

ACIM

75 ANOS

DA POEIRA E DA LAMA À MELHOR CIDADE PARA VIVER

Maringá continua atraindo investidores e planejando o desenvolvimento, com sinergia entre ACIM e poder público, para manter a qualidade de vida dos seus 430 mil exigentes moradores; linha do tempo mostra as principais conquistas década a década

ABRIL | MAIO 2022 . Edição 622 . Ano 59



MARINGÁ

CIDADE QUE CUIDA E
É AMADA POR TODOS



Maringá é referência nacional em qualidade de vida. Uma cidade que **cuida** e **protege** a população.

As obras e melhorias estão por todos os lados: construção e reformas de escolas, centros esportivos, unidades habitacionais e de saúde, iluminação em Led, praças revitalizadas e muito mais.

Maringá, **carinho** e **respeito** pelo cidadão.

maringa.pr.gov.br    @prefeiturademaringa

3 vezes
eleita a
melhor cidade
do Brasil
para viver.


**QUEM AMA,
CUIDA.**



MARINGÁ
PREFEITURA



**O QUE OS
EMPREENDEDORES
MAIS QUEREM É UMA
AGENDA POSITIVA E UM
AMBIENTE DE NEGÓCIOS
SADIO, COM MARCOS
REGULATÓRIOS,
PARCIMÔNIA POLÍTICA
E UM CENÁRIO
QUE OPORTUNIZE
INVESTIMENTOS**

PERSPECTIVAS POSITIVAS

Com a privatização do Porto de Santos, o governo federal espera dobrar a capacidade de carga movimentada das atuais 145 milhões de toneladas por ano para 290 milhões, com investimento de R\$ 18,55 bilhões por parte do novo operador. Essa privatização faz parte da pauta de concessões do governo federal, que inclui Correios, Eletrobras e os aeroportos Santos Dumont, Galeão e Congonhas. Além de atrair investimentos bilionários, a medida garantirá empresas competitivas, reduzindo déficits e dando tração à recuperação econômica nacional, além de possibilitar a melhoria da qualidade nos serviços prestados.

A privatização foi uma das pautas apresentadas pelo Ministro da Economia, Paulo Guedes, numa palestra exclusiva que ele ministrou no dia 11 de abril, em comemoração aos 69 anos da ACIM. Guedes garantiu que o governo pretende fazer a reforma tributária, com desoneração da folha de pagamento e da renda da classe média, e tem trabalhado para modernizar os marcos regulatórios, como os de saneamento e de gás. Também comentou sobre o mercado de trabalho, que hoje tem menos desempregados do que antes do início da pandemia. Quem é empresário já vivencia essa realidade ao enfrentar dificuldades para preencher vagas, mesmo em funções que exijam menos escolaridade e experiência.

A fala otimista do ministro foi alicerçada em números positivos que ele apresentou, como a redução de despesas públicas em relação ao PIB. Guedes também disse acreditar que o Brasil fará um combate efetivo e rápido à inflação, antes mesmo de na-

ções desenvolvidas. Ouvir essa explanação traz ânimo para quem é empresário. Depois de dois anos de pandemia e empréstimos para manter seus negócios, o que os empreendedores mais querem é uma agenda positiva e um ambiente de negócios sadio, com marcos regulatórios, parcimônia política e um cenário que oportunize investimentos.

Os últimos anos foram desafiadores para a classe produtiva, com aumento da tarifa de energia elétrica, dos preços de matéria-prima, serviços, combustíveis e das despesas do orçamento familiar. O crédito também ficou caro, com a elevação da taxa básica de juros. Agora é hora de voltar aos trilhos e adotar as medidas que façam o Brasil voltar a crescer e vislumbrar águas calmas. Os empresários, trabalhando em cima de agendas positivas, têm a capacidade de promover um círculo virtuoso de prosperidade, em que todos ganham, empregadores e empregados.

Estar no gabinete do ministro, em Brasília, de onde transmitimos a palestra ao vivo para nossos associados e a comunidade empresarial de todo o Brasil, nos fez perceber a intensidade que essa pasta vem atuando em prol de melhorias para a economia nacional. Sempre há como fazer mais e melhor, mas é chegado o momento de disseminarmos perspectivas positivas.

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



ENTREVISTA

Para participar do campeonato brasileiro de xadrez, a faxineira Cibele Florêncio pediu para a patroa custear a inscrição, foi vice-campeã e se classificou para o Mundial na Polônia, para onde foi depois de quase desistir por falta de dinheiro; hoje ela é conhecida como a 'menina do xadrez'



REPORTAGEM DE CAPA

A Maringá que atraiu desbravadores, 75 anos atrás, continua atraindo gente como a dentista Priscila Gonçalves da Silva, só que agora em busca da qualidade de vida que tornou a cidade uma das melhores do Brasil para viver; reportagem mostra importância do planejamento urbano

TENDÊNCIA

Com os conhecimentos trazidos da maior feira de varejo do mundo, o gestor Luiz Filipe Gonçalves, da Akirede, planeja implantar um programa de fidelidade com uso de dados para oferecer produtos individualizados; reportagem aborda desafios das empresas e tendências do varejo no pós-pandemia



CULTURA

Com o apoio da família e para aprimorar o inglês, o professor Ricardo Azenha embarcou já adulto para o Canadá, naquela que é considerada a sua melhor experiência de vida; com ou sem a contrapartida de receber estudantes na casa da família, programas de intercâmbio atraem jovens e adultos



ATENDIMENTO

Focadas em velas, perfumes para tecidos e aromatizantes, as irmãs Juna e Lara Reami dos Santos capricham no atendimento, no conteúdo das redes sociais, na apresentação dos produtos e, claro, no aroma da Ollí; na busca pela fidelização, gentileza é atitude certa

Pós-Graduação

Presencial



COM A PÓS UNIFCV VOCÊ VAI

mais longe

Nas áreas de:

- Contabilidade
- Design e Comunicação

- Direito
- Engenharia
- Gestão e Negócios

- Saúde
- Tecnologia

Escaneie o nosso
QR CODE e saiba
mais informações



☎ (44) 9 9141-7145

☎ (44) 3028-4416

UniFCV
Centro Universitário Cidade Verde





EXPOINGÁ DE VOLTA

Depois de dois anos adiada devido à pandemia, a Expoingá acontecerá de 5 a 15 de maio, e teve todos os espaços do Parque Internacional de Exposições comercializados. Posicionada entre as cinco maiores exposições do país no formato multissetorial, a 48ª edição terá a participação de empresas da indústria, comércio, agropecuária, gastronomia, entretenimento e cultura. A feira contará com apresentação, julgamento e leilão de animais, programação técnica, shows de artistas nacionais, rodeio, provas equestres, parque de diversão e atrações regionais no Palco Cultural, como já é tradição.

Haverá, ainda, a presença do Museu do Agrogócio. Na área do entretenimento, a novidade será a balada XPO Club, que substitui a Barraca Universitária nas noites de quinta a sábado, enquanto na arena de shows e rodeio está garantido o Camarote Brahma.

O objetivo da Expoingá é mostrar um agrogócio moderno, cooperativista, profissionalizado, que faz uso do desenvolvimento tecnológico, da biotecnologia, de pesquisas e inovações científicas para crescer e oferecer resultados. Dezenas de raças de animais, entre bovinos, equinos, ovinos, caprinos e pequenos portes, concessionárias de equipamentos agrícolas, automóveis, cooperativas agrárias e instituições financeiras que oferecem crédito facilitado aos produtores estarão presentes.

Os ingressos custarão entre R\$ 16 e R\$ 8 (meia-entrada). As compras podem ser feitas no site www.uautickets.com ou nos seguintes pontos físicos: Sociedade Rural, Posto Dubai, Posto Canadá, Posto Londres e Casa Ajita.

FOTO/DIVULGAÇÃO/SRM



FOTO/DIVULGAÇÃO



ARILU RECEBE PRÊMIO DE MELHOR DISTRIBUIDOR COLGATE-PALMOLIVE

A Arilu Distribuidora, de Maringá, recebeu o prêmio de melhor distribuidor de produtos da Colgate-Palmolive do Brasil pela segunda vez. A empresa já ostentava a faixa Platinum e repetiu o feito no Programa de Excelência, se destacando entre as 40 distribuidoras que participaram da premiação nacional no ano passado.

O programa tem o objetivo de atestar a performance das distribuidoras, além do nível de fidelidade dos clientes com a marca. Entre os quesitos avaliados estão o *sell-out* (processo de venda de um produto pelo distribuidor), positividade, penetração de *skus foco* (volume por transação), lançamentos, desempenho de clientes Top Varejistas, entre outros.

“O resultado do distribuidor no programa é o principal indicador de performance, alinhamento estratégico e excelência na execução. Nosso objetivo é elevar a barra e melhor atender o varejo, com a força das nossas marcas e inovações. Ano após ano a disputa pelo topo do ranking do Programa de Excelência fica mais acirrada”, explica o diretor Nacional de Vendas, Carlos Carvalho.

A Arilu Distribuidora alcançou 12.280 pontos na premiação que correspondem a 85% do total. Fundada por Arioaldo Costa Paulo e Claudio Costa Paulo, a empresa conta com 425 colaboradores, atendendo do pequeno varejo às grandes redes de supermercados, distribuindo alimentos, secos e refrigerados, produtos de higiene pessoal e limpeza. Para o presidente da Arilu, Arioaldo Costa Paulo, a premiação é um reconhecimento do trabalho realizado com a Colgate-Palmolive, que soma mais de 20 anos de parceria, levando os produtos da marca a mais de quatro mil clientes no norte do Paraná. “Alcançar essa pontuação em duas edições do plano de excelência é gratificante”, reforça.

EMPREENHIMENTO RECEBE PRÊMIO INTERNACIONAL

O Acqualina Residence, em execução na avenida XV de Novembro, venceu o International Property Awards nas etapas Brasil e Américas Latina e Central na categoria Residential High-Rise Development (arranha-céus residenciais em execução). A premiação é formada por um júri composto por mais de uma centena de profissionais da arquitetura de diferentes países - o empreendimento ainda disputa a primeira colocação em empreendimentos das Américas com um projeto americano e um canadense.

Desenvolvido pela A5 Arquitetura para a Construtora Futuro e lançado em 2020 pela Pedro Granado Imóveis, o residencial de 32 andares, com uma unidade por andar, tem quatro plantas, todos com vista de 360° da área externa. "Ser reconhecido pelo International Property Awards é receber uma chancela de excelência mundialmente conhecida. Estamos felizes em oferecer para a cidade um empreendimento premiado de nível mundial", comemora o CEO da A5 Arquitetura, Eduardo Paulino.

Com apartamentos de 358 a 411 metros quadrados, o Acqualina Residence terá nas áreas compartilhadas *business center*, com cabines individuais e salas de reunião, piscinas com serviço de hotelaria aos finais de semana, *wine club*, além de adegas individuais. A arquitetura do edifício foi inspirada na beleza do cristal e de águas límpidas.



DIVULGAÇÃO

INGALIMP EM 1º LUGAR ENTRE DISTRIBUIDORES

Atuando no segmento de higiene e limpeza profissional no Paraná há 30 anos, a Ingalimp foi reconhecida como a melhor distribuidora e assistência técnica da Alfa Tennant 2021, que é uma das maiores fabricantes de soluções de limpeza do país, oferecendo lavadoras e varredoras automáticas de piso, aspiradores, lavadoras de alta pressão, entre outros. A conquista do prêmio foi possível após a análise de três critérios principais: volume de vendas de máquinas da marca, qualidade na assistência técnica e agilidade no atendimento aos clientes. Assim, a maringense superou outras 33 empresas do setor, sendo premiada em março durante a convenção anual na sede da Alfa Tennant em São Paulo. A Ingalimp concorreu com empresas instaladas em capitais e grandes centros industriais, e já tinha conquistado prêmios de destaque em anos anteriores.

PREFEITURA PODE REASSUMIR ÁGUA E ESGOTO

Depois de decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que julgou nulo o contrato que prorrogou a concessão dos serviços de água e esgoto para a Sanepar até 2040, a prefeitura de Maringá estuda se reassumirá o serviço. Outra opção é licitar a terceirização do serviço. Como o STF confirmou a decisão da segunda instância sobre a nulidade de contrato, mas condicionou à indenização, a prefeitura enviou ofício à Sanepar para que a empresa apresente o valor em até 30 dias. A ação foi movida pelo Ministério Público, que questionou a validade do aditivo, assinado em 1996, por causa da ausência de aprovação da assinatura do documento pelo Poder Legislativo. A prefeitura entrou na ação, também como autora, invocando a tese da nulidade do aditivo devido à ausência de procedimento licitatório.



PREFEITURA CRIA AGÊNCIA DE INOVAÇÃO

A prefeitura de Maringá fez uma reforma administrativa, criando cinco pastas - a lei foi aprovada pela Câmara Municipal, alterando a Estrutura Organizacional do Executivo. A Secretaria de Comunicação (Secom) foi a primeira a entrar em operação, com o secretário Lúcio Rosas tomando posse em 4 de abril. As outras pastas são: Secretaria de Aceleração Econômica e Turismo (SAET), Secretaria da Criança e Adolescente (SeCriança), Agência Maringaense de Inovação e Tecnologia (Amitech) e Instituto Ambiental de Maringá.

A Amitech visa a impulsionar o setor de TI, que é um dos que mais contribui com impostos: passou de R\$ 7,3 milhões, em 2015, para R\$ 33 milhões, no ano passado. O setor saiu de 7º lugar em 2015 e chegou ao 3º lugar ano passado em arrecadação de ISS.

A agência proporcionará a capacitação de mão de obra para atender a demanda do mercado tecnológico na cidade. O segmento tem 400 empresas, que empregam mais de 4 mil profissionais. Há cerca de 600 vagas de empregos disponíveis com salário médio de R\$ 4 mil.

A Amitech administrará a rede de dados, voz e imagens com o emprego de novas tecnologias, promovendo a internacionalização de Maringá como uma *smart city*, além de ações de inclusão digital e de administração do Parque de Tecnologia de Maringá.

ADVOGADA É COAUTORA DE BEST SELLER



DIVULGAÇÃO

Inscrito por mulheres para inspirar mulheres, “As Donas da P** Toda” recebeu o título de *best seller*, já que vendeu mais de três mil cópias na primeira semana. Lançada em dezembro pela Literare Books International, a obra tem uma maringaense entre as 34 coautoras de diversos estados e até de outros países. É a advogada Débora Priscila André, do escritório André & André Advogados.

“Quando soube do projeto, imediatamente me candidatei e tive a honra de ser uma das coautoras selecionadas para o primeiro volume. O título ‘As Donas da P** Toda’ me chamou a atenção, achei forte, ousado, interessante e me fez querer fazer parte”, destaca.

O livro contempla 34 capítulos escritos por mulheres de diversos segmentos: publicitárias, advogadas, empresárias, psicólogas e outras profissões. Algumas tratam sobre os desafios impostos ao longo da vida, outras sobre conquistas profissionais, algumas apresentaram especificidades das áreas profissionais; outras sobre gestão financeira... mas todas têm uma história de superação, força e resiliência.

Débora é autora do capítulo 16, sobre sororidade corporativa, que significa união e aliança entre as mulheres. A ideia é fomentar a cooperação e a colaboração entre elas para que superem o sentimento de rivalidade e possam galgar posições de destaque. “Escrever sobre sororidade, sobre como nós mulheres podemos nos ajudar, principalmente sobre como tenho feito isso na minha profissão, está sendo uma experiência gratificante. Além de trazer reflexões sobre essa problemática, proponho soluções que podem ser empregadas não apenas na advocacia, mas no meio corporativo”, reforça.

O livro pode ser adquirido com as coautoras ou diretamente no site da editora. O Instagram da coautora maringaense é @adv.deborapriandre

PRONTO ATENDIMENTO DIGITAL

PA DIGITAL



Cuidado onde você estiver.



Beneficiários da Unimed Maringá contam com mais uma forma de cuidado com a saúde, o **Pronto Atendimento Digital**.

Você passa por uma triagem virtual e recebe o encaminhamento mais adequado. Basta mandar uma mensagem para o **WhatsApp 0800 643 0027**, disponível das **7h às 19h**.

Se preferir, acesse o QR Code ao lado.

Agilidade e segurança no seu atendimento.
Essa é a nossa Unimed.

