AS EMPRESAS ESTÃO PRONTAS!

Se depender dos novos investimentos que as empresas maringaenses estão fazendo e planejando, **2025 será positivo para a economia local**, mesmo que o ano inicie com a taxa básica acima do esperado

IMPRESSO FECHADO
PODE SER ABERTO PELA ECT

Edição 637

NOVEMBRO
DEZEMBRO
JANEIRO
ANO 61/62

UniCV
CENTRO UNIVERSITÁRIO
CIDADE VERDE
5
NOTA
MÁXIMA
PELO MEC
Explore
o seu
POTENCIAL
e torne-se protagonista da sua história
O ensino PRESENCIAL
ou EAD que ajuda você a ir além
GRADUAÇÃO COM
INSCRIÇÕES ABERTAS
www.unicv.edu.br

Economia vigorosa

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

Diante do cenário de uma população altamente empregada e economia prosperando, empresários de todo o país voltaram a investir

Um ano atrás os analistas de mercado consultados pelo Banco Central para o Boletim Focus estimavam que ao final deste ano a Selic estaria em 10% e que o Produto Interno Bruto (PIB) cresceria 2,26%. Bom, a Selic está em 10,75%, portanto acima do previsto e com expectativa de subir um ponto percentual até dezembro, segundo o mesmo Focus. Selic alta encarece o crédito para pessoas físicas e jurídicas.

Por outro lado, o PIB poderá ter alta de 3%, estima o Fundo Monetário Internacional (FMI) e também acima do previsto, mas esta é uma boa notícia, porque mostra a robustez da economia brasileira. E na esteira dos bons indicadores, a taxa de desemprego segue caindo: atingiu 6,6% no trimestre encerrado em agosto. Há 102,5 milhões de brasileiros ocupados, a mais alta taxa desde 2012.

Sobram vagas, faltam profissionais em todos os setores. Tanto que a Agência do Trabalhador de Maringá registrou 1,5 mil vagas abertas numa mesma semana. Faltam tantos profissionais que há vagas abertas permanentemente, como de motoristas, açougueiros e garçons.

Diante do cenário de uma população altamente empregada e economia prosperando, empresários de todo o país voltaram a investir. Se na pandemia, projetos de expansão foram engavetados ou nem faziam parte do planejamento, o momento é outro. Os empreendedores estão abrindo lojas, expandindo a linha de produtos e área de atuação, voltando os olhos para a inovação e vislumbrando novos negócios.

Em Maringá, o cenário não é diferente, a economia está a pleno vapor. Só em agosto foram criadas quase mil vagas de empregos formais, enquanto no Paraná todo foram 7,4 mil vagas. As empresas estão investindo e ampliando à espera de bons negócios. Que este otimismo possa perpetuar e encontrar solo fértil. Em nome da Acim, desejo excelentes vendas de final de ano e um 2025 próspero. Conte com a casa do empreendedor de Maringá!

TREINAR, SORRIR *E FORTALECER LAÇOS.*

Família Kotsifas.

APOIO: taquion

NA CEMS É ASSIM, A FAMÍLIA TODA *TREINA JUNTO!*

CEMS, 28 ANOS EM MOVIMENTO.

UNIDADES **GASTÃO** **IMPERIAL** **MATRIZ**

ESTABELECIMENTO GUSTAVO BORGES CREDENCIADO

CEMS 28 ANOS ACADEMIA

CAPITAL DE GIRO

LIDERANÇAS DE COOPERATIVAS DE CRÉDITO

_FOTOS/IVAN AMORIN

No Brasil, de acordo com o Banco Central, o cooperativismo de crédito conta com 18 milhões de cooperados, R$ 730 bilhões em ativos totais, R$ 445 bilhões em crédito e 9,8 mil unidades de atendimento em 57% dos municípios do país. Com números tão robustos, as cooperativas se destacam no sistema financeiro brasileiro e foram tema de um evento em 17 de outubro em Maringá, com a participação de mais de 300 lideranças. “Intercooperação e o futuro das cooperativas de crédito” foi realizado pela Acim e Codem, com parceria da Sicredi Dexis, Sicoob Metropolitano e Sisprime, reunindo representantes do Paraná, São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal. Eles discutiram o futuro do setor: tecnologia, concorrência com instituições não bancárias e 1,5 mil *fintechs*, inteligência artificial e intercooperação.

