

ACIM

PROSPERIDADE NOS NEGÓCIOS

Pagamento de 13º salário, aumento de empregos e queda da Selic renovam esperança de bons negócios e incentivam abertura e expansão das empresas.

Edição

632

NOVEMBRO
DEZEMBRO
Ano 60

IMPRESSO FECHADO
Pode ser aberto pela ECT

Século

ADEGA



Acesse o catálogo
virtual de Natal da
Século Adega 2023



NATAL
CESTAS E PRESENTES
2023



**É PRECISO QUE O
RADICALISMO DÊ
PASSAGEM PARA
A HARMONIA.
É PRECISO
QUE A GUERRA
CEDA ESPAÇO
PARA A PAZ. AS
VIDAS DEVEM
ESTAR ACIMA
DE INTERESSES
RELIGIOSOS,
HISTÓRICOS OU
TERRITORIAIS**

A PAZ PEDE PASSAGEM

O mês de outubro nem tinha acabado e o conflito envolvendo Israel e o Hamas, em Gaza, já tinha registrado mais de seis mil mortes. Tristemente, as notícias indicam que a guerra parece estar longe do fim, com Israel rejeitando o pedido de cessar-fogo e com o receio do aumento da escalada da violência com o envolvimento do Irã, aliado do Hamas.

O atual conflito teve origem após o ataque do Hamas, grupo terrorista, em 7 de outubro. Israel retaliou e o que se tem visto é uma barbárie: as vítimas não têm idade ou nacionalidade; são crianças, adultos e idosos de vários países, inclusive brasileiros. Há reféns, comunidades destruídas, hospitais à beira do colapso, falta de alimentos e água à população, que se não bastasse, teme pela vida. A Organização das Nações Unidas (ONU) denuncia crimes de guerra dos dois lados.

Na região, os conflitos são históricos: têm mais de cem anos. A própria criação do Estado de Israel, em 15 de maio de 1948, aconteceu sem uma solução pacífica para os palestinos. No dia seguinte à criação, teve início a primeira guerra árabe-israelense.

Não bastasse a guerra entre palestinos e israelenses, o mundo acompanha outro conflito, envolvendo Rússia e Ucrânia que teve início há mais de um ano, em fevereiro de 2022. Independente de qual lado tenha mais razão, os conflitos são uma prova que é preciso mais tolerância e equidade. É preciso que o radicalismo dê passagem para a harmonia. É preciso que a guerra ceda espaço para a paz. As vidas devem estar acima de interesses religiosos, históricos ou territoriais. Nada justifica a morte sangrenta fruto de uma guerra. No nosso dia a dia de empresários e colaboradores também podemos exercitar a escuta, dar vez à empatia, respeitar crenças e escolhas. Todos devem ter seus direitos e espaços respeitados. Onde há diálogo, há menos espaço para o conflito. Que estas guerras que ceifam tantas vidas inocentes possam chegar ao fim rapidamente. O mundo pede paz.

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



ENTREVISTA

Dono de 74 rádios, fazendas, hotel e rede de clínicas odontológicas, o apresentador Carlos Roberto Massa, o Ratinho, conta que “gosta de diversificar para ter segurança, não tenho coragem de colocar todo meu capital em apenas um negócio”; ele também não faz planos de aposentadoria



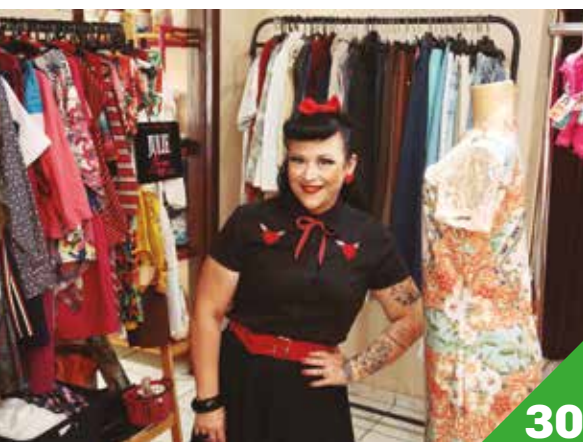
REPORTAGEM DE CAPA

A nova loja da Usaflex, a quarta da marca administrada pela família Nagao em Maringá, recebeu R\$ 400 mil de investimentos e deve trazer retorno em dois anos, conta Thiago; por oportunidade ou expectativa de melhora na economia, empresários retomam investimentos



MARKETING

Do faturamento da Casa da Churrasqueira, 4% fica com o marketing, conta Valber José Pedrosa, que quer ampliar os investimentos; especialistas dão dicas para investir de forma assertiva em comunicação *on* e *offline* e como produzir conteúdo que gera engajamento nas redes sociais



NEGÓCIOS

É com um grupo de donos de brechós que Julie Gonçalves Andrade de Faria participa de feiras, conscientiza os maringenses sobre consumo e, assim, ajuda a fortalecer o setor e a sua loja, a Julie Nervosa Fashion; programa da ACIM une empresários até então concorrentes



GESTÃO

Foi depois de melhorar o controle de estoque que Paulo Cremonini diminuiu as perdas com frutas e bebidas, mas não é só: ele faz controle do consumo, tempo de permanência do cliente no O Jabô Bar e equipe de vendas; ao investir em indicadores e softwares, empresários melhoram performance



O SEU ENSINO SUPERIOR
PRESENCIAL OU **EAD**
ESTÁ TE ESPERANDO!

UnicV
CENTRO UNIVERSITÁRIO
CIDADE VERDE

VIVA A **EX**PERIÊNCIA

DE APRENDER COM
QUEM SABE



Localização | **Estrutura**
Privilegiada | **+20mil m²**



Professores
+ 80% Mestres e Doutores



Laboratórios Físicos
e Virtuais Atualizados



Biblioteca Física
+5 Bibliotecas Virtuais

inscrições abertas **2024**
u n i c v . e d u . b r



3033-4617





PELO TERCEIRO ANO, COCAMAR É MELHOR COOPERATIVA



IVAN AMORIN



CASA CHINA ABRE MEGALOJA

Com mais de 4 mil metros quadrados, sendo 2 mil dedicados à área de vendas, a rede de utilidades domésticas Casa China inaugurou a 63ª loja, a primeira em Maringá, em outubro. Localizada na avenida Getúlio Vargas, a unidade faz parte do plano de expansão para as regiões norte e noroeste do Paraná.

Fundada em 1997, em Curitiba, a Casa China possui lojas no Paraná e em Santa Catarina e emprega quase mil colaboradores. Em Maringá, são gerados 40 empregos diretos, há 12 *checkouts*, 45 vagas de estacionamento e 15 mil itens de utilidades domésticas, decoração, brinquedos, material escolar, ferramentas, alimentos e *petshop*.

Segundo o CEO Douglas Nomura, a cidade foi escolhida por possuir um dos maiores Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) do Paraná. “Fomos bem recepcionados. O faturamento dos primeiros dias tem nos deixado contentes. Nossa expectativa de retorno do investimento é de cinco anos”, diz; na foto, os diretores da ACIM prestigiam a inauguração.

OBRAS DE TREVO DA BR-376 COMEÇAM

Orçadas em R\$ 49 milhões, as obras do trevo Divanir Braz Palma, conhecido como Trevo do Catuaí, tiveram início, após licitação pelo governo do estado. Nesta primeira fase, com duração de cinco meses, são realizados ensaios de sondagem e são retiradas amostras de solo do local para definir as dimensões das estruturas de contenção do viaduto, que será executado no entroncamento da BR-376 com a PR-317 e a avenida João Pereira. Também estão sendo feitos levantamentos da topografia e análise dos anteprojetos geométricos e de desapropriações. A obra deve ser concluída em setembro de 2025 e inclui rebaixamento da BR-376 para implantação de duas passagens superiores e duas passarelas para pedestres e vias marginais. O projeto era uma reivindicação da ACIM e outras entidades.

Depois de alcançar faturamento de R\$ 11,1 bilhões em 2022, a Cocamar ganhou o prêmio de Melhor Cooperativa Agropecuária do Brasil, conforme ranking da Revista IstoÉ Dinheiro. É a terceira vez consecutiva que a cooperativa alcança o título. Para chegar ao resultado em 22 setores, o ranking analisou os resultados das mil melhores empresas brasileiras. “Tivemos um 2022 desafiador e de grandes incertezas, principalmente devido à forte quebra de safra e, ainda, aos reflexos da pandemia na questão logística, mas conseguimos avançar”, comenta o presidente-executivo Divanir Higino. A cooperativa tem mais de 19 mil cooperados que produzem soja, milho, trigo, café, laranja e pecuária de corte e possui 113 unidades de atendimento distribuídas pelo Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Goiás.

PREFEITURA LEILOA ILUMINAÇÃO PÚBLICA

O consórcio Luz de Maringá, representado pela Itaú Corretora de Valores, venceu o leilão para modernização da iluminação pública de Maringá, concedido pela prefeitura para troca de todos os 55 mil pontos de iluminação pública por LED, manutenção das luminárias e expansão do parque luminotécnico, por um período de 13 anos. O leilão foi em 6 de outubro na B3 (Bolsa de Valores de São Paulo) e atraiu cinco consórcios. O Luz de Maringá apresentou oferta de R\$ 821.791,92, o que representou economia de 54% da proposta inicial de R\$ 1,798 milhão. No total, o vencedor vai investir R\$ 169 milhões na cidade, dos quais R\$ 81,3 milhões serão para troca das lâmpadas e modernização. Os outros R\$ 87,7 milhões serão para manutenção. A expectativa da prefeitura, que ficará responsável pela fiscalização do serviço, é de economia de R\$ 30 milhões por ano em energia e manutenção.



SICOOB MANTÉM PARCERIA COM APAE

O Sicoob Metropolitano inaugurou, em 20 de outubro, o Espaço Transformar, na sede da Apae Maringá. No local ficam dez colaboradores com deficiências intelectual e múltipla que exercem o trabalho protegido na entidade, como é denominado, inserindo a pessoa com deficiência no mercado de trabalho.

O espaço foi pensado e idealizado pelo time de Gestão com Pessoas e lá são confeccionadas estopas que são comercializadas para empresas de Maringá e região. Os colaboradores terão jornada reduzida, carteira assinada e os benefícios oferecidos pela cooperativa de crédito.

CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

O presidente da ACIM, José Carlos Barbieri, foi nomeado membro suplente do Conselho Estadual de Educação do Paraná até 2027. A nomeação foi feita pelo governador do Paraná, Carlos Massa Ratinho Junior, por meio do decreto no 3.833. O Conselho Estadual é um órgão normativo, deliberativo e consultivo vinculado à Secretaria de Educação, composto por presidente, 18 membros efetivos e respectivos suplentes. Conta com câmaras de Educação Infantil e Ensino Fundamental; Ensino Médio e Educação Profissional Técnica de Nível Médio; e Educação Superior. Barbieri também é vice-presidente do Sinepe-NOPR (Sindicato das Escolas Particulares do Noroeste do Paraná) e reitor da Unicv.



De R\$ 600 mil a R\$ 8 milhões em faturamento

Nascida em Maringá, rede Rock Temakeria & Co está em seis cidades de dois estados; ao longo da jornada, alterou mix e acaba de passar por rebranding

Foi em dezembro de 2012 que Maringá ganhou uma de suas primeiras temakerias, um restaurante especializado na culinária japonesa, servindo especialmente cone de algas recheado com peixe cru e arroz, o *temaki*. Os jovens empreendedores ainda não sabiam que o negócio cresceria a ponto de ter unidades em outras cidades no Paraná e em São Paulo.

A Rock Temakeria foi inspirada em um modelo de *fast food* que era febre no Rio de Janeiro/RJ e foi trazido para Maringá por um sócio formado em Direito, outro em Administração e um *sushiman* (que não está mais na operação). O negócio deu certo e atraiu tantos clientes que faturou R\$ 600 mil nos primeiros 12 meses.

Diante da boa aceitação do público, os sócios passaram a trabalhar para franquear, processo que levou oito meses. "Começamos com a cara e a coragem, mas fomos profissionalizando com ficha técnica, manual de operação, manual de atendimento e outros detalhes importantes para esse tipo de sistema. Em certo momento, tivemos a ajuda de um grupo especializado em formatar negócios, que permaneceu três anos na operação com uma porcentagem do *franchising*", conta o sócio Leonardo Gohara.

Ele lembra dois momentos marcantes. Um foi a crise do salmão, em 2017, quando houve escassez e alta no preço do produto em razão da contaminação por um tipo de alga – à época, a temakeria utilizava o peixe importado do Chile em 95% do cardápio. Foi o momento de repensar o cardápio, com outros tipos de peixes. "Iniciamos com base no conceito de *temakis*, na ideia do *fast food*. Com o passar do tempo, abraçamos também um modelo de culinária sofisticada, com outros tipos de peixes, *tartare*, molho de ostras e outras opções", conta Gohara.

Outro momento-chave foi durante a pandemia, quando o negócio agregou uma marca de *poke*, o Kumbuk. O *poke* é uma tigela recheada com uma



"Iniciamos com base no conceito de *temakis*, na ideia do *fast food*", conta Leonardo Gohara, sócio de Robson Dolberth Filho. FOTO/IVAN AMORIN

combinação de vegetais frescos, peixes e opções como frutas e carboidratos. O *poke* foi pensado para a estratégia *dark kitchen* — ou "cozinha fantasma" — que nascia naquele momento como um local onde o restaurante prepara refeições exclusivamente para o serviço de *delivery*. No período de crise global, a operação foi enxugada no número de colaboradores e refez negócios com fornecedores.