Unimed 
Maringá

40
ANOS

O Gambito brasileiro

“Diziam: tu vais chegar aonde com este jogo? Olha aonde cheguei”, gaba-se Cibele Florêncio, 25 anos, agora conhecida como ‘a menina do xadrez’ ou ‘gambito brasileiro’ – em alusão à minissérie “O Gambito da Rainha”, da Netflix, do qual é fã. “Já assisti três vezes”. Como a personagem Beth Harmon, Cibele compartilha a paixão pelo xadrez e o desejo de viver do esporte. Filha de mãe solteira e com seis irmãos, a jovem aprendeu a jogar xadrez aos nove anos em um projeto da prefeitura de Macaíba/RN. Na adolescência, disputou torneios locais, mas depois abandonou as competições por causa da rotina puxada do trabalho como diarista. Nesse período, matava a saudade das peças e do tabuleiro em jogos noturnos com a irmã ou em aplicativos de celulares.

Recentemente, a potiguar deu um passo importante em direção ao sonho de infância de brilhar como enxadrista. Em dezembro passado, Cibele teve a vida transformada após sagrar-se vice-campeã brasileira de xadrez e se credenciar para o Mundial disputado no mesmo mês em Varsóvia, na Polônia.

Mais difícil do que garantir a vaga no torneio internacional foi conseguir o aporte financeiro para a viagem e a estadia de seis dias na cidade polonesa. De volta ao Brasil, Cibele viu a história virar notícia na imprensa nacional e internacional. O assédio é tanto que atualmente ela reserva os dias de folga para atender aos pedidos de entrevista.

“Fui contratada pelo hospital que me patrocina e trabalho em dias alternados. Nas folgas faço as entrevistas e reuniões para discutir projetos e oportunidades”, conta, empolgada com a nova rotina. Não menor é sua empolgação com o patrocínio que fechou e a bolsa de estudos que ganhou para cursar Educação Física em uma universidade particular.

COMO FOI APRENDER A JOGAR XADREZ?

Desde o início me dei bem, mas na época não levava tão a sério porque era daquelas que gostava de fazer arte. Só que quando o professor explicava, prestava atenção. Ele fazia perguntas sobre os lances, eu sabia a resposta, mas por ser tímida tinha vergonha de responder. Então falava as respostas para as minhas amigas, elas respondiam e o professor falava: “muito bem, está certíssimo”. Foi assim que percebi que estava entendendo o jogo.



Quem é?
Cibele Florêncio

O que faz?
Enxadrista e faxineira

É destaque por?
vice-campeã brasileira
e disputou o Mundial
na Polônia

DIVULGAÇÃO

LEMBRA DO PRIMEIRO TORNEIO?

O professor conversou com os pais porque queria levar os alunos para um torneio em Natal. Minha mãe me liberou e fui vice-campeã. A partir dali sempre que tinha torneio, o professor me colocava para jogar. O projeto me ajudava muito porque o professor me busca e levava em casa, dava alimentação e pagava as inscrições.

POR QUANTO TEMPO FREQUENTOU O PROJETO?

Dos nove aos 16 anos. Foi neste período que mantive uma rotina de torneios. Depois o projeto acabou por questões políticas. O professor desistiu de manter o projeto e todo mundo debandou até que só eu fiquei. Foi daí que começou a peleja que todo mundo diz: ‘a menina é guerreira mesmo’. Sem o projeto, passei a baixar aplicativos no celular para jogar.

E CONTINUOU A PARTICIPAR DE TORNEIOS?

Quando dava eu pagava a inscrição e ia embora, com a fé e a coragem. Pegava ônibus e dormia na casa de amigas. Foi bem difícil, mas ia levando. Aí veio a pandemia e não tive condições de jogar mais. Fiquei parada por dois anos. No ano passado, procurei o presidente da federação e perguntei quando ia ter um torneio. Estava com muita vontade e saudade de jogar.

FOI A PARTIR DESSE TORNEIO QUE CONQUISTOU A VAGA PARA O BRASILEIRO?

Joguei primeiro um torneio local e fui campeã. Me classifiquei para o Estadual e ganhei também. Depois veio o Brasileiro, que fui vice-campeã e me classifiquei para o Mundial. Para fazer a inscrição no Brasileiro pedi ajuda a minha patroa. Disse a ela: 'Ana Lígia, vai ter um torneio importante e eu queria muito jogar'. Aí ela perguntou: 'quanto é?'. Respondi que era R\$ 150 e ela me deu.

SUA PATROA SABIA QUE VOCÊ JOGA XADREZ?

Não. Sou tímida. Só vou responder se me perguntarem, caso contrário, não falo nada. Até então nossa vivência era de patroa e faxineira. Ela não sabia detalhes da minha vida. Hoje a chamo de madrinha. Ela ficou muito feliz quando contei que tinha sido vice-campeã. E logo depois o presidente da Federação disse que eu tinha sido classificada para o Mundial. Voltei lá e disse: 'Ana Lígia, fui classificada para jogar o Mundial na Polônia'. Daí começaram as festividades e uma corrida atrás de dinheiro.

ENTRE O BRASILEIRO E O MUNDIAL HOVE UM INTERVALO DE APENAS DEZ DIAS. COMO FOI AJEITAR TUDO EM TÃO POUCO TEMPO?

Estava correndo contra o tempo para fazer o passaporte e juntar o dinheiro. Formou-se um mutirão para me ajudar. Meus amigos sugeriram uma vaquinha virtual. Mas a vaquinha não deu em nada. Tinha muita gente compartilhando, mas dinheiro nada. Minha patroa, que é médica, enviou mensagens nos grupos dela e aí caiu um dinheirinho. Só que pouco. Iniciei o processo do passaporte, mas cadê o dinheiro para viajar? Já estava triste e abalada quando o seu André, marido da Ana Lígia, sugeriu que eu fosse na rádio local contar a minha história e apelar por patrocínio. Ele combinou de ir comigo às 7h30 do outro dia. De manhã bem cedinho ele ligou e eu estava dormindo porque tinha chorado muito à noite. Ele disse: 'Cibele, cadê você mulher? Já está vindo?'. Respondi: 'Seu André, eu não vou. Não estou com fé'. Mas ele me incentivou e disse: vem embora e vamos dar um xeque-mate'. Foi algo de anjo, sabe? Me arrumei apressadíssima e fui.

FOI POR MEIO DESTA DEPOIMENTO QUE CONSEGUIU PATROCÍNIO?

Sim. Como cheguei atrasada tinha poucos minutos para contar a minha vida. O Marcelo Cascudo estava indo para o trabalho escutando a rádio e escutou a conversa. Ele ficou emocionado porque a filha dele se chama Cibele também. Enquanto eu ainda estava na rádio, ele mandou um recadinho. Depois que acabou a entrevista, ele ligou e pediu que fosse até o hospital onde trabalha. Meu patrão

me acompanhou até lá e quando chegamos na recepção já me perguntaram se eu era a menina do xadrez. Numa sala estavam me esperando os advogados e sócios. Eles me perguntaram se tinha pedido ajuda à prefeitura. Disse que sim, mas que não me receberam nem deram retorno. O seu Marcelo disse que eles iam me patrocinar. Menina, aí comecei a festejar com o meu patrão. Lá mesmo a gente começou a olhar a questão da inscrição e ligar para a Polícia Federal para saber do passaporte, que ainda não estava pronto. Fui atrás de roupas de frio. Isso tudo faltando dois dias para a viagem.

PENSOU EM DESISTIR DA VIAGEM?

Fiquei preocupada porque não falo nada de inglês. Pensava: 'meu Deus, como vou me virar? E se eu me perder?' Pensava que podia acontecer coisas ruins comigo. Perguntava para os amigos se eles viajariam se estivessem no meu lugar. Alguns respondiam que não sabiam. Outros diziam que sim porque era algo que poderia mudar a vida. Ficava escutando e no dia que parei para decidir se ia ou não, pesou a força da rede de apoio que se criou ao meu redor.

QUE AVALIAÇÃO FAZ DESTA EXPERIÊNCIA?

Foi uma experiência única. Fiquei seis dias em Varsóvia, na Polônia, e foi maravilhoso tudo o que vivi lá. Tiveram alguns vexames, porque eu nunca tinha viajado, né? Mas fiquei bem ligada, prestava atenção em tudo e desenrolei muito bem.

COMO FOI COMPETIR COM ATLETAS DE DIFERENTES PAÍSES?

Foi bem legal, apesar do vexame

de não entender o que elas falavam. Elas podiam estar me xingando e eu não saberia. Era um completa desconhecida, ficava sentadinha sozinha, só olhando. Eles me olhavam e deviam pensar: 'de onde vem esta criatura?'

O QUE MUDOU NA SUA VIDA APÓS O MUNDIAL?

Fui muito mal na competição, perdi quase todos os jogos. Então para mim eu voltaria e continuaria sendo a Cibele do interiorzinho. Mas desde que voltei não tive um dia sem alguém me procurar. No dia seguinte o celular não parava, eram os amigos querendo saber do Mundial, jornalistas querendo me entrevistar. Também comecei a trabalhar no hospital, que agora é meu patrocinador. Trabalho um dia das 7h às 19h e no outro folgo. O dia da folga é para fazer entrevistas e *lives*, reuniões para discutir projetos, negociar patrocínios, entre outras coisas.

PRETENDE SEGUIR A CARREIRA DE ENXADRISTA?

Sim, quero aproveitar as oportunidades que nunca tinha tido. Ainda preciso de patrocínios para bancar as viagens e as hospedagens. Também gostaria de ter ajuda para um projeto social de xadrez. Recebo mensagens de mães dizendo que queriam que eu ensinasse xadrez para os filhos ou perguntando se dou aula *online*. Se conseguir um patrocinador para abrir um projeto, quero ajudar a minha comunidade porque lá tem muitos talentos que, assim como eu, não têm condições. Quero viver do xadrez.

O XADREZ NÃO É MUITO PRATICADO NO BRASIL. ESPERA POPULARIZAR A

ESTAVA CORRENDO
CONTRA O TEMPO
PARA FAZER O
PASSAPORTE E JUNTAR
O DINHEIRO. MEUS
AMIGOS SUGERIRAM
UMA VAQUINHA
VIRTUAL. MAS NÃO
DEU EM NADA.
MINHA PATROA
ENVIOU MENSAGENS
NOS GRUPOS
DELA E AÍ CAIU UM
DINHEIRINHO. SÓ QUE
POUCO. JÁ ESTAVA
TRISTE E ABALADA
QUANDO O SEU
ANDRÉ SUGERIU QUE
EU FOSSE NA RÁDIO
LOCAL CONTAR A
MINHA HISTÓRIA

MODALIDADE COM A SUA HISTÓRIA?

Sim, porque a gente só crê quando vê. Eu sei que um joguinho de pecinhas pode mudar a sua vida. Quero que outras pessoas exerquem isso. Há outras meninas e meninos que jogam e podem chegar aonde cheguei. Quero transformar a vida de muita gente assim como a minha se transformou.

O QUE DIRIA PARA QUEM TEM SONHOS E ENCONTRA BARREIRAS PARA CONCRETIZÁ-LOS?

O negócio é acreditar sempre. Foram tantos tropeços que passei na vida. Depois que o projeto terminou ficou tudo mais difícil. Não botava tanta fé que chegaria longe com aquele 'joguinho'. Só sabia que gostava dele, mas sempre tive esperança, apesar de todas as dificuldades.

FALTA DE PATROCÍNIO É UM PROBLEMA RECORRENTE AOS ATLETAS BRASILEIROS. O QUE DIZ AOS EMPRESÁRIOS QUE RECEBEM PEDIDOS DE PATROCÍNIOS?

Para eles acreditarem nas pessoas que estão pedindo ajuda. Se a gente vai atrás, é porque se garante em alguma coisa, é bom naquilo. Diria para eles olharem com atenção, dar uma chance porque isso transforma vidas.

VOLTAR A DISPUTAR UM MUNDIAL ESTÁ NOS SEUS PLANOS?

Está sim, e vou trabalhar muito este ano para conseguir uma vaga e chegar com mais experiência.

E TEM OUTROS PROJETOS?

Depois que voltei do Mundial se abriu um leque de oportunidades. Estou analisando as propostas. No momento estou em conversa para ser professora de xadrez numa cidadezinha aqui perto. Também já pensei em comprar tabuleiros para começar a dar aula para ganhar dinheiro. Outra ideia é usar as redes sociais para divulgação e criar uma plataforma de aulas online. Sou muito boa para dar aula, mas para fazer vídeos ainda sou tímida.

Dia 23 de abril, comemoramos 9 anos no Brasil.

Nosso muito obrigado a todos clientes, corretores, colaboradores e parceiros, que nos acolhem todos os dias e acreditam em nosso propósito, contribuindo para construirmos juntos um Brasil mais seguro.



Fazemos parte do Grupo Sancor Seguros, nascido em 1945 em Sunchales, interior da Argentina, que é considerada a Capital do Cooperativismo naquele país. Essa foi nossa origem, como Grupo Segurador. Expandimos nossa atuação pela América, criando diversas outras empresas que formam o Grupo Sancor Seguros, entre elas a Sancor Seguros Brasil. A companhia atua nos ramos de Automóveis, Pessoas, Patrimoniais e Agronegócios.

A Sancor Seguros mantém vínculo forte com setor cooperativista e esta característica foi determinante para a escolha de Maringá (PR) como sede no Brasil. Além de potencializar negócios e parcerias, reforça nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável.

A Companhia vem investindo em tecnologia, para a criação de mecanismos que facilitam vendas digitais e o acesso a serviços essenciais através de microsseguros. Continuamos crescendo, com foco mais qualitativo do que quantitativo, buscando melhorar os resultados e a qualidade do serviço que prestamos a clientes e parceiros.

Há 75 anos planejando Maringá

O planejamento que começou na fundação continuou contribuindo para o crescimento da cidade, ora executado pelo poder público, ora pela iniciativa privada ou conjuntamente

Qual o motivo do sucesso de Maringá? Para responder a questão é fundamental ponderar que sucesso não está, exclusivamente, ligado ao crescimento demográfico, mas vincula-se também a índices que beneficiam a população, como infraestrutura urbana, plano paisagístico, serviços básicos e oferta de emprego. E pela perspectiva histórica proponho algumas reflexões.

Maringá iniciou 2022 com quase mil vagas de emprego, o que trouxe otimismo à recuperação econômica que começa a ganhar força com o fim da pandemia. Mesmo com o conflito do leste europeu, os reflexos parecem não ter gerado impactos profundos na economia local. O município, entretanto, se preparou para essa recuperação quando contratou o Sebrae para desenvolver o seu Plano de Retomada.

Esse aspecto de projetar cenários de longo prazo vem desde os primórdios, quando sequer éramos distrito. Entre 1943 e 1945 a Companhia de Terras Norte do Paraná – responsável pela ocupação imobiliária do norte e noroeste do estado - financiou a concepção de moderno projeto urbano para Maringá, que foi inspirado em modelos europeu. O autor, o urbanista Jorge de Macedo Vieira, traçou uma cidade que pudesse abrigar até 200 mil habitantes.

A título de comparação, o censo de 1950 aferiu uma população com 38.588 pessoas. Seria apenas na década de 1980 que a capacidade máxima proposta por Vieira seria superada.

Em outra perspectiva ainda podemos avaliar o Novo Centro, área com grande densidade demográfica e elevado número de construções. Mas esse espaço nem sempre foi assim. A partir de maio de 1947, essa região foi destinada ao transbordo ferroviário, que incluía pátio de manobras, galpões, colônia e estação.

Na segunda metade da década de 1970 a área começou a ser discutida, ganhando repercussão a partir de 1985, quando a autarquia Urbamar foi criada com o objetivo de transferir a zona ferroviária, para não prejudicar o crescimento urbano nem provocar riscos às pessoas que ali transitavam.

Após idas e vindas, contratação do escritório do arquiteto Oscar Niemeyer, mudanças de projeto, polêmicas, acordos e tensões, a área com um quilômetro teve suas obras concluídas em 2006. Entre as melhorias, destacam-se o rebaixamento de trilhos, o cabeamento subterrâneo e a transferência do pátio de manobras para a saída de Paiçandu.

Agora uma nova fronteira se abre. Trata-se do moderno bairro Eurogarden, que vem sendo empreendido



Registro da década de 1950. Em primeiro plano aparece o núcleo inicial da cidade, o Maringá Velho. Ao fundo, com moderno projeto urbano, o Maringá Novo



Com registro do início dos anos 1970, o pátio de manobras ferroviárias aparece na base da imagem

onde funcionou o antigo aeroporto. Se por um lado há a participação da iniciativa privada de forma decisiva, também temos em igual medida o envolvimento do poder público, que tem sido primordial para a entrega de equipamentos e serviços.

E ainda há ações conjuntas que geram perspectivas favoráveis ao desenvolvimento. O município, por exemplo, encontra amparo na execução de ações junto ao plano socioeconômico do Materplan Metrôpole Maringá 2047, produzido sob a liderança do Codem. Esse documento indica segmentos a serem potencializados até que a cidade chegue ao centenário.

Planejar está no DNA de Maringá e, não à toa, somos consecutivamente eleitos a melhor cidade do Brasil para se viver e se investir.

