ACIM
A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

CONTRATOS ESTRATÉGICOS

Desafios na retenção de talentos, mudanças na legislação trabalhista, planejamento de equipes de longo prazo... tudo isso leva empresas a ampliar formas de contratação para além do registro em carteira

JUNHO | JULHO 2021 · Edição 618 · Ano 58

Pajolla
mídia OOH

AEROPORTO DE MARINGÁ

A PRINCIPAL PORTA DE ENTRADA PARA O SEU NEGÓCIO.

AMPLIAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DO AEROPORTO

O novo terminal de passageiros terá aproximadamente 8 mil metros², o dobro do tamanho atual.

Azul GOL LATAM AIRLINES

SEU CLIENTE PASSA AQUI

AEROPORTO

RODOVIÁRIA

TRIEDRO

ENTRE EM CONTATO E SAIBA MAIS (44) 3028-4590

O TRISTE LEGADO DA COVID NA EDUCAÇÃO

O Brasil é um dos países onde as escolas ficaram fechadas por mais tempo, devido à pandemia. E isso causará impactos profundos para o resto das vidas de crianças e adolescentes em nosso país. Se antes 1,3 milhão de pessoas em idade escolar estavam fora das salas de aula, com a pandemia os dados mostram evasão de 4 milhões de estudantes a mais, segundo relatório do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef). Isso fará com que o Brasil regrida duas décadas em formação educacional, aponta o órgão.

Enquanto que em muitos países as escolas foram as últimas a fechar e as primeiras a abrir, quando houve necessidade de restrições maiores de circulação, a nossa nação inverteu os conhecimentos científicos. Isso porque estudos apontam que o retorno às aulas pode ser feito com segurança, já que crianças e adolescentes são a faixa etária menos afetada pela doença. Nesse contexto ainda há a vacinação que em outros países atingiu, praticamente, todas as idades, enquanto que em solo nacional essa tarefa segue a passos lentos.

Crianças sem acesso à internet ou computadores foram ainda mais prejudicadas, milhares das quais estão excluídas de aulas remotas há mais de um ano. Pelos cálculos da Unicef 1,5 milhão de estudantes não frequentaram a escola remota ou presencial e 3,7 milhões que estavam matriculados não tiveram contato com as atividades escolares nem conseguiram se manter aprendendo em casa.

Os resultados serão catastróficos para esses estudantes e suas famílias. Um estudo do Prêmio Nobel de Economia, James Heckman, diz que investir no desenvolvimento de crianças na primeira infância pode ser mais eficiente no combate à desigualdade do que políticas de distribuição de renda. A baixa escolaridade vai repercutir no futuro profissional e na renda dessas pessoas. Isso sem contar que em poucos anos o mercado de trabalho verá o reflexo deste período.

Mas não é só. Se antes professores e comunidade escolar ajudavam a denunciar os maus-tratos e abusos que as crianças e adolescentes eram vítimas, sem escolas, perdeu-se essa rede de apoio. Outro grave problema é que estudantes que tinham acesso à alimentação quando frequentavam as aulas também deixaram de contar com esse apoio. É um triste legado para um país que enfrenta grandes desigualdades, e que tudo indica deve se agravar com a pandemia e com tanto tempo sem acesso à educação. É um legado incalculável que só tem vítimas.

MICHEL FELIPPE SOARES É PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ (ACIM)

ENTREVISTA

Na entrevista, o governador Ratinho Junior destaca a alta capacidade de imunizar os paranaenses contra a covid-19, mas lamenta a falta de vacinas; ele também ressalta que o Tecpar protocolou um projeto no Ministério da Saúde para a instalação de uma planta multivacinas

12

REPORTAGEM DE CAPA

Quase todos os 170 colaboradores da Elotech são contratados por registro em carteira, e os que ainda não são serão migrados, conta o sócio Marco Aurélio Andrade; mudanças na legislação trabalhista e novas necessidades levam as empresas a adotar outras formas de contratação

16

DIREITO

Com a alta acelerada do IGP-M no último ano, empresas e locatários precisaram rever e, por vezes, renegociar cláusulas de reajuste; para a advogada Kelly Cristina de Souza, a negociação pode ser feita de forma extrajudicial, seja por mediação, por conciliação ou trocas de e-mail

26

INOVAÇÃO

Para além do atendimento presencial, David Ferreira, da Holandesa, passou a oferecer multicanais de venda e fez ajustes em produtos, parceiros e até no processo de fabricação, em meio a mudanças de consumo aceleradas pela pandemia que têm levado à transformação dos negócios

52

SEU
COLABORADOR
MERECE
O MELHOR

MEDICINA E SEGURANÇA
DO TRABALHO

Labore
SAÚDE OCUPACIONAL

laboreweb.com.br | 44 3029.5025

CERTIFICAÇÕES
LABORE

O MAIOR E MAIS MODERNO COMPLEXO HOSPITALAR DO SUL DO PAÍS

- 26 andares
- 237 salas para consultórios ou clínicas
- Consultórios de 44m² até 83 m²
- Sistema médico operacional integrado ao hospital
- 150 leitos de internação
- 10 apartamentos VIPs
- 24 leitos de UTI com box individualizado e humanizado
- 10 salas cirúrgicas ultra tecnológicas
- Pronto Socorro 24 horas
- Centro de Diagnóstico completo
- Mall com 20 lojas de conveniência
- Auditório para eventos
- Sala de reuniões

TECNOLOGIA

Todos os médicos do nosso Complexo Hospitalar estarão conectados a todo momento, com informações em tempo real de seus pacientes.

PROJETO ARQUITETÔNICO

Projeto inovador visando a eficiência e a automação e evitando o cruzamentos de fluxos. UTIs com até 80% de iluminação natural, heliponto e átrio central.

HUMANIZAÇÃO

Equipe preparada e capacitada para atender casos da mais alta complexidade com sensibilidade e empatia.

Dr. Antônio Fiel Cruz Júnior - Diretor Técnico Médico - CRM-PR 14.467

UNIQUE
MEDICAL CENTER

FONE: (44) 99164-6965
@UNIQUEMEDICALCENTER

UNIQUEMEDICALCENTER.COM

AV. JOAQUIM DUARTE MOLEIRINHO, 3223
JD. ITÁLIA, MARINGÁ PR

PAGANINI
IMÓVEIS

CONTATO DE VENDAS
(44) 9 9103-4855 | 3034-9181

CAPITAL DE GIRO

DUPLICAÇÃO DA PR-317 ATÉ IGUARAÇU

A TCE Engenharia será responsável pela duplicação de 21,8 quilômetros entre Maringá e Iguaraçu, já que a empresa venceu a licitação da obra, cujo processo foi encerrado em 25 de maio - a contratação será por Regime Diferenciado de Contratação (RDC) no valor de R$ 183 milhões. A obra, que deverá ser executada em dois anos, prevê três interseções em desnível, duas passarelas, duplicação da ponte do Rio Pirapó, entre outros. Pelo trajeto circulavam, até 2020, diariamente 16 mil veículos. Para que a obra fosse executada com recursos do governo estadual, a ACIM, por meio de empresários, custeou o projeto e as readequações dele, num investimento de R$ 600 mil. O governador Ratinho Junior destacou a contribuição da Associação Comercial. “Maringá não é Maringá à toa. Tem um sistema organizado e empresários que são comprometidos com a cidade”, afirmou.

NOROESTE GARANTIAS EXPANDE PARA SP

Aliada das micro e pequenas empresas, a Noroeste Garantias acaba de chegar a São Paulo, nas regiões do ABC, Campinas e Santos. Seguindo um modelo bem-sucedido de sociedade garantidora de crédito, a entidade sem fins lucrativos avaliza operações financeiras e honra parte da dívida em caso de inadimplência. Dessa forma, por meio de uma carta garantidora, as instituições financeiras oferecem crédito com juros menores, já que correm menos riscos. Em São Paulo, a Noroeste Garantias atende nas agências do Sicoob Metropolitano e Sicoob Arenito. Mais informações pelos telefones (11) 95159-0026 (São Paulo) e (19) 98181-7624 (Campinas). No Paraná, a entidade avalizou, no ano passado, a soma recorde de R$ 85,2 milhões em mais de 1,8 mil operações no noroeste do Paraná.

MARINGAENSES NO ‘FINANCIAL TIMES’

O Financial Times, um dos mais conceituados diários de economia do mundo, divulgou, em abril, o ranking das 500 empresas que mais crescem nas Américas. Na lista aparecem 30 empresas brasileiras, sendo duas maringaenses: Grupo DB1 e Buysoft - que também apareceram no ranking do ano passado. Neste ano as duas ficaram à frente de gigantes globais, como Netflix e AirBnb, que ocuparam a posição 391 e 401, respectivamente.

O Grupo DB1 ocupa a posição 320 no ranking 2021 do Financial Times. No ano passado a empresa faturou R$ 79,5 milhões, com crescimento de 23% em relação ao ano anterior. Já a Buysoft ocupa a posição 369 no ranking, encerrando 2020 com R$ 43,6 milhões de faturamento, 15,8% de acréscimo em relação a 2019. As empresas de tecnologia representam 28% da ranking de 2021.

MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR

Pelo terceiro ano consecutivo foi realizado o Destaque GPTW e ACIM 2020, que certificou 36 empresas filiadas à Associação Comercial como melhores para trabalhar, divididas em quatro categorias, de acordo com o número de colaboradores: de 5 a 29 funcionários; de 30 a 99; de 100 a 999; e acima de mil. A divulgação dos ganhadores foi em 27 de maio, com cerimônia transmitida pelo YouTube da GPTW. Para receber o selo foi preciso aplicar uma pesquisa de clima organizacional GPTW com os colaboradores e obter nota mínima de 70. A certificação tem a parceria do GPTW, ACIM e Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH-PR Noroeste).

Foram premiadas as seguintes empresas: Accion Sistemas, ACIM, Administradora de Consórcio Sicoob Paraná, Aldo Componentes Eletrônicos, Alumínio Perfileve, Aquário, Cafisso Contabilidade, Casa do Soldador, Ciaseg, Cocamar, DB1 Group, Digimax Brasil, Elotech Gestão Pública, Federiche Mincache Advogados, Gela Boca, Getcard Pagamentos Digitais, Grupo Ponto A Ponto, Grupo Tecnospeed, Imobiliária Silvio Iwata, Lowçucar, Maringá Park, Moreira Suzuki Advogados, Nação Digital, NR Work Segurança e Medicina do Trabalho, Patrimonium Monitoramento 24 Horas, Rgk4it, Rivesa, Santa Alice Loteamentos, SGA Petro Sistemas, SG Sistemas, Sicoob Central Unicoob, Sicoob Metropolitano, Techall Tecnologia em Rastreamento de Veículos, Trianon Consultoria Empresarial, Unicoob Corretora de Seguros e VG Educacional.

Já estão abertas as inscrições para o Destaque 2021, até 11 de dezembro, e todas as companhias certificadas poderão participar de outros rankings da GPTW.

NOVA SEDE FUTURÍSTICA

Com mais de 1,6 mil metros quadrados e investimento de R$ 15 milhões, a DB1 inaugurou sede própria com capacidade para 380 colaboradores simultâneos e 15 salas de reuniões. A sede, que fica no edifício Le Monde, foi inaugurada em 13 de maio, conta com espaços colaborativos que integram pessoas remotas e presenciais na mesma sala, cápsulas individuais para reuniões, espaços de ideação, estúdios e um sistema de inteligência artificial para a gestão do espaço. Há reconhecimento facial para a abertura de portas, catracas livres de toque para a entrada e sistema de renovação de ar que garante a troca e a filtragem com o foco em diminuir os riscos de doenças. Entre as inovações está o Tinbot, primeiro robô brasileiro interativo que reúne Inteligência Artificial, Cognição e IoT (Internet of Things) – que recepciona, cumprimenta e interage com quem entra na sede. Também há data center com sistema de nobreak e gerador que, juntos, funcionam para que não falte energia. A empresa tem sede em Maringá e cinco bases operacionais no Brasil, Argentina e Estados Unidos.

AJUDA NA RETOMADA ECONÔMICA

O Sebrae/PR lançou o programa Recupere, estruturado a partir das principais 'dores' das micro e pequenas empresas e com foco na preparação para a retomada econômica. A iniciativa é gratuita e envolve consultorias individuais e conteúdos teóricos e práticos, realizados de forma online. Entre as temáticas que serão abordadas estão planejamento financeiro, remodelagem de negócios, marketing digital, protocolos de biossegurança, acesso ao crédito, desenvolvimento pessoal e aspectos jurídicos como leis, direitos e deveres do empresário no cenário de crise. O cronograma tem programações distintas de acordo com segmentos empresariais, englobando hotelaria, bares e restaurantes; eventos; academias; artesanato; economia criativa; escolas particulares; transporte escolar; beleza e estética; bem como MPE em geral. O Recupere disponibilizará 30 mil horas de consultorias, 1.690 horas de conteúdos, cinco jornadas, webséries e oportunidade de networking. Para participar, os interessados devem entrar em contato com o Sebrae pelo telefone 0800 5700800 ou acessar o www.sebraepr.com.br/recupere/

Atendimento integrado para um DIAGNÓSTICO PRECISO E RÁPIDO.

Cardio STROKE

Bom Samaritano

Seu problema detectado e solucionado na hora.

Unidade especializada em pacientes com risco de infarto, AVC e trombose vascular.

Responsável Técnico: Dr. Sanderland Gurgel CRM - PR 17643

Ligue: 44 3032-1818

Av. Curitiba, Zona 4

ENTREVISTA

Quem é?
Ratinho Junior

O que faz?
Político, empresário
e comunicador

É destaque por?
Governar o Paraná

por Rosângela Gris

VACINAS, PEDÁGIO E AULAS

Até o final de maio o Paraná havia aplicado 3,4 milhões de doses de vacina contra a covid-19. Foram 2,3 milhões de primeiras doses, o equivalente a cerca de 50% dos prioritários e a 23% da população, e 1,1 milhão de segundas doses. Índices muito abaixo do esperado pelos paranaenses e até mesmo pelo governador Ratinho Junior.

"Nossa estimativa era vacinar o grupo prioritário, estimado em cerca de 4,8 milhões de pessoas, até o meio do ano. Mas, para isso, precisamos de vacinas", lamentou o governador, acrescentando que o estado tem expertise em vacinar rapidamente a população tão logo os imunizantes estejam disponíveis.

Enquanto a vacina não chega para todos, a gestão da saúde continua sendo um desafio árduo e diário. "A luta contra o vírus é duríssima", afirmou Ratinho Junior que, no final de maio, endureceu as medidas restritivas na tentativa de frear o avanço da doença. Na entrevista, ele fala sobre este assunto, investimentos e contratos de pedágio:

O PARANÁ, A EXEMPLO DE OUTROS ESTADOS, VIVEU RECENTEMENTE UM COLAPSO NA SAÚDE DEVIDO A ESCALADA DOS CASOS DE COVID E MORTES. DE QUE FORMA O ESTADO TRABALHA PARA NÃO REVIVER ESTE COLAPSO?

A gestão da saúde é um desafio diário. Tivemos um trabalho efetivo de testagem, ampliando a possibilidade de bloqueio e rastreio de casos. Além disso, abrimos mais de 1,9 mil leitos de UTI e 2,8 mil de enfermaria. Em 30 anos, o Paraná tinha 1,2 mil leitos de UTI. Ou seja, mais que dobramos a estrutura na pandemia, apenas para pacientes com covid-19. Não optamos por hospitais de campanha, porque nossa estratégia foi investir em hospitais de concreto, agilizando obras de três hospitais regionais. Firmamos parcerias com os hospitais privados e filantrópicos, custeando leitos e estruturas. Mesmo assim pessoas adoeceram e morreram. Nos solidarizamos com cada família, com cada paranaense que perdeu a vida.

MEDIDAS MAIS RESTRITIVAS PODEM SER NOVAMENTE ADOTADAS?