Hoje a Rock Temakeria & Co fatura cerca de R\$ 8 milhões por ano. E em 2022 passou por um processo de *rebranding*. "Demos uma chacoalhada. Pensamos em melhorar a experiência, trazendo inovações no cardápio, sempre focando na qualidade e frescor dos pratos. E para concretizar isso, colocamos mais atitude na marca e no direcionamento de marketing".

Com 40 colaboradores diretos e 65 indiretos, a Rock está presente em seis cidades, com duas unidades próprias em Maringá, em Londrina, Marília/SP e São José do Rio Preto/SP. As franqueadas ficam em Ponta Grossa e em Curitiba. O público é majoritariamente AB e 70% feminino.

MARINGÁ

ENCANTADA

— 2023 —

Preservando a magia do Natal

O Natal mais sustentável do Paraná.

A Maringá Encantada 2023 tem surpresas em cada canto da cidade. As ruas iluminadas, o extasiante Parque do Japão, os enfeites sustentáveis, inclusive com o inovador túnel de luzes feito de bambu. Tudo para você viver o melhor Natal junto com a gente.



Realização:

Apoio:

De 15/11/23 a 07/01/24

Confira a programação:



MARINGÁ
PREFEITURA



“Só cheguei onde cheguei porque não tenho medo de críticas”

Foi na Rádio Guairacá, no município de Mandaguari, distante 21 quilômetros de Maringá, que Carlos Roberto Massa, o Ratinho, começou a trajetória como comunicador. Antes de trocar o interior por Curitiba, ainda trabalhou em uma emissora de rádio em Jandaia do Sul, cidade com a qual guarda estreita relação.

Na capital paranaense, entrou na televisão e despertou a atenção do público com programas policiais. Da CNT de Curitiba, foi para a Record e, no auge, para o SBT. No final dos anos 1990, seu programa era o único que incomodava a Globo. “Por um bom tempo ganhei da Globo e até hoje temos momentos de liderança”, comemora o apresentador.

Há 25 anos na emissora de Silvio Santos, Ratinho é só elogios ao patrão e afirma não ter planos de se aposentar. “Eu quero morrer na televisão”, afirma o

apresentador que, além do sucesso na TV, é um empresário bem-sucedido do agronegócio, hotelaria e da comunicação.

É dono de 74 rádios – incluindo aquela de Mandaguari onde começou a carreira – e de cinco emissoras de TV filiadas ao SBT, que formam a Rede Massa de Televisão no Paraná. O foco agora é fazer da Massa FM a maior rede de rádios do país.

À frente do Programa do Ratinho, que vai ao ar de segunda à sexta-feira à noite, o apresentador aposta em entretenimento, com quadros de humor que, por vezes, acabam envoltos em polêmicas. Isso, no entanto, não incomoda o comunicador que, em entrevista à Revista ACIM, afirma que não irá mudar o seu jeito e não tem medo de cancelamentos nas redes sociais. “Só cheguei até aqui porque não tenho medo de críticas”.

FOTO/LOURIVAL RIBEIRO/SBT



Quem é?

Carlos Roberto Massa

O que faz?

Apresenta o Programa do Ratinho no SBT

O SENHOR ESTÁ NO SBT DESDE 1998 E DISSE QUE NÃO PENSA EM SAIR DA EMISSORA OU SE APOSENTAR DA TELEVISÃO. HOJE É DIFÍCIL VER EXEMPLOS ASSIM NO MERCADO DE TRABALHO. QUAL O SEGREDO DESSA PARCERIA LONGEVA?

Pra mim é uma delícia trabalhar em televisão, não penso mesmo em parar. Faço o que gosto e, por isso, dá certo. Hoje sou sócio do meu programa com o SBT. Pagamos a despesa, recebo a minha parte e o SBT fica com a dele. Estou há 27 anos na vice-liderança de audiência. Por um bom tempo ganhei da [Rede] Globo e temos momentos de liderança até hoje.

NA SUA AVALIAÇÃO, QUAL SERÁ O FUTURO DA TV ABERTA?

A TV tem força e vai ser desse jeito por muito tempo. É igual ao rádio, todo mundo falava que iria acabar, não acaba. A internet vai somando, mas não tira o impacto que a TV tem na vida dos brasileiros.

A SUA POPULARIDADE FOI CONSTRUÍDA A PARTIR DO RÁDIO E DA TV. COMO FOI A CONSTRUÇÃO DA FAMA?

Eu nasci em Águas de Lindóia, no interior de São Paulo. Vim para o Paraná aos quatro anos. Meu pai era pedreiro e veio trabalhar no café. A família veio para Marumbi e depois mudamos para Jandaia do Sul. Minha trajetória no rádio começou na Rádio Guairacá, de Mandaguari, que hoje é minha, transformei em Massa FM. Fazia um programa de cinco minutos

HOJE TER OS '15 MINUTOS DE FAMA' É FÁCIL, MAS É PRECISO SABER QUE 15 MINUTOS PASSAM MUITO RÁPIDO E SÓ SE MANTÉM NAS REDES QUEM TEM ESTRUTURA, CONHECIMENTO E MOSTRA VERDADE NAS POSTAGENS

que foi aumentando até passar de duas horas. Depois fui trabalhar numa rádio em Jandaia do Sul, onde morava. Mudei para a região de Curitiba e fiz sucesso no rádio. Não tinha audiência, mas comecei a brigar com um cara que tinha, ele respondia e eu fui crescendo. Sempre fui apaixonado pelo SBT, desde menino. Quando o programa Ratinho Livre fez sucesso na Record, arrebatando na audiência, recebi uma ligação do Silvio Santos. Ele marcou um local pra gente se encontrar. O Silvio me falou que pagava mais e poderia levar uma equipe maior. Aceitei. O Silvio é um gênio, muito gentil. Hoje tenho 74 rádios, além de cinco emissoras de TV.

AS PESSOAS BUSCAM A FAMA POR MEIO DAS REDES SOCIAIS. QUAL A OPINIÃO DO SENHOR SOBRE ISSO?

As redes sociais podem transformar pessoas comuns em celebridades muito rapidamente, mas

quem busca a fama desse jeito precisa saber que é importante ter conteúdo. Hoje ter os '15 minutos de fama' é fácil, mas é preciso saber que 15 minutos passam muito rápido e só se mantêm nas redes quem tem estrutura, conhecimento e mostra verdade nas postagens.

COMO É A SUA RELAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS?

Eu sou da mídia tradicional, mas estou presente nas redes sociais e não tenho medo de ser cancelado nem de mimimi. Falo com quase sete milhões de seguidores só no Instagram de um jeito verdadeiro. É um público variado, que percebe claramente quando alguém está querendo agradar, enganar ou sendo falso.

O PROGRAMA DO RATINHO SEMPRE APOSTOU EM QUADROS DE HUMOR, NO POPULAR. COMO MANTER ESTA LINHA EM MEIO AO POLITICAMENTE CORRETO?

A TV mudou e hoje minha aposta maior é o entretenimento. Só cheguei onde cheguei porque não tenho medo de críticas. Não sou diferente fora da televisão. Eu vou seguir falando a verdade com autenticidade. Você tem que ser você e não tem de ficar preocupado em agradar todo mundo.

RATINHO COMUNICADOR OU O EMPRESÁRIO: QUEM VEIO PRIMEIRO?

Primeiro veio o comunicador, sempre gostei de ser popular. Comecei a ganhar um bom dinheiro depois dos 40 anos. Com o primeiro dinheiro que ganhei, eu comprei terra. Meu pai sempre me ensinou que é um inves-

timento seguro. Depois comprei emissoras de TV e rádio porque eu gosto e entendo do meio. Hoje também invisto em hotel, que é um grande negócio.

E COMO CONCILIA TANTOS NEGÓCIOS?

Tenho pessoas para cuidar dos meus negócios, escolho bem os meus diretores. No hotel, tem gente que nem sabe que sou dono. Há alguns dias fui lá e paguei a diária.

O SENHOR É UM EMPRESÁRIO DE SUCESSO NAS ÁREAS DE COMUNICAÇÃO E DO AGRONEGÓCIO. SÃO ÁREAS TÃO DIFERENTES. A DIVERSIFICAÇÃO É UMA REGRA OU É UMA QUESTÃO DE OPORTUNIDADE EMPRESARIAL?

Eu tenho origem humilde. Quando você vence na vida, volta naquela cidade para contar para os amigos que venceu e fazer inveja para os inimigos. Todo mundo faz isso. A primeira chácara que comprei foi em Jandaia do Sul. Hoje no agro-negócio eu estou investindo em soja e tenho 500 mil pés de café no Paraná. Gosto de diversificar para ter segurança, não tenho coragem de colocar todo meu capital em apenas um negócio.

TEM ALGUM SETOR QUE O SENHOR GOSTARIA OU TEM PLANOS DE INVESTIR?

Quero ter a maior rede de rádios do Brasil. Atualmente somos a segunda. Estou com 67 anos, então hoje só invisto em negócios seguros. Por exemplo, acabo de

lançar uma rede de clínicas odontológicas, a Odontic.

COMO EMPRESÁRIO DA COMUNICAÇÃO, COMO AVALIA O PAPEL E O TRABALHO DA IMPRENSA?

Eu acredito que a imprensa não pode atrapalhar, tem que mostrar a verdade. Não pode fazer ninguém de santo. Tem que falar o que é como é.

QUAL É O MAIOR DESAFIO NO CENÁRIO ATUAL ECONÔMICO E MUNDIAL PARA QUEM DESEJA INVESTIR?

O Brasil é um país de muitas oportunidades, tem que achar o caminho. Abri uma rede de clínicas odontológicas e está dando certo. Eu me considero um grande vendedor. Acredito que quem sabe vender tem o caminho do sucesso. Também acredito que as empresas precisam investir na divulgação do produto. Quem não conhece a Coca Cola? Todo mundo conhece, mas a Coca não para de investir nas propagandas.

A GESTÃO DE PESSOAS É UM DESAFIO CONSTANTE DA VIDA DOS EMPRESÁRIOS. COMO TRABALHA O ENGAJAMENTO E A MOTIVAÇÃO ENTRE OS COLABORADORES?

Eu tenho uma cabeça privilegiada. No caso da soja, retornei um percentual dos lucros para os meus funcionários. Eu os chamo, mostro resultado e falo da parte deles. Funcionário meu eu trato bem. Fiz uma festa uma vez na minha fazenda para todos os colaboradores, veio funcionário de

tudo quanto é lado para aproveitar churrasco e música sertaneja, do jeito que eu gosto. Para administrar não sou dos melhores, mas contrato pessoas que sabem fazer.

O SENHOR JÁ FOI VEREADOR E DEPUTADO FEDERAL NOS ANOS 1990. COMO FOI A EXPERIÊNCIA E QUAL A SUA RELAÇÃO COM A POLÍTICA?

Sempre gostei de ser popular e sempre fui prestativo, então com 18 anos me elegi vereador. Hoje meu filho é governador do Paraná e foi eleito o melhor do Brasil. Ele é muito determinado no desenvolvimento do estado e sabe administrar. Não é porque sou pai, é a verdade e as pesquisas mostram. Me dá orgulho saber que o meu filho mudou o estado. Meu filho não aceita corrupção. O maior salário-mínimo regional é do Paraná, um dos portos mais organizados é o do Paraná, o maior produtor de tilápia do Brasil é o Paraná, o maior produtor de alimentos por metro quadrado do mundo é o Paraná, a melhor educação pública é do Paraná.

COMO DEFINE SUA RELAÇÃO HOJE COM O PARANÁ E ESPECIFICAMENTE COM A REGIÃO DE MARINGÁ?

O Paraná é minha paixão. É um estado organizado e tem cidades planejadas como Maringá. Fico muito na Fazenda Ubatuba e aproveito para estar perto de quem eu gosto, sempre do meu jeito, não gosto de frescura. Aqui tenho além da TV Tibagi, a Massa FM e outros investimentos. Venho sempre que posso a Maringá, uma cidade exemplo para o Brasil.

Zeca Quirino, da Catamarã, recebe Empresário do Ano

Engenheiro civil e CEO de uma construtora familiar teve a trajetória reconhecida pelas quatro entidades realizadoras do prêmio

Engenheiro civil e CEO da Catamarã Engenharia, José Armando Quirino, o Zeca, recebeu o prêmio Empresário do Ano, concedido anualmente pela ACIM, Sivamar, Apras e Fiep. A cerimônia foi em 29 de setembro.

Para o presidente da Associação Comercial, José Carlos Barbieri, o prêmio reconhece uma “empresa tradicional e sólida, que é exemplo de governança, sucesso familiar e para a construção civil. Zeca é um homem simples, de fé, inquieto, trabalhador, persistente, detalhista, orgulhoso da família que construiu, um filantropo diferenciado que gosta de comemorar conquistas e sempre disposto a ajudar a todos”.

Já o presidente da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), Renato Correia, destacou: “ter o reconhecimento de todas as entidades da sua região como merecedor de um prêmio desta envergadura é uma prova de competência incrível”.

FÉ E CONSTRUÇÃO CIVIL

Carlos Valter Martins Pedro falou da satisfação de encerrar o mandato como presidente da Fiep homenageando Zeca. “Este prêmio é para o Zeca, sua família, Catamarã, mas principalmente para a construção civil, uma indústria que tem importância e especificidade. Parabéns”.

O secretário da Indústria, Comércio e Serviços do Paraná, Ricardo Barros, disse que “há 35 anos



Dercílio Constantino, Ariovaldo Costa Paulo, José Armando Quirino, Marcela dos Santos, Carlos Valter Martins Pedro e José Carlos Barbieri _ FOTO/IVAN AMORIN

convivo, luto e faço esforço para trazer recursos para que nossa cidade seja melhor, e o Zeca contribui muito para isso, porque Maringá é um esforço de todos nós. O prêmio é um reconhecimento à amizade, mas especialmente à atuação no Marev, pela fé que move a sua luta, os seus princípios e o seu sucesso”. Em seu discurso, o vice-prefeito Edson Scabora ressaltou o “reconhecimento pela história do homenageado”.

