



acim

JUNTOS PELO DESENVOLVIMENTO

Parceria entre a Acim e a iniciativa privada fortalece a economia regional e viabiliza obras de infraestrutura em Maringá.

IMPRESSO FECHADO
PODE SER ABERTO PELA ECT

Edição
642

NOV - DEZ
JAN - FEV
ANO 62



Educação que toca a alma e prepara o futuro

Em 2026, o antigo Colégio Anglo Maringá se transforma em Colégio Soul, uma nova marca que reflete nossa essência e visão de futuro.

Com ensino integral e trilíngue, seguimos formando alunos preparados para o mundo, unindo conhecimento, valores e inovação.

Nosso projeto inclui disciplinas como Inteligência Emocional, Comunicação e Oratória, Robótica e Empreendedorismo, fortalecendo habilidades essenciais para a vida e para o mercado.

Colégio Soul – Integral e Trilíngue. Educação que transforma.



Na capital nacional do Associativismo, empresas se unem a poder público



Temos mais de 600 associações e cooperativas na cidade e recebemos centenas de visitantes anualmente para conhecer este modelo de interação entre iniciativa privada e pública

Ampliação do Aeroporto Regional Silvio Name Júnior, duplicação da rodovia entre Maringá e Iguaçu, duplicação da avenida Sincler Sambatti, novo Trevo do Catuaí, ampliação da avenida Nildo Ribeiro da Rocha, atualização do projeto do Centro de Eventos Oscar Niemeyer, projetos de asfalto e iluminação do Hospital da Criança de Maringá... em comum estas obras estão ou serão executadas pelo poder público, mas tiveram os projetos custeados pela iniciativa privada. E todas tiveram o envolvimento da Acim, que se juntou a empresários e investiu, no total, mais de R\$ 3 milhões na contratação dos projetos para que as licitações pudessem ser realizadas.

Esta foi a forma encontrada para tirar as obras do papel e dar celeridade ao desenvolvimento regional. No caso do aeroporto, como é uma estrutura usada por moradores de toda a região, as associações comerciais de Campo Mourão, Cianorte e Paranavaí também ajudaram a custear os projetos.

Trata-se uma forma inovadora não só no Paraná, mas no Brasil, firmando uma parceria entre poder público e iniciativa privada. Com o projeto em mãos, pago por empresas, é possível buscar os recursos públicos na esfera federal, estadual ou municipal para executar as obras.

Mas o envolvimento da Associação Comercial em assuntos que envolvem o desenvolvimento regional não é recente. Pelo contrário, vem desde a fundação da entidade, seja pleiteando melhorias para a região e até

custeando obras e projetos. Muitas vezes fomos demandados para investir em segurança pública, contratando obras e equipamentos para as polícias e forças de segurança. Outras vezes foi necessário investir na saúde ou em projetos de mobilidade urbana.

Isto tudo mostra como a sociedade é organizada e participativa, fazendo a lição de casa quando os assuntos são desenvolvimento e qualidade de vida. Não à toa, Maringá será, por lei, a Capital Nacional do Associativismo. Falta apenas a sanção presidencial. E aqui quero agradecer publicamente o deputado federal Luiz Nishimori e o senador Flávio Arns, autores dos projetos de lei que concede este título a Maringá.

Temos mais de 600 associações e cooperativas na cidade e recebemos centenas de visitantes anualmente para conhecer este modelo de interação entre iniciativa privada e pública. As gestões das cooperativas que aqui atuam, como Cocamar, Sicoob, Sicredi e Unimed também são destaques. É um sistema em que todos crescem juntos, com governança transparente e lucro dividido entre os próprios cooperados. No caso de associações como a Acim, é um modelo que permite aumentar a competitividade e ganhar representatividade.

Com o título federal, seremos de fato a Capital Nacional do Associativismo, o que já acontecia na prática.

José Carlos Barbieri é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (Acim)



10

ENTREVISTA

"Não é o mercado e sua demanda que definem a nossa produção e venda, mas a matéria-prima que podemos retirar da natureza de forma orgânica e com o mínimo impacto", explica Fábio Ferreira sobre a fabricação dos tênis Veja com borracha, algodão agroecológico, garrafa PET e couro brasileiros



14

REPORTAGEM DE CAPA

Ainda neste ano deve ser licitada a duplicação do Contorno Sul, mas para que a obra possa sair do papel, Acim e empresários custearam o projeto; esta não é uma iniciativa isolada, pelo contrário, investimentos da Associação Comercial estão possibilitando obras de infraestrutura



24

NEGÓCIOS

Em busca de eficiência, Hoscorp investiu em CRM, automação, integração de sistemas e implantou monitoramento de indicadores, conta o gerente Comercial, Rennê Vicente; empresas investem em tecnologia e indicadores para aumentar produtividade e reduzir desperdícios

EXPEDIENTE

Ano 62 - nº 642 - nov./dez./jan./fev./2026, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 3025-9595 | **Diretor Responsável da Revista Acim** Rodrigo Fernandes | **Conselho Editorial** Andressa Straet, Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Luiz Fernando Monteiro, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Paulo Yanko | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Aline Yuri, Cibele Chacon, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorin, Natasha Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Foto capa:** Banco de imagens **Produção da capa:** Ana Baddini | **Produção** Matéria Comunicação 44 | 3031-7676 | **Editoração** Andréa Tragueta | **Gráfica** Massoni - **Tiragem:** 6 mil | **Escreva-nos** Rua Basílio Sautchuk, 388, **Caixa Postal** 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br

Conselho de Administração Presidente José Carlos Barbieri | **Conselho Superior Presidente** Michel André Felipe Soares | **Copejem Presidente** Luiz Filipe Ferraz | **Acim Mulher Presidente** Noroara de Souza Moreira | **Conselho do Comércio e Serviços Presidente** César Eduardo Misael de Andrade | **Conselho do Empreender** Ana Claudia Satie Kakhata. Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM.
Contato Comercial Jociani Pizzi 99828-0011



Educação Adventista

Há **70 anos**

transmitindo princípios e valores através de Gerações!



PRESENTE EM

165 países



+de 9.000 unidades

ESPALHADAS PELO CONTINENTE



+de 2 milhões

DE ESTUDANTES MATRICULADOS



+de 500 unidades

ESCOLARES NO BRASIL



+de 250 mil alunos

NO BRASIL



+de 13 mil

PROFESSORES
EDUCANDO PELO BRASIL

A **Educação Adventista** é uma das maiores e mais tradicionais redes de ensino privado do mundo.



Matrículas 2026 Abertas!

Unidade Zona 4



44 99991-1046



@colegioadventistademaringa

Unidade Zona 7



44 9722-0150



@escolaadventistademaringa

Educação Infantil ao Ensino Médio

CAPITAL DO ASSOCIATIVISMO

Maringá é a Capital Nacional do Associativismo: em outubro, a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara dos Deputados aprovou, em caráter conclusivo, o projeto de lei 5289/19, que segue para sanção presidencial. A comissão acolheu o parecer do relator, deputado Felipe Francischini, pela aprovação do texto do senador Flávio Arns e do deputado Luiz Nishimori. A cidade conta com 600 associações e cooperativas.

COMÉRCIO EM DEZEMBRO

Para o período de vendas de Natal, o comércio de rua de Maringá terá horário diferenciado de funcionamento, conforme acordo firmado entre os sindicatos patronal e laboral. De 8 a 23 de dezembro (de segunda a sexta-feira) será até 22h. Em todos os sábados (dias 6, 13, 20 e 27) a abertura será até as 18h. No domingo anterior ao Natal (dia 21), das 13h às 19h. Já nos

dias 24 e 31 o funcionamento será até 18h. E em 26 de dezembro e 2 de janeiro as lojas abrirão após as 12h. No caso dos shoppings, no domingo que antecede o Natal (dia 21), as lojas abrirão das 13 às 22h. Na véspera de Natal o funcionamento será das 10 às 18h e na véspera de Ano-novo das 10 às 16h. Nos outros dias, o horário de funcionamento é o habitual.

CONTRATAÇÕES DE FINAL DE ANO

Entre outubro e dezembro devem ser gerados de 650 a 700 empregos temporários no comércio, indústria e serviços, gerando um incremento de R\$ 4,3 milhões na renda destes trabalhadores. Já o mercado formal segue aquecido. Até setembro, Maringá contabilizava estoque de 170,6 mil empregos com carteira assinada. Assim, o 13º salário deve injetar cerca de R\$ 608,6 milhões na economia, valor 2,4% maior que no ano passado, com rendimento médio estimado de R\$ 3.568,95. O cálculo não leva em consideração os aposentados. As estimativas são da Acim e Unicv.

CONTABILISTA SOLIDÁRIO

Iniciativa da Acim, Sincontábil e Instituto Cultural Ingá, o Prêmio Contabilista Solidário reconheceu contadores que trabalharam no período de Imposto de Renda para sensibilizar os contribuintes sobre a importância da destinação para o Fundo da Criança e do Adolescente e para o Fundo do Idoso de Maringá. Em 8 de setembro foram premiados Elisangela Leopoldino (Bevilaqua Contadores Associados), Rose Kawamoto (Escritório Pérola), Alecio Pimenta (Aprimorato Contabilidade), Carlos Nei Bernabé, Lindomar Morbach de Araújo (Escritório Contábil Padrão), Claudemir Matusso (Siscon), Júnior César Marcon (Aracon Contabilidade), Joel Azevedo de Oliveira (Escritório Azevedo), Humberto Henrique (Henrilégis Contabilidade), José Vanderley Santana (Escritório de Contabilidade Santana), Mariko Takahashi (Escritório Contábil Diagonal), Jonas Zioldi (Nosso Escritório), Glicério Rampazzo (Escritório Rampazzo), Ademir Malavazi (Excelsior) e Roberto Cidade (gerente da Usina Santa Terezinha).

Foto/Ivan Amorim



“MULHERES QUE BRILHAM”

Idealizado pela apresentadora Andreia Silva, o evento “Mulheres que brilham” trouxe uma novidade: uma rodada de negócios, que foi conduzida pelo Inovus. O evento foi em 8 de outubro voltado a empreendedoras para inspirar, gerar conexão, troca de experiências e negócios. Além da apresentação musical da Fundação Luzamor, onde o evento aconteceu, foi realizado painel que discutiu saúde da mulher e estratégias de negócios, com participações do psicólogo e psicanalista Guilherme Ferrari, ginecologista Ana Paula Fabrício e da coordenadora do Inovus Acim, Stefalne Teixeira. A Acim apoiou a iniciativa.



VALORIZAÇÃO DOS PROFESSORES

Pelo segundo ano consecutivo, Acim e Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino do Noroeste do Paraná (Sinepe/NOPR) realizaram a campanha “Valorize quem te ensina” para reconhecer o papel dos educadores e fortalecer o comércio local por meio da compra de presentes simbólicos. A campanha trouxe vídeos e depoimentos de profissionais de diversas áreas sobre professores que marcaram suas vidas. A divulgação foi em mídias digitais, rádio, televisão e influenciadores.

GESTÃO EMPRESARIAL

A terceira edição do programa Excelência no Nível Empresarial (ENE) foi concluída em 15 de outubro com cerimônia no Noah. Realizada pela Acim e Sebrae com metodologia exclusiva, o programa contou com a participação de 61 empresas de Maringá, sendo que 35 conquistaram selos de reconhecimento pelo nível de desempenho ouro, prata e bronze. O programa é voltado ao amadurecimento dos negócios, teve sete meses de capacitação, 660 horas de consultoria, nove visitas técnicas e 19 *workshops*. As inscrições para a nova edição em 2026 já estão abertas no valor de R\$ 1.200 e devem ser feitas na Acim.

