

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

NOVOS
MÉTODOS

NOVAS
TECNOLOGIAS

NOVAS
UNIDADES

NOVOS
PROJETOS

SEM TEMPO PARA A CRISE

Em vez de frear investimentos, há empresários que desengavetaram projetos e até anteciparam expansão

OUTUBRO 2020 • Edição 613 • Ano 57



**OUTUBRO ROSA:
MAIS QUE SÓ
TOCAR NO ASSUNTO,
A GENTE SABE O
VALOR DE AGIR.**

Em algumas situações da vida, é preciso mais do que só tocar no assunto. O Sicoob sabe disso, por isso promove ações em prol da saúde e autoestima da mulher em vários cantos do Brasil. Faça a sua parte: realize o autoexame e previna-se contra o câncer de mama.

Conheça algumas das nossas iniciativas em www.sicoob.com.br/outubrorosa

#OutubroRosa | Valorize a vida agora, cuide-se.

 **SICOOB**
Faça parte.

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

Revista ACIM

PALAVRA DO PRESIDENTE



A CAMPANHA ELEITORAL JÁ COMEÇOU

Adiado por causa do coronavírus, o primeiro turno acontecerá em 15 de novembro e o segundo turno, em 29 de novembro. Além da pandemia, esta eleição será a primeira em que estão proibidas as coligações para as eleições proporcionais, ou seja, para vereadores.

A propaganda pela internet já iniciou, e na TV e rádio começará em 9 de outubro. Com pouco mais de 45 dias de campanha e em meio a uma pandemia, os eleitores terão o desafio de escolher os candidatos que ajudam a resolver os problemas do dia a dia, como educação de ensino básico, asfaltamento, saneamento, coleta de lixo, transporte público e tantos outros projetos que impactam a vida do cidadão.

A ACIM e o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) receberão, novamente, os candidatos a prefeito para apresentar suas propostas. E desta vez haverá transmissão ao vivo pelo YouTube (www.youtube.com/user/acimvirtual), com participação aberta à comunidade, e, por isso, uma excelente oportunidade para conhecer os postulantes ao cargo de prefeito.

Dos 13 candidatos que concorrem ao cargo, 12 irão à sede da ACIM para apresentar suas plataformas de governo. As explicações ocorrerão nos dias 5, 20 e 26 de outubro e em 3 de novembro. Serão três candidatos com direito ao uso da palavra por dia.

Ainda que possa haver entre alguns eleitores o temor de votar, em virtude do coronavírus, é importante a participação nesse processo e na escolha criteriosa dos nossos representantes. No dia da eleição não haverá necessidade de identificação biométrica, conforme recomendação de um grupo de infectologistas. Isso reduzirá riscos de infecção e aglomerações, já que a biometria é mais demorada do que a assinatura no caderno de votação. Os eleitores também poderão levar a própria caneta e se assim desejarem, não precisarão receber o comprovante de votação.

O processo eleitoral é um instrumento imprescindível para a democracia, e expressar nosso desejo, por meio do voto, é um dever cívico.

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

ENTREVISTA

Enquanto pensava onde almoçaria, o publicitário Nelson Andreatta teve uma ideia: por que não gerar renda para pessoas que cozinham em casa e proporcionar comida saborosa para os consumidores? Nasceu assim a Eats For You, que comercializou mais de 130 mil refeições

7



REPORTAGEM DE CAPA

Ainda que o faturamento da EcoAlternativa tenha sido afetado com a pandemia, Wagner Severiano manteve o projeto de criar uma franquia de consultoria ambiental, que deve ter 12 franqueados no primeiro ano; empreendedores mantêm investimentos de olho no crescimento econômico

12



ATENDIMENTO

Vendedora há 30 anos, Luíza Viero raramente não alcança as metas da empresa e pessoais. O motivo da preferência dos clientes? Confiança, paciência, saber ouvir e investir no pós-venda são a receita tão apregoada em atendimento que ela coloca em prática diariamente

18



DIREITO

Reforma tributária propõe simplificação, mas com imposto único, setores como o da educação podem ter aumento de alíquota; advogado Weslen Vieira diz que imposto com nova roupagem da CPMF pode ser criado, mas não deve gerar aumento geral de carga tributária

22





Agora você conta com mais um novo canal de relacionamento para:



receber a 2ª via de boleto por e-mail



realizar o agendamento online em nossas clínicas



e muito mais! 🙌 Manda um “Oi”

Para o número oficial da **Unimed Maringá** e salve no seu WhatsApp.

Unimed 
Maringá



ENTREVISTA

Quem é?

**Nelson
Andreatta**

O que faz?

**Publicitário
e empresário**

É destaque por?

**Idealizou a Eats
For You**

EMPREENDEDORISMO QUE GERA RENDA PARA DONOS DE CASA

Avesso aos sistemas tradicionais de ensino, o publicitário Nelson Andreatta cresceu com a ideia de que precisava criar um ambiente para dar vazão ao seu potencial criativo. Inspirado pela mãe, Maria Luiza Fernandes, ele deu os primeiros passos rumo ao empreendedorismo ainda criança. Tinha 11 anos quando começou a organizar festas no condomínio de um amigo.

O menino cresceu, foi para a faculdade, formou-se em Publicidade e Propaganda, abriu uma agência e há três anos está à frente da Eats For You, startup que conecta donas de casa que gostam de cozinhar e os apaixonados por comida caseira.

O que não mudou foi a visão de Andreatta sobre o potencial do empreendedorismo para transformar vidas. É a lição que aprendeu com a mãe empreendedora que o move e o inspira até hoje. Não à toa, a Eats For You foi idealizada para promover a inclusão produtiva e a geração de renda formal para pequenos produtores. “Queremos fomentar o pensamento empreendedor, impactando diretamente a condição de vida dessas famílias”, comenta o CEO da empresa que já comercializou mais de 130 mil refeições e captou mais de R\$ 3 milhões em dois anos de operação.

Em conversa com a Revista ACIM, ele conta a trajetória empreendedora, os desafios à frente da Eats For You e dá dicas para quem sonha com o negócio próprio:

Quando surgiu a ideia de abrir a Eats For You?

A Eats For You nasceu de uma necessidade particular. Há algum tempo não tinha prazer em almoçar, apenas me alimentava em meio à correria do meio do dia. Ia ao restaurante, me servia e pronto. Um dia, na hora do almoço, meu sócio perguntou: ‘onde vamos almoçar hoje?’ Na hora me veio aquele desânimo de ter que comer comidas feitas em escala. Eu queria uma comida feita no fogão de casa, com tempero caseiro, alho, cebola, comida da minha mãe. Desse insight, no final de 2016, percebemos o quão grande esse projeto poderia ser, pois além de melhorar a experiência e a alimentação, poderíamos gerar renda formal para milhares de pessoas que estavam e estão fora do mercado de trabalho. Pessoas que amam cozinhar poderiam começar a empreender sem grandes riscos, com baixo investimento e ótima margem de lucro, a partir de suas casas.

A Eats For You foi idealizada em Cuiabá, mas virou realidade em São Paulo. Os grandes centros oferecem mais oportunidades para quem quer inovar e empreender?

Não necessariamente. A decisão de lançar em São Paulo veio de uma parceria que fizemos ainda na fase de estruturação da ideia. Até então o foco era ficar em Cuiabá. Antes da pandemia eu diria que um grande centro teria mais possibilidades, principalmente de network. Agora tudo está ainda mais conectado do que antes. Se usar os canais corretos, souber se posicionar e usar bem os recursos, é possível empreender até de uma ilha deserta, obviamente desde que tenha internet.

Como funciona a Eats For You?

Basicamente a Eats for You é um aplicativo que conecta donas e donos de casa a pessoas que buscam refeições caseiras. Hoje atuamos nas principais regiões de São Paulo, Barueri e Mauá. Também estamos presentes no Paraná, em Curitiba e São José dos Pinhais, e em Minas Gerais, em Belo Horizonte. São mais de 40 mil pessoas conectadas, tanto na base de produção quanto consumidores. E ambos podem se cadastrar, desde que estejam nas regiões que atuamos.

Se usar os canais corretos, souber se posicionar e usar bem os recursos, é possível empreender até de uma ilha deserta, obviamente desde que tenha internet

Nelson Andreatta

O serviço deve ser estendido a outras cidades em breve?

A pandemia fez com que todos os negócios revisitassem seus planos no curto, médio e longo prazo. Conosco não foi diferente. Tudo está sendo analisado com muita frieza, mas nossos planos de expansão estão estruturados e logo devem se iniciar.

Além de exigir essa revisão do planejamento, a pandemia impactou de outra forma o negócio?

Nosso modelo de negócio foi criado para atender quem trabalha fora de casa, e de um dia para o outro todas as pessoas foram trabalhar em casa. Tivemos que nos reinventar rapidamente para manter a engrenagem girando em um momento crítico e também entender como o negócio se adaptaria ao mundo pós-pandemia.

Em um ano e meio no mercado a Eats For You conseguiu captar seu primeiro R\$ 1 milhão junto a investidores-anjo. Essa era a meta ou o resultado surpreendeu?

Já foram captados mais de R\$ 3 milhões nestes dois anos de operação. Atrair a atenção de fundos, como Bossa Nova Investimentos e Banco BMG UpTech, GVAngels e FEA Angels, além de importantes investidores independentes com grande know-how, foi sim muito gratificante.



É fácil inovar no Brasil?

É um grande risco como em qualquer outro lugar do mundo. Entretanto, ao analisarmos o Brasil, um país com proporções continentais, multicultural, com regiões tão diversas e infelizmente uma desigualdade social absurda, é impossível para um empreendedor não se sentir desafiado. Até porque empreendedores de verdade procuram problemas para resolver com o máximo de eficácia e dessa forma construir grandes negócios. Assim mudamos nossas vidas e o mundo.