SHINITI UETA RECEBE HOMENAGEM

Empresário e um dos maiores entusiastas do intercâmbio entre Maringá e a cidade japonesa co-irmã Kakogawa, Shiniti Ueta foi homenageado em 9 de agosto por empresários. Ele foi ao Japão mais de 40 vezes, organizando e acompanhando missões de maringaenses nos mandatos de seis prefeitos desde a década de 90. Com isso, ajudou a fortalecer os laços entre as duas nações. A homenagem aconteceu no mesmo dia em que Shiniti recebeu o título de Cidadão Benemérito de Maringá.

NOVAS LOJAS

A rede de comida mexicana Taco Bell instalou no Catuaí Maringá a primeira unidade da região Sul do país. Com 50 metros quadrados, a loja recebeu investimento de R$ 1,7 milhão e gera mais de dez empregos diretos. A marca conta com mais de 30 unidades, distribuídas principalmente entre os estados do Rio de Janeiro e São Paulo.

Outra novidade do mesmo shopping é a abertura da Daiso Japan, rede varejista japonesa que está presente em mais de 30 países. O espaço conta com 450 metros quadrados de itens de papelaria, acessórios para pets, utensílios de cozinha e gastronomia.

UEM É A MELHOR ESTADUAL DO SUL

Pelo segundo ano consecutivo, a Universidade Estadual de Maringá (UEM) pontua como a melhor universidade estadual do Sul do Brasil e está entre as cinco melhores do país. A avaliação é do Ranking Universitário Folha (RUF) 2024, promovido anualmente pelo jornal Folha de S. Paulo e um dos principais rankings do ensino superior brasileiro. Em avaliação que vai de zero a cem, a UEM recebeu 83,35 pontos na avaliação geral e se posiciona entre as 24 melhores universidades do país. No ranking foram avaliadas 39 universidades estaduais, e ficaram à frente da UEM apenas universidades historicamente reconhecidas como a USP, Unicamp e UERJ. O RUF também avalia a qualidade de graduações, e a UEM colocou oito entre as 20 melhores do Brasil, sendo o de Agronomia o mais bem posicionado, como oitavo melhor do país. Também tiveram destaque as graduações de Odontologia (10°), Engenharia Química (11°), Zootecnia (11°), Educação Física (17°), Matemática (17°), Ciências Contábeis (19°) e Medicina Veterinária (19°).

MARINGAENSES SE DESTACAM EM PRÊMIO

Duas empreendedoras de Maringá foram reconhecidas na etapa estadual do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios: Heloize Pismel Bassetti, da Vehlor, conquistou o primeiro lugar na categoria "Ciência e Tecnologia", enquanto Geizlane Tavares dos Santos ficou em segundo lugar na categoria "Microempreendedora Individual (MEI)". Ao todo, 190 paranaenses se inscreveram na premiação, cujo resultado foi divulgado em outubro. Com etapas estaduais, regionais e nacional, o prêmio tem como objetivo fomentar a liderança feminina nos pequenos negócios. Ele é voltado para mulheres que se enquadram nas categorias "Pequeno Negócio", "Microempreendedora Individual (MEI)", "Ciência e Tecnologia", "Negócios Internacionais" e "Produtora Rural"- uma das produtoras premiadas, Fabiana Castelari Leme, é de Marialva.

ESPAÇO INOVA AGRO É CREDENCIADO

O espaço Inova Agro, instalado pela Sociedade Rural de Maringá (SRM), foi credenciado no Sistema Estadual de Ambientes Promotores de Inovação do Paraná (Separtec) como *hub* de inovação do agronegócio de Maringá, o que ajudará a intensificar as atividades do ambiente. O *hub* Inova Agro promove encontros entre empreendedores, pesquisadores e investidores, desenvolve talentos e impulsiona ideias e soluções tecnológicas. O Separtec abrange diversos ecossistemas promotores de inovação no Paraná com o objetivo de estimular inovação e criar redes colaborativas. O credenciamento ocorreu graças ao investimento inicial da SRM e à união de esforços da Governança Inova Agro, com parceiros como o Sebrae/PR.