Ouro: Agrocred, Centro de Educação Infantil (CEI) Mater Amabilis, CEI Meu Mundo, CEI Meu Mundo Maringá, CEI Pais e Filhos, Cems Academia, Doki Home, Door2door Brasil, Ekolist Consultoria Ambiental, Global Assessoria, Manipulação Farmácia São Paulo, Patrimonium, Rhema, Trade Technology, Triângulo Consórcios e Uniformes Paraná.

Prata: Bitsafe Soluções em TI, CEI Agnus Dei, CEI Crescer e Aprender, CEI Domus Dei, Comidinhas da Vovó Elza, Construtora Dutra Garcia, Mundial Inox, Resoluto e Voltec Engenharia.

Bronze: Barbearia Magalhães, Betoni, Brasfec Engenharia, Claudia Cavalcante, Frontiertec, Grupo Imobiliário KAK, Imedie, Imperium Automotiva, Personalli e Vidraçaria Ametista.



NOVO VOO

O Aeroporto Regional de Maringá ampliou a oferta de voos com uma nova opção da Gol Linhas Aéreas para o Aeroporto Internacional de Guarulhos, em São Paulo. Com partida às 12h20, o voo acrescenta 1,8 mil assentos por semana. Até outubro, o aeroporto registrou mais de 700 mil embarques e desembarques neste ano, o que representa aumento de cerca de 15% em relação ao mesmo período de 2024.



Foto/Rafael Macri/PMM

NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS

Tradicional por apresentar negócios sustentáveis, mostrando que é possível aliar lucratividade e sustentabilidade, o Impacta reuniu centenas de pessoas em 2 de setembro no Teatro Calil Haddad. Realizado pelo Copejem, o evento teve palestras de Ricardo Hajaj, da indústria Cimflex; Fábio Ferreira, da marca franco-brasileira de calçados sustentáveis Veja; jornalista Rosana Jatobá e o ex-prefeito de Curitiba Rafael Greca. O ingresso foi um livro.



Foto/Ivan Amorim

MARINGÁ LIQUIDA

De 26 a 30 de setembro aconteceu a Maringá Liquida com a participação de centenas de lojas identificadas com bandeirolas. Os consumidores tiveram horário especial para as compras no sábado e domingo da campanha e concorreram a prêmios ao gastar R\$ 100 numa mesma loja. Foram distribuídos mais de 70 mil cupons. Os sorteios dos dez eletrodomésticos e de um ano supermercado grátis no Molicenter foram em 6 de outubro na Acim. A campanha teve patrocínio de Revest Acabamentos, Balaroti, Webber Acabamentos, Ordini Presentes, Vemkitem e Akash Mall.



Foto/Ivan Amorim

Os Premiados:

Categoria ODS e Gestão ESG:

A Yoshii (Seen Residence)

**Categoria Inovação e
Tecnologia- empreendimentos
residenciais de interesse social:**

LBX (Fonte de Arudel)

**Categoria Inovação e
tecnologia - empreendimentos
residenciais de médio porte:**

Design (Legacy)

**Categoria Inovação e
Tecnologia - empreendimentos
residenciais de grande porte:**

Plaenge
(Plaenge Design by Pininfarina)

**Categoria Arquitetura e
Urbanidade - escritórios de
arquitetura projetos de pequeno
e médio porte:**

Marcos Kenji Arquitetura
(Recanto AG)

**Categoria Arquitetura e Urbanidade -
escritório de arquitetura projetos de
grande porte:**

Mendes Cardoso Arquitetura
(Duo Living Complex)

**Categoria Arquitetura e
Urbanidade - empreendimentos
residenciais de interesse social:**

LBX (Royal Porto Dourado)

**Categoria Arquitetura e
Urbanidade - empreendimentos
residenciais de médio porte:**

Ciplart (Avanti)

**Categoria Arquitetura e
Urbanidade - empreendimentos
residenciais de grande porte:**

Ciplart (Fascino)

Categoria Construtora Regional:

Quadra 1 (Reserva Hause)

**Categoria Gestão de obra - obras
comerciais e residenciais de
pequeno porte:**

Kamirai Construtora
(TVAM Administração e Participação)

**Categoria Gestão de obra -
obras comerciais de médio e
grande porte:**

Sisa Construções Cíveis
(Segunda Igreja Presbiteriana
Independente)

**Categoria Gestão de obra -
obras públicas:**

Planespaço
(Senai Escola de Referência)

**Categoria Gestão de obra -
empreendimentos residenciais
de interesse social:**

MRV & CO (Residencial Martini)

**Categoria Gestão de obra -
empreendimentos
residenciais de médio porte:**

GRP Borges (Wit Residences)

**Categoria Gestão de obra -
empreendimentos residenciais
de grande porte:**

Yticon (Duetto)

Realização:



Seconci
PR Noroeste

Apoio:



CREA-PR
Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia do Paraná



**FABRIL ROSA
TROVÃO
AKAMINE**
SOCIEDADE DE
ADVOGADOS



Produção guiada pelos limites da natureza

Por Fernanda Bertola e Rosângela Gris

Foto/Ivan Amorin

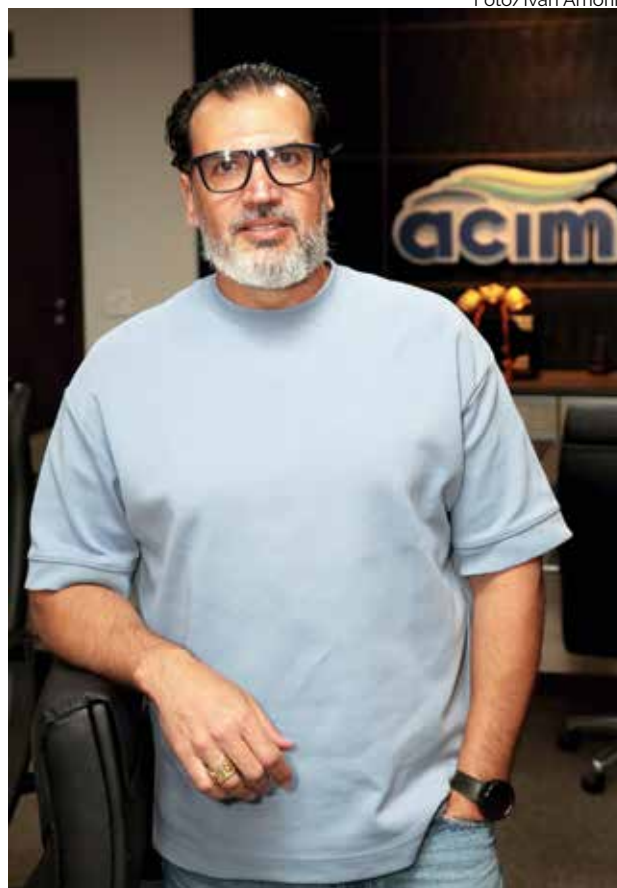
Moda, propósito e impacto positivo. Estas três palavras poderiam resumir a trajetória da Veja, marca de tênis que nasceu em 2005 fruto da inquietação de dois jovens franceses em repensar a lógica da indústria da moda. François-Ghislain Morillion e Sébastien Kopp começaram pequenos, produzindo no Brasil com algodão orgânico do Nordeste e borracha da Amazônia, e acabaram construindo uma marca global.

Com pouco mais de 500 colaboradores, a Veja está presente em mais de 80 países, mantém escritórios físicos em quatro continentes e soma 14 lojas próprias, além de mais de 4 mil pontos de venda no varejo internacional.

Mas a história vai além dos números. A empresa se tornou um *case* internacional por provar que crescimento acelerado, de três dígitos nos últimos dois anos, pode caminhar com responsabilidade socioambiental e transparência na cadeia produtiva, mostrando que a sustentabilidade não é apenas discurso, mas prática de negócios.

Antes de o termo ESG virar tendência corporativa, a empresa já operava sob os princípios ambientais, sociais e de governança, assumindo os limites impostos pela natureza e pela ética em toda a cadeia produtiva.

O Brasil ocupa um papel de destaque nesse processo. É aqui que está a base produtiva. Além disso, em junho São Paulo recebeu a primeira operação da marca na América Latina, que já desponta como a segunda maior loja em vendas, superada



Quem é? Fábio Ferreira

O que faz? Executivo de contas da Veja, marca de tênis global

apenas pela *flagship* parisiense.

O *case* da Veja foi um dos destaques do Impacta Maringá, evento que contou com a participação do executivo de contas da marca, Fábio Ferreira. Durante a passagem pela Cidade Canção, o executivo conversou sobre os desafios de escalar sem abrir mão dos princípios e respeitando os limites impostos pela natureza:

Como a Veja, marca reconhecida mundialmente, alia moda, sustentabilidade e impacto social?

O ESG (sigla em inglês para Environmental, Social and Governance, que significa Ambiental, Social e Governança) está no nosso DNA. Não é uma questão de atrair mercados ou clientes: a Veja nasceu dessa forma. Primeiro vem a conscientização ambiental e a valorização do ser humano e, em contrapartida, fabricamos um produto para sustentar esse propósito. Poderia ser qualquer produto, mas como os fundadores são apaixonados por *sneakers*, o tênis foi eleito.

Quais matérias-primas a marca utiliza? Toda a produção está concentrada no Brasil?

Borracha, algodão agroecológico, garrafa PET reciclada e couro são as matérias-primas principais. E todas são brasileiras. Hoje são mais de duas mil famílias fornecedoras, organizadas em cooperativas. Apenas uma pequena parte do algodão vem do Peru, seguindo os mesmos processos de certificação. O couro vem do Rio Grande do Sul e do Uruguai, regiões onde a pecuária é extensiva, feita nos pampas, com menor impacto ambiental. Os curtumes seguem certificações de uso mínimo de produtos químicos e água.

Como a marca equilibra crescimento econômico e manutenção dos valores socioambientais?

Não é o mercado e sua demanda que definem a nossa produção e venda, mas a matéria-prima que podemos retirar da natureza de forma orgânica e com o mínimo impacto. Há um limite estabelecido pela matéria-prima. Transformamos em sola de tênis somente o quanto os seringueiros podem extrair em toneladas de látex. Assim formamos o nosso *forecast* (previsão) de venda. Não vendemos mais porque temos esse limitante, tanto na borracha quanto no algodão agroecológico, bem como no couro e no PET que usamos no forro. Não vamos tirar mais da

natureza do que ela pode dar naturalmente e não substituiremos a borracha por plásticos derivados do petróleo apenas para produzir mais. É um princípio: o que a natureza consegue nos fornecer transformamos em número de pares de tênis.

Isso também se reflete em valor agregado?

Exatamente. A Veja, por princípio, não investe em marketing ou publicidade. As pessoas se conectam com o produto sabendo da forma como trabalhamos: de forma correta, transparente e acompanhando a cadeia produtiva. Damos assistência forte às cooperativas de algodão, seringueiros e recicladores de PET.

Sem marketing tradicional, como o consumidor chega até vocês?

De forma orgânica. Convidamos jornalistas e especialistas para conhecer nossa cadeia produtiva na origem: seringais, plantações de algodão e cooperativas. Isso gera repercussão natural, não paga. Não usamos influenciadores nem artistas. Temos assessoria de imprensa apenas para conectar jornalistas de veículos estrategicamente relevantes.

Como o conceito de produtividade com propósito se aplica no dia a dia?

Há um grande limitante de produção: a matéria-prima. Não exploramos além do que a natureza fornece. Isso gera fila de espera por modelos. Não é proposital produzir menos do que a demanda, mas reforça o engajamento do consumidor. Temos até a linha Veja Kids, e as crianças aprendem desde cedo de onde vêm as matérias-primas.

Como a marca enxerga justiça econômica e social?

Desde o início, a Veja prefere pagar valores justos a agricultores, seringueiros e fornecedores em vez de investir em publicidade. O algodão agroecológico, por exemplo, precisa ser culti-

ENTREVISTA

vado com feijão, milho, amendoim, em sistema de rotação, para enriquecer o solo. Pagamos de quatro a cinco vezes mais do que o mercado pela borracha, algodão, PET e couro. Enquanto outras marcas destinam até 70% do preço do tênis para a mídia, Veja destina este recurso à cadeia produtiva.

