o prefeito Ulisses Maia destacou o “desejo sincero de Ferreira de mudar o mundo. Há mais de 30 anos ele atua pelo desenvolvimento da nossa cidade, ajudando a transformar o sistema financeiro do Brasil. É uma merecida honraria”.

Na cerimônia, o certificado do prêmio foi entregue pelos representantes das quatro entidades promotoras: Michel Felipe Soares, da ACIM; Ali Wardani, do Sivamar; Carlos Walter Martins Pedro, da Fiep; e Tarley Kotsifas, da Apras. Depois, o troféu do prêmio foi entregue pelo Empresário do Ano de 2018, Gilmar Leal Santos.

Emocionado, Ferreira agradeceu as entidades promotoras do prêmio, patrocinadores, familiares e colaboradores. “Agradeço a Deus por tudo o que fez em minha vida. Agradeço minha família, por ser inspiração. Acreditava que minha missão era deixar um mundo melhor, mas Deus corrigiu essa missão para ‘deixar pessoas

melhores’. Por isso, a Sicredi União está presente nas escolas com um programa social e tem tantas outras iniciativas. Transações financeiras se fazem pelo celular, mas transformar pessoas leva anos. Ser referência no cooperativismo de crédito nos deixa muito felizes, afinal, entre as cinco maiores cooperativas de crédito do Brasil, fomos a que mais cresceu em 2018. Defendemos a simplicidade, coerência e relevância, e todos vocês fazem parte desta construção”.

A cerimônia de entrega do prêmio teve patrocínio de BRDE, Certezza Consultoria Empresarial, Cocamar, Colégio São Francisco Xavier, Coopcana, Coopercard, Fomento Paraná, Maringá Park Shopping Center, Complexo Paraná Park, Plaenge, Saint Helena, Sancor Seguros, Sanepar-Governo do Paraná, Sicoob, Unicesumar, Unimed Maringá e Shopping Cidade.

QUEM É WELLINGTON FERREIRA?

Wellington Ferreira é formado em Administração de Empresas, com MBA em Gestão Financeira. É conselheiro da Ocepar, Sicredi Partici-

pações, Banco Cooperativo Sicredi e Sicredi Fundos Garantidores, além de ter sido conselheiro de outras entidades cooperativas. É casado com Vanessa, pai de Nathan e Leandro e avô de Eduardo e Cauã.

A escolha dele aconteceu depois de duas etapas. Na primeira fase, 26 entidades foram convidadas a indicar nomes de empresários e executivos. Depois, ele foi escolhido, por uma comissão formada por representantes de oito entidades, entre os nomes com maior número de indicações.

Segundo o regulamento, para ser indicado, é preciso ser sócio ou diretor de empresa estabelecida em Maringá cujos negócios foram expandidos no último ano, e o indicado também deve ter participação ativa na vida comunitária.

O Empresário do Ano é uma sucessão do prêmio Comerciante do Ano, criado em 1980 pelo Sivamar. Em 1998 a ACIM passou a ser co-promotora. Em 1999 o nome foi alterado e Apras e Fiep passaram a ser parceiras da premiação.

Jantar solidário

Cardápio italiano, decoração temática e uma causa nobre. Eis os ingredientes de um jantar irresistível. Em 4 de outubro acontecerá o jantar beneficente 'ACIM se ama, assim de abraça', com organização da ACIM Mulher, o conselho de mulheres empresárias e executivas da ACIM. Desta vez o tema será 'Uma noite em Veneza' e o local é o Vivaro Eventos. Durante o evento serão sorteados prêmios como diárias no Termas de Jurema, joia Bergerson, dois violões, sendo um autografado pela dupla Chitãozinho & Xororó e outro por Sérgio Reis, vale-compra de R\$ 2 mil do Maringá Park, vale-compra de R\$ 1 mil da BobStore, tela do artista Paolo Ridolfi, cestas de produtos dermatológicos, entre outros. Os recursos do jantar serão usados para a compra de materiais para a prática de karatê, como bola, corda, cone e arco para o projeto que atende mais de cem crianças e adolescentes em centros esportivos da cidade, além da Vila Olímpica e Parque do Japão.