_FOTO/IVAN AMORIN

Quem é? Joaquim Levy
O que faz? Foi ministro da Fazenda e é diretor do Banco Safra

“Brasil deve crescer acima das expectativas do mercado”

Por Fernanda Bertola e Rosângela Gris| fotos: Natasha Amorin/Divulgação

O economista Joaquim Levy é otimista sobre o crescimento da economia brasileira. Para o ex-ministro da Fazenda e ex-presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), “as exportações e provavelmente os investimentos devem impulsionar o PIB em 2025”, levando a economia brasileira a crescer próximo de 2,5%, como projeta a pasta liderada por Fernando Haddad.

Diretor de Estratégia Econômica e Relações com Mercados do Banco Safra desde junho de 2020, Levy possui extensa trajetória na administração pública e na iniciativa privada, tendo presidido o BNDES durante o governo de Jair Bolsonaro e conduzido o Ministério da Fazenda no governo de Dilma Rousseff. Entre 2015 e 2018 atuou como diretor no Grupo Banco Mundial e, ao longo da carreira, foi vice-presidente do Banco Interamericano de Desenvolvimento, economista visitante no Banco Central Europeu e exerceu funções diversas no Fundo Monetário Internacional.

Com doutorado em Economia pela Universidade de Chicago e graduação em Engenharia Naval, em 2019 ele realizou pesquisas sobre crescimento sustentável como visitante na Blavatnik School of Government, da Universidade de Oxford, tema que tem defendido em sua atuação.

Levy esteve em Maringá em outubro a convite da Acim, Banco Safra e Caf Capital, onde palestrou sobre o cenário macroeconômico para empresários e lideranças. Ele compartilhou impressões a respeito do crescimento do país, acentuando que parâmetros técnicos guiam a taxa básica de juros, além de abordar a interseção entre economia e sustentabilidade:

O Banco Central elevou em setembro a taxa básica de juros da economia, a Selic, em 0,25 ponto percentual, passando para 10,75% ao ano. Foi o primeiro aumento desde agosto de 2022. Este aumento é a medida acertada para conter a inflação?

O Banco Central age à luz das informações que possui e dos dados da conjuntura econômica. Faz isso com grande profissionalismo e precisão e possui um corpo técnico bastante competente. Toma suas decisões através do Comitê de Política Monetária (Copom) de forma colegiada e da maneira mais democrática, levando em conta as considerações técnicas do momento. O interesse é sempre o de preservar a economia, suavizando as flutuações da atividade e emprego.

O que o mercado deve esperar em relação à Selic?

A Selic deve continuar a responder às expectativas de inflação e à atividade econômica, que vem em ritmo forte até recentemente. Deve-se olhar para um horizonte relevante, que é o início de 2026, sempre levando em conta exclusivamente dados técnicos.

O Brasil aparece em sexto lugar entre os países que mais cresceram do G20, grupo que reúne as maiores economias do mundo, e o desemprego também mostra recuo, mas a percepção do brasileiro ainda é ruim. Por quê?

Há muitos indicadores positivos, mas as pessoas às vezes têm lembranças de viradas na economia. A percepção vai evoluir à medida que se evidenciar a perenidade dos indicadores-chave, inclusive fiscais, e sua consistência. O Brasil deve crescer acima das expectativas do mercado no começo do ano em 2024, o que é muito bom.

O ministro da Fazenda, Fernando Haddad, projeta que a economia brasileira vai sustentar crescimento acima de 2,5% durante os quatro anos do governo Lula. Como o senhor avalia este índice?

A economia vem se apresentando bem e tem condições de seguir assim, apesar de sempre devermos estar atentos aos riscos macroeconômicos. O Safra, por exemplo, tem sempre uma visão positiva em relação ao futuro. Atravessamos todas as intempéries da economia, os choques, os grandes planos de estabilização e seguimos fortes rumo ao futuro como uma instituição de destaque e permanência no cenário nacional. Estamos sempre buscando ajudar as empresas e os investidores do país na condução dos melhores caminhos para seu desenvolvimento. Acreditamos no potencial de vários segmentos da economia, do agro à mineração, serviços e na força do povo brasileiro e sua enorme capacidade criativa e empreendedora. As exportações e provavelmente os investimentos devem impulsionar o PIB em 2025, levando-nos próximos a 2,5% de crescimento.

O Brasil vive uma temporada sem precedentes de queimadas ambientais. Qual o impacto disso para a economia?

