



ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

COM O FIM DA TEMPESTADE, EMPRESÁRIOS PLANEJAM BONANÇA

Mesmo em setores duramente impactados pela pandemia, como eventos e gastronomia, empresários retomam investimentos e aumentam as apostas

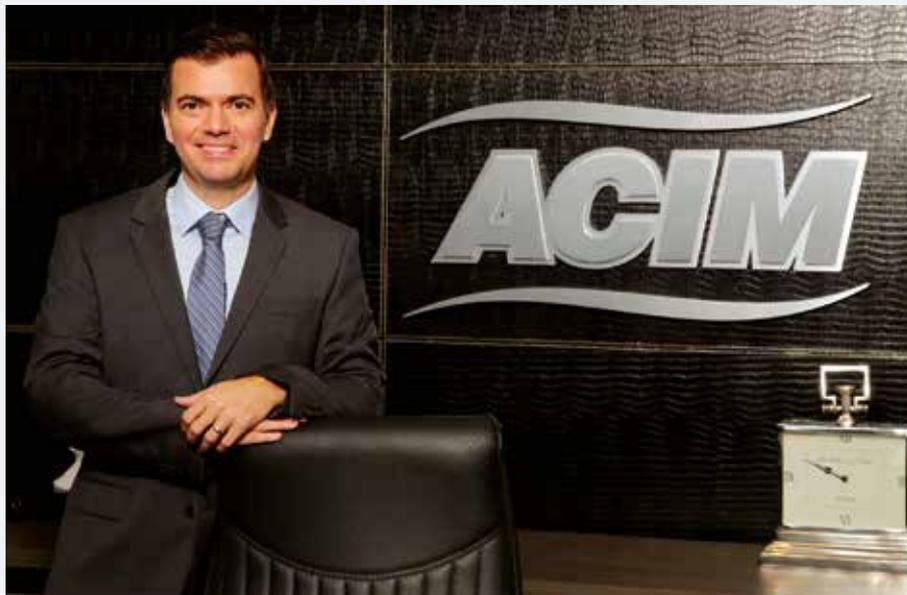


CHANDON

celebre com século adega
QUALIDADE E TRADIÇÃO

Século
ADEGA





O PROJETO DE REVITALIZAÇÃO INCLUIU A CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO DECISIVO PARA A INOVAÇÃO. É O INOVUS, ONDE EMPREENDEDORES PODEM TESTAR IDEIAS E PROJETOS, COM O ACOMPANHAMENTO DE ESPECIALISTAS

UM NOVO ESPAÇO EM SINTONIA COM OS NOVOS TEMPOS

Tal como os negócios evoluem e adotam novas práticas, em meio a mudanças no perfil de consumo, a ACIM tem modernizado seu trabalho, produtos e serviços. Décadas atrás oferecíamos cursos de protocolo e procedência para ensinar os associados e colaboradores como se portar num evento e reuniões. E se no passado ensinávamos sobre o pacote Office, hoje a Escola de Negócios tem cursos sobre e-commerce e redes sociais, por exemplo.

Para acompanhar essas mudanças e em meio ao aumento da procura por nossos cursos, investimos na revitalização do prédio da Associação Comercial, criando salas modernas e tecnológicas para oferecer qualificação rápida, atual e ministrada por especialistas com experiência de mercado. Mas não é só. O projeto de revitalização incluiu a criação de um espaço decisivo para a inovação. É o Inovus, onde empreendedores podem testar ideias e projetos, com o acompanhamento de especialistas. Tudo está à disposição dos associados, e também garante um ambiente confortável de trabalho para os mais de 60 colaboradores.

Com a inauguração, pudemos reconhecer o trabalho de empresários e lideranças decisivos para a trajetória da entidade, porque os homenageamos com os nomes dos nossos espaços.

Atualmente com quase 5 mil associados, a ACIM é refe-

rência no apoio aos negócios. Oferecemos consultas de crédito, campanhas do comércio, apoio à inovação, parcerias com planos de saúde, consultores para o acompanhamento dos trabalhos do programa Empreender, apoio à concessão de crédito por meio da Noroeste Garantias, entre tantos outros benefícios. Também temos ampliado nossa atuação socioambiental, por meio do Instituto ACIM e o apoio a entidades que estão sediadas no prédio.

Internamente, temos investido no aprimoramento e na modernização da governança, mapeando processos, implantando indicadores, centro de custos e acompanhamento por meio de softwares. Esse trabalho tem sido referendado por conquistas como o selo GPTW de melhores empresas para trabalhar e a manutenção da certificação ISO 9001, que atesta a qualidade do trabalho. E em breve vamos lançar o Modelo ACIM de Gestão (MAG) para ajudar os empresários na gestão das empresas.

Queremos não apenas incentivar a modernização dos negócios e a eficiência de governança, mas sermos exemplos daquilo que pregamos. São novos tempos.

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



TRADIÇÃO QUE GERA RESULTADOS PARA **TODA A SOCIEDADE.**

A **Unicesumar** está entre as maiores instituições privadas do Brasil e tem **nota máxima do Ministério da Educação** em conceito institucional. São 10 anos consecutivos de **IGC nota 4** (escala de 1 a 5) e mais de 80% dos professores **mestres e doutores**. Tudo isso reflete na formação de qualidade de mais de **140 mil profissionais** que já concluíram a graduação e na vida dos mais de 320 mil alunos espalhados **por todo o Brasil**.

São **31 anos de história** promovendo educação de excelência e contribuindo na construção de uma sociedade mais justa e solidária.

Estude na Unicesumar: 5 campi presenciais e mais de 900 polos de educação a distância.

unicesumar.edu.br

 **0800 604 4422**



CAMPUS MARINGÁ



CAMPUS CURITIBA



CAMPUS PONTA GROSSA



CAMPUS LONDRINA



CAMPUS CORUMBÁ



12

ENTREVISTA

Na esteira das fusões e aquisições, a Unicesumar foi adquirida pela Uniasselvi, controlada pelo Vitru, por R\$ 3,2 bi; à frente da instituição maringense, o reitor Wilson Matos, que passa a ser chanceler e vice-presidente do Vitru, fala sobre a operação e tendências da educação



16

REPORTAGEM DE CAPA

Mesmo atuando em um setor duramente impactado pela pandemia, Emerson Batistella expandiu a Bluefit para Londrina e está negociando um segundo endereço na cidade vizinha; confiantes, empresários retomam investimentos e voltam a contratar



38

TRÂNSITO

Após morarem nos Estados Unidos e Japão e de olho na tendência do transporte sustentável, Meire e Robert Fagundes abriram a Eletro1000, que comercializa scooters e patinetes elétricos; o caminho é o mesmo de empreendedores que incluíram carros e bicicletas elétricas no portfólio



46

COMÉRCIO E ESTOQUE

Depois de um apreensivo Natal em 2020, lojistas esperam boas vendas de final de ano, mesmo impactados pela alta de preços e falta de matéria-prima; o diretor do Grupo AM, Antônio Rodrigues Gomes Filho, está com equipe e estoque de tecidos nos patamares de antes da pandemia



Rafaela Lima

ERRAMOS

Na edição de agosto/setembro, nº 619, na página 36 o crédito da foto é Rafaela Lima, e não Ivan Amorin. Por isso, reproduzimos novamente a imagem da advogada Natália Ferruzzi, com o devido crédito. A reportagem teve como tema 'Licenciamento, estratégia para crescer com os grandes'

VOCÊ QUER

946 médicos à sua livre escolha.

VOCÊ PODE

Ter a maior rede credenciada de Maringá e região.

VOCÊ MERECE

Mais que um plano, um sistema completo de saúde.

Unimed 
Maringá



HABITAÇÃO PARA FAMÍLIAS DE BAIXA RENDA

Famílias com renda de até três salários-mínimos podem ser beneficiadas pelo programa habitacional da prefeitura de Maringá, o Zona Especial de Interesse Social (Zeis). A estimativa é beneficiar, inicialmente, 2,4 mil famílias com moradias com preços acessíveis, mas o potencial é de 14 mil imóveis em vários bairros nos próximos anos. O primeiro empreendimento, entregue em setembro, é o Condomínio Villagio Azaleia, da construtora PRC, com 11 torres, e 176 unidades (foto). Outro empreendimento deverá ser entregue neste ano, o Residencial Manacá, para 224 famílias.

FOTO/ALDEMIR DE MORAES/PMM



FOTO/DIVULGAÇÃO

BROOKFIELD COMPRA ALDO SOLAR

A maringaense Aldo Solar, maior distribuidora de soluções para a geração de energia solar do país, chegou a um acordo para a venda de 100% das ações para a Brookfield Business Partners e seus parceiros institucionais. A operação foi fechada em agosto, e o valor não foi divulgado. “Fomos um dos primeiros a acreditar no setor solar no Brasil, somos pioneiros em sustentabilidade, e essa transação vai nos ajudar a ir ainda mais longe, ampliando a oferta para um mercado em plena expansão”, destaca Aldo Pereira Teixeira, fundador e presidente da Aldo Solar (foto). Ele continuará liderando a companhia e também será membro do Conselho de Administração.

A Aldo Solar registrou faturamento de R\$ 1,6 bilhão em 2020 e possui mais de 11 mil revendedores e instaladores independentes. Os equipamentos distribuídos pela Aldo possibilitam que os usuários finais (residências e pequenas e médias empresas) reduzam gastos mensais com eletricidade de maneira sustentável e distribuída.

NOVOS VOOS NA ALTA TEMPORADA

De dezembro ao final de janeiro de 2022, na alta temporada, o Aeroporto Regional de Maringá passará a ter voos diretos para quatro novos destinos. Para Navegantes/SC os voos serão às terças-feiras e sábados com pouso à 01h05 e decolagem às 4h. Para Porto Seguro/BA os voos serão aos domingos, com pouso às 8h30 e decolagem às 9h30. Para Rondonópolis/MT o itinerário será feito às terças e sextas-feiras, com pouso às 22h45 e decolagem às 23h40 e para Cuiabá/MT os voos serão às terças, quintas, sextas-feiras e sábados, com pouso à 1h25 e decolagem às 5h05.

SOLUÇÕES PARA O COMÉRCIO

O 'Portfólio de soluções amigas do comércio', que será lançado em novembro, em Maringá, promoverá negócios entre fornecedores de tecnologias, serviços inovadores e empresas. "Reunimos negócios que oferecem soluções para resolver as dores do comércio e que comercializam em plataformas digitais", explica a consultora do Sebrae/PR, Erica Sanches.

Antes de integrar o portfólio, as empresas passam por diagnóstico da jornada do cliente, desde o atendimento pré-venda à credibilidade e posicionamento da empresa nas mídias online. O diagnóstico apontará pontos de melhoria e as empresas terão acesso a ações para promover a visibilidade, participação em rodadas de negócios, eventos para investidores e feiras.

O portfólio será atualizado constantemente. Para participar, a empresa deve estar localizada a até 80 quilômetros de Maringá e pertencer a uma das categorias: operações de loja; meios de pagamento; e-commerce; engajamento do consumidor; logística; inteligência artificial; embalagens; entre outras.

O portfólio faz parte do Varejo Inteligente, realizado pelo Sebrae/PR, ACIM, prefeitura de Maringá, Sivamar e Fecomércio PR.

Os interessados podem contatar o Sebrae/PR pelo telefone (44) 3220-3474. A participação tem custo, mas o valor tem 70% de subsídio do Sebrae/PR.

CADEIRAS DE RODAS PARA ALDEIAS DO MT

Voluntários do Distrito 4630 do Rotary International, de Maringá, participaram de uma missão com o objetivo de distribuir 165 cadeiras de rodas em aldeias indígenas de etnias Xingu e Xavante/MT. A ação faz parte do Programa Mobilidade Para Todos e contou com a parceria da ONG norte-americana Free Wheelchair Mission, que doou os equipamentos.

"O Distrito 4630 do Rotary é o único parceiro brasileiro da ONG autorizado a receber as cadeiras de rodas", afirma a jornalista Larissa Nakao Dal Molin. Segundo ela, a logística de importação das cadeiras foi ampla e contou com a assessoria da coordenadora do programa, Renata Mestriner Krambeck, especialista em importação e exportação, além da participação da Associação Norte Paranaense de Reabilitação (ANPR).

Larissa explica que o Mobilidade Para Todos é mais um exemplo de programa humanitário realizado pelos rotarianos, assim como o Programa Empresa Cidadã, do qual a ACIM é parceira. Por meio de contribuições das empresas, o programa investe o dinheiro arrecadado em projetos humanitários, ajudando comunidades do Brasil e de outras partes do mundo. A missão aconteceu em setembro e contou com a participação de 25 voluntários, inclusive de maringaenses.

FOTO/DIVULGAÇÃO





LIDE PROMOVE AGENDA DE CONTEÚDO E NETWORKING

Com atuação multissetorial, a Lide Paraná é uma plataforma de conexão empresarial que promove agenda de conteúdo e oportunidades de *networking*. O grupo, que integra o Sistema Lide, reúne empreendedores, acionistas de grandes empresas, gestores públicos e líderes dos setores de relevância da economia - no quadro de filiados há empresas com faturamento anual a partir de R\$ 30 milhões.

Há iniciativas para desenvolver lideranças femininas, jovens lideranças e sucessores, por meio de uma agenda de mentorias. Com o objetivo de promover encontros e experiências entre pequenos grupos de empresários, o Lide inaugurou neste ano a Casa Lide, um ponto de conexão para os filiados do interior do estado que contam com a estrutura física na capital para fazer reuniões e ações de relacionamento. A regional paranaense é a primeira do Brasil a implantar o modelo de negócios, uma espécie de *business club* exclusivo para os filiados.

“O Lide sempre foi reconhecido, desde quando começou a atuação no país, em 2003, como uma entidade onde os empresários se encontram para fazer negócios e têm acesso a conteúdo qualificado. Sempre assumimos esse protagonismo de trazer debates para o desenvolvimento da sociedade empresarial e agora também estamos expandindo nossa atuação para todas as regiões do estado”, conta a presidente Heloisa Garrett. Em julho o Lide iniciou o processo de expansão para o interior, e começou a estratégia por Maringá.

A Casa Lide fica no Batel, em Curitiba, em uma casa tombada pelo patrimônio histórico, que foi construída por volta de 1896.

VEM COMIGO PRO SICOOB

ABRA SUA CONTA NO SICOOB E
CONCORRA A DIVERSOS PRÊMIOS!

R\$ 20 mil
em vales-poupança



1 FIAT **STRADA**



Visite uma de nossas agências ou abra
sua conta no aplicativo Sicoob.

 **SICOOB**
Faça parte.

Certificado de autorização Secap nº 04.014343/2021.
Consulte o regulamento completo no site www.vemcomigoprosicoob.com.br

De dois cursos a negócio bilionário, a trajetória da Unicesumar

Da sua sala, no sexto andar do prédio da reitoria em Maringá, o reitor Wilson de Matos Silva acompanha, pelas câmeras de segurança projetadas num telão, a movimentação de alunos e colaboradores nos cinco *campi* da Unicesumar. Além da sede em Maringá, a instituição conta com estruturas presenciais em Curitiba, Londrina e Ponta Grossa, no Paraná, e Corumbá, no Mato Grosso do Sul. Na educação a distância, são 900 polos espalhados pelo Brasil. Somadas, as duas modalidades contabilizam 325 mil alunos.

Os números, que hoje impressionam, são resultados de um sonho que teve início em 1985, quando Maringá tinha apenas uma instituição de ensino e poucas opções de cursos. “À época, meus filhos estavam ficando jovens e, se não passassem na universidade pública,

tinham que sair de Maringá. Vi ali a necessidade de mais instituições na cidade”, recorda Matos.

Em 1986, ele elaborou os projetos e protocolou o pedido para implantação de dois cursos de graduação, número limite permitido pelo Ministério da Educação à época. Depois de dois anos veio a aprovação do MEC, seguida pela doação do terreno para a construção do primeiro prédio. Era o início de uma longa trajetória de sucesso.

Pautada em quatro pilares - intelectual, profissional, emocional e espiritual -, a Unicesumar cresceu e se solidificou na modalidade presencial. No início dos anos 2000 a instituição passou a oferecer a educação a distância e a partir daí ganhou o Brasil, mas sem deixar para trás a qualidade. “Sempre nos pautamos por qualidade de ensino, sempre estivemos entre as melhores notas das avaliações.

FOTO/IVAN AMORIN



Quem é?

Wilson de Matos Silva

O que faz?

Professor e empresário

É destaque por?

Reitor da Unicesumar

Mantemos nota máxima no Enade em vários cursos e temos a maior média na EAD do país”, cita. Não à toa a Unicesumar atraiu o interesse de grupos educacionais e foi negociada, em agosto, com o grupo Vitru Educação, que controla a Uniasselvi, pelo valor de mais de R\$ 3 bilhões.

QUANDO DESCREVE A TRAJETÓRIA DA UNICESUMAR, O SENHOR FALA COM ORGULHO E CARINHO. COMO FOI A DECISÃO DE VENDER A INSTITUIÇÃO QUE CONSTRUIU?

O grupo Unicesumar continua com 23% do grupo global, que com a nova composição quase dobrou de tamanho. A Uniasselvi era menor do que nós, só que está listada na bolsa americana Nasdaq e pertence a dois fundos internacionais. Por não ter uma família ou pessoa física como proprietária, mesmo que tivéssemos vendido tudo, eles precisariam de nós. No passado, como era sem fins lucrativos, ninguém que pensasse em capital investia na educação superior, somente as pessoas sonhadoras e apaixonadas pelo conhecimento. Então, além de continuarmos sócios, agora como acionistas temos o *know-how* e os melhores conceitos em educação.

O QUE CHAMOU A ATENÇÃO DO GRUPO CATARINENSE PARA A UNICESUMAR?

Primeiramente o nosso crescimento fantástico e orgânico. Estávamos entre os sete maiores grupos educacionais brasileiros sem nos associarmos a ninguém. Temos alunos do Brasil inteiro e de vários países. Mas o crescimento não veio de graça, veio pela qualidade. Também temos princípios e valores definidos que chamaram a atenção desses grupos.

O SENHOR ACREDITA QUE O MODELO PRESENCIAL DA UNICESUMAR TAMBÉM SERVIU DE CHAMARIZ?