Por que escolheu o caminho do empreendedorismo?

Tive grande influência da minha mãe, uma empreendedora nata. Ela nos criou com uma pequena empresa, que se manteve no mercado por quase 40 anos como referência na nossa cidade até ela se aposentar. Por causa dessa decisão de empreender, ela mudou sua vida e, consequentemente, a nossa. Isso me fascina no empreendedorismo. Além disso, nunca me adequei ao sistema, principalmente a escola. O sistema tradicional de ensino tenta te colocar em uma caixa, me sentia como um peixe sendo avaliado pela minha capacidade de su-

bir em árvores, como dizia Albert Einstein. Logo cedo essa frustração me mostrou que se quisesse dar vazão ao meu potencial, precisaria criar um ambiente com minhas próprias regras e foi aí que decidi empreender e criar meus próprios negócios.

O empreendedorismo tem sido a saída de muita gente para garantir renda durante a pandemia e deve ser a aposta de tantos outros. Quais as dicas para quem pensa em empreender?

Olhe para dentro de você, identifique o que te move e o que quer entregar para as pessoas. Depois analise o mercado que melhor absorve sua motivação, monte um plano de negócio e execute. Teste, erre rápido, ajuste e não desista.

Para quem pensa no segmento de startup, qual o caminho para ser bem-sucedido?

É a mesma lógica, porém o mercado deve ser grande, porque o que caracteriza uma startup é o potencial de escala do negócio. E para o empreendedor, queira muito, porque os desafios serão proporcionais ao tamanho do business. Nada mais é estático, o consumidor muda a cada dia, novas necessidades, novos canais de comunicação, novos canais de compra, nada mais será igual antigamente por dez anos ou mais.



SEM TEMPO PARA A CRISE

Em vez de frear investimentos, há empresários que desengavetaram projetos e até anteciparam expansão; para economista, há expectativa de queda sequencial da taxa de desemprego

por Rosângela Gris

Enquanto para alguns a crise gerada pela pandemia da Covid-19 traz incertezas e barra novos investimentos, para outros, traz oportunidades. O empresário André Contardi e o sócio Bruno Rocha Molina Fernandes estão no segundo grupo. Os dois acabaram de inaugurar a terceira unidade do Empório & Cia, que está no mercado desde 2012 e em dezembro ganhou a primeira filial.

A decisão de expandir em meio à pandemia foi motivada por uma oportunidade. “Pensávamos em abrir mais uma loja, mas não havia planejamento para isso no momento. Só que aí um conhecido estava desocupando um imóvel em um ponto estratégico e surgiu a possibilidade de comprarmos. A proposta estava dentro do orçamento e decidimos investir”, conta Contardi.

Também pesou na decisão dos sócios o faturamento da empresa nos últimos meses, em especial em julho e agosto. Na contramão do mercado, as vendas retomaram a curva de crescimento após queda brusca em março e tiveram desempenho acima da média.

“O ramo de produtos naturais vem numa crescente expansão há algum tempo. Isso porque as pessoas estão mais preocupadas com a alimentação saudável”, explica o empresário.

AUMENTO DE PREÇOS

No Empório & Cia a clientela encontra mais de 200 produtos, sendo que os campeões de venda são os chás a granel, as castanhas e itens para quem tem intolerância à lactose. Muitos desses produtos são importados e sofreram reajuste por causa da alta do dólar. O aumento dos preços foi talvez o impacto mais significativo da pandemia no negócio, já que o setor de alimentação teve menos restrições de funcionamento. “Trabalhamos apenas um mês como horário diferenciado”.

Outra peculiaridade que chama a atenção é a aposta na venda física, em vez da online. Isso diante de um crescimento de quase 300% no volume de pedidos e faturamento advindo



André Contardi e Bruno Rocha Molina Fernandes acabaram de inaugurar a terceira loja do Empório & Cia

dos aplicativos Ifood e do WhatsApp. “Houve crescimento significativo nas vendas pela internet. Tanto que começamos a estruturar nosso e-commerce. Mas acreditamos que a nova loja física trará um importante retorno. Muitos vão à loja em busca de informações, querem tirar dúvidas, saber a finalidade dos produtos”.

O novo endereço fica na avenida Herval, e nem a proximidade da concorrência preocupa os sócios. “Estamos vivendo um ano atípico. Tudo está instável, mas estamos confiantes que assim como as outras duas lojas, a nova terá sucesso”, conclui.

NA CONTRAMÃO DA CRISE

Na avenida Herval também fica a recém-inaugurada Nobello Modulados. Empresa do grupo Móveis Fragoso, que tem sede em Cianorte e está há 14 anos no mercado, a loja de Maringá é especializada em móveis planejados por módulos – os populares modulados.

“Existem no mercado empresas que trabalham com modulados como item agregado, como é o caso das outras sete lojas do grupo Fragoso. O diferencial da Nobello é estar 100% focada em móveis planejados por módulos para cozinhas e quartos. Ela surge como pioneira do segmento”, explica o proprietário Eliezer Fragoso.

COM A PANDEMIA, ELIEZER FRAGOSO COGITOU ATÉ ANTECIPAR A ABERTURA DA NOBELLO, MAS NÃO FOI POSSÍVEL POR CAUSA DAS OBRAS NO IMÓVEL

A Nobello começou a ser idealizada em novembro de 2019, e nem a pandemia fez o grupo desistir do projeto. Pelo contrário, segundo o empresário, em vez de adiar a abertura da loja, cogitou-se antecipá-la diante do bom momento vivido pelo grupo.

“O movimento caiu um pouco no início da pandemia em Cianorte. Mas aí reinventamos a nossa forma de atendimento e logo depois estávamos batendo recordes de vendas. Por isso, pensamos em adiantar a abertura, mas não foi possível por causa das obras de reforma no imóvel”, conta Fragoso.

Sobre a escolha de Maringá, o empresário explica que a cidade atendeu aos dois critérios elencados pelo grupo: um centro maior e próximo a Cianorte e com a construção civil aquecida.

E para conquistar a clientela, a Nobello aposta numa loja conceitual e setORIZADA, com showrooms que reproduzem ambientes domésticos reais. “O cliente tem a sensação de estar dentro de uma cozinha ou quarto de verdade”.

Para fazer os atendimentos individuais, de negociação de orçamentos e projetos, cada vendedor tem espaço próprio para garantir privacidade. Além de confortavelmente acomodados em sofás, os clientes desfrutam de mimos como chope, refrigerante e sucos.

30 EMPREGOS

O atendimento diferenciado, no entanto, não se limita ao momento da venda. A atenção no pós-venda segue o mesmo rigoroso controle de qualidade. “Hoje a gente vê muita reclamação de atendimento e qualidade da prestação de serviço. Nossa intenção é bater forte nesses pontos e impactar positivamente o cliente na loja, na entrega do produto e no pós-venda”, assegura o empresário. Entre contratações feitas e ainda previstas, a nova loja contará com um quadro de até 30 colaboradores.

Outro diferencial está no preço. Os móveis, de acordo o empresário, encaixam-se nos mais diversos padrões e bolsos. Essa é uma das vantagens dos modulados que podem ser adaptados à necessidade do cliente ou feitos de forma parcelada, assim como o pagamento.

“Podemos fazer uma cozinha compacta ou padrão luxo. É como se fosse um móvel planejado, o que muda é a forma de montagem e o fato de ser fabricado em uma indústria, não em marcenaria. E isso nos dá rapidez e vantagem no valor que fica entre 30% e 40% mais em conta do que da marcenaria”.

O empresário não esconde a confiança. “Para ser sincero, a pandemia até agora mais nos ajudou do que atrapalhou, porque conseguimos negociar o imóvel e preços melhores para a contratação do serviço para reforma. Agora é confiar no potencial de venda”.

EXPANSÃO EM TRÊS FRENTES

A crise econômica causada pela pandemia do novo coronavírus derrubou o faturamento da EcoAlternativa Assessoria Ambiental, mas não afetou o otimismo do biólogo Wagner Severiano em relação ao futuro do setor ambiental e sua capacidade de adaptação. Prova disso é que a empresa está em fase de implantação de três projetos.

“Acredito muito que criar e inovar devam fazer parte do cotidiano de qualquer negócio, principalmente em tempos de crise. Tem aquele velho ditado que diz: ‘em tempos de crise, tire a letra ‘S’ e crie’. Foi exatamente o que fiz, aproveitei o momento para investir em negócios completos”, conta Severiano, CEO da empresa.



Wagner Severiano, da EcoAlternativa

Parte do investimento está voltado para a formatação do modelo de franquia. “Seremos a primeira franquia de consultoria ambiental do Brasil focada em gestão de resíduos”, comemora o CEO. Segundo ele, a expansão es-

tava prevista antes do início da pandemia e foi acelerada durante este período. A previsão é que a formatação esteja concluída no prazo de 60 dias.

A EcoAlternativa está há 12 anos no mercado, tem 16 colaboradores e conta com portfólio de mais de 50 projetos ambientais. Destacam-se o método selo verde, focado na redução de custos a partir da destinação de resíduos das empresas; o APP EcoEvento/Ecobusiness, aplicativo que tem como missão reflorestar o Brasil e projetar a responsabilidade ambiental das empresas; e o Econdomínio, cujo objetivo é pleitear até 20% de desconto na taxa do IPTU de imóveis residenciais e comerciais.

Por meio de franquias, a intenção do biólogo é levar esses serviços para outras cidades. “Nosso modelo de negócio cabe em todos os municípios, dos maiores aos menores”, assegura. A meta é ter 12 franqueados ao final do primeiro ano e dobrar o número a cada ano.