Sou um apaixonado pela chamada economia verde e muito atento à mudança climática que tem levado a queimadas recordes no Canadá, Europa etc.. Não escapamos desse risco e temos que estar mais preparados para enfrentar essas situações. O impacto da mudança do clima pode ser muito grande no Brasil, que depende tanto da natureza. É preciso que haja um trabalho importante de conscientização e também de prevenção, que começa nas empresas, nos conselhos de administração em todo o Brasil.

O senhor participou do desenvolvimento de pesquisas sobre tecnologias sustentáveis e transição de economias para emissões líquidas zero de carbono na Universidade de Stanford, nos Estados Unidos. Qual a importância das tecnologias sustentáveis para a economia global e do Brasil?

O Brasil tem muitas vantagens na transição energética, ou ecológica como prefere o Ministério da Fazenda. Tanto na área de biocombustíveis do HVO *[Hydrotreated Vegetable Oil]* de dendê ou diesel verde de soja quanto na forma de etanol e o biometano. E há oportunidades em 'bioeconomia', como o biochar [biocarvão] a partir de arranjos na lavoura, pecuária e floresta e eventuais produtos da 'química' da floresta, se o Brasil avançar em certas linhas de pesquisas. O *boom* na mineração está apenas começando, com níquel, terras raras, potássio, fosfato. E as formas de se reconhecer a contribuição da agricultura para o sequestro de carbono no solo e preservação da água estão só começando. No Paraná a experiência de recuperação de pastagens e melhor uso de terras marginais são também muito promissoras. E isso vale também para o Mato Grosso do Sul, onde a floresta comercial tem sido um enorme sucesso. E, claro, há todas as energias renováveis convencionais, como eólica e solar, além da gestão integrada de hidrelétricas e renováveis. Enfim, a transição energética pode impulsionar nossa economia e proteger a produção do campo. Que planejamento e integração com a natureza são importantes não deve surpreender ninguém em Maringá, onde todo mundo aproveita das maravilhosas árvores em todas as ruas. Agora, essas coisas evidentes são chamadas de 'serviços ambientais', e isso tem enorme valor, o que é ótimo... O Brasil está bem nessa corrida, mas temos que nos organizar para não perder as vantagens que conquistamos.

"Há muitos indicadores positivos, mas as pessoas às vezes têm lembranças de viradas na economia. A percepção vai evoluir à medida que se evidenciar a perenidade dos indicadores-chave, inclusive fiscais, e sua consistência

É possível dissociar a sustentabilidade da economia ou a tendência é que as duas se aproximem mais?

Não é mais possível falar de economia de forma dissociada da sustentabilidade. Em todo o mundo o tema economia verde é muito discutido porque as duas coisas precisam caminhar juntas. Já foi o tempo em que cuidar das questões de meio ambiente representava paralisar determinados segmentos. É possível, sobretudo a partir das tecnologias e das inúmeras pesquisas, promover a economia num contexto mais amplo em que a sustentabilidade ambiental é companheira da sustentabilidade financeira.

PRÊMIO SINDUSCON2024

CONSTRUÇÕES INTELIGENTES, HUMANAS E RESILIENTES

ESTÁ CHEGANDO O PRÊMIO SINDUSCON

Com o tema "Construções Inteligentes, Humanas e Resilientes", a premiação avalia, de forma técnica, obras residenciais, comerciais e públicas

E tem novidade: voto técnico para escolher os melhores projetos arquitetônicos

Cerimônia de premiação em
29 | NOVEMBRO | 2024

O prêmio certifica a qualidade dos projetos e obras das construtoras premiadas

Sinduscon PR Noroeste

Seconci PR-NOROESTE

As empresas estão prontas!

Dercílio Constantino saiu de um imóvel alugado e foi para um espaço próprio das Lojas Alvorada na avenida Pedro Taques

Experiente no ramo de calçados e confecções, o empresário Dercílio Constantino vive a expectativa de dobrar as vendas neste final de ano em relação a 2023. O otimismo vem, em grande parte, do investimento que a empresa fez ao sair de um imóvel alugado na rua Santos Dumont, no centro de Maringá, para uma sede própria na avenida Pedro Taques. “Eu tinha o terreno há dez anos e até cheguei a colocar à venda, mas desisti quando decidi construir a sede própria”.