A mudança de nome, de Vert para Veja, já foi assimilada?

Foi necessária para otimizar a produção e valorizar a marca globalmente. Usávamos Veja em mais de 70 países, apenas no Brasil era Vert. Não tínhamos uma marca unificada. Até houve associações com a revista ou o produto de limpeza, mas quem gosta do tênis descobre a origem e entende o valor. O próprio nome Veja vem do português: “Veja... olhe o que há por trás do produto”.

Como a marca avalia se sustentabilidade e rentabilidade caminham juntas?

Sustentabilidade exige lucro. A Veja nunca teve dívidas, nunca teve investidores e reinveste 100% do que arrecada na própria empresa e em sua cadeia. Pagamos fornecedores antecipadamente. No início do ano, definimos o preço do quilo da borracha e do algodão com as cooperativas e repassamos o valor antes da entrega. Toda a empresa é certificada por órgãos internacionais, com rastreabilidade do algodão ao couro. Nossa razão social global é ‘*Veja Fair Trade*’ (em tradução livre, comércio justo).

Como vocês pensam em escala?

A escala é medida pela abertura de lojas próprias, nunca franquias. São abertas com recursos da empresa, em mercados onde ainda não atuamos, mas sempre respeitando a capacidade produtiva.

A moda sustentável é uma tendência ou veio para ficar?

É irreversível. Quem não produzir de forma

“ Há um grande limitante de produção: a matéria-prima. Não exploramos além do que a natureza fornece. Isso gera fila de espera por modelos. Não é proposital produzir menos do que a demanda, mas reforça o engajamento do consumidor

sustentável, vai sair do mercado. Na França, já existem leis para restringir o *fast fashion* (em tradução livre, moda rápida).

Qual é o papel do Brasil na estratégia global?

O Brasil é o segundo maior mercado em vendas, atrás apenas dos Estados Unidos. Toda a produção é feita no Brasil desde 2005, com exceção de uma pequena parte do algodão. Nunca produzimos na Ásia para reduzir custos. As fábricas são auditadas periodicamente por nós e por órgãos internacionais, garantindo salários justos, jornadas corretas e boas condições de trabalho.

Qual conselho para tornar as empresas mais sustentáveis sem abrir mão da lucratividade?

O foco deve estar no ser humano. A forma de produzir e a origem do produto fidelizam clientes de forma orgânica, muito mais do que pagar influenciadores. Alguns consumidores chegam pela estética do tênis, mas depois se interessam pela história de produção e tornam-se recorrentes.

VIRE A PAGINA!

Escreva sua **história** com

Unicv
CENTRO UNIVERSITÁRIO
CIDADE VERDE



Acesse o site e matricule-se

 www.unicv.edu.br

Unicv
CENTRO UNIVERSITÁRIO
CIDADE VERDE



★ ★ ★ ★ ★
5 NOTA
MÁXIMA
NO
MEC

Desenvolvimento que vem com ajuda da **iniciativa privada**

Projetos custeados pela Acim e empresários aceleram licitações e viabilizam obras de infraestrutura, impulsionando o desenvolvimento e fortalecendo a economia regional; saiba quais obras estão impactando a região

Por Rosângela Gris

Foto/Reprodução



Aeroporto Regional deve receber R\$ 190 milhões em melhorias e ampliação; projeto custou R\$ 682 mil a empresários e associações comerciais, inclusive a Acim

De janeiro ao início de outubro, mais de 700 mil passageiros passaram pelo Aeroporto Regional Silvio Name Junior, entre embarques e desembarques, um crescimento de 15% em relação ao mesmo período de 2024. O número, expressivo por si só, ganha mais relevância diante das projeções para a próxima década.

O foco está no terminal: serão R\$ 118,7 milhões destinados à modernização de 4 mil metros quadrados e à ampliação de mais 3 mil metros quadrados. De acordo com o Plano Diretor do aeroporto, a movimentação deve alcançar 897 mil passageiros em 2025, ultrapassar 1,6 milhão em 2035 e romper a marca de 2,3 milhões em 2040. O avanço será sustentado por um robusto pacote de investimentos anunciado em julho, que promete transformar o terminal em um dos

mais modernos do país entre os de porte regional. Com R\$ 190 milhões em obras e melhorias, o projeto contempla a reforma e ampliação do terminal de passageiros, a modernização da torre de controle e a implantação de um polo aeronáutico.

Entre as inovações em funcionamento estão os três *e-gates*, um deles para pessoas com deficiência e grupos prioritários. A tecnologia, que é inédita em aeroportos do Paraná e está alinhada ao padrão internacional, agiliza o embarque, reforça a segurança e torna Maringá referência em mobilidade aérea inteligente.

Desde agosto, o terminal conta com a primeira sala VIP, no piso superior e operada por uma empresa vencedora de licitação. Uma segunda sala VIP está em fase de implantação.

O aeroporto ainda será integrado a outros modais de transporte, ônibus, vans, aplicativos e locadoras, e o estacionamento passará por ampliação, com capacidade para até 800 veículos. Mas os destaques não estão apenas nos números, mas no modelo de construção coletiva que sustenta o projeto. Empresários maringenses, em conjunto com a Acim, aportaram recursos próprios para acelerar a elaboração dos projetos arquitetônicos e estudos técnicos, garantindo agilidade ao cronograma.

“Numa reunião dos Guardiões do Futuro de Maringá, formado por ex-presidentes da Acim, o prefeito destacou a urgência de atualizar os projetos para viabilizar recursos disponíveis. Ali mesmo conseguimos reunir R\$ 400 mil. Depois tivemos o apoio de associações comerciais de Campo Mourão, Cianorte e Paranavaí. Todos contribuíram e conseguimos doar os projetos necessários”, recorda Wilson Matos Silva, fundador e chanceler da Unicesumar. No total, o investimento nos projetos será de R\$ 682 mil.

A mobilização se justifica: na prática, os investimentos representam negócios, turismo, oportunidades e qualidade de vida. “O aeroporto de Maringá cresce rapidamente em número de passageiros, e sem investimentos em ampliação e melhorias, perdem-se qualidade e competitividade. Projetos como este são fundamentais para acompanhar a demanda, aumentar a rentabilidade das empresas e ampliar destinos e frequências de voos. Tudo isso torna a cidade mais atrativa e competitiva”, afirma o empresário Jefferson Nogaroli, apoiador da iniciativa.

ROTA PARA O CRESCIMENTO

Assim como ocorreu com a modernização do aeroporto, a mobilização da Acim foi decisiva para tirar do papel outra obra regional: a duplicação da PR-317, entre Maringá e Iguaçu.

A rodovia é um dos principais corredores entre Maringá e o norte do Paraná, além de conectar a região a rodovias que seguem para o Mato Grosso do Sul e São Paulo, consolidando-



Foto/Divulgação

Contorno Sul: para que obra possa ser licitada e receba R\$ 450 milhões em investimentos, Acim e empresários investiram R\$ 400 mil na elaboração do projeto

-se como um eixo para o transporte de cargas e passageiros.

O crescimento acelerado da região metropolitana de Maringá nas últimas décadas intensificou o fluxo na rodovia, especialmente entre o Contorno Norte e o município de Iguaçu, trecho que registra cerca de 18 mil veículos por dia, segundo o Departamento de Estradas de Rodagem (DER).

“A duplicação da PR-317, que conecta Maringá a importantes polos produtivos do Estado, é fundamental para o escoamento da produção, a segurança no trânsito e o fortalecimento da logística regional”, pontua o presidente da Acim, José Carlos Barbieri.

Em execução e com expectativa de ser entregue no início do ano que vem, o projeto foi custeado e doado pela Acim, resultado de um esforço coletivo de empresários, num total de R\$ 600 mil.

A mobilização empresarial garantiu prioridade junto ao governo do Estado. Além de viabilizar os estudos de viabilidade técnica, o grupo articulou apoio político e financeiro, acelerando o início das obras. O resultado será uma rodovia com novas pistas, acostamentos, retornos, via-



Para Wilson Matos, o espírito colaborativo é o que faz de Maringá um exemplo nacional: “a cooperação está no nosso DNA”

duto e dispositivos de acesso, além de melhorias na drenagem e sinalização da via.

MARCO DA MOBILIDADE URBANA

A iniciativa privada também teve papel decisivo na construção do novo Trevo do Catuaí, uma das obras mais aguardadas e estratégicas para a mobilidade urbana de Maringá. Também foi a Acim quem doou o projeto técnico, viabilizando o andamento do processo e acelerando as intervenções.

Com investimento de R\$ 49 milhões, o projeto está sendo executado pelo Departamento de Estradas de Rodagem do Paraná (DER/PR), em parceria com o Governo do Estado e a Prefeitura de Maringá, e promete transformar um dos pontos de maior fluxo de veículos da região. A nova interseção substitui a antiga rotatória entre a BR-376, PR-317 e avenida João Pereira, solucionando gargalos históricos no trânsito e oferecendo mais segurança, fluidez e eficiência logística.

O projeto prevê o rebaixamento da rodovia federal, a construção de duas passagens superiores e vias marginais, facilitando o acesso ao shopping e às áreas comerciais.

Em setembro, as pistas sobre a trincheira foram liberadas ao tráfego, e as duas novas passarelas de pedestres estão concluídas. Na etapa atual os

serviços permanecem concentrados na BR-376, que está sendo rebaixada e na sequência receberá nova pavimentação. Ainda serão finalizados o sistema de drenagem de águas, iluminação viária, sinalização horizontal e vertical, dispositivos de contenção e serviços complementares. A expectativa é que a obra seja concluída no primeiro trimestre em 2026.

PRÓXIMAS CONQUISTAS

Entre os projetos em andamento, está ainda a duplicação do Contorno Sul, cuja elaboração, orçada em mais de R\$ 400 mil, foi igualmente bancada pela Acim e empresários locais.

Prestes a ser concluído, o projeto será entregue ao governo estadual para licitar a obra estimada em R\$ 450 milhões, que prevê a duplicação de 12 quilômetros. Além de modernizar a avenida Sincler Sambatti, a duplicação deve reduzir acidentes e melhorar o escoamento da produção.

“A infraestrutura do Contorno Sul não foi projetada para receber o tráfego pesado diário de caminhões que levam a produção agrícola e industrial para Paranaguá e grandes centros brasileiros. Investir nessa via significa mais competitividade às empresas e mais oportunidades de crescimento à população”, pontua Barbieri.

Outro ponto prioritário é a ampliação da avenida Nildo Ribeiro da Rocha, ligação da Zona



Jefferson Nogaroli:
 “dentro das possibilidades e do porte de cada empresa, todos devem participar. O poder público, sozinho, muitas vezes não consegue dar conta de todas as demandas”

Sul ao viaduto de Paiçandu. A Acim também levantou R\$ 200 mil em recursos para custear o projeto executivo, condição necessária para viabilizar a licitação.

INICIATIVA PRIVADA FAZ DIFERENÇA

O modelo de cooperação entre o poder público e o setor empresarial reflete uma tendência nacional. Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI), 72% dos investimentos em infraestrutura previstos para 2025 devem ser realizados pela iniciativa privada.

Desde 2019, mais de 70% dos recursos aplicados em infraestrutura e logística no país têm origem privada, uma demonstração de que o dinamismo, a eficiência e a capacidade de mobilização do setor empresarial são fundamentais para acelerar obras.

Maringá é um exemplo dessa realidade. Há anos, a cidade se destaca pelo protagonismo da Acim, por meio do financiamento e doação de projetos estruturantes que impulsionam o desenvolvimento urbano e logístico local.