GPTW

A ACIM foi certificada novamente com o GPTW. Isso significa que a organização recebeu, no mínimo, nota 70, de um total de cem, com uma percepção favorável da equipe. Dos 67 colaboradores, 60 responderam ao questionário da Great Place to Work (GPTW) sobre o clima organizacional. Entre os pontos destacados pela equipe estão o orgulho de dizer que se trabalha na ACIM, ambiente acolhedor, equidade no tratamento, oferta de treinamento e outras formas de crescimento profissional. A GPTW realiza esse tipo de pesquisa em mais de 60 países e publica a lista de melhores empresas para trabalhar.

Erike Almeida, Jovem Empreendedor

O CEO do grupo TecnoSpeed, Erike Almeida, receberá o prêmio Jovem Empreendedor em 8 de novembro, às 19h30, no Moinho Vermelho. Ele foi eleito em 6 de agosto por uma comissão julgadora na ACIM, que realiza o prêmio, por meio do Conselho Permanente do Jovem Empresário (Copejem). Almeida tem 40 anos, é casado com Tatiana e pai de Beatriz e Benjamim. É formado em Ciência da Computação, especialista em Engenharia de Software, com MBA em Gestão de Empresas pela FGV. Ao longo da vida profissional, quase foi a falência quatro vezes. Em 2006, ele fundou a TecnoSpeed e encontrou sucesso fornecendo tecnologia na área de documentos fiscais eletrônicos. Nos últimos quatro anos, a empresa tem registrado crescimento de mais de 30% ao ano, com atuação nacional e internacional, com mais de três mil clientes e emprega 120 pessoas. O convite para a cerimônia já está à venda e custa R\$ 100, na secretaria da ACIM. No ano passado o homenageado foi Thiago Ramalho, da Gela Boca Sorvetes.

Ivan Amorin





Associado do mês

Foi depois de uma viagem para o Guarujá, em 1997, que Paulo Agulhas Rebelo decidiu abrir uma loja da Masotti, cuja fábrica fica em Gramado/RS. “Conhecemos uma das lojas e nos apaixonamos. Abrimos em Maringá no mesmo ano, em junho. No início, a administração cabia aos meus pais, enquanto eu cursava Engenharia Civil”, conta Rebelo. Além de revender móveis de alto padrão da marca, a Masotti trabalha com complementos para o mobiliário, como colchões e peças de decoração. “Os móveis são produzidos por meio de equipamentos de alta tecnologia, mão de obra qualificada, seleção de materiais e riqueza de detalhes nos acabamentos. São produtos objetos de desejo e obedecem a critérios de sustentabilidade”, ressalta o empresário. Após mais de 20 anos, a empresa continua sendo familiar: além de Paulo, são proprietários os pais dele, Maria Antônia e Armando, e a esposa, Natacha Bordini. Em 2013, a loja mudou de endereço, para que o proprietário do imóvel, Antonio Schwabe, construísse uma sala comercial embaixo do antigo endereço, que se tornou um prédio residencial. “Em junho deste ano reabrimos a loja no local onde tudo começou há 22 anos. Estamos com novos produtos e propostas, dentre elas projetos de móveis planejados para atender a um estilo clássico e americano”, acrescenta Rebelo. O endereço é a avenida Tiradentes, 38. O telefone é (44) 3223-0533, além do WhatsApp: (44) 99754-3305.

Aconteceu na ACIM

O número de reuniões, palestras e cursos mostra que setembro foi um mês concorrido na ACIM: foram 408 eventos.

Boletos mais baratos

A ACIM disponibiliza uma ferramenta de emissão de boletos com tarifas reduzidas. Para isso, foi desenvolvido, em parceria com o Sicoob, um sistema web, com acesso pelo celular, para gerenciamento e emissão dos boletos. Para emitir até cem boletos por mês, a tarifa é de R\$ 1,99; até 300, o valor é R\$ 1,80; até 600 a tarifa é de R\$ 1,70 e acima disso, R\$ 1,64. Os clientes podem pagar o documento na empresa ou em qualquer rede bancária. O serviço pode ser contratado em www.acimboletos.com.br ou pelo 0800-6009595.