Todos os dias os números e os cenários epidemiológico e de estrutura de leitos são avaliados pela equipe da saúde. O estado fez medidas restritivas, que geram efeitos em todas as regiões. E por vezes as regiões têm cenários diferentes, e não podem ser tão penalizadas quanto as outras. Da mesma forma, municípios têm feitos decretos pontuais em conformidade com a sua realidade. O importante é a colaboração de todos.

É GRANDE A EXPECTATIVA PELA IMUNIZAÇÃO DE TODOS OS PARANAENSES CONTRA A COVID-19. COMO ESTÁ O CRONOGRAMA DE VACINA?

Conseguimos fechar a vacinação dos idosos, avançamos na imunização de pessoas com comorbidades, puérperas, gestantes e pessoas com deficiências, e iniciamos os trabalhadores da educação. Temos expertise e capacidade para vacinar rapidamente nas 1.850 salas de vacinação. Precisamos apenas das doses. O que deu certo também é a vacinação de domingo a domingo.

ESCOLAS ESTADUAIS ESTÃO RETOMANDO AS AULAS PRESENCIAIS E AS UNIVERSIDADES ESTADUAIS AINDA ESTÃO SEM PREVISÃO DE RETORNO. SERÁ POSSÍVEL RECUPERAR O PREJUÍZO EDUCACIONAL DESTES ALUNOS?

Centenas de alunos da rede estadual estão voltando gradativamente às aulas presenciais. Foi adotado o modelo híbrido de ensino, em que parte dos alunos participa das aulas presencialmente, em sala, enquanto os demais acompanham remotamente, vendo as aulas ao vivo. Os espaços estão equipados com computadores e internet, possibilitando que os professores interajam com os dois grupos. Iniciamos essa volta com cerca de 10% das escolas para acompanharmos o cumprimento dos protocolos indicados pela Secretaria de Estado da Saúde. Na medida em que observarmos a segurança desse grupo, ampliaremos o retorno até chegar a 100% da rede. Os alunos que optarem por não ir às aulas presencialmente continuarão no ensino remoto. Atualmente, podemos dizer que todos os professores são formados em tecnologia, e essa formação acontece de duas formas. Primeiro, a partir de lives e treinamentos das turmas e dos Núcleos Regionais de Educação. E também por meio do programa Formadores em Ação, que são cursos ministrados pelos próprios professores. Selecionamos esses docentes por meio de prova e vídeo, em que avaliamos a capacidade de interagir com os colegas. No Paraná são mais de mil nesta condição, que ajudam a formar mais de 20 mil profissionais da rede estadual. Com relação ao ensino superior, as atividades práticas estão ocorrendo presencialmente em praticamente todos os cursos das universidades estaduais. Isso tem sido uma espécie de projeto-piloto. Quanto ao retorno pleno é preciso ter cautela porque os alunos residem em diferentes cidades do Paraná e até fora. Precisam organizar suas vidas com contratos de aluguel, mudança de cidades etc. Não podemos retornar e logo em seguida voltar a suspender. De todo modo o assunto vem sendo discutido.

O GOVERNO ESTUDA NOVO INCENTIVO PARA A CRIAÇÃO DE EMPREGOS E RECUPERAÇÃO DE NEGÓCIOS?

Apesar dos problemas pontuais em alguns setores, há confiança dos empresários na retomada da economia no Paraná. Há um bom ambiente de negócios e estamos estimulando o mercado com pacotes econômicos e investimentos públicos. A geração de empregos no Paraná tem sido destaque nacional. O estado encerrou o primeiro trimestre com 78.484 novas carteiras assinadas, quarto maior saldo de contratações do país. O resultado é o melhor do estado para o período desde 2004.

"O TECPAR PROTOCOLOU NO MINISTÉRIO DA SAÚDE UM PROJETO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UMA PLANTA MULTIVACINAS PARA ATENDER O PROGRAMA NACIONAL DE IMUNIZAÇÕES (PNI). A IMPLANTAÇÃO PODERÁ SER VIABILIZADA PELO MINISTÉRIO DA SAÚDE"

O PROJETO DE LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS (LDO) DE 2022, ENVIADO À ALEP, PREVÊ DEFICIT DE R$ 4,3 BILHÕES. COMO EQUILIBRAR AS CONTAS E REDUZIR OS IMPACTOS DESTES GASTOS?

O cenário econômico brasileiro continua bastante volátil. A LDO foi elaborada com base em um cenário baseado nos números de 2020 e com as previsões do mercado para a economia, tendo em vista os reflexos da pandemia sobre a atividade econômica e o aumento de despesas com saúde e assistência social. No primeiro quadrimestre, porém, a arrecadação de ICMS, IPVA e ITCMD vem apresentando resultados ligeiramente acima do previsto na LDO de 2021, o que diminui a necessidade de suplementação de despesas. Assim, estamos monitorando o cenário até a data de elaboração da LDO de 2022, que precisa ser encaminhada ao Legislativo em setembro, para ver se a previsão de deficit se mantém.

QUAL MODELO DE CONCESSÃO O GOVERNO ENTENDE SER O MAIS ADEQUADO PARA ATENDER AS REIVINDICAÇÕES DOS PARANAENSES NO QUE DIZ RESPEITO A TARIFAS DE PEDÁGIO JUSTAS E RODOVIAS DE QUALIDADE?

Recentemente estive em Brasília e lá defendi a necessidade da implementação de um modelo de pedágio que respeite o anseio da sociedade pela menor tarifa, sem outorga. O governo federal deve fazer mudanças e apresentar uma nova proposta. Reforçamos o desejo dos paranaenses por uma tarifa mais baixa, com a execução de obras e que o leilão ocorra na Bolsa de Valores de São Paulo, com a maior transparência possível.

EM RELAÇÃO À DUPLICAÇÃO DA PR-323, HÁ PREVISÃO DE LICITAÇÃO DE NOVO TRECHO?

Além do trecho entre Doutor Camargo e o Rio Ivaí, está em andamento a duplicação em Umuarama, do trevo Gauchão até o entroncamento com a PR-468, e foi assinado contrato recentemente para implantação de terceiras faixas nos segmentos críticos entre Doutor Camargo e Iporã. As três obram totalizam um investimento de R$ 163 milhões. A nova concessão de pedágio prevê a duplicação entre Doutor Camargo e Iporã, e faixas adicionais entre Iporã e Guaíra. É preciso aguardar a conclusão desses procedimentos para saber o que será contemplado antes de avançar no planejamento para a rodovia.

SOBRE A DUPLICAÇÃO DA PR-317, ENTRE MARINGÁ E IGUARAÇU, CUJO ANTEPROJETO FOI DOADO PELA ACIM, QUANDO DEVE COMEÇAR A OBRA?

A licitação segue os prazos previstos em legislação, e há um período necessário para a empresa organizar os documentos para a assinatura de contrato, mas a perspectiva é começar a obra ainda este ano ou no início do ano que vem.

E O TREVO CATUAÍ, NA SAÍDA DE MARINGÁ PARA PARANAVAÍ, HÁ PREVISÃO DE QUANDO O PROJETO DEVE SAIR DO PAPEL?

A prefeitura de Maringá providenciou um novo projeto para a execução de interseção em desnível no Trevo do Catuaí, que será analisado pelo DER/PR. Uma vez aprovado, iniciam-se os trâmites para licitar a obra.

AS OBRAS DO HOSPITAL DA CRIANÇA ESTÃO PRATICAMENTE CONCLUÍDAS, MAS FALTAM OS EQUIPAMENTOS. COMO ESTÁ ESSE PROCESSO?

O estado aportou recursos para a continuidade da obra. Foram mais de R$ 125 milhões, o que vai auxiliar também nos equipamentos. O estado vem ajudando, mas precisamos conciliar com algum tipo de financiamento federal para assegurar o pleno funcionamento da estrutura. Estamos dialogando neste sentido.

PRETENDE TENTAR A REELEIÇÃO EM 2022?

Estou focado em trabalhar pelo Paraná, pôr em prática o projeto que construímos. Ainda é cedo para falar sobre eleições, mas se for da vontade do povo paranaense, estou disposto a continuar no comando do Estado.

NOVA VERSÃO DO APP

Baixe o app, conheça e use todas as novidades:

Registro Eletrônico de Saúde – RES

Agora você pode liberar o acesso ao seu histórico clínico e melhorar o atendimento médico com base no seu perfil. E ainda acessar os Resultado de Exames de onde estiver.

ANDROID APP ON Google play

Available on the iPhone App Store

Unimed Maringá

House In House

ANS - n.º 3731254

REPORTAGEM DE CAPA

COM QUE CONTRATO?

Mudanças na legislação trabalhista e novas necessidades levam empresas a ampliar formas de contratação de colaboradores para além do registro em carteira, o que inclui até a sociedade no negócio

por Rosângela Gris

O sucesso de uma empresa depende, em boa parte, da mão de obra. Como a rotatividade e os altos encargos tributários, trabalhistas e previdenciários - que acompanham alguns regimes de contratação - pesam na conta, empresas procuram alternativas aos modelos regulamentados pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

A aprovação da Reforma Trabalhista - Lei nº 13.467/2017 - instituiu modelos de contrato de trabalho e flexibilizou as relações entre empresa e funcionários, permitindo a negociação entre eles, sem que haja prejuízo ao trabalhador. “A reforma da CLT flexibilizou pontos importantes e regulamentou situações como o teletrabalho, o trabalho intermitente e o contrato temporário por mais de três meses,” comenta o advogado Guilherme Souza, do Escritório GSouza Advocacia, especialista em Direito Empresarial.

Ele explica, por exemplo, que há diferença entre home office e teletrabalho, frequentemente usados como sinônimos. O primeiro caracteriza-se pela transferência temporária do local de trabalho. Neste caso, a jornada em casa não tem diferença da realizada na empresa, assim, não há necessidade de formalização ou alteração do contrato. Já o segundo, por se tratar de uma condição permanente, exige contrato aditivo formalizado.

“Muitas empresas adotaram o home office devido à pandemia e, neste caso, podem controlar a jornada e, quando necessário, exigir o retorno imediato do funcionário para o presencial. Já o teletrabalho foi regulamentado pela Reforma Trabalhista e tem as condições detalhadas em contrato aditivo. Não há horas extras nem controle da jornada. Também não é possível exigir que o colaborador passe a cumprir a jornada na empresa a qualquer momento. Para mudar esta condição, há prazo mínimo de 15 dias”, exemplifica.

Para as empresas que, satisfeitas com o resultado do home office, estudam manter o colaborador trabalhando em casa, o advogado alerta para a necessidade de negociação e ajustes no contrato de trabalho para evitar passivos trabalhistas.

De forma geral, os passivos ainda levam empresas ao fechamento. Para evitar essa problemática, há opções permitidas em lei, entre elas a terceirização e a ‘pejotização’, termo usado para abertura de empresas para mascarar o vínculo empregatício. Neste caso, o serviço é feito de empresa para empresa, com a emissão de notas, mas a subordinação entre colaborador e empresa continua.

COLABORADOR E SÓCIO

Outro ponto importante na hora de contratar é levar em consideração a cultura organizacional, pretensões e momento da empresa. Dependendo da situação, Souza atenta para o uso de novos mecanismos societários, com destaque para o partnership, por meio do qual oferta-se cotas da empresa aos colaborado-

GUILHERME SOUZA, DA GSOUZA ADVOCACIA: "EMPRESAS QUE ADOTARAM O HOME OFFICE DEVIDO À PANDEMIA PODEM CONTROLAR A JORNADA E, QUANDO NECESSÁRIO, EXIGIR O RETORNO IMEDIATO DO FUNCIONÁRIO PARA O PRESENCIAL"

res para viabilizar o crescimento do negócio.

"O termo partnership significa parceria e é utilizado pelas empresas para reter talentos sob a promessa de crescimento em conjunto. Nesse modelo, o colaborador se torna sócio e participa dos lucros, assim, não há encargos trabalhistas sobre a folha de pagamento. A forma de remuneração, fixa e variável ou somente variável, é decidida entre as partes", explica o advogado.

Quando devidamente assessorados, esses institutos jurídicos são vantajosos, e não apenas para empresas de grande porte. Trata-se de tecnologia jurídica disponível para empresas de todos os tamanhos, desde que não seja usada para fraudar os direitos trabalhistas.

"Tudo se inicia com o alinhamento de propósitos, valores e cultura. As partes negociam as metas que deverão ser cumpridas pelo colaborador, que podem ser um objetivo de crescimento ou período de trabalho, e quantas cotas serão compradas por um preço pré-determinado após o cumprimento dessas metas, sendo esse acordo feito em contrato, como o vesting e stock options".

O vesting estabelece o direito do colaborador comprar partes pré-determinadas da empresa após decorrido o período ou as condições estabelecidas. O contrato social precisa ser preparado para que a venda dos direitos não comprometa o andamento da empresa nem a administração da sociedade.

O advogado indica ainda cláusulas e documentos complementares para uma segurança maior para a empresa, como prazo de carência, acordo de cotistasv para firmar o que se espera do novo sócio e regras de saída, caso a sociedade não dê certo, quando é possível estabelecer a recompra das quotas pelo valor da emissão.

Já o stock options é direcionado para empresas maiores que querem reter colaboradores-chaves. "Neste modelo é possível direcionar um plano de opção de compra das ações por valores menores dos praticados no mercado, atribuindo vantagem ao colaborador, que passa a investir na própria empresa".

HOME OFFICE TEMPORÁRIO

Salas com mesas distantes e restrição de circulação de pessoas. Este é o retrato de muitos ambientes de trabalho desde o início da pandemia, quando milhares de empresas tiveram como única alternativa a adesão ao home office para manter a produtividade. A Ferrari Zagatto, empresa que atua como distribuidora de insumos agrícolas e comercialização de grãos, é uma delas.

Até março do ano passado os 245 colaboradores batiam cartão diariamente nos escritórios das 17 filiais espalhadas pelas regiões noroeste e centro-oeste do Paraná. Mas aí vieram as restrições impostas pelos decretos municipais para conter o avanço de transmissão do coronavírus e o jeito foi se adequar.

"Por causa da pandemia, a Ferrari Zagatto optou por seguir a MP 927/2020, pensando na saúde dos colaboradores. Trabalhamos durante 2020 com cerca de 70% do quadro de efetivos em casa. Este ano mantemos esta política como forma de proteger os colaboradores", explica o administrador, Sérgio Antônio Andreussi.

SÉRGIO ANTÔNIO ANDREUSSI, DA FERRARI ZAGATTO: 70% DOS COLABORADORES CONTINUAM TRABALHANDO EM CASA, MAS INTENÇÃO É QUE ELES VOLTEM PARA OS ESCRITÓRIOS ASSIM QUE POSSÍVEL

Sem experiência prévia com home office, a empresa fundada em 1988 precisou se adaptar e modernizar. Segundo o administrador, foi preciso criar ferramentas para estar próximo dos colaboradores e gerenciar a distância a equipe. O maior suporte, é claro, veio da tecnologia.

Superado o período de adaptação, Andreussi avalia positivamente a experiência, tanto no que diz respeito a interação entre a equipe como a produtividade. O sucesso é atribuído a uma comunicação clara e alinhada, facilitada pelo uso de ferramentas de bate-papo interno. "Felizmente todos se adaptaram às tecnologias. Aprendemos a realizar reuniões online, que são mantidas mesmo pelos colaboradores que estão presenciais, por serem mais rápidas, dinâmicas e seguras frente ao enfrentamento da covid-19".

O processo de transferência do ambiente de trabalho para o lar dos colaboradores teve acompanhamento do setor jurídico e de escritório de advocacia trabalhista para evitar passivos. E apesar dos bons resultados, o home office é temporário. A intenção é que os colaboradores voltem a bater ponto na empresa assim que possível.

"A Ferrari Zagatto trabalha com o modelo CLT desde o início. Foi assertivo para as demandas naquele momento e continua sendo. Seguimos a legislação trabalhista, que evoluiu, no entanto, tem espaço para ser modernizada. Nosso desafio é colaborar com os profissionais no sentido de tornarem-se mais autônomos e empreendedores", conclui.