Com certeza. A sede da Uniasselvi é em Indaial, do lado de Blumenau. Estamos em Maringá, Curitiba, Londrina e Ponta Grossa, ou seja, nas principais cidades do Paraná, que é um estado gigante comparado a Santa Catarina. E também tem a unidade de Corumbá, no Mato Grosso do Sul. Só que a estrutura física não entrou no negócio. Todos os prédios e terrenos continuam nossos.

HOUE OUTRAS PROPOSTAS?

Nos últimos cinco anos todo mês recebia ligações ou visitas de interessados me desafiando a criar uma fusão. Tem grupos listados na Bolsa, e começamos a analisar que também deveríamos ir para a Bolsa, tanto para abrir capital como para trazer capital para um crescimento mais acelerado. Há quatro anos contratamos a PwC para nos auditar, porque é preciso ter no mínimo três anos auditados para entrar na Bolsa, mas não tínhamos pressa. De um ano para cá começamos realmente uma conversa com os cinco principais *players* da educação no Brasil. Ouvimos as propostas porque a pretensão não era simplesmente vender, era manter o nosso legado.

O SENHOR OCUPARÁ O CARGO DE VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DA VITRU?

Eles queriam que eu fosse presidente do conselho, mas, nesses movimentos, pensei em começar a reduzir minha carga de trabalho. Meus filhos estão comigo, todos têm cargos decisórios executivos, então fico como vice-presidente do conselho Vitru, e chanceler do grupo, ou seja, com a função de representar a organização no cotidiano.

NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS TODO MÊS RECEBIA LIGAÇÕES OU VISITAS DE INTERESSADOS ME DESAFIANDO A CRIAR UMA FUSÃO. DE UM ANO PARA CÁ COMEÇAMOS REALMENTE UMA CONVERSA COM OS CINCO PRINCIPAIS PLAYERS DA EDUCAÇÃO NO BRASIL

A PARTIR DA FUSÃO, COMO PROJETA OS PRÓXIMOS ANOS?

Temos 325 mil alunos e eles têm cerca de 300 mil também. Na educação a distância, a partir da fusão, seremos a segunda maior empresa no Brasil, e no presencial estaremos em terceiro ou quarto. Estamos planejando uma alavancada no crescimento e pretendemos ser o segundo maior grupo globalmente dentro de pouco tempo, senão o primeiro.

COMO A TRANSAÇÃO IMPACTA NO QUADRO DE COLABORADORES DA UNICESUMAR?

A parte docente está bem alocada. O projeto pedagógico é ter professor, não tem como mexer, nem como partilhar esse serviço porque a Uniasselvi está em Santa Catarina e nós no Paraná. Uma universidade não pode ter campus fora do estado, não podemos ter Unicesumar em São Paulo nem em Santa Catarina no presencial, no EAD não tem problema. Então continua a Uniasselvi lá [Santa Catarina] e nós

aqui. Haverá, ao longo do tempo, o compartilhamento de serviços, certamente na área administrativa.

E A MARCA UNICESUMAR CONTINUA NO MERCADO APÓS A FUSÃO?

Sim. Houve questionamentos e preocupação por parte de algumas pessoas sobre os mestrados e doutorados, e todos eles continuam, até porque são uma exigência para manter o status de universidade. Tudo continua funcionando exatamente igual. Vale acrescentar que a transição ainda precisa ser chancelada pelo Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), que está fazendo a avaliação do local onde há polos. Não podemos ter 100% dos alunos de uma cidade, se isso ocorrer, nós ou eles precisam vender algum polo.

E A ESTRUTURA DO COLÉGIO OBJETIVO?

O Objetivo não entrou na negociação. O interesse maior era no ensino superior que tem a possibilidade de crescer para o Brasil inteiro.

DADA A SUA LONGA EXPERIÊNCIA EDUCACIONAL, COMO VISLUMBRA A EDUCAÇÃO PRESENCIAL DEPOIS DESTES LONGO PERÍODO DE SALAS VAZIAS?

A pandemia foi um desastre para a humanidade, mas antecipou tendências. Nos próximos dez anos, por exemplo, não teríamos mais presencial puro. Por causa da pandemia quase dois anos do ensino presencial acabaram sendo online. Era um modelo que encontrava resistência de professores e alunos, e essa resistência foi quebrada. Estamos retornando com frequência plena no presencial, entretanto mantivemos disciplinas na EAD. Houve uma mudança de cultura

e a partir do ano que vem boa parte dos cursos presenciais terá 40% das disciplinas na modalidade a distância, que é o percentual permitido pela lei. Por outro lado, na EAD, mantivemos a essência a distância, mas com algumas disciplinas presenciais. Durante a pandemia, as aulas práticas tiveram que ser virtuais e isso acelerou o desenvolvimento de laboratórios virtuais com mais experimento e riqueza do que o físico.

O MODELO HÍBRIDO É A TENDÊNCIA?

Estamos construindo alguns híbridos a partir do presencial e intensificando o híbrido com base na EAD. O presencial e a EAD vão continuar separados ainda por um bom tempo. O presencial continua com mais presencialidade do que o híbrido EAD. Os *campi* para os presenciais serão mais generosos e amplos para proporcionar vivência universitária. Têm as questões dos estágios também, em especial na área da saúde, mas que podem ser feitos em qualquer cidade do país, desde que haja convênios e parcerias. Tudo está sendo equacionado para que no ano que vem tenhamos esse modelo. Quem tem mais tempo e busca uma vivência universitária opta pelo presencial. Quem tem dificuldade com o tempo e a frequência fica com a modalidade que permite carregar a sala de aula no tablet ou no telefone.

ESCOLAS PÚBLICAS DE TODO O PAÍS FICARAM SEM AULAS PRESENCIAIS QUASE UM ANO E MEIO. QUAL O IMPACTO DISSO PARA A EDUCAÇÃO?

O ensino público foi muito prejudicado pela pandemia por vários fatores. Primeiro porque houve resistência ao modelo online pelos professores. De-

pois porque a mudança de modalidade requer investimentos. O privado empresta dinheiro e investe. No público é mais difícil porque depende de recursos e de abrir concorrência. Outra dificuldade é dos próprios alunos. Há famílias com dois ou três filhos, e não têm acesso à internet ou computador para todos. O Paraná foi ágil ao contratar canais secundários de emissoras de TV para transmitir as aulas. Porém, vários estados e municípios não tiveram a mesma agilidade. Poderia ter ocorrido um esforço maior de todos, afinal, a educação é o bem maior de uma nação.

E COMO A UNICESUMAR SUPEROU OS DESAFIOS DA PANDEMIA?

Como tínhamos grande experiência na EAD foi fácil colocar o presencial no online. Após quatro dias de treinamento para praticamente mil professores conseguimos entrar totalmente no online.

QUANDO OLHA PARA A INSTITUIÇÃO QUE CONSTRUIU, QUAL É O SENTIMENTO?

O sentimento é de missão cumprida. O começo foi sem pretensões, mas de maneira séria, disciplinada e ordeira. Administrei a construção de todos os prédios. Foram 150 mil metros construídos em 30 anos, isso significa, no mínimo, 5 mil metros por ano. É um legado que ficará para as gerações futuras. Meus netos vão continuar participando. Os prédios vão continuar aqui. O mais importante é que, ao longo desta trajetória, formamos mais de 150 mil profissionais com ensino de qualidade. Então a sensação é de realização por ter contribuído e continuar contribuindo com a história da querida Maringá.

O Santa Rita Saúde agora é Humana.

Sua saúde merece esse cuidado.

Cuidar é Humana.

humanasaude.com.br/pr



contrate já **0800 023 0563**

 **humana**
S A Ú D E

Com o fim da tempestade

EMPRESÁRIOS PLANEJAM BONANÇA

Mesmo em setores duramente impactados pela pandemia, como eventos e gastronomia, empresários retomam investimentos e aumentam as apostas



Roberto Izaguirre II abriu a Lez a Lez durante a pandemia e agora está em meio a obras para abrir franquia do Café Cultura; na foto com as sócias Francine de Lima e Luciana de Francesco _ FOTO/IVAN AMORIM

Quando o empresário Roberto Izaguirre II, junto com a família e sócios, selou oficialmente a parceria com a Lez a Lez, em meados de 2020, os shoppings de Maringá estavam com o funcionamento reduzido e contabilizavam quedas nas vendas devido às medidas restritivas de combate à covid-19. Além de antecipar o fechamento para as 20 horas, os decretos municipais proibiam a abertura aos finais de semana, dias de mais movimento nas lojas.



Recém-inaugurada, Varejocar é fruto do planejamento de quatro anos; loja deve registrar fluxo seis vezes maior que antigo endereço e quase quadruplicou equipe, conta Suelen Servilheri _ FOTO/IVAN AMORIM

O cenário momentaneamente adverso não intimidou Izaguirre, que deu vazão ao espírito empreendedor do grupo e entrou para o time de franqueados da marca catarinense por meio da sociedade entre a esposa, Luciana Graziela de Francesco, e a amiga Francine Barbará de Lima.

“Nosso namoro com a marca vinha de 2019. Estávamos conversando com a franquia e traçando o plano de negócio quando a pandemia começou. Naquele momento surgiu uma dúvida, mas entendemos que a turbulência seria por um período curto e que a oportunidade era interessante”, conta.

Somou-se à visão empreendedora a oportuna vacância de um espaço estratégico no Maringá Park, shopping em que ele detém outras operações e presta consultoria em lojas. A direção do shopping, aliás, teve papel importante para a concretização da parceria com a Lez a Lez. “Foi um negócio a três mãos”, diz o empresário, ao comentar o apoio que recebeu nas negociações com a franquia.

O espaço passou por ampla reforma, que durou seis meses, até a inauguração, em 21 de dezembro de 2020. No mesmo dia, lamentavelmente, Izaguirre perdeu o pai, vítima da covid-19. “Meu pai era um cara para frente. Ele nos serve de inspiração ao empreendedorismo e certamente continuaria apoiando neste caminho”.

Hoje, ao ver a movimentação de consumidores pelos corredores do shopping e diante das vendas da loja nos primeiros meses de operação, Izaguirre está convencido de que fez a escolha certa, e espera ter o mesmo sucesso com o Café Cultura, empreendimento que pretende inaugurar em novembro, no Maringá Park.

Também ‘importado’ de Santa Catarina, o Café Cultura é uma franquia de café e bistrô. “O cardápio é variado, com opções para todas as refeições ao longo do dia e drinks”, adianta o empresário, que acumula experiências no setor gastronômico como franqueador e consultor.

Atualmente em reforma, o ambiente de 110 metros quadrados está sendo projetado para oferecer uma experiência única, e este é o caminho para os negócios físicos fazerem frente às facilidades do online, em especial neste momento em que os consumidores estão ávidos a sair de casa após longo período de isolamento social. “Aos poucos a vida vai voltando ao normal”. Inicialmente a loja vai gerar seis empregos diretos e a expectativa é que o retorno do investimento aconteça em três anos.

NOVO CONCEITO

Experiência de consumo. Esta também é a aposta da Varejocar. A empresa acaba de inaugurar loja na movimentada avenida Colombo, depois



O fluxo da Bluefit em Maringá não retornou ao patamar pré-pandemia, mas, mesmo assim, Emerson Batistella abriu uma unidade em Londrina e está negociando a segunda academia na cidade vizinha _ FOTO/IVAN AMORIN

de dez anos em outro local. O endereço, aliás, era cobiçado há anos pela direção da empresa, atenta à proposta do poder público – ainda no papel - de transformar a via em um Boulevard de ‘alto padrão’.

O prédio com três pisos, erguido sob medida, não passa despercebido aos olhos de quem trafega pela via. São 3,6 mil metros quadrados que abrigam uma espécie de ‘shopping’ com mais de 17 mil itens de vários setores, como brinquedos, papelaria, itens de camping, PET, bicicletas, patinetes, cutelaria e uma linha de moda e acessórios, além de opções para sistema de som automotivo.

A área de autocenter tem capacidade para até 12 automóveis e mão de obra especializada, formada por 20 colaboradores. Lá é possível fazer alinhamento, balanceamento, revisão, troca de pneus, instalação de acessórios, entre outros. Enquanto os serviços de autopeças são realizados, o cliente pode aguardar no *lounge* ou no café, usar a brinquedoteca com os filhos, experimentar o simulador de corrida ou relaxar na poltrona de massagem.

O prédio dispõe ainda de espaços para eventos ligados ao automobilismo, como clube do carro

antigo, e *coworking*. Há área exclusiva para personalização de camisetas, canecas e outros itens, impressora 3D e estacionamento coberto. “Nossa intenção foi reinventar o negócio a partir do desejo e das demandas dos clientes. Buscamos referências até de fora do país para chegar ao conceito atual, com estrutura moderna e *mix* variado de produtos e serviços”, destaca a encarregada comercial da empresa, Suelen Servilheri.

Foram quatro anos de planejamento e estudo de mercado e dois anos de obra. E nem mesma a pandemia alterou os planos. O projeto foi desenvolvido por um escritório de arquitetura especializado em *retail* (varejo) e conta com sistema fotovoltaico e reaproveitamento de água da chuva. Seguindo a linha de sustentabilidade, há estação para carregar carro elétrico.

Embora a ideia seja levar o cliente à loja, a Varejocar não esqueceu de quem quer comodidade: é possível agendar a manutenção do automóvel e o serviço de leva e traz pelo aplicativo. A aprovação do orçamento também pode ser online. O aplicativo permite acompanhar em tempo real a execução do serviço, por meio de câmeras.

No embalo da mudança física, o *e-commerce*



Desde junho a 9000 Agência e Operadora de Turismo voltou a trabalhar com saldo positivo, conta Paulo Alves Pimentel: “as pessoas estão voltando a viajar, é um retorno gradativo”

_ FOTO/IVAN AMORIN

passou por *upgrade*. “Tínhamos planos de reativar o site e com a pandemia o projeto foi acelerado para a empresa ser referência no quesito experiência de compra também no virtual”, diz Suelen, acrescentando que os clientes podem retirar as compras em *lockers* (armários digitais).

Apostando na retomada da economia, Suelen calcula um fluxo seis vezes maior de clientes e diz que o alvo é o público feminino. “Fizemos um modelo de loja pensado para as mulheres e para família. Pode demorar um pouco, mas a pandemia vai passar e as pessoas vão querer experiências de compra como as ofertadas na Varejocar”. As mulheres também são maioria no quadro de colaboradores, que saltou de 15 para 55.

CONFIANÇA NA MARCA

O otimismo com a vacinação e a retomada da economia chegou a setores mais castigados pela pandemia, como as academias. O fluxo de alunos na Bluefit em Maringá ainda é menor que o registrado no início de 2020. Isso, no entanto, não impediu Emerson Batistella de levar a franquia para Londrina.

“Sempre quis entrar no mercado de Londrina porque a cidade é maior e tem menos acade-

mias do que em Maringá. O que foi decisivo é que a franqueadora também desejava entrar em Londrina e nos ajudou nas negociações e escolha de ponto”, revela o empresário.

A nova unidade foi inaugurada em agosto e está instalada em uma área de mais de mil metros no Londrina Norte Shopping. A estrutura conta com salas de musculação, *bcross*, ginásticas e lutas. Segundo Batistella, havia expectativa forte pela chegada da marca, o que eleva a confiança dele na captação de alunos a ponto de já estar em negociação para a abertura de uma segunda unidade na cidade.

A euforia pode até parecer desmedida, mas não para quem conhece o potencial da marca. O risco de agora nem sem compara ao assumido há quatro anos quando Batistella ‘jogou fora’ um nome com 18 anos de história para se tornar franqueado da Bluefit. Antes ele foi proprietário da Academia Trainers, idealizada em uma disciplina curricular do curso de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM). “Na faculdade, em 1997, fiz um estudo para abertura de uma academia numa disciplina de elaboração de projeto e em 1999 coloquei em prática”.

Em 2018, Batistella aceitou o desafio da Bluefit



Mesmo enfrentando “meses exaustivos”, Paula Abeche Soriani investiu na troca de endereço, apostando na retomada dos serviços de assessoria e produção de eventos _ FOTO/IVAN AMORIN

- segunda maior rede de academias do Brasil – para ser o primeiro franqueado. “Trocamos uma marca forte e própria por outra nova e pouco conhecida na época. Fizemos um *retrofit* sem fechar as portas, trocamos equipamentos e *layout*, fizemos investimentos, baixamos os valores das mensalidades e agregamos serviços. Não foi uma decisão fácil, mas acreditei, apostei no projeto e não me arrependo”.

Hoje a rede conta com mais de 120 unidades no país, mesmo com o forte impacto da pandemia. Na unidade maringense, após o primeiro *lockdown*, o retorno ocorreu com 60% da base média de clientes ativos. O índice subiu entre 5% e 10%, mas voltou a cair para 50% depois do segundo *lockdown* imposto ao setor. “Em agosto começamos a recuperar em torno de 10%, e cremos que com a vacinação e com a redução dos casos e das restrições devemos finalizar 2021 com pelo menos 75% da média normal. Voltar aos 100% só após o retorno das aulas presenciais na UEM”, prevê.

RETOMADA DO TURISMO

O cenário atual também traz boas-novas ao se-

tor de turismo. Depois de mais de um ano acumulando prejuízos, a 9000 Agência e Operadora de Turismo, enfim, voltou a operar com saldo positivo desde junho. É um recomeço lento, mas significativo para quem teve as vendas zeradas no início da pandemia.

Atuando desde 1991 no setor, Paulo Alves Pimentel diz não se lembrar de um cenário tão devastador. “Mesmo nas piores crises, o setor nunca tinha registrado quedas superiores a 30% ou 40%”. Ele calcula recuperação de 30% das vendas no comparativo com o período anterior à pandemia, quando as viagens, intercâmbios e retirada de vistos estavam em alta.

“As pessoas estão voltando a viajar. É um retorno gradativo, porque ainda há receio e temor por parte de muita gente. Tem empresas dando viagens de premiação para funcionários com bom desempenho. Aos poucos as pessoas vão criando coragem”.

Ainda assim, pelo menos por enquanto, Pimentel não acredita que o setor voltará a atingir os patamares anteriores à pandemia. A vontade de viajar, mesmo dentro do país, também esbarra nos



Seja UniFCV

transforme o

seu futuro!



“Hoje sou formado pela UniFCV, ela colaborou muito para meu networking.”