**WAGNER SEVERIANO ESTÁ
FORMATANDO A ABERTURA DE
FRANQUIAS DA ECOALTERNATIVA E
UM ESPAÇO DE COWORKING, COM
PRÁTICA DE ESPORTES AO AR LIVRE**

“Por meio da franquia vou conseguir fazer com que profissionais da área ambiental de todo o Brasil possam realizar o sonho não só de empreender na área da consultoria ambiental, mas projetar resultados expressivos por meio do nosso modelo de negócio”.

Outro projeto que está prestes a virar realidade é o coworking ECO, um espaço convidativo à sustentabilidade e à prática de esportes ao ar livre com previsão de ser inaugurado em novembro. Em obras, o coworking funcionará em um terreno de 700 metros quadrados na avenida Morangueira e terá quadra de beach tênis, áreas de descanso, uma minibiblioteca – com bibliografia sobre práticas simples para se tornar um cidadão mais ecológico – e horta.

“Nesse espaço os usuários poderão cultivar hortaliças orgânicas, pois todo o resíduo orgânico gerado em nossas estruturas serão compostados ali”, explica.

Também em breve será lançada a Universidade Ambientalflix, um portal online focado na capacitação de profissionais da área ambiental. Além da programação virtual, haverá espaço para cursos presenciais. Severiano calcula cerca de 12 meses para começar a ter retorno dos três investimentos.

ECONOMIA REAGE

O otimismo dos empresários ouvidos pela reportagem não é à toa. De maneira gradual, a economia dá importantes sinais de recuperação. Dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) mostram uma inversão na curva de geração de empregos em Maringá. Depois de meses de retração a partir de abril, as contratações voltaram a superar as demissões em 173 vagas em agosto. Em setembro, a Agência do Trabalhador chegou a anunciar quase 550 vagas de trabalho em uma única semana.

Para o economista João Adolfo Stadler Colombo, os dados mostram uma recuperação fortíssima a caminho, ao menos no mercado de trabalho. “Daqui em diante, dada a liberação de uma demanda reprimida, aliada à inflação que, ao menos na teoria, estimula a geração de empregos no curto prazo com o barateamento da mão de obra, a expectativa é de uma queda sequencial na taxa de desemprego”.

Já ao analisar os dados recortes de abertura de empresas, o economista é mais cauteloso e alerta para a possibilidade de uma ‘situação distorcida da realidade’. Segundo dados da Junta Comercial do Paraná (Jucepar), foram abertas 5.243 empresas só em julho. Colombo destaca, no entanto, que muitas empresas do Lucro Real, Presumido e até do Simples Nacional vêm utilizando o MEI para desonerar a folha de pagamento. “Pode ser tanto como novos contratos, quanto com os antigos colaboradores, simulando suas rescisões, reformatando de CLT pra MEI, passando a contabilizar essa despesa, antes tida como ‘mão de obra’, agora passando para ‘prestadores de serviço’ por meio das notas fiscais emitidas por esses CNPJs”, pondera.

O economista cita ainda os desempregados e informais, que abrem MEI como forma de garantir benefícios. Por fim, ele atribui esses dados também às empresas em dificuldade – com restrições insolucionáveis com protestos, negativações, dívidas tributárias – que optam por abrir novos CNPJs a fim de um recomeço livre de restrições de crédito e outras imposições que terminariam de inviabilizar suas atividades.

O QUE VEM POR AÍ

Sobre os índices econômicos para os próximos meses, o economista diz que o terceiro trimestre ainda é uma incerteza após o tombo de quase 10% no Produto Interno Brasileiro (PIB) entre abril e junho, no entanto aposta em um último trimestre com alta razoável, algo em torno de 4%. “Isso deve estimular um pouco a economia durante a época do Natal”.

Ele também acredita no recuo dos preços dos alimentos que foram fortemente impactados pela disparada do dólar nos últimos meses, chegando próximo a marca dos R\$ 6. Hoje a moeda americana cedeu para R\$ 5,30 e aparentemente entrou em tendência de queda. “Passado o desarranjo causado pelo comércio internacional, dada tamanha volatilidade no câmbio, esperamos que tudo venha a se normalizar: que a inflação não fure o limite máximo da meta pelo Banco Central, dólar retorne abaixo dos R\$ 5 e taxa de juros não se eleve acima de 6,5% no médio prazo”.

Colombo lembra ainda que o governo antecipou renda nacional futura ao dar dinheiro à população sem contrapartida. Embora reconheça a importância da medida, que amenizou os impactos ao impedir que parcela da população ficasse desamparada, ele alerta para um natural o caminho reverso. “Será preciso enxugar o excesso de moeda na economia, até para o controle inflacionário ser eficiente”.

Para o economista, o setor produtivo vem fazendo a sua parte, bem como a sociedade civil organizada, as associações e as cooperativas. Mas será preciso empenho também do setor público. “Infelizmente o prejuízo foi gigantesco, o deficit primário do governo será superior à soma de todo o deficit fiscal desde 2014. Mais do que nunca as reformas administrativas terão de ser implementadas, por bem ou por mal”, finaliza.



João Adolfo Colombo, economista

“Esperamos que tudo venha a se normalizar: que a inflação não fure o limite máximo da meta, dólar retorne abaixo dos R\$ 5 e a taxa de juros não se eleve acima de 6,5%

João Adolfo Colombo, economista

A CARTILHA DO BOM ATENDIMENTO

Estar informado, ter paciência, entender a necessidade do consumidor e investir em pós-venda... eis a receita de ser um bom vendedor, mas, na prática, nem sempre é fácil

por Camila Maciel e Lethicia Conegero

São mais de 30 anos trabalhando com vendas e uma trajetória que serve de exemplo: Luíza Viero é vendedora da Pipiui Moda Infantil há 19 anos e raramente não alcança a meta. “Na verdade, além da meta da empresa, estabeleço meu objetivo mensal, sempre acima do que a empresa espera, e é muito difícil que eu não alcance”, diz.

Com alegria e disposição, ela conquista clientes fiéis, gente que chega à loja e faz questão de ser atendido por ela. “Chamamos isso de preferência, ou seja, com aquele cliente, eu estabeleci uma relação de confiança, e isso gera a fidelidade”, revela.

Luíza admite que mesmo com a experiência de anos e cursos, nem todas as vendas são fáceis, em algumas é preciso ‘decifrar’ o que o cliente deseja, mesmo sem que ele saiba explicar. “O segredo é ter paciência e ouvir o que o cliente tem a dizer, e aí, conhecendo bem os produtos, o vendedor é capaz de conduzir a venda de forma que a necessidade do consumidor seja plenamente atendida”, aconselha.

Segundo ela, um bom profissional é aquele que consegue vender desde uma roupa a um carro, mas para isso é fundamental conhecer o produto. Outra estratégia a que Luíza atribui seus bons resultados é o pós-venda. “Sem dúvida, é muito importante. É uma forma do cliente se sentir lembrado e valorizado”, diz. No dia a dia ela mantém contato com a clientela por meio de ligações e mensagens e, desde que começou a pandemia, a loja passou a fazer vendas online e entregas a domicílio.



Luíza Viero, da Pipiui Moda Infantil

Luíza Viero, da Pipiuí Moda Infantil, raramente não alcança a meta da empresa e a que ela mesmo estipula: “o segredo é ter paciência e ouvir o que o cliente tem a dizer”

PRODUTOS E ATENDIMENTO PREMIUM

No mercado desde 1996, a Revest Acabamentos inaugurou há um ano a Revest RED, um espaço exclusivo com produtos e marcas de alto padrão. “Aqui os clientes encontram os lançamentos do segmento de luxo em louças, metais, porcelanatos, pedras naturais, revestimentos cimentícios, pisos vinílicos, spas e banheiras de imersão”, afirma o gerente de vendas, Paulo Pazini.

Na loja, além dos produtos, o atendimento é premium. Dos sete colaboradores, quatro são consultores de venda especializados em acabamento e, segundo Pazini, estão aptos a apresentar todas as características técnicas e explicar como



Paulo Pazini, gerente

cada uma se reverte em benefício para o cliente. “Trata-se de um atendimento especializado que demonstra credibilidade e gera confiança na compra”, diz.

Para manter o time de vendas alinhado e atualizado, a loja oferece treinamentos e formações constantes em parceria com os fornecedores, e depois de uma retração nas vendas no início da pandemia, agora o fluxo tem registrado aumento crescente.

Equipe que conhece minuciosamente as características técnicas, showroom aconchegante e estoque expressivo fazem parte da receita da Revest RED, segundo o gerente Paulo Pazini

Pazini lembra ainda que uma boa exposição dos produtos é fundamental para encantar os clientes e despertar o desejo. “Contamos com showrooms aconchegantes que servem de inspiração para projetos”, afirma. Outra forma de conquistar e fidelizar o cliente, no caso de acabamentos para construção, é ter estoque disponível, para isso, a empresa investe em compras expressivas.

ATENDER É VENDER

Seja em lojas físicas ou virtuais, em tempos de pandemia ou não, o atendimento é a porta de todo negócio e a peça-chave para vender e fidelizar. O cenário de pandemia, porém, muniu o consumidor de informação e ampliou seus horizontes sobre as formas de compra, segundo o professor e palestrante Nailor Marques Junior. “Não é que o consumidor ficou mais exigente, é que ele sabe mais. Na pandemia, o consumidor passou a comprar de modo presencial e virtual. Como ficou mais tempo na rede, começou a perceber que existem diferentes modos de ser atendido. No geral, não acredito que muita coisa tenha mudado no atendimento, porque a boa educação é uma roupa que veste em qualquer lugar”, reforça.