REGIME CELETISTA

Na Elotech, o regime CLT predomina e em breve deve ser o único. Atualmente alguns dos cerca de 170 colaboradores são contratados pelo modelo de Pessoa Jurídica (PJ), mas a intenção da empresa de tecnologia da informação é migrar todos para o regime celetista. “Estamos migrando por segurança jurídica”, justifica Marco Aurélio Castaldo Andrade, líder de desenvolvimento e sócio-diretor da Elotech Gestão Pública, acrescentando que a empresa segue rigorosamente as normas previstas na CLT para evitar passivos trabalhistas.

Isso não significa que a Elotech está fechada para inovações sobre formas de trabalho e organização da equipe. Pelo contrário. No ano passado aderiu ao home office e mantém um modelo híbrido permitindo que parte da jornada seja cumprida presencialmente e a outra em casa.

“Na época enviamos todos para o home office e adotamos o modelo híbrido. Hoje os colaboradores podem escolher entre o híbrido ou 100% home office, de acordo com a vontade e a disponibilidade da vaga”, explica Andrade.

Diante do cenário ainda de restrições, 80% dos colaboradores trabalham em casa. Os que estão presencialmente são basicamente das áreas de recursos humanos e administrativo. Os técnicos da área de suporte ao cliente se revezam, alternando trabalho presencial e home office. Já os desenvolvedores vão à empresa esporadicamente. “A equipe de desenvolvedores adaptou-se ao modelo remoto e tem preferido esse formato”, diz o líder.

Essa adaptação foi facilitada pelos investimentos feitos pela Elotech, que incluíram a aquisição de mobiliários e equipamentos para o home office e inovações em processos, como a assinatura digital para envio de documentos. Outra preocupação foi fazer a adequação nos contratos de trabalho.

O resultado do home office é avaliado positivamente, mas houve desafios. Em um primeiro momento, a produtividade aumentou, mas estabilizou após cinco meses. Segundo Andrade, os colaboradores seniores tiveram mais facilidade do que os juniores em fazer a gestão do tempo longe dos olhos dos gestores. “O desafio para nossas lideranças foi encontrar maneiras de manter os times engajados e conectados”.

E logo outros desafios virão. O líder de desenvolvimento prevê mais autonomia do profissional para direcionar a carreira. “A empresa terá que se reinventar de tempos em tempos para tornar-se atraente aos melhores e oferecer as condições ideais para o desenvolvimento. Se antes a empresa pagava um salário em troca da mão de obra, agora deverá oferecer vantagens como a rápida evolução profissional”.

NA ELOTECH POUCOS COLABORADORES DE UM TOTAL DE 170 SÃO CONTRATADOS COMO PRESTADORES DE SERVIÇO, MAS EMPRESA VAI MIGRAR PARA O REGIME CELETISTA, PARA SEGURANÇA JURÍDICA, EXPLICA O SÓCIO MARCO AURÉLIO ANDRADE

CRESCENDO JUNTOS

Na SVN Investimentos, os assessores de investimentos ocupam posição de donos do negócio, já que o modelo de negócio é pelo regime de sócio cotista. A escolha atende a uma previsão legal. “Por legislação específica, os assessores só podem atuar sendo sócios de um escritório do gênero, que deve estar vinculado a uma corretora, e no nosso caso é a XP”, explica o diretor de Capital Humano, João Paulo Silva Jr.

Há 14 anos no mercado, a SVN Investimentos conta com 265 colaboradores, atuando na sede em Maringá e nos escritórios em São Paulo, Londrina, Curitiba, Cascavel, Foz do Iguaçu, Goiânia e Campo Grande. O crescimento é impulsionado pelo modelo de sociedade e consequente engajamento dos colaboradores.

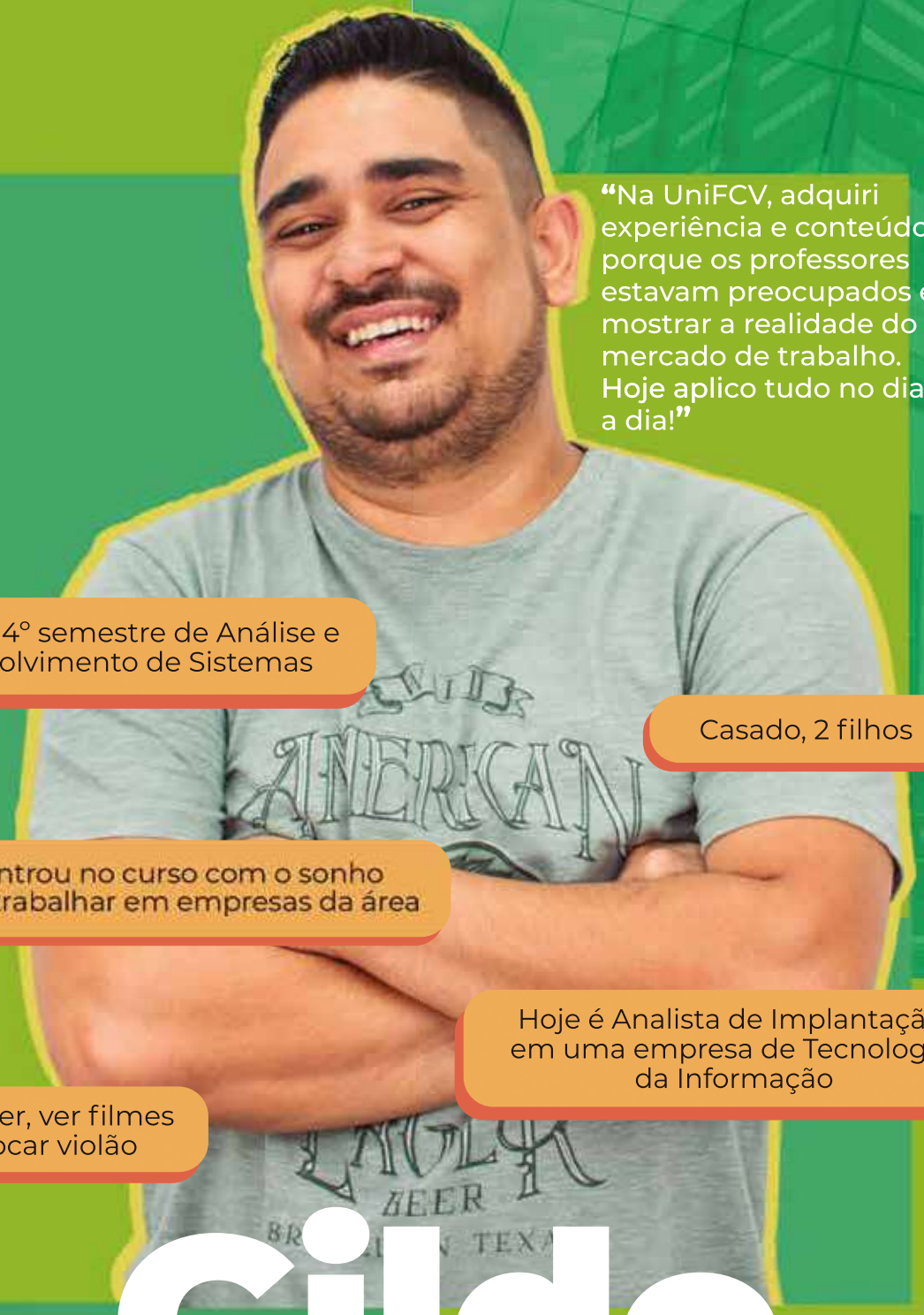
“Um dos maiores desafios de qualquer organização é a retenção de talentos. O partnership é uma forma de ampliar o nível de comprometimento com a organização, afinal dá a possibilidade de se tornar um empreendedor e crescer sem os limites que o salário CLT implica”, justifica o diretor.

O ingresso na empresa se dá com uma participação pequena. Do contrário, o investimento financeiro poderia ser uma barreira. Com o tempo, abre-se a possibilidade de compra de cotas adicionais. E com a vantagem de compra por um valuation interno para precificar as cotas. Ou seja, por valor inferior ao de mercado. “Isso indica que a empresa tem como propósito que as pessoas cresçam junto. Afinal, os sócios principais vendem sua participação a preços inferiores que receberiam do mercado”, diz o diretor.

“O PARTNERSHIP É UMA FORMA DE AMPLIAR O NÍVEL DE COMPROMETIMENTO, AFINAL DÁ A POSSIBILIDADE DE SE TORNAR UM EMPREENDEDOR E CRESCER SEM OS LIMITES QUE O SALÁRIO CLT IMPLICA”, DIZ JOÃO PAULO SILVA JR., DA SVN INVESTIMENTOS

Os critérios do partnership são definidos pela empresa e devem possibilitar o acesso de todos os colaboradores. Outro requisito é que sejam eficientes para não comprometer a sociedade com a entrada de pessoas que não compartilhem dos propósitos. “Um ‘inchaço’ pode se traduzir em dificuldades de gestão e falta de comprometimento, indo no caminho contrário do esperado. O acordo de sócios deve ser claro e cuidadoso, mas permitir critérios subjetivos aceitáveis e aplicáveis”, alerta.

O diretor enaltece o modelo, mas alerta para a limitação do perfil profissional. “Há quem prefira a falsa segurança que um contrato CLT traz. Digo falsa porque a decisão de manter ou não alguém é da empresa. Em qualquer momento essa relação de trabalho pode terminar. No modelo de sociedade isso não segue a mesma lógica. A decisão é muito mais do profissional. Esse ganho sobre a direção dos próprios rumos é excepcional”, conclui o diretor.



"Na UniFCV, adquiri experiência e conteúdo porque os professores estavam preocupados em mostrar a realidade do mercado de trabalho. Hoje aplico tudo no dia a dia!"

Aluno do 4° semestre de Análise e Desenvolvimento de Sistemas

Casado, 2 filhos

Entrou no curso com o sonho de trabalhar em empresas da área

Hoje é Analista de Implantação em uma empresa de Tecnologia da Informação

Ama ler, ver filmes e tocar violão

Gildo Junior

Gildo transformou sua realidade e hoje transforma o mundo ao seu redor

Seja UniFCV e transforme o seu futuro!

UniFCV
Centro Universitário Cidade Verde

DIVERSIDADE E IGUALDADE

Entre os mais de 1,5 mil colaboradores da Sicredi União PR/SP há jovens aprendizes, estagiários, terceirizados, celetistas e estatutários. Cada modelo de contratação atende às particularidades do cargo ocupado e de acordo com a possibilidade da legislação trabalhista.

Os jovens aprendizes e estagiários representam 2% do quadro de colaboradores. Eles ocupam os cargos iniciais, estão entrando no mercado de trabalho em busca de experiência e desenvolvimento profissional.

Maioria, os celetistas somam 84% e estão espalhados pela cooperativa ocupando cargos intermediários, que requerem experiência anterior, conhecimento técnico e formação acadêmica.

SICREDI UNIÃO PR/SP ADOTA DIVERSOS MODELOS DE CONTRATAÇÃO: JOVENS APRENDIZES, REGISTRO EM CARTEIRA, ESTATUTÁRIOS E TERCEIRIZADOS: O TRATAMENTO E O RESPEITO SÃO OS MESMOS, SEM DISTINÇÃO, CONTA O GERENTE JULIO TRINDADE

Por outro lado, os estatutários são minoria, menos de 1%. O seleto grupo é formado por membros da diretoria e conselhos que têm poder de decisão nas estratégias. “Desde a fundação, a cooperativa adota o regime estatutário para os cargos de mais responsabilidade até por conta do modelo de negócio”, diz o gerente de Gente e Cultura, Julio Trindade.

Os 13% restantes são terceirizados e integram a chamada equipe de apoio, formada por profissionais de vigilância, limpeza e copa. Os vínculos contratuais podem até ser diferentes, mas o tratamento e o respeito são os mesmos, sem nenhuma distinção. “As práticas de cuidado com as pessoas são aplicadas a todos, tanto em datas comemorativas e festivas quanto em ações de vacinação, por exemplo. No aniversário todos recebem um presente, independente da modalidade de contratação”, ressalta o gerente.

Não menor é o compromisso em garantir os direitos trabalhistas de acordo com a legislação da modalidade de contratação. No que diz respeito às leis vigentes, a Sicredi União PR/SP investe tanto na capacitação dos gestores quanto na orientação dos colaboradores. “O respeito e o cuidado sobre este e demais temas são contínuos porque fazem parte do nosso DNA”, enaltece Trindade.

Essa preocupação ficou evidente na pandemia quando a cooperativa adotou o home office. Para tanto, disponibilizou equipamentos e ferramentas de trabalho, inclusive cadeiras e descanso de pés, e orientações frequentes sobre cuidados de prevenção. “Não foi necessário reduzir jornada ou remuneração. Revisamos e adequamos processos a fim de preservar os empregos”. Com 50% da sede ainda em home office, além de colaboradores de agências, gestantes e casos pontuais, a cooperativa estuda manter o modelo de trabalho após a pandemia. “Não descartamos a possibilidade de que algumas funções possam continuar em formato híbrido, por exemplo 15 dias de home office e 15 dias na sede”, finaliza.

MARINGÁ

1ª CIDADE A CONQUISTAR O SELO PARCEIRO INVEST PARANÁ

Maringá moderna, cheia de oportunidades. Cidade com mão de obra especializada, muitas startups e núcleos de conhecimento que a transformam em um polo tecnológico gerador de grandes negócios.

A Prefeitura de Maringá oferece, em parceria com o Governo do Estado, as melhores condições e o melhor ambiente de negócios para investidores e empresários.

Visão de futuro e responsabilidade com melhores empregos para as novas gerações.

PARCEIRO INVEST PARANÁ

MARINGÁ 71 ANOS

MARINGÁ
PREFEITURA DA CIDADE

FORMAS DE CONTRATAÇÕES

ESTÁGIO

Os encargos são menores, a contratação deve ser intermediada por um agente de integração e a carga pode ser de, no máximo, seis horas diárias. É remunerado e tem direito a vale-transporte e férias remuneradas de trinta dias

TERCEIRIZAÇÃO

Com a Reforma Trabalhista passou a ser possível contratar terceirizados também para a atividade-fim. Antes era permitido apenas para serviços específicos como limpeza e segurança. Os benefícios são diminuição de custos com mão de obra e redução de custos com encargos

JOVEM APRENDIZ

Jovens entre 14 e 24 anos, cursando regularmente o ensino médio, podem ser contratados. Tem prazo determinado, podendo ter duração máxima de dois anos, e assegura salário, férias, 13°, vale-transporte, vale-refeição, entre outros benefícios. Jornada de trabalho varia de 4 a 6 horas por dia

CARTEIRA ASSINADA

Indicada para funcionário que trabalha de forma fixa. É registrado com base na CLT e o empregador é responsável pela garantia do 13°, FGTS, INSS, parcela do vale-transporte e de alimentação, além de férias

TELETRABALHO

Para ser formalizado, o trabalho deve constar em acordo individual selado entre o funcionário e a empresa. Tudo o que o trabalhador usar em casa será formalizado com o patrão via contrato (equipamentos e gastos com energia e internet) e o controle do trabalho será feito por tarefa

CONTRATAÇÃO TEMPORÁRIA

Opção para empresas que possuem necessidades urgentes de um tipo de serviço em períodos de volume extra de trabalho ou atividades por tempo determinado. Empresa fica isenta de custos adicionais como férias, 13°, INSS e FGTS

TRABALHO INTERMITENTE

O trabalhador é remunerado por jornada ou por hora de serviço, tendo direito a férias, FGTS, INSS e 13° proporcionais. O valor da hora de trabalho deve constar em contrato e não poderá ser menor que um salário-mínimo por hora, nem inferior ao que recebem funcionários que têm a mesma função na empresa

Fontes: Sebrae e Agência Brasil

CRÉDITO CONSIGNADO PRIVADO

Faça mais por seu colaborador e ajude-o financeiramente!