Fontes: Acervo Maringá Histórica / Museu Bacia do Paraná / Gerência de Patrimônio Histórico de Maringá

Miguel Fernando Perez Silva é especialista em História e Sociedade do Brasil. É responsável pelo Maringá Histórica (www.maringahistorica.com.br)



APLIQUE SEU DINHEIRO NO SICOOB.

RENTABILIDADE
E SEGURANÇA
PARA AUMENTAR
SUAS CONQUISTAS.

No Sicoob, seu patrimônio financeiro cresce, você realiza seus projetos e conquista uma reserva para o futuro. Escolha o Sicoob para os seus investimentos. Com nossas aplicações, ganha você, ganha sua cooperativa e ganha também a economia da sua região.

**PROCURE UMA COOPERATIVA OU
ACESSE O APP SICOOB E CONHEÇA
AS OPÇÕES DO SICOOB EM RENDA
FIXA E VARIÁVEL.**

Saiba mais: sicoob.com.br.

Central de Atendimento

4000 1111 - Capitais e regiões metropolitanas
0800 642 0000 - Demais localidades

Deficientes auditivos ou de fala - 0800 940 0458

Ouvidoria - 0800 725 0996 - de seg. a sex., das 8h às 20h
ouvidoriasicoob.com.br

**INVISTA COM OS VALORES
DO COOPERATIVISMO.
INVISTA NO SICOOB.**

SICOOB
Faça parte.

75 anos: da poeira e da lama à melhor

CIDADE PARA VIVER

Maringá continua atraindo investidores e planejando o desenvolvimento, com sinergia entre ACIM e poder público, para manter a qualidade de vida dos seus 430 mil exigentes moradores; linha do tempo mostra as principais conquistas década a década

O título de melhor cidade para se viver no Brasil – conquistado pela terceira vez no ano passado – não chega a ser surpresa para os moradores de Maringá. O Índice de Desafios da Gestão Municipal, elaborado pela consultoria Macroplan e que avalia as cem maiores cidades brasileiras, apenas ratifica o sentimento de quem mora aqui. O levantamento leva em conta 15 indicadores de educação, saúde, segurança e saneamento básico. A cidade que tem 100% da população atendida por esgoto e 99,99% dos moradores atendidos com água também se vangloria dos seus parques, praças e 41 quilômetros de ciclovia. Mas Maringá já está sob os holofotes há muito tempo. É antiga a fama de cidade planejada e pujante. E a fórmula é uma combinação da eficiência administrativa, condições geográficas e união entre o público e o privado.

Para morar e investir

Não à toa Maringá continua sendo um lugar cobiçado para morar e investir. Voltar à Cidade Canção já estava nos planos de Priscila Gonçalves da Silva e se concretizou no final de 2021. Ela tem familiares na cidade e cursou Odontologia em uma faculdade local, mas depois de formada abriu consultório em São João do Ivaí.

“A família da minha mãe é daqui, mas por causa do trabalho do meu pai vivíamos mudando de cidade. Quando me formei, em 2003, voltei para São João. Mas meu pai sempre dizia que queria voltar para Maringá para perto da família. Também sempre quis vir para cá pensando no suporte médico e educacional que a cidade oferece, além de ser apaixonada por Maringá”, conta.

A mudança para a Cidade Canção ocorreu por incentivo do marido, Cleverton Frigueto Paz. Proprietário de uma empresa de licitações em Curitiba, ele sonhava com novo negócio mais perto de casa e convenceu Priscila a ‘abraçar’ o empreendedorismo.

“Ele tem perfil empreendedor e queria ter uma loja. Surgiu a oportunidade de uma franquia no Shopping Catuaí e ele foi atrás. Mas a intenção sempre foi que eu gerenciasse a loja e ele continuaria na empresa de licitações”.

Priscila participou do processo promovido pela franqueadora da marca Maria Filó e desbancou dois

casais concorrentes. Ela fechou o consultório em São João, mudou-se com a família para Maringá e gerencia a loja inaugurada em dezembro passado. “Tive um pouco de receio no início porque não tinha experiência em gestão de negócios. Mas tenho recebido importante respaldo da franqueadora e do shopping e estou confiante que a loja será um sucesso”, diz.

Hoje Priscila se dedica integralmente à loja. Porém, futuramente pretende retomar a carreira odontológica e para isso faz planos de voltar a estudar. “Quero fazer cursos e especializações, algo que Maringá me proporcionará com facilidade por ser um polo educacional”.

Ela acredita que esses benefícios também se estendem à formação do filho de seis anos. Sobre a recepção dos maringaenses, Priscila é só elogios. “Sinto-me abraçada desde que cheguei. O calor humano é um diferencial do povo maringaense”, conclui.

Orgulho de Maringá e da ACIM

Para que Maringá fosse ‘erguida’, foram necessárias muitas mãos. Entre as construtoras que ajudaram a levantar a cidade está a Sisa Construções Civis, fundada em 1970. O nome da empresa é a junção das iniciais de um dos seus fundadores: o pioneiro Sincler Sambatti.

De início, as obras resumiam-se aos barracões e às cerealistas erguidos para armazenar riquezas agrícolas. Depois vieram as edificações industriais, residenciais, comerciais, hospitalares e cooperativistas. Hoje a construtora – que em 2010 foi incorporada ao grupo Noga-rolí – emprega 50 colaboradores.

Ao longo de 52 anos, a Sisa precisou se reinventar, e contou com uma importante parceira: a ACIM. Antes mesmo da assinatura do contrato social, em 18 de agosto de 1970, a Sisa já estava filiada à Associação Comercial. “A filiação ocorreu em 29 de julho de 1970 e jamais foi interrompida. É uma relação longínqua e próspera”, afirma o diretor Claudio Mukai, que entrou na Sisa em 1976 como estagiário e tornou-se sócio em 1982. Logo depois, passou a integrar o quadro de diretores da ACIM e segue até hoje como membro do Conselho Superior.

Entusiasta do associativismo, Mukai acredita que a troca de experiências e a união da classe empresarial, lideradas pela Associação Comercial, conduziram Maringá à condição de cidade pujante. Ele cita o Repensando Maringá como “pontapé crucial para o caminho do desenvolvimento. A Associação Comercial sempre



Priscila Gonçalves da Silva fechou uma clínica odontológica em São João do Ivaí para abrir uma franquia em Maringá

— FOTO/IVAN AMORIN



Antes mesmo da assinatura do contrato social, a Sisa já era associada da ACIM e o sócio Claudio Mukai é conselheiro da entidade desde a década de 80 — FOTO/IVAN AMORIN

foi atuante em prol do crescimento e desenvolvimento, e ao mesmo tempo na abertura do caminho e antecipação de tendências para novas empresas”.

Foi essa atuação coletiva que, na opinião de Mukai, criou e tem perpetuado em Maringá um cenário de investimentos e desenvolvimento – mesmo em tempos adversos – que permite o crescimento de setores, como a construção civil.

“A ACIM é um fórum permanente de discussão e engajamento que trabalha em prol do coletivo porque, afinal, todos ganham com o desenvolvimento da cidade. Por isso, sinto orgulho de fazer parte da associação e por meio dela e da Sisa ter colocado meu tijolinho na construção de Maringá”.

Planejando o centenário

‘Nascida’ da prancheta do urbanista Jorge Macedo Vieira, na década de 1940, Maringá figura entre as grandes experiências de planejamento urbano no Brasil. Planejada desde a sua fundação, a cidade passou e ainda passa por processos de reestruturação urbana.

Desde 2017 está em andamento o Masterplan, um amplo planejamento urbano, econômico e social para a Maringá de 2047, cujo trabalho teve a consultoria internacional da PwC e é acompanhado pelo Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem).

Com esse planejamento, o Codem e a Associação Comercial, por meio de técnicos e lideranças voluntárias, querem preparar Maringá para o primeiro centenário e alçá-la ao posto de melhor cidade do interior do país, oferecendo qualidade de vida e sendo referência em atividades econômicas de alto valor agregado.

“O Masterplan foi o idealizador e o angariador de fundos para a execução, bem como o guardião do Repensando Maringá 2047, quando a cidade completará 100 anos”, explica o presidente do Codem, José Carlos Barbieri, que é reitor da UniFCV.

Para alcançar as metas, o Repensando Maringá 2047 foi dividido em câmaras técnicas setoriais, que são fó-

Década a década

Boa parte da trajetória de Maringá está intimamente ligada à da ACIM, fundada em 1963 pela união de um grupo de empresários. Desde então, a entidade atua como protagonista do associativismo empresarial e encabeça movimentos que transformaram e conduziram Maringá ao longo dos 75 anos celebrados este ano, o jubileu de diamante.

Ao mesmo tempo em que cobra justiça fiscal, a ACIM luta por obras estratégicas e atua como uma agência que fomenta projetos de desenvolvimento e em defesa de práticas sustentáveis e socialmente responsáveis. “O desenvolvimento extraordinário de Maringá se deve à criatividade, coragem e trabalho dos empresários e trabalhadores, à união da sociedade civil e à seriedade da prefeitura e Câmara Municipal. Fizemos essa leitura em nossa gestão e temos trabalhado para fortalecer esse tripé e acelerar o crescimento do município e

— FOTO/IVAN AMORIN

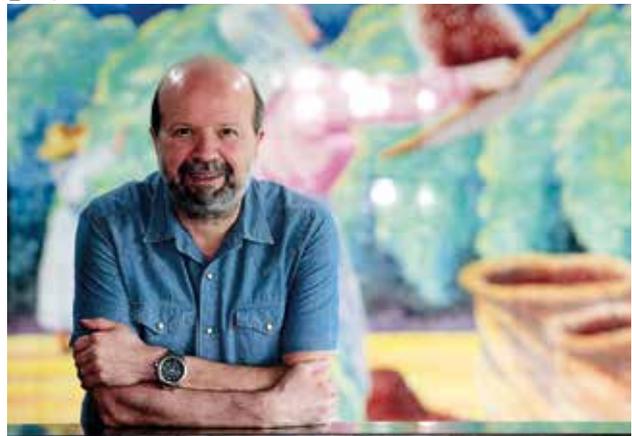


José Carlos Barbieri, presidente do Codem: câmara de mobilidade será lançada neste ano se somando às 7 em funcionamento

runs para o planejamento estratégico e o monitoramento sistemático de cada setor estratégico. Atualmente, o Codem conta com sete câmaras: saúde, educação, setor financeiro e de seguros, tecnologia da informação e comunicação, turismo e técnica smart. “Ainda em 2022 será lançada a câmara de mobilidade”, adianta Barbieri.

Além do Masterplan, o Codem tem atuado na promoção da educação financeira por meio do Movimento Prosperingá, que conta com dezenas de entidades parceiras, públicas e privadas. Existem projetos para levar o tema às escolas públicas e privadas da cidade, para disseminar boas práticas de educação financeira.

— FOTO/IVAN AMORIN



João Laércio Lopes Leal, do Patrimônio Histórico: “Maringá tem um segredo. Nunca depositou todos os ovos numa cesta. Sempre teve diversidade de atividades econômicas”

a qualidade de vida da população”, afirma o prefeito Ulisses Maia.

Com a ajuda de um historiador e pesquisas, a Revista ACIM traz um resumo dos principais acontecimentos em cada década, desde a fundação de Maringá:

Década de 1940, o surgimento da cidade

Até o início da década de 1930, 70% da população se concentrava na costa litorânea brasileira. Essa disparidade de ocupação territorial motivou a 'Marcha para o Oeste', programa de desenvolvimento econômico e populacional do interior do país patrocinado pelo governo Getúlio Vargas.

O arrojado plano de ocupação territorial foi colocado em prática em diversas regiões do país, entre elas o norte e noroeste do Paraná. Por aqui, a colonização coube à Companhia de Terras Norte do Paraná – mais tarde batizada de Companhia Melhoramentos do Paraná - que, utilizando-se de capital britânico, colocou em prática a ideia de criar uma cidade inspirada no modelo de cidade-jardim de Ebenezer Howard.

Foi assim que nasceu Maringá em 10 de maio de 1947. No início, a 'cidade' se resumia a oito quadras, localizadas na região da atual Capela Santa Cruz, rodeadas por grandes propriedades rurais, de onde vinham as riquezas da época.

Década de 1950, atraindo desbravadores

Não demorou para que a 'nova cidade' atraísse desbravadores de diversas regiões do Brasil. "Vieram para cá nordestinos, paulistas, mineiros, gaúchos, todos em busca de oportunidades", conta o historiador João Laércio.

No cenário nacional, a década foi marcada pelo auge da produção de café, fim do governo Vargas e ascensão do espírito desenvolvimentista de Juscelino Kubistchek. Espírito este que, por aqui, resultou no primeiro parque industrial na avenida Mauá, na Vila Operária. "Nos anos 40 havia agroindústrias artesanais, que processavam café e arroz, mas era pouca coisa. Nos anos 50 começaram a chegar as máquinas pesadas, com grande capacidade de processamento de produtos. Maringá chegou a ter 80 máquinas de café funcionando ao mesmo tempo", diz o historiador.

O campo, entretanto, não era a única aposta dos empreendedores. Houve quem investisse na indústria metalmeccânica, até hoje referência no Brasil. Pelo menos 11 fábricas foram abertas naquela época para a produção de foices, enxadas, parafusos, entre outros.

O comércio também se fortaleceu e diversificou. São dessa época as lojas Dias Martins, Alô Brasil, Casa Vila Real e Casa Moreira.

"Maringá nunca depositou todos os ovos numa cesta. Sempre teve diversidade de atividades econômicas. Este é o motivo de Maringá nunca ter entrado em crise econômica porque um setor compensa outro que

Fotos/Arquivo Maringá Histórica



Lançamento da pedra fundamental de Maringá, em 10 de novembro de 1942

"O extrativismo era forte, bem como a cafeicultura. Tanto que o primeiro prefeito de Maringá foi Inocente Villanova Júnior, dono de uma serraria, e o segundo Américo Dias, cerealista do café", cita o historiador do Patrimônio Histórico Cultural de Maringá, João Laércio Lopes Leal.

A exploração de madeira e minério levou à abertura de serrarias e pedreiras. Olarias e cerealistas também proliferaram à época.



Avenida Brasil esquina com a Duque de Caxias nos anos 1950

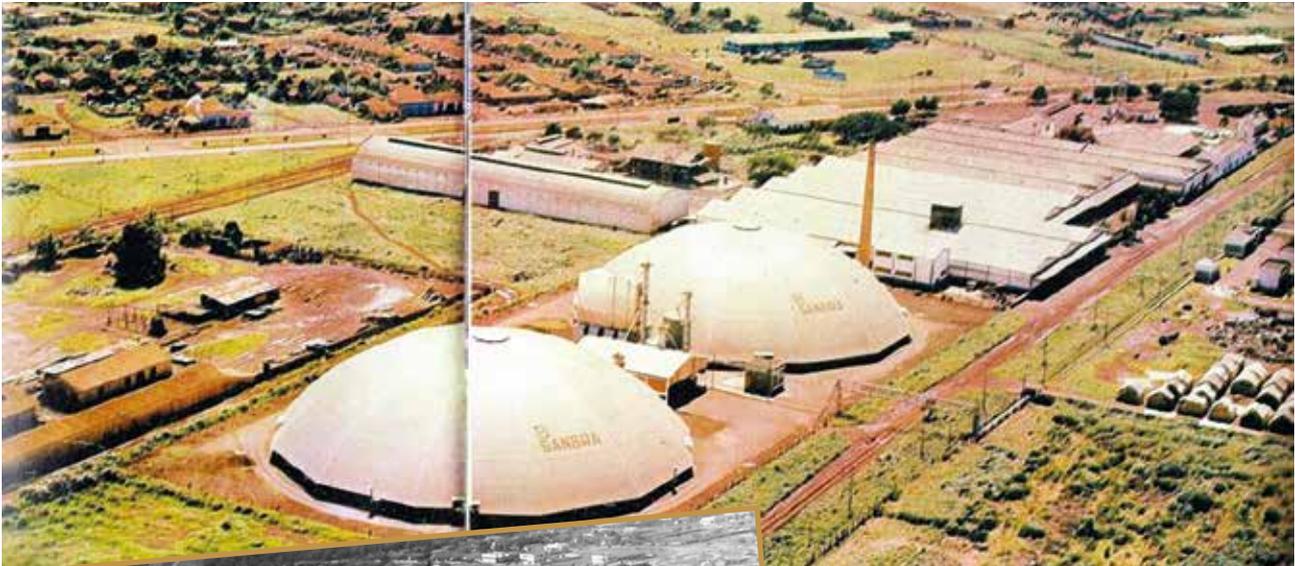


Edifício João Tenório Cavalcante em 1956. A então Associação Comercial de Maringá instalou a primeira sede neste prédio

eventualmente entre em declínio", pontua João Laércio.