CEO da RPC

O presidente-executivo do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), Guilherme Cunha Pereira, ministrou palestra, em 9 de setembro, sobre 'Que comunicação fazer nos dias de hoje?'. Pereira destacou as mudanças digitais e comportamentais e como isso tem impactado o jornalismo. "O volume de dados da atualidade nos leva a procurar uma curadoria para auxiliar na busca correta e na percepção das notícias. A questão de qual jornalismo desejamos está diretamente ligada a qual país queremos criar. Sociedades estruturadas se constroem com pessoas". Ele também destacou que é impossível fazer jornalismo imparcial, pois cada texto reflete a personalidade e as ideias de quem o escreveu, mas reforçou que mesmo que reportagens discordam entre si, não implica que uma seja verdadeira e a outra não, apenas refletem pontos de vista diferentes. "Precisamos considerar que as pessoas são honestas, mesmo não tendo as mesmas convicções".

Walter Fernandes



Pioneiro do Programa Empreender

Pioneiro do Programa Empreender no Brasil, o consultor alemão Andreas Dohle esteve em Maringá em 24 de setembro para uma palestra na ACIM sobre 'As Câmaras de Ofício da Alemanha: história e desafios atuais'. Dohle é administrador de empresas e tem mais de 15 anos de experiência na coordenação de projetos que focam o desenvolvimento de entidades empresariais. Ele prestou consultoria em 20 países da Ásia, África e América Latina. Morando no Brasil, o consultor alemão teve atuação marcante na estruturação e implantação do Programa Empreender no país na década de 1990. O trabalho contou com a parceria da Câmara de Ofícios da Alemanha. A palestra foi gratuita. O Programa Empreender da ACIM é o maior do Brasil tanto em núcleos setoriais quanto em número de empresários participantes graças a um esforço dos empreendedores, consultores que acompanham os grupos e da própria ACIM, que incentiva e apoia as iniciativas dos núcleos. Atualmente são 66 núcleos, que concentram quase mil empresas.

Walter Fernandes



Mês da **GRATIDÃO**



Cooperar é entender que **juntos, as conquistas são ainda maiores.** Por isso, agradecemos a todos que fazem parte da nossa trajetória.

Obrigado!

20
ANOS

Sicoob Metropolitano,
a cooperação nos trouxe até aqui.