O certificado do prêmio foi entregue pelos representantes das quatro entidades realizadoras: José Carlos Barbieri (ACIM), Carlos Valter Martins Pedro (Fiep), Dercílio Constantino (Sivamar) e Ariovaldo Costa Paulo (Apras). E o homenageado com o mesmo prêmio no ano passado, Márcio Frizzo, da Certezza Consultoria, entregou a estatueta exclusiva a Zeca.

Emocionado e ao lado da esposa, Marcela Araújo Moreira dos Santos, o Empresário do Ano afirmou: “este

prêmio tão importante, que é capitaneado pela ACIM e chancelado por tantas entidades de renome, é uma honraria para uma pessoa que nunca pensou em um prêmio, mas sempre quis premiar a vida de pessoas com qualidade de vida”.

A cerimônia teve patrocínio de Arilu, Alto Giro, Ambiente Ar Condicionado, Arquitetura ao Cubo, Bradesco, Centro Comercial Tiradentes, Certezza Consultoria Empresarial, CliniSport Prime, Cocamar, Colégio Objetivo, Cooper Card, DS Som, Ducz, Engiteq, EPS Drywall, Euro Condomínios, Exceleds, Fiep, Fomento Paraná, Gerdau, Get Card, Ingá Tubos, Leblocc Centro de Eventos, Mendes Cardoso, Metalúrgica Continental, Revest Acabamentos, Saint Helena Bilingual Education, Sicoob Metropolitan, Sierra Móveis, Silvio Iwata, Sincol, Sinduscon/PR-Noroeste, Sisa Construções, Sisprime Cooperativa de Crédito, SVN Investimentos, Tec Fund e Unimed.

Feliz Natal

MARINGÁ

obrigado por acolher a Fininho Express!



2024 estaremos mais fortes!

Agradecemos por estar ao nosso lado por mais um ano.

☎ **44 99840-0449**

📍 **44 3041-3338**

WWW.FININHOEXPRESS.COM.BR

Presidente
Prudente

COLETAS

ENTREGAS

SERVIÇOS DEDICADOS

Loanda

Paranavaí

Colorado

Jaguapitã

Londrina

Apucarana

Maringá

Douradina

Nova
Olimpia

Rondon

Paraiso
do Norte

Japurá

Jussara

Cianorte

Peabiru

**Cross
Docking**

Porta a Porta
Umuarama

Tuneiras
do Oeste

Araruna

Campo
Mourão

FRANCHISIGN

Goioerê

Mamborê

CT-e

rapidez

NF-e

Assis
Chateaubriand

Juranda

Ubiratã

segurança

agilidade

Cafelândia

baixo custo operacional

**Terceirização
Logística**

Pós Venda

Cascavel



SUA ENCOMENDA EM BOAS MÃOS

**ROTAS
ATENDIDAS**
24 até
HORAS

Baixe nosso app



Votos de prosperidade NOS NEGÓCIOS

Pagamento do 13º salário, aumento de empregos e queda da Selic renovam esperança de bons negócios e incentivam abertura e expansão das empresas



Pelos cálculos da economista Juliana Franco Afonso, do Codem, 13º salário deve injetar R\$ 594 milhões em Maringá; valor não leva em consideração aposentadorias e pensões _ FOTO/IVAN AMORIN

O comércio já começou a contratar para o fim de ano, com previsão de 110 mil vagas temporárias, segundo levantamento realizado em todas as regiões do país pela Confederação Nacional do Comércio. O número é o maior dos últimos dez anos.

Em Maringá, o comércio, a exemplo de outras cidades brasileiras, absorve a maior demanda dos 250 a 300 trabalhadores temporários, em média, contratados entre outubro e dezembro. O setor de serviço vem logo atrás. “É uma oportunidade para quem está à procura de emprego e possibilidade de efetivação”, aconselha a economista Juliana Franco Afonso, que é diretora executiva do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem).

O número de vagas temporárias acena para uma melhora na confiança dos comerciantes após um tímido desempenho na geração de empregos nos primeiros oito meses do ano: segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), Maringá gerou, no período, 5.097 novos postos com carteira assinada, ficando em quarto lugar no ranking do Paraná.

Enquanto o setor de serviços contribuiu para a geração de 48% das vagas, o comércio abriu apenas 4,7%, ou seja, 244 vagas. O número representa queda de 71% no comparativo com o mesmo período de 2022.

DÉCIMO TERCEIRO SALÁRIO

Fim do ano também é o período de pagamento do 13º salário, que deve injetar em Maringá R\$ 594 milhões até dezembro, 5,7% a mais que no ano passado. O pagamento beneficia em torno de 174,7 mil trabalhadores do mercado formal, segundo Rais e Caged. O valor médio é de R\$ 3.399.

Serviços e o comércio são os que mais geram renda extra, visto que concentram 77% dos trabalhadores com carteira assinada. Já aposentados e pensionistas do INSS devem receber em torno de R\$ 71 milhões referentes à segunda parcela do 13º salário.

“A estimativa não leva em conta autônomos, assalariados sem carteira ou trabalhadores com outras formas de inserção no mercado que, eventualmente, recebem abono de fim de ano, uma vez que não há dados disponíveis sobre esses proventos”, explica a economista.

Com mais dinheiro circulando, o consumo naturalmente aumenta, elevando a expectativa dos lojistas por gastos no comércio. Juliana, no entanto, orienta prudência e organização financeira. “A renda extra pode ser usada de forma inteligente pelas famílias. O ideal é primeiro pagar as contas em atraso e sair da inadimplência. Também é importante guardar uma parte como reserva e fazer investimentos visando à geração de renda extra. Por fim, vale a pena fazer umas comprinhas de Natal ou aquela viagem tão sonhada”, diz.

DNA EMPREENDEDOR

Além dos fatores pontuais de fim de ano, evoluções positivas de índices econômicos elevam a expectativa e a confiança do setor produtivo para um 2024 próspero. “No ano que vem teremos maior conhecimento sobre os resultados da política econômica do primeiro ano no plano nacional. Será o sexto ano do nosso governo estadual e o oitavo e último ano da gestão municipal atual. Logo, não teremos grandes surpresas no perfil da gestão. Porém, vale um olhar atento

para as eleições”, avalia o professor do curso de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Vitor Nogami.

Para a economista e diretora do Codem, Maringá deve continuar apresentando perspectiva de crescimento, visto que o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) maringaense sempre fica acima das médias paranaense e nacional.

Entre os fatores que acenam para uma melhora estão as eleições municipais, já que, normalmente, há aumento dos gastos públicos. Além disso, o apoio e incentivo à classe empresarial são, historicamente, pautas de qualquer governo. “Candidatos à prefeitura e prefeitos têm se mostrado preocupados com o desempenho das empresas, pois é a principal fonte de receita do município. Se a economia local vai bem, a arrecadação municipal também vai. Então, acho difícil um candidato construir uma campanha que vá contra os interesses do mercado”, pontua o professor da UEM.

Também há expectativa de crescimento das exportações, lideradas pelo agronegócio. Maringá é a segunda cidade do Paraná em exportação e a 14ª do Brasil. De janeiro a setembro, o saldo acumulado é de US\$ 2,4 bilhões, superando os US\$ 2,1 bilhões de todo o ano passado.

A abertura de empresas é outro diferencial. Dados da Junta Comercial do Paraná (Jucepar) apontam Maringá como a terceira cidade do estado no quesito. E por aqui, a cada quatro empresas abertas, apenas uma fecha. “Quando a economia vai bem, tende a ser mais confortável abrir um negócio, uma vez que os juros são acessíveis e o consumo está pujante. Por outro lado, há inúmeros casos de negócios que abriram e fizeram sucesso na crise. Por vezes, no quesito das micro e pequenas empresas, prefiro confiar mais na capacidade do empreendedor local do que no cenário econômico. Maringá é uma cidade com DNA empreendedor”, avalia Nogami.

CENÁRIO MACRO

Apesar disso, o professor da UEM reconhece a importância da conjuntura econômica para o mercado. Entre os indicadores, é fundamental levar em conta a projeção da inflação, taxas de juros, oscilações do dólar e a expectativa do PIB brasileiro.

A boa notícia é que no cenário macro as proje-



“No quesito das micro e pequenas empresas, prefiro confiar mais na capacidade do empreendedor local do que no cenário econômico”, avalia Vitor Nogami, professor da UEM _FOTO/IVAN AMORIN



Michael Tamura recém-abriu a loja física do Café Tamura e até o final do ano vai inaugurar mais uma, após processo de rebranding _FOTO/IVAN AMORIN

ções também são animadoras. O PIB, por exemplo, tem previsão de crescimento de 2,26% em 2024, estima o governo federal.

Segundo o Boletim Focus do Banco Central, a projeção é que a Selic, atualmente em 12,75% ao ano, termine 2023 em 12,25%. Até junho de 2024 a previsão é que chegue a 10%. “Esta queda mudará significativamente o acesso a crédito e implicará outros tipos de comportamentos. Com maior acesso a crédito, os financiamentos para as empresas aumentam e o consumo dos brasileiros também”, avalia o professor da UEM.

Ele ressalta que a queda de juros costuma beneficiar todos os setores. “Em nossa região os setores que têm se destacado e devem continuar assim são: agronegócio, saúde e tecnologia. De acordo com a Pesquisa Data Maringá, podemos esperar um retorno mais efetivo também do varejo e da educação”.

Por outro lado, o dólar deve subir, principalmente com o cenário de guerra em Gaza. “São inúmeros os fatores que influenciam o valor do dólar, em especial fatores externos. Tentar prever o valor da moeda americana tem se mostrado um exercício que implica equívocos”, pontua Nogami.

Outro índice que vai na contramão da taxa de juros é o da inflação, mas ainda assim, segundo o professor da UEM, deve se manter sob controle.

“Aparentemente, aprendemos com a lição após a crise inflacionária dos anos de 1980 e início dos anos de 1990. Também já é conhecimento adquirido do mercado que os ciclos econômicos vêm e vão”.

Confiantes nisso, e no trabalho de planejamento, empresas de Maringá estão investindo em ampliação, modernização e diversificação.

DA FAZENDA PARA CAFETERIA

O aroma e o sabor singulares do café Tamura agora têm endereço próprio. Foi inaugurada em setembro a primeira loja física da marca, na Zona 4 de Maringá, região povoada por escritórios, clínicas e hospitais. O ponto conta com forte apelo histórico. O imóvel, que passou por ampla reforma, pertencia a uma família de pioneiros. “Tentamos preservar a estrutura original para termos memórias das vidas que aqui passaram”, revela Michael Tamura, quarta geração da tradicional família de cafeicultores e à frente do negócio.

Segundo ele, o projeto da loja própria era estudado há, pelo menos, cinco anos. “Foram dois anos só para conseguirmos o ponto ideal e definirmos o modelo”, diz. O conceito eleito foi o *farm to table* (da fazenda para a mesa), resultado da busca por referências mundo afora, com a ideia de levar o café produzido nas fazendas

**Família e Escola
precisam caminhar
lado a lado para
garantir às crianças e
jovens uma formação
resiliente, flexível e
com práticas
inovadoras. Acredite,
como nós, na força do
amor e do
conhecimento.**



**MATRÍCULAS
ABERTAS**

Colégio São Francisco Xavier
Rua Monsenhor Kimura, 31 - Zona 02
☎ (44) 3029-3206
📞 (44) 99961-0541



Arilu Distribuidora está investindo R\$ 54 milhões no novo centro de distribuição, que vai permitir triplicar o faturamento em três anos, planeja o CEO Arioaldo Costa Paulo

— FOTO/WALTER FERNANDES

direto para a cafeteria. “Somos a única marca maringense que produz o próprio grão. Acredito nesse apelo e na nossa proposta de negócio”, diz.

Os grãos do Café Tamura são produzidos, auditados e certificados na região do Cerrado Mineiro, em Minas Gerais. O certificado é dado apenas aqueles que alcançam acima de 80 pontos (na escala da SCA - Special Coffee Association), tendo como critérios defeitos nos grãos, notas aromáticas, classe e tipo de espécies, formato do grão, granulometria, sabor, bebida, cor, existência de misturas e qualidade.

“Controlamos o processo produtivo, desde a produção ao serviço na mesa dos consumidores. Esta é a principal garantia de um café especial com o mesmo padrão de qualidade”, explica.

Além disso, a loja física é uma oportunidade de estreitar o relacionamento com os clientes que, segundo Tamura, buscam conhecer o que está por trás da marca. “Teremos a oportunidade de difundir a nossa narrativa, a história da empresa e da marca”.

Marca, aliás, que passou por *rebranding* para simbolizar a nova fase. O investimento em comunicação visual – tanto da loja como dos produtos – ultrapassa R\$ 100 mil. E os investimentos não param aí. Até o final do ano uma segunda loja deve ser aberta em Maringá, desta vez com

um conceito mais urbano, porém com o mesmo cardápio. Também estão previstas a expansão do mix e capacitações do público e dos colaboradores sobre o café.

Em breve, os apreciadores do café especial ainda terão a oportunidade de conhecer o processo produtivo em uma microtorrefação que será aberta na cidade. No campo, a marca está à procura de fazendas parceiras que possam ofertar cafés com diferentes perfis aromáticos e notas no paladar, além de investir na diversificação dos grãos. Foi incluída no portfólio a variedade Geisha, recém-divulgada no mercado brasileiro. “As condições financeiras de mercado não são as melhores, mas o setor está expandindo”, conclui Tamura.