Conheça o Crédito Consignado Privado Crefaz

Este é um benefício exclusivo, que disponibiliza uma linha de crédito pré-aprovado aos colaboradores de sua empresa.
A contratação pode ser feita 100% online e de forma prática. A aprovação é rápida, **taxas e juros são reduzidos** e **as parcelas são fixas,** em até 48 vezes.
Ainda, **o desconto é feito direto em folha de pagamento** e o risco de ultrapassar a margem de empréstimos é zero!

Seja um parceiro da Crefaz, cuide de sua equipe!

Fale com a gente:

44 3013-9741
44 98818-7184
consignado.privado@crefaz.com.br

crefaz
crédito consciente

Autorizado
BANCO CENTRAL DO BRASIL

DIREITO

ADEQUAÇÃO À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

Sanções passam a valer em agosto e além do prejuízo financeiro, infrações no armazenamento e uso dos dados podem gerar danos de imagem; empresas apostam na transparência da coleta de informações

por Fernanda Bertola

Começam a valer a partir de agosto as sanções da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que desde o ano passado define regras sobre como as empresas devem tratar as informações pessoais de clientes, fornecedores e parceiros respeitando a segurança e o direito à privacidade. As organizações que não estiveram em conformidade com as normas podem receber multa de 2% sobre a receita do negócio, chegando a R$ 50 milhões.

Atuando no território nacional com aproximadamente 50 clientes de médio e grande portes, a Nação Digital, especializada em marketing digital e focada em e-commerce, lida como controladora de mais de 500 dados e como operadora, com mais de 10 milhões de dados para seus clientes, neste caso em razão da criação de comunicação contínua para suas bases. Segundo o CEO, Rodrigo Martucci, práticas de respeito à privacidade faziam parte da cultura da empresa antes da LGPD. “Não enviar comunicações sem consentimento, dar opção para o usuário sair de determinada lista, armazenar informações seguindo padrões de segurança, por exemplo, tudo isso já aplicávamos para clientes e toda a cadeia”, conta.

Para atender às exigências da LGPD, o que mudou na Nação Digital foi a forma como são documentadas as práticas. “Agora temos cartilhas e cláusulas em contratos que deixam explícito que a LGPD deve ser respeitada. Mas no dia a dia já tínhamos a preocupação de preservar o cidadão, então, não mudou tanto”, explica.

No processo de implantação, a empresa optou por criar um comitê operador, formado por quatro pessoas que recebem as solicitações feitas pelo público em relação à LGPD. O grupo passou por treinamento para conhecer as documentações e sistemas utilizados para o armazenamento de dados.

Com as adequações, um dos impactos foi a otimização. “Vimos que não precisávamos coletar algumas informações. Criamos processos de limpeza de dados em determinado período para cada classe de informação, seguindo as bases legais da LGPD. Com tudo documentado, temos controle e visão de todos os dados retidos”, diz Martucci. “Temos uma cartilha para os colaboradores, uma para fornecedores e uma para clientes, cada uma detalhando o teor dos dados captados,

RODRIGO MARTUCCI, DA NAÇÃO DIGITAL: “O TRABALHO A MAIS TRAZIDO PELA LEI É DOCUMENTAR E DEIXAR TUDO DISPONÍVEL, MAS NÃO ENVIAR ALGO PARA QUEM NÃO DEU PERMISSÃO É UMA QUESTÃO SIMPLES DE ÉTICA”

bases legais e informações sobre como acessar e se remover das listas", complementa.

Os cuidados com os dados dos parceiros são explicitados em âmbito fechado, na hora dos fechamentos de contratos, por exemplo. Para Martucci, a adequação deveria ser padrão do mercado. "O trabalho a mais trazido pela lei é documentar e deixar tudo disponível, mas não enviar algo para quem não deu permissão é uma questão simples de ética. Existem ainda mais itens no âmbito digital que precisam de regulamentação. Há empresas, do Brasil e estrangeiras, que usam práticas de comunicação que invadem a privacidade do cidadão brasileiro, segregam a população em classes de várias formas e utilizam táticas predatórias de comunicação, e isso tem que parar."

"ARMAZENAMOS E MANTEMOS OS DADOS EM AMBIENTES SEGUROS E CONTROLADOS, E O ACESSO A ESSAS INFORMAÇÕES TAMBÉM É CONTROLADO", DIZ CLAUDIA MICHIURA, DO MARINGÁ PARK

TRANSPARÊNCIA

No Maringá Park Shopping Center as regras também estão sendo atendidas. Lá uma consultoria foi contratada para auxiliar na adaptação à LGPD e foi criado um canal específico para operar os dados. Segundo a superintendente, Claudia Michiura, o processo tem exigido uma mudança cultural interna, para que seja incorporado no dia a dia de fornecedores, colaboradores e clientes, em nome da privacidade e segurança de dados pessoais e para assegurar os direitos do titular das informações.

"Nosso maior patrimônio é o cliente. Armazenamos e mantemos os dados pessoais em ambientes seguros e controlados. O acesso a essas informações também é controlado por meio de sistemas de segurança e procedimentos técnicos, físicos e gerenciais para resguardar a confidencialidade, integridade e disponibilidade da informação", diz Claudia.

Antes da LGPD, existia a preocupação com a privacidade dos clientes. Por exemplo, os dados fornecidos para participação em campanhas ou de lojistas são sempre utilizados apenas para tal finalidade. Para se ter ideia, a cada campanha o shopping armazena informações de dez mil cadastrados.

"Entendemos que a LGPD é uma oportunidade para que os clientes se identifiquem com nossos valores, a transparência e o cuidado. Demonstramos isso em cada ação ou campanha, deixando claro que os dados estão sendo tratados com respeito e mantidos com segurança", explica Claudia. "Ao aceitar participar, o cliente autoriza de forma livre, informada e inequívoca o uso dos dados pessoais coletados. Nós os deixamos seguros sobre o uso das informações", acrescenta.

SANÇÕES

As empresas que não estiverem em conformidade com a lei podem acumular multas e danos. O valor varia com o nível das infrações, reincidência e outros aspectos, como explica o advogado especialista em direito digital e compliance Yuri Mundin Ferreira, sócio do Barroso e Ferreira Advogados. “Também será levado em consideração se houve má-fé e se a empresa conta com projeto de adequação à LGPD. É importante apresentar o processo de adequação em caso de incidente, pois a sanção pode ir de advertência à multa milionária”, explica.

Mais do que prejuízo financeiro, quem cometer infração poderá sofrer com dano de imagem, já que está prevista a publicização da infração. Ou seja, consumidores, fornecedores e outros públicos poderão saber que o tratamento das suas informações não seguiu as regras de proteção. “Para empresas gigantes o dano pode ser grande, mas para as menores o estrago pode ser muito maior, provocando crise de imagem e outros problemas”, observa Mundin.

O ADVOGADO YURI MUNDIM REFORÇA QUE EM CASO DE INCIDENTE É IMPORTANTE QUE A EMPRESA APRESENTE O PROCESSO DE ADEQUAÇÃO À LEI

Considerada um importante passo para a mudança de cultura de tratamento de dados no Brasil, a LGPD impõe regras, autoriza o tratamento das informações e estabelece direitos aos titulares. Segue a tendência mundial de garantir aos cidadãos o controle sobre seus dados. Dentre outros motivos que explicam esse movimento, Mundin destaca que são ativos valiosos. Por exemplo: o leitor deve se lembrar dos portais que solicitam autorização para o armazenamento de dados temporários (os cookies); gigantes das redes sociais negociam anúncios com base em informações fornecidas pelos usuários; sites que rastreiam o caminho do mouse na tela. Tudo isso é aproveitado para negócios.

“Os consumidores precisam entender o que vai ser feito com os dados. Com a lei, eles têm direitos estabelecidos e proteção no ordenamento jurídico. Considero um marco tal como foi o Código de Defesa do Consumidor”, frisa. Ele acrescenta que as empresas também podem sofrer consequências de processos movidos por parceiros. “Não é só a sanção da lei, mas as pessoas podem processar as empresas pelo modo como seus dados foram utilizados. Já há condenações na Justiça. A empresa também pode ser acionada pelo Ministério Público, Procon e outros órgãos.”

IMPLANTAÇÃO

O texto da lei não fornece uma fórmula para implantação e não regula pontos específicos para pequenos e médios negócios, que possuem capacidade menor de investimento para a adequação. Por isso, a Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD), autoridade responsável por implementar e fiscalizar o cumprimento da LGPD no Brasil, estuda como será a fiscalização nessas empresas. “A agência está tomando subsídios para dizer como poderão ser aplicadas multas ou se isso será feito de forma mais leve. As empresas têm realidades diferentes”, pontua Mundin.

A fiscalização pode exigir relatórios de impacto da proteção de dados pessoais e, portanto, a empresa precisa disponibilizar os documentos, caso sejam solicitados pela ANPD. A advogada empresarial e especialista em proteção de dados no Oliveira Pitta Advogados, Gabriele Rodrigues, ressalta que a adequação deve garantir que os dados sejam tratados de forma transparente, começando pelo mapeamento, inventário de todas as informações armazenadas pela empresa, indicação de encarregado, elaboração de política de privacidade para fornecedores, colaboradores e até terceiros.

Como não existe detalhamento sobre a aplicação das regras, Gabriele orienta as empresas para procurar os serviços de especialistas para evitar problemas. Ela diz que a implementação não é um “bicho de sete cabeças”, mas é necessário conhecimento técnico para aplicar o que está previsto na legislação. “Cada empresa, conforme porte e capacidade, pode fazer as adequações e levar isso ao conhecimento do público. A ANPD estuda propostas de algumas entidades para auxiliar as pequenas empresas na implementação. É importante ter alguém que saiba realizar o compliance em proteção de dados.”

De acordo com Gabriele, os negócios devem demonstrar para as autoridades e para o mundo externo o interesse em proteger e tratar de forma responsável os dados pessoais. Por essa razão, a adequação à LGPD é também uma oportunidade competitiva, já que as empresas podem exteriorizar para o público que estão em conformidade com a lei e preocupadas com seus parceiros. “Saber que uma empresa contrata consultorias e assessorias para cuidar das informações do seu público é um diferencial que a coloca à frente da concorrência que não realiza esse trabalho, além de evitar punições. Ser transparente e leal com os clientes gera confiabilidade e credibilidade no mercado”, avalia.

GABRIELE RODRIGUES, DO OLIVEIRA PITTA ADVOGADOS: “SER TRANSPARENTE E LEAL COM OS CLIENTES GERA CONFIABILIDADE E CREDIBILIDADE”

UniCesumar
UniCesumar
UniCesumar
UniCesumar
★★★★★ NOTA
MÁXIMA
NA AVALIAÇÃO
DO MEC
+60
CURSOS
DE GRADUAÇÃO
PRESENCIAL

VESTIBULAR

O MUNDO ANDA CHEIO DE QUESTÕES? SEJA A RESPOSTA QUE O MERCADO DE TRABALHO BUSCA.

A UniCesumar está formando pessoas que vão se tornar as respostas para as muitas questões não solucionadas do mundo, oferecendo tecnologia, inovação e toda a estrutura de um dos maiores grupos educacionais do Brasil para que cada aluno conte com uma experiência completa de ensino, seja de forma presencial ou remota.

UniCesumar Unicesumaroficial Unicesumar unicesumaroficial

VENHAPARAUNICESUMAR.COM.BR

INSCREVA-SE COM A NOTA DO ENEM OU FAÇA A PROVA ONLINE.

UniCesumar
EDUCAÇÃO PRESENCIAL E A DISTÂNCIA

RESPONS. SOCIAL

AJUDA ONLINE

Sem os recursos das festas gastronômicas e eventos, entidades sociais oferecem bazares eletrônicos e drive-thru de refeições para que a população possa continuar ajudando; elas também reorganizaram o atendimento, que passou a ser remoto

por Amanda Dias e Giovana Campanha

"Quando a pandemia chegou, nós, enquanto entidade, conseguimos nos reinventar e manter a qualidade do atendimento. Tem sido desafiador". A afirmação é da gestora do Encontro Fraterno Lins de Vasconcellos, Ana Carolina Tiene Andrade, e resume o desafio que as entidades sociais de Maringá enfrentam.

Afinal, junto à pandemia veio a queda das receitas, porque eventos como a Festa das Nações e a Festa da Canção, que representavam parte importante das receitas, deixaram de ser realizados. As entidades também viram as doações de pessoas físicas e jurídicas caírem e os voluntários diminuírem. A equação difícil de ser resolvida tem exigido novas formas de captação de recursos e de atendimento ao público.

ANA CAROLINA TIENE ANDRADE, DO LINS DE VASCONCELLOS: HOUVE REDUÇÃO DE 48% NAS DOAÇÕES DESTINADAS À ENTIDADE QUE ATENDE MIL CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Com 20 anos de história, o Lins de Vasconcellos viu aumentar a demanda por atendimento, ofertado para mil crianças e adolescentes, principalmente jovens com 14 anos ou mais que precisam contribuir com a renda da família. Isso porque a entidade auxilia no encaminhamento para o mercado de trabalho por meio do programa Jovem Aprendiz. Outra vertente da atuação consiste em ações de convivência. "São oficinas de formação que acontecem no contraturno escolar, fortalecendo os vínculos e ajudando na preparação para o mercado de trabalho", explica Ana Carolina.

CRIATIVIDADE NAS AULAS

Lá as atividades passaram a ser online, salvo exceções em que há necessidade de acompanhamento psicossocial. São aulas gravadas e atividades ao vivo, além do envio de material impresso para quem não tem acesso à internet. Ana Carolina conta que a ONG não mede esforços para manter a qualidade do atendimento. "Temos que ser criativos para reter o público. A transição do presencial para o remoto foi desafiadora, especialmente para quem tem acesso à internet pelo celular, mas não conta com velocidade ou pacote de dados para acompanhar as aulas ao vivo com o professor. Então, tivemos que criar uma metodologia flexível e pensar em outras formas de acompanhamento como WhatsApp e drive thru de atividades e entrega de materiais", completa a gestora. Isso contribuiu para a frequência nas atividades.

A entidade também viu a arrecadação diminuir: antes da pandemia, 60% dos recursos vinham de editais públicos e privados e o restante, de doações da comunidade e campanhas. No entanto, houve redução de 48% nas doações. Ainda que a instituição esteja se recuperando, não alcançou os valores de 2019. Para isso, tem investido em iniciativas como o carnê fraterno. “São contribuições recorrentes em que o doador se compromete com 12 parcelas de qualquer valor a partir de R$ 20. Essa parceria mensal é importante para dar continuidade às ações da entidade”, explica Ana Carolina. Também foi preciso realocar funções no quadro de 30 funcionários.

NOVAS INICIATIVAS

Sem fins lucrativos e com atendimento voltado a crianças e jovens de baixa renda, o Instituto Isis Bruder também precisou mudar a forma de atuação e de captação de recursos. “É uma instituição que está acostumada a se reinventar, são 52 anos de existência”, define a gestora Luciana Faria.

A entidade oferece serviços de convivência e fortalecimento de vínculos para 150 crianças e adolescentes de 6 a 15 anos, e encaminhamento para o mercado de trabalho por meio do Jovem Aprendiz, com atendimento de aproximadamente cem adolescentes.

Como as crianças e jovens não estão indo presencialmente à instituição, tudo é oferecido de forma online pelo canal no YouTube e página do Facebook. As exceções são os casos em que há a necessidade de atendimento presencial com psicólogo ou assistente social.

Luciana relata que a entidade tem se desdobrado para entender as tecnologias e possibilitar o atendimento online de qualidade. Também há envio de roupas e cestas básicas para as famílias atendidas.

Na outra ponta, o faturamento registrou queda significativa. Antes, 60% dos recursos tinham como origem doações e eventos promocionais, e o restante vinha da igreja mantenedora e da prefeitura. “A Festa das Nações era a nossa maior fonte de renda: arrecadávamos de R$ 30 mil a 50 mil todos os anos”, relata. O Isis Bruder também viu empresas deixarem de contribuir.