Outra particularidade da cidade é o associativismo. Maringá tinha apenas seis anos quando um grupo de empresários criou a Associação Comercial de Maringá, em 12 de abril de 1953. O primeiro presidente foi Américo Marques Dias. Instalada inicialmente em salas alugadas no Edifício João Tenório Cavalcante, na avenida XV de Novembro esquina com a avenida Duque de Caxias, a entidade lutou pela instalação de Agências de Telégrafos, Coletoria Federal, Copel, Banco do Brasil e Usina Diesel Elétrica que serviu como base para a formação da Copel.

Fotos/Arquivo Maringá Histórica



Sanbra se instalou no mesmo período que outras indústrias chegaram a Maringá

Vista aérea de Maringá na década de 1960

Década de 1960, grandes empresas

Na década de 1960 o Brasil passou por profundas transformações culturais, sociais e política com a ascensão dos militares ao poder, em 1964. Foi um período de grande desenvolvimento industrial, com a chegada de multinacionais ao país, como a Sanbra, que se instalou em Maringá.

“Junto à Sanbra chegaram a Norpa, Neva, Anderson Clayton, uma quantidade gigantesca de agroindústrias tornando Maringá um polo nacional de processamento de produtos do campo”, recorda o historiador.

Essa condição também foi impulsionada pelo surgimento da Cocamar, em 1963. “A Cocamar revolucionou Maringá. Os produtores deixaram de vender o café para os donos de máquinas processadoras e se tornam cooperados da cooperativa”, afirma João Laércio.

Ele destaca ainda os nascimentos da Usina Santa Terezinha – empresa que hoje lidera a geração de tri-

butos no município – e da Recco. “Era a indústria têxtil surgindo”.

Esses empreendimentos impulsionaram a geração de empregos. Muitos deles absorveram mão de obra de setores em declínio, como as serrarias que fechavam por escassez de matéria-prima.

Paralelamente, a ACIM se fortaleceu em defesa da classe empresarial e de infraestrutura para a cidade, reivindicando melhorias em estradas e na rede de energia elétrica.

A entidade foi a primeira associação do Paraná e a segunda do país a montar o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC). Foi nesta época que a ACIM ganhou sede própria, erguida em um terreno na avenida Herval.

No final da década, a cidade começou a esboçar sua vocação para o ensino. Em 1969, foi criada a Universidade Estadual de Maringá (UEM), a partir da união de quatro instituições estaduais de ensino superior.

Década de 1970, do campo para a cidade

O Brasil foi tomado por uma onda de euforia no início da década de 1970, impulsionada pelo forte crescimento econômico. O período também é lembrado pelo êxodo rural. A geada negra do café, em 1975, e a mecanização das lavouras de soja e milho levaram milhares de famílias a trocar o campo pela cidade.

Com mais gente na cidade, a ACIM defendeu a criação de parques industriais em Maringá. "Incentivou-se a criação de parques industriais fora do perímetro urbano, algo interessante para a organização da cidade e do setor", ressalta o historiador.

O comércio não ficou atrás, ampliando a atuação e diversificação. "Existe um casamento entre a indústria e o comércio em Maringá. Os dois crescem juntos, e isso é um diferencial importante", destaca João Laércio.

A década também foi importante para a área educacional. Escolas, cursinhos e faculdades privados foram abertos nos anos 70 com o intuito de reter jovens talentos e mão de obra qualificada. "Sem opção local, muitos pais mandavam os filhos estudar em Curitiba ou São

Década de 1980, anos dourados

Maringá iniciou a década de 1980 com 168 mil habitantes, e no final dela tinha 240 mil habitantes. "Foi um crescimento populacional recorde", diz João Laércio. O *boom* transformou a cidade em um canteiro de obras. O número de prédios saltou de oito para 56 no intervalo de dez anos enquanto loteamentos proliferavam. Isso foi possível porque o prefeito Said Ferreira agilizou a liberação de alvarás. "A cidade foi ampliada e modernizada. Por isso considero a década de 1980 como a década dourada de Maringá", diz o historiador.

A ocupação urbana suscitou debates. O foco era o Novo Centro, uma vasta área entre as avenidas São Paulo e Paraná, antes utilizada como pátio de manobra da rede ferroviária. A ACIM foi uma das apoiadoras do Projeto Ágora, concebido pelo arquiteto Oscar Niemeyer, que previa a construção de largas avenidas, praças públicas majestosas e amplo espaço de lazer. O projeto acabou abandonado por falta de recursos.

Por outro lado, a ACIM conseguiu benefícios à cidade, como a ampliação do número de vagões para escoamento ferroviário da produção agrícola, melhores financiamentos bancários, aumento do número de policiais e a instalação de um escritório da Junta Comercial, que agilizou a abertura de empresas. Entre os empreendimentos que iniciaram suas atividades nesta época estão a Unicesumar, GTFoods e a Coca-Cola Femsu.

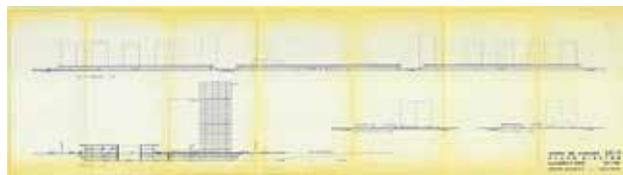
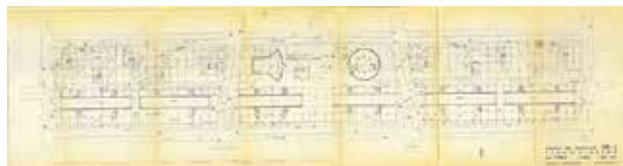
Fotos/Arquivo Maringá Histórica



Cocamar na década de 1970

Paulo, e eles acabavam não retornando. A partir daí, o pessoal começa a ficar aqui, criando um capital de inteligência, uma geração de intelectuais e empresários", diz o historiador.

Outro setor beneficiado pelo crescimento da cidade foi o da construção civil. Foi nesta época que foram erigidos os primeiros arranha-céus e surgiram os grandes cartões-postais da cidade, como o Parque do Ingá (1971) e a Catedral Basílica Nossa Senhora da Glória (concluída em 1972).



Projeto Ágora, que serviu de base para o Novo Centro



Verticalização de Maringá na década de 1980

Enquanto Maringá crescia, o Brasil passava pelo processo de redemocratização e lutava contra a inflação. Protestos eclodiram pelo direito ao voto e contra os fracassados planos econômicos do presidente José Sarney. Em Maringá, uma manifestação encabeçada pela Associação Comercial fechou o comércio em 26 de fevereiro de 1987 e ganhou repercussão nacional.

Década de 1990, tempo de reestruturação

Os anos 90 começaram com turbulências políticas e financeiras no país. Em meio a um cenário de hiperinflação, o presidente recém-empossado Fernando Collor lançou o Plano Collor – marcado pela troca do cruzado-novo pelo cruzeiro e pelo confisco da poupança. O cenário de crise levou ao *impeachment* dele em 1992.

Para ajudar o empresariado e a sociedade neste momento de grande instabilidade, a ACIM criou, em 1994, o Instituto para o Desenvolvimento Regional (IDR) com a missão de elaborar e implantar projetos de desenvolvimento para os municípios do noroeste do Paraná. No mesmo ano, ocorreu a implantação do Plano Real, que conseguiu, enfim, reduzir as taxas de inflação. Os altos juros, entretanto, imobilizaram o empresariado, causando estagnação na economia e desaceleração do crescimento.

Em 1996, a ACIM e a Coordenadoria Regional da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) articularam o Movimento Repensando Maringá, envolvendo mais de 80 líderes empresariais e representantes da sociedade. Foi deste movimento que nasceu o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), criado por lei municipal, com a missão de propor e executar po-

Década de 2000, tecnologia e globalização

O avanço tecnológico e a globalização da economia trouxeram transformações significativas à sociedade e ao mercado corporativo no início dos anos 2000. O novo milênio lançou luz sobre debates sociais, ambientais e gestão empresarial transparente e ética.

Em sintonia com os mais modernos conceitos, a ACIM implantou, em 2002, o Instituto de Responsabilidade Social de Maringá (Fundacim) e foi uma das incentivadoras da criação da ONG Sociedade Eticamente Responsável (SER), que deu origem, em 2006, ao Observatório Social de Maringá.

A ACIM também abriu as portas para a Software By Maringá, criada para incentivar o desenvolvimento de empresas de tecnologia de informação. O setor foi um dos destaques da década. “Surgiu

Arquivo Maringá Histórica



Posse da primeira diretoria do Codem

líticas de desenvolvimento econômico.

“O Repensando Maringá ocorreu em um momento interessante e crucial. Depois de uma década de crescimento espetacular nos anos 80, os empresários perceberam que a cidade estava caminhando para a estagnação e se uniram ao poder público para recolocar Maringá nos trilhos, e deu certo. Aliás, ao longo da história, essa aliança entre o público e privado sempre funcionou aqui”, avalia o historiador.

Outro feito da década é a criação do Sicoob Metropolitano. A ACIM foi a primeira associação comercial do sul do país a criar uma cooperativa de crédito para o setor empresarial.

nesta época um arranjo produtivo de TI forte em Maringá e que hoje é referência no país. É um setor interessante porque é lucrativo, paga bem, gera empregos de qualidade e não polui”, enaltece João Laércio.

Outros setores que registraram forte expansão foram os da educação e entretenimento. Maringá se consolidou como polo educativo com 15 instituições de ensino superior que, por sua vez, fomentaram a criação de escolas e cursinhos.

Já a vida noturna ganhou novos ares com a proliferação de bares, restaurantes e casas noturnas. “A implantação de cursos de gastronomia na cidade ajudou a impulsionar o setor de alimentação”, explica o historiador.



FOTO/IVAN AMORIM

Inovus, ambiente criado pela ACIM para incentivar a inovação

Década 2020, mais obras e inovação

Nos últimos anos a ACIM manteve o trabalho em prol do desenvolvimento da cidade. Entre as reivindicações defendidas pela entidade está a duplicação de 21 quilômetros da PR-317 entre Maringá e Iguaçu. A obra de R\$ 183,4 milhões, iniciada este ano, teve o projeto doado pela ACIM e foi custeado por empresários.

O projeto Ágora, concebido na década de 80, foi rebatizado de Centro de Eventos Oscar Niemeyer e poderá sair do papel com apoio da Associação Comercial, que doou os projetos elétricos, de detectores de incêndio, climatização, exaustão e impermeabilização. Com 7 mil metros quadrados, será a segunda obra de Niemeyer no Paraná – a outra é o Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba.

Outra bandeira da entidade é o incentivo à inovação, propagado por meio do Inovus, um ambiente instalado na sede em que os empreendedores podem testar e validar uma ideia com o acompanhamento de consultores. Já por meio da Escola de Negócios são ofertados cursos de gestão e operacionais para empreendedores e colaboradores.

Esse incentivo se traduz na abertura de negócios e surgimento de segmentos, tais como o cervejeiro. Na esteira de um mercado em ascensão, Maringá conta hoje com 16 fábricas de cervejas artesanais. “O empresário maringaense é criativo e antenado com tendências, tais como a exploração de duas atividades em um mesmo negócio, como barbearias e bares”, cita o historiador.

A Revista ACIM agradece o Maringá Histórica pelas imagens

Capa produzida com base em tela de William Grande; segundo o artista, a tela exprime os valores ambientais por meio das árvores e o desenvolvimento urbano, além de dois ícones da cidade, a Catedral e a ACIM

De malas prontas para aprender

Opção para conhecer e vivenciar culturas, programas de intercâmbios disponíveis em Maringá ajudam estudantes e profissionais que querem passar pela experiência

FOTO/ADOBESTOCK



O ano era 1914 e o contexto de Primeira Guerra Mundial. Foi na época que surgiu aquela que viria a ser a primeira ONG de intercâmbio que se tem conhecimento. O motivo das viagens, no entanto, era diferente da atualidade: em vez de estudos, experiências profissionais e trocas culturais, a razão era humanitária. “Jovens voluntários entravam nos campos de batalha como motoristas de ambulância, independentemente da nacionalidade ou cultura”, explica o presidente do Comitê AFS (American Field Service) em Maringá, Vanderlei Cirino.

O trabalho, que foi retomado na Segunda Guerra Mundial, mudou de característica no pós-guerra. “Um grupo de veteranos do AFS percebeu a necessidade de promover o entendimento e a irmandade internacional para diminuir a intolerância entre os povos e decidiu que a melhor forma de fazer isso era por meio de experiências de imersão cultural. Assim, em 1947, surgiu o AFS Intercultural Programs, a maior organização de intercâmbio cultural do mundo”, afirma. Desde então, a entidade foi responsável pelo inter-

câmbio de milhares de pessoas, entre os quais o recém-eleito presidente do Chile, Gabriel Boric, que aos 16 anos foi intercambista na França, e o ex-presidente da Colômbia César Gaviria, que foi estudar nos Estados Unidos.

Com sede mundial em Nova Iorque e presente em mais de 60 países, o AFS, sem fins lucrativos, chegou no Brasil em 1956 e já enviou e recebeu 14 mil intercambistas. A sede fica no Rio de Janeiro e apenas lá existem funcionários para organizar os aspectos burocráticos e operacionais. Nas mais de cem cidades brasileiras em que o AFS opera, o trabalho de orientação e apoio aos estudantes e às famílias é feito por quase mil voluntários, que na maioria já viajou ou hospedou intercambistas.

O programa mais comum é o ‘High School’, com duração de um ano para jovens entre 15 e 18 anos, mas existem opções mais curtas que podem ser de algumas semanas até um ano, para adolescentes e adultos. Existem ainda programas de aprendizado de idiomas e de estágio não remunerado. “Normalmente trabalhamos com 250



“Procuramos proporcionar a permanência em uma única casa para que o estudante adquira senso de responsabilidade e fortaleça relacionamentos”, explica Vanderlei Cirino, do AFS _FOTO/IVAN AMORIN

envios do Brasil para o exterior e 250 recebimentos por ano, e um dos nossos diferenciais é que o próprio interessado escolhe o destino, consultando a organização sobre a disponibilidade de vaga”, explica.

Durante a permanência no exterior o estudante fica em alojamentos ou, no caso do intercâmbio escolar, em casas de família. “Procuramos proporcionar a permanência em uma única casa para que o estudante adquira senso de responsabilidade com o ambiente familiar, fortaleça os relacionamentos e leve a amizade para a vida”, explica. Mesmo assim, em caso de conflitos, é possível trocar de família e, em situações excepcionais, até de cidade.

No AFS não há necessidade que a família do estudante que vai ao exterior seja hospedeira de intercambista nem necessidade de vínculo com a organização. “Encorajamos todos os tipos de família a se cadastrarem. Algumas têm crianças, outras são formadas por casais do mesmo sexo, casais com filhos adultos e ou casais sem filhos. Adultos e pais solteiros também são bem-vindos”, afirma.

Segundo Cirino, assim como fazer intercâmbio, receber um intercambista é uma experiência única, que proporciona troca cultural. A família interessada em ser hospedeira deve entrar em contato pelo número (44) 99118-8466. Ela será encaminhada para um voluntário, que providen-



No Rotary o programa mais procurado é voltado para alunos do ensino médio com destino a países desenvolvidos e duração de um ano, conta Amaury Couto _FOTO/IVAN AMORIN

ciará uma entrevista. “A obrigação é oferecer hospedagem e alimentação, além de carinho e atenção ao estudante, que na prática será um novo membro da família. Lembrando que a família não é remunerada”, explica.

A taxa de participação dos programas High School engloba os custos durante a experiência, incluindo a colocação em família hospedeira, alimentação, seguro médico, transporte e material escolar. No entanto, os custos com o transporte aéreo ao destino são de responsabilidade do intercambista, assim como despesas pessoais como roupas e atividades sociais. “Para boa parte dos países da Europa a taxa de participação varia de US\$ 7 mil a 10 mil, mas pode chegar a US\$ 14 mil para os Estados Unidos ou a US\$ 25 mil para a Austrália”, diz. Segundo Cirino, as inscrições para bolsas estão encerradas, mas novas oportunidades podem surgir ao longo do ano.

PAÍSES DESENVOLVIDOS SÃO PREFERIDOS

Há 15 anos responsável pelos intercâmbios do Rotary no noroeste do Paraná, Amaury Couto acompanha o ‘vai e vem’ de intercambistas. Nos últimos dois anos as atividades ficaram suspensas por conta da pandemia, mas em anos anteriores mais de mil jovens passaram pela experiência em toda a região distrital da entidade. Em Maringá



Aos 43 anos, Ricardo Azenha passou um mês no Canadá para aprimorar inglês; a família dele já recebeu intercambistas da Costa Rica, Itália, México e Peru

_ FOTO/IVAN AMORIN

eram em média 21 alunos por ano. “Fazer intercâmbio é uma experiência fantástica que amplia a visão de mundo, muda comportamentos e ajuda na evolução como pessoas e futuros profissionais”, garante.