*Se o consumidor disser
que há um problema,
leve a sério e tome como
problema. É melhor que
ele fale para você do que
para os outros ou nas redes
sociais*

Nailor Marques Junior, palestrante

De acordo com ele, a neurociência mostra que o consumidor busca viver uma experiência de compra positiva. “A primeira impressão que uma pessoa forma leva 11 segundos, ou seja, é muito rápido. E o que se pode fazer nesse tempo? Olhar nos olhos de alguém, o que transmite segurança, e sorrir, o que quer dizer que você está aberto para qualquer conversa. No atendimento virtual, é importante falar dos benefícios, porque o consumidor não consegue entender o produto, mas entende o benefício que aquilo traz”, explica.

No atendimento presencial, o primeiro passo é demonstrar interesse. “O simples fato de demonstrar interesse por alguém já melhora demais a relação”, destaca o professor. Já no ambiente virtual, é importante evitar caminhos longos. “Aquele atendimento de aperte um, dois, cinco e você nunca chega aonde quer, pode irritar o consumidor. Há uma tendência das empresas colocarem as ditas inteligências artificiais com algum nome amigável, imitando a voz humana. Se essa máquina não leva o consumidor para onde ele quer rapidamente, quando chegar ao destino, estará irritado”, detalha. Além disso, o ambiente virtual exige equilíbrio: é importante ter um atendimento próximo sem, contudo, bombardear com mensagens.



Nailor Marques Junior, palestrante

E afugentar o consumidor é mais comum do que se pensa. “Basta mostrar má vontade, pouco-caso, dizer ‘espera um minutinho’ e não voltar nunca mais. Ou então, ninguém se oferecer para atender por achar que aquela pessoa não pode comprar o produto que está sendo colocado ali. Além disso, se o consumidor é mal atendido, ele não só deixa de comprar, como vai às redes sociais da empresa falar da experiência negativa que teve”, frisa.

Por outro lado, o bom atendimento cria oportunidade de venda. “Existem situações em que a pessoa não entrou na loja para comprar, mas gostou tanto da forma como foi atendida, que compra”, acrescenta o professor.

Caso a empresa não ofereça o produto que o consumidor busca, há alternativas, entre elas, pedir o telefone e entrar em contato quando o produto chegar, oferecer similar ou indicar o estabelecimento que oferece aquele produto. “Isso é bastante educado e demonstra maturidade de quem está fazendo o atendimento”, reforça o professor.

E engana-se quem pensa que o processo de venda termina no momento em que o consumidor leva o produto para casa. O pós-venda está incluído no pacote de bom atendimento, e é justamente ele que fideliza clientes. “Uma pessoa só é cliente depois que fez o segundo negócio com você. Antes, não se pode chamá-la de cliente. E como ela fará o segundo negócio? Sendo bem atendida e bem tratada no primeiro”, enfatiza o professor. “Se o vendedor confia no produto e serviço que oferece, tem que ligar e perguntar se o consumidor ficou satisfeito. Se ele disser que há um problema, leve a sério e tome como problema. Não tome essa pessoa como chata. É melhor que ela fale para você do que para os outros ou nas redes sociais”, finaliza.

SIM PARA A SIMPLIFICAÇÃO, NÃO PARA O AUMENTO DA TRIBUTAÇÃO

Propostas de Reforma Tributária agradam pela unificação e desanimam pela não redução do valor de impostos; setores como a educação poderão ter que pagar mais ao fisco

por **Fernanda Bertola**

O sistema tributário do Brasil precisa ser reformado por dois problemas centrais: aqui, pratica-se uma das cargas tributárias mais altas na comparação com outros países, passando dos 32% do Produto Interno Bruto (PIB), por meio de um dos mecanismos mais complexos e onerosos do mundo. Segundo dados do Banco Mundial divulgados pelo relatório Doing Business 2020, os empresários brasileiros gastam 62,5 dias por ano apenas para pagar impostos, número que cai para menos de dez dias por ano em países desenvolvidos.

Com o objetivo de simplificar a tributação, atacando apenas um dos principais problemas, a Reforma Tributária brasileira caminha para se tornar realidade e tem propostas na Câmara e no Senado. A PEC 45/2019 pretende reunir em um único imposto PIS, Cofins, IPI, ICMS (estadual) e ISS (municipal), mas reduz a autonomia dos entes da federação ao definir alíquotas e ao gerir os recursos. A PEC 110/2019 visa unificar, além desses tributos, IOF, CSLL, Pasep, Salário Educação e Cide-Combustíveis, com foco na proteção das empresas e consumo.

Já a PEC 3887/2020, elaborada pelo Ministério da Economia e recentemente enviada ao Congresso, deixa de fora os impostos estaduais e municipais. Pela proposta, que prevê a implantação em fases, apenas o PIS e a Cofins serão uni-



ficados com a criação da CBS (Contribuição Social sobre Operações com Bens e Serviços). O governo também propõe extinguir o regime cumulativo, permitindo aos setores utilizar créditos para abater de comercializações anteriores.

Se a simplificação é necessária, ainda é preciso equilibrar as alíquotas que passarão a ser cobradas, tema que tem deixado apreensivos empresários e entidades de diversos setores econômicos.

O presidente da Comissão de Direito Tributário da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) em Maringá, Weslen Vieira, explica que a PEC do governo estabelece alíquota única de 12%. Já para analistas do Centro de Cidadania Fiscal, a alíquota unificada do PIS e da Cofins deveria ser de no máximo 9% para manter a carga tributária atual.

O advogado destaca ainda que há dúvidas em relação a um novo imposto sobre transação financeira que poderá chegar em um segundo momento. “Seria uma CPMF dos anos 1990 que pode ser ressuscitada com nova roupagem”, diz. Ele acredita, no entanto, que mesmo com esse novo imposto não deve haver aumento global da carga. “O fisco atingirá alguns setores que hoje estão de fora, como o comércio eletrônico, entre outros da nova economia.”

Aos empresários e entidades setoriais, Vieira aconselha propor ajustes, já que as mudanças vão gerar impacto direto nos negócios. “Não sabemos o que sairá, pois há um rito a ser seguido, desde o relatório da Comissão Mista à aprovação nessa comissão, para depois ir a plenário no Senado e na Câmara. Na prática, teremos a tramitação pelas duas Casas de Lei para depois seguir para a sanção presidencial. Ainda haverá mudanças”, explica.

Weslen Vieira, da
Comissão de Direito
Tributário da OAB,
destaca que pode ser
criado imposto sobre
transação financeira,
mas que não deve gerar
aumento global da carga
tributária

EDUCAÇÃO

Entre os setores que devem ser atingidos com aumento de carga dependendo das alíquotas estão os de serviços, saúde, agronegócio e educação. De acordo com o consultor jurídico da Associação Brasileira de Mantenedores de Ensino Superior (ABMES), José Roberto Covac, o setor encarou com surpresa a proposta do governo. “Hoje o setor paga 3,65% [PIS/Confins], o que saltaria para 12%. É uma diferença alta. Ainda que tenha algum abatimento, seria possível reduzir essa carga para apenas para 10%, o que ainda é muito”, diz.

Com uma elevação de carga, o setor projeta uma série de impactos negativos para o ensino brasileiro ao atingir a educação particular, que abrange 15,5 milhões alunos. Segundo Covac, as mensalidades podem sofrer aumento de 10,5%, impactando diretamente 10 milhões de alunos. “O aumento da tributação gera

implicações para os alunos e pais. Há um equívoco quando se diz que só a elite da sociedade seria atingida. Temos indicações de que quase 90% dos estudantes são das classes C, D e E”, explica.

O advogado ressalta que programas de bolsas de estudo podem ser prejudicados, bem como metas do Plano Nacional de Educação (PNE). “Haveria uma redução drástica nas bolsas, aumento da evasão, migração para o setor público, exigindo a criação de vagas. Aí, sim, o ensino seria elitizado. Também não seria possível cumprir a meta do PNE de crescimento do setor.”

O pedido é para que, no mínimo, a carga não seja elevada para além da que é paga atualmente. “A proposta é que o setor não venha arcar com mais do que arca hoje, que programas de bolsas não sejam prejudicados e que as isenções sejam mantidas, senão a reforma não tem sentido”, frisa.



José Roberto Covac, advogado

Proposta pode elevar imposto da educação de 3,65% para 12%: “Quase 90% dos estudantes são das classes C, D e E”, aponta o advogado José Roberto Covac

DEBATE

A discussão tributária na pandemia tem gerado críticas. O presidente do Instituto de Direito Tributário de Maringá (IDTM), Jaime Pego Siqueira, destaca que nenhuma das propostas prevê a redução de tributos, portanto, o debate deixar de fazer sentido neste momento.

“A hora não é agora, no meio da pandemia, com as pessoas preocupadas em salvar seus negócios. Faria sentido se fosse para desafogar os negócios. É preciso uma discussão maior, acompanhada de uma conscientização dos contribuintes”, avalia. Para ele, o assunto deveria ser “amplamente discutido com a sociedade civil, seja por meio de associações comerciais, federações, enfim, com entes que representam os contribuintes.”



Jaime Pego Siqueira, presidente IDTM

Jaime Pego Siqueira, do IDTM, destaca a importância da Reforma Administrativa para enxugar a máquina pública

Siqueira comenta que a reforma do sistema tributário trará simplificação e, com isso, as contestações jurídicas podem diminuir. No entanto, ele reforça que não haverá redução de carga tributária e, recomenda aos empresários se aproximar das bancadas para apresentar reivindicações.

Na visão dele, uma Reforma Administrativa é urgente, a fim de enxugar a máquina pública. “O governo não tem como reduzir receita. Com a reforma do setor administrativo, seria possível reduzir as despesas e gradativamente, a carga tributária. Além disso, é preciso atender o contribuinte de forma mais igualitária.”