 **SICOOB**
Faça parte.

NOVOS ASSOCIADOS | SETEMBRO

A B Odontologia	(44) 99911-4058	Itiban Embalagens e Festas	(44) 3043-2364
AO Serviços	(44) 3023-2788	Kurazuchi Japanese Food	(44) 3305-5560
A2H Assessoria e Intercâmbio Esportivo	(44) 3023-2958	Leeve	(43) 3571-4730
Abba - Outlet and Bazar	(44) 3040-3336	Licite Saúde Serviços Administrativos	(44) 3354-5826
Agile Mídia Visual	(44) 99982-0050	Liderança Moto Peças	(43) 99668-7002
Akazzo Modas	(44) 3268-3394	M.M. Top English	(44) 98867-1835
Amanda Rodrigues Queiroz	(44) 98848-4860	M4 Ambiental	(44) 3346-5677
Amandita Baby Confeção Infantil	(44) 99862-6789	Make Billy	(44) 3027-8617
Amelia	(44) 3267-8538	Mantovani e Advogados Associados	(44) 3029-7047
Aracon Consultoria e Assessoria Contábil e Tributária	(44) 3034-1568	Marmoraria Brasil	(44) 3262-1992
Armazem Saúde e Vida	(44) 3305-2149	Marta Peres Martins	(44) 3222-6820
Ateliê Aline Andrade	(44) 3037-4470	Matriarca PUB	(44) 3026-3604
Ateliê dos Uniformes	(44) 3227-9571	Máxima Academia	(44) 3228-8711
Auto Mecânica Aro	(44) 3031-1499	Mercadão dos Óculos	(44) 3047-2566
Avanço Treinamentos	(43) 98817-6812	Millennium	(44) 3029-6814
Bilam Brinquedos Infláveis	(44) 99971-0415	Mith Confeções	(44) 3030-4282
Bokstore	(44) 3030-1006	Montago	(44) 3031-7429
Boutique Lola	(44) 3346-7240	Móveis Masotti	(44) 3223-0533
Bruno Acabamentos	(44) 3305-5871	Nanologia Inovação	(44) 3246-4646
Carrocel Cabanas Noite do Pijama	(44) 99923-9688	New Up School	(44) 3023-4005
Cirillo Brindes	(44) 3029-1205	Odontologia Pimenta	(44) 99967-8117
Clear Tec Limpadora de Vidros	(44) 3225-2091	Opera Studio	(44) 3268-1839
CM Assessoria em Eventos	(44) 3265-7474	Paulo Henrique Martins - Assessoria	(44) 3046-0372
Colchões Ortobom	(44) 3031-9950	Pavan Aderaldo Arquitetas Associados	(44) 99970-3701
Consórcio Caoa	(44) 99101-2852	Pericles da Silva Próteses	(44) 3268-8192
Cristiane Pinzan	(44) 99945-6495	Pirulitando	(44) 98843-2321
CRZ Enxovais	(44) 99872-9000	Ponto do Ar Condicionado	(44) 3263-6582
Damasc Home Store	(44) 3223-0220	Prisma Revestimentos	(44) 3031-9697
Daniele Dias de Melo	(44) 3026-5542	Restaurante Mistura de Sabores	(44)3040-1995
Danielle Alfieri Arquitetura e Design	(44) 99941-7666	Rezende Mega Hair	(44) 3040-3182
Depósito Zauna	(44)3228-0046	Rgk4it	(44) 3032-5411
Digimax Brasil	(44) 3013-6540	Sebastian e Valentina Boutique Infantil	(44) 99999-7881
Divita Alimentos	(44) 3346-9897	Sendo Cão	(44) 3354-5671
Ecológica	(44) 3032-1500	Sindicato dos Bancários	(44) 3227-2955
Edson de Oliveira Junior	(44) 99829-0490	Sonho Meu Festas	(44) 99985-7696
Emillia Romana Tecidos	(44) 3354-7599	Spaço 53	(44) 3227-6309
Escritório Somac	(44) 3263-8642	Spinone Cozinha Italiana Casual	(44) 3227-8188
Excellence Tur	(44) 3034-8091	Studio Chaplin Propaganda	(44) 3028-0504
Fabio da Silva Adão	(44) 98807-9006	Telas Maringá	(44) 3229-3535
Fernanda A. Petri Odonto	(44) 99718-1629	Tom Dourado	(44) 99991-5119
Francielle Hubner Teis Andrade	(44) 3024-2011	Top Face Clinic	(44) 3346-6609
Gean Rodrigo de Gois	(44) 98461-7609	Trainotti e Matsunaga	(44) 3354-1945
Global Benefícios	(44) 4009-3112	Vanessa Ferreira Cardoso	(44) 99973-9142
GNT Criativa	(44) 3346-4778	Clínica de Avaliações Psicológicas	(44) 3040-6056
Haddock	(44) 3266-1752	Vanessa Modas	(44) 99949-3570
Henrique Simão Mahl	(44) 99113-5660	Ver Bem Paraná	(44) 99757-8481
Hortifruti Granjeiro	(44) 3046-2734	Viana Fashion Rs	(44) 3268-4186
Instituto NSG	(44) 3027-5830	Vidraçaria Ametista	(44) 3029-2828
Iolanda Bergamini Arquiteta	(44) 3305-0511	Voip Equipamentos Eletrônicos	(44) 3112-3630
Isuper Telecom	(44) 3232-8777	Zahl Investimentos	(44) 3029-5243
		Zl Cimentos	