No Rotary o programa de maior adesão é voltado para alunos do ensino médio, mas existem programas de serviços voluntários e experiências universitárias para pessoas com até 30 anos. A duração varia de um a seis meses para voluntários e universitários, e um ano para estudantes do ensino médio. Para garantir uma vaga é preciso passar por processo seletivo composto por prova de conhecimentos gerais, conhecimentos rotários, redação e língua estrangeira. Em seguida é feito sorteio com os candidatos com as melhores pontuações. “A maioria dos estudantes prefere países desenvolvidos como Alemanha, França, Itália, Espanha, Estados Unidos e Bélgica, embora tenhamos também os países de língua espanhola das Américas, como Argentina, Peru, Equador, Colômbia e México”, afirma.

Para Couto, independente do país, quem faz o intercâmbio valer a pena é o estudante. “É fundamental que o jovem se permita vivenciar a cultura local, compreender os hábitos e experimentar um novo estilo de vida”, diz. Sobre a aprendizagem do idioma local, Couto acredita que essa é uma consequência da vivência, apesar de haver programas específicos para a finalidade.

No Rotary, as famílias que querem enviar estudantes para uma temporada fora do país precisam desembolsar de US\$ 2 mil a 6 mil, e são convida-

das a receber intercambistas em suas casas. A hospedagem na modalidade escolar é feita em casas de famílias e, ao longo de um ano, a previsão é que o aluno passe por dois ou três endereços. “O intercâmbio é algo que vai além do estudante e transforma a família e comunidade”, declara.

OPORTUNIDADE PARA ADULTOS

Professor universitário na área de Gestão, Ricardo Azenha é entusiasta dos intercâmbios. Além de já ter recebido em casa intercambistas da Costa Rica, Itália, México e Peru, em 2015, aos 43 anos, com o apoio da esposa e dos filhos passou 30 dias no Canadá. Ele foi recebido na casa de uma colombiana que estava no país há 40 anos. “Não tive a oportunidade de fazer intercâmbio mais cedo, mas quando pude, não perdi tempo e foi a melhor experiência da vida”, diz ele, que tinha como objetivo aprimorar o inglês.

Durante o mês que passou fora, conviveu com um adolescente chinês, além de pessoas da Rússia, Índia, Ucrânia, Arábia Saudita e México. “Foi um choque cultural. Pude conhecer, além da cultura do país que estava, hábitos e visões de pessoas de diferentes partes do globo. Isso não tem preço”, diz.

Azenha ficou hospedado em Toronto e enfrentou temperatura negativa de 27°C. “São muitas situações diferentes do Brasil, desde fatos pequenos como as lojas não exporem os preços dos produtos, como diferenças na forma de viver. Lá existem regras claras e placas informando o valor



UEM criou intercâmbios virtuais sem custos; “podemos ter contato com pessoas que talvez não teríamos se dependêssemos exclusivamente do contato presencial”, diz Marcio Cassandre

... FOTO/IVAN AMORIM

da multa em caso de infrações”, diz.

Para viver a cidade e sentir a cultura, Azenha fazia questão de andar a pé, de ônibus e metrô. “Todos os dias eu estudava das 9 às 15h e depois ficava livre para explorar a cidade”, conta.

INTERCÂMBIO VIRTUAL

Na Universidade Estadual de Maringá (UEM), a pandemia limitou o envio e o acolhimento de estudantes internacionais de forma presencial, que acontecem em todos os níveis: graduação, pós-graduação (especialmente programa de residência profissional), mestrado e doutorado. No entanto, novas estratégias e ferramentas foram desenvolvidas para que os estudantes pudessem ter a experiência dentro da universidade. “A mobilidade virtual foi uma delas, mas outras oportunidades foram criadas e agora se tornam definitivas, tal como os intercâmbios virtuais de aprendizagem, os Collaborative Online International Learning (COIL), que promovem a aproximação das fronteiras via trocas remotas, geralmente, sem custos aos estudantes”, afirma o coordenador do Escritório de Cooperação Internacional (ECI) da UEM, Marcio Cassandre.

“Se antes tínhamos a limitação dos custos para as trocas entre estudantes e pesquisadores de outros países, hoje pela via remota esses intercâmbios são possíveis. Nos últimos dois anos pudemos ter contato com pessoas que talvez não teríamos se dependêssemos exclusivamente do contato presencial”, garante.

Segundo os responsáveis pelo setor de mobilidade do ECI, Lilian Berdu e Mayckel Barreto, nos últimos dez anos mais de 700 alunos de graduação participaram da mobilidade acadêmica inter-

nacional. Na pós-graduação o número é menor. Entre 2011 e 2016 o número de estudantes da universidade fora do país foi o maior, em decorrência das bolsas oferecidas pelo Programa Ciência Sem Fronteiras, extinto em 2017. “Além do crescimento acadêmico, a mobilidade propicia contato com culturas, lugares e a oportunidade de aprender e praticar línguas estrangeiras. Isso é válido tanto para o aluno que pode sair do país quanto para os demais que convivem, na UEM, com estudantes internacionais”, afirma Cassandre.

Os candidatos devem ter bom rendimento acadêmico, domínio da língua do país pretendido, demonstrar engajamento com as atividades de pesquisa e extensão e elaborar um plano de estudos para ser cumprido na universidade estrangeira. Em relação aos custos, quando o estudante não participa de programas/projetos que custeiam a mobilidade, ele é responsável pelos custos da viagem e manutenção no país de destino. “O valor varia conforme o país, a duração da mobilidade e o estilo de vida do aluno. Aquele que opta por uma universidade sul-americana terá custo menor do que quem viaja para um país da Europa ou América do Norte”, esclarece.

Com o envio de estudantes e a presença de alunos internacionais na sede e em seis cidades que possui extensões, a UEM avança no quesito internacionalização. “Essas alianças são importantes para que a UEM se insira no contexto internacional, publique resultados de pesquisa em revistas científicas, promova estudos multicêntricos, desenvolva tecnologias, troque experiências de ensino, pesquisa e extensão e continue avançando em rankings internacionais de avaliação da qualidade”, finaliza.

QUEM VIVE A UNICESUMAR, SABE.

**MATRICULE-SE COM SUA NOTA
DO ENEM OU FAÇA A PROVA
ONLINE E COMECE A ESTUDAR
AINDA NO 1º SEMESTRE.**

MANDE MENSAGEM OU LIGUE



0800 604 4422



VENHAPARAUNICESUMAR.COM.BR





tif

**ENSINO
PRESENCIAL**

UniCesumar

EDUCAÇÃO PRESENCIAL E A DISTÂNCIA

Metaverso, tendências e impactos nos negócios

Junção de tecnologias ligadas à internet possibilita uma vida no universo virtual; mercado já é realidade para empresas e usuários e tem potencial estrondoso de crescimento

Hiro Protagonist vivia duas realidades: na vida real era um entregador de pizza, enquanto no mundo virtual, um *hacker samurai*. A história é do personagem da ficção científica “Snow Crash”, do escritor Neal Stephenson, publicada em 1992. Foi quando apareceu pela primeira vez o termo metaverso – algo como “além do universo”.

Para alguns, o metaverso já saiu dos livros de ficção. O assunto virou febre em 2021 depois que Mark Zuckerberg anunciou a mudança de planos rebatizando o Facebook de Meta. Já a Microsoft divulgou que a compra de jogos como o Activision Blizzard, por US\$ 69 bilhões, a maior da história da empresa, também tem como pano de fundo esse mercado.

Existem várias definições para metaverso, mas, em geral, o conceito significa um ambiente virtual coletivo, hiper-realista, que permite experiências imersivas. Imagine entrar em um jogo e vivê-lo por dentro, só que um jogo da vida real. Com seus avatares em 3D, as pessoas poderão fazer compras, estudar, viajar, trabalhar, participar de desfiles e shows, fazer investimentos, trocar de carro e uma infinidade de ações interativas.

Também compreendido como uma evolução da atual internet, o metaverso depende de tecnologias e equipamentos ainda limitados a algumas empresas e usuários. Mas a expectativa de crescimento é impressionante: até 2020, esse mercado pode atingir US\$ 13 trilhões, cerca de R\$ 60 trilhões, segundo o Citibank.

Se jogos como Roblox e Fortnite parecem aproximar um público específico desse universo paralelo, iniciativas como as da Universidade Federal do Paraná (UFPR) mostram que o metaverso está mais ‘popular’ do que parece. É que a instituição utiliza a plataforma Horizon Workroom, da Meta, para ministrar cursos no ambiente revolucionário.



Victor Mirshawka, da Fundação Dom Cabral: “será preciso pensar estrategicamente para aumentar a venda, o lucro e a rentabilidade. Para isso, o empreendedor deverá repensar o repertório e inovar”

— FOTO/ARQUIVO PESSOAL

NA DÚVIDA, ESTEJA PREPARADO

Para o consultor, palestrante, autor e professor Victor Mirshawka, da Fundação Dom Cabral, embora não se possa afirmar que o metaverso é inevitável, o cenário é muito provável. “No lugar de empresa, eu preferiria me preparar do que esperar acontecer e chegar atrasado”, diz. Ele observa que a ideia de metaverso permite imaginar usos tanto do ponto de vista pessoal quanto do empresarial, desde que as empresas ofereçam manifestação digital dos produtos que vendem.

A Nike lançou tênis criptodigitais e a Adidas, coleções exclusivas para o metaverso. Mercedes-Benz, Tesla e Rolls-Royce criaram carros para esse mundo virtual. Grifes famosas como Gucci, Dior e Balenciaga fizeram ‘metadesfiles’. A cervejaria Stella Artois tem promovido corridas de cavalo em experiência imersiva, enquanto a Mas-

tercard fala em criptocrédito.

“Imagine uma loja que só vende produtos físicos. Será preciso pensar estrategicamente para aumentar a venda, o lucro e a rentabilidade. Para isso, o empreendedor deverá repensar o repertório e inovar, o que tem a ver com a ideia de manter a mentalidade de aprendizado. Isso tudo vai consumir inteligência e criatividade”, diz o professor. O que não deve mudar será o conceito do consumidor do centro. Aliás, o metaverso deverá aprofundar esse olhar, abrindo portas para o desenho de experiências customizadas.

TECNOLOGIAS

Na visão do professor de Interface Humano-Computador no curso de Engenharia de Software da Unicesumar e mestre em Ciência da Computação, Thyago Borges, os *games* são os que mais se aproximam hoje do que se pretende para o metaverso em razão dos equipamentos utilizados, como os óculos de realidade virtual, que permitem aos usuários experiências imersivas e a execução de ações virtuais.

Primeiro é preciso entender que o metaverso não se resume a uma tecnologia, mas é uma soma de tecnologias e suas formas de utilização. Alguns pesquisadores defendem que o amplo uso desse tipo de solução depende igualmente do amplo acesso a equipamentos como óculos de realidade virtual, sensores, fones de ouvido, além de internet 5G e web 3.0.

“Para funcionar plenamente, o metaverso precisa de internet mais veloz do que a temos, além de latência, que é a qualidade do sinal”, frisa Borges. Ele diz que, por outro lado, não se pensava em robôs e assistentes virtuais como a Alexa ou carros autônomos há alguns anos, indicando que os recursos estão aí, sendo preciso avançar na parte computacional e na interação homem-computador.

O que se sabe é que esse mercado tem movimentado bastante dinheiro e, pensando em negócios que envolvem desde propriedades virtuais e criptomoedas a roupas e calçados para os avatares, o comércio no metaverso deve ser gigante. A expectativa é que os NFTs (*token* não fungível) sejam a principal moeda de troca nesse universo. Só em 2021, segundo o site Nonfungible.com, as transações em NFTs alcançaram US\$ 5,9 bilhões.



“Para funcionar plenamente, o metaverso precisa de internet mais veloz do que a temos, além de latência, que é a qualidade do sinal”, aponta Thyago Borges, mestre em Ciência da Computação _FOTO/IVAN AMORIN

COMUNICAÇÃO ENTRE ‘METAVERSOS’

A tecnologia que permite o funcionamento dos NFTs é a mesma que possibilitou a criação do *bitcoin* e viabiliza a transação de criptomoedas: o *blockchain*, um sistema que permite rastrear o envio e o recebimento de informações pela internet e que se mostra relevante para o avanço do metaverso. “Meu avatar vai interagir com outro avatar, que pode contratar o meu serviço de consultoria e pagar em NFT. Vai comprar uma foto minha, e aquela foto vai dar acesso à consultoria, *software* e documentos, tudo baseado na mesma tecnologia que viabilizou as criptomoedas”, exemplifica Borges.

Uma dificuldade para o avanço do metaverso, na visão do professor, será a comunicação entre os ‘metaversos’. “Se o meu avatar é do Roblox e o seu é da Meta, como eles vão se comunicar? É algo que considero distante”. Borges diz ainda que a demanda por desenvolvedores de *software*, analistas de sistemas e outros profissionais que atuem na área da interação homem-máquina, mão de obra já escassa, vai aumentar. Além disso, haverá desafios sobre a maneira como serão utilizados o computador e os *smatphones* e sobre questões éticas e legais, como a aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Um varejo antes e outro depois da pandemia

Presença no meio digital virou questão de sobrevivência; desafio é integrar mundo virtual e físico proporcionando a melhor experiência

Divisor de águas no varejo mundial, a pandemia da covid-19 acelerou mudanças nos hábitos de consumo. A falta de alternativas levou desconfiados a ceder de vez às compras online, enquanto os já adeptos do formato intensificaram o uso. Esse movimento fomentou o investimento em tecnologias e favoreceu o surgimento de soluções digitais.

Para o professor na Fundação Dom Cabral, o engenheiro e especialista em Marketing Caio Braga Netto, temas abordados na edição de 2022 da maior feira mundial do varejo, a Retail's Big Show, realizada pela NRF (National Retail Federation), a maior associação comercial do mundo, atestam a existência de um varejo pré e de outro pós-pandemia. O evento, que ocorreu em Nova Iorque, atraiu varejistas do mundo todo para acompanhar o aprofundamento de temas como automação, conveniência, retenção de clientes, sustentabilidade e metaverso – solução que une realidade virtual, realidade aumentada e internet.

Os consumidores não são os mesmos, por isso os negócios que ainda não acompanharem as transformações predominantemente digitais vão ficar para trás. “A presença online é fator de sobrevivência, ter *e-commerce*, estar inserido num *marketplace* ou ter o seu próprio, relacionar-se com os clientes pelas redes sociais, atuar em plataformas móveis como *smartphones*, conhecer os hábitos de consumo dos clientes etc não são mais uma opção, mas uma condição para a atuação no ambiente de negócios”, diz.

Para sobressair nesse jogo, o professor indica a eficiência logística, com entregas rápidas e qualidade. A relevância é a mesma para a gestão da informação (gestão *data-driven*), estratégia utilizada para conhecer os clientes, o que compram,



Para atender o consumidor pós-pandemia é preciso eficiência logística e investir em omnichannels, destaca o professor Caio Braga Netto, da Fundação Dom Cabral

— FOTO/IVAN AMORIN

com que frequência, a que preço e em quais canais de vendas, para obter informações para incrementar a entrega de valor. Braga Netto menciona ainda a implantação dos *omnichannels*.

LIÇÕES DA NRF

Google e Ralph Lauren provam que as operações físicas não vão acabar e deixam evidente a ten-

dência do *omnichannel*. A multinacional de serviços online e *software* abriu a primeira loja física em 2021, enquanto a gigante da moda abriu 80 lojas físicas no mesmo ano. Segundo o CEO da marca, Patrice Louvet, as fichas não estão depositadas apenas no modelo físico, fazendo referência aos investimentos feitos em multicanais integrados.

Por meio dessa estratégia, as empresas podem comercializar por *app* nos *smartphones* dos consumidores, que por sua vez podem buscá-los nas lojas físicas. Ou podem provar um produto presencialmente para adquiri-lo pelo *e-commerce*. Debates e *cases* em torno do *omnichannel* na NRF, contudo, mostraram que o tema vai além da simples integração entre o físico e *e-commerce*, exigindo a implementação de soluções em prol de experiências profundas aos consumidores.

“A loja física gera tráfego para o digital e vice-versa. Uma perspectiva de trabalho é estar perto da comunidade. As pessoas querem comprar sem andar muito. É oferecer algo para quem está ao seu lado”, diz a superintendente do Maringá Park Shopping Center, Cláudia Michiura, que participou da feira pela segunda vez.