PATRIMÔNIO PROTEGIDO E SUCESSÃO PLANEJADA

Holdings familiares são opção para quem tem um ou mais bens; solução pode gerar economia e evitar desgastes por herança, mas requer análise de viabilidade

por **Fernanda Bertola**

Com uma empresa em sociedade no ramo de importação, em 2010 Sergio Luiz Baccarin decidiu separar os bens da empresa dos pessoais. Ele optou por constituir uma holding familiar, com o objetivo de organizar a administração do patrimônio e dividir equitativamente as partes para os quatro filhos.

O negócio também passou a gerar renda para a família. Compra e venda, arrendamentos e aluguéis dos bens passaram a ser administrados por meio da holding. “Estou à frente do negócio fazendo dos bens da empresa um gerador de receita para a família. E a empresa faz a distribuição de lucros igualmente entre os sócios”, conta Baccarin.

Na administração, Baccarin tem a companhia da filha. Ele explica que nenhum dos dois é beneficiado por isso. “Esse serviço que prestamos é remunerado como no caso de qualquer funcionário que trabalha em uma empresa”, explica.

Para o patriarca, algumas vantagens de incorporar o capital em uma holding são a economia não só na gestão dos bens, já que os tributos incidem sobre a empresa, como evitar trâmites como doações, inventários, altos impostos sobre bens e custas advocatícias.

“É comum haver discórdias em heranças, que às vezes duram a vida toda. Queríamos evitar esse tipo de conflito. A holding é eficaz, ajudando a proteger o patrimônio e as relações pessoais. Eu diria que o que pode sair caro é não fazer uma holding”, avalia.

VIABILIDADE

No lugar dos testamentos, existem possibilidades como doação em vida, previdência privada, seguros e holdings familiares. Distante da ideia de que são apenas para grandes patrimônios, as holdings são empresas criadas para gerir os bens de uma família e podem ser constituídas por qualquer pessoa que tenha um ou mais imóveis. Mas antes recomenda-se uma análise de viabilidade.

De acordo com Maria Carolina Baccarin Barbosa, da Prospera Participações, alguns pontos indicam a possibilidade de redução no pagamento de impostos e benefícios que possam compensar os gastos com uma holding. Ela cita a carga

Os bens passam da pessoa física para jurídica, com isenção de ITBI. É preciso desmistificar a ideia de que uma holding é para grandes patrimônios

Maria Carolina Baccarin Barbosa



tributária dos imóveis, custos de possível inventário, imóveis de interesse para inclusão, defasagem no valor de bens que poderiam ser inventariados, avaliação de documentação dos bens e do perfil comportamental dos herdeiros.

“Os bens passam da pessoa física para a jurídica, com isenção de ITBI (Impostos de Transmissão de Bens Imóveis), mediante acordo entre os filhos e cláusulas para proteção. Definem-se o administrador, plano para a sucessão e divisão de resultados, caso a empresa gere receita. É preciso desmistificar a ideia de que uma holding é para grandes patrimônios”, diz.

Entre os benefícios, Maria Carolina destaca que as holdings têm efeito de proteção patrimonial, tornam eficaz a administração dos bens, proporcionam planejamento, organização e economia na gestão dos bens, além do plano sucessório que evita conflitos e processos demorados e complexos como inventários. Além disso, existem benefícios para movimentação de patrimônio, como no caso de aluguéis ou arrendamentos. Por exemplo: no CPF os rendimentos são tributados em 27,5%; já na holding, com base no lucro presumido, a alíquota é de 12% a 14%.

“Para quem tem filhos, a constituição de uma holding já é vantajosa pensando na partilha de bens e sucessão, porque define as participações e o papel de cada um. Na maior parte dos casos também há economia com tributos, variando conforme cada caso”, acrescenta Maria Carolina.

CRITÉRIOS

A criação de uma holding, instrumento legal que além de familiar pode ser rural ou empresarial, conta com algumas etapas além do estudo de viabilidade. No caso de holding familiar, a advogada Jacqueline Cenerini Jacomini explica que o contrato social estabelece acordo entre os sócios, com a distribuição das partes de cada herdeiro, geralmente em fatias iguais, com presença de advogado e contator.

Entre os critérios estão regras para compra e venda de bens, sendo que por três anos depois da constituição da holding os imóveis não podem ser vendidos,

podendo esse período ser maior conforme o contrato social. Também são estabelecidos a ordem de sucessão de acordo com o perfil dos familiares, a proibição de venda de imóveis para fins individuais e o critério de saída de familiares da holding, bem como o valor das cotas.

“Uma série de restrições ajuda a garantir a perpetuação do patrimônio e facilita a gestão. O processo é simples”, diz Jacqueline. Ela acrescenta que as holdings familiares entram em operação em cerca de 90 dias, dependendo do tamanho do patrimônio. Como é uma empresa, a holding precisará de um contador para fazer o acompanhamento mensal.

Na avaliação de Jacqueline, os custos, principalmente os iniciais, que são maiores, podem ser compensados se considerados transtornos futuros. “Para famílias que têm poucos bens é válido pensar na criação de uma holding, já que na necessidade de um inventário uma parte importante do valor do patrimônio pode ser consumida em impostos”.

A advogada ressalta que a holding pode ser dissolvida a qualquer momento, caso a família não consiga se adaptar ao modelo.



Jacqueline Cenerini Jacomini, advogada

PARA FUGIR DO ARROCHO FISCAL

Holding é a empresa aberta para controlar e administrar bens e, portanto, pode também ter investimentos em outras empresas coligadas. Assim, uma holding pode ser estabelecida em jurisdições offshores, países com tributação favorecida. Pode, inclusive, ser criada para recebimento de comissões e corretagens sobre intermediações de transações de âmbito internacional e, permanecendo como intermediária, auferir resultados.

As offshores são um instrumento de gestão à disposição de qualquer empresa e funcionam para investidores que possuem perfis mais agressivos. O principal atrativo é uma carga tributária menor, já que alguns tributos são mais baixos ou inexistentes. Mas principalmente as pequenas e médias devem considerar desvantagens como o custo para estruturar e manter um negócio do tipo.

“Abrir uma offshore não é difícil e os custos de abertura, manutenção ou encerramento não são altos dependendo do tipo e tamanho da companhia. Mas quanto maior o patrimônio e investimento, mais vai compensar. Tem que se estabelecer os objetivos de acordo com o regulamento do ramo de atividade, com o

tipo de investimento, para daí escolher em que país a empresa será aberta”, explica Jacqueline.

Segundo a advogada, é preciso se sujeitar ao regime de leis do país onde se deseja fazer transações financeiras. Para isso, entre os requisitos estão atender ao valor mínimo de capital exigido e limite de responsabilidade dos sócios, contratar um advogado especialista em direito internacional, além de consultor financeiro. São esses profissionais que vão ajudar a analisar a liberdade cambial, sigilo, legislação tributária e bancária e viabilidade.

“Geralmente essas empresas são criadas por pessoas jurídicas, sociedades anônimas, empresas com capital aberto, comumente exportadoras”, diz. “Mas é importante desassociar a ideia de que as offshores são ilegais. O instrumento é válido e pode ser bastante vantajoso para as empresas”, completa.

É importante desassociar a ideia de que as offshores são ilegais. O instrumento é válido e pode ser bastante vantajoso para as empresas

Jacqueline Cenerini Jacomini, advogada



MERCADO

A OCASIÃO FAZ O... EVENTO

Empresas se reinventam e realizam colação de grau, desfiles e convenção pela internet; se falta público presencial, sobram estratégias e criatividade

por Monique Manganaro

Anualmente a Gela Boca realiza a convenção de franqueados, apresentando os lançamentos da estação. É uma ocasião em que os franqueados se reúnem, avaliam os novos produtos e fazem network. Mas diante da recomendação do distanciamento social e muita gente evitando viajar, como proceder? Foi preciso reestruturar a ação.

“Tínhamos medo do online, de como seria, principalmente porque em nossas convenções apresentamos os produtos do verão. Fazemos o lançamento, os franqueados avaliam e aprovam. E como oferecer essa experiência de experimentar, se cada um estaria em sua casa e o nosso produto é congelado? No primeiro momento, achamos que era inviável”, revela o diretor de franquias da indústria de sorvetes, Thiago Luiz Ramalho.

A equipe se debruçou em pesquisas e em assistir a eventos, lives e convenções, para decidir o que queria ou não. E diante dos desafios, sobraram boas soluções: a empresa criou uma estrutura diferenciada numa produtora de vídeo, para garantir a transmissão e a qualidade da tradicional convenção, proporcionando uma experiência positiva aos franqueados.

No momento mais aguardado, a apresentação das novidades, veio outra solução. “Utilizamos uma caixa com cadeado para acoplar os produtos e enviamos para as lojas, por meio de nossos caminhões, com outros estoques. No dia do evento, quando chegou a hora do lançamento, fizemos um vídeo apresentando os produtos, falamos sobre a tendência da temporada e, no momento do brinde, cada um estourou uma champanhe em casa. Depois demos a senha do cadeado para que os franqueados pudessem abrir e experimentar. Cada produto também tinha um QR Code que direcionava a um vídeo explicativo e um link para avaliação. Depois disso, mandamos um volume maior de produtos para que as equipes pudessem experimentar com calma. Foi sensacional. Os franqueados disseram que não esperavam a convenção desse porte e que o evento os surpreendeu”, conta Ramalho.



Thiago Ramalho, da Gela Boca

Para a convenção dos franqueados, Thiago Ramalho, da Gela Boca, enviou às lojas uma caixa com cadeado, que só foi aberta no momento do lançamento dos sorvetes



Paulo Henrique Crestan, da Di Lucky

PLATAFORMA DE VENDAS

A Di Lucky enfrentou situação semelhante, porque fazer o desfile, que é um dos principais eventos do ano, de forma presencial não seria possível. “Tivemos bastante insegurança, mas não tínhamos alternativas, precisávamos mostrar nosso produto, a coleção estava pronta”, afirma o diretor, Paulo Henrique Petri Crestan.