INVESTIR PARA CRESCER

Há quase quatro décadas atuando no mercado de logística e distribuição, a Arilu Distribuidora também decidiu que era hora de colocar em ação os projetos de expansão. Com investimento inicial de R\$ 54 milhões, a empresa está construindo um centro de distribuição que será inaugurado no primeiro semestre de 2024,

“Como várias empresas locais, a Arilu iniciou as atividades com um pequeno negócio, que foi expandido. As instalações foram se adequando à medida do crescimento, porém chegou a um



Thiago Kendi Nagao abriu a quarta loja da Usaflex após a vacância de um ponto no Maringá Park: “a expectativa é alta” _ FOTO/IVAN AMORIN

ponto que não temos como expandir fisicamente e isso começou a prejudicar o planejamento de crescimento, por isso decidimos investir em um novo espaço”, conta o CEO Ariovaldo Costa Paulo.

Em construção desde outubro do ano passado, o espaço fica em Paiçandu, onde está a sede da empresa. O terreno foi estrategicamente escolhido. “Precisávamos de uma área de aproximadamente 100 mil metros na margem de rodovia e de fácil acesso. Não foi fácil achar uma área com estas características”, revela Costa Paulo.

Na primeira etapa, estão sendo erguidos 23 mil metros quadrados, com 23 docas para caminhões, praticamente o dobro dos 11 mil metros quadrados do imóvel atual. A obra é sustentável, com captação de água da chuva e usina de energia solar que vai suprir 100% da demanda.

Além da ampliação física, o novo espaço representa um avanço em inovação, tecnologia e logística. O investimento inclui softwares que vão acelerar o sistema de distribuição. Hoje a empresa leva no máximo 36 horas para fazer entregas em 275 municípios paranaenses. Em alguns itinerários, o tempo máximo é de 24 horas.

“Teremos uma usina de energia solar de três mega, porta-paleta de 13 metros de altura e fracionamento de produtos com 12 estações

de *check-out*. Já a automação de separação de produtos ficará para a segunda etapa”, explica o CEO.

Com o investimento, a empresa alavanca a meta ambiciosa de triplicar o faturamento até 2026. Futuramente, a ideia também é ampliar a área de atuação. Por enquanto, os serviços seguem sendo prestados no norte do Paraná. “Várias indústrias nos procuram para fazer a logística e distribuição, mas devido ao limitado espaço físico, acabamos declinando, o que vamos resolver com o novo centro de distribuição”, diz Costa Paulo.

A empresa conta com carteira de clientes formada por 40 indústrias, 200 marcas e dois mil itens, distribuídos em sete mil pontos de vendas. Dos 530 colaboradores, quase 200 são vendedores. Os 190 que trabalham na distribuição receberão reforço de 50 profissionais que serão contratados. “Teremos tempos difíceis pela frente, com queda nos preços das *commodities*, alta do dólar e baixo poder de compra do consumidor. São situações que preocupam, mas já tiveram tempos piores. O momento não está propício para investimentos, mas no nosso caso é uma necessidade para continuar crescendo”, pontua.

OPORTUNIDADE DE MERCADO

No caso da família Nagao, a decisão de abrir a quarta loja da Usaflex em Maringá acompanha o plano de expansão e *rebranding* da marca de calçados femininos no cenário nacional. Hoje são 280 lojas no país, com o objetivo de chegar a 350 lojas em 2023.

"Este é o melhor momento da marca em termos de modernização e tecnologias. O objetivo da reformulação é expandir os públicos, afastando a ideia de calçados para senhoras, por meio de modelos que aliam beleza, *design* e conforto", explica Thiago Kendi Nagao, responsável pela administração da loja recém-inaugurada no Maringá Park Shopping Center.

Segundo ele, a decisão de abrir a unidade foi tomada há quatro meses quando surgiu uma oportunidade de ponto no shopping. Desde 2012 a família Nagao representa a Usaflex na cidade, sendo que as outras operações estão instaladas nos shoppings Avenida Center e Catuaí, e na avenida Duque de Caxias.

A nova loja tem 70 metros, além do ambiente de estoque e administração. A operação iniciou as atividades gerando sete empregos e recebeu investimento de R\$ 400 mil, com previsão de retorno, de acordo com Nagao, de dois anos. Para seguir o planejamento, embora a inauguração não tenha sido estrategicamente pensada, o empresário espera boas vendas na reta final de 2023. "A expectativa é alta. Tanto que pretendemos abrir vagas temporárias até dezembro", diz. "Frequentemente nas mídias ostentando o título de cidade maravilhosa para se morar, Maringá está crescendo e atraindo públicos com boa renda mensal e aumentando a renda *per capita*. Isto favorece os negócios locais", conclui o empresário.

MARINGÁ ENCANTADA

Além de propagar o clima natalino, a Maringá Encantada é uma aliada dos lojistas nas vendas de fim de ano. Com o tema 'Preservando a Magia do Natal', a campanha começará em 15 de novembro e se estenderá até 7 de janeiro de 2024.

A abertura será na praça da Catedral, a partir das 18h, com apresentação da Orquestra da Unicesumar e Coral do Colégio Adventista. Na sequência, está programada a chegada do Papai Noel, com o acendimento das luzes e a entrega da chave da cidade. A banda Roupas Nova fechará a noite com um show às 20h30.

A abertura da Maringá Encantada nos distritos de Floriano e Iguatemi ocorrerá nos dias 17 e 18, respectivamente, a partir das 19h. No dia 24 de novembro, terá início a programação no Parque do Japão.

A Vila do Papai Noel, que terá apoio da ACIM e estará na Praça Napoleão Moreira da Silva, funcionará entre 15 de novembro e 24 de dezembro, de segunda a sexta-feira das 17h até a meia-noite, e aos sábados e domingos, das 14h às 2h.

A praça da Catedral terá roda gigante, carrossel, feira de artesanato, espaço gastronômico e atrações culturais. O Mercado, na avenida Prudente de Moraes, sediará a Feira da Economia Criativa.

Neste ano, as decorações natalinas são feitas de bambu. Outra novidade é o 'Show das Águas Dançantes', um espetáculo noturno que ocorrerá entre 25 de novembro e 9 de dezembro no Parque Alfredo Nyffeler (Buracão). Uma banda natalina se apresentará em ruas, avenidas, praças e parques entre 15 de novembro e 24 de dezembro, além de cerca de 50 apresentações e espetáculos teatrais e musicais temáticos.

"A Maringá Encantada é um marco no desenvolvimento turístico e econômico da cidade. Neste ano, a festa ganhou mais visibilidade nacional com a conquista da 'Marca Brasil', identidade visual concedida pela Visit Brasil, gerência da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo. Com isso, o evento que recebe milhares de visitantes passa a fazer parte do calendário oficial do turismo brasileiro", destaca o vice-prefeito e secretário de Aceleração Econômica e Turismo, Edson Scabora.

Sem idolatria, tecnologia precisa ser incorporada à educação

Em que pesem os desafios que representa para a Educação, a tecnologia, em especial a inteligência artificial, não pode ser ignorada e precisa ser incorporada à sala de aula. “A escola tem que se atualizar, mas não tem que se render”, crava o filósofo e educador Mario Sergio Cortella, que é doutor em Educação pela PUC-SP.

A afirmação foi feita durante a passagem dele por Maringá, em agosto, como palestrante do Congresso de Educação e Cidadania, um dos maiores eventos do setor do Paraná realizado pelo Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino do Noroeste do Paraná (Sinepe/NOPE).

Em entrevista à Revista ACIM, o filósofo também analisou a sociedade pós-pandemia e falou sobre a importância de temas como a diversidade e equidade na sociedade:

DURANTE A PANDEMIA, MUITO SE FALAVA EM UM OLHAR MAIS EMPÁTICO. COMO A SOCIEDADE, DE FORMA GERAL, SAIU DA PANDEMIA?

Temos grande capacidade de sermos tolos e esquecermos com velocidade aquilo que, de fato, importa. Temos dificuldade de entender aquilo que nos faz mal, e assim que há uma diminuição dessa situação, se retoma em larga escala aos hábitos antigos. Durante a pandemia, a empatia apareceu por parte de algumas pessoas, mas de maneira alguma foi expressiva. Temos uma capacidade rarefeita de dar passos nessa direção. No cam-

FOTO/IVAN AMORIN



po do desejo, gostaria muito que não fosse assim, mas não é o meu desejo que estabelece. Por isso, de maneira geral, as pessoas recusam a ideia de que as coisas não têm alternativa.

DIVERSIDADE E EQUIDADE SÃO TEMAS EM EVIDÊNCIA, INCLUSIVE NAS EMPRESAS. ESTAMOS CAMINHANDO PARA UMA SOCIEDADE MAIS TOLERANTE E EMPÁTICA?

Sem dúvida, e de forma acelerada, porque não temos alternativa a não ser fazer aquilo que é certo, seja em termos de equidade como princípio garantidor da igualdade constitucional, sejam em questões de diversidade como acolhida daquilo que a vida é e as pessoas são. As empresas que têm inteligência estratégica estão fazendo porque entenderam a importância desses movimentos. Aquelas que são arcaicas e reacionárias perderão espaço, porque hoje a diversidade é um valor social e um valor de mercado. Quem não coloca isso em prática, perde capacidade de perenidade.

COMO FAZER DA INTERNET E DA TECNOLOGIA, COMO O CHATGPT, ALIADAS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM?

Todas as vezes que nos deparamos com tecnologias novas, elas produzem, num primeiro momento, espanto e encantamento. É necessário cautela para não perder o senso crítico. De maneira geral, a utilização da inteligência artificial faz com que a gente dê passos além. Só que não podemos ter uma entrega ingênua e distraída em relação a essas novidades. Já temos a inteligência artificial no nosso cotidiano, logo a escola precisará lidar com isso. Mas não pode haver uma informatolatria, ou seja, a adoração deste mundo, tampouco informatofobia, que é o pânico em relação à tecnologia. É preciso fazer o uso inteligente, do contrário, a distração ou o mau uso levará ao dano. A escola tem que se atualizar, mas não tem que se render, afinal uma das coisas que fazemos há séculos é lidar com o que está chegando e incorporar.

DURANTE A PANDEMIA HAVIA PREOCUPAÇÃO COM O POSSÍVEL ATRASO DOS ALUNOS DIANTE DE TANTO TEMPO LONGE DAS SALAS DE AULAS. FOI POSSÍVEL RECUPERAR ESTE ATRASO?

Deve demorar pelo menos uma década para recuperar o período de políticas públicas absolutamente ausentes e os momentos em que houve a necessidade de retirar a ação escolar no dia a dia do espaço físico.



TecnoSpeed

é a melhor empresa para se trabalhar no Paraná!

Ranking GPTW Paraná 2023



A TecnoSpeed foi criada para simplificar a rotina e fortalecer o desenvolvedor de software nacional. Essa missão nos guiou por muitos desafios, rendeu muitas inovações e, ainda hoje, é exatamente o que nos faz continuar trabalhando e crescendo.

**Investir em pessoas é a base de nosso negócio
e temos orgulho em desenvolver uma cultura
inovadora e reconhecida em 2023!**

Em 2024, vamos fortalecer
(ainda mais) o mercado
de software nacional!



Faça parte desse
movimento! Conheça
nossa comunidade!





FINANCIAL
TIMES

Entre as 15 empresas
brasileiras que mais
cresceram nas
Américas em 2022



Troféu Sesi de
Melhores Práticas em
Segurança, Saúde
e Bem-estar



1º lugar do Prêmio
Empresa Inovadora,
da Viasoft Connect,
na categoria Serviços



Prêmio Nacional
de Inovação

TOP 3 no Prêmio
Nacional de Inovação
na categoria
"Processos"



Lugar Mais Incrível
Para Trabalhar na
área de Tecnologia
2023



Melhor Empresa
Para Trabalhar no
Paraná, categoria
médias empresas



ENE

Selo Ouro em
Excelência Nível
Empresarial
Maringá



TOP 3 entre as
Melhores Empresas
Para Trabalhar no
Brasil, categoria
médias empresas



Finalistas no Prêmio
Inova Maringá 2023,
categoria médias
empresas



Certificação
selo Prata ODS da
ONU emitido pela
ACIM e Sebrae

Premiação
GPTW TI Brasil
em breve!



Onde e como comunicar?

Eis grandes desafios

Com as possibilidades de mídia on e off e vários formatos de conteúdos, ações de marketing exigem planejamento



Carlos Eduardo Peinado, da Lettera: “tem muita empresa nativa digital que opta por investir em campanhas na mídia off para falar com pessoas que o algoritmo não alcança ou com aqueles que não conhecem o serviço” _ FOTO/IVAN AMORIN

As plataformas digitais, de fato, apresentam capacidade de alcance e interação grandes e mensuráveis. Isso não significa, porém, que as mídias tradicionais (TV, rádio, outdoor, revista, cinema, entre outros), chamadas *offline*, vão desaparecer. Muito menos que deixaram de apresentar resultados. Pelo contrário, todos os canais têm alcance de acordo com a sua especificidade, o que variam são os objetivos e público de interesse.

É o que afirma o publicitário e diretor da Lettera Comunicação e Marketing, Carlos Eduardo Peinado, ao destacar que as micro e pequenas empresas estão em um processo de adaptação a esse novo universo. E nesse contexto de possibilidades, tanto os empresários quanto os profissionais de Marketing se deparam com um desafio: escolher mídias para investir e conteúdos para transmitir.

A primeira dica do especialista é ter, pelo menos, um pouco de conhecimento técnico, além

de investir esforços em planejamento e criatividade para direcionar a comunicação. “Tudo precisa estar conectado, desde uma arte para outdoor a uma campanha de tráfego. Sem contar que toda ação deve estar alinhada ao objetivo e às características da marca”, ressalta.