Era assistente financeiro e queria se especializar em outra área

Formado em Marketing, Pós-graduado em Design, inovação e estratégia

Ama ler livros, assistir séries, e fazer cursos

Hoje é Estrategista digital

Wesley

dos santos, 26 anos

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

elevados preços das passagens. “Por causa das remarcações, muita gente que tinha comprado pacote antes da pandemia está viajando agora. Por isso os aeroportos estão lotados. Mas são valores que já foram pagos. Então os lugares que sobram nos aviões estão caros”, explica o empresário.

Aliás, foi o trabalho de remarcação que ocupou a equipe de colaboradores da agência entre março e dezembro de 2020. Houve casos em que a data chegou a ser alterada cinco vezes. Foram mais de mil reservas remarcadas ou pedidos de reembolso. “Foi trabalhoso porque não se sabia quando as viagens poderiam ser remarcadas. Trabalhamos para dar o melhor atendimento ao cliente, sempre na tentativa de que ele remar casse e não cancelasse até porque o governo editou uma medida liberando o reembolso após um ano”.

Pimentel conta que, em alguns casos, chegou a abrir mão da comissão e fez o reembolso integral ao cliente. Mesmo assim, a agência conseguiu suportar os percalços sem fazer demissões ou recorrer a empréstimos.

Hoje operando em modelo híbrido, com os colaboradores se revezando no atendimento presencial e online, o empresário espera um crescimento gradual nas vendas nos próximos meses e acredita sair fortalecido pelo atendimento prestado aos clientes. “Quem havia comprado pacotes em sites teve mais dificuldade em remarcar as viagens do que aqueles que compraram em loja física com atendimento presencial”.

É HORA DO SIM

“O ano de 2022 será intenso. Estamos felizes e confiantes”, diz a organizadora de eventos Paula Abeche Soriani, apostando na demanda reprimida do setor desde março de 2020, em especial de casamentos. Embora os eventos tenham sido liberados, muitos casais que adiaram o tão sonhado sim preferem esperar. “A maioria quer aguardar acreditando numa flexibilização maior das regras e, também, pensando na segurança dos convidados”, explica a proprietária da empresa de assessoria e produção de eventos que leva o nome dela e está no mercado desde 2012.

Ainda assim, há motivos para comemorar. Afinal, depois de um longo período, a empresa voltou a realizar casamentos – com número restrito de convidados – e principalmente a receber

pedidos de orçamentos de novos clientes. Por mais de um ano, a organizadora trabalhou exclusivamente remanejando datas e negociando com fornecedores.

“Durante a pandemia, as demandas dos clientes contratados aumentaram. Eles queriam repostas que, infelizmente, não tínhamos. Cada cliente tinha entre 20 e 30 fornecedores, com os quais tivemos que negociar. Os remanejamentos são complicados, ainda mais com tanta incerteza. Foram meses exaustivos”, conta.

Desistir, entretanto, nunca passou pela cabeça de Paula. Tanto que durante a pandemia ela reformou o escritório pensando em garantir mais comodidade e segurança aos clientes nesta retomada. Hoje os atendimentos já são feitos presencialmente no novo espaço na rua Neo Alves Martins.

“A pandemia devastou nosso setor. Mas nunca pensei em desistir porque lutei muito para chegar aqui. E também porque acredito no casamento, que é um momento importante para os casais. Sempre tive fé que este momento ia passar e quando passasse haveria muita demanda”.

Antes da pandemia, Paula organizava de três ou quatro casamentos por mês, com o apoio de até seis colaboradores na data do evento. O contrato de assessoria inclui desde a escolha da data, passando pela negociação com os fornecedores aos mínimos detalhes da cerimônia. E agora também a segurança dos convidados.

Para tanto, os eventos seguem protocolos rigorosos. O salão, por exemplo, é setorizado por núcleo familiar. O cardápio foi alterado, já que a tradicional mesa de frios não oferece tanta segurança. Mudaram também a forma de receber o convidado e de servir os docinhos.

“Foram muitas mudanças e acredito que algumas vieram pra ficar, como as normas de higiene. No começo houve certa resistência, principalmente pelo uso da máscara. Agora a aceitação está tranquila. Respeitamos as exigências porque a festa precisa ser um momento feliz”.

Pensando em aumentar a segurança, Paula diz que o setor sugeriu ao poder público a exigência de testagem em massa em eventos e está aguardando a resposta. “Torço para que a vacinação se mostre forte e potente contra o coronavírus, e que os números de casos e mortes continuem caindo, para que a nossa retomada seja constante, e não momentânea”.

SEU COLABORADOR
MERECE **O MELHOR**

MEDICINA E SEGURANÇA DO TRABALHO

ERGONOMIA

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

PERÍCIA

Labore 
SAÚDE OCUPACIONAL



laboreweb.com.br | 44 3029.5025

EMPRESA
PARCEIRA



CERTIFICAÇÕES
LABORE



A escalada dos juros e os impactos nas finanças

Selic em alta prejudica acesso a crédito e favorece quem tem recursos para investir; a ordem é administrar o fluxo de caixa

FOTO/YAN KRUKOV/PEXELS



Economista Nicola Tingas: “é uma dicotomia: não se quer subir muito a Selic, mas precisa subir, senão perde o controle da inflação. Momento difícil para o Banco Central e para a sociedade” _FOTO/ARQUIVO PESSOAL

Quando o Comitê de Política Monetária (Copom) elevou, em setembro, a taxa básica de juros da economia, a Selic, de 5,25% para 6,25% ao ano, no quinto reajuste consecutivo, a estratégia do Banco Central (BC) é controlar a inflação, medida pelo índice geral de preços, o IPCA.

A inflação oficial subiu 0,87% em agosto, o maior aumento para o mês em 21 anos. Segundo o Relatório de Mercado Focus, neste ano a previsão para o IPCA é 8%. Com isso, a Selic deve sofrer novos reajustes – a estimativa para a taxa sobe de 7,63% para 8% no fim de 2021, e para 9,5% em 2022.

O economista da Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimentos (Acrefi), Nicola Tingas, acredita que na tentativa de conter a inflação, a Selic possa chegar a 8,5%. A seca e geadas nas safras agrícolas, demanda por *commodities*, ajustes de preço conforme o mercado internacional, além de crise energética e tensão política são fatores que têm

ajudado a empurrar a inflação para cima.

“A não ser que houvesse estoques reguladores de grãos estratégicos e de petróleo, estaríamos menos vulneráveis às flutuações internacionais. E por conta da pandemia, temos também problemas de componentes. O consumo começou a andar de novo e não tinha produto suficiente para suprir a demanda”, diz o economista.

Para Tingas, é baixa a capacidade de lidar com a inflação quando existe choque de oferta. “O Banco Central tentou dar tempo para ver até onde a economia assimilaria os choques de oferta. Mas os choques foram sucedidos por novos o tempo todo, prolongando a curva de inflação. Estamos ainda vivenciando uma aceleração da inflação, por isso, o Banco Central tenta não deixar o índice ir muito longe, ao aumentar os juros dentro de uma sistemática de estabilização da moeda”, explica.

O objetivo é estabilizar o real ao desaquecer a economia e evitar que o mercado se baseie em expectativas de novos aumentos. Isso porque existe incerteza de até onde vai a inflação e, por essa razão, os preços são remarcados para cima. “Neste momento o Banco Central visa a estabi-

lizar as expectativas, levando o mercado a acreditar que a inflação não vai passar de 8%”, analisa. “É uma dicotomia: não se quer subir muito a Selic, mas precisa subir, senão perde o controle da inflação. É um momento difícil para o Banco Central e para a sociedade”, observa.

Sobre crédito, o economista diz que as empresas grandes e capitalizadas tomaram empréstimos em abril do ano passado para fazer colchão de liquidez, diante das incertezas geradas com a pandemia. Já as micro e pequenas empresas ficaram dependendo do crédito público, o que na opinião do economista demorou a ser liberado.

O conselho de Tingas é aprimorar a administração do fluxo de caixa, renegociar pagamentos com fornecedores e realizar promoções para ampliar receitas. “A gestão do fluxo de caixa pormenorizada continua sendo a grande tarefa. Se puder, o empresário deve tomar linha subsidiada do governo a longo prazo, mas em primeiro lugar está a gestão minuciosa do fluxo de caixa”.

CRÉDITO MAIS CARO

A Selic impacta nas taxas de crédito, que acompanham as variações do indicador. “Praticamen-



“Uma opção é, prevendo mais altas na Selic, buscar crédito neste momento e evitar parcelamentos muito longos”, recomenda Rafael Pereira, da Unicred _FOTO/IVAN AMORIN



Para Vanderlan Pedro da Silva, do Sicoob Metropolitano, o crédito para capital de giro deve ser utilizado para aproveitar oportunidades, como descontos na compra de matéria-prima _FOTO/DIVULGAÇÃO

te todas as linhas são afetadas. Mas é possível encontrar bancos e cooperativas com opções de prazo maior para pagamento, carência e outras facilidades. Bancos estão trabalhando com prazo de 24 meses, no máximo 36. As cooperativas conseguem ir um pouco além”, diz o gerente da Unicred, Rafael Peters Pereira.

Pereira explica que nas taxas pré-fixadas é mais difícil conseguir prazo longo. Contratos baseadas no CDI, por exemplo, vão aumentar. Isso é bom para quem tem dinheiro para investir e ruim para quem precisa emprestar. “Uma opção é, prevendo mais altas na Selic, buscar crédito neste momento e evitar parcelamentos muito longos. E, claro, se for possível vender recursos, amortizar.”

No Sicoob Metropolitano, o ‘funding’ é formado por recursos investidos pelos cooperados, que são remunerados com base no CDI/Selic. Logo, explica o diretor de Mercado, Vanderlan Pedro da Silva, as taxas de crédito são afetadas pela variação da Selic.

“Durante a pandemia, estivemos ao lado dos cooperados buscando minimizar os impactos da crise com linhas de crédito com taxas diferen-

ciadas. Orientamos sempre que os cooperados procurem as suas agências de relacionamento”, aconselha Silva. Além disso, é preciso ter cautela na administração do recurso. “O crédito para capital de giro deve ser utilizado para aproveitar oportunidades, como descontos na compra de matéria-prima ou produtos, como estratégia para alavancar o faturamento e, como consequência, as margens de lucro”, diz. Já no caso de investimentos, ele orienta procurar linhas adequadas para isso, que possuem maior prazo e melhor taxa.

INVESTIMENTOS

Se para quem precisa de crédito a situação está desfavorável, para quem tem recursos para investir é justamente o contrário, dependendo do tipo de investimento. O *head* da mesa de renda variável da SVN Investimentos, Angelo Amaral, explica que no caso da renda variável, apesar da projeção de aumento da Selic, uma taxa de até 7% ainda não é suficientemente atrativa para que o mercado migre totalmente para a renda fixa. Um dos pontos é que a taxa de juros elevada beneficia o fluxo de caixa das empresas, reduzindo os riscos no curto prazo. “Além disso, o câmbio depreciado facilita alguns tipos de vendas. Em exportadoras, por exemplo, o faturamento tende a aumentar nesse cenário. Nota-se isso com mais intensidade nas commodities, algo que é especialidade do Brasil”, comenta.

Enquanto os riscos macro aumentaram, Amaral avalia que o cenário para as empresas brasileiras continua positivo com a bolsa. Ele conta que a temporada de resultados do segundo trimestre surpreendeu as expectativas. Durante o período, o LPA (lucro por ação) das empresas do Ibovespa mais que dobrou em relação ao primeiro trimestre e cresceu mais de nove vezes em relação ao mesmo período no ano passado. Embora isso seja explicado pela base de comparação fraca devido à pandemia no ano passado, os analistas continuaram a revisar os ganhos para cima – desde o início 2021 os lucros do LPA foram revisados em mais de 50% e espera-se que os lucros de 2021 cresçam mais de três vezes anualmente.

As ações brasileiras, segundo Amaral, continuam



“Para a proteção contra a inflação, os ativos em IPCA+ costumam ser mais recomendados do que, por exemplo, os pós-fixados ou prefixados”, aconselha Angelo Amaral, da SVN Investimentos _FOTO/IVAN AMORIN

atrativas. O prêmio de risco das ações do Ibovespa, que mede a diferença entre o rendimento de renda variável e a taxa de juros real, atualmente está em 6,8%, acima da média histórica.

Segundo dados da XP, que tem como um dos escritórios credenciados em Maringá a SVN Investimentos, o LPA das empresas do Ibovespa mais que dobrou em relação ao primeiro trimestre de 2021, refletindo um cenário de ‘stock picking’ (seleção de ações promissoras) clássico. No relatório da XP para setembro acredita-se que o mercado levará mais tempo para “voltar às médias históricas”, dados os riscos, além de uma discussão sobre a sustentabilidade dos altos preços das commodities.

A respeito dos fundos imobiliários, Amaral explica que a alta da taxa de juros faz com que o rendimento dos investimentos CRI e LCI cresça, impulsionando os retornos de fundos de papel (títulos e papéis do mercado imobiliário). No caso dos fundos de tijolos (imóveis

construídos e funcionais) o efeito é o oposto. “Isso ocorre porque uma vez que se aumentam os juros, os empréstimos e financiamentos encarecem, levando empresas a fechar, interromper construção de novos escritórios e/ou diminuir a venda de imóveis”, analisa. O especialista acrescenta que com menos empreendimentos imobiliários em atividade, gera-se uma pressão na procura por CRI e LCI. “As taxas de juros e os rendimentos dos fundos imobiliários são inversamente proporcionais”.

Sobre a renda fixa, após meses de IPCA surpreendendo para cima, economistas da XP apontam para a inflação corrente seguindo pressionada por aumento de custos e pela reabertura da economia. Com isso, a projeção de IPCA é de 7,7% este ano e, em 2022, de 3,7%. “Para a proteção contra a inflação, os ativos em IPCA+ costumam ser mais recomendados do que, por exemplo, os pós-fixados (%CDI) ou prefixados”, diz.

POR QUE A PREOCUPAÇÃO COM A EXCLUSIVIDADE DA MARCA CRESCER DURANTE A PANDEMIA?



Atlas Marcas e Patentes tem dez anos de mercado

Marcas, patentes e propriedade intelectual são valorizadas e utilizadas estrategicamente por grandes empresas. Contudo, uma das consequências da pandemia foi a necessidade de praticamente todas as empresas se posicionarem na internet, sejam elas grandes ou pequenas.

Popularmente conhecida como um nome que identifica e diferencia um produto ou serviço no mercado, a marca é um ativo de suma importância para quem quer se estabelecer no ambiente competitivo em que vivemos.

Marcas consolidam a reputação de uma empresa, firmam relações de confiança e de preferência, facilitam a decisão de compra do consumidor, ou seja, são o principal meio de comunicação que informa ao público-alvo o esforço e conjunto de atividades realizados por uma entidade.

Por isso, além de se preocupar com o nome, estilização, cores e imagens, de acordo com a mensagem que deseja ser transmitida, o empresário deve se preocupar com a propriedade da marca, para que ela possa ser utilizada com tranquilidade em todos os meios de comunicação e não só estampando produtos ou fachadas.

A lei brasileira (Lei 9.279/1996), que está em harmonia com tratados internacionais, define que a marca é um sinal distintivo, visualmente perceptível e que a propriedade de uma marca se adquire com o registro validamente expedido. Em outras palavras, não se adquire propriedade com o uso, mas com a concessão do Estado.

Segundo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) - www.inpi.gov.br, o aumento do número de pedido de registros de marcas do primeiro semestre de 2020 para o primeiro semestre de 2021 foi de 52%. E esse aumento aconteceu também em nossa cidade.

A Atlas Marcas e Patentes completa 10 anos de atuação neste mês, com mercado predominante em Maringá e constatou, devido ao aumento da procura por registros e o receio com o uso indevido, que a preocupação com a exclusividade da marca aumentou durante a pandemia. Isso se deve a fatores diferentes, mas interligados.

Primeiramente, observou-se uma maior necessidade de posicionamento online, mesmo em atividades empresariais onde essa prática não era tão comum. Bares, restaurantes e lojistas, por

exemplo, tiveram que aderir a plataformas de delivery, criar e/ou aprimorar suas redes sociais, sites etc. Dessa forma, empresas que costumavam utilizar sua marca em fachadas, produtos e embalagens se viram obrigadas a estampá-la na internet, onde a exposição é infinitamente maior”.

Essa exposição pode trazer sérios problemas quando uma marca não está registrada. As próprias redes sociais, muitas vezes, exigem declaração ou certificado de registro da marca para que seja criado um perfil profissional, e, mesmo que um perfil consiga ser criado sem a marca registrada, este poderá ser visualizado pelo detentor de um registro igual ou semelhante. Observando que não é necessária uma marca ser idêntica para se impedir o uso, mas qualquer coisa que possa causar confusão e que identifique a mesma atividade ou ainda atividade semelhante ou que apresente afinidade com a atividade da marca alheia.

As redes sociais possuem ainda um canal de denúncia para conteúdo que viole direitos de propriedade intelectual, o que inclui além das marcas, patentes, desenhos industriais, textos, fotografias, imagens, tudo aquilo que é de propriedade da empresa criadora. Assim, perfis e anúncios podem ser apagados ou utilizados como meio de provas para ações judiciais.

A consequência disso não é apenas ter o esforço de divulgação de uma marca perdido, mas o risco de indenizar o titular de uma marca. Além de ter que começar todo o trabalho de identificação novamente, com novos materiais, novo domínio de internet etc. Ou seja, custos e mais custos.

Outro fator que aumentou a preocupação com as marcas nos últimos meses é que, devido à crise econômica acentuada pela pandemia, torna-se inevitável o aumento do número de cópias, fraudes, falsificação, pirataria, aproveitamento parasitário e outros atos com intuito desviar clientes ou de se obter vantagem econômica. Conseqüentemente, são mais comuns os atos ilícitos relacionados à propriedade intelectual em situações econômicas mais difíceis.

Por esse motivo, verificou-se por meio de um aumento na demanda de notificações, um maior

FOTO/WALTER FERNANDES



Advogada e economista Edmila Denig é proprietária da Atlas Marcas e Patentes: marca é um ativo de suma importância para quem quer se estabelecer no ambiente competitivo

número de redes sociais, sites e e-commerce, criados ilicitamente, sendo que estes estabelecimentos virtuais são sempre identificados por meio de uma marca. Dessa forma, ter a marca devidamente registrada é primordial para que o empresário tenha o direito de agir contra as fraudes e contra o uso indevido.