“O próprio aeroporto havia recebido suporte no passado. Quando o Porto Seco do Norte do Paraná estava ameaçado de fechamento, um grupo de empresários se uniu para recuperá-lo e ativar o transporte aéreo de carga. Recupe-

rada, a empresa foi vendida para um operador maior. Depois o porto foi desativado”, recorda o empresário Paulo Meneguetti, diretor da Usina Santa Terezinha.

Ele cita ainda o apoio ao projeto de rebaixamento da linha férrea, que viabilizou a nova avenida Leste/Oeste sobre o túnel na área central de Maringá, e o rebaixamento da linha férrea da avenida Tuiuti, que se estende pelo centro de Sarandi até a divisa com Marialva.

Para o presidente da Acim, a experiência de Maringá comprova que a cooperação entre os setores público e privado acelera resultados e gera impactos positivos para a sociedade. “Quando os empresários se mobilizam para apoiar obras estruturantes, eles não apenas viabilizam projetos que muitas vezes demorariam anos para sair do papel, mas fortalecem a competitividade da nossa região. Maringá é hoje uma referência nacional justamente por acreditar que desenvolvimento se faz com parcerias e corresponsabilidade”. Tanto que a cidade foi reconhecida, em lei federal, como Capital Nacional do Associativismo.

UNIDOS PELO DESENVOLVIMENTO

O reconhecimento é resultado da união e do comprometimento do setor empresarial e enti-



“Quando o Porto Seco estava ameaçado de fechamento, empresários se uniram para recuperá-lo”, recorda Paulo Meneguetti, da Usina Santa Terezinha

dades. A Acim reúne rede com cerca de 5 mil associados e mais de 500 voluntários atuando em conselhos e institutos, fortalecendo a representatividade e capacidade de transformação. “Trabalhamos de forma organizada e transparente, mostrando aos empresários que investir no desenvolvimento da cidade é investir no futuro dos próprios negócios. Por meio de reuniões, fóruns e mobilizações, engajamos os setores produtivos em torno de um propósito comum: fortalecer Maringá e a região”, destaca Barbieri.

Para Wilson Matos, esse espírito colaborativo é o que faz de Maringá um exemplo nacional. “A cooperação está no nosso DNA. O que nos move é o bem da comunidade.” Na mesma linha, Nogaroli reforça que o envolvimento do empresariado é essencial para o avanço da cidade. “Dentro das possibilidades e do porte de cada empresa, todos devem participar. O poder público, sozinho, muitas vezes não consegue dar conta de todas as demandas, e Maringá tem mostrado ao Brasil o quanto a parceria entre os setores faz diferença.”

Meneguetti complementa: “todos os projetos estruturais que são importantes para o desen-



“Empresários viabilizam projetos que muitas vezes demorariam anos para sair do papel e fortalecem a competitividade”, diz José Carlos Barbieri, da Acim

volvimento de Maringá e região merecem todo apoio dos empresários locais”, afirma.

Barbieri ressalta que o desenvolvimento regional precisa ser construído de forma integrada. “Maringá é um polo, mas seu crescimento está diretamente ligado à força das cidades vizinhas. Por meio da Cacinor, fortalecemos parcerias com associações comerciais dos municípios, porque os desafios de infraestrutura, logística e competitividade são compartilhados. Essa união amplia nossa capacidade de mobilização, fortalece o empresariado regional e torna nossos projetos mais representativos perante o poder público.”

Cada nova obra concluída representa mais eficiência logística, agilidade nos processos e segurança para quem vive e investe na região. Esse movimento gera oportunidades, atrai empreendimentos, estimula a geração de empregos e impulsiona o comércio e a indústria local. “Estamos atentos às demandas de mobilidade urbana, à ampliação da infraestrutura e ao incentivo à inovação, tecnologia e sustentabilidade. Nossa meta é manter Maringá como referência em planejamento e desenvolvimento integrado”, conclui Barbieri.

COMPROMISSO COM O DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

O desenvolvimento de uma cidade não se mede apenas por obras e investimentos, mas pela capacidade de promover o bem-estar e a dignidade dos moradores, por isto, a Acim tem realizado campanhas de desenvolvimento humano e social.

Entre as iniciativas recentes está a campanha "Até Quando?", lançada em agosto pelo Acim Mulher em parceria com a Secretaria de Políticas Públicas para Mulheres e o 4º Batalhão de Polícia Militar para conscientizar e mobilizar a sociedade para o enfrentamento à violência contra a mulher por meio de vídeos com depoimentos, além de divulgar os canais de denúncia e apoio: 180, 153 e 190.

Dados do Painel da Violência Contra a Mulher, do Conselho Nacional de Justiça, mostram que Maringá registrou 1.028 pedidos de medidas protetivas de urgência apenas nos cinco primeiros meses do ano, dos quais 614 foram concedidos pela Justiça.

Para a advogada Noroara Moreira, presidente do Acim Mulher, os números revelam uma realidade preocupante e crescente, que exige ação e engajamento coletivo. "Esses dados mostram que o problema pode estar mais perto do que imaginamos. Todos podemos conhecer uma mulher que sofre ou sofreu algum tipo de violência. Por isso, campanhas como a 'Até Quando?' são essenciais para ampliar o debate, incentivar denúncias e reforçar que nenhuma mulher está sozinha", afirma.

Um dos eixos da campanha é a fixação de adesivos informativos em banheiros de estabelecimentos comerciais, academias, bares e restaurantes, criando espaços seguros para que as mulheres possam pedir ajuda de forma discreta.



Adesivo da campanha de violência contra a mulher faz parte desta edição

O adesivo enviado com esta edição da revista integra essa mobilização. A orientação é que as empresas instalem no banheiro ou em locais frequentados por mulheres.

Valorização dos professores

Outra ação que reflete o engajamento da entidade é a campanha "Valorize quem te ensina", realizada em parceria com o Sinepe/NOPR, que homenageou os professores e ressaltou a importância deles na formação de cidadãos e profissionais.

A campanha, veiculada nas mídias e redes sociais, também estimulou o comércio local, incentivando as famílias a presentear seus mestres em 15 de outubro, dia do professor.

"Sem educação de qualidade, não há desenvolvimento sustentável. Ao homenagear os professores, estamos reconhecendo seu papel transformador na sociedade e reforçando que investir em educação é investir no futuro de Maringá, do Paraná e do Brasil", acrescenta José Carlos Barbieri.

Com essas e outras iniciativas, a Acim reafirma sua vocação de trabalhar por uma cidade mais próspera, humana e socialmente responsável, porque o futuro se constrói com pontes, mas também com pessoas.

Muito além do networking

Troca de experiências, capacitação e colaboração têm sido caminhos para arquitetos, psicólogos e gestores comerciais crescerem juntos nos núcleos do programa Empreender

Foto/Ivan Amorin

Seis a cada dez empresas abertas hoje não chegam a completar cinco anos, segundo a pesquisa Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo 2022, divulgada pelo IBGE. Em um cenário volátil, marcado por incertezas econômicas e transformações tecnológicas, caminhar sozinho deixou de ser uma opção para muitos negócios.

Em Maringá, empresários têm encontrado no programa Empreender da Acim um espaço para crescer em rede, trocar experiências e construir soluções em conjunto. Os exemplos vêm dos núcleos de Arquitetura, Psicologia e Gestores Comerciais, que mostram como o coletivo fortalece o individual.

Criado para fortalecer a atuação empresarial por meio da união, o Empreender se diferencia justamente pela proximidade e consistência das ações. Cada núcleo possui autonomia para construir suas agendas, projetos e prioridades, o que tornam os encontros quinzenais espaços de aprendizado.

TROCA ESTRUTURADA

No Núcleo de Gestores Comerciais (NGC), criado em 2021, a prática da escuta ativa e da troca é a essência do grupo. Um dos destaques é a ação “Desafio NGC”, em que um membro apresenta um problema real do dia a dia e os demais oferecem perguntas, *insights* e sugestões. “O gestor entra com um desafio e sai com dezenas de possibilidades para enfrentá-lo”, conta Umberto Henrique Mandelli de Araújo, que é um dos fundadores do núcleo.

Para ele, o maior valor está justamente em trocar ideias com empreendedores que vivem situações semelhantes. “Muitas vezes a resposta está no colega de núcleo que já passou por isso”, diz. A inteligência coletiva, alimentada pelas vivências dos participantes, é um dos pilares do grupo.

Entre as ações mais relevantes do ano, o NGC participou da reformulação da matriz curricular do curso



“Muitas vezes a resposta está no colega de núcleo que já passou por isso”, diz Umberto Henrique Mandelli de Araújo, do Núcleo de Gestores Comerciais

de Gestão Comercial do Unicv. “Contribuir com a formação de profissionais mostra a potência do que estamos construindo. É como plantar uma semente que o mercado colherá em alguns anos”, reflete.

O grupo também foi o primeiro a se inscrever no programa “Círculo de Escuta Emocional”, promovido pelo Núcleo de Psicologia, abordando a saúde mental dos gestores. “Somos responsáveis pelo crescimento financeiro das empresas e ainda precisamos cuidar da gestão emocional dos líderes. Foi transformador abrir esse espaço com outros profissionais”, afirma.

O planejamento é feito a partir das principais dores trazidas pelos membros, como recrutamento e seleção, liderança e gestão emocional. “A cada semestre, buscamos fontes de capacitação, rodas de discussão e práticas que ajudem a aliviar essas demandas reais”, explica.

Os próximos passos incluem atrair membros, fidelizar a rotina de encontros e estruturar projetos de maior impacto. “Temos o exemplo do Núcleo Setorial Automotivo, com 25 anos de atuação. Trabalhamos para tornar a rotina comercial mais leve e eficiente”, conclui.



Mônica Diniz, do Núcleo de Arquitetura:
“Compartilhamos desafios de gestão, referências criativas e oportunidades de colaboração”

PROPÓSITO E IMPACTO SOCIAL

Com oito anos de história, o Núcleo de Arquitetura (Neam) se fortalece como referência de colaboração e impacto técnico, humano e social. A arquiteta e conselheira Mônica Tonelli Michalisen Diniz destaca que o núcleo promove “um ambiente onde profissionais compartilham experiências, ampliam conhecimentos e se apoiam mutuamente”.

Neste ano, o Neam esteve à frente da reforma da sede da Associação das Pessoas com Deficiência Visual de Maringá e da cozinha do Sopão da Jô, duas iniciativas sociais. Além disso, o projeto “Arquiteto do Futuro” aproxima estudantes da prática profissional, ao passo que o “Rota Neam” leva os membros a feiras e eventos. “Há uma troca constante que vai além dos eventos. Compartilhamos desafios de gestão, referências criativas e oportunidades de colaboração”, afirma Mônica.

Para o próximo ciclo, o núcleo quer ampliar parcerias com instituições de ensino, entidades de classe e empresas do setor, além de fortalecer as iniciativas em andamento.

DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

No Núcleo de Psicologia, a atuação está voltada ao desenvolvimento do lado empresarial das psicólogas clínicas. “Temas como contabilidade, marketing ético, vendas, ferramentas de gestão e regularização tributária são nossos pilares. São conteúdos que não aprendemos na graduação, mas que fazem parte do dia a dia”, explica a vice-coordenadora Michely Mileski Zuliani.



“Contabilidade, marketing ético, vendas, ferramentas de gestão e regularização tributária são nossos pilares”, diz a psicóloga Michely Mileski Zuliani

Um dos marcos foi o projeto “Me formei, e agora?”, que ofereceu rodas de conversa com alunos do último ano da graduação, compartilhando experiências do início da carreira e os primeiros passos do empreendedorismo. O projeto levou instituições como Unicv e Unicesumar a incorporar o tema na formação dos alunos.

Hoje, o núcleo se dedica a ações voltadas à saúde mental de empresários e gestores, como palestras e círculos de escuta. “Queremos conscientizar não só o colaborador, mas o gestor sobre como cuidar da saúde mental e o quanto ela impacta no desempenho financeiro do negócio”, explica Michely.