O entendimento claro do produto/serviço, dos consumidores e das mídias também é essencial nesse processo. A partir daí, Peinado diz que se torna viável a tomada de decisão. “No intervalo comercial da TV aberta tem muita empresa nativa digital, como TikTok, Meta e Mercado Livre, entre os anunciantes. Elas optam por investir em campanhas na *mídia off* para falar com pessoas que o algoritmo não alcança ou com aqueles que não conhecem o serviço. Isso é estratégia com embasamento”, exemplifica.

O grande erro das micro e pequenas empresas, na avaliação do publicitário, é buscar fórmulas



Valber José Pedrosa investe 4% do faturamento da Casa de Churrasqueira em marketing: “anunciamos o ano todo”

_ FOTO/IVAN AMORIN



“É preciso pensar nos produtos e serviços com os olhos do cliente, porque isso descomplica a produção de conteúdo”, diz Giselle Pupio, da Montex_ FOTO/IVAN AMORIN

por falta de dedicação para estudar, planejar, ser resiliente nas ações de marketing e analisar os resultados. “Uma campanha não pode ser medida somente com um olhar sobre o caixa, porque só identificar vendas é simplista. Além disso, não dá para esperar que curtidas se transformem em conversão de vendas”, cita.

É preciso observar variáveis que vão além das métricas disponíveis nas plataformas digitais. “Só propaganda não coloca o produto/serviço na mão do consumidor. É preciso avaliar se a jornada de compra está fluindo, porque não adianta atrair o cliente se não o atender de forma satisfatória, se o produto não é atrativo e se o pós-venda não mantém o relacionamento”, enfatiza.

NA PRÁTICA

Valber José Pedrosa assumiu a gestão da Casa de Churrasqueira há oito anos e, desde então, passou a investir em mídias tradicionais, como TV, rádio e outdoor. “Valorizo a divulgação da marca, de produtos e de serviços em veículos que tenham credibilidade”.

Como muitos micro e pequenos empresários, inicialmente ele cuidava do Marketing. À medida que o negócio se estruturou, percebeu que seria necessário profissionalizar a comunicação, e foi o

que fez. Há dois anos, o departamento conta com uma equipe que desenvolve o planejamento estratégico e inclui a empresa no ambiente online, com site e mídias sociais.

Outra medida foi estabelecer critérios para direcionar investimentos em anúncios e conectar as campanhas *on* e *off*. “Decidimos continuar com os veículos tradicionais porque eles atraem clientes e ajudam a manter a marca lembrada”, argumenta. Os investimentos em marketing somam 4% do faturamento. “Anunciamos o ano todo, e em períodos sazonais aumentamos quatro vezes a frequência de divulgação. Estamos felizes com os resultados e a expectativa é ampliar os investimentos”.

CONTEÚDO E ENGAJAMENTO

Para desenvolver conteúdos que encontram o ponto entre aquilo que a empresa quer comunicar e o que o público quer consumir, a empresária e membro do Núcleo de Marketing do programa Empreender da ACIM, Giselle Cancine Pupio, resalta a importância da clareza na definição tanto da marca quanto das funcionalidades das mídias. “É preciso entender os objetivos da empresa e dos canais”.

Giselle também aconselha conhecer o perfil



Luiz Henrique Paniça Lemos, publicitário e criador de conteúdo: “se bem escolhidos, influenciadores podem agregar visibilidade e autoridade” _FOTO/IVAN AMORIN

do público-alvo, mapeando a jornada de compra. “A partir desses entendimentos é possível organizar um calendário de postagens e conteúdos que atendam aos momentos de cada etapa do cliente. É preciso pensar nos produtos e serviços com os olhos do cliente, porque isso descomplica a produção de conteúdo”, enfatiza ela, que é proprietária da Montex, agência de marketing e *branding*.

As dicas são produzir campanhas que conversem com o público, que tirem dúvidas, gerem valor e informação e destaquem os diferenciais da marca, despertando o desejo de compra. “Muitos fazem conteúdo, mas não falam de venda e, assim, não vendem na internet”, alerta. Uma sugestão é aplicar vários formatos para um mesmo conteúdo, como texto, vídeo, foto, ilustração, depoimentos e histórias. “Só lembre de acompanhar as tendências da internet, que passam por rápidas e constantes mudanças. Textos e vídeos de hoje, por exemplo, são completamente diferentes de três anos atrás”.

Já para obter engajamento, que é a participação ativa dos consumidores junto à marca, determinando a boa performance, a especialista diz

que não dá mais para separar o mundo digital do físico e do social. Inclusive, o termo “figital” expressa essa fusão. “Hoje as empresas passam a entender ‘quem sou’ e não apenas ‘o que eu vendo’, ‘com quem me relaciono’ e não apenas ‘quem são meus clientes’. Se essa adaptação estiver presente nas *mídias on* e no ambiente físico, potencializa resultados. Ou seja, o envolvimento vai além das vendas, curtidas, comentários, compartilhamentos, entre outros”.

A empresária avalia ainda que os erros mais comuns em conteúdo e engajamento é querer falar com todos ao mesmo tempo e não equilibrar a abordagem entre campanhas de vendas e de conteúdo. “Outra atitude que dificulta a produção é terceirizar o Marketing no sentido de não acompanhar processos e só esperar para ver os resultados. Este é um setor importante para ser deixado de lado, e o melhor caminho é unir o conhecimento do empresário, que tem a visão global e profunda do negócio, e a equipe especializada em comunicação”.

Para dar conta de tantas tarefas com recursos escassos, como é a realidade da maioria das micro e pequenas empresas, Giselle sugere que pri-

meio sejam definidas as prioridades e, depois, estabeleçam poucas ações que poderão ser bem executadas. “Se optar por investir na mídia online, por exemplo, contrate profissional, estabeleça metas, combine prazos, envolva a equipe no processo de conversão, faça *follow-up* (acompanhamento) e avalie os números constantemente. Se for investir no tradicional (offline), faça o mesmo”, orienta.

MARKETING DE INFLUÊNCIA

O publicitário Luiz Henrique Paniça Lemos, que também é especialista em Gestão Estratégica de Marketing e criador de conteúdo digital, reforça que uma boa alternativa são os influenciadores. “Se bem escolhidos, eles podem agregar visibilidade e autoridade. Além disso, a empresa que está aberta a novas possibilidades demonstra visão de futuro”, argumenta.

Lemos ressalta que os influenciadores funcionam para qualquer nicho e aumentam as chances de alcance e engajamento nos *posts*, porque atuam como endossantes da marca. “É como se eles estendessem a autoridade em determinado setor para o seu negócio, mas é preciso escolher profissionais que tenham credibilidade junto ao público-alvo da empresa”, enfatiza Lemos, que atua como influenciador, administrando o perfil @dicionariomaringaense.

Ele ressalta ainda que é preciso observar se o *influencer* tem engajamento proporcional ao número de seguidores, se tem proposta de conteúdo, visão de mundo, valores, princípios e público semelhante às expectativas da empresa, e se não apresenta repercussões negativas. “Não fique preso aos influenciadores com milhares de seguidores. Muitas vezes aqueles com menos seguidores, mas com autoridade em determinados nichos e abrangência no município de atuação da empresa, são opções viáveis”, explica.

Lemos alerta ainda que muitos empresários esperam grandes volumes de vendas logo após a realização de campanhas com influenciadores, mas nem sempre isso acontece com uma única ação. Além disso, há outros fatores que podem interferir nos resultados, como a escolha do profissional, problemas com produto e preço ou até o *timing* errado de divulgação. “Todos esses fatores podem travar as vendas mesmo com uma comunicação bem-feita e assertiva”, reforça.

ESTRATÉGIAS DE CONTEÚDO PARA CONQUISTAR ENGAJAMENTO E AUTORIDADE



Torne os stories mais humanos

mostrando situações do dia a dia, curiosidades e transparência nas relações. Evite artes



Conte histórias. Isso faz com que as pessoas queiram acompanhar o conteúdo



Direcione a próxima ação do usuário.

Essa também é uma forma de convidá-lo a continuar consumindo o seu conteúdo e interagindo com os posts



Fique atento às tendências,

como “antes e depois” para tornar o conteúdo mais agradável



Faça conteúdos com artes, fotos e reels para o feed do Instagram.

O objetivo desse campo é alcançar novas pessoas



Provoque emoções porque isso faz com que o público interaja em vez de somente rolar a tela em um “loop infinito”



Demonstre que entende daquilo que vende, porque isso constrói confiança



Seja constante nas publicações



Responda aos comentários para mostrar que existe um humano atrás da máquina e para manter a interação. Lembre-se de que comentário também é conteúdo



Foque em construir autoridade, porque este é o grande motivo de obter alcance e engajamento por meio dos conteúdos. E é a autoridade que converte seguidores em clientes.

Fonte: Luiz Henrique Paniça Lemos, publicitário

Compartilhar para crescer

Troca de informações no programa Empreender se transforma em força para aprimorar gestão e expansão de negócios; grupos como o de brechós também trabalham para fortalecer o segmento e a conscientização



>>> Gabriela Neumann Toth e Fernanda Ferreira da Silva abriram a Reabilita Pet neste ano e participam do núcleo PET para conhecer a experiência de colegas e trocar experiências _ FOTO/IVAN AMORIN

Começar uma empresa é um desafio de expansão, afinal, ninguém escolhe o caminho do empreendedorismo se não for para crescer profissional e financeiramente. A veterinária Gabriela Neumann Toth vivencia esse caminho há sete meses, desde que abriu uma clínica com a amiga e sócia Fernanda Ferreira da Silva. A Reabilita Pet oferece serviços de banho e tosa para cães e gatos, mas os focos estão nos atendimentos veterinários integrativos, com a oferta de alimentação natural, acupuntura, ozonioterapia e banhos terapêuticos para os bichinhos.

"Tanto eu quanto minha sócia, que somos veterinárias, trabalhávamos na área, eu no segmento alimentício e ela como anestesista. Decidimos ter algo próprio. Temos boas expectativas, sonhamos

e temos medos, afinal nunca tínhamos empreendido, mas a clínica está crescendo a cada mês", relata Gabriela.

Justamente por estarem enfrentando o começo de uma empresa elas aceitaram o convite de participar do Núcleo Pet do Empreender da ACIM. Criado em 2000, o programa tem 84 núcleos setoriais e multissetoriais que se reúnem a cada 15 dias para compartilhar ideias, buscar soluções e capacitar os integrantes.

"Procuramos esse programa para conhecer a experiência de colegas, trocar experiências e saber como cada empresário lida com os desafios. Todo encontro tem um tema, então voltamos com *insight* sobre algo que podemos melhorar na empresa ou um incentivo para continuar nossa



Julie Gonçalves Andrade de Faria abriu a Julie Nervosa Fashion e se juntou a outros proprietários de brechós: “a conscientização é a base do nosso trabalho, o restante vem como consequência” _ FOTO/IVAN AMORIN

caminhada”, diz.

A troca de experiências entre o grupo costuma ser prática, já que alguns encontros são feitos nas empresas dos integrantes. Para Gabriela, conhecer a rotina de outros empreendimentos do setor é um diferencial. Com o que aprendeu, já foi possível fazer ajustes na gestão de pessoas. “Organizamos as atividades do dia a dia, definimos as responsabilidades de cada cargo e conseguimos inserir os colaboradores nas funções adequadas ao perfil pessoal. Assim conquistamos a organização estrutural da empresa”, destaca.

DE OLHO NA SUSTENTABILIDADE

Quem é ligado em moda sustentável e acompanha as redes sociais já percebeu: Maringá vive um *boom* de brechós. São lojas físicas ou digitais que oferecem roupas, calçados e acessórios de segunda mão. “Existe uma grande diferença entre bazar e brechó. No primeiro, o consumidor apenas encontra peças usadas por preços mais baixos, já um brechó é onde as peças chegam depois de passarem por cuidadosa curadoria. Além disso, elas são lavadas, etiquetadas e o cliente tem a chance de ter uma peça única e exclusiva”, detalha a conselheira-chefe do Núcleo Brechós e empresária Julie Gonçalves Andrade de Faria.

Empolgada com o próprio negócio, a loja Ju-



Junior Jucalli faz parte Núcleo do Comércio do Centro: “vínhamos sofrendo com bancas irregulares nas calçadas, com moradores de rua que afastam os clientes e com a falta de revitalização” _ FOTO/IVAN AMORIN

lie Nervosa Fashion, e com a atuação no núcleo, a empresária destaca os eventos que saíram do papel depois dos encontros. São dez empresários que realizam feiras em datas comerciais e trabalham para mostrar que é possível ter consciência ambiental sem sair da moda.

“A conscientização é a base do nosso trabalho, o restante vem como consequência. Maringá é um polo de brechós, que começou com lojas focadas em roupas femininas e hoje tem roupas infantis crescendo muito. A expectativa de expansão é grande, já que nosso núcleo começou há apenas um ano”, comemora.

Para fazer parte do núcleo, os integrantes passaram por seleção para encontrar os realmente comprometidos. Nas reuniões os empresários se informam sobre temas por meio de palestras e *workshops*. Julie destaca que muitos começaram o brechó com pouquíssima informação e que o núcleo possibilita trocar ideias e aprender. “Quem tem mais tempo no setor, compartilha dicas úteis no dia a dia, como ações que podem alavancar as vendas no fim do mês. Isso amplia o olhar de quem está começando e ajuda na construção do sucesso”, acredita.