Logo, a marca está relacionada a diversas funções: é ela quem diferencia, identifica, cria relacionamentos e consolida a reputação de uma atividade empresarial, sendo que é só o registro da marca que faz nascer a propriedade para uso legítimo e seguro, garante a exclusividade, o direito de ação contra o uso indevido e concorrência desleal. Sendo por isso que, muitas vezes, a marca é considerada o ativo mais importante e valioso de uma empresa.

Tal importância da marca foi, portanto, ainda mais evidenciada durante a pandemia e não apenas para os grandes negócios, mas principalmente para a pequena empresa, porque os problemas da vez foram o posicionamento digital e sem fronteiras e o acirramento da concorrência. E tudo indica que este é caminho sem volta. Cuide da sua marca!

Edmila Denig é advogada, economista e mestre em Propriedade Intelectual e Inovação – INPI

SERVIÇO

A Atlas Marcas e Patentes fica na avenida Juscelino Kubitschek de Oliveira, 1.549, sala 4. O telefone é (44) 3034-2349 e o site é atlaspi.com.br

Negócios com um toque feminino

Donas do próprio empreendimento em Maringá, mulheres mostram trajetória de superação e esperança

Odilia Dossi perdeu a mãe ainda criança e viu a fome bater à porta; hoje é sócia de uma *factoring*, onde começou como estagiária: “ou a gente vence, ou vence. Não tínhamos escolha”

— FOTO/IVAN AMORIN



O Paraná possui 549.572 empresárias, sendo que 45% atuam no setor de serviços. Do total de negócios no estado, elas estão no comando de 34%. Uma característica das paranaenses é a dedicação para fazer a empresa própria dar certo, tanto que o tempo investido ultrapassa 40 horas por semana para 47% das empreendedoras. Os dados são do estudo do Sebrae intitulado ‘Empreendedorismo Feminino no Brasil’, que traçou o perfil das empresárias brasileiras até o terceiro bimestre de 2020, com base em dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

No universo de mulheres empresárias, a superação parece ser outra característica comum. É o que três empreendedoras de Maringá deixam evidente quando contam suas histórias. Uma delas é Odilia da Silva Dossi, empreendedora e sócia de uma *factoring* (fomento mercantil ou comercial).

Depois de perder a mãe aos três anos, Odilia foi criada pelo pai e irmãs, no estado de São Paulo. A fome bateu à porta da família de 12 filhos e, para ajudar, aos 12 anos ela começou a trabalhar como empregada doméstica. “Ou a gente vence, ou vence. Não tínhamos escolha. Tive muito respaldo dos meus irmãos”, diz.



Depois do diagnóstico de câncer, Michele Ghezzi resolveu empreender, um sonho acalentado há anos e que deu origem à Sorelle Dolci, onde trabalham o marido e a sogra _FOTO/ BEATRIZ FANTACHOLI

A empresária sempre teve sede de mudança e contou com o apoio do marido na jornada empreendedora. Trabalhou como ajudante de costureira até que conquistou um emprego como bancária. Ainda em São Paulo, cursou desenho arquitetônico, depois, na década de 1990, mudou-se com o marido para a Cidade Canção para trabalhar como desenhista. Um ano depois iniciou Administração na Universidade Estadual de Maringá (UEM), período em que foi secretária e gerente em um shopping atacadista, de onde saiu para assumir um estágio na área de administração. “Tive poucos contratos em carteira. Com 32 anos entrei na UEM. Surgiu uma oportunidade de estágio em uma empresa de *factoring*, onde fui secretária. Com o tempo, assumi como sócia gerente”, conta.

Odilia está com o sócio na empresa desde 2015 e responde pela área comercial. “Foi tudo de degrau a degrau. Sou grata à minha família e a todas as pessoas que me deram apoio. O ACIM Mulher também ajudou, não tem como não agradecer”, destaca ela, que integra o conselho de mulheres empresárias e executivas da Associação Comercial.

Atualmente, a pandemia impõe as principais preocupações. A empreendedora perdeu clientes, mas não perdeu a vontade de lutar e superar mais esse desafio. “Não há nada a lamentar, mas a agradecer a Deus. Acredito que não é por acaso que estou nesta jornada”, diz.

CORAGEM

Do italiano, Sorelle Dolci significa ‘doces irmãs’. É este o nome da confeitaria afetiva que Michele Ghezzi abriu em parceria com a irmã, Cris, em 2018. Atualmente, Michele segue sozinha no negócio, que é a realização do sonho de ter uma empresa familiar. A decisão de empreender, no entanto, exigiu a quebra de crenças, como a de que arriscar não era opção, já que um emprego significa renda mensal garantida. Mas foi um duro desafio que provocou mudanças profundas na forma de Michele ver a vida. No final de 2017, ela foi diagnosticada com câncer de mama e recebeu o primeiro atestado para iniciar o tratamento. “Naquele momento me perguntei: ‘Senhor não foi à toa que permitiu que eu tivesse essa doença, que propósito tem para mim?’. Rapidamente veio a resposta e decidi que não iria me abater, que procuraria fazer algo que estivesse ao meu alcance para tornar mais leve para mim, meu esposo e filha o ano mais difícil que passaria na vida”, conta.

Enquanto passava pelo tratamento, que incluiu quatro cirurgias, 12 sessões de quimioterapia e 35 sessões de radioterapia, Michele encontrou na gastronomia uma fonte de alegria. Logo procurou o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e fez um curso rápido de preparo e decoração de bolos. “Depois do curso, fui fazer um bolo confeitado e, surpreendentemente, saiu bem



Ao mudar para Maringá, Vera Lucia da Silva deu início à marca própria de camisaria e se prepara para lançar uma linha de moda feminina _ FOTO/IVAN AMORIN

bonito, até para ser comercializado. Fiquei feliz e motivada. Definitivamente, encontrei o propósito. Durante o tratamento, segui fazendo cursos, me capacitando. Naquele ano, fiz bolo de aniversário para a família toda, meu presente era o bolo e desta forma aprimorei técnicas e desenvolvi habilidades.”

Hoje a Sorelle atende por encomenda, com entregas ou retirada no local. A loja, no Jardim Dias, oferece bolos caseiros, confeitados e personalizados, doces, salgados, sobremesas e lembrancinhas comestíveis. Michele trabalha na cozinha, e o esposo e a sogra assumem o segundo turno na empresa.

A satisfação é uma mistura de ter vencido a doença, aberto o próprio negócio e de ver a vida mudar para melhor. É isso que dá ânimo para Mi-

chele aprender sobre gestão financeira, marketing e inovação na hora de vender. “Sou uma gestora que precisa criar processos, ter disciplina e cuidar do próprio negócio. E tenho planos. Ainda quero uma confeitaria tradicional, familiar. Hoje posso dizer que vivo a minha paixão”, completa.

SONHO

Vera Lucia da Silva veio de Londrina para Maringá, em 2020. Lá, como microempreendedora individual, ela produzia para uma facção, onde já havia ficado dois anos como pilotista, com uma média de 2,5 mil camisas por mês. Entretanto, um problema financeiro na indústria afetou de forma significativa o trabalho de Vera, que decidiu prestar serviços de mão de obra em Maringá. “Sou di-

vorciada e sempre tive vontade de mudar para Maringá. No recomeço, tomei a decisão de concretizar esse plano, com o apoio dos meus filhos”, conta.

Em Maringá, Vera dedicou-se ao sonho de fazer dar certo uma marca própria, a V-Kmisaria, no mercado desde 2019. Usou o Mercado Livre, o Enjoei e outras plataformas para vender camisas. A procura e o *feedback* deram ânimo para seguir em frente. Atualmente, ela ainda presta serviço de mão de obra, mas já comercializa 150 camisas por mês. “Em março, veio a pandemia e fechou tudo. Não conhecia nada, não tinha rede de contatos, mas, pela internet, consegui clientes em São Paulo, Mato Grosso, Rio de Janeiro, até as pessoas começarem a pedir novamente”, diz Vera.

A empreendedora comenta

que por causa da pandemia não teve tempo de visitar lojas para apresentar o produto, mas a ideia é expandir as vendas e contratar um vendedor. Hoje ela trabalha sozinha, mas contrata ajudantes, quando necessário. O serviço de modelagem e corte são feitos por outros profissionais.

Agora o foco está nos preparativos para lançar um novo segmento de roupas, a modinha feminina. Vera já está planejando fotos com modelo para o Instagram e outras redes sociais, enquanto fabrica as primeiras peças. “Consegui uma linha de crédito via Noroeste Garantias, investi em maquinário, tecido e registrei minha marca, que era um sonho”, conta. “Foi um desafio fortalecer uma marca em plena pandemia. Mas tenho fé e disposição para lutar. Além disso, estou esperançosa com o avanço da vacinação em Maringá e que isso possa trazer tempos melhores”, frisa.

ACIM MULHER: APRENDIZADO E REDE DE APOIO

Desde 1985, Maringá conta com uma frente de trabalho composta inteiramente por mulheres, cuja missão é “representar os interesses e fortalecer as empresárias de Maringá, promovendo benefícios à comunidade”. Braço feminino da Associação Comercial, o ACIM Mulher – Conselho da mulher empresária e executiva, é integrado por 50 mulheres de diversos segmentos e representantes de entidades.

Segundo a presidente do ACIM Mulher, Cláudia Michiura, o trabalho consiste em promover eventos que valorizam e capacitam mulheres que estão à frente de seus negócios. O conselho segue um calendário anual de eventos, que inclui, por exemplo, o prêmio ACIM Mulher para “valorizar a mulher empresária, voluntária e executiva”.

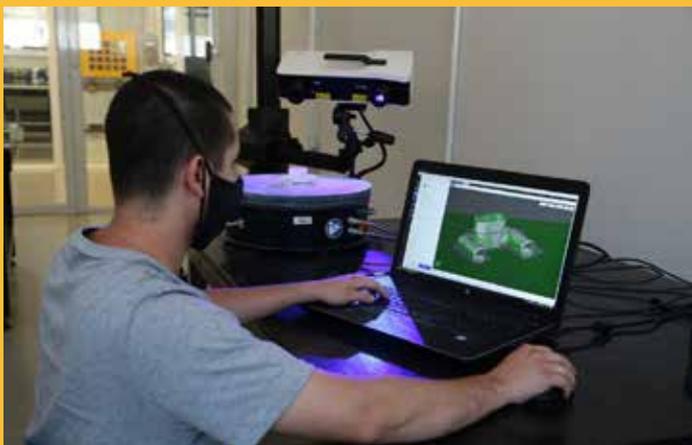
Outras ações são visitas técnicas nacionais e internacionais para buscar modelos de gestão e exemplos do dia a dia de negócios comandados por mulheres. “Também são feitas visitas técnicas em empresas e palestras focadas em gestão. Além disso, temos eventos beneficentes, já que além de promover o aprendizado, doamos tempo e recursos para quem precisa. Estamos ainda inseridas na prefeitura e atuamos em diversas frentes de trabalho da ACIM”, acrescenta.

Para lidar com os desafios impostos pela pandemia, o conselho passou a realizar reuniões virtuais com a participação de palestrantes que capacitam as mulheres para cuidar e aprimorar os negócios durante este período. O grupo se reúne semanalmente.



Cláudia Michiura, presidente do ACIM Mulher: conselho trabalha para fortalecer as empresárias de Maringá _FOTO/

IVAN AMORIN



INSTITUTOS SENAI DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO IMPULSIONAM COMPETITIVIDADE DE INDÚSTRIAS EM TODO O ESTADO

Centros de excelência trazem soluções para as indústrias com o desenvolvimento de novos produtos, ensaios e consultorias.



A inovação é um dos principais caminhos para que indústrias e empresas cresçam. Inovar tem impacto na redução do custo de produção, aumento na produtividade, menor rotatividade, crescimento na qualidade de vida dos colaboradores, expansão dos lucros e, principalmente: traz maior competitividade no segmento industrial.

E os números de 2021 demonstram que as indústrias estão buscando cada vez mais inovar. Até esse último quadrimestre do ano o Senai já atendeu 1.100 empresas com serviços de tecnologia e inovação, além de realizar 23.600 ensaios de metrologia e cerca de 31 mil horas em consultorias. Por meio do Programa Brasil

Mais, que leva às indústrias a monitoria em lean manufacturing, atendeu mais de 650 indústrias e contabilizou um ganho médio de produtividade por mês de R\$ 977.332,78, para mais de 200 indústrias atendidas em todo o estado. Atualmente, são cerca de 90 projetos em inovação em andamento.

Hoje o Senai concentra o atendimento em dois Institutos Senai de Inovação (ISIs) e seis Institutos Senai de Tecnologia (ISTs). Instalados em diferentes regiões, estão focados nas necessidades específicas dos diversos setores produtivos e promovem interação da indústria com universidades, empreendedores, centros de pesquisas e fontes de capital.



Institutos Senai de Tecnologia: os ISTs

Os ISTs possuem laboratórios para ensaios em produtos e processos com escopos acreditados junto ao INMETRO, consultores especializados em processo produtivo e pesquisadores em inovação.

Em Maringá, o IST em Metalmeccânica desenvolve soluções tecnológicas integradas para o setor metalmeccânico, aplicadas a produtos e processos, com foco na sustentabilidade e no desenvolvimento industrial de pequenas, médias e grandes empresas.



Atualmente, são cerca de 90 projetos em inovação em andamento



Com 20 anos de atuação na área de tecnologia e inovação, o Senai é um aliado das indústrias paranaenses e referência em soluções para o desenvolvimento sustentável das empresas.



Para conhecer todos os serviços e soluções que Institutos Senai de Inovação e Tecnologia oferecem para as indústrias, acesse: senaipr.org.br/tecnologiaeinovacao



Conheça
nossos
cases

Cores alegres voltam a reinar, mas roupas continuam confortáveis como herança da quarentena

A MODA TRAZ OTIMISMO AO PÓS-PANDEMIA

Falar de moda pós-pandemia pede delicadeza. É preciso entender a moda como reflexo do que vivemos, como forma de se sentir bem e também como um negócio de sucesso que gera 1,5 milhão de empregos diretos no Brasil. Em meio ao caos trazido pela covid-19 pensar em combinar roupa poderia parecer, em um primeiro momento, frívolo, sem sentido. Fizemos uma única exigência à indústria do vestuário: conforto! E ela respondeu bem, com tecidos molinhos e confortáveis, modelagens amplas e combinações fáceis.

Mas e agora? Começamos a enxergar a tão esperada luz no fim do túnel e tentamos voltar ao que acreditávamos ser a nossa vida normal. Neste cenário, começam as apostas por quais caminhos o universo da moda deve seguir. E, por consequência, o que estará nas vitrines para nos encantar nas próximas estações. Uma coisa é certa, os consumidores estão desejando mais do que roupas, querem propósitos e consciência das marcas. Além de cortes, texturas e cores devem se somar conceitos importantes como diversidade, responsabilidade social e sustentabilidade.

Durante nossa interminável quarentena, pijamas transformaram-se em uniforme, a malha reinou e as cores básicas e sóbrias invadiram os guarda-roupas. O que se espera agora pode ser chamado de otimismo, um pouco mais de graça e tons vivos, como se a alegria voltasse a reinar ao mesmo passo em que a vacinação avança. A estreia dessa nova moda será nas coleções primavera-verão 2022 e pode comemorar: o conforto continua em cena. Porém, as cores chegam vibrantes.

Rosa, amarelo e azul ressurgem vivos e chiques com nomes finos como *orchid flower*, *mango sorbet* e *atlantic blue*. Mas a suavidade dos *candy colors* (tom pastel) também compõe a paleta da estação do calor, assim como brilhos para gostos ousados e o *butter* (tom man-

FOTO/IVAN AMORIN



Imagem produzida na Enthusiasm Boutique

teiga) para os sofisticados. Na modelagem, as mangas seguem bufantes, na verdade um pouco mais bufantes. O *cropped* (top curto) também continua em alta, com uma carinha de anos 1990, fazendo sucesso sendo usado também sobre camisas e vestidos.

Heranças dos tempos de quarentena, os trabalhos manuais trazem para o próximo verão o crochê como astro principal. A trama aparece em bolsas que ganham *status* de protagonistas nos *looks*. E não é só isso, batas e vestidos ganham os quadriculados que antes eram reservados às colchas das vovós. Como se o que antes era reservado à intimidade dos quartos e salas invadissem as ruas, uma perfeita analogia com o que sentimos nos dias atuais. Quem não deseja sair de casa e conquistar o mundo novamente?

Dayse Hess é jornalista e especialista em Moda

Estratégia de negócios com a RPC

RPC leva soluções de negócios para empresas com base em dados

Quando o assunto é TV aberta, a RPC é preferência do público maringaense, que também encanta os clientes quando o assunto é estratégia de mídia. Experiência e feeling são importantes, mas análise de dados com informações estratégicas faz toda a diferença na tomada de decisão.

Pensando nisso, a RPC leva soluções de negócios para os clientes utilizando estudos comportamentais, pesquisas de potencial de consumo local ou estadual, intenção de compras e tendências.

Desde 2016, a RPC - Afiliada Globo - disponibiliza para o mercado publicitário e aos clientes, a pesquisa do TGI - Target Group Index (Índice do grupo alvo), ferramenta da Kantar IBOPE* Media que ajuda a conhecer hábitos do consumidor.

Pesquisa realizada em junho de 2021 em Maringá, mostrou que os principais setores do varejo estão atraindo mais consumidores, como o de materiais de construção e acabamentos. Em 2020, cerca de 20% da população de Maringá comprou artigos para decoração e reforma. Já em 2021 esse número subiu para 40%. Outro dado identificado na pesquisa é que 87% das pessoas interessadas em materiais de construção assistiram a RPC Maringá recentemente.