Para reverter a situação, a entidade conta com duas iniciativas: o bazar online e o Isis Burger. O bazar é uma adaptação de um evento presencial, em que por meio de uma página do Instagram são vendidas roupas usadas por valores de R$ 5 a R$ 50. Pautada em moda sustentável, a iniciativa conquistou mais de mil seguidores no perfil @bazarisisbruder

Já o Isis Burger é um drive-thru de hambúrgueres, cuja primeira ação aconteceu em dezembro do ano passado e outras duas estão programadas. Os interessados chegam de carro, fazem o pedido e em menos de dez minutos recebem lanche, batatas fritas e refrigerante, tudo por R$ 25. Foram vendidos mil combos em dois dias.

Mesmo assim a entidade precisou reduzir o quadro de funcionários, que hoje soma 20 profissionais. Se antes o número de voluntários chegava a 300 na Festa das Nações, agora não há nenhum, até

ISIS BRUDER CRIOU CANAIS ONLINE PARA AS ATIVIDADES DESTINADAS A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, BAZAR ELETRÔNICO E DRIVE DE HAMBÚRGUER; NA FOTO A GESTORA LUCIANA FARIA

porque não tem havido atendimento presencial.

Além disso, a equipe acompanha diariamente as pessoas atendidas por meio de ligações e chamadas de vídeo e está planejando estratégias para atrair doadores. “O instituto é como se fosse um guarda-chuva que acolhe muitas famílias, por isso, vamos nos reinventando para cumprir nosso propósito”, conclui Luciana.

DESPESAS SOMAM R$ 100 MIL

A Rede Feminina de Combate ao Câncer (RFCC) igualmente adotou iniciativas online, depois da queda brusca na arrecadação pelo Nota Paraná e nos valores de doações. “Somente com o Nota Paraná arrecadávamos de R$ 20 mil a 30 mil por mês, mas com a pandemia teve mês que chegou a R$ 1 mil, e hoje não passa de R$ 15 mil”, informa a gestora Janaína Mantovani. Lá as despesas mensais somam R$ 100 mil.

A entidade transformou o maior evento presencial, o bingo Chá-Colate, que reunia até mil pessoas, em online e criou uma página na internet para o recebimento de doações – o endereço é www.rfccmaringa.org.br/doacao. Um grupo de 20 voluntários utiliza as próprias redes sociais para divulgar a entidade e ajuda a captar recursos. É o grupo Núcleo Digital.

Além disso, a RFCC possui loja de artesanato, que funciona tanto presencialmente quanto de forma online pelo https://www.lojadarede.org.br/. Os produtos são feitos na instituição por funcionários e voluntários do Núcleo de Artesanato. Há ainda um brechó que funciona somente de forma presencial, quando permitido pelos decretos municipais. As vendas são de produtos doados e acontecem na sede da ONG de segunda a sexta-feira, com valores a partir de R$ 1.

A entidade, formada por 247 voluntários e 24 funcionários, atende pacientes com câncer em situação de vulnerabilidade social em duas categorias: cadastrados e hospedados na Casa de Apoio.

Os cadastrados somam 290 crianças, adolescentes e adultos residentes em Maringá e Sarandi que recebem apoio enquanto realizam o tratamento da doença. Entre os benefícios estão a oferta de cestas básicas, medicamentos não fornecidos pelo Sistema Único de Saúde (SUS), dieta enteral e fraldas, além de acompanhamento psicológico. Já a Casa de Apoio tem capacidade para 32 pacientes de outras cidades que se deslocam a Maringá para o tratamento do câncer e precisam de hospedagem enquanto fazem sessões de quimioterapia e radioterapia.

DESPESAS MENSAIS DA REDE FEMININA SOMAM R$ 100 MIL, POR ISSO, A ENTIDADE REALIZA BINGO ONLINE E CRIOU UM SITE PARA RECEBIMENTO DE RECURSOS; NA FOTO A GESTORA JANAÍNA MANTOVANI

SAUDADE DO CONTATO FÍSICO

Não diferente é a situação do Lar Escola da Criança, que atende 400 famílias, por meio de assistência social, capacitações profissionais e técnicas. A presidente Fátima Iwata, conta que as atividades também migraram para o digital. “As profissionais estão dando sequência ao cronograma por meio de vídeos instrutivos e lúdicos. Abrimos canais nas mídias sociais e montamos grupos fechados para as crianças e suas famílias. Também entregamos, mensalmente, kits com as atividades impressas e o material para desenvolvê-las, bem como alimentos e produtos de higiene”, explica.

O Lar Escola da Criança se mantém com doações da prefeitura, projetos mensais, eventos promocionais e doações de empresas e da comunidade. Só as doações representam 40% dos recursos da instituição e mesmo com a pandemia, têm sido constantes. A intenção é que os eventos sejam presenciais até o final do ano. “Se pudermos realizar tudo de forma presencial será ótimo, caso contrário, vamos realizar no sistema drive-thru e no modo virtual”, destaca.

Com a pandemia, o projeto Amigas do Lar foi reformatado. É que mulheres que se reuniam semanalmente para fazer artesanato e organizar o chá mensal agora realizam uma rifa online. Outra forma de captação é por meio da venda de produtos doados pela comunidade, que são divulgados em @bazardolec no Instagram.

Atualmente a entidade conta com 20 funcionários e 150 voluntários, e faz planos de retomar os atendimentos presenciais. “Temos a expectativa de retornarmos de imediato, assim que for liberado pelos órgãos competentes, afinal, estamos todos com saudades do contato físico e, principalmente, do movimento das crianças na instituição”, relata.

FÁTIMA IWATA, DO LAR ESCOLA DA CRIANÇA: “ESTAMOS COM SAUDADES DO CONTATO FÍSICO E, PRINCIPALMENTE, DO MOVIMENTO DAS CRIANÇAS NA INSTITUIÇÃO”

DIREITO

NEGOCIAR CONTRATOS É SAÍDA PARA IGP-M 'FORA DA CURVA'

Empresas maringaenses de prestação de serviços e de imóveis têm proposto flexibilização dos repasses; advogada dá dicas de como alterar o contrato

por Fernanda Bertola

Mais utilizado pelo mercado em geral como referência para reajustes de contratos, o IGP-M (Índice Geral de Preços – Mercado), calculado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), disparou no último ano, acumulando alta histórica de mais de 30% até abril. A variação ligou o alerta do mercado e dos consumidores, tendo gerado um forte movimento na busca por renegociações de contratos.

De acordo com a advogada Kelly Cristina de Souza, da advocacia e consultoria Redmerski e Souza, o cálculo do IGP-M, assim como o IGP-DI (Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna), leva em conta a variação de preços de bens e serviços, bem como de matérias-primas da produção agrícola, industrial e construção civil. O IGP-M é composto 60% pelo Índice de Preços ao Produtor Amplo (IPA), 30% pelo Índice de Preços ao Consumidor (IPC) e 10% pelo Índice Nacional da Construção Civil (INCC). Ela explica que o aumento do IPA, que representa a maior parte da formação do IGP-M, está atrelado, dentre outros fatores, principalmente à alta do preço das commodities ligadas às áreas industriais e agrícolas, cotadas em dólar.

Esse aumento onerou de forma geral os contratos, mas conforme Kelly, eles podem ser reajustados. "A negociação é uma alternativa viável e até imprescindível para a superação da crise econômico-financeira por muitas empresas que tiveram seu faturamento sensivelmente afetado durante a pandemia. E também por pessoas físicas que perderam o emprego ou tiveram considerável redução salarial", frisa.

De acordo com Kelly, a negociação pode ser feita de forma extrajudicial, seja por mediação, por conciliação ou simples trocas de e-mail. Somente se as partes não chegarem a um acordo amigável é preciso propor demanda judicial. "Trata-se de uma medida excepcional que pode ser utilizada para buscar o restabelecimento do equilíbrio econômico do contrato, afetado por evento extraordinário e imprevisível, que tornou a prestação de uma das partes excessivamente onerosa, como prevê o Código Civil", observa.

Com relação às possibilidades, a advogada exemplifica que fez recentemente uma negociação extrajudicial em que foi utilizado para atualização do contrato de locação o menor índice legal de reajuste fixado pelo Governo Federal. Em outro caso, ela explica que ficou convencionado que por ocasião do reajuste seria utilizado o mix de índices dos últimos doze meses, discutidos entre as partes, desconsiderados os indicadores negativos.

A ADVOGADA KELLY CRISTINA DE SOUZA DIZ QUE A MUDANÇA DE ÍNDICE PODE SER FEITA DE FORMA EXTRAJUDICIAL, SEJA POR MEDIAÇÃO, POR CONCILIAÇÃO OU TROCAS DE E-MAIL

Kelly explica que em caso de consenso quanto ao indexador, é possível realizar aditivo ao contrato original com as novas cláusulas. E a alteração quanto aos anos seguintes também pode fazer parte da negociação, já que os índices de reajuste sofrem variação constante e imprevisível. “Da mesma forma como ocorreu com o IGP-M que sofreu essa variação expressiva, no ano seguinte ele pode ficar bem abaixo e mantê-lo torna-se mais vantajoso”, diz.

IMÓVEIS

No mercado imobiliário, a alta do IGP-M, conhecido como ‘inflação do aluguel’, fez o preço dos aluguéis subir acima do habitual. Para contornar a situação, o caminho para alguns locatários tem sido procurar imóveis mais em conta ou negociar com as imobiliárias e proprietários.

O sócio da Silvio Iwata, Silvinho Iwata, explica que embora seja padrão do mercado utilizar o IGP-M nas cláusulas de reajuste, os índices ou condições podem ser redefinidos pelas partes. “Estamos reajustando contratos que foram assinados há um ano. Para a negociação, é preciso que o contrato tenha feito um aniversário”, diz.

Para Iwata, a alta do IGP-M, e consequentemente do aluguel líquido, é prejudicial tanto para locatários quanto para locadores. Para locadores, porque o preço do aluguel subiu significativamente e foi preciso colocar a mão no bolso. Para os donos de imóveis, porque esse avanço pode significar perda na renda, já que o preço acima do que é praticado pelo mercado força a desocupação.

Na prática, o investidor pode repassar todo o percentual do índice, mas considerando o momento econômico e outros fatores relacionados à rentabilidade, vale a pena negociar. Se o imóvel desocupar, além de deixar de receber sobre o investimento, os proprietários precisam arcar com o valor do condomínio em caso de apartamentos e outras despesas. “Mesmo que alugue depois com valor mais alto, se o proprietário calcular o tempo de imóvel vazio, verá que a rentabilidade será menor na conta do ano. Por isso, é recomendável negociar pensando no longo prazo”, recomenda.

“PARA A NEGOCIAÇÃO, É PRECISO QUE O CONTRATO TENHA FEITO UM ANIVERSÁRIO”, COMENTA SILVINHO IWATA, DA SILVIO IWATA

As negociações intermediadas pela imobiliária são para que as partes cheguem a um bom termo. Como a tratativa é de longo prazo, o diretor orienta a evitar atritos no momento da negociação. Para favorecer o relacionamento, um dos cuidados da imobiliária é estabelecer regras claras e deixar as partes cientes do acordado.

O cenário de insegurança também afeta as negociações. Ele diz que por estabelecer vínculos de longo prazo, o mercado imobiliário precisa ter a segurança jurídica do negócio, e um cenário em que os índices se modificam em uma escala maior do que era comum gera instabilidade.

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Na ABS Segurança, que oferece soluções em segurança há mais de 18 anos em Maringá, os contratos de prestação de serviço são reajustados segundo o IGP-M. O gestor Rafael Mendes explica que no ano passado, com o início da pandemia e as incertezas do mercado, a empresa optou por não repassar a variação aos contratos, mesmo o IGP-M de 2019 tendo acumulado alta de 6,68%. Já para este ano com o aumento atípico do índice, não foi possível segurar.

Para manter os contratos e facilitar a manutenção dos serviços para os clientes, a empresa optou por antecipar o contato com a carteira informando sobre a alta e se colocando à disposição para renegociar – as conversas foram realizadas no final de maio.

RAFAEL MENDES, DA ABS SEGURANÇA, TEM RENEGOCIADO OS CONTRATOS COM OS CLIENTES E USADO A CONVENÇÃO COLETIVA DA CATEGORIA COMO BALIZADORA

“Se só mandássemos a fatura com o reajuste integral, poderíamos ter problemas. Então, ligamos para todos os clientes, nos colocamos como parceiros, nos preocupando em negociar, conversar. Essa abordagem funcionou”, conta Mendes.

Nenhum cliente solicitou a troca do índice, já que a empresa propôs mudanças flexibilizando os valores dos serviços prestados. Para o reajuste, a empresa utiliza como base a Convenção Coletiva de Trabalho (CCT), levando em consideração o percentual de reajuste de salário da categoria acordado entre os sindicatos patronal e o laboral, não havendo necessidade de fazer novo contrato, somente aditivo.

ÍNDICES MAIS PRATICADOS NO MERCADO

- IGP (Índice Geral de Preços): existem dois tipos. O primeiro é o IGP-M (Índice Geral de Preços do Mercado), criado com o objetivo de ser um indicador confiável para as operações financeiras, especialmente as de longo prazo. O segundo é o IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna), criado com o objetivo de balizar o comportamento de preços em geral na economia
- INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor): mede a variação de preços para o consumidor na economia brasileira. É comumente utilizado para reajuste dos salários dos trabalhadores
- IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo): considerado índice de inflação oficial do Brasil
- INCC (Índice Nacional da Construção Civil): utilizado para reajustar as parcelas dos contratos de compras de imóveis em fase de construção

Fonte: Advogada Kelly Cristina de Souza, da advocacia e consultoria Redmerski e Souza

sicoob.com.br

A CADA DIA NOS TORNAMOS MAIS FORTES.

AGORA SOMOS A 2ª MAIOR REDE DE ATENDIMENTO DO BRASIL.

Hoje, de norte a sul do Brasil, mais de 3,4 mil pontos de atendimento oferecem as melhores soluções em produtos e serviços financeiros e levam prosperidade para todas as regiões do país, inclusive às que mais precisam. É que aqui, o atendimento físico cresce junto com o digital: tudo para que, de onde você estiver, também nunca pare de crescer.

SICOOB
Faça parte.

Central de Atendimento – Atendimento 24 horas
Capitais e regiões metropolitanas: 4000 1111
Demais localidades: 0800 642 0000
Ouvidoria
De segunda a sexta, das 08h às 20h: 0800 725 0996
Deficientes auditivos ou de fala
De segunda a sexta: 0800 940 0458

SUSTENTABILIDADE

O MEIO AMBIENTE PEDE LICENÇA

Qualquer atividade ou empresa que possa causar impacto ambiental precisa de licença junto a órgãos públicos; processo pode ser agilizado se 'autolicenciamento' for aprovado

por Vanessa Bellei

A engenheira química Isabela Menegassi começou a desenvolver cosméticos por prazer, para uso individual, os amigos ficaram sabendo, começaram a comprar e a disseminar os produtos, entre sabonetes, hidratantes, xampu e condicionador. Com a ampliação do portfólio e a possibilidade de expandir o público veio a necessidade de regularizar a produção. "Muitas pessoas pediam para colocar os produtos em suas lojas, mas tínhamos que nos regularizar, termos todas as licenças. Chegou um momento em que não víamos outro caminho para crescer que não fosse ter uma empresa", conta a proprietária da Tropicália Cosméticos Naturais.

INICIALMENTE PARA USO PRÓPRIO, OS PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL FABRICADOS POR ISABELA MENEGASSI DERAM ORIGEM À TROPICÁLIA PRODUTOS NATURAIS; ELA ESTÁ REGULARIZANDO A PRODUÇÃO

Como a obtenção de licenças leva alguns meses, Isabela teve de terceirizar a produção para continuar no mercado. "Antes da regularização, tínhamos 21 produtos, mas como a licença é individual, atualmente temos seis licenciados e regularizados junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)", explica.

O sonho é voltar a ter produção própria, mas como o investimento é grande e leva tempo, a empresa segue só com a distribuição e com a parte de inovação até recuperar o fôlego. "Para regularizar um produto leva-se, em média, três meses. Não podíamos ficar parados. Para regularizar nosso espaço foram mais quatro meses, então, precisamos deste tempo para nos organizar e, quem sabe, num futuro próximo, termos nossa própria indústria, regularizada e com todas as licenças necessárias".