A participação no núcleo influencia a prática profissional da conselheira. “Encontrar psicólogas com a mesma visão empreendedora foi um acalento. As trocas moldaram processos internos e impulsionaram minha empresa. É uma rede rica em aprendizado, inovação e acolhimento.”

Agora o grupo quer ampliar a atuação do psicólogo gestor de clínica, promovendo a escalabilidade dos negócios. Para participar, é necessário ter CNPJ ativo, pelo menos três anos de experiência clínica e se inscrever no processo seletivo realizado anualmente.

Na prática, o programa Empreender mostra que o caminho está em construir soluções em conjunto, ouvindo quem vive os mesmos dilemas e buscando possibilidades com apoio mútuo. Para participar de um dos núcleos, é necessário ser associado da Acim.

Acompanhe os núcleos no Instagram: @gestores-comerciais | @neam.acim | @nucleodepsicologia



Seu novo lar cercado de verde.

Loteamento planejado com o futuro
que você e sua família merecem.

RESERVA

TUIUTI



LOTES A PARTIR DE 300m²
351 lotes

Mais do que um loteamento, um novo capítulo de vida.

Um bairro que une liberdade, conforto e qualidade de vida.

Na Zona Norte de Maringá, o Reserva Tuiuti integra o cotidiano à natureza com ruas amplas, áreas verdes e um parque linear que percorre todo o bairro.

Cada espaço foi pensado para oferecer convivência, segurança e bem-estar a poucos minutos do centro.



Bairro sustentável com áreas verdes



Pet Place



Ronda local



Iluminação de LED



Praça Recreativa



Playground



Monitoramento 24h



Redário



Academia ao ar livre



Associação de Moradores



Área de vegetação nativa protegida



Pista de Caminhada



Ciclovía

PLANTÃO DE VENDAS NO LOCAL

reservatuiuti.com.br

reservatuiuti

Realização:

Soul prc
EMPREENHIMENTOS

Vendas Exclusivas:

PEDRO GRANADO
IMÓVEIS

44 9.9174-4970

Como **aumentar a produtividade** e reduzir desperdícios

Mais do que cortar custos, ser eficiente é fazer melhor com menos e crescer com estratégia; conheça práticas de empresas que transformam a operação com focos em produtividade, qualidade e rentabilidade

Por Aline Yuri

Foto/Ivan Amorin



Marcelo Subtil Zampieri, consultor:
“duas práticas surtem efeitos praticamente de imediato: acompanhamento de indicadores e mapeamento de processos”

Abusca por eficiência operacional não é exclusividade das grandes corporações, já que pequenas e médias empresas estão adotando estratégias para ganhar produtividade, reduzir custos e elevar a qualidade sem perder de vista a experiência do cliente. Mas há desafios internos.

“O maior desafio é a mudança cultural. O principal exemplo é a cultura de ‘fazer certo da primeira vez’ que contrasta com gestores e operadores acostumados a fazer retrabalho. Sem essa vontade de fazer certo de primeira, a eficiência será fatalmente baixa”, revela o sócio da Zampieri Consultoria Empresarial, Marcelo Subtil Zampieri.

A primeira etapa está no entendimento de que produtividade e qualidade devem caminhar juntas. “São duas práticas que surtem efeitos praticamente de imediato: acompanhamento de indicadores de

desempenho e mapeamento de processos com foco em melhoria. Os indicadores mostram o panorama da operação e o mapeamento do processo, com posterior identificação de melhorias, torna a operação menos propensa a falhas e com menos desperdício de tempo e insumos”, avalia.

Outro ponto é o uso de dados para diminuir falhas. “Para reduzir desperdício, é necessário primeiramente identificar a fonte. Os indicadores permitem saber em qual produto/linha ou processo o desperdício ocorre e, a partir disso, é possível utilizar ferramentas para diminuir o desperdício e, consequentemente, os custos. A análise de indicadores permite também saber se as ferramentas e mudanças estão, de fato, surtindo efeitos”, salienta.

Automação e ferramentas digitais têm se mostrado aliadas. “A automação transfere a responsa-



Foto/Bulla Jr



Foto/Bulla Jr

Fabiola Tasca e Tamara Vanzela, do Instituto FT, que dedica às segundas-feiras de manhã para tarefas administrativas e de organização, sem atendimento ao público

bilidade de trabalhos massantes de humanos para máquinas, melhorando a saúde dos colaboradores, reduzindo riscos ocupacionais e permitindo maior aproveitamento do conhecimento e intelecto da equipe. As máquinas permitem aumento de capacidade produtiva sem aumento de despesa com folha de pagamento, diminuindo o custo unitário de produção e aumento da margem operacional”, destaca.

Para pequenos negócios, mudanças simples podem gerar resultados rapidamente. “A empresa pode implementar um programa de 5S, começando em um setor-piloto. O 5S deixa o ambiente de trabalho mais organizado, o que diminui o tempo para executar as tarefas. É válido também pesar os desperdícios de processos produtivos e, caso estejam em um nível elevado, aplicar outras metodologias para identificar o motivo”, conclui Zampieri.

EFICIÊNCIA NA SAÚDE

Na área da saúde, a eficiência não significa apenas economia, significa segurança e qualidade de vida. No Instituto FT, comandado pelas médicas Fabiola Tasca (CRM/PR 20.830) e Tamara Vanzela (CRM/PR 32.053), a organização é parte da operação.

“A organização é fundamental para o fluxo de trabalho da clínica, especialmente porque realizamos procedimentos que vão além da estética, focando na saúde da pele”, destaca Fabiola. A clínica realiza procedimentos invasivos como biópsias, aplicação de botox e bioestimuladores, o que tor-

na a segurança prioridade. “Uma boa organização é essencial para garantir a segurança tanto para os pacientes quanto para os profissionais envolvidos. Isso é não apenas fundamental, mas obrigatório”, completa.

A rotina prevê organização semanal. “A clínica fica fechada ao público às segunda-feira de manhã, porque esse tempo é dedicado exclusivamente a tarefas administrativas e de organização. Organizamos as salas, verificamos a validade dos produtos, realizamos limpeza aprofundada, manutenções e planejamento do fluxo de atendimento da semana”, revela Tamara.

Além disso, o atendimento contribui diretamente para a eficiência. “A estruturação dos processos de atendimento é essencial para garantir fluidez e eficiência em todas as etapas da jornada do paciente. Com protocolos definidos, conseguimos agilizar a comunicação entre os setores, antecipar necessidades e assegurar que tudo esteja preparado antes da chegada do paciente. Isso nos permite oferecer atendimento humanizado, sem improvisos, mantendo o equilíbrio entre excelência técnica e acolhimento”, destaca a médica.

As sócias implantaram um sistema CRM para integrar o relacionamento com os pacientes, estruturaram um setor comercial e desenvolveram um menu de experiências com um café exclusivo na clínica. Além disso, realizaram estudos de aromas e ambientação para reforçar a identidade sensorial.

Com um banco de dados robusto e histórico de 20 anos, a equipe optou por dois sistemas e investiu

em integração para manter o ritmo de crescimento. “Apesar dos altos investimentos, conseguimos aprimorar o fluxo do paciente e oferecer excelência”, pontua Fabíola.

Outro destaque é o compromisso com a qualidade. “Somos certificados pela ISO 9001, o que significa que possuímos um conjunto de indicadores monitorados mensalmente, alinhados ao planejamento da clínica. Brinco que a ISO nos policia todos os dias”, revela Tamara. A clínica também acompanha indicadores comerciais como taxa de conversão, índice de recompra e *churn* (perda de clientes), avaliados semanalmente para direcionar decisões.

“Os treinamentos principais ocorrem todas as segundas-feiras. Além dos encontros semanais, há treinamento mensal obrigatório para todos os funcionários e alguns que acontecem durante a semana. Os custos com esses treinamentos representam entre 10% e 20% do faturamento e são fundamentais para garantir segurança, ciência e qualidade em todos os processos”, ressalta Fabíola.

Para as médicas, há um ponto crucial que muitas vezes passa despercebido no setor: “apenas uma parcela pequena das clínicas locais realmente se dedica a uma organização estruturada e a um fluxo de trabalho definido. São pouquíssimas as clínicas que investem em certificações como a ISO 9001 e a ONA (Organização Nacional de Acreditação)”, diz Fabíola, atribuindo isto ao alto custo envolvido nesses processos.

EFICIÊNCIA QUE CONECTA

No setor de tecnologia, a Hoscorp aplica a eficiência em processos comerciais e operacionais. “Definimos eficiência operacional como a capacidade de entregar soluções com alto desempenho, dentro do prazo e com o melhor custo-benefício para o cliente. Nossos principais indicadores estão ligados à agilidade de entrega, índice de satisfação do cliente, tempo médio de resposta comercial e controle de retrabalho. Trabalhamos para que cada etapa, da prospecção ao pós-venda, seja mensurável e ajustável”, afirma o gerente Comercial, Rennê Vicente.



“No início, houve resistência às ferramentas e métricas”, fala Rennê Vicente, da Hoscorp; na foto, com Douglas Gustavo Santos Pereira

A empresa investiu fortemente em CRM, automação e integração de sistemas. “A adoção de plataformas de CRM inteligentes e ferramentas de prospecção reduziu gargalos e trouxe previsibilidade para o funil de vendas. Além disso, incorporamos soluções de monitoramento e gestão de desempenho interno que nos permitem reagir a mudanças do mercado”.

Mas eficiência, segundo Rennê, só vale se vier acompanhada de qualidade. O maior desafio? Mudar a mentalidade da equipe. “No início, houve resistência às ferramentas e métricas, mas investimos em treinamento, acompanhamento próximo e comunicação clara sobre os benefícios das mudanças. Com o tempo, o time percebeu que eficiência não é sinônimo de pressão, e sim de melhor uso do tempo e mais resultados reais”.

Os próximos passos estão na inteligência de dados e integração total dos processos. “Queremos que as áreas comercial, técnica e administrativa funcionem como um ecossistema conectado por indicadores e relatórios em tempo real. Estamos expandindo o uso da inteligência artificial e automação para tomada de decisão e suporte ao cliente, garantindo agilidade e assertividade nas entregas”. A empresa conta com 35 colaboradores e atende 4,8 mil clientes.



MODULUS

E M P R E S A R I A L

- ✓ **SERVIÇOS CONTÁBEIS**
- ✓ **CONSULTORIA TRIBUTÁRIA**
- ✓ **PLANEJAMENTO FISCAL**
- ✓ **ORGANIZAÇÃO SOCIETÁRIA**
- ✓ **BPO FINANCEIRO**



 44 98801-7734

 modulusempresarial

44 3113-1470

Maringá - PR

Nossa Senhora das Graças - PR

 modulusempresarial.com.br

Comunicação abre portas e gera negócios

Competência que pode ser desenvolvida, comunicação precisa ter clareza, propósito, treinamento e deve transmitir credibilidade; confira as dicas de especialistas

Por Cibele Chacon

Foto/Divulgação



Comunicação precisa equilibrar emoção, credibilidade e lógica; “o objetivo não é apenas ser ouvido, é ser lembrado e gerar ação”, diz a jornalista Dani Mendes

Em meio a produtos e serviços que se multiplicam, a comunicação surge como o elo entre o que o empreendedor oferece e o que o cliente realmente percebe. Falar bem, se apresentar com confiança e transmitir clareza e propósito não são apenas habilidades desejáveis, são estratégias de sobrevivência.

A jornalista e mentora Dani Mendes diz que comunicação é muito mais do que falar. “É quando as ideias ganham forma, os negócios ganham voz e as pessoas ganham confiança”, resume. “Quem domina a comunicação, domina oportunidades. Quem se comunica com clareza e propósito conquista clientes, parceiros e credibilidade”, afirma ela, que trabalhou por 25 anos na área da Comunicação, transformou a trajetória em método e publicou o livro “Ouse Comunicar”.