O empresário Otavio Henrique Baritieri Augusto, proprietário da Webber Acabamentos e Mais Casa, explica como a divulgação da marca contribui para o resultado do negócio. "Investir em televisão sempre foi parte essencial da nossa campanha de marketing, então mesmo neste período desafiador não reduzimos nossos investimentos em marketing, propaganda e mídia, porque sabemos como a televisão é um canal importante para promover o fomento do comércio. Divulgar



Otávio Henrique Baritieri Augusto, da Webber Acabamentos e Mais Casa, um dos anunciantes da emissora: "a RPC sempre fez parte do nosso portfólio de forma constante e nunca cogitamos não divulgar nesse veículo de comunicação"

o negócio e divulgar a empresa sempre vão ser uma força motriz que a gente não vai abandonar. A RPC sempre fez parte do nosso portfólio de forma constante e nunca cogitamos não divulgar nesse veículo de comunicação."

E por falar em resultado, um dos programas que a Webber anuncia é o Fantástico. Exibido nas noites de domingo, o programa é líder de audiência, com mais de 191 mil pessoas por minuto ligadas em Maringá e região.



Fique por dentro das novidades da RPC em negociosrpc.com.br

Para além do combustível e com viés sustentável

Meios alternativos, como bicicletas e carros elétricos, ganham mercado e animam empresas do segmento; ciclomotores ainda precisam de regulamentação



Meire e Robert Fagundes, da Eletro1000: “sabíamos que mais cedo ou mais tarde essa realidade chegaria ao Brasil” _ FOTO/IVAN AMORIN

Completar 18 anos, tirar a carteira de motorista e adquirir um veículo nem sempre fazem parte dos planos de jovens brasileiros. O rito de passagem para a vida adulta tem sido acompanhado de outras prioridades, segundo dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran). O número de pessoas habilitadas com até 30 anos caiu 7% entre julho de 2019 e julho de 2021, saindo de um total de 16,1 milhões de motoristas para 15 milhões. A queda no interesse por dirigir, no mesmo período, é ainda maior entre jovens de 18

e 24 anos, com redução de 23%.

Entre os motivos para a falta de interesse estão os altos custos de manutenção dos veículos e o preço dos combustíveis, mas não é só. Estilo de vida que prioriza a sustentabilidade e a praticidade dos meios alternativos tem conquistado esse público. Foi pensando nisso que Meire e Robert Fagundes iniciaram, há quase um ano, as atividades da Eletro1000, loja de materiais elétricos que também vende equipamentos de mobilidade sem combustível.

“Tivemos a oportunidade de morar nos Estados Unidos e no Japão onde os transportes elétricos fazem parte da rotina há mais tempo, então, sabíamos que mais cedo ou mais tarde essa realidade chegaria ao Brasil, como de fato chegou, impulsionada pela pandemia. Queríamos fazer parte deste movimento”, afirma a empresária, que tem visto crescer o interesse pelos elétricos. “Além da economia, temos visto pessoas sensíveis às questões ambientais que estão inclusive deixando de ter carro para investir em transporte alternativo”, diz.

Os próprios empresários usam uma *scooter* elétrica para fazer as entregas da loja e trajetos rotineiros. “Mais do que vender esses equipamentos, acreditamos e queremos fazer parte da revolução na mobilidade urbana. O uso da energia renovável não é mais algo para o futuro, mas uma realidade e necessidade do presente”, afirma.

A loja, que fica na avenida Mandacaru, conta com cinco modelos de *scooter* com opção de um ou dois assentos. O modelo mais simples custa em torno de R\$ 9 mil, mas modelos com mais acessórios podem chegar a R\$ 17 mil. Quando os assuntos são velocidade e autonomia, as *scooters* demonstram bom desempenho: a velocidade pode chegar a 75 quilômetros por hora com 50 de autonomia. “Mesmo que seja possível correr tudo isso, sempre orientamos e prezamos pela segurança de quem está conduzindo, por isso, nossa recomendação é usar capacete e manter velocidade segura de até 50 quilômetros por hora em locais apropriados”, afirma.

A loja comercializa também patinetes elétricos, que são opções compactas. Na Eletro1000 os preços partem de R\$ 2,9 mil com autonomia entre 20 e 25 quilômetros e velocidade de até 25 quilômetros por hora. “Os transportes elétricos são sinônimo de economia, liberdade, praticidade e sustentabilidade, mas entre essas vantagens a que mais gosto de ressaltar é a questão ambiental. Tanto as *scooters* quanto os patinetes têm zero emissão de gás carbônico”, diz.

ALTA DE 40%

Há 30 anos no mercado de bicicletas, a Dias Bike viu o número de vendas dar um salto de até 40% nos últimos dois anos. O aumento expressivo, segundo o vendedor Samuel Pereira dos Santos, se deve à mudança de mentalidade de parte dos



Samuel Pereira dos Santos, da Dias Bike: vendas de bicicletas convencionais e elétricas cresceram 40% nos últimos dois anos _ FOTO/IVAN AMORIN

consumidores, que foi provocada pela pandemia, com o desejo de usar transportes com menos aglomeração. Segundo a Aliança Bike (Associação Brasileira do Setor de Bicicletas), o aumento nas vendas aconteceu em todo o país e alcançou 50% em 2020 na comparação ao ano anterior.

Na Dias Bike, a venda de modelos elétricos seguiu a proporção dos modelos convencionais, com até 40% de alta desde 2019. Hoje a empresa tem no *mix* oito modelos elétricos, mas a primeira aposta neste segmento foi em 2015, com uma opção de bicicleta com bateria de chumbo. “Somente há um ano decidimos investir em modelos mais modernos, que além de *design* diferenciado, contam com bateria de lítio, que é mais eficiente. Nossa intenção foi justamente atender à demanda crescente”, afirma Santos.

O foco da empresa, que tem oito lojas no Paraná, são as bicicletas, tanto que dos modelos convencionais são aproximadamente 40 opções somente na loja de Maringá. Entre os elétricos a loja mantém o foco nas *bikes*. “Temos somente um modelo de *scooter* e optamos por não investir em patinetes elétricos neste momento,



A Secretaria de Mobilidade Urbana de Maringá tem estudado a normatização de veículos sem emplacamento, e ainda não há fiscalização e penalidade, segundo Gilberto Purpur _ FOTO/IVAN AMORIN

mesmo sabendo que a procura tem sido alta”, explica. “Queremos ser referência em tudo o que se refere ao universo das bicicletas, elétricas e convencionais”, diz.

O QUE DIZ A LEGISLAÇÃO

O uso de meios de transportes elétricos é recente na mobilidade urbana, por isso, ainda carece de regulamentação específica do órgão de trânsito estadual. Por enquanto, o que valem, segundo o secretário de Mobilidade Urbana de Maringá, Gilberto Purpur, são as resoluções do Conselho Nacional de Trânsito (Contran) e as normativas do Código de Trânsito Brasileiro (CTB). “De acordo com a legislação, bicicletas elétricas, *scooters* e *miniscoo-*

ters são consideradas ciclomotores, portanto, é necessário ter Autorização para Condução de Ciclomotores (ACC) ou Carteira Nacional de Habilitação na categoria A e usar capacete durante o uso”, afirma.

Além disso, segundo o secretário, por se enquadrarem como ciclomotores, a circulação é proibida em calçadas e ciclovias, devendo ser feita pela direita da pista de rolamento, preferencialmente no centro da faixa à direita ou no bordo direito da pista, sempre que não houver acostamento ou faixa própria. Purpur explica ainda que os ciclomotores devem ser fiscalizados conforme as regras do Código de Trânsito Brasileiro e devem, portanto, ser registrados e licenciados no órgão

executivo de trânsito estadual (Detran) para trafegar na via. “Esses veículos também devem possuir itens obrigatórios de fábrica, como espelho retrovisor, farol dianteiro, lanterna traseira, velocímetro, buzina e pneus que ofereçam condições mínimas de segurança”, diz.

Já as bicicletas dotadas de motor elétrico auxiliar, ou seja, quando o acionamento e o funcionamento do motor são durante o ato de pedalar, também chamado de pedal assistido, não se enquadram como ciclomotores, sendo permitida a circulação em ciclovias e ciclofaixas com velocidade máxima de 25 quilômetros por hora e uso de capacete.

Os patinetes elétricos também não são considerados veículos no CBT, portanto, a reco-



Em um ano vendas de modelos híbridos e elétricos tiveram alta de 209% na BMW, conforme o gerente Danilo Carvalho; marca mantém estações de carregamento na cidade _ FOTO/IVAN AMORIN

mendação é que não circulem pelas vias, ruas ou avenidas. É permitido circular por ciclovia e nas calçadas respeitando o limite de velocidade de seis quilômetros por hora em áreas de pedestres e de 20 quilômetros por hora nas ciclovias. "Nas calçadas é de bom hábito circular desmontado do patinete, para prevenir acidentes com pedestres", orienta.

Neste caso, por se tratarem de meios que não exigem emplacamento, cabem aos órgãos executivos de trânsito municipais regulamentar a circulação. A Secretaria de Mobilidade Urbana (Semob) tem estudado a normatização, mas sem prazo para iniciar. Assim, por enquanto, o município fica impedido de realizar a fiscalização ou de aplicar penalidade para quem descumprir a legislação.

VEÍCULOS PREMIUM

A busca por economia e sustentabilidade também chegou ao universo dos veículos de alto

padrão. De 2019 para 2020 a BMW registrou crescimento de 209% na venda de modelos híbridos e elétricos, o que representa 16% do faturamento da marca no país. Segundo o gerente na BMW Barigui em Maringá, Danilo Carvalho, a participação dos elétricos e híbridos no faturamento dobrou. "Em 2019, essas unidades representavam 8%. Hoje a realidade é diferente e estamos crescendo mais do que a média do mercado", diz.

A marca tem apostado nas vendas dos elétricos e híbridos, tanto que tem a meta de em 2030 esses modelos representarem 50% das vendas em todo o mundo e traçou como diretriz suspender a fabricação de modelos à combustão em todo o mundo até 2030. "Atualmente os veículos a diesel fabricados pela BMW não vêm para o Brasil, são comercializados apenas nos Estados Unidos e Europa".

Em Maringá, a concessionária

oferece seis modelos que variam de R\$ 300 mil a R\$ 655 mil. A autonomia, na função 100% elétrica, pode chegar a 350 quilômetros ou 80 na função híbrida. "Para o início de 2022 temos a previsão do lançamento do modelo IX, que é um SUV 100% elétrico com autonomia de 500 quilômetros", diz.

Com mais motoristas adquirindo modelos elétricos e híbridos, o número de estações de carregamento tem aumentado. Hoje, em Maringá, a BMW conta com pontos no Maringá Park Shopping, Avenida Center e Mercado e tem projetos de instalação no Supermercado Angeloni, no Country Club e no aeroporto.

Segundo Carvalho, a vantagem da *wallbox*, que é a estação da BMW, é o tempo de carregamento. "Em uma tomada comum, a carga completa leva cerca de 12 horas, já no equipamento, que funciona como um conversor de energia, leva quatro horas", afirma.

Uma jornada em grupo para o conhecimento

Núcleos do programa Empreender atestam que busca por qualificação e reciclagem de informações pode ser feita em grupo; isso se traduz em transparência e aumento da qualidade dos serviços



FOTO/IVAN AMORIM

>>> Rhayd Galli, do Salão Dubai

Maior programa do gênero da América Latina, o Empreender da ACIM tem 60 núcleos setoriais e multissetoriais e quase mil participantes. Acompanhados por consultores, os micro e pequenos empreendedores associados à ACIM participam de reuniões periódicas com empresários dos mesmos interesses, em núcleos. E os resultados comprovam que a união e a troca de experiências são positivas. Tanto que o programa completará, em novembro, 21 anos repleto de histórias de sucesso.

Para os empresários que não fazem parte, basta entrar em contato com a equipe da ACIM pelo 0800 600 9595. E se não houver um núcleo de determinado segmento, os consultores da ACIM ajudam a criar. E aqui fica um convite: venha conhecer este programa que é destacado internacionalmente.

A reportagem mostra núcleos que, unidos, estão superando os desafios da formação de mão de obra, atualização de conhecimentos e de transparência junto aos clientes.

SELO ATESTA AMBIENTE CONTROLADO

A exigência dos clientes com a higienização dos salões de beleza e dos materiais usados pelos profissionais ficou ainda mais rigorosa com a pandemia. Diante das dúvidas sobre como oferecer mais segurança, otimizar o fluxo interno e atestar o ambiente controlado, proprietários de salões de beleza usaram uma fórmula que já conheciam - a união - e criaram um selo de biossegurança. O proces-



FOTO: IVAN AMORIN

»»» Ângelo Martins Junior, da Automecânica Maestro

so incluiu treinamento de três meses sobre cuidados com equipe e clientes, higienização de equipamentos e organização.

Depois de ministrar um curso, um agente aposentado da Vigilância Sanitária, contratado pelo grupo, prestou consultoria individual para os salões com orientações sobre procedimentos de segurança para o ambiente, equipe e clientes. Por fim, os estabelecimentos receberam um selo que atesta as boas práticas.

Dos 18 salões que integram o núcleo do Empreender, dez foram certificados no início de agosto como forma de validar a qualidade de seus negócios e a garantia de mais segurança aos clientes.

Um desses estabelecimentos é o Salão Dubai, de Rhayd Galli. "Depois da consultoria, reorganizamos os espaços, eliminamos materiais não utilizados, como carrinhos auxiliares, e ensinamos como encontrar os cadastros dos produtos na Anvisa pelos rótulos", comenta Galli.

O treinamento deve continuar nos próximos anos. Quem possui o selo poderá participar das próximas edições para aprimorar processos. Para isso, anualmente o selo mudará de cor, para que os clientes possam acompanhar o desempenho das empresas e cobrar avaliações atualizadas sobre a qualidade do serviço.

"Além de unir os profissionais de beleza, o núcleo tem levado informações sobre seguran-

ça tanto para os profissionais quanto clientes", afirma o empresário.

APERFEIÇOAMENTO

Diante do grau elevado de especialização para consertos de veículos e da dificuldade de fazer a gestão de uma oficina, os empresários que integram o Núcleo Setorial Automotivo decidiram que a melhor forma de superar as dificuldades era correr atrás de conhecimento, e unidos.

Assim o diga Ângelo Martins Junior, da Automecânica Maestro. Ele conta que desde a criação do núcleo em 2000, o primeiro da ACIM, o mercado mudou bastante. "Os veículos tiveram evolução tecnológica, que exige do profissional estudo e utilização de aparelhos específicos para diagnóstico de falhas e ajustes. Por isso, está difícil contratar profissionais com esse perfil. Se antes podíamos contratar jovens com 15 anos, hoje não é possível nem contratar estagiário por causa da periculosidade do trabalho. Isso dificulta encontrar mão de obra especializada", detalha.

Para ajudar a superar isso, o núcleo oferece anualmente curso básico de mecânica aberto à comunidade. "Essa capacitação pode atrair profissionais de outros setores, como a construção civil". O grupo também investe no aprimoramento. "Se tenho um funcionário com pouca



>>> Ricardo Vieira Ausek, da RPS Administradora e Corretora de Seguros

experiência, preciso treiná-lo”, pontua.

A falta de mão de obra é uma constante, tanto que é a principal reclamação apontada pelos integrantes em pesquisas feitas para direcionar o trabalho do grupo que se reúne quinzenalmente. E pelo menos uma reunião por mês acontece na oficina de um dos membros para incentivar a interação e a troca de experiências.

Para aumentar o grau de especialização das equipes, já foram feitas capacitações sobre caminhonetes a diesel, câmbio e injeção eletrônica, algumas ministradas pelos próprios membros do núcleo e outras por especialistas. A gestão das oficinas também pautou cursos e o grupo fez viagens técnicas e promoções nas redes sociais.

PADRONIZAÇÃO DE PROCESSOS

A gestão de processos de rotina e financeira tem sido uma das pautas do trabalho do núcleo dos Corretores de Seguros. Como o corretor precisa elaborar a proposta de seguro para o cliente e depois encaminhar o documento para a seguradora emitir a apólice, torna-se importante o constante aprimoramento jun-

tamente à equipe de apoio. “O corretor é por natureza consultor e vendedor na mediação entre o cliente e a seguradora ao oferecer uma proteção financeira adequada. As necessidades vão desde seguros para bens patrimoniais, pessoais, previdenciários, obrigações contratuais em geral e cibernéticos”, explica Ricardo Vieira Ausek, da RPS Administradora e Corretora de Seguros, com 30 anos de existência e operando todas as modalidades de seguros.

O núcleo do qual Ausek faz parte há 12 anos ajudou a criar um padrão de trabalho para as empresas do grupo do Empreender, por meio da troca de experiências, atividades de capacitação e ações comerciais conjuntas. Isso propiciou um relacionamento estreito, de respeito e alinhamento na padronização de processos e serviços.

As empresas corretoras investem em conhecimentos sobre abordagem e elaboração de propostas com foco nas necessidades dos clientes. No âmbito do conhecimento e aprimoramento pessoal foram diversas atividades. “Uma palestra que marcou foi sobre gestão do tempo. Não



▶▶▶ Rodrigo Teodoro Pardino, da Inove Ferramentaria

temos horários definidos, trabalhamos muitas vezes em conformidade com as necessidades dos clientes e segurados. Portanto, gerenciar e utilizar o tempo fazem toda a diferença na qualidade de vida”, relata.

Com encontros quinzenais, o grupo tem trabalhado ainda a formação de mão de obra. Devido às necessidades dos funcionários das empresas, principalmente no que se refere ao conhecimento das ferramentas utilizadas em *home office*, estão sendo planejadas capacitações. Ausek conta que isso foi percebido graças à elaboração de um formulário respondido pelos funcionários das empresas, com apontamentos sobre pontos fortes, fracos e sugestões para eventuais aprimoramentos.

CRESCIMENTO EM CONJUNTO

Proprietário da Inove Ferramentaria, que oferece serviços de manutenção e fabricação de moldes para injeção de plástico, Rodrigo Teodoro Pardino troca experiências com os ‘concorrentes’ e empresas de atividades relacionadas. Nas reuniões do Núcleo de Transformadores de

Plástico, o grupo fala sobre fornecedores, padronização de processos e dificuldades típicas do setor. Sentados à mesma mesa ou em reuniões online, é possível crescer com as empresas do segmento.

Convidado por outro participante, Pardino está há quatro anos no grupo e já participou de diversas capacitações, como apresentação sobre marketing, prospecção de clientes, gestão e finanças. “Os encontros nos capacitam enquanto gestores, ajudam a formar equipes e há também indicação de contatos. Podemos contar com o associativismo”, comenta.