DESBUROCRATIZAÇÃO DE PROCESSOS

A legislação diz que qualquer empresa que possa impactar negativamente a natureza ou a população precisa de licenças ambientais e junto à Anvisa, com regras e deveres a serem cumpridos.

Para o vice-presidente para assuntos de meio ambiente da ACIM, Marcelo Felix Frade, que é consultor no

assunto e proprietário da Ingá Ecológica, a busca pelo licenciamento é primordial. “Ele é necessário para o crescimento consciente e seguro tanto para o empreendedor quanto para a sociedade e o meio ambiente. O licenciamento é uma forma do poder público defender e preservar o meio ambiente, minimizando os impactos ambientais, e os órgãos licenciados dão o caminho para que isso ocorra”.

MARCELO FELIX FRADE, DA INGÁ ECOLÓGICA: “É INVIÁVEL PARA UM PEQUENO EMPRESÁRIO, QUE ESTÁ NO INÍCIO, FICAR QUATRO MESES OU MAIS AGUARDANDO UMA LICENÇA”

O grande esforço, atualmente, é desburocratizar o processo na busca pelas licenças e regularizações. “É inviável para um pequeno empresário, que está no início, ficar quatro meses ou mais aguardando uma licença. Tem licença que demora mais de um ano para sair”.

Para agilizar o processo, há uma discussão no Senado Federal: em maio um projeto de lei que altera procedimentos para o licenciamento ambiental no país foi aprovado pela Câmara e começou a ser analisado pelo Senado. O objetivo é simplificar e agilizar processos. “Sou favorável a essas mudanças. A demora acaba penalizando o empreendedor que está aguardando para iniciar um negócio. No entanto, o projeto deve ser amplamente discutido”.

Frade detalha que está sendo proposto um novo modelo, o de Licenciamento por Adesão e Compromisso (LAC), uma espécie de autolicenciamento. O empreendedor emite via internet a licença, comprometendo-se a cumprir a legislação ambiental. “Em São Paulo esse tipo de modalidade existe para empreendimentos de baixo impacto. No Paraná foi instituído pela Resolução do Conselho Estadual de Meio Ambiente nº 107, de 2020, mas ainda deve ser incluído no Sistema de Gestão Ambiental (SGA) do estado para que a solicitação possa ser feita”.

ROSINEIDE PEREIRA, DO SEBRAE: “O CUMPRIMENTO DAS NORMAS TORNA AS ROTINAS DAS EMPRESAS MAIS SEGURAS, ESTABELECE CONDIÇÕES PARA COMPETIÇÃO, ESTIMULA A INOVAÇÃO, ENTRE OUTROS BENEFÍCIOS”

CONFORMIDADE GERA BENEFÍCIOS

Obter uma licença, mais do que trabalhar com segurança, é demonstrar ao consumidor o compromisso com o meio em que está operando. Obrigações seguidas à risca conferem valor ao produto desenvolvido.

Para a consultora do Sebrae/PR, Rosineide Pereira, a formalização e o registro geram oportunidade e ganhos para o negócio. “Estar em conformidade com as leis federais, estaduais e municipais geram mais parcerias, acesso a linhas de crédito, oportunidade de exportação e também de receber subsídios do governo”.

A informalidade, segundo a consultora, é um risco que pode gerar transtornos. “Muitas vezes até por desconhecimento, micro e pequenas empresas acabam negligenciando a normalização em seus empreendimentos. Isso pode gerar

prejuízos ou até colocar o funcionamento em risco", ressalta Rosineide.

O descumprimento também impede a competitividade e a busca pela excelência, impedindo a certificação ou a atribuição de selos de qualidade. "E isso não depende do tamanho do empreendimento, seja no setor industrial, de comércio ou de serviços. O cumprimento das normas torna as rotinas das empresas mais seguras, estabelece condições para competição, facilita a implementação de tecnologias, estimula a inovação, entre outros benefícios. Além de se tornar referencial para o mercado, tornam-se mais competitivas e fortes", defende.

PASSO A PASSO

Para quem precisa ou quer se regularizar, o caminho é, inicialmente, se informar sobre qual o órgão ambiental deve pedir a licença: Secretaria Municipal de Meio Ambiente ou o Instituto Água e Terra (IAT) - antigo IAP.

"Em seguida é necessário solicitar ao município uma carta de anuência de uso e ocupação do solo, ou seja, informar que a atividade está de acordo com o plano diretor da localidade. Tendo isso em mãos, começa-se o processo", explica Felix.

Outra dica do consultor é fazer uma visita à Secretaria de Meio Ambiente ou IAT para coletar informações e avaliar se será preciso a contratação de um profissional para realizar o processo de licenciamento. O custo desse processo é variável. Para o IAT a taxa leva em consideração a área ocupada, número de colaboradores, fase da licença e investimento. O próprio sistema calcular o valor, conforme as informações preenchidas.

NOVO LOCAL

Há 12 anos funcionando em Maringá, a Alfazema Manipulação passou recentemente por mais um processo de obtenção de licenças e regularização por conta da mudança de endereço. Uma nova licença foi necessária e o processo foi o mesmo. "Precisamos da aprovação do projeto arquitetônico, no papel. Quando aprovado pela Vigilância Sanitária local, enviamos o memorial descritivo que passou por análise, para daí iniciarmos a obra", conta a farmacêutica Fernanda Biava Vera, proprietária da empresa. Com a obra concluída foi preciso uma nova vistoria para a obtenção do alvará sanitária como farmácia de manipulação.

Com dez funcionários, a empresa atua na manipulação de fórmulas, medicamentos fitoterápicos para a saúde e para a beleza. Também trabalha com a revenda de produtos. Fernanda acrescenta que dependendo do produto manipulado é neces-

ANTES DA ALFAZEMA MANIPULAÇÃO MUDAR DE ENDEREÇO, FERNANDA BIAVA VERA APROVOU O PROJETO NA VIGILÂNCIA SANITÁRIA; DEPOIS QUE A OBRA FOI CONCLUÍDA FOI PRECISO UMA VISTORIA DO ÓRGÃO

sária uma licença específica. “Para hormônio de uso oral ou antibiótico, por exemplo, será preciso uma autorização diferente”.

São controles de qualidade rígidos, mas necessários para manter a qualidade dos produtos. “Periodicamente enviamos nossos produtos para um laboratório de controle de qualidade, em Curitiba, e precisamos manter tudo isso documentado. Temos um farmacêutico full time, pois algumas entregas só podem ser feitas por ele. Também temos uma empresa específica que faz a coleta dos resíduos (produtos vencidos, fórmulas não-retiradas) para garantir a destinação correta”. O meio ambiente agradece.

ETAPAS PARA O LICENCIAMENTO AMBIENTAL NA ABERTURA DE EMPRESA:

Licença Prévia (LP): Necessária na fase de planejamento. Analisa a viabilidade ambiental da localização do empreendimento e traz condicionantes que devem ser atendidas para a próxima fase.

Licença de Instalação (LI): Autoriza o início da implantação (construção) do empreendimento conforme as especificações dos projetos aprovados na fase anterior, trazendo em suas condicionantes parâmetros, procedimentos e ações que devem ser seguidos e podem ser submetidos à fiscalização ambiental e necessários para que a próxima etapa do licenciamento ambiental seja alcançada.

Licença de Operação (LO): Aprova o funcionamento do empreendimento, após a verificação do cumprimento de todas as condicionantes ambientais estabelecidas nas etapas anteriores, e determina novas medidas de controle ambiental e normas estabelecidas que devem ser atendidas durante sua operação.

QUEM PRECISA DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL?

Todo empreendimento ou atividade que pode causar impacto ambiental. O tipo de licença vai depender do porte, potencial poluidor, risco ambiental e natureza da atividade

MERCADO

INOVAÇÃO EM CONJUNTO COM OS CONCORRENTES

Programa Empreender comprova que união é caminho assertivo e mais rápido para superar os desafios impostos às empresas de um mesmo segmento ou interesse; participação em núcleos setoriais e multissetoriais não tem custo

por Lethicia Conegero e Amanda Dias

Nem o distanciamento físico, causado pela pandemia, afasta a parceria e a vontade de crescer ao lado dos concorrentes. Assim tem sido o programa Empreender que, por meio de núcleos setoriais e multissetoriais, reúne quinzenalmente pequenos empresários de um mesmo segmento ou interesse para que possam traçar ações conjuntas. Com o acompanhamento de um consultor da ACIM, os empresários descobrem que os desafios que afligem uma empresa normalmente atingem outra. E aí a solução vem em conjunto com aqueles que até então eram vistos como concorrentes. Há grupos que criam centrais de compras, outros que investem em qualificação, há ainda os que investem na divulgação das empresas e prospecção de clientes por meio da participação em feiras. Cada núcleo detecta os desafios e as ações para contribuir com o crescimento e a inovação.

Com 62 núcleos e quase 900 empresas envolvidas, o Empreender da Associação Comercial é o maior do gênero da América Latina, tanto que o presidente da entidade, Michel Felippe Soares, apresentou o case local em Paris, na França, em 2019, a convite do Al-Invest, um programa de cooperação econômica da União Europeia que apoia micro, pequena e média empresas - vários núcleos da ACIM foram contemplados com recursos financeiros desse programa internacional.

Para participar basta ser associado da ACIM. Também é possível criar um núcleo, para isso, é preciso procurar a entidade, que fará o levantamento das empresas do setor e organizará uma reunião para explicar o funcionamento do programa. Bem-sucedido, o Empreender tem a meta de terminar o ano com 80 núcleos e mil participantes. A Revista ACIM lista iniciativas adotadas por alguns núcleos que confirmam a eficácia do programa. Confira:

FOTÓGRAFOS

Para divulgar o trabalho dos profissionais, o Núcleo de Fotógrafos desenvolveu um site. “O núcleo trouxe visibilidade para as empresas, criando e administrando um site com SEO direcionado, o que faz com que mesmo as empresas que não eram listadas no Google em pesquisas sobre fotógrafos, começaram a aparecer e ganhar dinheiro. No site criamos um mapa de locais para fotografar em Maringá e região, que é uma ferramenta poderosa de crescimento do site e valorização dos profissionais que fazem parte do núcleo, considerando que cada local é alimentado por um participante com imagens feitas por ele”,

detalha o fotógrafo Elisson Andrade.

Além disso, o núcleo firmou parcerias com fornecedores que garantem, por exemplo, desconto na contratação de seguro para os equipamentos que as empresas utilizam. Há, ainda, duas ações em andamento: uma exposição para o segundo semestre e uma campanha de desconto para associados da ACIM. “Voltada à visibilidade do Núcleo de Fotógrafos e seus membros, será realizada a exposição ‘Vinte ver Maringá’, e a outra ação é uma campanha em que todo associado poderá contratar qualquer membro do núcleo com 10% de desconto nos serviços, não apenas na esfera empresarial, mas para registrar momentos em família, eventos sociais etc. Na pandemia, em que a venda se tornou um desafio maior, ser visto e atingir novos clientes são ‘o pote de ouro no fim do arco-íris’”, destaca.

Para ele, que está no mercado desde 2015, o núcleo fortalece as empresas. “A inovação vem desde a criação do grupo: falar de negócios de forma aberta e sem egos inflados. Temos um espaço para brainstorm (troca de ideias) e crescimento mútuo enquanto gestores, não apenas como fotógrafos. Com as ações do núcleo, melhorei minha presença virtual, oratória, discurso, aprimorei a fotografia e a gestão da empresa. Em suma, em todas as áreas que seria possível crescer em uma empresa voltada ao mercado fotográfico obtive resultados significativos”, elogia.

INFRAESTRUTURA EM TI E COMUNICAÇÃO

Após revisar o Modelo da Excelência da Gestão (MEG) - metodologia de avaliação do nível de maturidade da gestão - o Núcleo Setorial de Infraestrutura em TI e Comunicação (Infratic) implementou ações em busca de inovação, de acordo com Eli Lourenço Vieira Junior, diretor da MOC Internet e integrante do grupo.

“Fizemos o MEG há alguns anos e, após revisar o processo, vimos que tínhamos deixado de adotar algumas iniciativas. O MEG é um norte importante, conseguimos trazer treinamentos sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e compliance para o grupo e agora estamos trazendo conhecimento sobre gestão financeira avançada, para que todas as empresas tenham crescimento estruturado”, detalha.

A pandemia não freou as ações. Pelo contrário: muitas empresas viram a demanda crescer e, juntas, encontraram caminhos para o novo cenário. “Logo no início da pandemia começamos com as reuniões virtuais, seguindo o planejamento do ano. Nos unimos para saber como cada empresa estava lidando e conseguimos evoluir em um momento de crise. Empresas que atendem demanda de informática, por exemplo, conseguiram novos contratos para cuidar dos computadores no home office. Outras foram contratadas para levar o ramal da empresa para a residência dos colaboradores. E algumas focaram na adequação à LGPD, cuidando da segurança dos dados das empresas”, relata Viera Junior.

A MOC atua como provedora regional disponibilizando acesso à internet para empresas e residências. Durante a pandemia, manteve o compromisso de fornecer conexão, inclusive, em áreas rurais. “Estamos sempre investindo em nossa rede, principalmente na fibra óptica. Personalizamos uma solução que em meio a uma tempestade, caso haja queda de postes, a empresa permanece com conexão. Além disso, investimos em gestão de pessoas e promovemos atendimento humanizado pelo WhatsApp”, finaliza.

FARMÁCIAS DE MANIPULAÇÃO

No Núcleo de Farmácias de Manipulação (Ello Magistral) a concorrência deu lugar à união, trazendo conquistas. Uma das ações foi a reparação de um equívoco em um decreto da Anvisa por meio da legislação municipal, como explica Luís Marcelo Lemos Dutra, sócio da Simília. “As farmácias de manipulação eram proibidas de fracionar cápsulas oleosas. Com a força do segmento e o apoio da ACIM, uma lei reverteu a situação injusta e prejudicial tanto para a população quanto para as farmácias”, explica.

Outra ação foi a criação de uma plataforma de compras, necessária para reduzir custos na aquisição conjunta de matérias-primas. Uma ferramenta gerencia a compra, tornando a comunicação entre as farmácias do grupo e os fornecedores ágil e eficiente. “Cada um contribui de uma forma nas ações e comissões do núcleo. Temos consciência de que o trabalho não é somente para nossas empresas, mas para toda a cadeia”, avalia Dutra.

Membro do Ello Magistral há quatro anos, ele elogia a proposta do programa. “Entrei porque achei interessante juntar as empresas do mesmo segmento para discutir problemas e buscar soluções”, diz.

INOVAÇÃO NO VAREJO

Multissetorial e criado em outubro do ano passado, o Núcleo de Inovação no varejo conta com 30 empresas, entre lojas, seguradoras e prestadores de serviços. A troca de experiências tem ajudado no crescimento, relata Sheila Alessandra de Sousa, que é sócia dos Panos Encantados, empresa que fabrica cestos artesanais.

“O intuito do núcleo é proporcionar a troca de experiências, o que serve de estímulo para o empresário se manter no mercado e aplicar inovações em seu negócio. Os encontros proporcionam uma visão ampla do negócio, ainda mais porque minha empresa é familiar e tínhamos dificuldade de empreender. Agora estou recebendo apoio para crescer, aprendi a importância de formalizar o negócio e ter planejamento estratégico. Tive que trocar a postura de artesã pela postura de empresária”, detalha.

Quando o assunto é inovação, Sheila destaca que vai além do uso da tecnologia. “A inovação pode ser uma melhoria no processo de produção, na forma de apresentação do produto ou serviço, na abordagem do cliente ou em outra área”, frisa.