A trajetória empreendedora da Julie mostra como o interesse pela sustentabilidade no setor vem crescendo. Ela é consultora de moda e tinha



Diego Zaparolli, da Zappa Alimentos: as trocas entre os integrantes são valiosas. Alguém pode adotar uma rotina que funciona bem em outras organizações e ter ótimos resultados _ FOTO/IVAN AMORIN

decidido criar o negócio para prestar serviço para quem precisasse arrumar malas para viagens internacionais. Com a pandemia e o fechamento das fronteiras, ela buscou um jeito de se reinventar e começou o brechó vendendo as peças num grupo no WhatsApp.

Desde então não parou. A mais recente feira foi no Eurogarden, em setembro, e abriu portas para uma nova edição. Além das expectativas de fim de ano, o grupo planeja uma viagem para o deserto do Atacama, onde há lixo a céu aberto composto por roupas descartadas por Estados Unidos, Europa e China. “A intenção é produzir um artigo sobre essa situação e continuar a divulgar a urgência da mudança do jeito de consumir roupas no mundo”, afirma.

EXPANSÃO E REVITALIZAÇÃO

Outro grupo recente, cujas atividades tiveram início neste ano, foi o Núcleo do Comércio do Centro, formado por oito empresários. Comerciante há 17 anos, Junior Jucalli comemora as conquistas. “O comércio de rua vinha sofrendo nos últimos anos com bancas irregulares que se instalam nas calçadas, com moradores de rua que afastam os clientes e com a falta de revitalização nas ruas centrais. A retirada dos camelôs foi o resultado de uma das nossas primeiras ações. Isso foi possível

porque no núcleo, com apoio da ACIM e do Siva-mar, tivemos acesso rápido à prefeitura e outros órgãos que poderiam resolver a situação”, explica.

Agora o núcleo trabalha para a renovação da área central de comércio. Para isso, os integrantes se reuniram com representantes do Ipplam, o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Maringá, com a intenção de discutir os detalhes e o planejamento para que as ações atendam aos interesses dos comerciantes. Um exemplo é o rebaixamento da iluminação pública na avenida Brasil, que concentra o maior volume de lojas.

O núcleo atua também com ações para fomentar o comércio de rua. Depois de discutir pontos fortes e fracos da última Maringá Liquida, os empresários se organizam para promover a Black Friday, que acontece em novembro e pode alavancar as vendas antes da população sair às compras de Natal. “O que observamos é a força da cooperação do comércio. Com união, tivemos conquistas”.

CRESCIMENTO DAS VENDAS

Também iniciante e com grandes expectativas, o núcleo de Gestão Comercial busca gerir o time de vendedores. “O gestor comercial geralmente é alguém que fica sozinho na tomada de decisão, pois tem uma equipe que está acostumada a ser direcionada, daí a importância de ter onde e com

quem trocar informações e experiências”, avalia o empresário Diego Zaparolli, que integra o núcleo há três meses.

Os encontros servem para a discussão de processos e troca de ideias entre os 14 integrantes que representam empresas de realidades e tamanhos variados. “Estamos criando nossa agenda, mas falamos sobre processos de venda, trabalhamos a gestão comercial, como gerir equipe de vendas, cuidar dos colaboradores e planejamento de metas. Tudo isso entra nas pautas com muita troca de informação”, reforça.

Segundo Zaparolli, a entrada de integrantes trouxe fôlego para o grupo, que trabalhou um planejamento para os próximos meses. Estão previstas visitas técnicas nas empresas que aprofundam a capacidade de troca do grupo. O empresário ressalta a importância de conhecer realidades de empresas com diferentes volumes de vendas e de fazer a gestão comercial.

“As trocas entre os integrantes são sempre muito valiosas. Alguém pode adotar uma rotina que não tinha, mas que funciona bem em outras organizações e ter ótimos resultados. Não importa o número de vendedores que a empresa tem, sempre há espaço para aprender”, acredita.

Ele comanda a Zappa Alimentos, no mercado desde 2016. Foi convidado a fazer parte do núcleo e como tinha ouvido falar bem do programa Empreender, aceitou o convite. “É um projeto bom, principalmente para quem está no começo da caminhada empreendedora. Mesmo estando há um bom tempo na estrada, consigo agregar. O compartilhamento de informações permite conhecer ações de outros segmentos que se encaixam no meu negócio, assim como meu conhecimento pode ajudar outro integrante”, conclui.



O programa Empreender conta com 84 núcleos setoriais e multissetoriais. São mais de 1,2 mil empresários entre os cinco mil associados da ACIM. Para conferir os núcleos e empresas

participantes, inclusive os núcleos mencionados na reportagem, acesse www.acim.com.br/empreender

O VALOR DAS NOSSAS PESSOAS NOS LEVA À

EXCELÊNCIA.

A Cocamar foi eleita, pela terceira vez, a **Melhor Cooperativa Agropecuária do Brasil!***

Esse reconhecimento é fruto da força e dedicação de cooperados e colaboradores que, dia após dia, fazem do cooperativismo um jeito de ser.

***Eleita pela revista IstoÉ Dinheiro.**

 **cocamar**

Guias para tomar decisões

Indicadores ajudam empresários a acompanhar, traçar e repensar estratégias para melhorar desempenho do negócio



Paulo Cremonini, do O Jabô Bar, adota indicadores de estoque e consumo, que permitem ações para reduzir perdas e aumentar o faturamento; próximo passo será adotar indicador de rotatividade _ FOTO/IVAN AMORIM

Completar dois anos com bons resultados é significativo no universo empresarial, já que os primeiros anos são cruciais para determinar a longevidade. O Jabô Bar Jardim vai celebrar a data em dezembro. A operação, que oferece produtos como porções e drinks autorais em um ambiente pautado na natureza, tem registrado casa cheia.

Com a experiência de dez anos no mercado do entretenimento, o empresário Paulo Cremonini abriu O Jabô considerando a necessidade de monitorar “tudo o que fosse possível”, transformando números em rédeas para guiar as decisões. “Implementar indicadores e processos no bar era uma certeza. Mas, antes disso, até para que conseguíssemos abrir o bar, foi importante acompanhar e analisar números”, diz.

Um dos analisados atualmente se refere aos clientes: número; perfil; média dos que fazem cadastro; média de recebidos em cada dia da semana; horário de pico; produtos mais consumidos em determinado horário; assiduidade; e tempo de permanência. Com base nos dados, a empresa verifica a evolução na comparação ao consumo,

realiza o levantamento dos porquês e faz direcionamentos de campanhas de marketing, envio de cortesias em dias de shows e de mimos para alguns clientes.

O bar também faz controle de estoque, verificando, por exemplo, perdas de insumos e de bebidas. Com um novo indicador, reduziu em 50% o valor de perdas. “Comprávamos muita fruta para drinks e tínhamos perda, mas não sabíamos se era mais morango, maracujá ou outra. Implementamos um acompanhamento em todos os setores. Isso nos fez perceber que embora na ficha técnica alguns drinks mostrassem que o lucro estava bom, perdíamos com algumas frutas. Reformulamos o cardápio, investimos em equipamentos, trocamos fornecedores e reduzimos nosso valor de perdas”, explica.

Outra situação em que os indicadores foram importantes está relacionada à equipe de vendas. Segundo Cremonini, como o bar precisava melhorar o desempenho, passou a fornecer informações em tempo real para a gerência: mesa que mais consome; produto mais pedido; quanto



Ernando Peluso, consultor: “antes dos indicadores serem criados, padronize processos e parametrize informações, isso pode evitar erros” _ FOTO/IVAN AMORIN

tempo o cliente fica sem consumir; garçom que está mais próximo de bater a meta. “Com isso, o gerente, em tempo real, consegue motivar a equipe e passar estratégias e ações para melhorar o desempenho da noite.”

A empresa conta com dois softwares para levantar e analisar as informações, além de aplicativos de pesquisa na mesa, para que o cliente que desejar possa avaliar o atendimento, a música, a comida e fazer sugestões. “Levamos em consideração os indicadores em promoções, eventos, tipo de banda, estratégias de marketing, ações de comunicação e publicidade. Sabemos o que atingir porque temos as informações dos clientes e o que eles mais desejam”, frisa Cremonini. Ele acrescenta que, com dez colaboradores, o próximo indicador a ser implantado será o de rotatividade.

INDICADORES IMPORTANTES

O Jabô é cliente do consultor Ernando Peluso, que atua há dez anos no setor e está há seis à frente da Vexor Consultoria Empresarial, que auxilia empresários por meio da metodologia Lean Six Sigma. “Há apoio para acompanhar e analisar diversas áreas das empresas”, diz.

Entre os principais indicadores de acompanhamento, de acordo com ele, estão: DRE (Demonstração do Resultado do Exercício); fluxo de caixa; evolução de receita; sazonalidade; receita por classificação de produto; taxa de conversão; clientes;

produtividade; capacidade produtiva; e OEE (Overall Equipment Effectiveness ou eficiência global dos equipamentos). “É importante que a empresa consiga mensurar todos os setores, desde a parte administrativa à produção”, enfatiza.

Segundo Peluso, é indiscutível que o empresário precise ter a DRE em tempo real. “A DRE vai mostrar o resultado do mês, ou seja, se o esforço foi recompensado. E o fluxo de caixa mostra quando se pode fazer um investimento. Pode ser que a DRE tenha sido positiva em determinado mês, mas que o dinheiro não tenha entrado naquele período, pois há vendas parceladas. O empresário precisa ter as duas informações nas mãos quando se fala de financeiro. Além disso, é interessante analisar de onde vem a maior receita para eliminar alguma dependência. Importante também que sejam analisadas a evolução e a sazonalidade das receitas versus despesas financeiras por meio da análise da DRE e fluxo de caixa.”

Na área comercial, ele recomenda atenção à taxa de conversão, que deve ser estratificada por vendedor, produto, região e período. Além disso, observar a margem de cada produto, a margem de cada vendedor e de descontos para cada cliente. Peluso ressalta ainda a importância da análise do número de novos clientes por mês, quantos compraram uma vez e voltaram a comprar, quantos compram apenas um tipo de produto e quantos não compram há mais de 90 dias.



Renata Mestriner Krambeck, da Global Assessoria em Comércio Exterior, está implantando sistema para ter indicadores financeiros e de produtividade _FOTO/IVAN AMORIN

Com relação à área produtiva, o consultor classifica como imprescindível buscar informação do quanto se produziu frente ao que deveria ter sido produzido. Os dados podem ser estratificados por colaborador, máquina, produto e setor, o que ajuda a identificar pontos de melhoria e gargalos. “Antes de saber se a produtividade está boa, é preciso analisar a capacidade produtiva. Isso vai ajudar o setor comercial em relação ao prazo de entrega e mostrar o potencial de faturamento. É em cima dessas informações que a empresa toma a decisão de contratar colaboradores, comprar máquinas e mudar de espaço físico”, explica. Peluso acrescenta que outro indicador é o OEE, permitindo mensurar tempo de produção versus tempo de realização; tempo disponível para trabalho versus tempo efetivamente trabalhado; quantidade de produtos com qualidade versus não conformes.

O consultor orienta padronizar processos e embutir todos os registros de informações. “Não se pode executar um processo, depois parar e registrar as informações. Durante a padronização, é preciso definir parâmetros no registro das informações, que deve ser feito preferencialmente no sistema da empresa. Evite o uso de planilhas e nem pense em utilizar papel. Resumindo, antes dos indicadores serem criados, padronize proces-



Patricia Santini, do Sebrae: pilares do programa ENE em parceria com a ACIM ajudam a monitorar o desempenho _FOTO/IVAN AMORIN

sos e parametrize informações, isso pode evitar erros comuns. Importante usar softwares e orientar colaboradores para o uso adequado.”

NOVO SISTEMA

Na Global Assessoria em Comércio Exterior, há 26 anos no mercado, o uso de indicadores sempre foi uma prática. A fundadora e CEO Renata Mestriner Krambeck conta que no primeiro semestre foi adquirido um software para registro, acompanhamento e controle, ainda em implantação. A expectativa é até dezembro obter do novo sistema indicadores financeiros para apoiar as tomadas de decisões. “Com o novo software, os indicadores serão mais específicos nas áreas financeiras, de produtividade, equipe e por colaborador. Outro ponto importante será informar o cliente em tempo real sobre o andamento do processo de importação e exportação, com envio de mensagens automáticas. Daremos um salto”, diz.

Atualmente, a Global acompanha indicadores como volume de processos de importação, exportação e faturamento, analisados mensalmente. São acompanhados ainda indicadores de despesas, tributos, investimentos e outros. “Nosso objetivo é verificar se o time de 17 colaboradores está compatível com o volume de trabalho.”

Pensando em melhorar o desempenho geral do negócio, a empresa participou do Programa Excelência no Nível Empresarial (ENE). "Queríamos nos atualizar quanto às mudanças no mercado, comportamento das empresas e colaboradores. Existem centenas de ferramentas de gestão à disposição, mas se não as testarmos e as aprimorarmos, acabamos nos mantendo alheios a informações essenciais."

Segundo Renata, ao participar do ENE a preocupação passou a ser pensar na equipe como um todo, visando à redução na rotatividade. "Focamos em ações visando à integração e confiança entre as equipes, promovendo mais conhecimento. Introduzimos reunião semanal de dez minutos em que todos participam em pé e são estimulados a falar das dificuldades ou alegrias. Também implementamos um sistema Flash, cartão de benefícios amplo e com aceitação positiva", conta.

ENE

Com metodologia para a busca de excelência de negócios, o ENE, realizado pela ACIM e Sebrae/PR, ofereceu 500 horas de consultoria a 65 negócios. Durante quatro meses encerrados recen-

temente, foram trabalhados nove pilares: processos sistêmicos; liderança e gestão de equipe; resultados e lucratividade; gestão de relacionamento; visão estratégica; gestão da informação; cultura organizacional; inovação e adaptabilidade; e sustentabilidade.