Para Dani, um dos maiores erros cometidos por empreendedores é “falar sem intenção, sem conexão e sem clareza”. Muitos, segundo a jornalista, acreditam que improvisado é sinônimo de autenticidade. “Quando o empreendedor não sabe o que deseja que o cliente sinta, pense e espere, a comunicação perde poder.”

A diferença entre uma fala “boa” e uma fala “eficaz”, diz Dani, está na intencionalidade. “Uma fala boa agrada. Uma fala eficaz move.” Ela explica que a

comunicação com resultados precisa equilibrar emoção, credibilidade e lógica. “Esse tripé da persuasão é o que Aristóteles já ensinava. O objetivo não é apenas ser ouvido, é ser lembrado e gerar ação.”

CONEXÃO E RESULTADO

Nos bastidores das rodadas de negócios e das capacitações promovidas pela Acim, a boa comunicação é percebida em cada detalhe. A coordenadora de Produtos e Serviços da entidade, Stefane Teixeira, é responsável por orientar empresários que participam das oficinas e eventos do Inovus, o programa de fomento à inovação.

Ela explica que o Pitch Lab, uma das ações do programa, tem o objetivo de “ajudar empreendedores a falar melhor sobre seus produtos e serviços, com confiança e credibilidade”. A dinâmica, segundo Stefane, inclui gravações em vídeo, ensaios e orientações para que o empresário chegue às rodadas de negócio preparado. “O *pitch* é um exercício de intencionalidade. É algo trabalhado, ensaiado, mas que deve soar natural. Quanto mais o empresário treina, mais natural fica e mais credibilidade transmite.”

Stefane observa que a falta de preparo é um obstáculo comum. “Alguns empresários trazem infor-



“O empreendedor precisa saber o que quer extrair daquele momento. Isso muda a abordagem, o tom e o foco da fala”, afirma Stefane Teixeira

mações irrelevantes, como histórias pessoais ou a origem da empresa, e perdem tempo precioso sem falar do que realmente importa: produto, serviço, diferenciais e proposta de valor.” Por isso, ela reforça a importância do roteiro e da prática. “É essencial saber o que dizer, com que objetivo e para quem. E tão importante quanto isso são a postura corporal, o tom de voz e a clareza na fala. Estudos mostram que a primeira impressão se forma em segundos e pode definir se alguém vai querer ouvir você até o final.”

A especialista também ressalta o poder da intencionalidade. “Antes de qualquer apresentação, o empreendedor precisa saber o que quer extrair daquele momento: conhecer empresários, consolidar sua marca ou buscar parcerias. Isso muda a abordagem, o tom e o foco da fala.”

O resultado, segundo Stefane, aparece não apenas em negócios, mas no fortalecimento da rede de contatos. “Muitos associados fecham parcerias expressivas. Tivemos casos recentes de contratos de mais de R\$ 70 mil firmados a partir das rodadas de negócios. Isso mostra que a comunicação bem trabalhada abre portas.”

VENDER COM PROPÓSITO

Na outra ponta desse processo está o especialista Vitor Ciriaco, da Dezvenda, que atua na formação de vendedores e na educação comercial. “Comunicar melhor significa vender mais”, resume.



“No WhatsApp, a objetividade é fundamental. No Instagram, o visual e as histórias contam mais”, diz Vitor Ciriaco, da Dezvenda

Para Ciriaco, a diferença entre comunicar e vender está na intencionalidade. “Vender é uma ciência, comunicar é uma arte. A comunicação cria conexão e compreensão, enquanto a venda transforma essa conexão em valor comercial concreto. Uma existe para servir à outra.”

Ele defende que clareza e autenticidade são ativos valiosos. “Negócios são sobre pessoas. A venda começa com conexão, não com produto. E a ferramenta para criar essa conexão é a comunicação.” A clareza, diz ele, elimina ruídos e reduz objeções. “Empresas que se comunicam de forma clara têm 47% mais chances de superar as metas de vendas, segundo a Harvard Business Review.”

Na prática, essa clareza é o que diferencia uma empresa. “Em tempos de excesso de oferta, a comunicação impactante é o que gera diferenciação. Ela dá exclusividade e valor à marca. O cliente quer se sentir especial e se relacionar com empresas que também são únicas.”

Segundo o especialista, o erro mais comum é acreditar que comunicar é apenas transmitir informações. “Os três erros fatais são falar de si antes de entender o outro, usar linguagem técnica demais ou genérica demais, e prometer o que não pode entregar. A comunicação inflacionada quebra a confiança e, sem confiança, nem o melhor produto salva uma venda.”

Para o ambiente digital, Ciriaco defende uma linguagem humana e transparente. “Depois de anos de conteúdos forçados, o consumidor quer ver a verda-

de. Quer saber quem está por trás da marca, quer autenticidade. A vulnerabilidade também conecta.”

Ele destaca que o sucesso da comunicação está em adaptar o discurso conforme o público e o canal. “No presencial, o corpo fala. No WhatsApp, a objetividade é fundamental. No Instagram, o visual e as histórias contam mais.”

COMUNICAR COM PODER

Os três especialistas concordam que a comunicação é uma competência treinável, e qualquer empreendedor pode desenvolvê-la. Dani Mendes reforça que técnica e autenticidade devem caminhar juntas. “A técnica é o caminho; a autenticidade é o combustível. O equilíbrio está em ser natural, mas não amador; profissional, mas não robótico.”

Ela lembra que a confiança vem da coerência entre o que se fala, como se fala e o que se entrega. “Quem

acredita no que fala, transmite. E quem transmite com verdade, convence.”

Stefane complementa: “a forma como o empreendedor se comunica pode tirar seu negócio da insistência e levá-lo a uma posição competitiva. Venda é relacionamento, e a comunicação é o caminho para estabelecer esse vínculo.”

Ciriaco fecha a reflexão com um lembrete. “Autenticidade não significa informalidade. A melhor comunicação é aquela que parece uma conversa entre especialista e cliente, onde ambos saem ganhando.”

No fim das contas, comunicar bem é muito mais do que falar, é entender o outro, expressar o propósito e transformar a mensagem em resultado. E, como mostram os especialistas, isso não é um dom reservado a poucos, mas uma habilidade que se constrói com intenção, prática e verdade.

Comunique para conquistar



Dicas para se destacar em rodadas de negócios, apresentações e encontros empresariais

1. APRESENTE-SE COM CLAREZA

Diga o essencial: quem você é, o que faz e como sua solução ajuda. Seja claro e direto.

“As pessoas precisam entender rápido o seu valor” *Dani Mendes*

2. COMECE PELO PROBLEMA QUE VOCÊ RESOLVE

Empresários se conectam mais com quem mostra solução. Mostre a dor, depois a proposta.

“O foco não é o produto, é a transformação que ele causa” *Vitor Ciriaco*

3. TREINE ANTES, SIMPLIFIQUE DURANTE

Ensaie a fala, mas mantenha naturalidade. Prefira exemplos práticos a discursos decorados.

“A comunicação é técnica, mas também é conexão” *Dani Mendes*

4. CONSTRUA RELACIONAMENTO, NÃO DISCURSO

Ouçá, faça perguntas e demonstre interesse genuíno. A comunicação é uma via de mão dupla.

“Rodada de negócios é sobre troca, não monólogo” *Stefane Teixeira*

5. MOSTRE RESULTADOS, NÃO PROMESSAS

Sempre que puder, traga dados ou exemplos de impacto real. Isso gera credibilidade imediata.

“Falar de conquistas ajuda a gerar confiança” *Stefane Teixeira*

6. RESPEITE O TEMPO

Em apresentações curtas, priorize o essencial. Uma fala bem organizada vale mais que minutos extras.

7. TERMINE COM PROPÓSITO

Finalize reforçando o valor que você entrega e um convite à continuidade da conversa.

Fontes | Dani Mendes, Vitor Ciriaco e Stefane Teixeira



COMPAGAS

Seu **FUTURO**
tem o nosso gás.

Mais competitividade
para Maringá

O GÁS NATURAL ESTÁ A CAMINHO

Estamos expandindo a rede Compagas para levar o gás natural a mais regiões do Paraná - e Maringá faz parte desse avanço.

O gás natural é o aliado ideal para quem busca eficiência, economia e sustentabilidade.

VANTAGENS DO GÁS NATURAL



Fornecimento contínuo, **sem troca de botijões.**



Tarifa regulada e **pagamento após o consumo.**



Mais segurança com **rede monitorada 24h.**



**PREPARE-SE
PARA O FUTURO.**
ENTRE EM
CONTATO COM
NOSSA EQUIPE
PARA SABER MAIS.

COMPAGAS.COM.BR

Acompanhe nossas **redes sociais**

COMPAGAS

Para emergências ou saber
mais sobre gás natural,
ENTRE EM CONTATO:

0800 643 83 83

Redução nos impactos ambientais, prosperidade nos negócios

Empresas de diferentes segmentos mostram que sustentabilidade e avanço comercial podem caminhar juntos

Por Fernanda Bertola

Foto/Divulgação



Cimflex, que transforma resíduos plásticos em tubos e conexões para infraestrutura, ampliou a filial e linhas de produção, conta o sócio Ricardo Jamil Hajaj

Durante muito tempo a sustentabilidade foi encarada como custo ou obrigação, muitas vezes limitada a estratégias de marketing. Hoje, empresas de diferentes setores demonstram que integrar práticas ambientais e sociais à gestão não só atende a responsabilidades legais e sociais, mas se torna um diferencial competitivo.

Fundada em 2004, a Cimflex comprova que é possível crescer economicamente enquanto se gera impacto positivo para o planeta e a sociedade. A empresa nasceu com uma proposta que parecia ousada: reciclar embalagens de defensivos agrícolas e transformar resíduos plásticos em novos produtos. Antes mesmo de a legislação sobre logística reversa entrar em vigor, a empresa aplicava o conceito de economia circular. O sócio e diretor executivo, Ricardo Jamil Hajaj, lembra que “na época, o Paraná era um dos maiores consumidores de agrotóxicos do país, contexto

em que a Cimflex foi criada, com o objetivo de garantir a destinação correta das embalagens e devolver valor à cadeia produtiva.”

De lá para cá, a empresa se tornou referência nacional. Já reciclou 102,7 mil toneladas de plásticos que foram convertidas em 93 mil toneladas de resina reaproveitada na fabricação de tubos e conexões para infraestrutura. Só em 2024, foram processadas 9,7 mil toneladas de resíduos e fabricadas 8 mil toneladas de produtos. Segundo Hajaj, o reaproveitamento de materiais reduz em 75% o consumo de energia em relação à produção com material virgem e economiza 450 litros de água por tonelada reciclada. Desde a fundação, a operação evitou a emissão de 142 mil toneladas de gás carbônico na natureza, o equivalente ao plantio de um milhão de árvores.

O reconhecimento veio com o Prêmio Im-



Fernando Barros,
da Descarbonize,
que desenvolve
soluções de
descarbonização
e tem entre os
clientes a BYD

pactAcim, que consolidou a Cimflex como referência em sustentabilidade industrial. Com sede e filial em Maringá, centros de distribuição em Franco da Rocha/SP e escritórios em Guarulhos e Joinville, a Cimflex atende todos os estados. É a primeira empresa do Sul do Brasil a produzir tubos corrugados de parede dupla com até 1.500 mm de diâmetro, substituindo manilhas de concreto e reduzindo custos e impacto ambiental nas obras.

A companhia ampliou recentemente a estrutura da filial em 5 mil metros quadrados, ampliou as linhas de produção e adquiriu equipamentos de extrusão, corrugação e perfuração de tubos. Com 175 colaboradores e previsão de chegar a 220 até o fim de 2025, a empresa segue crescendo com responsabilidade. Certificada pela ISO 9001:2015, também participa do Recircula Brasil, sistema de rastreabilidade por *blockchain*. “Com ele, será possível emitir certificados de destinação adequada, o que será essencial com a regulamentação do conteúdo reciclado”, explica.