A empresa Panos Encantados inovou na oferta de produtos, focando em itens para decoração. Antes havia uma diversidade maior de produtos, mas com os encontros do núcleo, Sheila percebeu a necessidade de segmentar. Além disso, a empresária investiu na divulgação dos produtos nas redes sociais. “A mudança de postura trouxe visibilidade. Em seis meses registrei aumento de 40% nas vendas”, comenta. Ela quer fazer parcerias com profissionais de decoração e arquitetura para alavancar as vendas e aumentar a visibilidade da loja.

MARCENARIAS

Por meio de uma ferramenta de avaliação de gestão, o Núcleo de Marcenarias iniciou, em parceria com o Sebrae, um projeto de certificação de qualidade. As empresas participantes responderam a perguntas relacionadas à liderança e protagonismo; planejamento e visão de futuro; mercado e atendimento; gestão de pessoas; gestão financeira; inovação e conhecimento; organização e processos; além de questões técnicas do setor. O instrumento gera um gráfico que permite ao empreendedor comparar a pontuação à média do setor.

Com base nas respostas, as empresas foram classificadas com o Selo Bronze de Qualidade e estão sendo acompanhadas para melhorar os resultados. Segundo o consultor do grupo, Anderson Estrada, a ideia é que as empresas alcancem o Selo Prata em setembro e o Selo Ouro no início de 2022. “Nossa intenção é que por meio das consultorias do Sebrae e demais capacitações do núcleo, as empresas possam fazer adequações, inovar, melhorar o desempenho individual e contribuir para o fortalecimento do setor”, diz.

INFORME ESPECIAL

JVALÉRIO E ACIM FORMALIZAM PARCERIA PARA ACELERAÇÃO DE NEGÓCIO

Foi com este olhar de melhoria de processos que a Fundação Dom Cabral (FDC) criou a Parceria para Aceleração do Negócio (PAN). Trata-se de um programa voltado para pequenas empresas, startups e scale-ups com o objetivo de incrementar resultados já no curto prazo e melhorar ainda mais os processos de gestão de negócios de pequeno porte.

O PAN integra o programa de soluções do portifólio da JValério Gestão e Desenvolvimento, parceira da FDC, eleita pelo ranking da Financial Times como uma das melhores escolas de negócios do mundo e a melhor da América Latina.

O programa oferece diagnósticos de evolução e plano de negócios para as próximas ações da empresa, mentorias com professores da FDC e profissionais do mercado e reuniões de acompanhamento. “Todo esse processo que busca novos níveis de resultados não poderia funcionar sem envolver lideranças e equipes de trabalho. Eles serão estimulados a troca de experiências sobre como melhorar as práticas e o relacionamento entre seus setores”, diz o diretor executivo da Jvalério, Clodoaldo de Oliveira.

A ACIM começará a implantar o PAN em junho, com a utilização de indicadores e OKR (objetivos e resultados-chave). A expectativa é que durante o projeto, com duração de 12 meses, haja melhorias dos resultados relacionados à receita, satisfação do associado e processos/produtividade. “É um programa de aceleração que vai impactar todas as áreas: finanças, comercial, marketing, pessoas, estratégia e governança”, aponta o presidente da ACIM, Michel Felippe Soares. Ele também destaca o acesso a monitorias e troca de experiências entre executivos de mercado e os gestores de área da entidade.

O PAN funciona por meio de ciclos anuais de desenvolvimento e é adaptado às necessidades e características de cada empresa. Para mais informações, o telefone é (44) 99185-6035 e o e-mail é petrojan@jvalerio.com.br

NEGÓCIOS

ESG PELO BEM DOS NEGÓCIOS E DA SOCIEDADE

Potencializar os impactos positivos das empresas e minimizar os negativos são objetivos das práticas abarcadas pela sigla e já adotados por empresas locais

por Fernanda Bertola

Atividades e práticas nas áreas ambiental, social e governança, o ESG (Environmental, Social and Governance), ou ASG (Ambiental, Social e Governança), vem se popularizando. Uma das explicações é a crescente preocupação dos consumidores com a responsabilidade socioambiental das empresas. Em 2019, pesquisa realizada pela agência norte-americana Union + Webster e divulgada pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) mostrou que 87% dos brasileiros preferem comprar de empresas sustentáveis e 70% se disseram dispostos a pagar um pouco mais por isso.

O mundo dos investimentos também ajuda a explicar essa tendência. De acordo com o relatório sobre ESG da XP Investimentos, realizado em 2020 e atualizado em fevereiro deste ano, no mundo US$ 30 trilhões estão sob gestão de fundos que adotam estratégias sustentáveis.

A fundadora e diretora da consultoria Geração Social, Carolina Braz Pimentel, diz que o termo ESG foi usado pela primeira vez em 2004 pelo Pacto Global e Banco Mundial num convite a instituições financeiras e investidores para refletir sobre a necessidade de incluir no mercado de capitais os fatores abarcados pela sigla. A explicação pode fazer parecer que o tema interesse a grandes corporações apenas, mas o ESG pode ser incorporado pelas micro, pequenas e médias empresas. Na prática trata-se de avaliar os impactos da atividade do negócio e trabalhar para potencializar os positivos, minimizar ou até erradicar os negativos.

O caminho para a implantação passa por identificar e buscar compreender as expectativas e interesses de colaboradores, clientes, fornecedores e outros públicos afetados pelo negócio, que pode traçar as próprias estratégias para gerir os impactos na sociedade. “É importante também o alinhamento com os princípios do Pacto Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).”

Agente de transformação na Geração Social, Nadheska Rodrigues explica que no eixo ambiental é preciso conhecer os impactos da operação, uso de recursos naturais, mapear a rede de suprimentos para rastrear impactos, possuir ações e metas para reduzi-los. No eixo social deve haver preocupação com políticas e relações de trabalho, de igualdade racial, promoção da igualdade de gênero, ações antidiscriminação,

proteção de informação e dados. Com relação à governança, a organização deve ter código de ética e de conduta e disponibilizá-lo aos interessados, práticas antissuborno e anticorrupção, conselhos administrativo, consultivo e de ética, políticas e canais de denúncia amplamente divulgados, práticas antirretaliação. Utilizar a voz da empresa para gerar conscientização atravessa os três eixos.

Para Nadheska, só existem desvantagens na implementação do ESG se a empresa praticar "maquiagem verde", que é quando há a divulgação de ações que não ocorrem de fato ou quando a organização se utiliza da responsabilidade social para encobrir práticas nocivas. "Possuir práticas de ESG representa diferencial e gera credibilidade. Para quem está crescendo ou planeja ter uma empresa perene e sustentável, apostar em práticas ESG é fundamental não só para atrair investidores, mas para manter consumidores e talentos", comenta.

NADHESKA RODRIGUES, CONSULTORA: IMPLANTAÇÃO DO ESG SÓ TEM DESVANTAGEM SE HOUVER "MAQUIAGEM VERDE" OU QUANDO SE UTILIZA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA ENCOBRIR PRÁTICAS NOCIVAS

DESDE A FUNDAÇÃO

Na Cresol, as práticas do ESG vêm sendo adotadas desde o início das atividades, há 26 anos. Segundo o diretor-superintendente Anderson Wolff, se a instituição avançou em média 46% em seus ativos em 2020, há influência das ações do ESG.

Atualmente os programas e práticas empregados na Cresol atingem mais de 620 mil cooperados e 5 mil colaboradores, distribuídos em 17 estados, seja pela formação e treinamento ou pelo modelo agregador de renda.

PARA ANDERSON WOLFF, DA CRESOL, A COOPERATIVA CRESCEU EM MÉDIA 46% NOS ATIVOS POR INFLUÊNCIA DO ESG

No âmbito social o contato com os colaboradores e cooperados é humanizado. "Engajamos os colaboradores para que tenham o 'olhar do dono' e respeito pelas pessoas. Seguimos todas as formas de diversidade, oportunizando trabalho para todos os gêneros e raças, bem como para PCDs", diz Wolff.

Ainda sobre o eixo social, entre as ações estão as de educação financeira que só em 2020 impactaram 10,4 milhões de pessoas.

No aspecto da governança, os órgãos são compostos por conselhos de administração e fiscal, bem como diretoria executiva, além de estruturas de auditorias interna e externa. Os conselhos são formados por cooperados eleitos em assembleias. “Foram R$ 16,8 milhões creditados como juros ao capital social e temos mais de 3 mil empreendimentos urbanos e rurais acompanhados por nossos programas de desenvolvimento”, complementa Wolff sobre as ações de governança.

A preocupação com o meio ambiente, outro pilar do ESG, também mobilizou ações. Em 2020, foram oito mil voluntários envolvidos em ações socioambientais. Wolff acrescenta que a Cresol promoveu linhas de crédito para os investimentos em projetos de energias renováveis e, associada à Paraná Energias, adquiriu energias de fontes renováveis para as agências diretamente dos produtores que tiveram seus projetos financiados pela cooperativa.

O diretor diz que a ESG tem atraído investidores mais preocupados com o socioambiental, mas também vem mudando os investimentos da cooperativa: a instituição está empregando na primeira agência de Maringá a certificação HBC (Healthy Building Certificate). De acordo com ele, será a primeira cooperativa do país a ter a certificação relacionada à preservação ambiental, seja por meio de reúso de água ou utilização de energia renovável, e à preocupação com a qualidade do ar, quantidade de emissões sonoras e dos materiais utilizados nos ambientes da cooperativa. “Chega ao nível de medir a radiação emitida pelas pedras utilizadas em nossas construções, tipo e cores de tintas, presença de exaustores para cada impressora e filtros de água, além de outros itens verificados para se obter a certificação”, detalha.

INCLUSÃO NAS ESTRATÉGIAS

Os temas inerentes ao ESG fazem parte, segundo o presidente do Conselho de Administração do Sicoob Metropolitano, Luiz Ajita, do DNA da cooperativa. “A sustentabilidade, a governança cooperativa, a gestão ética, os aspectos culturais, sociais, ambientais e econômicos são trabalhados fortemente em nosso dia a dia, pois acreditamos que por meio deles garantiremos a perenidade”, diz.

Desde a fundação da cooperativa, em 1999, práticas ESG são realizadas e aprimoradas conforme a evolução regulatória, a mudança comportamental das pessoas e a necessidade de adotar uma postura mais consciente como empresa. O presidente explica que a responsabilidade socioambiental é considerada na definição das estratégias, negócios e operações e existem indicadores de avaliação definidos e com acompanhamento mensal.

O tema impacta 679 colaboradores e seus familiares. Já na comunidade, só em 2020, mais de 100 mil pessoas foram alcançadas com projetos e ações sociais. “Além disso, mais de 123 mil cooperados são beneficiados com a nossa maneira de ser e atuar. Se

levarmos em consideração que cada cooperado impacta pelo menos mais três pessoas de seu convívio, como amigos e familiares, esse número é infinitamente maior", ressalta Ajita.

Dentre as iniciativas ambientais, sociais e de governança, Ajita destaca: programa de coleta de pilhas e baterias para descarte adequado; redução da quantidade de impressões de documentos e adesão à assinatura eletrônica; campanhas internas sobre a importância de preservar recursos naturais; economia de água, energia e outros; programas de educação financeira e ambiental; formação de líderes cooperativistas; políticas, manuais, códigos de ética e conduta e normativos internos que garantem a eficiência, ética, integridade, segurança e perenidade da cooperativa, entre outras.

Sobre os resultados das ações, por exemplo, um programa formou mais de mil professores, que divulgaram a cultura cooperativista para crianças; instalação de placas fotovoltaicas em seis agências e mais de 1.700 financiamentos de energia fotovoltaica; pelo Instituto Great Place To Work, atualmente, é umas das melhores empresas para trabalhar na América Latina, Brasil e Paraná.

"Os cooperados enxergam o valor em nossa marca, principalmente o público jovem. Acreditamos que os esforços não são apenas para cumprir normas ou exigências do mercado. Praticar o ESG fortalece a imagem, atrai pessoas alinhadas com nossa filosofia e, consequentemente, crescemos de maneira consistente, segura e desenvolvendo o ecossistema em que estamos inseridos", acrescenta Ajita.

"PRATICAR O ESG FORTALECE A IMAGEM, ATRAI PESSOAS ALINHADAS COM A FILOSOFIA E CRESCEMOS DE MANEIRA CONSISTENTE", DESTACA LUIZ AJITA, DO SICOOB METROPOLITANO

INOVAÇÃO

PARA UM NOVO CONSUMIDOR, UMA NOVA EMPRESA

Vendas em multicanais, aumento da presença nas redes sociais e divulgar os valores da marca são necessidades urgentes para os negócios

por Amanda Dias e Lethicia Conegero

Diante de novas necessidades e hábitos de consumo, acelerados com a pandemia, uma verdadeira corrida tem levado as empresas a inovar em produtos e processos e a ampliar os canais de venda e acesso aos consumidores. O grande desafio é olhar para as necessidades das pessoas e questionar: como posso ser a solução?

É nisto que aposta Sergio Molinari, fundador da Food Consulting, empresa de consultoria especializada em food service de São Paulo. No setor de alimentação, por exemplo, os empresários precisaram reinventar a forma de olhar para o negócio e, principalmente, para o consumidor. "Termos como reinvenção, adaptação e disrupção são mais importantes do que nunca. Uma padaria não é mais uma empresa que produz e serve pães, bolos, lanches e refeições. Ela é uma supridora de necessidades. Uma hora pode ser atender um consumidor no café da manhã a caminho do trabalho, noutra pode garantir um pequeno evento social ou abastecer a falta de um item urgente em casa, ou matar a vontade de uma delícia gastronômica. Quando aprendemos a ser orientados pelos hábitos, atitudes e necessidades do consumidor, trazemos as necessidades de evolução para todo o negócio", detalha.

SERGIO MOLINARI, CONSULTOR: "REINVENÇÃO, ADAPTAÇÃO E DISRUPÇÃO SÃO MAIS IMPORTANTES DO QUE NUNCA"

Duas tendências vieram para ficar: implementar formas de consumo fora da loja, não só no delivery, mas drive-thru, take-out (retirada no balcão) e grab-and-go (lanches e refeições prontos, que o consumidor pega na loja e leva); e estar presente em plataformas digitais, já que é onde os consumidores mais se relacionam com as marcas que consomem atualmente.

MULTICANAIS

É o que tem feito a Holandesa, que está no mercado desde 1998 e oferece panificação, confeitaria, salgados, lanches, almoço, caldos e produtos personalizados. Com a pandemia, a empresa ampliou a comunicação e implantou atendimento multicanal, mantendo contato com o cliente e oferecendo produtos por meio de aplicativos, plataformas onlines, redes sociais e outros. Mas não foi só isso, segundo o gestor David Ferreira.

"Nosso setor precisou fazer ajustes em produtos, parceiros, perfil da mão de obra, marketing, layout,

processo de produção, finanças e tecnologia da informação. Todos os esforços convergiram para a ampliação do relacionamento entre cliente e empresa, procurando entregar para o consumidor experiências parecidas em momentos diferentes", reforça.

As panificadoras que resistiram às mudanças viram parte dos consumidores migrarem para os concorrentes. "A empresa que não cresce está fadada a desaparecer. Grandes rupturas no mercado mudam o comportamento do consumidor subitamente. A pandemia impactou em, no mínimo, cinco anos a mudança de comportamento. As pessoas e, consequentemente as empresas, foram obrigadas a migrar para o digital para se comunicar, para expor produtos e para recebimentos", finaliza Ferreira.

Do pequeno ao grande negócio, a chave vai continuar sendo a busca por conhecimento e capacitação. "A internet possibilitou que empresários de qualquer porte tenham acesso a conteúdo relevante, que vai de estratégia à execução, de vendas à operação. Além das entidades como o Sebrae, que realizam palestras, webinar, consultoria online, projetos e muito mais, alcançando empresários com a maior diversidade de soluções para capacitá-los para hoje e para o futuro", destaca Molinari.