Segundo ele, a saída foi, então, tirar um projeto do papel e reinventá-lo, adaptando-o para realizar um desfile de lançamento totalmente online, com plataforma de vendas embutida. “Tínhamos o projeto de loja virtual, focada no atacado, para atender revendedores. Montamos uma equipe de crise, aceleramos o desenvolvimento dessa plataforma, conseguimos

Di Lucky fez um desfile virtual e acelerou o lançamento da plataforma de vendas para atacado, que está garantindo ótimos resultados, segundo Paulo Henrique Crestan

fazer os testes e aprová-la. Foi quando pensamos que seria o momento de inaugurar-la, e por que não fazer isso ao vivo? No desfile, fizemos o lançamento com instrução de como realizar as compras. Decidimos, então, fazer nosso primeiro showroom online”, detalha Crestan.

Estrutura e tecnologia também foram os diferenciais no desfile da Di Lucky. Além do evento ocorrer ao vivo, a plataforma criada pela empresa permitiu que os lojistas pudessem adquirir as peças, tudo remotamente. “Nossa plataforma é totalmente voltada para o revendedor. Tem um formato intuitivo para facilitar a compra. As vendedoras têm total acesso, desde a abertura do cadastro e aprovação ao acompanhamento da venda durante o processo e o fechamento do pedido. Toda assistência que pode ter presencial, a plataforma permite fazer online”, explica o diretor.

De acordo com ele, houve resistência à novidade no dia do lançamento, por falta de hábito. Porém, o trabalho da equipe nos bastidores foi essencial para que os clientes pudessem entender como proceder e fechar os pedidos. “Hoje a plataforma está em plena utilização e nos dando ótimos resultados. Foi uma experiência importante. São tempos difíceis, mas mostram que sempre podemos nos reinventar, o importante é não desistir”, avalia Crestan.



José Carlos Barbieri, reitor da UniFCV

EMOÇÃO GARANTIDA

Anos de estudo, dedicação e a comemoração no final do curso junto aos familiares. Tudo isso foi possível, mas de forma virtual. E, pela primeira vez, o Centro Universitário Cidade Verde (UniFCV) realizou as refeições de grau totalmente online.

De acordo com o reitor, José Carlos Barbieri, apesar da experiência do centro universitário em realizar lives e aulas inaugurais pela internet, estruturar uma refeição e transmiti-la online foi um desafio diferente.

“Isso exigiu de todo o nosso time interno uma mudança de paradigmas, pois precisávamos seguir os protocolos sanitários e ao mesmo tempo atender os alunos que precisavam do diploma para serem promovidos, mudar de cidade e até manter o emprego. Além disso, precisávamos nos reinventar, já que tínhamos

Podemos, mesmo de maneira online, realizar nossos eventos e surpreender colaboradores, professores e, principalmente, os alunos

José Carlos Barbieri, reitor da UniFCV

evento. Contratamos cantores, gravamos vídeos com depoimentos de gestores de polos, de alunos e dos coordenadores dos cursos. Esses depoimentos foram uma grande surpresa para todos que assistiram à colação. Além disso, concedemos bolsas de estudos de 100% para os alunos laureados - que obtiveram durante o curso dois terços de suas notas acima de nove”, destaca o reitor da instituição.

“Aprendemos que podemos nos reinventar e nos adequarmos a esse ‘novo normal’. Podemos, mesmo de maneira online, realizar nossos eventos e surpreender colaboradores, professores e, principalmente, os alunos dos cursos de graduação e de pós-graduação”, considera o reitor da UniFCV.

de adaptar todo o cerimonial da solenidade de colação de grau, que é rígido e obedece ao protocolo do Palácio do Planalto. Foram investimentos em pessoal, equipamentos e tecnologia”, ressalta.

Para Barbieri, a UniFCV também conseguiu entregar o necessário e, apesar da distância física, tornou momento único. “Preparamos surpresas para que pudéssemos humanizar e aproximar o

O ONLINE VEIO PARA FICAR

Crestan, da Di Lucky, indica a experiência como destaque. “Sair da zona de conforto permitiu ver novas possibilidades, com certeza! Acho que ainda não temos o hábito, mas a era digital está aí, temos que ir testando e aprimorando”, diz.

A mudança de olhares também impactou a maneira de conduzir os eventos da Gela Boca. Depois da experiência de realizar uma convenção a distância, o diretor das franquias avalia incluir definitivamente os eventos online na programação anual.

“Os franqueados têm uma associação, e passamos a fazer todas as reuniões com eles online. O workshop anual também passou a ser virtual. Já a convenção vai acontecer online em um ano e presencial em outro. O online, no nosso caso, veio para ficar”.

EMPRESAS LOCAIS RECEBEM SELO DE QUALIDADE DO TURISMO

Das 31 empresas paranaenses reconhecidas pela excelência nos serviços, 12 são maringaenses, sendo que nove pertencem a núcleos setoriais da ACIM

Se é um desafio ser uma pequena empresa no Brasil, com a pandemia do coronavírus os obstáculos para o setor do turismo ficaram ainda maiores, com redução do número de voos, restrições de entradas de brasileiros em alguns países, queda de viagens a passeio e a negócios, limitação de hospedagem, entre outros fatores. Mas se depender do comprometimento do setor com a excelência, tudo ficará mais fácil. Afinal, 31 empresas paranaenses, de 13 municípios, foram premiadas com o Selo de Qualidade do Turismo do Paraná, que certifica estabelecimentos com alto padrão de qualidade em relação à gestão e qualidade de serviços.

Devido à pandemia, os negócios receberam o reconhecimento de maneira virtual, mas até o final do ano poderá ser realizada cerimônia híbrida, com parte presencial, para a entrega oficial do selo.

Segundo a coordenadora estadual de turismo do Sebrae/PR, Patrícia Albanez, o selo traz para o estabelecimento um aumento, em média, de 27% no número de clientes e de 22% no faturamento, de acordo com dados do ano passado. “As empresas com o Selo de Qualidade do Turismo buscam melhorar a performance e gerar um impacto positivo no mercado. Elas apostam em práticas sustentáveis, na valorização do colaborador e possuem uma cultura de inovação que possibilita que enfrentem as adversidades atuais, como a pandemia”, explica.

As empresas passam por processos de adequação dos procedimentos e são submetidas a uma avaliação de conformidade que leva em consideração aspectos relacionados à gestão, atendimento, infraestrutura, oferta de serviço, inovação, sustentabilidade e critérios sociais e econômicos. Após a realização do processo ao longo de um ano, são premiados os estabelecimentos que atingirem nota de pelo menos 80 pontos, de um máximo de 100 em Excelência em Gestão, Roteiro de Análise e Turista Oculto. Ganham o Selo Ouro as empresas com nota superior a 95, já o Selo Prata é voltado para quem obteve entre 90 e 95 pontos e o Selo Bronze, para notas entre 80 e 90 - as avaliações são feitas por um comitê formado por seis entidades, incluindo o Sebrae.

MARINGAENSES

Das 31 empresas certificadas, 12 são maringaenses, sendo que nove integram núcleos setoriais do Programa Empreender, como Abrasel, Agências de Viagens, Hamburguerias e Franqueadores. Receberam o Selo Ouro: Albadore, Bússola Eventos, Casa da Mãe Joana, Fashion Hall Eventos, Grandtour Viagens e Turismo, King Konfort Hotel e Hotel Ipiranga. Ganharam o Selo Prata: Açaí Beat, Atari Bar e Lanchonete e Horus Cervejaria. E o Selo Bronze ficou com Rock and Honda Temakeria e VQV Eventos.



ONLINE E PRESENCIAL, SUMMIT DISCUTE SUSTENTABILIDADE E PROJETOS SOCIAIS

Segunda edição do evento terá palestras, discussões técnicas e mostra de projetos relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

por Giovana Campanha

Que tal uma sociedade justa, solidária, equilibrada, ecológica e desenvolvida? Esta é a proposta do Instituto ACIM, que vai realizar a segunda edição do Summit 2020 Maringá (Pacto Global Signatários), para instruir, conscientizar e promover ações em prol da concretização dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), propostos pela ONU na Agenda 2030.

O Summit será presencial e online. Para quem escolher a modalidade presencial, a inscrição custa R\$ 50 e inclui pasta em couro ecológico e copo sustentável. Os participantes também concorrerão a brindes.

Quem optar pela modalidade online terá acesso à palestra magna no dia 19, a partir das 19 horas, com o tema ‘Sustentabilidade financeira com responsabilidade social’, ministrada pelo secretário-executivo da Rede Brasil do Pacto Global, Carlo Pereira, que é membro de conselho executivo do Global Reporting Initiative – GRI. A palestra será transmitida ao vivo pelo Facebook e Youtube da ACIM.



MOSTRA DE PROJETOS

Para os participantes presenciais, o evento terá início no dia 19 com o credenciamento às 8h30. Na sequência haverá sessão técnica sobre educação de qualidade, para discutir os indicadores de Maringá. Das 14 às 16h a sessão técnica será sobre água e meio ambiente, com discussão sobre a preservação dos fundos de vale e a qualidade da água desses pontos. Das 16 às 18h haverá Mostra de projetos dos três finalistas do edital realizado pelo Instituto ACIM - empresas locais com projetos que vão ao encontro dos ODS participaram do edital, em que uma comissão avaliou objetivos, metodologia, impacto, resultados e premiou as três melhores iniciativas.