CURSOS DE OUTUBRO

14 e 15	Habilidade em negociação e fechamento de vendas
15	Modelagem de negócio utilizando a ferramenta Business Model Canvas
16 e 17	WhatsApp - estratégias de vendas
17	Vitrine - técnicas e planejamento
17 e 18	Comunicação para redes sociais
18 e 19	Mapeamento e indicadores de processos
19	Gestão financeira na prática
21 a 23	O impacto do líder nas mediações de conflito e engajamento de equipes
21 a 24	Excel completo para gestão e dashboards
21 a 24	Gerenciamento e planejamento de projetos
22 e 23	Atendimento e relacionamento com o cliente interno e externo
23 e 24	Política e análise de crédito - vendendo com segurança
23 e 24	Marketing e vendas para loja virtual
28 a 31	Oratória, a comunicação na profissão
28/10 a 1/11	Lean manufacturing - manufatura enxuta
28/10 a 8/11	Departamento Pessoal completo
29 a 31/10 a 1/11	Inteligência emocional e gestão de conflitos
29/10-28/11*	Escola de vendedores
4 a 6/11	Implementando a LGPD - Inovação do direito digital aplicado à empresa
4 e 5/11	Facebook e Instagram para negócios

(* Aulas às terças a quintas-feiras.



Labore
SAÚDE OCUPACIONAL

MELHOR CUSTO BENEFÍCIO EM:
MEDICINA E SEGURANÇA DO TRABALHO
QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO
ERGONOMIA
PERÍCIA

MARINGÁ E LABORE



UM SÓ OBJETIVO: MELHOR QUALIDADE
DE VIDA PARA A SOCIEDADE MARINGAENSE

EXERCENDO A ÉTICA E EXCELÊNCIA, PROMOVEMOS
DIARIAMENTE A CONSCIENTIZAÇÃO NAS ÁREAS DA
SAÚDE, SEGURANÇA E QUALIDADE DE VIDA NAS
EMPRESAS.

LABOREWEB.COM.BR
(44) 3029.5025



EMPRESA
PARCEIRA



CERTIFICAÇÕES
LABORE



Maringá, referência em associativismo

/ **Divanir Higino** é presidente da Cocamar Cooperativa Agroindustrial e vice-presidente para assuntos de agronegócio da ACIM

Ivan Amorim



Maringá se projeta no cenário nacional por alguns diferenciais que orgulham a população. Entre eles, o moderno planejamento urbano, a intensa arborização - com espécies floridas e que em muitas de vias da cidade se entrelaçam, formando túneis -, a imponente Catedral, os bem avaliados indicadores de qualidade de vida que a colocam entre as melhores metrópoles para se viver no país, e a sólida união de lideranças e da sociedade civil organizada em prol do bem da comunidade.

Com 420 mil habitantes, é uma das principais referências do agronegócio brasileiro e está localizada no epicentro do Mercosul, onde, por meio de sua malha aérea, se pode acessar rapidamente capitais como São Paulo e Curitiba.

Em paralelo à força do campo, com suas safras gerando bilhões de reais em movimentação econômica regional anualmente, Maringá é também uma expressão em diversas outras áreas, entre as quais o associativismo.

Poucas regiões brasileiras apresentam atividade associativista tão dinâmica, grandiosa e vibrante. A cidade concentra importantes cooperativas agropecuárias e também nos segmentos de crédito, saúde e serviços. Em sua maior parte, elas operam em sintonia, gerando benefícios mútuos, crescendo e fortalecendo o espírito

da cooperação.

Num estado onde o sistema cooperativo envolve diretamente 20% da população, fatura mais de R\$ 82 bilhões/ano (números de 2018), tem crescido em média 15,9% ao ano, investe R\$ 2 bilhões em estruturas industriais e operacionais a cada exercício e se distingue como a melhor qualidade de gestão e serviços, transparência e maior retorno aos cooperativistas, Maringá é uma de suas principais vitrines.