Foram cinco dias de aprendizado com mais de 300 palestrantes e visitas técnicas. “É uma imersão no varejo, como se fosse um MBA em cinco

dias. Assistimos a palestras e a *cases* das maiores indústrias e varejistas do mundo. É um momento de conexão, conhecimento e relacionamento. É uma oportunidade de respirar varejo”, relata Cláudia.

Mirando as novas gerações, a Z e a Alpha, a superintendente diz que ideias relacionadas ao metaverso serão exploradas pelo shopping à medida que surgirem os próximos capítulos desse tipo de tecnologia. Enquanto isso, o foco está em outras temáticas: engajamento e centralidade no cliente. “Ficam o reforço sobre a importância da experiência do consumidor, engajamento, centralidade, inovação e velocidade. O mundo não é dos maiores, mas dos mais rápidos”, comenta. “Cada indivíduo tem que ser tratado como especial. Temos buscado isso no shopping com lojistas e parceiros estratégicos, além de oferecer facilidades em compras e de empoderar clientes e colaboradores. É preciso dar voz e vez aos colaboradores, ter a confiança deles, agir com transparência e propósito social”, complementa.

Diversidade, equidade, responsabilidade social e ambiental também foram enfatizadas na feira e já vêm sendo aplicadas pelo shopping. O negócio pratica ações sociais e de ESG (ambiental, social e governança, em português). Isso para contribuir



“A loja física gera tráfego para o digital e vice-versa. Uma perspectiva de trabalho é estar perto da comunidade. As pessoas querem comprar sem andar muito”, diz Cláudia Michiura, do Maringá Park. FOTO/IVAN AMORIN



Luiz Filipe Gonçalves, gestor da Akirede, investirá em um programa de fidelidade, com cupons de desconto para gerar dados de compra e oferecer produtos e serviços de forma individualizada _ FOTO/IVAN AMORIN

com a preservação do planeta e para atrair consumidores mais preocupados com a responsabilidade socioambiental das empresas.

FIDELIZAÇÃO

Luiz Filipe Gonçalves, gestor da Akirede, do Grupo F.A. Maringá, foi à NRF Big Show deste ano e focou sua participação na experiência do consumidor. "A pandemia trouxe mudanças para as lojas físicas. Não é que elas vão precisar migrar para o *e-commerce*, mas devem passar a enxergar os dois universos como um só. Uma loja de roupas, por exemplo, pode se tornar um provedor virtual", diz.

O gestor conta ter visto por lá que grandes centros estão desenvolvendo modelos de vendas não tradicionais, incluindo a gamificação para fidelizar o cliente, fazendo ofertas de acordo com o perfil e hábito e aplicando realidade virtual em modelos de compras.

Além do aprendizado geral sobre tecnologias revolucionárias, Gonçalves trouxe na bagagem as tendências em produtos e serviços que serão aplicadas na empresa. De acordo com ele, as marcas de colchão e do ramo têxtil que fazem parte do negócio prezam pela experiência e a fidelização do cliente. Por essa razão, já deu início à cons-



O novo consumidor valoriza a experiência com a marca, e não apenas o produto e serviço, o que exige uma grande mudança das empresas, aponta a consultora Patricia Santini, do Sebrae _ FOTO/DIVULGAÇÃO

trução de programas que reforcem a relação do cliente com as marcas. "Queremos que o cliente se identifique conosco, que faça sentido para ele, que seja bem-atendido e de forma rápida."

Gonçalves explica que os consumidores compram colchões a cada cinco, dez anos, por isso, é grande o desafio de construir um programa de fidelidade para este público. Se para este nicho a concretização de um programa de fidelidade demandará mais tempo, estratégias estão sendo criadas para o segmento de confecção do grupo. Uma delas será a geração de cupons de desconto e, conseqüente, uso de dados de compra para oferecer produtos e serviços individualizados. "A ideia é colocar o programa para funcionar ainda este ano. Pretendemos trabalhar a fidelização tanto no canal de venda online quanto nas revendedoras multimarca", diz Gonçalves.

De modo geral, Gonçalves está otimista com o varejo neste ano, bem como os CEOs que participaram da feira. Ele tem em conta que o negócio precisará ser flexível, ágil, adaptável e valorizar a cultura de cuidar do cliente, tudo isso aplicando tecnologia e humanização no atendimento.

PARA FICAR DE OLHO

De acordo com pesquisa do Serviço Brasileiro de

Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), divulgada no início de 2021, há mais de 17 milhões de pequenos negócios no Brasil. O estudo mostrou que o impacto da pandemia fez com que 70% passassem a utilizar serviços de internet.

As empresas se conectaram e conseguiram alcançar os clientes, mas precisam considerar que eles estão mais antenados em relação à imagem das marcas e nas inovações. “Já pensou em como sua marca é vista pelo cliente? O que ela devolve para a sociedade e o meio ambiente? Para uma parte dos clientes, isso faz todo sentido na hora de escolher de quem comprar”, pontua a consultora do Sebrae Paraná, Patricia Santini.

Patricia enfatiza o *customer centric*, conceito que significa centralizar o planejamento estratégico no cliente. Entra em cena a valorização da experiência, sendo que o problema deixa de ser apenas a comercialização de produtos e serviços. “Isso é uma grande mudança. Qual a experiência que a marca oferece ao cliente? Tem contato somente

na venda ou mantém relacionamento duradouro e lucrativo? Com essa dinâmica, é possível conhecer a necessidade dos clientes e continuar ofertando soluções. Pode-se começar com simples exercícios de escuta ativa dos funcionários para as objeções dos clientes”, aconselha.

Um bom atendimento via *WhatsApp*, com competência e agilidade, para a retirada do produto da loja, segundo Patricia, ilustra que o porte do negócio não é preponderante para se dar bem na nova era.

A consultora ressalta que, atravessando todas as tendências, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) deve ser cumprida pelas empresas para evitar sanções e cuidar da imagem do negócio. Ela exemplifica que é preciso ter autorização para uso de fotos de clientes, dados, entre outros cuidados. “O cliente deve ter clareza do que a empresa fará com suas informações”, frisa. A consultora diz ainda que o vazamento de dados pode gerar transtornos irreversíveis para a empresa, por isso a aplicação de recursos em segurança cibernética deve ser vista como investimento.

INFORME PUBLICITÁRIO

PAN apresenta resultados positivos e lança campanha arrojada

A parceria da ACIM e JValério Gestão & Desenvolvimento, empresa associada da Fundação Dom Cabral, vem acontecendo de forma positiva, com a implantação da Parceria para Aceleração do Negócio (PAN) para melhorar os processos de gestão.

Para o gerente de Negócios da Jvalério, Petrojan Alves, as reuniões vêm surtindo efeito, tanto que foi lançada em março, durante reunião do Conselho do Comércio da Associação Comercial, uma campanha para atingir 5 mil associados, meta inicial do OKR (objetivos e resultados-chaves). “É uma campanha arrojada que pretende aumentar em 15% o número de associados até dezembro”, explica.

Em relação à Monitoria de Pessoas, Alves afirma que os resulta-



Ribamar Rodrigues (ACIM), Clodoaldo Oliveira (JValério), Anna Claudia (JValério) e Michel Felipe Soares (ACIM)

dos começam a surgir, pois pessoas motivadas reverberam metas e OKRs, “constatando que a aceleração do negócio começa a aparecer em dados concretos”, pontua.

O presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, reforça que a parceria com a JValério visa otimizar o trabalho em relação à

receita e à satisfação junto aos associados. “Nesta fase estamos implantando o plano de negócios determinado pelo PAN e implantando novas metodologias. O programa utiliza indicadores e OKR, além de oferecer mentorias com professores e profissionais de mercado” finaliza.

O QUE DEU CERTO NO MEU NEGÓCIO?

Lethicia Conegero

Na edição de estreia da coluna, trazemos a história de Jorge Bezerra da Costa e Fernando Toret que, depois de assumirem a empresa do antigo patrão, planejam a sucessão



Jorge Bezerra da Costa e Fernando Toret assumiram a Motor 1000 em 2013

SERVIÇO

A empresa fica na avenida Colombo, 5.482. O telefone é o (44) 3263-4455 ou WhatsApp (44) 99953-2388.

De funcionários a patrões

Após anos trabalhando na Motor 1000, Jorge Bezerra da Costa e Fernando Toret resolveram comprar a empresa, que emprega dez funcionários e é referência em Maringá e região.

A história de Jorge com a Motor 1000 iniciou em 1985, quando ele começou a trabalhar com o fundador. Dois anos depois, a empresa foi adquirida por Valter Marcio Beloso, que esteve à frente do negócio até 2013. "Nosso ex-patrão estava desgastado com o trabalho e tinha se aposentado, então, resolveu vender. Ele achava que éramos capazes de levar em frente e dar continuidade ao trabalho", relata Jorge.

O então dono da automecânica fez a proposta para Jorge e Fernando, que trabalhava na empresa desde 1992 como auxiliar de mecânico. Ambos aceitaram o desafio e fecharam o negócio em março de 2013. "Eu estava há aproximadamente 20 anos na empresa e sempre fui dedicado, participando de cursos, palestras, viagens técnicas, cuidando da limpeza da oficina, ferramentas etc. O Valter fez a proposta para mim e para o Jorge, que na época era chefe de oficina, e aceitamos. Eu já tinha vontade de ser o dono da minha própria oficina, mas no começo não foi nada fácil", relata Fernando.

Não foi fácil porque, à frente da gestão, vieram novas responsabilidades. "Saímos da rotina que estávamos acostumados. Aumentaram as responsabilidades, tais como honrar as contas e compromissos, salários dos funcionários, gerenciamento interno e externo. Alguns funcionários e amigos de serviço não aceitaram no início, mas logo se acostumaram. Só um que acabou saindo da empresa", conta Jorge.

APERFEIÇOAMENTO

No início, a preocupação era honrar as contas. Com o tempo, os sócios implementaram mudanças e inovações. "No primeiro momento só pensávamos em pagar o aluguel do barracão. Quando estávamos estruturados, compramos mais elevadores automotivos e ferramentas", afirma Jorge.

Mas o que faz uma pequena empresa com mais de 40 anos de história continuar crescendo? Criar uma cultura de treinamento é um dos segredos, segundo Fernando. "Levamos as contas em dia; buscamos melhorias constantes, como consultorias e treinamentos de funcionários; participamos de entidades como a ACIM e sindicatos do setor automotivo; e temos parceiros como distribuidoras de peças reconhecidas". "Estamos ligados no futuro, fazendo cursos, participando de palestras e investindo em ferramentas e aparelhos modernos", complementa Jorge.

Os sócios já planejam a sucessão: a empresa deverá ser assumida pelos filhos deles. A Motor 1000 oferece serviços de autossocorro; mecânica; sistema de injeção; reparo de motores, de câmbio, de suspensão e de freios; embreagem; troca de óleo; alinhamento e balanceamento; manutenção de ar-condicionado; direção hidráulica, mecânica e elétrica.

SOLIDEZ DE UM BANCO. AGILIDADE DE UMA FINTECH.

Travelex Bank

100% DIGITAL 100% PESSOAL

Conheça as soluções de
câmbio feitas sob medida
para o seu negócio.

- Transferências Internacionais
- Importação e Exportação
- Proteção Cambial



Fale com nossos
especialistas
em câmbio

*Travelex Bank, o banco de câmbio
que mais cresce no Brasil.*

☎ 0800 014 1010

🌐 [Travelexbank.com.br](https://travelexbank.com.br)

Para Paulo Guedes, crescimento do país surpreenderá neste ano

Durante palestra exclusiva para a ACIM, ministro da Economia disse acreditar que o país combaterá a inflação antes que várias nações e que “Bancos Centrais do mundo inteiro dormiram ao volante”

Os 69 anos da ACIM foram celebrados com uma palestra exclusiva do ministro da Economia, Paulo Guedes, em 11 de abril. O presidente da entidade, Michel Felipe Soares, foi a Brasília/DF acompanhar a palestra transmitida pelo canal ACIM Maringá no YouTube – em dois dias foram mais de 4,3 mil visualizações e o conteúdo continua disponível.

Guedes afirmou que “já estamos retomando o crescimento sustentável (...). Iniciamos este governo pela reforma mais difícil, a da previdência. No primeiro trimestre de 2020 a economia brasileira estava claramente decolando e a arrecadação estava subindo forte, quando a covid chegou ao Brasil, e imediatamente travamos as reformas estruturantes”.

Com a crise sanitária, o governo federal transferiu R\$ 5 bilhões para o Ministério da Saúde e adotou medidas para geração de renda e manutenção de empregos. “Em poucas semanas diferimos impostos e antecipamos o 13º salário e o abano salarial. Liberamos R\$ 350 bilhões em recursos para crédito e R\$ 150 bilhões em antecipação de aposentadoria, benefícios e diferimento de impostos”.

Guedes destacou ainda que com o auxílio emergencial, 68 milhões de brasileiros foram digitalizados para transferência de renda e que 45 dias após o início da pandemia 1,1 milhão de trabalhadores foram demitidos. “Criamos o benefício



Palestra do ministro celebrou 69 anos da ACIM e foi acompanhada presencialmente por Michel Felipe Soares _ FOTO/DIVULGAÇÃO

emergencial, em que a empresa reduziu a jornada e pagou metade do salário, e nós pagamos a outra metade até 1,7 salário-mínimo. Preservamos 11 milhões de empregos”. Segundo ele, desde então são 12 milhões de novos postos de trabalho, sendo 3 milhões com carteira assinada. “A taxa de desemprego, que estava em 12% quando chegou a pandemia, foi a 14,5% e agora está em 11,2%”.

PRIVATIZAÇÃO E INFLAÇÃO

O ministro ainda falou sobre as concessões. “Estamos ‘andando’ com a privatização da Eletrobras, dos Correios, vem aí o Porto de Santos e os aeroportos Santos Dumont, Galeão e Congonhas e vem o avanço dos marcos regulatórios. Em vez de leilões arrecadatários em que o governo ganha muito dinheiro e depois não têm investimentos privados, fizemos o contrário, queremos que haja maior compromisso de investimento, com outorga que permita que haja disputa para quem fará mais investimentos. Temos R\$ 828

bilhões de investimentos contratados, e a expectativa é de mais de 300 bilhões até o final do ano”.

Sobre a inflação, Guedes destacou que a independência do Banco Central permitiu que antes “que a alta de preços setoriais, de material de construção e alimentos, virasse uma inflação generalizada, o Banco Central travou a onda de reajustes. Bancos Centrais do mundo inteiro dormiram ao volante e a inflação acabou virando um fenômeno mundial, mesmo que o nosso Banco Central tenha feito a parte dele colocando os juros no lugar. Vamos derrubar a inflação antes de várias nações avançadas”. Otimista, ele destacou que o “Brasil vai crescer mais do que as previsões. Vamos surpreender mais uma vez”.

A palestra de Paulo Guedes foi intermediada pelo deputado federal Ricardo Barros, que é líder do governo e fez parte do projeto Vem para a ACIM você também, com parceria da FranklinCovey e patrocínio de Fomento Paraná, Kandyany Eventos e Sicoob.

Arilu
DISTRIBUIDORA

BICAMPEÃO



PROGRAMA DE EXCELÊNCIA
DOS DISTRIBUIDORES

Colgate



União até no cumprimento das leis

Programa Empreender auxilia empresários na proposição e cumprimento de leis; teve núcleo que conseguiu criar sindicato para discutir as especificidades do setor

FOTO/IVAN AMORIN



>>> Déborah Maria Drugovich Schiavoni, do Centro de Formação de Condutores Catalina

Mudanças na legislação afetam o trabalho de uma empresa, alterando processos e até exigindo investimentos para adaptações de espaços físicos ou contratação de profissionais especializados. Por isso, a união de empresários de um mesmo segmento é essencial para solucionar problemas, cumprir a lei e propor a criação de legislação que atenda às demandas do setor. E possibilitar essa união é o objetivo do programa Empreender, da ACIM, que reúne empresários em núcleos.

Um bom exemplo vem do núcleo de Autoescolas. Quando o Conselho Nacional de Trânsito (Contran), por meio da Portaria 543/2015, tornou obrigatória a realização de aulas práticas em um simulador de direção para a obtenção da Carteira Nacional de Habilitação (CNH), duas propostas foram apresentadas aos Centros de Formação de Condutores (CFCs): adquirir o simulador por

conta própria, que custaria cerca de R\$ 40 mil, ou firmar contrato de comodato com uma empresa credenciada no Departamento Nacional de Trânsito (Denatran). “Neste caso, o CFC pagaria uma espécie de aluguel do equipamento, além do valor do software e da hora-aula”, explica a proprietária do Centro de Formação de Condutores Catalina, Déborah Maria Drugovich Schiavoni.