Já no dia 20, a primeira palestra iniciará às 8h30, com o especialista em Finanças Corporativas, Jerry Kato, que falará sobre 'Sustentabilidade financeira em tempos de crise'. Logo em seguida, às 10h30, o diretor da Maringá Histórica e ex-secretário de Cultura, Miguel Fernando Pereira, falará sobre 'Como calcular o retorno institucional de projetos sociais'. Das 13 às 14h haverá apresentação de cases de sucesso. Das 14 às 15h ocorrerá o workshop 'Adesão ao Pacto Global e relatório de comunicação de progresso global, empresas e entidades sem fins lucrativos', ministrado pela especialista em Sustentabilidade Priscila Brustin. Na sequência, das 15 às 17h30, será o workshop 'Gerindo projetos com qualidade', coordenado pelo Instituto de Gestão de Projetos (PMI Paraná – Project Management Institute). Em seguida, será a apresentação dos finalistas da Mostra de projetos, com as premiações.

O evento terá certificado tanto para empresas quanto pessoas físicas, havendo também a possibilidade de contribuição em patrocínio. "Nossa grande missão é transformar Maringá e o Paraná em referência de qualidade de vida e desenvolvimento sustentável", comenta a presidente do Instituto ACIM, Nádia Felipe. As inscrições para o evento devem ser feitas em www.sympla.com.br/summit-pacto-global-signatarios__964706. Mais informações pelos telefones (44) 3025-9676 e 99900-9676.

R\$ 5 MILHÕES PARA ASSOCIADOS

A ACIM aportará R\$ 500 mil no fundo garantidor da Noroeste Garantias, entidade sem fins lucrativos que avaliza operações de crédito de micro e pequenos empreendedores. Como a taxa de alavancagem corresponde a dez vezes o valor do aporte, com os recursos será possível avalizar R\$ 5 milhões em operações, exclusivas para associados à ACIM. Outra vantagem é que os empreendedores terão acesso a uma linha de crédito especial disponibilizada pelo Sicoob, com taxas que variam de 0,4% mais CDI - o que atualmente corresponde a 0,56% - a 0,8% ao mês. Os prazos de pagamento variam de 12 a 60 meses, dependendo da finalidade dos recursos: capital de giro, investimento ou energia fotovoltaica. A operação deve ter valor máximo de R\$ 50 mil. Para acessar o crédito, é necessário apresentar os documentos que constam em www.noroestegarantias.com.br, agendar uma visita pelo telefone (44) 3023-2283 ou com os consultores da ACIM. Depois, um comitê analisará a proposta e se aprovada, o empreendedor terá acesso ao crédito.



CANDIDATOS A PREFEITO

A ACIM e o Codem receberão os candidatos a prefeito de Maringá. Em 5 de outubro as apresentações de propostas serão feitas por Carlos Mariucci, Audilene Rocha e Akemi Nishimori. Em 20 de outubro serão Dr. Batista, Homero Marchese e Anníbal Bianchini. Em 26 de outubro as explanações caberão a José Luiz Bovo, Ulisses Maia e Evandro Oliveira. E em 3 de novembro serão Eliseu Fortes, Valdir Pignata e Rogério Calazans. Dos 13 postulantes ao cargo, apenas Edmilson da Silva decidiu não apresentar sua plataforma aos empresários. Cada candidato terá 12 minutos de explanação e outros oito para responder aos questionamentos do público. As apresentações serão transmitidas pelo [Youtube da ACIM](#).

NOVO ARCEBISPO NA ACIM

Em 15 de setembro, o Arcebispo de Maringá, Dom Frei Severino Clasen participou de apresentação sobre o trabalho desenvolvido pela ACIM e outras entidades, como Codem, Observatório Social de Maringá e Conseg. O novo arcebispo agradeceu a acolhida dos maringenses e se dirigiu aos empresários com otimismo. “Eu vejo aqui uma sociedade organizada e exemplo para o Brasil. Parabéns pela visão de futuro que vocês têm. Vamos caminhar juntos. Precisamos estar juntos. Governo, empresas, terceiro setor, Igrejas”, disse.



LOJA VIRTUAL E CINCO DIAS DE MARINGÁ LIQUIDA

De forma inédita, a Maringá Liquida teve loja virtual e cinco dias de duração, entre 8 e 12 de setembro, com a participação de centenas de lojas de bairro, região central e shoppings. Em www.maringaliquida.com.br, os consumidores encontraram itens como calçados e roupas, com opção de receber em casa, retirar na loja ou comprar presencialmente. Em todas as formas, o consumidor ganhou



uma raspadinha em compras a partir de R\$ 100. E ao encontrar a raspadinha premiada, ganhou R\$ 100 na mesma loja onde efetuou as compras. Foram quase R\$ 100 mil em prêmios. A Maringá Liquida é uma realização da ACIM e Sivamar, teve patrocínio de Webber Acabamentos, Ordini Presentes, Loja Planeta, Lojas Giga, Shopping Cidade e Shopping Avenida Center e apoio do Sicoob.



RETOMADA DAS ATIVIDADES PEDAGÓGICAS

O Núcleo Setorial das Escolas Infantis, vinculado ao programa Empreender, solicitou à Secretaria de Saúde e à prefeitura autorização para retomar o atendimento parcial aos alunos. A proposta consiste em, inicialmente, oferecer atendimento individual com hora marcada e até duas horas para crianças de três a cinco anos, sem alimentação no local. Depois de 14 dias, a segunda etapa da proposta atenderia, nas mesmas condições, grupos de até cinco alunos. Na terceira etapa, crianças de um a dois anos passariam a receber atendimento individual. A proposta completa é composta por cinco etapas e compreende apenas as escolas privadas. A solicitação foi encaminhada às autoridades em 4 de setembro e aguarda resposta.



PESQUISA DA GPTW

Pelo terceiro ano consecutivo, a GPTW é parceira da ACIM numa pesquisa de clima organizacional voltada para empresas com mais de cinco colaboradores. É o Destaque GPTW e ACIM 2020, cujas inscrições vão até 15 de novembro. Além de medir o clima organizacional por meio de um questionário confidencial voltado para a equipe, as empresas que obtiverem nota mínima de 70, num ranking que vai até 100, terão a chancela que investem e valorizam seus colaboradores, por meio do selo GPTW

como excelente lugar para trabalhar e do certificado GPTW e ACIM. Essas empresas poderão ainda concorrer aos demais rankings do GPTW. São quatro categorias, de acordo com o número de colaboradores: de 5 a 29 funcionários; de 30 a 99; de 100 a 999; e acima de mil. Para participar, é preciso acessar o conteudo.gptw.com.br/destaque-gptw-acim e depois um consultor entrará em contato.



JANTAR SOLIDÁRIO EM SISTEMA DRIVE

Depois de ‘viagens gastronômicas’ para Veneza, Paris, Argentina e no universo sertanejo, o destino do projeto ‘ACIM se ama, assim se abraça’ foi um drive-in. Com o distanciamento social, as conselheiras da ACIM Mulher, comercializaram uma cesta com massa, molho, champanheira, espumante e outros itens. A entrega foi em 26 de setembro, em frente à Associação Comercial. Os recursos da ação solidária serão destinados aos projetos do Instituto ACIM, que assessora empresas e entidades e tem o trabalho focado na responsabilidade socioambiental, por meio de incentivo a projetos, renúncia fiscal, organização de editais, capacitação e certificação de empresas sustentáveis ligadas ao Pacto Global.



ASSOCIADO DO MÊS

O Rei dos Aquários foi inaugurado em abril na garagem de Robson Schmidt de Andrade e Cristiane Moriwaki de Andrade. Com o crescimento das vendas, os sócios abriram uma loja em julho, na avenida Joaquim Duarte Moleirinho. “Oferecemos tudo o que o aquarista precisa, desde a venda de aquários à instalação dos equipamentos, orientações, manutenção periódica etc. Muitas pessoas chegam aqui sem saber o que precisam para começar, e damos suporte. E é justamente este o nosso diferencial: trabalhar em todas as etapas e ramos do aquarismo, além do preço justo”, destaca Robson. A empresa está crescendo e a ideia é investir para ser referência no interior do Paraná. “Nossa loja não é só para vender, é também um espaço agradável para passear com a família e conhecer os belos aquários”, completa o empresário. O Rei dos Aquários fica na avenida Joaquim Duarte Moleirinho, 1628, Sala C. O telefone é (44) 4141-0440.





Escola de Negócios.