Ele também destaca as parcerias com o Sebrae e o Senai que possibilitam treinamentos e consultorias, contribuindo para a formação de mão de obra do setor. Entre essas capacitações uma marcante ensinou sobre organização, produção e definição de cargos e salários.

Desde que entrou no grupo, Pardino tem registrado aumento no faturamento. Otimista com os negócios, ele vai mudar a empresa para novo endereço em fevereiro do ano que vem, com 600 metros quadrados.

Preparação para o Natal

Otimistas, lojistas esperam Natal de boas vendas, mas estão sendo impactados pela alta de preços e falta de matéria-prima; cautela é alternativa para medir investimentos e contratações

O tamanho da equipe e o estoque de tecidos da Amarelo Manga voltaram aos patamares pré-pandemia; agora grupo espera aumento nas vendas de Natal, conta Antônio Rodrigues Gomes Filho _ FOTO/IVAN AMORIN



“Sempre depois de uma crise vêm os bons ventos. Estamos plantando para ter uma boa colheita”. A afirmação é do diretor do Grupo AM (Amarelo Manga, Chili Beans, Melissa, Capodarte), Antônio Rodrigues Gomes Filho, sobre as perspectivas de vendas para o final do ano, e reflete o otimismo de empresários depois do difícil Natal de 2020, ainda que muitos estejam cautelosos.

Gomes Filho diz que está “extremamente otimista em relação aos meus negócios e ao varejo”, mas isso não significa que ele deixou de fazer ajustes na operação. A empresa deixou de ser indústria para focar no varejo, e se intitula uma multfranqueada.

Além das cinco lojas da Amarelo Manga, em Maringá, Umuarama e Campo Mourão, o grupo possui lojas de outras marcas, totalizando 15,

fora os canais online. “Ser indústria requer altos investimentos, conhecimento e disponibilidade. Preferimos terceirizar a produção. Hoje temos um parceiro que desenvolve os produtos junto a um profissional nosso”, explica.

Ele conta que, apesar da turbulência, o Natal de 2020 não foi dos piores. “Não tivemos crescimento, mas pelo cenário negativo, as vendas ultrapassaram nossas metas”. Para este ano, a expectativa é de, pelo menos, registrar alta de 12% comparado ao mesmo período do ano passado. “Nossas metas não são agressivas, são realistas. Se fizermos o mesmo que o Natal passado, já estamos satisfeitos”.

O tamanho da equipe e o estoque de tecidos voltaram aos patamares pré-pandemia. “Já estamos no nosso padrão, mas com uma diferença: o

preço de tecidos e papelaria está nas alturas. Tudo muito mais caro, e este é nosso grande desafio”.

PLANEJAMENTO CURTO

Enquanto se preparam para as vendas de Natal, lojistas fazem análises frequentes para medir o comportamento do consumidor e da economia, ou seja, tem muito empreendedor cauteloso. “Existe uma expectativa positiva de recuperação do mercado, mas a insegurança ainda é grande”, afirma o consultor Sebastião Cabrita, que é especialista em gestão de estoque e de vendas.

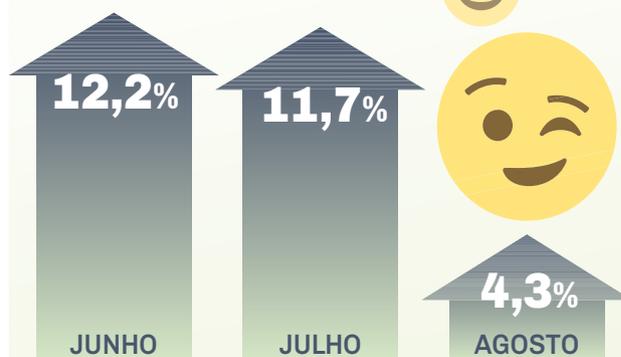
O caminho é ir a passos pequenos. “As análises que fazíamos de longo prazo não existem mais. Além da pandemia, existe a instabilidade política e econômica. Fazer um planejamento de três meses está complicado. São necessárias análises diárias, semanais e muita discussão entre o setor para ter uma segurança mínima e norte para investimentos e compras de estoque”, reforça o consultor. Segundo ele, o planejamento nas indústrias, por exemplo, está sendo de, no máximo, 60 dias.

OTIMISMO GENERALIZADO

O otimismo de guinada nas vendas de final de ano vem crescendo mensalmente. De acordo com pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em agosto, o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec) cresceu pelo terceiro mês consecutivo e a tendência é que continue subindo.

Aumento do índice ICEC

JUNHO A AGOSTO/2021



Sebastião Cabrita, consultor: “são necessárias análises diárias, semanais e muita discussão entre o setor para ter segurança mínima e norte para investimentos e compras de estoque” _ FOTO/IVAN AMORIN



Paola Bagatin Galina de Castilho, franqueada O Boticário: “nossas reservas de sustentação do negócio foram embora. Não dá para errar numa compra ou em contratações” _ FOTO/Ivan Amorin

Cabrita ainda destaca que os riscos assumidos estão dependendo do segmento e do momento em que cada empresa vive. “Muitos empresários já gastaram as reservas, alguns reduziram a capacidade de produção, demitiram e agora é o momento de analisar até que ponto deve-se investir e quanto investir”.

Outra barreira é que muitas indústrias não estão preparadas para uma demanda alta por falta de matéria-prima e mão de obra. “Importar está difícil e compras que deviam ter sido feitas para o Natal não vão acontecer por falta de material. A expectativa é complementar com outros tipos de produtos nacionais. O que estamos presenciando é a reinvenção diária do empresário em um cenário incerto e imprevisível”, finaliza o consultor.

NATAL DE 2019 COMO PARÂMETRO

Nas 12 lojas da B1 Store, em Maringá e região, o clima é de otimismo. Com a queda nas vendas no último Natal, a expectativa agora é crescimento de 10% comparado a 2019, antes da pandemia. “Em 2020 tivemos queda de 30% nas vendas, então, nossa meta agora está baseada no Natal de dois anos atrás”, explica o diretor do grupo B1, Luciano Katsuzo Naka.

As compras para o final do ano começaram e seguem até novembro. As lojas trabalham com marcas de todo o país, em especial de São Paulo.

Mesmo a falta de matéria-prima (tecido) é driblada com planejamento e análise de mercado. “Sabemos desta realidade, tudo muito caro devido a impostos e frete, mas com programação, vamos trabalhando com o que é possível”. O grupo necessita de importação, mas também utiliza matéria-prima nacional.

Dentro do quadro de funcionários, hoje a realidade é igual à de 2019. “Neste meio tempo, alguns saíram, mas voltamos à normalidade de dois anos atrás”.

Já nas nove lojas do Boticário, em Maringá, a esperança de retomada é grande. Durante a pandemia, por conta da redução de horário de atendimento, a equipe teve que reduzida e as vendas foram prejudicadas. Para este final de ano, a expectativa é aumentar o quadro de funcionários e vendas, no mínimo, igual ao Natal de 2019. “Agora é o momento de nos reestruturar para as vendas de final de ano. As compras já foram feitas”, conta a franqueada-operadora das lojas O Boticário, em Maringá, Paola Bagatin Galina de Castilho.

A retomada é o foco da empresa, mas o quanto deve-se investir está sendo analisado e planejado dia após dia. “Estamos trabalhando em uma situação realista e com três cenários: ruim, estável e muito bom. Conforme o cenário econômico, político e do próprio coronavírus, vamos nos adaptando e fazendo os ajustes. É sentir o mercado, porque o

Dicas para a boa gestão de estoque

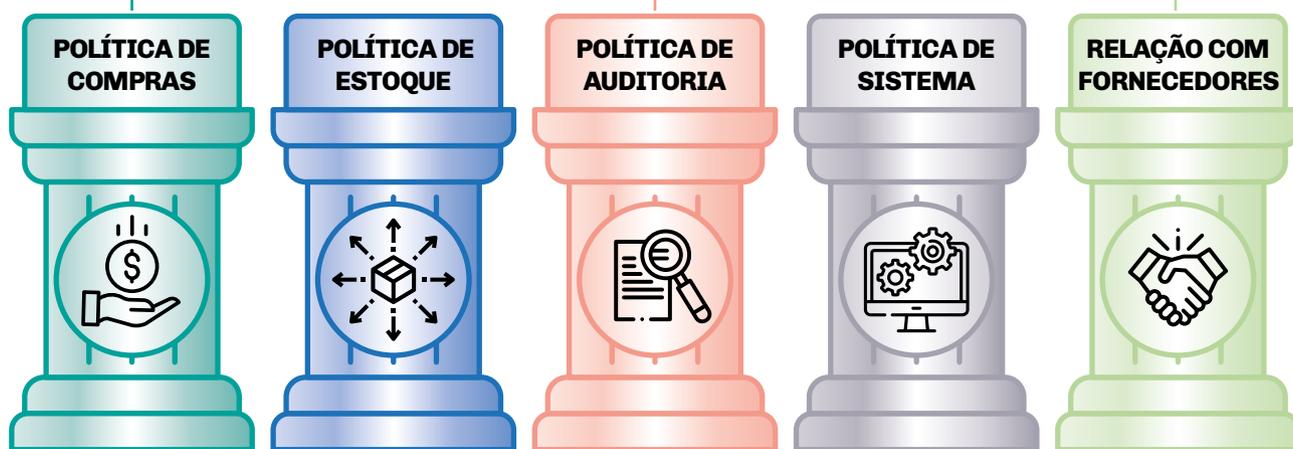
Em um cenário de incertezas, as análises devem ser constantes e certeiras. Para que isso ocorra, o consultor Sebastião Cabrita, que ministra curso de gestão de estoque na Escola de Negócios da ACIM, dá dicas: *“o estoque e a forma como este é feito dependem do tipo de negócio e de quais ferramentas são utilizadas”.*

Para ele, **são cinco os pilares** para uma boa gestão de estoque:

É importante ter critérios para escolher os fornecedores, desta forma é possível identificar quando e quanto comprar, além de indicar também a melhor metodologia a ser aplicada

Muitas empresas adotam a regra de fazer inventário uma vez por ano, mas a recomendação do consultor é um inventário cíclico. “Quando se faz acompanhamento frequente, a empresa consegue identificar facilmente e rapidamente quando ocorre uma falha”

Ter uma boa relação deixa o acompanhamento fácil. “Quando se tem parceiros que proporcionam segurança, com informações corretas e rápidas, facilita-se o processo de gestão. Neste bom relacionamento, os dois lados saem ganhando”



Defina procedimentos de controle de entrada e saída de produtos. “Às vezes identificamos que só há uma entrada e uma saída, mas um item pode ter diversas formas de entrar e sair. Pode vir de consignado, de devolução ou por um retorno de garantia. “Se a empresa não tiver regras para cada procedimento, vai ter problemas no controle deste estoque”

Ter software apropriado para a gestão de estoque é um ponto importante. “Conheço softwares que são bons para controle financeiro e produção, mas na gestão são deficitários. É preciso que ofereçam informações corretas e precisas”

momento é de incertezas”.

Durante a pandemia, muitos negócios investiram todas as reservas que tinham e apostam no Natal o momento de retomada. “Nossas reservas de sustentação do negócio foram embora. Não dá para errar numa compra ou em contratações, porque isso vai pesar num fechamento de mês”, explica.

Paola conta que em relação às contratações, o planejamento é o mesmo: acompanhar as vendas agora e, no início de novembro, fazer uma nova avaliação para a contratação de temporários para dezembro ou para a contratação efetiva.

Além das lojas físicas, O Boticário atende com

vendas diretas, que hoje representam 50% do faturamento. Nesta modalidade, o Natal para a empresa chega antes. “É em outubro que estamos vendendo nosso estoque de Natal para as revendedoras”, conta Paola. No total, são 2,2 mil revendedoras ligadas às lojas de Maringá.

Foram as vendas diretas que seguraram as vendas na pandemia. “Como as lojas estavam fechadas, clientes acabaram migrando para as compras com as revendedoras. Estas também tiveram a oportunidade de digitalização, vendendo por *WhatsApp* e entregar em casa. A oportunidade existiu e muitas aproveitaram”.

Imposto de renda se transforma em projetos sociais

Destinação fiscal beneficia projetos culturais, esportivos, para crianças, adolescentes e idosos; pandemia impactou destinações, mas expectativa é boa para o próximo ano



Mesmo com lentidão na aprovação de projetos culturais, Alan Gaitarosso, do ICI, projeta alta na arrecadação de recursos: apoio das empresas possibilita ações gratuitas para a população_ FOTO/ARQUIVO PESSOAL

Pessoas físicas e empresas podem apoiar projetos culturais, esportivos, para idosos, crianças e adolescentes por meio da renúncia fiscal. Assim, uma parte dos impostos devidos pelas empresas, em vez de ficar com o governo, pode ser destinada a entidades e iniciativas sociais por meio de doação ou patrocínio.

O consultor sênior do Institu-

to Cultural Ingá (ICI), Alan Gaitarosso, diz que no setor cultural maringaense há projetos voltados para comunidades carentes que oferecem atividades de contraturno escolar e de fruição artística, possibilitando ações de contato da população com a arte. Mas para que tudo se materialize, é necessário recurso. "Sem o apoio das empresas, todas as ações que

entregam resultados de forma gratuita e acessível para a população não seriam possíveis, não sairiam do papel. Por isso, a participação das empresas é um dos pilares importantes".

Com a pandemia, em 2020 o envio de recursos para projetos culturais seguia ritmo lento, mas a situação se reverteu no decorrer do ano. Com base nos números do primeiro



“Fechando boas parcerias, o recurso que iria direto para o governo pode ser utilizado de forma criativa e mais próxima de onde foi recolhido”, diz o produtor cultural Felipe de Moraes _FOTO/IVAN AMORIN

trimestre de 2020, o ICI projetava queda de 30% a 50% na arrecadação. Segundo o consultor, a previsão mudou graças à retomada gradual da economia, sobretudo considerando os valores destinados por empresas do agronegócio e em razão do trabalho de visita do ICI às empresas – o objetivo é aproximar empresas, por meio de palestras e reuniões periódicas, visando consolidar a Economia da Cultura, tanto com o patrocínio via Renúncia Fiscal como com o patrocínio direto.

O consultor diz que em 2019 a arrecadação foi de R\$ 1,48 milhão, valor que subiu para R\$ 1,6 milhão em 2020 distribuído para 14 projetos. E para 2021 o balanço deve apresentar arrecadação maior. É o que espera Gaitarosso. “Só os valores arrecadados no primeiro e segundo trimestre foram su-

periores aos do ano passado. Isso é fantástico, porque são recursos que ficam na cidade, que são investidos e impactam diretamente as pessoas de Maringá e região, em sua maioria dos bairros afastados e estudantes de escolas públicas”, comenta.

Via Lei Rouanet, que possibilita a uma empresa oferecer como apoio até 4% do Imposto de Renda e obter o abatimento desse valor, há oito projetos aptos a receber recursos em Maringá. E ainda há 13 aguardando liberação para entrar na fase de captação.

De maneira geral, o consultor explica que o setor cultural enfrenta, desde 2020, lentidão na aprovação de liberações dos projetos avaliados pela Secretaria Especial de Cultura. Ele explica que um dos motivos foi a saída de profissionais que formavam a Co-

missão Nacional de Incentivo à Cultura, responsável pelas avaliações dos projetos. “Esses profissionais de diversos segmentos finalizaram o período como membros da comissão, que é de dois anos. E a reposição demora mais que o normal, cerca de quatro meses, o que gerou uma fila de projetos para serem avaliados. Agora, com a comissão reestabelecida, os projetos voltaram a ser avaliados e a tramitar para as aprovações e liberações. Por consequência, há projetos aguardando para serem avaliados desde outubro de 2020.”

PRODUÇÃO CULTURAL

O produtor cultural Felipe de Moraes conta que dois projetos que ele acompanha estão aguardando recursos de renúncia fiscal, em processo de aprovação inicial. Um deles é



Lar Escola da Criança captou R\$ 157 mil neste ano por meio do FIA e espera dobrar o valor no ano que vem, conta a assistente social Elizete Maria Andreola _ FOTO/IVAN AMORIN

a Coletiva, apoiada pelo ICI em 2018, sendo o primeiro espaço multicultural independente de Maringá, que aplica o modelo cooperativista. A iniciativa colabora para o fortalecimento da cadeia produtiva local, dando suporte à criação, incubando e distribuindo produtos culturais.

Em três anos, Moraes conta que foram realizados mais de 60 oficinas e formações, 30 rodas de conversas, exibições de filmes e debates, mais de 20 artistas visuais contemplados em exposições, 15 projetos apoiados e 100 eventos com artistas e produtores locais. No total, o espaço recebeu mais de 5 mil visitantes e atendeu 500 pessoas em atividades formativas.

O segundo projeto é o Agô – Afro Festival, que teve a primeira edição em 2018, em Maringá, por meio da Lei de Incentivo Municipal. De acordo com Moraes, o evento teve acesso gratuito, em espaço público, contemplando diversas linguagens artísticas.

Atuando como produtor cultural desde 2015, Moraes realiza produção-executiva em festivais de culturas populares, música, documentários audiovisuais e gestão de espaços culturais, além de coordenação de projetos. A estimativa é que um evento cultural de médio porte, por exemplo, com todas as previsões de segurança,

acessibilidade, qualidade na programação e espaço que atenda às necessidades técnicas, custe cerca de R\$ 100 mil, considerando o cenário de 2019. Ele acredita que no pós-pandemia os valores tendam a crescer. É que há um atraso de dois anos de reajustes de valores e, além disso, a classe artística e toda cadeia de profissionais envolvida sofreram com a pausa nas atividades culturais.

O produtor diz que o apoio das empresas é fundamental. “Fechando boas parcerias, o recurso que iria direto para o governo pode ser utilizado de forma criativa e mais próxima de onde foi recolhido. Para as empresas é uma forma de se posicionar como transformadoras de suas comunidades e de ser ativas no desenvolvimento humano. Também é uma ferramenta de visibilidade e marketing social.”

INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA

O Lar Escola da Criança, em atividade desde 1963, em Maringá, tem dois grandes programas sociais. O primeiro é de Proteção e Prevenção, que atende em média 150 crianças e adolescentes anualmente, no período da manhã e da tarde, com direito a refeições e atividades. Os focos são a formação do indivíduo, convi-

vência e fortalecimento dos vínculos familiares e comunitários, reforçados por projetos sazonais que diversificam a oferta de oficinas para complementar a formação das crianças, com conteúdos tecnológico, cultural, esportivo, de lazer e artístico.

O outro programa é o de Capacitação Técnica e Formação Profissional para maiores de 14 anos. Por meio dessa ação, são ofertados projetos de pré-aprendizagem, aprendizagem e inclusão produtiva, que visam a ajudar no processo de inserção no mercado de trabalho. Em média 356 adolescentes são atendidos por ano na pré-aprendizagem e 150 na aprendizagem. Na inclusão produtiva, com oficinas de costura básica industrial, cerca de 30 mulheres são atendidas anualmente.

Assistente social no Lar Escola, Elizete Maria Andreola diz que em 2021 a instituição recebeu R\$ 157.430 via Fundo da Infância e Adolescên-

cia (FIA). Para 2022, a expectativa é dobrar o valor, para dar continuidade à melhoria de espaços e oferecer projetos que auxiliem no desenvolvimento integral dos atendidos.

Elizete explica que os recursos contribuem com a adequação de espaços e compra de materiais didáticos, esportivos, de informática e pagamento de instrutores. “Acima de tudo, a destinação contribui para que os atendidos tenham um local onde possam desenvolver consciência crítica, fortalecimento das relações humanas e protagonismo de suas vidas”, frisa. “Sempre que as crianças e adolescentes têm espaços e oportunidades para se desenvolver como pessoas, há redução de situações de risco e vulnerabilidades sociais”, acrescenta.

APOIO

“Queremos apoiar e incentivar boas práticas”, afirma a diretora administrativa da América

INFORME PUBLICITÁRIO

PAN apresenta novas metodologias para ACIM

A ACIM é parceira da JValério e da Fundação Dom Cabral para a melhoria de processos de gestão. Juntos, implementaram a Parceria para Aceleração do Negócio (PAN).

O presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, conta que o professor da FDC, Marcelo Melgaço, mentor e orientador da metodologia, trouxe para o time de gestores maringáenses a criação de ‘squads’: equipes focadas que direcionam ações semanais para apontar mudanças necessárias para os negócios driblarem as dificuldades.

“O objetivo da parceria é otimizar nosso trabalho em relação à receita e à satisfação dos associados. Agora, estamos implantando o plano de negócios, apontado no



relatório do PAN. Até o ano que vem, vamos avaliar os resultados e a performance. O programa utiliza como metodologias indicadores e OKR (objetivos e resultados-chave), além de oferecer mentorias com professores e profissionais de mercado”, diz.

Petrojan Neves, Gerente de Negócios da JValério, acrescenta que os gestores vão colher muitos frutos. “No final dos 12 meses de trabalho, o PAN vai impactar todas as áreas: finanças, comercial, marketing, pessoas, estratégia e governança”.



“Queremos apoiar e incentivar boas práticas”, afirma a diretora administrativa da América Latina na Alltech, Elaine Rodrigues; empresa repassou R\$ 320 mil para 15 projetos no ano passado _FOTO/DIVULGAÇÃO

Latina na Alltech, Elaine Rodrigues. Tanto que em 2020 a empresa realizou repasses para 15 projetos, sendo nove de Maringá. Na cidade são apoiados o Fundo da Infância e Adolescência (FIA), Fundo do Idoso, projetos culturais Ecos do Ingá, Criança em Cena, Só em Cena, Escala Cultural, O Som da Banda, Mãos à Obra, além do projeto da Associação de Atletismo de Maringá. Segundo Elaine, no ano passado foram destinados R\$ 320 mil para os projetos selecionados.

Uma das áreas que recebe forte apoio da Alltech é a esportiva, bem como as atividades que incentivam o bem-estar físico e mental, isso vai além da destinação fiscal. Em nível mundial, a empresa costuma organizar corridas durante os eventos que promove, a fim de estimular as pessoas a saírem do sedentarismo, buscando adequar exercícios físicos à rotina. “Desse incentivo, é possível que as pessoas descubram que têm talento para um esporte. Isso pode transformar vidas, levando o nome do Brasil e de Maringá mais longe”, comenta.

EMPRESAS PODEM APOIAR PROJETO DE FUTEBOL

O Instituto ACIM lançou o projeto ‘Futebol para Todos: Formando Campeões’ para oferecer futebol de campo para 80 crianças.

O projeto, que será iniciado neste ano, vai garantir locais seguros para a prática da atividade, profissionais qualificados e acompanhamento técnico. Para isso, as empresas podem apoiar o projeto, por meio da Lei de Incentivo ao Esporte, que permite a destinação sem custos do imposto de renda. Basta efetuar uma doação para a conta de captação de recursos e a coordenação emitirá o recibo de mecenato.

Os apoiadores terão a logomarca divulgada no uniforme dos participantes, na placa de alambreado, no *backdrop* e no outdoor de divulgação do projeto, além de participação em vídeo personalizado, postagem na página do Instagram do Instituto ACIM e possibilidade de utilização do projeto na comunicação institucional da empresa. Mais informações por e-mail gestao@institutoacim.org.br ou WhatsApp (44) 99977-1376 e (44) 99739-9515.



Antes do perigo bater à porta

Contratação de seguro minimiza prejuízos, como atestam as famílias que perderam entes para doenças e produtores que enfrentaram seca no milho safrinha; seguros para riscos cibernéticos e vazamento de dados tiveram aumento substancial de contratações

A família Otomura faz parte de um dos quase 600 mil lares brasileiros que perdeu um dos integrantes devido a complicações pela covid-19. O patriarca Flávio Koiti Otomura, proprietário da tradicional Flávio Joalheiros, contraiu o vírus em março, junto à esposa, Olga. Nos primeiros dias, Olga estava pior e era Flávio, inclusive, quem cuidava dela. Com o passar dos dias, a situação se inverteu: ela começou a melhorar e ele piorou. “No dia em que minha mãe saiu do hospital, meu pai foi entubado”, lembra o filho do casal, o veterinário Flávio Haragushiku Otomura. Em 8 de abril, o habilidoso joalheiro faleceu, aos 68 anos, depois de lutar por mais de 30 dias contra a doença.

Com a morte do patriarca, o filho Flávio conta que não tinha mais o porquê manter a Flávio Joalheiros aberta. “Minha mãe ainda se recupera das sequelas, eu e minha irmã moramos em outra cidade. Meu pai era o coração, era tudo na empresa”, conta emocionado.

Em meio à perda que assolou à família depois de enterrar o patriarca, um alento: Flávio Otomura possuía seguro de vida, que ajudou a família a se

organizar nos primeiros meses após o falecimento. “Minha mãe sabia do seguro e esse dinheiro deu um respiro, organizarmos as contas da casa e da empresa que foi fechada”, relata o veterinário.

Para ele, assim como para o pai falecido, o seguro de vida sempre foi prioridade, ainda mais depois que as duas filhas nasceram. “Meu seguro foi feito em seguida ao nascimento da primeira filha. Sentia a necessidade de dar mais segurança para minha família, vivenciei e comprovei a diferença que faz um seguro nestes momentos difíceis da vida”, enfatiza.

De acordo com a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), de abril de 2020 a maio de 2021 mais de 58 mil sinistros foram pagos, sendo quase 35 mil apenas nos cinco primeiros meses do ano. Os pagamentos chegam a R\$ 2,6 bilhões. Ainda de acordo com a federação, as contratações individuais de seguro de vida cresceram 26% em 2020 em relação ao ano anterior. No primeiro bimestre de 2021 o crescimento se manteve – 24,9% em relação ao mesmo período de 2020.

“O que mais impactou e mudou a forma das pessoas avaliarem um seguro foram as mortes por

>>> MERCADO ///

covid. A morte ficou próxima, dentro de nossas casas, e a procura, tanto física quanto jurídica, por seguro de vida aumentou muito. É uma segurança a mais frente à pandemia”, salienta o superintendente comercial e marketing da Sancor Seguros, Rosimario Correia Pacheco.

Pacheco explica que, no Brasil, as apólices de seguro de vida não tinham, até então, a cobertura de pandemias, ou seja, eventos cujos riscos são impossíveis de serem calculados. No entanto, desde a primeira onda de contágio, as seguradoras entraram em um consenso e optaram por indenizar pessoas acometidas pela doença. “Quem imaginaria que a pandemia se estenderia por tanto tempo? O baque para as seguradoras foi e continua sendo grande, mas seguimos com a cobertura, até para amenizar a dor das famílias”.

Apesar dos custos elevados, a expectativa é de recuperação a partir de 2022. A boa notícia é a conscientização da população. “A pandemia mostrou a importância de seguro de vida, de saúde, de proteger famílias e funcionários”, comenta o superintendente.

O corretor Vagner Fabrício, da Brício Administradora e corretora de seguros, e delegado regional do Sindicato dos Corretores de Seguro do Paraná (Sincor), confirma: a vontade de se precaver é maior no novo cenário. “O medo da morte entrou em praticamente todos os lares, tivemos empresários que faleceram e a família teve dificuldade para seguir com os negócios. Acompanhamos isso de perto e, nesta hora, o seguro salvou negócios e ajudou famílias”. Ele explica que o seguro não entra em inventário, por isso, a facilidade e agilidade para receber a indenização sem burocracia.

Vagner Fabrício faz parte do Núcleo de Corretores de Seguros que existe na ACIM há 12 anos. São 16 corretores trabalhando para o crescimento do setor e “pensando fora da caixa”, como ele define. E foi por pensarem além que desde 2018 o núcleo possui uma corretora própria – é a NSSeg Corretora de Seguros – que atende associados da ACIM, corretores de seguros de toda Maringá e região, e a própria ACIM. “Damos o apoio necessário para os corretores”, destaca o gestor da NSSeg, Marck Chrystopher Treichel.

LGPD

Uma das novidades do setor é o seguro para riscos cibernéticos e vazamento de dados, necessá-



“Com a pandemia a morte ficou próxima, dentro de nossas casas, e a procura, tanto física quanto jurídica, por seguro de vida aumentou muito”, diz o superintendente comercial e marketing da Sancor Seguros, Rosimario Correia Pacheco _ FOTO/IVAN AMORIN

rio com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – lei nº 13.709/2018. Desde 1º de agosto as multas para quem descumpra a lei passaram a vigorar. Quem infringir a legislação poderá ser multado em até 2% do faturamento, limitado a R\$ 50 milhões por infração.

“A Lei Geral foi criada para proteger o cidadão, e os seguros são importantes para quem armazena dados. Se essas informações caem em mãos erradas, a responsabilidade é da empresa. A multa é pesada, os custos para a contenção são altos. Empresas podem fechar, caso a lei não seja cumprida. É preocupante”, comenta Fabrício.

Marck informa que a procura pela nova modalidade é grande, com aumento de mais de 300%. “Muitas empresas estão procurando e com pressa na contratação. Todo CNPJ vai ter que começar a pensar nisso, independente do porte. Toda empresa que armazena dados de terceiros corre riscos”. Ele explica que, em muitos casos, é necessário adequar a empresa, e todo o suporte é dado pela NSSeg. “O seguro em si dá uma proteção ampla para sequestro e vazamento de dados, lucro cessante, mas é necessária estrutura mínima, porque a maioria dos casos de vazamento de dados envolve falha humana, então, é preciso adequações e treinamento”.

O gestor destaca a importância da cotação. “A própria cotação é um filtro para saber o quanto a empresa está exposta e nela detalhamos o que



Uma das novidades é o seguro para riscos cibernéticos e vazamento de dados: “se as informações caem em mãos erradas, a responsabilidade é da empresa”, diz o corretor Vagner Fabrício

_ FOTO/IVAN AMORIN

precisa ser feito”. O valor do seguro depende de fatores como faturamento, tamanho da empresa, sistema de contingência implantada e o setor de atuação. “Segmentos de TI e saúde estão muito expostos a *hacker*. Laboratório de análises clínicas também, porque depende 100% do sistema para funcionar, daí o valor acompanha a exposição do risco a incidentes, o que acaba implicando no aumento do custo do seguro”.

AGRONEGÓCIO

No agronegócio os seguros são prioridades. Com as instabilidades climáticas, se precaver é uma necessidade. De acordo com Pacheco, da Sancor, o segmento requer monitoramento constante. “Trabalhamos em cima de planejamentos e previsões climáticas para saber qual cultura podemos oferecer mais ou menos coberturas, mas para a seguradora é um risco, literalmente, a céu aberto. Podemos olhar históricos, saber onde podemos ser flexíveis, mas as instabilidades são constantes para nós, seguradoras”.

A seca do primeiro semestre trouxe grande impacto na cultura do milho safrinha no norte e noroeste do Paraná, assim como as geadas recentes no Rio Grande do Sul, aumentando, assim, o número de indenizações. “Normalmente as perdas estão atreladas a catástrofes, não é algo recorrente. O que aconteceu neste ano pode não aconte-



NSSeg Corretora de Seguros atende associados da ACIM e corretores da região, conta o gestor Marck Chrystopher Treichel _ FOTO/IVAN AMORIN

cer no próximo. As avaliações são complexas”.

Mesmo com as instabilidades e perdas para as seguradoras, o superintendente avalia o mercado do agro importante e crescente. “O caminho é diversificar regiões, culturas. Ter boa análise do contexto das peculiaridades de cada região é fundamental. Hoje 50% dos seguros de agro são vendidos no sul do país, e estes são números que as seguradoras buscam ampliar e diversificar”.

POR QUE CONTRATAR

A pandemia fez aumentar a busca por seguros patrimoniais, que cobre reparos e melhorias das casas. “O fato das pessoas ficarem em casa mais tempo, com o *home office*, fez com que as assistências atreladas fossem mais utilizadas e, portanto, valorizadas. São reparos necessários que, sem o seguro, custariam mais para o proprietário do imóvel”, destaca Pacheco.

O produto também é importante para pessoas jurídicas. “Na hora da contratação do seguro, os corretores dão as orientações e as precauções para a proteção do patrimônio, porque uma empresa fechada é prejuízo para toda a sociedade”, aponta Fabrício.

O gestor da NSSeg Corretora de Seguros, Marck Chrystopher Treichel, finaliza: “é a garantia de uma proteção capaz de cobrir as despesas necessárias e imediatas, que ocorrem devido a um imprevisto”.

REVITALIZAÇÃO DA SEDE
DA ACIM PERMITE A
CRIAÇÃO DE AMBIENTES
PARA INOVAÇÃO, CURSOS
E ENTIDADES PARCEIRAS;
LIDERANÇAS SÃO
HOMENAGEADAS COM
NOMES DOS ESPAÇOS

MODERNA, FUNCIONAL

E À DISPOSIÇÃO DOS ASSOCIADOS

Edifício Adilson Emir Santos. Desde 27 de setembro este é o nome do prédio da Associação Comercial em homenagem ao ex-presidente que faleceu em 2017. Outros empresários e lideranças que contribuíram com a história da ACIM ganharam nomes nos novos espaços da sede, depois de uma revitalização de 2 mil metros quadrados. A reforma permite oferecer ambientes para os cursos da Escola de Negócios e uma área dedicada à inovação. É o Inovus, um programa de aceleração de ideias e projetos com o acompanhamento de especialistas e à disposição dos associados.

Para marcar a revitalização foi realizada cerimônia para 400 pessoas, entre familiares de homenageados e lideranças como o governador

Carlos Massa Ratinho Junior; prefeito Ulisses Maia, secretário de Saúde do Paraná, Beto Preto; chefe da Casa Civil, Guto Silva; deputados federais Enio Verri e Ricardo Barros; deputados estaduais, vice-prefeito Edson Scabora e vereadores, além de 17 juízes, incluindo o diretor do Fórum Criminal de Maringá, José Cândido Sobrinho, e representantes das forças de segurança.

Com apresentação da orquestra filarmônica Unicesumar, a cerimônia teve início com os pronunciamentos. O presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, lembrou o quão desafiador foi o início do trabalho da entidade e a importância do associativismo para Maringá. "Temos uma sede à altura dos nossos associados. Os novos espaços permitem não apenas ampliar, como modernizar

o trabalho. É uma proposta conectada aos novos modelos de negócios e fizemos questão de homenagear quem nos antecedeu. Vamos continuar participando do desenvolvimento da cidade”, completou.

Para o presidente da Faciap e do Sebrae Paraná, Fernando Moraes, a ACIM é um exemplo de associativismo, de empreendedorismo e de como aglutinar parceiros. “É um prédio novo e cheirando à inovação”. Já o prefeito Ulisses Maia destacou a participação ativa da sociedade e da ACIM, que se preocupa com o destino da cidade. Em seu discurso, Ratinho Junior destacou que o trabalho da entidade, de apoio ao planejamento do município, serviu de inspiração para o desenvolvimento do Paraná para os próximos 30 anos com a criação do Conselho de Desenvolvimento Empresarial e de Infraestrutura do Paraná. “O poder público não tem uma cultura de planejamento a médio e longo prazos. Maringá, ao contrário disso, trouxe essa inovação ao Brasil e se tornou grande referência em planejamento, graças também à atuação de entidades como a ACIM”, disse.

Após o descerramento da placa da gestão 2020-2022, o primeiro ambiente inaugurado foi o prédio, que leva o nome de Adilson Emir Santos. Depois foi a vez da inauguração das salas da Escola de Negócios, que passam a levar os nomes de Wilson de Matos Silva (reitor da Unicesumar, com participação ativa na ACIM), Fernando Ferraz (fundador da FA Maringá que desde 1976

FOTOS/IVAN AMORIN



Michel Felipe Soares: “os novos espaços permitem não apenas ampliar, como modernizar o trabalho. É uma proposta conectada aos novos modelos de negócios”



Fernando Moraes, presidente da Faciap e do Sebrae Paraná: ACIM é um exemplo de associativismo, de empreendedorismo e de como aglutinar parceiros



Prefeito Ulisses Maia destacou a participação ativa da sociedade e da ACIM



Governador Ratinho Junior: “o poder público não tem uma cultura de planejamento. Maringá, ao contrário disso, trouxe essa inovação ao Brasil e se tornou grande referência em planejamento”

>>> ACIM

participa da Associação Comercial e foi representado pelo filho Carlos Ferraz), Ariovaldo Costa Paulo (fundador da Arilu Distribuidora e ex-presidente da ACIM), Carlos Alberto Tavares Cardoso (diretor-presidente da Companhia Sulamericana de Distribuição e ex-presidente da ACIM) e Atair Niero (ex-presidente da Associação Comercial).