"NOSSO SETOR PRECISOU FAZER AJUSTES EM PRODUTOS, PARCEIROS, PERFIL DA MÃO DE OBRA, MARKETING, LAYOUT, PROCESSO DE PRODUÇÃO, FINANÇAS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO", APONTA DAVID FERREIRA, DA HOLANDESA

Os empresários da panificação, por exemplo, se uniram por meio do núcleo setorial do programa Empreender (Nuspan) para a primeira edição do Inovapan. Dez panificadoras passaram por capacitações e workshops de forma remota e gratuita. Além disso, foram realizadas palestras abertas ao público, que chegaram a reunir mais de 40 empresas do setor.

Para ajudar as empresas a entender os desafios da atualidade, o Inovapan abordou quatro frentes: cenário e perspectivas, resultados de vendas e financeiros, indicadores de desempenho e hábitos e atitudes dos consumidores. O projeto, que teve duração de nove meses, terá uma segunda edição neste ano, com a parceria do Sebrae, fornecedores e a Food Consulting.

EXPERIMENTAÇÃO

A integração de canais de vendas tem sido imperativa para o varejo. Com redução nas vendas e no ritmo de produção, o setor de confecção tem sentido os reflexos da pandemia. Sem a certeza da presença física dos clientes nas lojas, as empresas do setor tiveram que se reinventar para dar continuidade aos negócios. Uma das soluções foi a integração dos canais de vendas, unindo físico e virtual em um processo chamado de omnichannel. É o que aponta a empresária e administradora da Taquion, Ana Rita Canassa, que preside o Núcleo Jovem do Sindicato da Indústria do Vestuário (Sindvest Jovem) de Maringá.

Para exemplificar a integração, Ana Rita conta que uma ferramenta utilizada no setor e que representa 20% do faturamento das lojas é o sistema condicional: o cliente se cadastra em uma plataforma de vendas de determinada loja, por meio da qual selecionará produtos que gostaria de experimentar antes de efetivar a compra. Esses produtos são enviados por delivery para o consumidor, que tem até dois dias para devolver os itens não desejados e possivelmente efetuar uma compra. É uma forma de digitalizar os processos sem deixar de lado a experiência física. "É uma comodidade para o cliente", relata.

Ana Rita acredita que, aos poucos, a confecção deverá retomar o volume de vendas e produção e que a tendência é a continuidade desse processo de integração aliado a um reposicionamento de marca. Não basta simplesmente vender produtos. É necessário pensar na interação com o consumidor, que espera suporte da marca e se interessa pela mensagem que ela transmite. “Esta geração de clientes está conectada. É preciso aprender a se comunicar com eles, mostrar porque a marca existe e que diferença faria ela se não existisse”, destaca.

Ana Rita também tem adotado as mudanças em sua loja. Ela conta que está trabalhando para fornecer conteúdos nas redes sociais com o objetivo de promover os valores da marca. Pautada no bem-estar, a Taquion preza pela excelência e qualidade dos produtos, reconhecida em moda praia, fitness e natação.

“ESTA GERAÇÃO DE CLIENTES ESTÁ CONECTADA. É PRECISO APRENDER A SE COMUNICAR COM ELES”, DEFENDE ANA RITA CANASSA, DA TAQUION

GAMIFICAÇÃO

Outra frente das empresas tem sido a implementação da mecânica de jogos para melhorar os resultados em diversas áreas, principalmente no engajamento de pessoas, um dos grandes desafios da pandemia devido ao distanciamento dos colaboradores.

“A gamificação tem como premissa promover o engajamento e a motivação por meio dos elementos de jogos. Para que esse engajamento seja alcançado, é necessário conhecimento sobre os perfis e motivações do público. São quatro perfis de jogadores: matadores, conquistadores, exploradores e socializadores, e as motivações são duas: extrínsecas e intrínsecas. Ao mapear os perfis e as motivações dentro da empresa é possível planejar quais elementos podem ser aplicados para que o engajamento seja alcançado”, explica o CEO da LD Consultoria, Leandro Dias Lourenço, que é instrutor de curso da Escola de Negócios da ACIM.

DESIGN THINKING E CANVAS AJUDAM A MAPEAR OS PERFIS DOS COLABORADORES, APONTA LEANDRO DIAS LOURENÇO

O grupo LD atua com a implantação da estratégia de gamificação em empresas, a favor de uma experiência envolvente para o colaborador e cliente, entendendo as motivações e usando elementos de jogos para ajudá-los a atingir seus objetivos.

São usadas ferramentas como o design thinking e o Canvas para mapear os perfis dos colaboradores das empresas. E os resultados levantados até o momento apontam engajamento de 65% na motivação dos envolvidos. “Para que esse engajamento seja alcançado é necessário empenho de todos, para que seja possível o mapeamento correto das motivações e dos perfis do colaborador”, frisa Lourenço.

A gamificação pode ser aplicada em todas as áreas da empresa, como recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento de pessoas e gestão inovadora. “A gamificação atua em todos os locais, visto que as empresas são feitas por pessoas e para pessoas. Estamos falando de engajamento e motivação humana, então onde há uma pessoa, a gamificação pode ser aplicada”, finaliza o CEO.

ACIM NEWS

OXÍMETROS E TERMÔMETROS

Pacientes de baixa renda com covid têm acesso a oxímetros e termômetros de graça para que possam monitorar em casa a evolução da doença. Isso é possível graças à campanha 'Inspiração', realizada pela ACIM, por meio da ACIM Mulher, e Sociedade Médica de Maringá, que arrecadaram, junto a empresas e à população, 1,5 mil oxímetros e 500 termômetros.

Com o oxímetro de dedo é possível medir a quantidade de oxigênio, ajudando a evitar a hipóxia silenciosa, que é a falta de oxigênio no sangue sem que o doente sinta falta de ar. O nível normal para adultos deve ser maior que 95%, mas se o nível for 92% ou menos, é preciso procurar ajuda médica imediatamente. Com o monitoramento do paciente em casa, haverá redução do número de internações, intubações e mortalidade.

Os aparelhos foram doados à prefeitura em 30 de abril e são emprestados em unidades de saúde, em regime de comodato, para pacientes com sintomas leves e moderados.

Para o prefeito Ulisses Maia, "a campanha foi um ato de amor e solidariedade e comprova mais uma vez a força da sociedade civil organizada e dos empresários". A presidente da ACIM Mulher, Claudia Michiura, destaca que o objetivo é contribuir para que, em caso de uma terceira onda do coronavírus, sejam evitadas mortes e, por isso, tanto empresários quanto médicos abraçaram a causa.

A campanha também contará com vídeos veiculados em redes sociais com dicas de médicos para isolar um paciente com coronavírus em casa, como manusear o oxímetro, quando ir a hospital, o que fazer em caso de contato com uma pessoa positivada, entre outros tópicos importantes para ajudar a população durante a pandemia.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

Online em 17 de maio, a 79ª Assembleia Geral Ordinária da ACIM foi aberta aos associados e teve as seguintes pautas: análise e aprovação do relatório de atividades e contas de 2020; análise e aprovação do plano de metas e previsão orçamentária de 2021. Na assembleia também foi apresentado o relatório de gestão de três anos de trabalho do presidente Michel Felippe Soares. Entre as conquistas, desde 2018, estão: certificação ISO 9001; implantação do Plano de Desenvolvimento Individual; investimento em gestão de pessoas; reforma do prédio, com implantação do Inovus; adoção de centro de custos e unidades orçamentárias; reestruturação da equipe comercial, área de eventos e departamento comercial; e implantação da metodologia OKR.

LIVROS DE GRAÇA

Quem passa pelo Terminal Intermodal Urbano de Maringá pode doar ou retirar livros numa estante que foi instalada no final de abril e é uma iniciativa do Copejem. Inicialmente foram disponibilizados mais de 200 títulos doados pelos jovens empresários e instituições como Sebrae e Sicredi, além dos participantes de eventos realizados pelo Copejem. Há títulos em quadrinhos, romances, técnicos, entre outros.

ASSOCIADO DO MÊS

Quem não abre mão de acordar com um café da manhã fresquinho na porta de casa pode recorrer a Dejú, a primeira padaria totalmente online do país. A ideia do nome, conta o CEO, Wanderlei Júnior, veio da expressão francesa 'déjà-vu', que significa 'algo visto'. Isso porque até os anos 80 era comum que os padeiros entregassem os produtos na casa dos clientes. Assim, a empresa, cujo aplicativo foi lançado em 2018, se propõe a unir a comodidade do passado à tecnologia do presente.

A matéria-prima vem de uma fábrica em Brasília/DF, onde é produzida e trazida para Maringá utilizando modernos processos de panificação. Aqui os alimentos são fermentados e assados. Atualmente são ofertados mais de 500 produtos, sendo os pães de queijo os mais requisitados.

A Dejú não utiliza corantes, conservantes nem antimofos, e os pães são assados de hora em hora. "Não vendemos pão, vendemos café da manhã com a família, chá com as amigas, coffee break no trabalho, enfim, vendemos momentos", ressalta o CEO, que acrescenta que a pandemia alavancou as vendas em 500%. A empresa tem 55 mil clientes cadastrados em Maringá e realiza de 9 a 10 mil entregas por mês.

Com 40 colaboradores, entre funcionários e prestadores de serviço, os pedidos podem ser feitos pelo aplicativo, com entrega diária da 6 às 19 horas. A empresa faz planos de expansão para o segundo semestre. "Maringá serviu de piloto. Analisamos o que deu certo, o que deu errado e agora queremos chegar em outras cidades, começando pelo Paraná e São Paulo. Nossa meta é ser a maior rede de padarias do Brasil", planeja. O app da Dejú pode ser baixado gratuitamente na App Store e no Google Play.

SELO ODS

O Instituto ACIM está promovendo o Selo ODS 2021 para certificar empresas comprometidas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU). Companias comprometidas com os 17 ODS receberão o Selo Ouro, as que atendem entre oito e 16 objetivos ganharão o Selo Prata e as que atendem entre dois e sete ODS receberão o Selo Bronze.

A premiação será durante o Summit 2021, em outubro, com a realização do Instituto ACIM e Movimento ODS. Para saber como participar do Selo ODS 2021, cujas inscrições vão até 15 de agosto, envie e-mail para gestao@institutoacim.org.br

SAÚDE EM TEMPOS DE PANDEMIA

Com o tema 'Saúde em tempos de pandemia', a mesa-redonda que a ACIM transmitiu pela internet em 7 de abril teve mais de 7 mil acessos. O evento contou com as participações da pesquisadora e especialista em Oncologia e Imunologia Nise Yamaguchi e do infectologista Marcelo Burattini.

"É preciso estabelecer uma rotina de saúde, com exercícios e dietas, mesmo diante de todas as dificuldades. Estamos esperamos uma sucessão de outras doenças (no pós-pandemia)", destacou Nise. Para Burattini, "o lockdown foi efetivo no início da pandemia e por curto período de tempo. Infelizmente vimos a implantação de sucessivos lockdown no Brasil, sempre abaixo de 50% de adesão da população. Medidas de distanciamento social, uso de máscaras, evitar aglomeração e álcool gel são suficientes para romper a disseminação do vírus e permitir que a pandemia evolua num curso mais lento". A mesa redonda contou também com vídeos do ministro da Saúde, Marcelo Queiroga; Secretário de Saúde do Paraná, Beto Preto; e ex-ministro da Saúde e deputado federal Ricardo Barros. O evento foi transmitido pelos canais do Youtube da ACIM, CBN Maringá, GMC Online e Fernando Beteti (e continua disponível), teve o patrocínio de Hospital da Visão-Provisão, Unicred, Unimed, Santa Rita Humana Saúde e Sicoob, além do apoio da Sociedade Médica de Maringá, Conselho Regional de Medicina e Codem e media partners GMC Online e Fernando Beteti.

PRODUTOS SEM TRIBUTOS

Anual, o Feirão do Imposto 2021 teve lives e venda por delivery de produtos sem tributos. Organizado nacionalmente pela Confederação Nacional de Jovens Empresários (Conaje) e realizado em Maringá pelo Copejem, o evento aconteceu de 17 a 22 de maio, tendo como tema 'Pra ser justo'. Foram diversas ações, como venda de chope pela Tap8, açaí no Açaí Beat, além de produtos da Euphoria pelo site Easydelivery e refeições em restaurantes parceiros do aplicativo AiqFome, tudo sem a cobrança de impostos.

Também aconteceram três lives sobre e uma peça teatral sobre tributação foi transmitida por uma plataforma da Receita Estadual.

E-BOOK GRATUITO

O Instituto Mercosul disponibiliza gratuitamente o ebook 'Guia prático de exportação', com conteúdos sobre o que e para onde exportar, como emitir o Radar (registro obrigatório para todas as empresas que querem importar e exportar), órgãos anuentes, diferenças entre exportação direta e indireta, classificação fiscal de mercadorias, formas de recebimento das vendas, linhas de financiamento, embalagens e meios de transporte. Para baixar o material, o link é https://lp.rlkpro.com/l/gG2KdfABF1113

PLANEJAMENTO E FUTURO DE MARINGÁ

'Maringá 74 anos: do planejamento à execução, o futuro começa agora' foi tema da mesa-redonda que a ACIM e o Codem realizaram em 17 de maio, em comemoração ao aniversário da cidade. Transmitido pelo Youtube da ACIM e do Maringá Histórica, o evento contou com as participações do sênior de Governos e Inteligência Analítica da Macroplan, Éber Gonçalves, e do consultor Jerri Ribeiro sócio da PwC Brasil, que liderou projetos com foco em governança corporativa, gestão de riscos e compliance em vários países. Também participaram Michel Felippe Soares (ACIM), prefeito Ulisses Maia, Wilson de Matos Silva Filho (Codem), Jefferson Nogaroli (Movimento Repensando Maringá), Carlos Valter Martins Pedro (Fiep), Wilson de Matos Silva (Unicesumar) e o pesquisador e especialista da história local Miguel Fernando. A mesa-redonda, que continua disponível online, teve patrocínio de Cocamar, Eurogarden, Fiep, Maringá Park, Sancor Seguros, Sanepar/Governo do Paraná, Santa Rita Humana Saúde, Sicoob e Unicesumar, além do apoio da prefeitura de Maringá.

CAMPANHA REFORÇA SEGURANÇA DO COMÉRCIO

Por meio do Conselho do Comércio e Serviços, a ACIM realiza uma campanha que mostra que fazer compras nas empresas locais é seguro. Peças publicitárias trazem fotos de lojas mostrando os cuidados na prevenção ao coronavírus, o que inclui controle de acesso aos estabelecimentos, aferição de temperatura, disponibilização de álcool em gel e demarcação com adesivos no chão para o distanciamento entre os clientes. Com o tema 'nosso comércio dedicado e seguro para você', a campanha é veiculada nas redes sociais e incentiva o consumo no comércio local.

EXPEDIENTE

Ano 58 nº 618 junho/julho/2021, **Publicação Bimestral** da ACIM, 44 | 30259595 | **Diretor Responsável** Rodrigo Fernandes, vice-presidente de Marketing | **Conselho Editorial** Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues, Rodrigo Fernandes e Suellen Simon | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Amanda Dias, Camila Maciel, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Lethícia Conegero, Rosângela Gris, Vanessa Bellei | **Fotos** Ivan Amorim | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44| 3031-7676 | **Editoração** Nova Inteligência | **Escreva-nos** Rua Basilio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br | **Conselho de Administração** Presidente Michel Felippe Soares | **Conselho Superior** Presidente José Carlos Valêncio | **Copejem** Presidente Lucas Di Loreto Peron | **Acim Mulher** Presidente Cláudia Michiura | **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Petrojan Vaz Neves | 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 acordo ortográfico da língua portuguesa. **Contato Comercial Jociani Pizzi 99828-0011**

Maringá

74 ANOS DE CRESCIMENTO
E PROSPERIDADE.

GRAÇAS A ESSE SOLO, NOSSA
RAÍZ SE MANTÉM FORTE.

Parabéns, **Maringá!**

cocamar

O seu **sonho**
vira **realidade**
com o **consórcio**

Consórcio de Imóveis, Veículos e Serviços

Planos que cabem no seu bolso, sem entrada e sem juros!

CONSÓRCIO Triângulo

(42)3323-7671 **(42)99127-9326**

www.consorciotriangulo.com.br