A consultora do Sebrae/PR, Patricia Santini, explica que o objetivo do programa é ajudar os participantes a ganhar competitividade e sustentabilidade. Assim, ao trabalharem cada um dos pilares, os empresários têm subsídios para aplicar melhorias se desejarem, a exemplo da implantação de mudanças na gestão e, por que não, da adoção de indicadores.

Segundo Patricia, embora os pilares do programa não tenham como focos os indicadores, as empresas são estimuladas a adotar a metodologia de monitorar o desempenho e ter condições de acompanhar a evolução ao longo do tempo. "O programa incentiva as empresas a adotar parâmetros de acordo com o mercado em que estão inseridas e os principais processos-chave do negócio para avaliação do desempenho, competitividade e eficiência", observa a consultora. A segunda edição do programa será no ano que vem.

D E S T I N A Ç Ã O F I S C A L

UM DECISÃO QUE TRANSFORMA

VOCÊ SABIA QUE PODE DESTINAR PARTE DE SEU IMPOSTO DE RENDA E TRANSFORMAR A VIDA DE DIVERSAS PESSOAS DE MARINGÁ E REGIÃO?

SUA EMPRESA PODE DESTINAR ATÉ **4% DO VALOR DO IMPOSTO DEVIDO** PARA PROJETOS QUE IMPACTAM DIRETAMENTE A VIDA DE CENTENAS DE PESSOAS.

SAIBA COMO APOIAR, FALE CONOSCO.

Instituto
Cultural
Ingá

WWW.ICIMARINGA.COM.BR

Em movimento

Sejam nos 15 minutos da ginástica laboral ou quem consegue transformar esporte em negócio, o importante é que a combinação empresas e esporte dá certo

Se o objetivo é fazer os colaboradores se mexerem, a ginástica laboral acaba sendo o método mais fácil para que as empresas atinjam este objetivo. São aqueles 15 minutos em que todo mundo deixa o posto de trabalho, dá aquela esticada e – por que não? – descobre que está mais sedentário do que imaginava.

Foi assim com a líder financeira Natália da Silva Baptistela. Ela praticou handebol por anos e parou depois de uma lesão. Mesmo gostando de praticar esportes, foi deixando para depois, sempre colocando uma desculpa. No meio da acomodação, foram justamente aqueles 15 minutos semanais de ginástica laboral, na empresa onde trabalha, que a colocaram de volta aos trilhos de uma vida com movimento.

“Era uma das pessoas que não gostava de fazer ginástica laboral, fazia por obrigação. Mas aos poucos comecei a sentir que depois das aulas es-

tava mais alongada, disposta e focada. Percebi que meu corpo estava pedindo atividade física. Tinha dores, não dormia direito, não comia direito e foi por meio da ginástica laboral que senti vontade de voltar para o esporte”, comemora.

Natália trabalha na Inttegra, que presta consultoria de gestão agropecuária para fazendas. Com exceção do pessoal que fica no campo, os colaboradores têm uma rotina de pouco movimento. A empresa tem 40 funcionários, sendo que a maior parte fica no escritório e passa bastante tempo sentada em frente ao computador. A ginástica laboral ocorre às segundas e quartas-feiras no período da tarde.

Hoje, Natália faz de tudo para não perder a aula. Depois de experimentar diversas modalidades, se encontrou no *crossfit*. “Vejo a ginástica laboral como algo importante para ter dentro das empresas. Depois de parar um pouco e se alongar, todos



Natália da Silva Baptistela, líder financeira da Inttegra, voltou a praticar esporte depois que passou a fazer ginástica laboral: “percebi que meu corpo estava pedindo atividade física” _ FOTO/NATASHA AMORIN



Patrícia Moreira Fernandes, coordenadora da Dinâmica Saúde: “as empresas que nos contratam são as que os gestores se preocupam com a qualidade de vida dos colaboradores” _ FOTO/IVAN AMORIM

voltam ao trabalho concentrados e equilibrados, acredito que melhora até a função cognitiva”, diz.

Os benefícios são atestados pela educadora física Patrícia Moreira Fernandes, que é coordenadora da Dinâmica Saúde e instrutora de ginástica laboral. “A prática é instrumento para diminuir até os casos de afastamento médico entre os funcionários. São exercícios que previnem doenças ocupacionais como Lesão por Esforço Repetitivo (LER) e Distúrbios Ortomoleculares Relacionados ao Trabalho (Dort) e promovem interação entre os colaboradores. Muitas pessoas despertam para a prática de exercícios físicos ao experimentar a ginástica laboral”, aponta.

A Dinâmica Saúde atende dez empresas. Patrícia relata que por causa da pandemia, muitas deixaram de contratar o serviço. As aulas duram 15 minutos e podem ser aplicadas de uma a cinco vezes por semana. Em algumas empresas os colaboradores se reúnem em um mesmo local para a atividade e em outras a instrutora passa em todos os setores. “As empresas que nos contratam são as que os gestores se preocupam com a qualidade de vida dos colaboradores, porque é um benefício e não obrigatório por lei”, ressalta.

SERVIÇO SOB MEDIDA

À primeira vista, a ginástica laboral parece ser simples, pois além dos alongamentos, traz dinâmicas e até brincadeiras para os colaboradores. Porém as atividades são definidas com base nas necessidades da empresa e dos funcionários. É o que explica

o diretor da Labore, empresa de medicina e segurança do trabalho que também oferece ginástica laboral, George Luís Coelho Silva.

“O programa de ginástica laboral é desenhado com base no objetivo que levou a empresa a contratar o serviço. Na maioria dos casos a intenção é levar descontração e relaxamento em meio à tensão do trabalho. Mas também há empresas onde é necessário avaliar grupos musculares envolvidos na rotina dos trabalhadores, e aí vamos levar alongamentos e exercícios de relaxamento que podem evitar contraturas e dores”, explica.

Coelho reforça que os profissionais que aplicam a ginástica laboral nas empresas também ajudam em campanhas de saúde como Outubro Rosa, levam alertas importantes de prevenção de doenças por meio de micropalestras ou em conversas com os colaboradores, quando eles perguntam sobre a prática de atividades físicas fora da empresa e a alimentação.

“A ginástica laboral não vai deixar ninguém mais forte ou substituir a prática regular de atividade física, mas é um momento de quebrar o ritmo intenso da semana. Isso aumenta a produtividade”, completa.

PARA TODAS AS EMPRESAS

A ginástica laboral não faz diferença só para quem trabalha muito tempo sentado, é essencial para quem passa tempo em pé ou faz movimentos repetitivos, como em linhas de produção. Na lavan-



“A ginástica laboral não vai deixar ninguém mais forte ou substituir a atividade física, mas é um momento de quebrar o ritmo”, diz George Coelho, da Labore _FOTO/NATASHA AMORIN



“Tínhamos muitos atestados por dores muscular, na coluna, ombro e braço por causa do esforço do dia a dia”, conta Josiane Silvestre, da Lavebras _FOTO/IVAN AMORIN

deria hospitalar Lavebras, que faz a gestão e locação de enxovais para hospitais, os 210 funcionários se dividem em três turnos para dobrar e separar as peças.

“Tínhamos muitos atestados por dores muscular, na coluna, ombro e no braço por causa do esforço do dia a dia. Antes da pandemia, tínhamos a ginástica laboral, que foi cancelada por motivos sanitários, e os colaboradores sempre pediam para voltar. Em 2022 reimplantamos uma vez na semana, sempre na segunda-feira para os turnos da manhã e da tarde”, relata a supervisora de RH, Josiane Bueno Silvestre.

Os resultados não demoraram a aparecer. Os atestados diminuíram e a empolgação é tanta que os colaboradores até cobram reposição da aula quando um feriado cai na segunda-feira ou quando a atividade precisa ser adiada por atraso na produção.

Josiane conta que as atividades ligadas à ginástica também foram incorporadas a outras ações da empresa como a Semana Interna de Prevenção aos Acidentes de Trabalho (Sipat) e comemorações em datas festivas como Dia das Crianças e festas juninas. Outro benefício é quanto à interação entre os colaboradores por causa das atividades em dupla.

“Para nós deu bastante resultado”, conclui.

QUANDO O ESPORTE VIRA TRABALHO

Esporte que vem ganhando adeptos, a corrida pode ser ótima opção para quem quer se exercitar gastando pouco dinheiro e muitas calorias. É possível notar que o interesse vem aumentando justamente pelo número crescente de inscritos nas competições. Este ano a Prova Rústica Tira-dentes, a mais famosa de Maringá, alcançou seis mil inscritos.

Corredor apaixonado por fotografia, Sandro Cabral conseguiu unir as duas paixões e transformá-las em um negócio. “Nosso trabalho é fazer a cobertura fotográfica de corridas de rua e disponibilizar essas fotos para os atletas. O participante acessa o site, busca a imagem e faz a compra”, explica. Sandro criou o Eucorro.com junto ao amigo Carlos Novais, que ajudou no início, mas durante a pandemia pediu para deixar o projeto.

O portal ficou conhecido entre os corredores da região, mas o começo da história foi despretenso. Como era difícil encontrar informações sobre as corridas, ele criou um *blog* para disponibilizar as informações e fazia uma espécie de cobertura do evento. “Publicava um texto sobre como tinha sido



Sandro Cabral uniu a paixão pela corrida à fotografia com o Eucorro.com, que faz a cobertura fotográfica de provas do esporte _ FOTO/IVAN AMORIN

a prova e os vencedores com algumas fotos. Aos poucos fomos criando uma identidade em Maringá. Comecei com uma máquina fotográfica básica, com pouco conhecimento de fotografia. Mais tarde fiz cursos e hoje cubro eventos em várias cidades do Norte e Noroeste do Paraná”, revela.

Nos primeiros trabalhos, ele costumava ser contratado pelos organizadores, que disponibilizavam gratuitamente as fotos na internet. Isso era possível porque as provas tinham de 200 a 300 competidores. Como as corridas passaram a reunir milhares de pessoas, Sandro explica que fica inviável para uma empresa ou entidade pagar por todas as fotos.

Foi então em 2013 que o empresário começou a cobrar pelas fotos no site. “Meu trabalho como fotógrafo se restringia às provas do Sesc e a Tiradentes. Hoje são mais corridas, tem até as promovidas por redes de supermercados. Em algumas cidades esses eventos duram de dois a quatro dias, o que mostra o crescimento do esporte. É um mercado que atrai gente de outras cidades, movimentando a rede hoteleira, o setor de alimentação e a economia como um todo”, destaca.

O que ele ganha com o site Eucorro.com não é o suficiente para se dedicar exclusivamente ao trabalho, mas é um complemento de renda. “É um sonho viver de duas grandes paixões, a corrida e a fotografia”.

TROPEÇO DA PANDEMIA

Para Sandro, o interesse crescente pela corrida de rua só desacelerou por causa da pandemia, mas o retorno às competições em Maringá tem ganhado força no segundo semestre. “Muita gente migrou para outros esportes, como a bicicleta. Outras pessoas simplesmente perderam a motivação e para voltar, é necessário tempo e retomada de treinos. Alguns perderam condicionamento, ganharam peso e dá trabalho voltar”, aponta.

O próprio Sandro teve uma lesão recente e conta que está com dificuldade de retornar às corridas, por enquanto está focando em um trabalho de fortalecimento muscular. Sobre participar de provas e ao mesmo tempo fotografar, ele revela que gosta de correr, de treinar, mesmo sem o objetivo de competir. Por isso escolhe a corrida que deseja participar como corredor e aí fica disponível para trabalhar nas outras.

PARA COMEÇAR NA CORRIDA

A Associação dos Corredores de Rua de Maringá (Acorremar) ensina a técnica de corrida sem cobrar nada. As aulas são às terças e quintas-feiras das 19h às 21h no Estádio Regional Willie Davis. Os interessados só precisam aparecer nos treinos.

As aulas são para iniciantes, praticantes e atletas semiprofissionais. Também é possível se associar à Acorremar, que tem 150 filiados.

E o prêmio Jovem Empreendedor vai para... Kleber Barbão

Homenagem concedida anualmente pela ACIM e Copejem reconhece trajetória empresarial e trabalho social em prol de crianças e adolescentes

Foi em uma cerimônia com a participação de quase 600 pessoas que o empresário e fisioterapeuta Kleber Barbão recebeu o prêmio Jovem Empreendedor em 20 de outubro, no Paraná Expo. A homenagem é concedida anualmente pela ACIM e Copejem.

É na Clinisport Prime que ele recebe atletas profissionais de todo o país para reabilitação esportiva. Com três unidades em Maringá e em Barcelona, a empresa também é especializada em preparação física e academia, empregando mais de 80 profissionais. Além disso, Barbão é fisioterapeuta da seleção brasileira de futsal e realiza um trabalho social, oferecendo fisioterapia e reabilitação para dezenas de crianças e adolescentes. Com esta trajetória, ele foi indicado por várias entidades e depois teve seu nome escolhido por uma comissão entre os que receberam indicações.

Na cerimônia de homenagem, o presidente do Copejem, André Barros, destacou que "a trajetória do Kleber é um testemunho de que a verdadeira grandeza de um empreendedor não é apenas medida pelo sucesso nos negócios, mas pelos impactos positivos que deixa na comunidade".

Já o presidente da ACIM, José Carlos Barbieri, contou que foi professor de Barbão: "ele era um ótimo aluno, um ótimo atleta e começou a mostrar características empreendedoras: visionário, tralhava duro, era resiliente, focado, dedicado, estudioso e hoje se tornou este profissional persistente, perfeccionista e um exemplo".