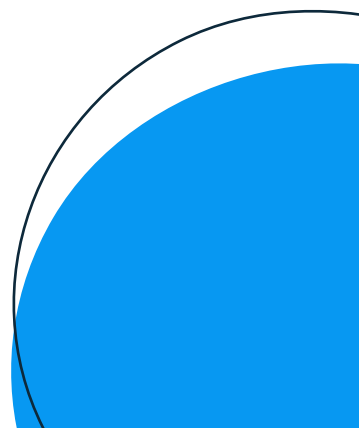
ACIM

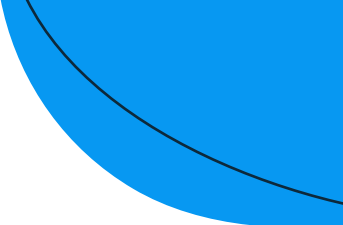
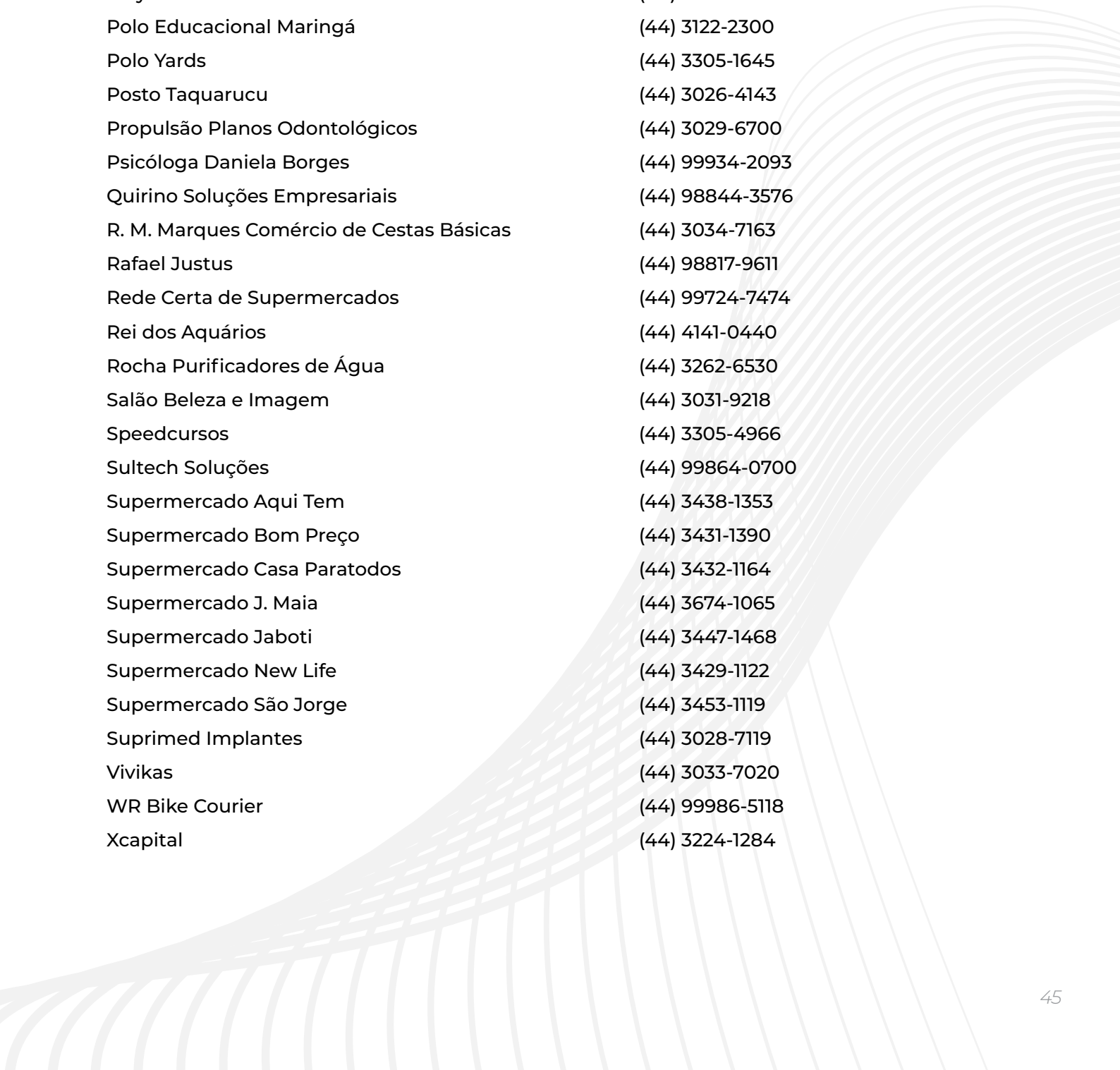
CONFIRA A PROGRAMAÇÃO DE CURSOS DE OUTUBRO:

- | | | |
|---|--------------------------|------------|
| • Planejamento e gestão de almoxarifado | 13 a 15 | PRESENCIAL |
| • Cobrança em redes sociais | 13 e 14 | ONLINE |
| • Remuneração variável e estratégica | 19 a 22 | PRESENCIAL |
| • Planejamento estratégico operacional para 2021 | 19, 20, 22 e 23 | ONLINE |
| • WhatsApp - estratégia de vendas | 20 e 21 | ONLINE |
| • Design de Experiência: descubra o que não te contaram sobre seus clientes | 21 e 28/10 e 4/11 | ONLINE |
| • Processo licitatório e novo pregão eletrônico | 21 a 23 | ONLINE |
| • Implementando a LGPD – Inovação do Direito Digital aplicado à empresa | 26 a 28 | ONLINE |
| • Gerenciamento de projetos | 26 a 29 | ONLINE |
| • Como preparar sua empresa para a Black Friday | 27 | ONLINE |
| • Liderança 360° | 28 e 29 | ONLINE |
| • Gestão de custo e formação de preço de venda | 26 a 28 | ONLINE |

NOVOS ASSOCIADOS Setembro

Absoluta Smart	(44) 99885-0030
Aloha Geotecnologias e Meio Ambiente	(44) 99166-4680
Amo Jeans	(44) 3222-4608
Atami Supermercados	(44) 99708-1447
Auto Peças Real	(44) 3263-4001
Barroso, Ferreira e Gonçalves Advogados	(44) 99967-4829
Beto Brescansin	(44) 3028-2265
BPR Soluções em Segurança Eletrônica	(44) 3200-0126
Cacau Show	(44) 3034-2558
Carpe Diem - Bem Estar Animal	(44) 99113-2090
Casa Braga	(44) 3029-6845
Casa de Carne e Mercado Confiança	(44) 3635-1250
CB Hub Coworking	(44) 3123-6777
Cia IG de Dança	(44) 99712-2104
Cirqueridum - Escola de Circo e Artes	(44) 99880-2456
Coworking Serviços Combinados de Escritório	(44) 3305-2928
Dinâmica Automotiva	(44) 3029-8930
Doce Pimentinha	(44) 3354-7260
Ecoalize - Empresa Júnior de Biologia	(44) 3011-4666
Ecomarket Supermercado	(44) 3228-5816
Edenilson Pereira	(44) 99857-7652
Estética Gracielly Almeida	(44) 98441-9409
Faktok Moveis Planejados	(44) 3264-0464
Fit Food Maringá	(44) 99965-7280
Fomento Mais	(44) 3123-2250
Franção Injetados	(44) 3225-7541
Grupo Rosa dos Ventos	(44) 3028-1015
Ingá Peças e Serviços	(44) 3023-4815
Inpresarial Confecções	(44) 99961-9004
Irmãos Rosado Consultoria Ambiental	(44) 99990-0744
Isabela Araujo Consultoria de Marketing	(44) 99732-6334
Jonathas Coutinho Corradi	(44) 99151-8833
José Aparecido de Almeida	(44) 99973-0137
Lajes Cathedral	(44) 3023-5623
Luiz Carlos Andreassi Confecções	(44) 99984-0982
Luval Lighting Design	(44) 3222-5001
Mary Soares Fotografia	(44) 3029-2902



Master Flores	(44) 3041-3941
Mecânica Matheus Car	(44) 3354-1312
Mega Rol Rolamentos	(44) 3305-3438
Mercado Douradão	(44) 3444-1189
Mercado Vista Alegre	(43) 3260-1448
Mesa Verde Administradora e Corretora de Seguros	(44) 3029-6336
Morango Doce Moda Feminina	(44) 98435-3541
Nexsol Energia Solar	(44) 3029-1430
Officio	(44) 98419-8109
Patricia Bravin	(44) 99843-2644
Patricia Rodrigues da Silva	(44) 99941-0812
Petrojan Vaz Nevez	
Play Ponto	(44) 99915-6291
Polo Educacional Maringá	(44) 3122-2300
Polo Yards	(44) 3305-1645
Posto Taquarucu	(44) 3026-4143
Propulsão Planos Odontológicos	(44) 3029-6700
Psicóloga Daniela Borges	(44) 99934-2093
Quirino Soluções Empresariais	(44) 98844-3576
R. M. Marques Comércio de Cestas Básicas	(44) 3034-7163
Rafael Justus	(44) 98817-9611
Rede Certa de Supermercados	(44) 99724-7474
Rei dos Aquários	(44) 4141-0440
Rocha Purificadores de Água	(44) 3262-6530
Salão Beleza e Imagem	(44) 3031-9218
Speedcursos	(44) 3305-4966
Sultech Soluções	(44) 99864-0700
Supermercado Aqui Tem	(44) 3438-1353
Supermercado Bom Preço	(44) 3431-1390
Supermercado Casa Paratodos	(44) 3432-1164
Supermercado J. Maia	(44) 3674-1065
Supermercado Jaboti	(44) 3447-1468
Supermercado New Life	(44) 3429-1122
Supermercado São Jorge	(44) 3453-1119
Suprimed Implantes	(44) 3028-7119
Vivikas	(44) 3033-7020
WR Bike Courier	(44) 99986-5118
Xcapital	(44) 3224-1284

Expediente

Ano 57 nº 613 outubro/2020, **Publicação Mensal** da ACIM, 44| 30259595

Diretor Responsável Rodrigo Fernandes, vice-presidente de Marketing

Conselho Editorial Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues e Rodrigo Fernandes

Jornalista Responsável Giovana Campanha - MTB05255

Colaboradores Camila Maciel, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Monique Manganaro, Lethícia Conegero, Rosângela Gris

Fotos Ivan Amorim, Walter Fernandes

Revisão Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris

Capa Agência Nova Inteligência

Produção Matéria Comunicação 44| 3031-7676

Editoração Nova Inteligência

Escreva-nos Rua Basilio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br

Conselho de Administração Presidente Michel Felipe Soares

Conselho Superior Presidente José Carlos Valêncio

Copejem Presidente Lucas Di Loreto Peron

Acim Mulher Presidente Cláudia Michiura

Conselho do Comércio e Serviços Presidente Jair Ferrari

Conselho do Empreender Presidente Michael Tamura

Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM - A redação da Revista ACIM obedece ao acordo ortográfico da língua portuguesa.

Contato Comercial

Jociani Pizzi 99828-0011 e Sueli de Andrade 44| 98822-0928

57 anos
cocamar

É pela confiança na
cooperação que
celebramos a força
do agronegócio.

cocamar