Como os custos eram elevados em ambos os casos, fora as despesas com a readequação dos espaços físicos para a instalação do simulador, as autoescolas se uniram para criar uma cooperativa, que depois se tornou uma empresa: o Centro de Formação de Condutores Acencon, que oferece aulas práticas no simulador, entre outros serviços. Fundada em 2017, “é uma empresa em que todos os membros do núcleo são sócios. Por meio dela oferecemos aulas teóricas para a primeira habili-



FOTO/IVAN AMORIN

▶▶ Roberto Nagahama, da AMCF Academia/Crossfit Maringá

tação, curso de reciclagem para condutor infrator, aulas no simulador de direção e práticas de moto, reciclagem de CNH e inclusão da categoria A (moto)", explica Déborah.

O sucesso foi tanto que a empresa continua oferecendo aulas nos simuladores, mesmo após a prática deixar de ser obrigatória. "Esses equipamentos são importantes para o desenvolvimento dos alunos, uma vez que eles vão às aulas práticas, no carro, treinados na troca de marcha, uso de luzes, sinalização, entre outros, além de diminuir o tempo para o aluno ter a habilitação", comenta. Ela relata que, quando a portaria foi instituída, os colaboradores ficaram receosos. "Não havia muito o que ser feito, porque era uma determinação do Contran e nós, enquanto prestadores de serviços, tínhamos que nos adequar e cumprir a normativa. O fato de o núcleo ter se unido e montado a Acencon para, inicialmente, atender a demanda do simulador acabou diminuindo os custos das autoescolas associadas", conta.

Mas este não foi o único caso em que mudanças na legislação afetaram o negócio. "Antigamente bastava que a autoescola tivesse um instrutor, um carro, uma moto e dois diretores, um de ensino e outro geral, para funcionar. Hoje, em razão das alterações nas normativas, é necessário ter no mínimo dois instrutores, que devem ser devidamente registrados; dois veículos de cada categoria; dois diretores; e divisão do escritório com recepção, sala de diretor e sala de instrutor.

Na maioria das vezes as alterações das normativas sobrecarrega as pequenas empresas".

Daí a importância do núcleo. Associada há seis anos, Déborah conta que a decisão de fazer parte do Empreender veio com o entendimento de que a união do segmento é essencial para o crescimento de um negócio. "Tínhamos conhecimento de que o trabalho desenvolvido no núcleo vinha surtindo efeitos nas empresas participantes. A expectativa era nos unir para, juntos, tomarmos as melhores decisões no desenvolvimento do negócio", conta. Ela garante que as expectativas vêm sendo atendidas.

SINDICATO PRÓPRIO

O proprietário da AMCF Academia/Crossfit Maringá, Roberto Nagahama, também viu no Empreender uma oportunidade de aproximar empresários. Ele participou da criação do Núcleo Setorial de Academias e Escolas de Natação (Nusa) em 2002. "A primeira expectativa era trabalhar a gestão por parte dos empresários para que o setor fosse mais valorizado pela comunidade. A partir desse momento a união do grupo trouxe à tona dificuldades que foram trabalhadas e resolvidas de forma plena e a contento", relata Nagahama.

Um dos principais problemas era a falta de um sindicato próprio. Desse modo, as ações do núcleo foram essenciais para a criação do Sindicato das Academias e Atividades Afins do Noroeste do



FOTO/IVAN AMORIM

>>> Bruno Tiago Contessotto Rigon é proprietário da URBEVital Consultoria e Projetos

Paraná (Sinacad/Nopr), em 2004. Atualmente o órgão engloba 115 municípios da região noroeste, possibilitando representação e permitindo negociações com outros sindicatos nas convenções coletivas.

Não era um problema regional. Antes de 2004 não havia no estado um sindicato para atender os empresários do setor, obrigando-os a se adequar às convenções de outras categorias. O Nusa não apenas possibilitou a criação do Sinacad/Nopr, que foi o primeiro sindicato patronal das academias do Paraná com código sindical, como ajudou na fundação de outros dois: os sindicatos com sede em Londrina e em Cascavel. Além disso, o núcleo tem contribuído com os empresários de Curitiba na criação do Sindicato das Academias da Região Sul do Paraná (Sinacad/Spr).

Na pandemia, mais um exemplo da ajuda mútua. "Com a força e a organização do nosso núcleo sempre nos fizemos representar junto aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário,

tanto no âmbito municipal como estadual e federal, o que neste momento ímpar de pandemia permitiu discutir a reabertura das academias e, principalmente, cobrar das autoridades a liberação das vacinas para os profissionais de Educação Física, pois a legislação federal nos considera profissionais da saúde. Conquistamos também, junto à Câmara Municipal de Maringá, a aprovação da essencialidade do profissional de Educação Física no atendimento à saúde, o que foi sancionado pelo prefeito", detalha Nagahama.

REPRESENTATIVIDADE E APOIO

Bruno Tiago Contessotto Rigon, da URBEVital Consultoria e Projetos, entrou para o Núcleo de Consultoria Ambiental em 2015, e também viu como a representatividade do setor aumentou com a união. "É da natureza do negócio de consultoria e assessoria ambiental trabalhar com legislação, decreto, norma, termo de referência, entre outros. O núcleo tem feito análise, interpre-

tação e indicação em legislações que utilizamos no trabalho. Com essas ações, surgem reuniões com agentes fiscalizadores, órgãos competentes e gestores da política ambiental e territorial, assim, indicamos possíveis alterações e criamos alinhamento técnico administrativo com os órgãos”, explica.

De acordo com o empresário, o nome do núcleo tem ‘peso’ por reunir diversas empresas e estar dentro da ACIM. Com isso, os participantes ganham força na hora de propor alterações na legislação ou até na criação de leis. Foi o que aconteceu em 2018, quando surgiu uma demanda para a desburocratização do licenciamento ambiental e, para isso, foi elaborado o texto-base de um projeto de lei que se tornou portaria, graças às articulações governamentais e políticas possibilitadas pelo núcleo. Trata-se da portaria 281/2018, do Instituto Ambiental do Paraná (IAP), com o objetivo de desburocratizar o processo de licenciamento ambiental ao permitir a unificação de procedimentos.

A nova metodologia indicava que empresas do Paraná pudessem requerer os procedimentos de Licença prévia e da Licença de instalação de forma isolada ou simultânea, conforme a fase do

empreendimento ou atividade. Até então esses pedidos eram feitos separadamente, tornando a análise do processo demorada. Porém, como alguns documentos exigidos em ambas as fases eram os mesmos, foi proposta a unificação das etapas, agilizando o processo.

A portaria entrou em vigor, mas, segundo Rigon, foi revogada na mudança de gestão estadual. Porém, o texto foi incluído na atual Resolução que orienta os processos de licenciamentos ambientais. Ainda assim o processo contribuiu para unir o grupo e fortalecer o sentimento de representatividade. “Hoje o Núcleo Ambiental é uma entidade respeitada no seu âmbito de atuação e consegue desenvolver atividades em prol da classe”, destaca.

Para participar do Empreender, o maior programa da América Latina voltado para pequenas empresas, basta ser filiado à ACIM. As reuniões costumam ser quinzenais, sempre acompanhadas por consultores. Quem tiver interesse em ingressar em um dos quase 60 núcleos, deve entrar em contato pelo 0800 600 9595. E se não houver um núcleo do setor, os consultores da ACIM ajudam a criar. São quase 900 participantes do programa.

Precisou de Certificado Digital?

Emita sua identidade eletrônica na ACIM por videoconferência!

Entre em contato e compre pelo WhatsApp ou visite-nos na ACIM!

(44) 9 9995-6801 

Certificado Digital



A gentileza que gera negócios e fideliza

Equipe gentil e solícita é valiosa para as empresas, que podem ensinar e incentivar a prática; a assertividade tem que começar no recrutamento de profissionais com o 'jeito de ser' do negócio

'Seja gentil sempre que possível. E sempre é possível', defende Dalai Lama, o líder espiritual do budismo, que em suas célebres frases afirmou que a sua religião é simples, é a gentileza. São Francisco de Assis e Madre Teresa pregavam o mesmo... No cotidiano, de gente mundana, a gentileza cantada por Marisa Monte por vezes parece ter desaparecido no trânsito, do convívio entre vizinhos e nas interações nas redes sociais. Mas essa atitude mostra-se certa para o atendimento aos clientes e a fidelização, tornando a rotina de quem está em volta muito melhor.

Prestes a completar 26 anos no mercado marin-

gaense, a Semprebom Produtos Naturais costuma receber elogios em relação ao atendimento gentil. Lá a equipe de vendas é formada por 16 funcionários, que são intercalados de acordo com a função. "Para selecionarmos vendedores, fazemos entrevista com os candidatos e classificamos os que têm desenvoltura e são desinibidos, afinal, é preciso saber lidar com clientes de diferentes perfis", afirma a empresária Dirce Zanin. Outra questão observada é se o profissional é capaz de fazer um atendimento objetivo. "Nosso movimento é muito bom, por isso é fundamental ser ágil e assertivo, mas claro, com educação e paciência", diz.



Dirce Zanin, da Semprebom Produtos Naturais, e a gerente Aline De Lara: equipe tem conhecimento profundo sobre os produtos, recebe treinamentos e orientações sobre atendimento _ FOTO/IVAN AMORIN

O treinamento dos vendedores é feito na própria empresa e uma das técnicas é estimular a equipe a conhecer profundamente os produtos. “Para isso, oferecemos os catálogos e acompanhamos os atendimentos para orientar conforme a necessidade. Conhecer os produtos é primordial para impulsionar as vendas”. A receita tem dado certo. “Sempre recebemos elogios, e é por isso que ao longo de nossa trajetória conquistamos o que toda empresa almeja: a fidelização. Hoje conhecemos muitos clientes e suas famílias pelo nome”, garante.

A gerente Aline De Lara Lemes, no entanto, reconhece que nem sempre é fácil encontrar profissionais que se destacam quando o assunto é atendimento, mesmo que a maioria receba comissão pelas vendas. “O atendimento de excelência é essencial para manter qualquer empreendimento, mas no dia a dia observamos que, infelizmente, essa característica anda escassa no mercado”, pontua.

ATENDIMENTO DESCOMPLICADO

Na Ville Enfance, loja de roupas infantis e para adolescentes, a empresária Denise Prado de Melo aposta em um atendimento descomplicado. “Trabalhamos sem muita formalidade e não exigimos formação específica dos colaboradores, apenas simpatia e boa vontade”, diz. Um exemplo desse atendimento descomplicado é que não há prazo para a troca de produtos. “O cliente pode vir com qualquer peça e depois de qualquer tempo de compra que sempre vamos resolver o problema com presteza e alegria”, garante. Lá é comum que os clientes levem as roupas em consignação, para que possam escolher com calma. Situada numa região com grande fluxo de pessoas e automóveis, a loja tem convênio com estacionamento e antes que o cliente peça o tíquete, a equipe já pergunta se ele está utilizando o estacionamento.

Outra estratégia é focar na necessidade do consumidor para um momento específico, seja para comprar um presente, roupas para o dia a dia ou para um evento. “É preciso primeiro se envolver com a necessidade, para depois apresentar soluções que agradem”, explica. Segundo ela, o objetivo de todo atendimento é garantir uma experiência de compra agradável, estabelecer relacionamento e conquistar o cliente para que ele retorne.



Na Ville Enfance, de Denise Prado de Melo, não há prazo para a troca de produtos: “não exigimos formação específica dos colaboradores, apenas simpatia e boa vontade” __FOTO/THAIS MORALES

Com 80 metros, duas vendedoras e uma gerente, a Ville Enfance, que está no mercado há seis anos, tem clientes fiéis desde que iniciou as atividades. “Quando o consumidor conhece uma loja onde é recebido com simpatia e alegria e tem seu problema resolvido, geralmente volta, e quando essa boa experiência se repete, ele se torna fiel”, diz. Para manter contato, a loja convida os clientes a seguirem o perfil no Instagram e coloca o *WhatsApp* à disposição para atendimentos online.

DE PESSOAS PARA PESSOAS

A estratégia de focar o negócio na experiência de compra, e não apenas nos números, está correta. É o que diz o consultor Perseu Bastos, do Sebrae e responsável pelos projetos de turismo. Para ele, negócios são feitos de pessoas para pessoas, por isso ser gentil é uma questão de humanização e eficiência nos negócios. “Os números são formas de orientação e mensuração de resultados, mas sempre se tratam de pessoas. O erro mais comum dos empresários é negligenciar o contato com os clientes, colocando no atendimento pessoas desconectadas da essência do negócio”, afirma.

Segundo Bastos, o atendimento de excelência se torna um desafio quando os focos estão nas



Perseu Bastos, do Sebrae: “é fundamental que a empresa saiba qual é o seu ‘jeito de ser’ e busque atendentes com o mesmo perfil para que haja conexão” _ FOTO/IVAN AMORIN

vendas e nos números, em vez das pessoas. Neste caso, a empresa acaba contratando apenas por questões técnicas e não faz recrutamento avaliando valores e perfis dos colaboradores, para contratar as pessoas certas nos lugares certos. “É fundamental que a empresa saiba qual é o seu ‘jeito de ser’ e busque atendentes com o mesmo perfil para que haja conexão, ou seja, deve haver alinhamento entre a empresa e a equipe de atendentes, para haver êxito no atendimento”, diz.

Para exemplificar, a importância de os atendentes refletirem os valores da marca, Bastos cita a Chilli Beans, franquia nacional que comercializa óculos. “A empresa busca pessoas jovens, com tatuagens, cabelos diferentes, entre outras características, pois essa atitude de ser original é o que a marca busca, acredita e entrega”, explica. Outro passo importante para o sucesso é a disposição de aprender. “Havendo processo seletivo assertivo, os cursos de Atendimento ao Cliente e Experiência do Cliente são fundamentais para refinar a atuação do profissional”.

Bastos orienta que as empresas façam reuniões periódicas para alinhar a comunicação entre a ges-

tão e a equipe e para rever o modelo de processo de seleção, buscando centrá-lo no alinhamento dos valores das pessoas aos valores da empresa. Por fim, o consultor lembra que um produto sem uma boa experiência de compra geralmente só alcança a fidelização quando atende uma necessidade essencial ou quando existe pouca ou nenhuma concorrência. Do contrário, a fidelização não acontece. No entanto, segundo ele, um bom atendimento pode inclusive se sobrepôr a um produto mediano. “Essas são questões importantes que merecem a atenção dos empresários no dia a dia”, finaliza.

DO INCONSCIENTE AO CONSCIENTE

As irmãs Juna e Lara Reami dos Santos completarão em agosto um ano à frente da Ollí Essence Perfumaria de Ambientes e, além de simpatia, elas apostam em um envolvimento amplo para conquistar os clientes. Elas trabalham com marketing olfativo, que é uma ferramenta que favorece a criação de memórias olfativas para benefícios comerciais, então antes de vender soluções, precisam evidenciar como a técnica funciona. “Muitas vezes é o nosso cliente que busca alcançar o cliente dele



As irmãs Juna e Lara Reami dos Santos, da Ollí Essence Perfumaria de Ambientes: clientes são 'envolvidos' nos aromas e na apresentação dos produtos _FOTO/IVAN AMORIN

por meio do marketing olfativo, então primeiro ele passa por uma experiência conosco, onde vários aspectos são trazidos à luz, para que depois consigamos encontrar o perfume ideal para a empresa dele", diz.

Quem procura opções de presentes ou itens para a casa passa pela mesma experiência: é envolvido por uma atmosfera que, segundo Juna, envolve ações conscientes e inconscientes. "O atendimento ideal começa por questões inconscientes: o cliente compra a forma como é recebido, o cheiro da loja, a forma como falamos, nos vestimos e apresentamos o produto/serviço. Essa primeira impressão é uma importante porta. Depois disso, temos acesso a outras áreas conscientes para solucionar problemas, e aí nossa principal estratégia é a escuta ativa", explica.

No atendimento, as empresárias buscam compreender a necessidade do cliente e demonstrar profundo conhecimento sobre os produtos. "Preparamos a equipe de forma que todos experimentaram uma unidade de cada produto, seja na loja, nas casas ou pelo *feedback* de amigo ou cliente. Sabe quando perguntamos ao garçom sobre o molho do *chef*? O garçom/vendedor precisa conhecê-lo. Assim nossa equipe prova cada produto e se torna capaz de eleger seu preferido e ajudar

na escolha do cliente", diz.

As empresárias buscam cursos, livros e conteúdo na internet sobre técnicas de atendimento e já fizeram até dinâmicas em que uma se torna uma cliente exigente. "Fazer esses exercícios é fundamental para aprimorar nosso trabalho", diz. Nas redes sociais, elas dividem os conhecimentos e põem em prática o que os especialistas tanto defendem para as empresas: mostrar autoridade sobre o assunto, com publicações constantes e de novidades, dicas e conteúdo sobre marketing olfativo, envolvendo o público em caixas de perguntas, entre outras estratégias. Por isso, os *stories* trazem informações sobre a composição e como usar os produtos, explicam a diferença entre perfume para tecidos e *home spray*, trazem opções de presentes e sugerem o aroma para cada tipo de ambiente, com divulgação dos valores nas postagens.