O senador Sergio Moro destacou: "parabéns ao Kleber não só pelo prêmio e trajetória, mas em especial pelo trabalho de neuropediatria e pela belíssima família, que é de onde vem a inspiração dele". O vice-prefeito Edson Scabora afirmou que "o sucesso de empreendedores como o do nosso homenageado nos inspira a continuar a investir no potencial da nossa cidade, com o objetivo de tornar Maringá ainda mais próspera".



José Carlos Barbieri, Kleber Barbão e André Barros na entrega do certificado _FOTO/IVAN AMORIM

DISCIPLINA

Os presidentes da ACIM e do Copejem entregaram o certificado do prêmio para Barbão. E a ganhadora da homenagem no ano passado, Vanessa Ferraz, entregou a estatueta para Barbão.

Em seu discurso o homenageado destacou que "uma das coisas que me fizeram chegar aqui foi o enfrentamento, que é quando diante de alguma diversidade, você vai para cima. Somado a isso, há a disciplina. Nosso maior compromisso na terra, além de usar a profissão para ajudar o próximo, é deixar os nossos filhos melhores do que a gente".

A cerimônia teve patrocínio de Atelier Porcelanatos, Arena Tennis Storm, Arquitetura Ao Cubo, Aruna Porto Rico, Catamarã Engenharia, Certezza Consultoria Empresarial, Ciabel Distribuidora de Bebidas, Clínica de Obesidade Daoud Nasser, Colégio Objetivo Maringá, Crefaz, CR Mall Soluções de Mercado, CVC Viagens, E- Brun Concessionária GWM Maringá, Euro Condomínios, Eurogarden Maringá, Fiep, F.A. Colchões, Gela Boca Sorvetes, Jardins de Monet, Kandyany Eventos, Labore Saúde Ocupacional - Medivo Medicina do Trabalho, Maringá Park Shopping Center, Plaenge, Sicoob Metropolitano, Saint Helena Bilingual Education, Semix Insumos Agropecuários, Tecnospeed, Titania Soluções em Comércio Exterior e Vivaro Eventos.

MELHORIA DE TRÂNSITO

Com participação do Secretário da Indústria, Comércio e Serviços do Paraná, Ricardo Barros, deputado Do Carmo e os vice-prefeitos Edson Scabora (Maringá) e Wladimir Garbuggio (Sarandi), uma reunião discutiu alternativas para diminuir o congestionamento do trevo da BR-376 ligando Maringá e Sarandi. Foi em 22 de setembro e teve as participações dos presidentes da ACIM, José Carlos Barbieri; da Associação Comercial de Sarandi, Mauricio Rogério da Silva; e do Codem, Jeane Nogaroli. Um estudo contratado por empresários de Maringá analisou o fluxo de veículos e cinco cenários de intervenção para melhorar a mobilidade.

FOTO/IVAN AMORIN



FOTO/IVAN AMORIN



NOVO BATALHÃO EM SARANDI

Os deputados Adriano José, Do Carmo e Evandro Araújo participaram de reunião na ACIM, em 20 de outubro, para discutir a implantação do Batalhão Metropolitano da Polícia Militar em Sarandi. Dias depois, o comandante-geral da Polícia Militar, Jefferson Silva, confirmou a implantação, ainda este ano, da estrutura, que é solicitada pela ACIM e outras entidades para descentralizar a operação do 4º Batalhão. A prefeitura de Sarandi já disponibilizou terreno para a construção.

JANTAR ARRECADADA RECURSOS PARA AUTISTAS

Um jantar arrecadou quase R\$ 30 mil para o Instituto Maringaense de Autismo (IMA), que atende crianças e adolescentes, oferecendo aulas de tênis e educação física adaptada. Foi em 22 de setembro e contou com leilão de dois violões autografados por artistas nacionais, quadro de uma artista autista e poltrona, além de shows sertanejos. O evento teve patrocínio de Arilu, Certeza Consultoria Empresarial, Cocamar, Colégio Mater Dei, Colégio São Francisco Xavier, Consórcio Triângulo, Cooper Card, Euro Condomínios, Galeria Moderna, Jaloto Transportes, Kandyany Eventos, Leilões Serrano, Mais Wifi, Maringá Park, Monolux Empreendimentos, Ody Park, Sicoob Metropolitano, Sierra Móveis, Strinberg, Amigão Supermercados, Uningá, Via Verdi, Vivaro Eventos e Rede Massa.

FOTOS/IVAN AMORIN



ASSOCIADO DO MÊS

A Master Import está ajudando a mudar a forma como as empresas encaram o comércio internacional. Com profissionais fluentes em mandarim, inglês, espanhol, português e *hokkien* (dialeto chinês), a empresa faz pontes entre os países. "Todos os anos realizamos missão empresarial para a maior feira multissetorial do mundo, a Canton Fair, na China, com apresentação de produtos, trazendo inovações e tecnologia por meio da importação e exportação, assim, estabelecendo parcerias estratégicas", conta a diretora executiva e cofundadora, Meng Wu.

A equipe possui 17 anos de experiência e 5,3 mil fornecedores cadastrados no sistema. Com unidades em Maringá, China e Taiwan e 70 colaboradores indiretos espalhados pelo mundo, oferece diversas formas de atendimento, incluindo presenciais ou por videoconferência, inspeção de fábricas presencial, negociações e atendimento para dúvidas via WhatsApp e Direct. A divulgação dos produtos e serviços tem tido sucesso pelo Instagram @eumengwu

FOTO/IVAN AMORIN



A Master Import atende grandes empresas, e os planos incluem a criação de uma plataforma para pequenas e médias empresas importarem de forma fácil e rápida diretamente de indústrias verificadas pela empresa. "O diferencial da marca está em resolver problemas comuns no comércio internacional. Muitos clientes nos procuram para resolver questões causadas pela falta de negociação, como a compra de produtos errados ou placas com textos em outra língua", diz a diretora.

DOAÇÃO DE LENÇOS PARA A REDE FEMININA

No Outubro Rosa, Melina Gomes e Jamile Elias, conselheiras do ACIM Mulher e sócias das empresas Mel Lenços e Vittourina, doaram lenços de seda para a Rede Feminina de Combate ao Câncer para destinação a mulheres que estão tratando a doença. Feitas em 3 de outubro, as doações aconteceram durante reunião do ACIM Mulher.

HOMENAGEM DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

Por seus 70 anos, a Associação Comercial foi homenageada pela Assembleia Legislativa do Paraná. A proposição da menção honrosa foi da deputada Maria Victoria. "A ACIM representa a força do associativismo de Maringá, cidade que tem um conjunto de fatores que auxiliam no ótimo lugar para se empreender e fazer negócios", disse a deputada durante a entrega da homenagem na Expoingá, com a instalação da Assembleia Itinerante voltada para levar o poder legislativo a municípios do interior do estado. A entidade foi representada pelo primeiro vice-presidente, Mohamad Ali Awada Sobrinho.

FOTO/REPRODUÇÃO



OUTLET HOUSE APRESENTOU MÓVEIS E IMÓVEIS

Com entrada gratuita no Parque de Exposições de Maringá, a Outlet House atraiu milhares de visitantes entre 25 e 27 de agosto, abrigando simultaneamente a Feira de Imóveis e a Exposíndico. Dezenas de produtos e serviços para casas e condomínios, como energia solar, sistemas de segurança, móveis e decoração foram apresentados na feira, que contou ainda com a participação de construtoras e imobiliárias. O evento foi realizado pela ACIM, Sindicato da Habitação e Condomínios (Secovi) e Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sinduscon/PR-Noroeste), com produção da GMC Eventos.

FOTO/IVAN AMORIN



PROGRAMA ENE CERTIFICA PARTICIPANTES

Mais de 60 empresas concluíram a primeira edição do Programa Excelência no Nível Empresarial (ENE), depois de uma jornada de quatro meses. A cerimônia de encerramento foi em 10 de outubro e reconheceu as empresas que alcançaram a nota mínima com selos ouro, prata e bronze. Após o comparativo entre diagnóstico inicial e final, também reconheceu negócios pela evolução e os mais assíduos. O programa da ACIM e Sebrae ofereceu mais de 500 horas de consultoria e acompanhamento, além de 18 *workshops* que tiveram como temas os nove pilares do programa: processos sistêmicos; liderança e gestão de equipe; resultados e lucratividade; gestão de relacionamento; visão estratégica; gestão da informação; cultura organizacional; inovação e adaptabilidade; e sustentabilidade. A cerimônia de encerramento teve patrocínio de Fomento Paraná, WiFire, Labore e Sicoob. Diante do sucesso, a segunda edição está confirmada para 2024.

FOTO/IVAN AMORIN



EMPRESÁRIO SOMBRA

Alunos do Colégio Axia participam do projeto Empresário Sombra, realizado anualmente pelo Copejem. Ao longo de um dia, em 26 de setembro, 55 estudantes tiveram a oportunidade de conhecer a rotina de mais de 20 empresas dos conselheiros, participando de reuniões, alinhamento com clientes e outras atividades comuns nas agendas dos empresários. Os estudantes também acompanharam a reunião semanal do Copejem.

FOTOS/IVAN AMORIN



ESCOLA DE NEGÓCIOS



NOVEMBRO/DEZEMBRO

Contabilidade para não contadores: 29 e 30 de novembro
Maximizando a performance: gerenciamento de tempo e foco eficaz: 27 e 28 de novembro
Gestão de compras e estoque: 23 e 30 de novembro e 7 de dezembro
A excelência no atendimento ao cliente: 7 e 8 de novembro
CPA-10 - investimento financeiro: 20, 22, 24, 27 e 29 de novembro, 1, 4, 6 e 8 de dezembro
CPA-20 - investimento financeiro: 20, 22, 24, 27 e 29 de novembro, 1, 4, 6 e 8 de dezembro
Cobrança eficiente de dívidas: 20 e 21 de novembro
Oratória, a comunicação na profissão: 20 a 23 de novembro
Gestão financeira empresarial: 27 e 29 de novembro, 1 de dezembro
Assistente fiscal: formação e atualização: 28 e 30 de novembro
Neurovendas, entendendo a mente do cliente: 20, 22 e 24 de novembro
Imersão: superando objeções e fechando vendas: 18 de novembro
Imersão: liderança integral, aumentando a produtividade da sua equipe: 18 de novembro
Instagram para negócios: aprenda como ter uma rede social de alto impacto para vender todos os dias: 25 de novembro
Comunicação não violenta e o impacto no atendimento interno e externo: 25 de novembro e 2 de dezembro
Conteúdo de impacto: treinamento de elite para produção em redes sociais: 29 de novembro, 6 e 13 de dezembro
Interpretação da Norma ISO 9001:2015: 23 e 30 novembro e 7 de dezembro

FOTO/IVAN AMORIN



MARINGÁ LIQUIDA REUNIU MIL LOJAS

Cerca de mil lojas do comércio da região central, bairros e shoppings participaram da Maringá Liquida entre 15 e 17 de agosto, com venda de roupas, calçados, colchões, móveis, decorações, brinquedos, óculos e materiais de construção. As lojas do comércio de rua funcionaram em horário especial e em vez de raspadinhas, os consumidores concorreram a dezenas de prêmios. Realizada pela ACIM e Sivamar, a campanha teve patrocínio da Revest Acabamentos, Webber Acabamentos, Maringá Park e Shopping Avenida Center.

EM TROCA DE LEITE, AUTOMECÂNICAS ATENDEM MOTORISTAS

Mais de 20 automecânicas realizaram inspeção veicular gratuita em 21 de setembro. Na praça Raposo Tavares, o evento foi uma promoção do Núcleo Setorial Automotivo (NSA) e analisou mais de 35 itens de segurança dos carros, como fluidos de freios, escapamentos, rolamentos, óleo, água, suspensão e estado do pneu. As doações de leite foram destinadas à entidade Amor ao Próximo e ao projeto Cozinha Solidária.

EXPEDIENTE

Ano 60 - nº 632 - novembro/dezembro/2023, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 3025-9595 | **Diretor Responsável da Revista Acim** Rodrigo Fernandes | **Conselho Editorial** Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Miguel Fernando, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Camila Simões, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Graziela Castilho, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44 | 3031-7676 | **Editoração** Andréa Tragueta | **Gráfica Midiograf - Tiragem:** 5 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 André Barros | **Acim Mulher** Presidente Karina Miyaki da Silveira | **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Cesar Eduardo Misael de Andrade | **Conselho do Empreender** Ana Claudia Satie Kakihata. Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM.
Contato Comercial Jociani Pizzi 99828-0011

POUPANÇA PREMIADA

SICOOB 2023

A cada R\$ 200 depositados,
você ganha um cupom para
concorrer.

**PRÊMIOS
INSTANTÂNEOS**
15 MIL PONTOS COOPERA TODO DIA

**3 CAMINHÕES
DE PRÊMIOS
1 POR MÊS COM
CARRO 0 KM**



Vem curtir **um show
de prêmios** com as nossas
duplas do coração.



Participe! De 12/10 a 31/12/23.

Saiba mais:

sicoob.com.br/poupancapremiada

Procure uma cooperativa e vem poupar no Sicoob!

Central de Atendimento - Capitais e regiões metropolitanas: 4000 1111* | Demais localidades: 0800 642 0000 | SAC 24 horas: 0800 724 4420
Ouvidoria: 0800 725 0996 - de seg. a sex., das 8h às 20h - ouvidoria@sicoob.com.br | Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458 - de seg. a sex., das 8h às 20h
*Caso a localidade não possua o serviço 4000 ou 4007, informe o n° da operadora mais o DDD 61 (0xx61 4000 1111).

Consulte o regulamento e o número do certificado de autorização em sicoob.com.br/poupancapremiada.



TERRAÇO 3 JARDINS

BREVE
LANÇAMENTO

2 e 3 suítes



@evenue.inc
evenue.com.br
(44) 3304-6300

evenue
EMPREENDIMENTOS