No primeiro andar, o Inovus leva o nome de Espaço Michel Felipe em homenagem ao empresário que foi dono do Hospital Santa Lúcia e presidente da Somaco – ele é avô do presidente da Associação Comercial e pai da presidente do Instituto ACIM, Nádia Felipe.

No segundo andar Gastão de Mesquita Filho foi homenageado com a antessala – ele foi engenheiro civil e principal executivo da Companhia de Terras Norte do Paraná, responsável pela implantação de Maringá. Como é falecido, quem recebeu a homenagem foi o neto Christiano Mesquita. Também no segundo andar receberam os nomes de salas Sidney Meneguetti, o presidente mais jovem da Associação Comercial e representado, na cerimônia, pelo filho Samuel Meneguetti; e Raymundo do Prado Vermelho, advogado e ex-presidente da entidade que deu nome à sala da superintendência.

A cerimônia teve o patrocínio de Certezza Consultoria Empresarial, Cocamar, Cooper Card, Fomento Paraná, Humana Saúde, Maringá Park, Sancor Seguros, Sicoob, Unicesumar e Uniprime.



Família de Adilson Emir Santos



Familiares de Wilson de Matos Silva



Fernando Ferraz foi representado pelos filhos, netos, genro e nora



Ariovaldo Costa Paulo e família



Ex-presidente Carlos Tavares Cardoso também foi homenageado



Atair Niero, outro ex-presidente que teve o trabalho reconhecido



Ambiente de inovação recebeu o nome Espaço Michel Felipe, em homenagem ao empresário que foi avô do presidente da entidade



Raymundo do Prado Vermelho dá nome à sala da superintendência



Executivo da companhia responsável pela colonização de Maringá, Gastão de Mesquita Filho emprestou seu nome a uma sala; o neto recebeu a homenagem



Samuel Meneguetti recebeu a homenagem em nome do pai, Sidney Meneguetti

TOUR

O prédio onde funciona a Associação Comercial é histórico, data de 1954. A entidade funciona no local desde 2002, na gestão de Jefferson Nogaroli, mas antes, em 1999, passaram a funcionar ali o Sicoob, Casa Mercosul (hoje Instituto Mercosul) e entidades ligadas à ACIM. Em 2011, o prédio foi reformado durante a gestão de Adilson Emir Santos. São quase 4 mil metros distribuídos em três andares, para o atendimento e a prestação de serviços aos quase 5 mil associados. Lá trabalham cerca de 60 colaboradores, além das equipes de entidades parceiras, que recebem apoio institucional. Os associados estão convidados a conhecer e usufruir da estrutura e podem agendar um tour pelo telefone (44) 3025-9595.

FÁBRICA DE VACINAS EM MARINGÁ

Maringá poderá ter uma fábrica de vacinas, se o governo federal autorizar. A informação foi do secretário-chefe da Casa Civil do Paraná, Guto Silva, que esteve na ACIM em 19 de agosto. Em reunião com empresários, deputados, prefeito Ulisses Maia e secretários municipais, Silva destacou que o governo do Paraná tem pleiteado a instalação da planta industrial. Se isso se concretizar, será a terceira fábrica de vacinas do Brasil, ao lado do Instituto Butantan e da Fiocruz. Na reunião, o secretário-chefe também falou que a operadora TIM deverá fazer, no Paraná, os testes para a internet 5G. Ainda em Maringá, Guto Silva participou da cerimônia da entrega de viaturas para a Polícia Militar.

FOTO/IVAN AMORIN



RECURSOS PARA ASSOCIADOS

Com o aporte financeiro da ACIM, a Noroeste Garantias está avalizando operações de crédito para pequenas empresas associadas, no valor total de até R\$ 5 milhões. Os recursos podem ser usados para capital de giro, investimentos e instalação de sistema fotovoltaico. A Noroeste Garantias funciona no prédio da ACIM, e para acessar o crédito, é preciso apresentar os documentos que constam em www.noroestegarantias.com.br, agendar uma visita pelo telefone (44) 3023-2283 ou com os consultores da ACIM. Depois um comitê analisará a proposta e se aprovada, o empreendedor terá acesso aos recursos.

FESTIVAL E CLÍNICA DE TÊNIS

O Instituto ACIM promoveu, em 31 de julho, o Festival e Clínica de Tênis ACIM, voltado para dezenas de jovens de baixa renda do Projeto Ponte, de Sarandi. Profissionais do esporte compartilharam orientações, regras e uso de equipamentos. Ao final as crianças receberam medalha como incentivo ao esporte. O instituto também doou bolas de tênis, camisetas e as medalhas.

FOTO/IVAN AMORIN





ASSOCIADO DO MÊS

Douglas Gimenes Gauna (*foto*) e Michel Erivelto Gomes se uniram para abrir a Alianza Resíduos, prestadora de serviços especializada na coleta e transporte de resíduos. Inaugurada em junho, a empresa conta com cinco pessoas e recolhe todos os tipos de resíduos, desde lixo orgânico a sobras de construção civil, passando por sólidos contaminados – só não é feita a coleta de resíduos da área da saúde.

Engenheiro ambiental, Gauna sempre teve o sonho de abrir uma empresa. Depois da graduação, ele gerenciou aterros sanitários e detectou a necessidade de uma empresa como a Alianza. “Diversos resíduos não são coletados pela prefeitura e os geradores precisam contratar um gerenciador para prestar o serviço. É claro que a pandemia afeta o negócio, mas quando ela terminar, estaremos preparados para atender as demandas”, relata.

O empresário destaca que a Alianza preza pela transparência e bom atendimento. A expectativa é de que em um ano o negócio possua clientela fixa ainda maior, firme contratos públicos, além de expandir para outras cidades e investir em novos equipamentos.

A Alianza Resíduos fica na Rodovia PR 317 - KM 2, nº2.022, sala 17C. Os telefones são (44) 3200-0460 e (44) 99957-4808.

MAIOR EXPOSIÇÃO DO MUNDO EM DUBAI

Um grupo de maringaenses participará da maior exposição mundial: desta vez a Expo Mundial será em Dubai, nos Emirados Árabes. Haverá um pavilhão específico do Paraná, organizado pelo governo do estado e Invest Paraná, entre 10 e 17 de outubro. “É o maior encontro mundial de negócios, realizado a cada cinco anos, abordando temas como cultura, tecnologia, inovação, design e excelência humana”, afirma o presidente do Instituto Mercosul, Aluizio Andreatta. O instituto está organizando a comitiva maringaense que participará da exposição, inclusive estão à venda pacotes para a participação. Representantes de entidades, empresários, prefeito Ulisses Maia e o secretário de Inovação Marcos Cordioli participarão da feira, que acontecerá até 31 de março de 2022, com expectativa de receber 25 milhões de visitantes. O Paraná será o primeiro estado a apresentar o país na feira.

SUMMIT DIFUNDE ODS

A terceira edição do Summit Pacto Global Signatários será em 25 e 26 de outubro, em formatos presencial e online. Com participação gratuita, o evento é realizado pelo Instituto ACIM e Movimento Nacional ODS. No dia 25 o evento, que acontecerá no auditório da ACIM, começará às 19 horas, tendo palestra magna de Helen Pedrosa, diretora de relações institucionais do Pacto Global e premiação do Selo ODS para as mais de 20 empresas inscritas no processo de certificação. As empresas receberão, do Instituto ACIM, selos: ouro, prata e bronze, de acordo com o número de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) atingidos por seus projetos.

No dia seguinte o evento terá início às 9 horas, com palestras de Lucas Ramalho, do Ministério da Economia; do senador Rodrigo Cunha; e de Francine Lemos, que é diretora do Sistema B Brasil. À tarde as palestras serão de Rodrigo Figueiredo, que é vice-presidente de sustentabilidade da Ambev; Hugo Bethlem, que preside o Conselho Capitalismo Consciente; e apresentação de projetos de ODS das empresas locais, com a presença do consultor e palestrante de sustentabilidade Silvio Barros. Por fim, à noite haverá palestra de Viviane Martins, que é presidente da Falconi. As inscrições podem ser feitas pelo link da bio em @instituto.acim no Instagram. A transmissão pela internet será pelo canal ACIM Maringá no YouTube.



FOTO/IVAN AMORIN



DE GRAÇA NAS REDES SOCIAIS

Com temas variados e sempre voltados para o mundo dos negócios, a ACIM realiza palestras online e *podcasts*, com a participação de especialistas. O conteúdo pode ser acessado gratuitamente no canal ACIM Maringá do YouTube. Os temas discutidos em agosto e setembro foram:

- Papo de Negócios - Transformando o Contato em Negócios, com os consultores Leonardo Lopes e Cris Schneider
- Fórum ACIM Mulher, vamos falar sobre ESG?, com Beatriz Vergueiro, da XP Investimentos; e Luciana Nabarrete, da Engie Brasil
- Países árabes e relações comerciais, com o gerente de inteligência de mercado da Câmara Árabe, Marcus Pillon

Podcasts

- Plano de carreira, com a advogada Maria Cristina Seára Veltrini
- Licenciamento de marca, com a advogada Natália Ferruzzi
- Como desenvolver o hábito da atividade física, com a mestre em Ciências do Movimento Humano, Juliana Miyaki da Silveira
- Como lidar com reclamações nas redes sociais, com a jornalista Lorena Nogaroli
- Vendas pela internet, com o orientador e gestor de processos da Mormaii, Sacha Juanuk
- Saúde mental e o trabalho, com o psicólogo Vinicius Romagnolli Rodrigues Gomes

MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

Especialistas renomados discutiram a mobilidade sustentável, em mesa-redonda online e presencial em 20 de setembro. Em Maringá, as bicicletas representam 6% dos deslocamentos, o dobro da média nacional, segundo estudo da Cidade Viva. Maringá oferece 41 quilômetros de ciclovias e outros 15 estão em estudo. Isso contribui para um comércio pujante: mais de 600 empresas comercializam ou consertam bicicletas e acessórios, segundo a Secretaria da Fazenda.

O assunto foi debatido pelo secretário de Mobilidade Urbana de Maringá, Gilberto Purpur; prefeito Ulisses Maia; engenheiro civil especialista em transporte Ricardo Medanha Ladeira, que é coordenador-geral

EXPOSIÇÃO NO AVENIDA CENTER

Maringá, seus cantos, cenários e vida cotidiana foram temas de uma exposição fotográfica entre 31 de agosto e 25 de setembro na Galeria de Arte, do Shopping Avenida Center. Com o nome '20 Ver Maringá', a exposição teve 72 imagens produzidas por dez fotógrafos, que integram o Núcleo de Fotógrafos de Maringá, ligado ao programa Empreender, e teve apoio da Secretaria de Inovação, Aceleração Econômica, Turismo e Comunicação (Siacom). Foi a primeira exposição autoral do grupo, formado por Alessandro Gaioto, Angélica Britez, Cesar Thobias, Elisson Andrade, Franciane Gaioto, Gisele Luvizeto, Ivan Amorin, Marcos Luvizeto, Rose Babicz e Tatiana Rainieri.

FOTO/IVAN AMORIN



da Cidade Viva; engenheiro civil Silvio Barros II, que é consultor na área de sustentabilidade e gestão pública; e o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares. Patrocinaaram o evento Dias Bike, Maringá Park Shopping, Humana Saúde, Voltur, Ziober e Shelter Steel Estruturas Modulares.

MARINGÁ LIQUIDA COM 5 DIAS

Mais de mil lojas do comércio de rua e shoppings participaram da Maringá Líquida, que distribuiu R\$ 60 mil em raspadinhas premiadas aos consumidores. As lojas investiram em reforço do estoque, aumento da equipe e em divulgações próprias que se juntaram à mídia maciça contratada pela ACIM e Sivamar, que incluiu emissoras de TV, rádio, internet e ação com influenciadores digitais. Além das compras em lojas físicas, os consumidores puderam comprar pelo www.compreaquimaringa.com.br. A campanha foi de 18 a 21 de agosto para o comércio de rua e até o dia 22 para os shoppings.

FOTO/IVAN AMORIN



GEORGE COELHO, JOVEM EMPREENDEDOR

George Coelho, da Labore Saúde Ocupacional, foi escolhido Jovem Empreendedor, prêmio concedido anualmente pela ACIM e Copejem para empresários e executivos de Maringá com até 40 anos e participação em iniciativas da comunidade. Ele foi escolhido por uma comissão julgadora depois de ter tido o nome indicado por 12 entidades na primeira fase do processo. Graduado em Fisioterapia e cursando Direito, Coelho é dono da Labore, que gera 85 empregos e tem quatro unidades na região, com expectativa de abertura de outras quatro nos próximos dois anos. A Labore já ganhou prêmios nacionais e estaduais em qualidade e produtividade, por cumprir ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) e como uma das melhores empresas para trabalhar. Coelho também é acionista de uma empresa na área de TI e do Maringá

FOTO/IVAN AMORIN



Futebol Clube, além de se dedicar ao associativismo há muitos anos. A entrega do prêmio será em dezembro. Na última edição, em 2019, o ganhador foi Erike Almeida, da Tecnospeed.

RECURSOS PARA ENTIDADES

Lar dos Velhinhos e Asilo São Vicente de Paulo receberam, em 20 de agosto, o lucro do kit solidário comercializado pelas conselheiras da ACIM Mulher. Composto por fondue, vinho e pães, o kit foi entregue em sistema *drive* e os recursos custearão a manutenção das duas entidades que acolhem idosos. Participaram da cerimônia Michel Felipe Soares (ACIM), Cláudia Michiura, Jamile Elias e Ivana Cabral (ACIM Mulher) e Nádia Felipe (Instituto ACIM), além de Lindamir Ganassin e Eduardo da Silva, representando o Asilo São Vicente, e Irene Malamin e Narjoi Tones, do Lar dos Velhinhos.

FOTO/IVAN AMORIN



FOTO/IVAN AMORIN



CARGAS INTERNACIONAIS

As possibilidades que o novo momento do Aeroporto de Maringá pode gerar com a retomada das operações do Terminal Internacional de Cargas (Teca) foi debatida em mesa-redonda presencial e online em 30 de setembro. Como a participação do superintendente do aeroporto, Fernando Rezende, e do CEO da BHZ Logística Integrada, Leonardo Coli, o evento foi organizado pelo Instituto Mercosul e ACIM e discutiu a prospecção de clientes e a possibilidade de tornar um aeroporto indústria. O evento continua disponível no canal da ACIM no YouTube e teve patrocínio da BHZ e Humana Saúde.



FOTO/IVAN AMORIN

PRÊMIO ACIM MULHER

A empresária e agropecuarista Paula Buosi Fabre receberá o Prêmio ACIM Mulher em 4 de novembro, às 20 horas, no Giardino. Paula foi escolhida por uma comissão julgadora em 2019, mas devido à pandemia o evento foi postergado. Ela é graduada em Psicologia e diretora comercial das Bebidas Virginia e dos Alimentos Virginia, uma das maiores distribuidoras da Ambev no Brasil e distribuidora da Nestlé, com atuação em 60 municípios. Trata-se de uma empresa familiar, com 70 anos e que emprega 400 pessoas. Paula foi catequista, coordenadora da Pastoral do Adolescente e participa do grupo do Lar dos Velinhos São José. É casada com Neri Fabre e mãe de Andrea e Bruna. Na última edição a homenageada foi a produtora rural Maria Iraclécia, presidente do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau e da Sociedade Rural de Maringá (SRM). O prêmio é anual e foi criado em 2004.

CURSOS (OUTUBRO E NOVEMBRO)

CFI - Curso de Formação de Instrutores
Visual <i>merchandising</i> na prática
Linkedin na prática para profissionais e empresas
CRM - Gestão de relacionamento do cliente
Estratégias de vendas para Black Friday e outras datas
Gestão do tempo
Licitações públicas
Gestão de <i>e-commerce</i>
Contabilidade para não contadores

Desbloqueie o poder da sua criatividade
Inteligência emocional e gestão de conflitos
Negociações de alto impacto
Inglês para negócios
<i>Inside sales</i>
Programa de formação de gerentes do varejo
PPCP
Gerenciamento de projetos
Gestão de compras e estoque

EXPEDIENTE

Ano 59 nº 620 outubro/novembro/2021, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 30259595 | **Diretor Responsável** José Roberto Mattos, 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 Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44| 3031-7676 | **Editoração** Andréa Traqueta | **Escreva-nos** Rua Basílio Sautchuk, 388, **Caixa Postal** 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br | **Conselho de Administração Presidente** Michel Felipe Soares | **Conselho Superior Presidente** José Carlos Valêncio | **Co-pejem 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

REVISTA ISTO É DINHEIRO:

COCAMAR: A MELHOR COOPERATIVA DO BRASIL

1º lugar no ranking geral do setor Agronegócio/Cooperativas,
1º lugar em Recursos Humanos, 1º lugar em Inovação e Qualidade,
1º lugar em Responsabilidade Social, 1º lugar em Sustentabilidade
Financeira e 3º lugar em Governança Corporativa.

Mais uma vez, nossa trajetória e esforços foram reconhecidos. O brilhante desempenho da Cocamar no exercício de 2020, época em que batemos diversos recordes, ampliou nossa participação no mercado em todas as áreas de atuação e trouxe a conquista do Prêmio IstoÉ Dinheiro, na categoria de Melhor Cooperativa Agropecuária do Brasil. Para chegar ao resultado, a publicação analisou os resultados das 1.000 melhores empresas do Brasil, reconhecidas pela capacidade de buscar soluções em inovação e qualidade, recursos humanos, responsabilidade social, governança cooperativa e sustentabilidade financeira.

Sermos a melhor cooperativa agrícola do país é resultado de uma brilhante jornada que continuamos a traçar todos os dias, graças a nossos cooperados, colaboradores e parceiros.



Nossos pontos te conectam com seu público.

AEROPORTOS | TERMINAIS RODOVIÁRIOS
SHOPPINGS | MOBILIÁRIO URBANO



Pajolla, pontos que geram negócios.

44 3028.4590

  pajollamidia
www.pajolla.com

 **Pajolla**
mídiaOOH