Nesta trajetória de dedicação, as irmãs têm colhido frutos. Segundo Juna, muitos clientes chegam por indicação de alguém que foi impactado positivamente pela loja, pelos produtos e, claro, pelo atendimento. "Recebemos diariamente *feedbacks* positivos em relação à experiência que proporcionamos, e é isso que nos estimula a melhorar", conclui.

Dirley Ricci recebe Prêmio Empresário do Ano

Diretor da Unidas, empresário começou com um pequeno negócio e se juntou a concorrentes por meio de fusões e aquisições que tornaram a empresa a segunda maior locadora de veículos da América Latina



Dirley Ricci, Roberto Burci (Apras), Dercílio Constantino (Sivamar), Michel Felipe Soares (ACIM) e Carlos Valter Martins Pedro (Fiep) _FOTO/IVAN AMORIN

Num período de quase 30 anos, a empresa que teve início com 12 carros e o nome de Ricci Locadora é hoje a Unidas, a segunda maior locadora de veículos da América Latina e firmou acordo de fusão com a Localiza. Por trás dessa trajetória empreendedora está Dirley Ricci, um administrador de empresas de Maringá que é filho de produtores rurais e foi homenageado com o Prêmio Empresário do Ano, concedido pela ACIM, Apras, Sivamar e Fiep.

A cerimônia, em 8 de abril, reuniu 500 pessoas no Moinho Vermelho e foi um reconhecimento à trajetória do empresário que ocupa o cargo de diretor executivo de Gestão de Ativos e é membro de Conselho de Administração da Unidas,

que emprega 4,5 mil funcionários, conta com mais de 400 pontos de atendimento e quase 200 mil veículos, sendo uma das 50 empresas mais valiosas do Brasil.

Na entrega do prêmio, o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, destacou que a cerimônia foi a primeira que a entidade realizou, depois de dois anos de pandemia, em que as pessoas puderam ficar sem máscara. "E essa alegria se torna maior ainda porque representa a retomada dos eventos", destacou. Sobre Ricci, Soares afirmou que "é uma honra estar como presidente da Associação Comercial num dia como este para homenagear uma pessoa que virou um *case*, saindo de 12 para quase 200

mil veículos. É um exemplo a ser seguido, e há uma peculiaridade: Dirley tentou ser franqueado da Unidas algumas décadas atrás e hoje é um dos donos da empresa. É com satisfação que vemos sua trajetória de sucesso”.

Ex-professor de Ricci, o vice-prefeito Edson Scabora brincou que o homenageado “era da turma do fundão e não fazia tarefa. Fundou uma empresa de locação com 12 arros e hoje é a segunda maior locadora da América Latina. Imagine só se tivesse sido um bom aluno”. Scabora fez questão de destacar o empreendedorismo e a trajetória bem-sucedida do ex-aluno.

IMPORTÂNCIA DOS SÓCIOS

Em seu discurso, Ricci enalteceu a família e destacou que apenas três pessoas o chamaram de filho, sendo imprescindíveis para sua formação: seu sogro, o amigo Ali Wardani e o pai, os três falecidos e que deram conselhos valiosos para a vida. O empresário também reforçou a importância dos sócios: “sociedade é uma maneira sensata e razoável de multiplicar conhecimento e acelerar a criação de riquezas. Na minha visão, o sócio merece respeito dobrado, porque investe economias e tempo, compartilhamento dos sonhos e um desejo de gerar riqueza. Esse respeito e forma de trabalhar devem estar muito bem descritos em regras de compliance, que, em minha opinião, são um norte para qualquer sociedade”.

Coube ao Empresário do Ano 2019, Wellington Ferreira, que é presidente da Sicredi União PR/SP, entregar a estatueta do prêmio a Dirley Ricci, que estava ao lado da esposa, Daniela, da filha Gabriela e dos representantes das quatro entidades promotoras da cerimônia: Michel Felipe Soares (ACIM), Carlos Valter Martins Pedro (Fiep), Dercílio Constantino (Sivamar) e Roberto Burci (Apras).

O evento foi prestigiado pelos deputados Dr. Batista e Homero Marchese, vereadores, delegados, presidentes de entidades de classe e juízes. Ricci foi escolhido Empresário do Ano por uma comissão depois que teve o nome indicado por 25 entidades que participaram da primeira fase do processo de eleição.

Para ganhar o prêmio é preciso ter empresa em Maringá, expandir os negócios nos últimos 12 meses e participação ativa na vida comunitária.



Dirley Ricci e Wellington Ferreira, que ganhou o prêmio na última edição, em 2019 _FOTO/IVAN AMORIN



O homenageado com a filha, Gabriela, e a esposa, Daniela Ferraz Ricci _FOTO/IVAN AMORIN

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

PATROCINADORES

A cerimônia teve o patrocínio de A Yoshii, Áquila, Certezza Consultoria Empresarial, Cocamar, Cooper Card, Cresol, F.A Colchões, Get Card, Grupo Rivesa, Kit's Paraná, Humana Saúde, Maringá Park Shopping, Revest Acabamentos, Revest Red, Sancor Seguros, Select Webber, Sicoob, Sicredi, Sistema Fiep, SVN Investimentos, Unicesumar, Unicred, Uniprime, Webber Acabamentos e Zacarias Veículos.

OBRAS DE DUPLICAÇÃO

Para assinar a ordem de serviço da duplicação de 21,8 quilômetros da PR-317 entre Maringá e Iguaraçu, o governador Ratinho Junior fez questão de vir a Maringá, no início de fevereiro. As obras, que custarão R\$ 183,4 milhões, devem levar dois anos, e foram licitadas depois que o governo do estado recebeu o projeto custeado pela ACIM e empresários. Ratinho Junior agradeceu a entidade.

FOTO/IVAN AMORIN



SERVIÇOS DE SAÚDE

Gratuitos e para a população, uma série de exames foram realizados no Parque do Ingá em 3 de abril, com organização da ACIM, FranklinCovey, Humana Saúde e Labore Saúde Ocupacional. Com aferição de pressão, teste de glicemia, medição de estresse, avaliação de curva do crescimento, entre outros, a programação foi uma forma de celebrar o Dia Mundial da Saúde e teve continuidade no dia seguinte, 4 de abril, com palestra gratuita e online do médico e comentarista de saúde na CBN Brasil, TV Globo e Globo News, Luís Fernando Correia. A palestra está disponível no canal ACIM Maringá do YouTube.



FOTO/IVAN AMORIN

COMENDA PARA LUIZ LOURENÇO

O presidente do Conselho de Administração da Cocamar, Luiz Lourenço, será homenageado com a Comenda Américo Marques Dias, concedida pela Associação Comercial, em 10 de junho, às 20 horas no Moinho Vermelho. Ele será a sexta pessoa a receber a comenda, que é a maior honraria concedida pela entidade. Referência em cooperativismo e no agronegócio brasileiro, Lourenço se mudou ainda criança para Maringá, onde a família veio produzir café. Aos 18 anos, começou a trabalhar numa multinacional de compra de café e algodão, em 1971 foi convidado a trabalhar na Cocamar como auxiliar operacional, passou por diversas funções até ser eleito presidente-executivo, em 1979. Sob sua gestão, a Cocamar implantou um dos maiores parques industriais cooperativos brasileiros, com produção, refino e envase de óleo de soja, extração de óleo de algodão, indústrias de fios de algodão e seda, torrefadora de café e outras estruturas. O parque industrial foi ampliado para a produção de néctares e bebidas à base de soja, molhos, maioneses, farinha de trigo, álcool doméstico, rações, fertilizantes foliares e biodiesel.

O último homenageado com a Comenda Américo Marques Dias, em 2019, foi Antonio Tadeu Rodrigues, presidente do Conselho Comunitário de Segurança (Conseg).

FOTO/IVAN AMORIN





ASSOCIADO DO MÊS

“Transformar mordidas em experiências.” Esta é a proposta do Rabiscos & Receitas, que trabalha com bolos e doces artesanais sob encomenda. Aberta no ano passado, a empresa tem os bolos festivos como carro-chefe, além de comercializar bolos de pote, *cookies*, *cuca*, *fatias húngaras* e doces menos conhecidos como os *brookies* (doce com camada de *cookie*, *brownie* e cobertura) e o *brownielicious* (*brownie*, *cheesecake* e cobertura de geleia). Entre os diferenciais estão os sabores autorais dos bolos e o trabalho artesanal na produção das geleias, recheios, cremes, cobertura e massas.

À frente do negócio está a confeitadeira Carla Jacqueline Murassaki de Lima. Após trabalhar por quase 15 anos em uma empresa pública estadual, ela resolveu mudar de ramo. “No final de 2019 pedi demissão incentivada, pois queria trabalhar na área de educação infantil emocional e cultura, mas com a pandemia acabei me perdendo nos planos”, conta. É aí que entrou o Rabiscos & Receitas, que começou como *hobby*. “Estava cursando Artes Visuais e aprendendo a desenhar no *Ipad*. Como já tinha formação em gastronomia, resolvi fazer ilustrações de receitas para postar no Instagram. E como estava sem trabalhar, comecei a fazer ovos de colher, para garantir uma renda extra e porque era uma atividade que fazia para presentear familiares e amigos”, explica.

Carla, então, começou a utilizar a página do Rabiscos & Receitas para vender ovos de colher. Deu tão certo que virou marca. “Nunca mais parei de fazer doces. Desde então tenho apostado em cursos de confeitaria para me aprimorar”, frisa. As encomendas podem ser feitas pelo WhatsApp: (44) 99931-1398. Há, ainda, produtos à pronta entrega que podem ser consultados por WhatsApp ou no Instagram @rabiscosreceitas. A empresa fica na avenida Cerro Azul, 184, com atendimento apenas para retirada dos produtos. A microempresária prevê expandir as vendas por aplicativos de *delivery* e, futuramente, abrir um café para consumo no local.



MARINGÁ LIQUIDA

De 16 a 20 de fevereiro foi realizada a Maringá Líquida, cujas lojas participantes estavam identificadas com bandeirolas, *tags* e cartazes. Os consumidores novamente concorreram a raspadinhas premiadas, totalizando R\$ 60 mil. Com organização da ACIM e Sivamar, a campanha teve patrocínio de Revest Acabamentos, Shopping Avenida Center, Maringá Park, Shopping Cidade e Webber Acabamentos.

PARTICIPAÇÃO NA PONTA DE ÉSTOQUE

Programada para julho no Parque de Exposições, a Feira Ponta de Estoque ainda tem estandes à venda, como possibilidade de pagamento em até dez vezes no cartão ou no cheque até 30 de junho. Para participar, é preciso ser filiado à ACIM e/ou Sivamar, que são realizadores do evento, ter sede em Maringá e apresentar documentos da empresa. A comercialização dos espaços é feita pela equipe da Associação Comercial em horário comercial.



FOTO/IVAN AMORIM

CRÍPTOMOEDA E METAVERSO EM PALESTRAS

Seis palestras gratuitas e online foram oferecidas aos associados por meio do projeto 'Vem para a ACIM você também', todas as segundas-feiras entre 21 de março e 25 de abril. Ministradas por especialistas que são referência nacional em suas áreas de atuação, os temas foram: criptomoedas, metaverso, *check-up* da saúde para salvar vidas, macroeconomia, liderança e gestão de mudança. As palestras foram organizadas pela ACIM e FranklinCovey, com patrocínio de Fomento Paraná, Kand-yany Eventos e Sicoob, e estão disponíveis no canal do YouTube.

VISITA A ISRAEL

Reconhecida como a nação das *startups*, Israel foi o destino de um grupo de 14 empresários maringaenses em março, incluindo o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares. O objetivo foi conhecer ambientes de inovação e *startups* em Tel Aviv e Jerusalém, a exemplo da IPgallery (foto), especializada em *smart cities* e responsável pelo sistema implantado em Boston, nos Estados Unidos. No Weizmann Institute of Science o grupo entendeu o funcionamento do instituto cujos pesquisadores conseguiram isolar e estudam a modificação do agente causador do Alzheimer, além de estudos para desenvolver a insulina em forma de comprimido e a transformação da energia solar em eólica em estado líquido. A visita a Israel incluiu a empresa Innoviz, que desenvolve sistemas para veículos autônomos, e a plataforma Wix, que atua no Brasil. "Esse tipo de visita possibilita conhecer experiências de incentivo à inovação e ambientes saudáveis para bons projetos", aponta Soares.

FOTO/DIVULGAÇÃO



FOTO/IVAN AMORIM

VISITA DO EX-MINISTRO DA JUSTIÇA

A ACIM recebeu, em 4 de março, a visita de Sergio Moro, ex-juiz federal e ex-ministro da Justiça. Maringaense, Moro falou sobre o combate à corrupção no Brasil, em especial quando esteve à frente da Operação Lava Jato, e sobre a importância da reforma tributária e da retomada do crescimento econômico. Do encontro participaram diretores da ACIM, como o presidente em exercício, Wilson de Matos Silva Filho, senador Alvaro Dias, prefeito Ulisses Maia e representantes de diversas entidades.

Boas ideias nascem de
ótimas parcerias!

Vem Ser
ACIM



ESCOLA DE NEGÓCIOS

| ABRIL |
|--|
| Formação de Auditor Interno da Qualidade conforme a Norma ISO 9001:2015 |
| Negociações de alto impacto |
| Inteligência emocional |
| Recrutamento e seleção com foco em competências |
| Ferramentas do WhatsApp Business para otimizar seu atendimento |
| Intensivo em gestão financeira |
| WhatsApp Business como estratégia de vendas e negócios |
| Oratória, a comunicação na profissão |
| Gestão comportamental na prática |
| Excelência no atendimento inspirado no jeito Disney de servir e cuidar |
| Jornada do paciente: como melhorar a experiência na sua clínica |
| Liderança integral: como aumentar a produtividade da sua equipe e potencializar resultados |
| CRM - Gestão de relacionamento do cliente |
| Mapeamento de processos e indicadores de desempenho |
| Gestão do tempo: administrar e ressignificar a relação com o tempo |
| Princípios da PNL para comunicação assertiva |
| CFI - Curso de Formação de Instrutores |
| Finanças pessoais |
| MAIO |
| Departamento Pessoal completo |
| Atendimento e relacionamento com o cliente interno e externo |
| Oratória |
| Instagram para empresas e profissionais |
| Excel passo-a-passo |



FOTO/IVAN AMORIN

JUSTIÇA ELEITORAL

O presidente do Tribunal Regional Eleitoral do Paraná (TRE-PR), Wellington Emanuel Coimbra de Moura, juízes eleitorais e cartorários da região estiveram na ACIM em 1 de abril. O objetivo do encontro, que teve a presença da imprensa, foi reforçar a importância da participação dos eleitores no processo de escolha dos seus representantes – o prazo final para a regularização de títulos é 4 de maio. Uma das novidades será que, de forma pioneira, será criada no Paraná sessão eleitoral para pessoas que moram em instituições de longa permanência e pacientes com mobilidade reduzida que estão em hospitais. Por isso, foram assinados acordos de cooperação com o Lar de Velhinhos e Hospital Universitário Regional de Maringá (HUM) para a instalação de urnas. Ainda durante o encontro foi lançado o Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação, por meio do www.gralhaconfere.tre-pr.jus.br, para combater informações falsas relacionadas à Justiça e o processo eleitoral.

EXPEDIENTE

Ano 59 - nº 623 - abril/maio/2022, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 3025-9595 | **Diretor Responsável** José Carlos Barbieri, vice-presidente de Marketing | **Conselho Editorial** Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues, Rodrigo Fernandes e Suellen Simon | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Amanda Dias, Camila Maciel, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44 | 3031-7676 | **Editores** Andréa Traqueta | **Escreva-nos** Rua Basílio Sautchuk, 388, **Caixa Postal** 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br | **Conselho de Administração Presidente** Michel Felipe Soares | **Conselho Superior Presidente** José Carlos Valêncio | **Co-pejem Presidente** Lucas Di Loreto Peron | **Acim Mulher Presidente** Cláudia Michiura | **Conselho do Comércio e Serviços Presidente** Petrojan Vaz Neves | Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM.
Contato Comercial Jociani Pizzi 99828-0011

Sabe qual é o maior
PATRIMÔNIO
da sua empresa?

A SAÚDE DOS SEUS
COLABORADORES.

LIGUE AGORA
PARA CONTRATAR:
0800 023 0563

Cuidar é humana.



 **cocamar**

59
Anos

**COOPERAÇÃO E EXCELÊNCIA
FAZEM DE NÓS,
A MELHOR DO BRASIL.**