ENERGIA LIMPA

A Descarbonize Soluções nasceu em 2023, sustentada pela Aldo Solar, Sol Agora e Descarbonize Serviços, empresas do setor de energia. Desde o início, o propósito é desenvolver so-

luções que impulsionem a transição energética e ajudem outras organizações a reduzir suas emissões.

O grupo, que reúne 260 colaboradores, foi reconhecido com o Prêmio ImpactAcim pela estruturação de práticas ESG (em inglês Environmental, Social and Governance ou Ambiental, Social e Governança, em português) e pela forma como conecta rentabilidade e responsabilidade ambiental. “Criamos um serviço de sustentabilidade que não existia há poucos anos”, resume o coordenador de Qualidade, Fernando Barros.

O grupo, que tem entre os parceiros de negócios a BYD, fabricante de veículos elétricos, oferece soluções de descarbonização que vão da engenharia ao monitoramento de desempenho energético. Por meio da Descarbonize, os resultados no mercado representam 137,7 gigawatts em sistemas de energia solar, atendendo cerca de 3 mil cidades brasileiras, além de 52 mil usinas financiadas e 420 mil sistemas fotovoltaicos vendidos. “Mais do que vender equipamentos, entregamos resultados e fortalecemos relações de longo prazo”, afirma Barros.

Além de contribuir para a sustentabilidade de empresas e residências, a Descarbonize e o grupo mantêm em suas unidades um sistema fotovoltaico que gera 27 mil kWh de energia

SUSTENTABILIDADE

limpa por mês, neutralizando 100% das emissões anuais, que equivalem a cerca de 73 toneladas de CO₂, e dispõem de cisterna para captação de 40 mil litros de água da chuva, usada em limpeza e irrigação. O *carport* solar abriga 60 veículos e permite o carregamento gratuito de carros elétricos de aplicativo.

O grupo possui certificações ISO 9001, 14001 e 45001 e mantém um comitê ESG que monitora indicadores. Também desenvolve projetos de educação ambiental, doação de equipamentos e campanhas de consumo consciente em comunidades locais. A meta para 2026 é expandir a presença em projetos corporativos de mobilidade elétrica, com foco em frotas sustentáveis e infraestrutura de carregamento solar.

MAIS DE MIL PROJETOS

Na Unicesumar, a sustentabilidade se transforma em conhecimento. A instituição de ensino superior, com campi em Maringá, Londrina, Ponta Grossa, Curitiba e Corumbá, e mais de 1,3 mil polos de educação a distância em todo o Brasil, integra responsabilidade socioambiental à gestão e à formação acadêmica, tendo sido reconhecida pelo Prêmio ImpactAcim.

A Unicesumar mantém mais de mil projetos ativos nas áreas social, ambiental e de governança. Entre os destaques, o “Projeto de conscientização de descartáveis”, que substituiu copos plásticos por 3,7 mil copos duráveis de bambu, e totens de pilhas e baterias, que em apenas quatro meses coletaram 350 quilos de resíduos, a mesma quantidade que antes levava três anos para ser alcançada.

“Cada projeto é pensado em alinhamento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU”, explica o supervisor ambiental, Maxmillian de Freitas Esteves. “Não se trata apenas de cumprir metas, mas de inspirar comportamento responsável entre alunos, professores e colaboradores.”

A instituição realiza ainda ações de compostagem, monitoramento de consumo de energia



Foto/Ivan Amorim

“Não se trata apenas de cumprir metas, mas de inspirar comportamento responsável”, diz Maxmillian de Freitas Esteves, da Unicesumar

e água, além de campanhas internas de reciclagem e economia de recursos. Os resultados são integrados a relatórios de sustentabilidade, compartilhados com a comunidade em geral.

Outro destaque é o Programa de Responsabilidade Social Universitária, que mobiliza alunos em projetos de impacto comunitário, como mutirões de saúde, orientação jurídica e educação ambiental em escolas públicas.

A universidade, que conta com mais de 500 mil alunos entre as unidades presenciais e os polos à distância, também investe em infraestrutura sustentável, com sistemas de energia solar em campi e nos polos, iluminação de baixo consumo e projetos de paisagismo que ampliam áreas verdes. “Não tratamos como custo, mas como compromisso com as próximas gerações”, completa Esteves.



O Sicoob tem cartão de benefícios e tudo pra ser da sua empresa.

A solução que você procura para ofertar
benefícios em alimentação com praticidade
e segurança jurídica para o seu negócio.



Sem taxa de adesão.



Aceito em restaurantes, mercados, padarias e muito mais.



Sem taxa de emissão ou de recarga.

*somente nos cartões alimentação e refeição.



Sistema de pedidos fácil e intuitivo.



ACEITO NO PAT

Programa de Alimentação do Trabalhador

APROVEITE TODAS ESSAS VANTAGENS

Cooperativas e empresas moldam futuro da **geração limpa**

Energia solar continua em alta; quem não tem espaço ou quer minimizar o investimento, pode participar do mercado por meio de cooperativas

Por Cibele Chacon

Foto/Giuliano Antunes

Energia solar é sinônimo de economia, sustentabilidade e independência energética. E mesmo com a entrada em vigor do Marco Legal da Geração Distribuída (Lei 14.300/2022), chamado “taxação do sol”, que alterou as regras de compensação da energia gerada, o setor não mostra sinais de desaceleração. Pelo contrário: cooperativas e empresas relatam crescimento na procura, impulsionado pelo aumento das tarifas convencionais e busca de soluções sustentáveis. O Brasil tem quase 4 milhões de sistemas conectados à rede de distribuição de energia elétrica, sendo que quase 80% são de usinas de consumidores residenciais, conforme a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). As placas solares representam quase um quinto da capacidade de energia instalada no país.

Em Maringá e região, o modelo cooperativista tem se consolidado como forma de democratizar o acesso à energia limpa. Segundo o presidente da Cooperativa de Energias Renováveis (Coer), Michel André Felipe Soares, a lógica é simples: “em vez de cada pessoa instalar painéis solares individualmente, a cooperativa constrói uma usina central e distribui os créditos de energia entre os cooperados. Assim, mesmo quem mora em apartamento ou não tem espaço físico, pode usufruir da energia solar”.

A Coer, sediada em Maringá e com usinas em diversas cidades do Paraná, reúne centenas de cooperados. Soares explica que o modelo de geração compartilhada elimina uma das maiores barreiras ao acesso à energia limpa: o alto custo inicial de instalação. “O cooperado não precisa investir em equipamentos nem se preocupar com



Michel André Felipe Soares, da Coer: “cooperativa constrói usina e distribui os créditos de energia. Assim, mesmo quem mora em apartamento ou não tem espaço físico, pode usufruir”

manutenção. Ele apenas paga uma taxa de adesão e começa a receber os créditos de energia na conta de luz. É simples, sustentável e sem burocracia”, afirma.

Mas o cenário mudou um pouco após a Lei 14.300, que passou a cobrar gradualmente pelo uso da infraestrutura da rede elétrica, a chamada tarifa Fio B. “Antes a compensação era de 1 para 1: cada quilowatt gerado e injetado na rede virava um crédito integral. Agora há uma cobrança progressiva pelo uso da rede, mas o im-



João Paulo Fagundes, da Sinergi, que conta com 67 usinas e atende cerca de 7 mil unidades consumidoras

pacto ainda é moderado”, explica. Segundo ele, a energia solar segue vantajosa, e o retorno para o consumidor continua significativo, especialmente quando o projeto é coletivo, como nas cooperativas.

Quem confirma a força desse modelo é o vice-presidente da Sinergi Cooperativa João Paulo Fagundes. Em funcionamento desde 2019 e primeira cooperativa de energia solar do Paraná, a Sinergi atende cerca de sete mil unidades consumidoras e segue em expansão. “Mesmo com as novas regras, a procura se manteve alta. Os consumidores entenderam que a energia solar é um investimento inteligente, que traz economia e sustentabilidade”, afirma.

Fagundes ressalta que o modelo cooperativo facilita o acesso à tecnologia: “o cooperado não precisa ter imóvel próprio nem espaço no telhado. Ele participa da geração coletiva e recebe o benefício direto na conta de luz. Além disso, não há custos com manutenção ou riscos técnicos. É um formato seguro, colaborativo e acessível.”

Segundo Fagundes, a cooperativa conta com 67 usinas, sendo 62 de 75 kW de potência instalada, uma de 150 kWp, uma de 300 kWp e três de 1 mWp, que entregam média de geração de 1,3 GW/h mensal. “Todas as usinas são de propriedade dos cooperados, que fazem a locação

para a cooperativa”, explica.

Com relação à “taxação do sol”, ele reforça que o impacto é pequeno quando o projeto é bem estruturado. “Para quem entrou antes de 2023, as regras foram mantidas. Já os novos cooperados têm uma pequena cobrança pela utilização da rede, mas o benefício ainda é expressivo. A queda nos preços dos equipamentos ajudou a equilibrar o cenário”, explica.

Para os cooperados da Sinergi, a economia gira entre 20% e 32% na fatura mensal, dependendo da bandeira tarifária. “É uma economia real, com respaldo técnico e jurídico. E o mais importante: não há investimento inicial. É a união de pessoas gerando energia limpa e colhendo resultados”, acrescenta.

VALE A PENA?

Além das cooperativas, as empresas especializadas em energia solar reforçam que o setor segue promissor. O engenheiro Leonardo Aurélio Varizi, sócio da Helius Engenharia, afirma que “nunca foi tão vantajoso investir em energia solar quanto agora”. Ele explica que a energia convencional segue em alta, o que torna a energia solar uma proteção contra as oscilações tarifárias.

“Para empresas, é uma decisão estratégica: reduz custos fixos e aumenta a competitividade.



“Nunca foi tão vantajoso investir em energia solar quanto agora”, fala Leonardo Aurélio Varizi, da Helius Engenharia, que instala, em média, 15 sistemas mensais

Para o consumidor residencial, é uma forma de ter até 90% de economia na conta de luz e valorizar o imóvel”, afirma. O retorno do investimento varia de três a seis anos, com vida útil superior a 25 anos. Para uma família de quatro pessoas que consome R\$ 500 por mês, o investimento é a partir de R\$ 12 mil.

Segundo o engenheiro, o avanço tecnológico também é um atrativo. “Os novos painéis com células tipo N, como a tecnologia TOPCon, e os painéis bifaciais aumentam a geração de energia. Já os inversores híbridos permitem conexão com baterias, abrindo caminho para autonomia energética total. O futuro é a combinação entre geração, armazenamento e mobilidade elétrica”, detalha.

Varizi conta que realiza em média 15 projetos mensais para aproximadamente 40 orçamentos com visita no local. Ele cita exemplos de clientes que obtiveram resultados expressivos. “Uma padaria em Maringá reduziu a conta de R\$ 4 mil para a taxa mínima da concessionária, economizando mais de R\$ 45 mil por ano. Já uma família que gastava R\$ 900 mensais passou a pagar cerca de R\$ 100”, conta. No caso desta família, o investimento foi de R\$ 20 mil. Já a padaria investiu R\$ 80 mil.

UNIÃO

Outra frente importante para o fortalecimento do setor vem do Núcleo de Soluções em Energia, criado dentro do Programa Empreender da Acim. Segundo o empresário Alexandre da Silva Pereira, da Frontiertec Geradores, o grupo nasceu do desejo de unir empresários do segmento para compartilhar experiências e desenvolver projetos conjuntos. “O núcleo tem oito empresas e busca impulsionar a inovação no setor. Acreditamos que a troca de experiências entre empresas, universi-

IPTU VERDE

Para quem busca mais incentivo, a Prefeitura de Maringá mantém o programa IPTU Verde, que concede descontos de 3% a 20% no imposto predial para imóveis que adotam práticas sustentáveis, entre elas, a instalação de sistemas de energia solar. O benefício deve ser solicitado no ano anterior, via Sistema Eletrônico de Informações (SEI), e o desconto para energia solar pode chegar a 11%, desde que o sistema seja responsável por pelo menos 20% do consumo da residência. Segundo a prefeitura, o prazo para 2026 terminou em 14 de agosto.