Frutos do empreendedorismo de visionários que, a seu tempo, conseguiram conjugar esforços e ideais pelo bem comum, as cooperativas mobilizam em Maringá milhares de pessoas, entre colaboradores e associados. É comum que o cooperado de uma entidade de produção seja atendido por uma cooperativa de crédito, o mesmo acontece quando ele e seus familiares necessitam de serviços médicos. É corriqueiro, também, que um ou mais membros de uma família trabalhe em uma cooperativa ou tenha prestado serviços a uma delas. Atualmente estão localizadas na cidade duas cooperativas agropecuárias, três de crédito, duas de saúde e dois de profissionais de trabalho. Juntas, elas propiciam 5.158 empregos diretos.

Em resumo, o cooperativismo é uma proposta moderna de desenvolvimento econômico e sustentável que se encaixa com

perfeição ao perfil de Maringá, onde o sistema encontrou terra fértil. Incentivá-lo é regular o mercado e fortalecer a economia regional, uma vez que, diferente do que se observa em uma empresa mercantil, os resultados financeiros de suas operações permanecem na comunidade, pois os cooperados são os donos.

Referência em associativismo no país, Maringá trabalha agora para ser reconhecida oficialmente como tal. Conquistar o selo de cidade que pratica e valoriza o associativismo é ascender na escala dos municípios que inovam, se diferenciam e se projetam pelas brilhantes realizações de sua gente. A cidade, sem dúvida, merece essa distinção.

Não poderíamos deixar de mencionar a importância de algumas entidades e representações como a Acim, Codem, núcleos setoriais, Observatório Social, OAB, Convention Bureau, Conselho de Segurança, universidades pública e privadas, entre outras. Um dos frutos dessa atuação harmoniosa e associativista é o Masterplan, patrocinado pela sociedade civil organizada, que revela as vocações de crescimento e desenvolvimento do município. Enfim, todos seguindo na mesma direção e contribuindo para que Maringá preserve seus níveis de qualidade de vida e continue a ser uma cidade admirada.

ACIM

A CASA DO
EMPREENDEDOR
EM MARINGÁ

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

Ano 56 nº 602 outubro/2019. **Publicação Mensal** da ACIM, 44| 30259595 - **Diretor Responsável** Rodrigo Fernandes, vice-presidente de Marketing - **Conselho Editorial** Andréa Tragueta, Cris Schneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues, Rodrigo Fernandes e Rosângela Gris - **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 - **Colaboradores** Camila Maciel, Graziela Castilho, Giovana Campanha, Lethícia Conegero e Rosângela Gris - **Revisão** Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris - **Capa** Agência Nova Inteligência - **Produção** Textual Comunicação 44| 3031-7676 - **Editoração** Andréa Tragueta - **Impressão** Gráfica Regente - ESCREVA-NOS Rua Basílio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br - **Conselho de Administração** Presidente Michel Felipe Soares - **Conselho Superior** Presidente José Carlos Valêncio, **Copejem** Presidente Thais Iwata **Acim Mulher** Presidente Cláudia Michiura - **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Jair Ferrari. Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM - A redação da Revista ACIM obedece ao acerto ortográfico da língua Portuguesa.

Contato Comercial Sueli de Andrade 44| 98822-0928

CACINOR

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS DO BRASIL

FACIAP
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ

Espalhando *raízes fortes*

Da união de cafeicultores à conquista de mercados. A história da Cocamar é feita de comprometimento com o avanço rural, desenvolvendo pessoas e levando tecnologia para a produção de mais e melhores resultados. Afinal, a responsabilidade de alimentar o mundo, começa no campo.



cocamarcooperativa



cocamar.com.br



cocamar

Cooperado e cooperativa crescem juntos



SANCOR SEGUROS

PARA CADA
NECESSIDADE
DIVERSAS
SOLUÇÕES.

Somos uma **seguradora** feita de pessoas para pessoas, e nosso **propósito** é proteger suas conquistas e sonhos.

Conte com nossas opções:

Seguros de Vida individuais e coletivos.

Seguros Patrimoniais coberturas para residências, empresas e condomínios.

Seguros Automóveis uma forma diferente de ver o seguro do seu veículo.

Seguros Rurais proteção para cultivos, equipamentos e maquinários.

Seguro Viagem para sua tranquilidade e proteção.

www.sancorseguros.com.br

 SancorSegurosBrasil  @sancorsegurosbr  /sancorsegurosbrasil