“Estamos construindo soluções que integram geração própria e gestão inteligente de energia”, explica Alexandre da Silva Pereira, da Frontiertec, sobre o Núcleo de Soluções em Energia

dades e poder público é essencial para preparar Maringá para o futuro energético”, explica.

Pereira destaca que o núcleo discute projetos voltados à energia limpa, armazenamento e eficiência. “Estamos construindo soluções que integram geração própria e gestão inteligente de energia. Além disso, queremos conscientizar a comunidade de que sustentabilidade e economia podem andar juntas”, afirma.

Na visão dele, as cooperativas têm papel decisivo na popularização da energia solar. “Elas democra-

tizam o acesso, permitindo que pequenos consumidores participem da transição energética. É um modelo que estimula o senso de comunidade e fortalece o ecossistema local”, ressalta.

Cooperativas e empresas apontam para um futuro em que produzir a própria energia será mais comum e necessário. “A energia solar não é apenas um investimento financeiro. É uma escolha consciente, que representa autonomia, sustentabilidade e um passo decisivo rumo ao futuro que queremos construir”, diz Varizi.

Acim,
a casa
de quem
faz **Maringá**
crescer.

→ **Aqui, você encontra:**

Oportunidades

Capacitação

Soluções empresariais

Uma rede que **impulsiona o**
desenvolvimento do seu negócio.

acim *perto*
de você

Associe-se e faça parte de quem faz!
Fale conosco: 44 3025-9596



Marcelo Liberati recebe Prêmio Empresário do Ano

Ele foi homenageado pela trajetória à frente da Euro Condomínios, que tem sede em Maringá e escritórios em oito cidades

Fotos/Ivan Amorin



Paulo Meneguetti, Dercílio Constantino, Marcelo Liberati, José Carlos Barbieri e Leonardo Camilo; na foto menor, Fernanda Monteiro, Marcelo Liberati, Claudete e Rogério Silveira

A entrega do Prêmio Empresário do Ano para Marcelo Liberati, fundador e CEO da Euro Condomínios, reuniu mais de 400 pessoas em 22 de agosto no Vivaro Eventos. E coroou a trajetória de sucesso do empresário que está à frente da Euro Condomínios, com matriz em Maringá e escritórios em oito cidades, com colaboradores e responsável pela administração de mais de 600 condomínios. Liberati também é um dos sócios da Mondonex, especializada no compartilhamento de imóveis e embarcações de lazer.

Anual, a premiação é realizada pela Acim, Sivamar, Apras e Fiep. Para o presidente da Associação Comercial, José Carlos Barbieri, que falou em nome das quatro entidades promotoras, Marcelo “inspira a comunidade empresarial. É uma trajetória marcada por inovação, crescimento sustentável e trabalho. De síndico, ele se tornou um empresário que administra centenas de condomínios. Ele representa o espírito empreendedor que valorizamos na Acim”.

Discursaram também o secretário de Planejamento do Paraná, Ulisses Maia, e a vice-prefeita Sandra Jacovós. O certificado do prêmio foi entregue por Barbieri, Paulo Meneguetti (representando a Fiep), Dercílio Constantino (em nome do Sivamar) e Leonardo Camilo (da Apras). Já o ga-

nhador da homenagem no ano passado, Rogério Silveira, do Aqui Agora Confecções, entregou a estatueta exclusiva de Empresário do Ano a Marcelo Liberati.

Em seu discurso, Liberati ressaltou os valores que recebeu dos pais, como honestidade, perseverança e humildade; agradeceu a família e a equipe da Euro que “atende com dedicação, empenho e carinho cada cliente que deposita a vida em comunidade na empresa”. E declarou: “Maringá me acolheu e inspirou a sonhar grande. Este não é apenas um reconhecimento do passado, mas uma responsabilidade para o futuro”.

O Empresário do Ano é uma sucessão do prêmio Comerciante do Ano, criado em 1980 pelo Sivamar. Em 1998 a ACIM passou a ser copromotora. No ano seguinte Apras e Fiep passaram a ser parceiras da premiação e o nome foi alterado.

A cerimônia teve patrocínio de Aqui Agora, Arquitetura Ao Cubo, BRDE, Certeza Consultoria Empresarial, Chalé dos Lagos, Cooper Card, Grupo Dínamus, Sistema Fiep, Get Card, Ingallimp, Maringá Park, Minds English School, Monet Thermas Residence, Patrimonium, Plaenge, Revest Acabamentos, Saint Helena Bilingual Education, Sancor Seguros, Sicoob Metropolitano, Sierra Móveis, Sisprime, Sub 100, Totvs e Unicesumar.

ASSOCIADO DO MÊS

Com mais de duas décadas de experiência no setor agro, Rafael Tonello e Volmir Amaral abriram, em junho de 2024, a Raiz Agro Comércio de Máquinas e Implementos Agrícolas. Representantes da marca Stara em diversos estados do Brasil, eles aceitaram o convite da empresa para assumir a concessão nas regiões de Maringá e Ivaiporã. "O nome Raiz Agro reflete a crença da empresa: o crescimento sustentável é alicerçado em bases sólidas", destaca Tonello.

A Raiz Agro atua no comércio de máquinas e implementos agrícolas, além de peças e serviços especializados. O grande diferencial, segundo os sócios, é o compromisso com a qualidade no atendimento e a construção de relações duradouras com os clientes. Entre os maiores desafios estão a qualificação contínua da equipe e a gestão de fatores externos, como as condições climáticas e as constantes variações do mercado. "Temos que seguir aprimorando a gestão interna, o atendimento e as habilidades de liderança da equipe", pontua Tonello.



Foto/Ivan Amorin

Associada à Acim desde junho, a Raiz Agro vê na entidade um pilar estratégico. "A Acim é uma parceira que disponibiliza recursos indispensáveis para a qualificação da nossa equipe, o aprimoramento da gestão e a excelência no atendimento", afirma Amaral. Os empresários já fazem planos para expandir para outras cidades da região. O fone da empresa é (44) 9185-2217 e o instagram é o @raizagrostartara

JOVEM EMPREENDEDOR

Rafael Tortola, CEO da GTF, receberá o Prêmio Jovem Empreendedor em 13 de novembro, concedido pelo Copejem e Acim. A empresa é uma das maiores produtoras de frango do país, emprega dez mil funcionários e faturou R\$ 4,2 bi no ano passado. Tortola assumiu a presidência da empresa em 2018, aos 24 anos, e integrou a lista Forbes Under 30 edição de 2024, que destaca empreendedores, criadores e *game-changers* que revolucionam os negócios. No ano passado, o ganhador foi Edson Recco Filho, da Alto Giro.



Foto/Arquivo Pessoal

FÓRUM ACIM MULHER

"Vozes do Agro" foi o tema do Fórum Acim Mulher em 24 de setembro, com palestras da pecuarista Ana Claudia Souza, que é vice-presidente da Associação Brasileira dos Criadores de Zebu; e do produtor rural Bruno Toro, que é especialista em gestão no agronegócio. O evento foi uma realização do Acim Mulher.



Foto/Ivan Amorin

COPEJEM COMEMORA 35 ANOS

Os 35 anos do Copejem foram comemorados em 15 de setembro no Noah Club com homenagens aos ex-presidentes e participação de autoridades e dos atuais conselheiros, presididos por Luiz Filipe Ferraz. Responsável por preparar e formar jovens lideranças, o Copejem foi criado em 3 de novembro de 1990 é composto por empresários e lideranças com até 35 anos.



Foto/Natasha Amorin

DESCARTE DE ELETRÔNICOS

Para celebrar o Dia Mundial da Limpeza, o Instituto Acim coletou eletrônicos em 20 de setembro em sistema *drive-thru* em frente à Associação Comercial, com a participação de voluntários. Foram descartados teclados, monitores, lâmpadas, entre outros materiais destinados a empresas especializadas.



Foto/Ivan Amorin

EMPREENDER COMEMORA 25 ANOS

Maior programa do gênero do país, o Empreender está completando 25 anos e vai reunir os integrantes dos núcleos para comemorar. Será em 8 de novembro no Vivaro, a partir das 19h30. Composto por 87 núcleos setoriais, multissetoriais e territoriais, o programa tem a participação de mais de 1,2 mil micro e pequenos empresários que são acompanhados por mais de dez consultores. A iniciativa dá tão certo que a Acim está acompanhando a implantação na Associação Comercial de Campo Mourão. Para participar, é preciso apenas ser associado à Acim.

ESCOLA DE NEGÓCIOS

Excelência no atendimento ao cliente	4 e 5 de novembro
Tráfego pago	11 a 13 de novembro
Departamento Pessoal completo	10 a 14 de novembro
ChatGPT na prática: produtividade, vendas e inovação	10 e 11 de novembro
Analista financeiro 2.0: fundamentos e práticas para uma gestão inteligente	11 a 14 de novembro
Liderança e gestão de equipe - como engajar sua equipe no final do ano	17 a 19 de novembro
Vendas 360° para Black Friday	17 a 19 de novembro
Assistente fiscal na prática: tributos e regimes de tributação:	18 a 20 de novembro
Oratória - a comunicação na profissão	24 a 27 de novembro
Marketing e vendas com IA	24 a 26 de novembro
Linkedin para negócios	24 a 27 de novembro
Excel na prática - domine as funções essenciais	24, 26 e 27 de novembro
TikTok e reels para negócios: conteúdo que converte em vendas	25 e 26 de novembro
Reforma tributária - construção civil	25 e 26 de novembro
Recrutamento e seleção com foco em competências	1 e 3 de dezembro

Nada transforma mais do que um professor.

Para nós, você é o protagonista de toda inovação que vier.

Ser professor é transformar o presente em futuro.
É inspirar, abrir caminhos, conectar saberes com inovação e tecnologia, e impulsionar cada aluno para ir além.
É preparar hoje as histórias que serão escritas amanhã.



**Tania Maria
Gomes da Silva**
Professora UniCesumar.

 **UniCesumar**
EAD, SEMIPRESENCIAL E PRESENCIAL



SAINT HELENA
BILINGUAL EDUCATION



Na Saint Helena, inglês não é apenas parte do currículo: é parte do dia-a-dia. O aluno aprende a pensar e falar em outra língua.

O aluno **aprende a entender e a se expressar com desenvoltura**. Isso abre um leque de oportunidades no exterior. Abre as portas para o mundo.

A **Escola Saint Helena** adota o currículo internacional **Cambridge, reconhecido em mais de 180 países**, que prepara os alunos para um futuro globalizado, com **uma educação que vai além dos limites do ensino convencional**. Ao adotar o currículo Cambridge International Education, a **Saint Helena garante** que seus alunos estejam mais do que prontos para os processos seletivos no Brasil e no exterior. O **currículo é estruturado** para fornecer a base necessária para que os alunos possam ingressar nas **melhores universidades** do mundo.

Matricule seu filho na primeira escola de educação bilíngue de Maringá.

Nós preparamos para o mundo.



Teatro Shakespeare: perfeito para o seu evento e para os nossos alunos

Como diria o próprio Shakespeare, "**o mundo inteiro é um palco**". E o palco do Teatro Shakespeare, **anexo à Saint Helena**, é ainda mais especial porque está disponível para a locação. Seja para **palestras, shows e outros espetáculos**, o espaço está pronto para sediar o seu evento.

Além da experiência completa para o público externo, o teatro é um **grande diferencial para os alunos da Saint Helena**, que têm à disposição um **ambiente inspirador** para desenvolver sua expressão artística e intelectual.