A mudança foi para atender aos apelos da fiel clientela por um espaço maior. “O imóvel anterior estava pequeno para atender a nossa demanda. A nova loja tem espaço até para investirmos em autoatendimento e oferece mais conforto”, diz Constantino.

Nas proximidades da avenida Pedro Taques é mais fácil encontrar vagas de estacionamento do que na área central e há duas vagas exclusivas na calçada em frente à loja.

Mesmo com a nova estrutura como atrativo, o empresário não abre mão das tradicionais campanhas e promoções de final de ano. “É o tipo de atrativo sempre necessário. Por exemplo, reinauguramos a loja em setembro, na semana da Maringá Liquida e conseguimos aproveitar a campanha, que deu uma movimen-

Se depender dos novos investimentos que as empresas maringaenses estão fazendo e planejando, 2025 será positivo para a economia

Por Rosângela Gris | fotos: Ivan Amorin

tada", diz o empresário, que também é presidente do Sivamar.

Já em relação à Maringá Encantada, ele não vê grande impacto nas vendas, principalmente este ano em que as atrações não ficarão concentradas na praça da Catedral por causa das obras do Eixo Monumental. "Quem faturava bastante com a movimentação da Maringá Encantada perto da Catedral eram os bares e restaurantes", comenta.

Para o empresário, o que faz diferença no comércio de rua são os preços. "Não existe uma concorrência entre os shoppings e o comércio de rua porque cada um tem a clientela fidelizada. É uma questão de costume. Quem compra no comércio de rua, sempre compra no comércio de rua".

Já com o *e-commerce* a disputa é acirrada. Conforme Constatino, o mercado virtual tem tomado parte dos consumidores e reduzido em cerca de 15% as vendas das lojas físicas.

Apesar disso, ele mantém o otimismo e projeta boas vendas. Tanto que, mesmo tendo reforçado a equipe em quatro colaboradores após a mudança, pensa em contratar temporários. O reforço também deve ocorrer nas outras duas unidades, sendo uma em Sarandi.

"Meu sentimento neste momento é de gratidão por ter conseguido realizar o que projetei um ano atrás, que foi a nova sede", conclui.

LOJA REMODELADA

Quem também investiu em novas instalações foi a Alto Giro. Remodelada, a loja do shopping Maringá Park foi reinaugurada em outubro. "Somos uma empresa que pensa muito em sustentabilidade. O investimento na reforma foi importante porque todo o material utilizado é reciclado ou de alguma forma poderá ser reutilizado futuramente", comenta a diretora industrial, Claudia Recco.

Além do espaço no Maringá Park, a Alto Giro conta com oito lojas próprias, sendo quatro em Maringá. A marca também está presente na internet, incorporando o conceito de *omnicanalidade* integrado. A ideia é ampliar os pontos de contato com o consumidor, permitindo que ele compre no site e retire na loja ou compre na loja e receba em casa. "Independente de rua, shopping ou site, o importante é estar presente onde o consumidor está, ter boa cobertura da cidade e acompanhar as mudanças de consumo", ensina.

Embora todos os canais sejam importantes, as lojas físicas ainda representam mais de 70% das novas vendas ao cliente final.

E por falar em vendas, a expectativa é de aumento de 25% no final de ano. "Estamos otimistas com o cenário local, e acreditamos que vamos superar nossas metas", projeta.

Nesta época, com a proximidade das férias e do verão, a aposta é na moda praia. Para divulgar a coleção e, consequentemente, alavancar as vendas, a marca está preparando várias ativações.

Outra preocupação é com a equipe,

Alto Giro do Maringá Park foi remodelada e ano que vem empresa vai lançar o modelo de franquias, conta a diretora industrial, Claudia Recco

que passa por treinamentos frequentes. "Construímos uma cultura alinhada no atendimento diferenciado e, por isso, não teremos reforços de temporários", conta.

Para 2025, Claudia anuncia novidades: "o ano que vem será especial. Vamos lançar nosso modelo de franquias", conclui.

GELATARIA EM EXPANSÃO

O ano de 2025 também é aguardado pelo fundador da Gelato Borelli, Rodrigo Aragão. "Faremos investimentos para melhorar a experiência". Mas antes, ele e os sócios Silvana Yamaguchi e Bruno Martins estão focados na inauguração da terceira gelateria em Maringá ainda neste ano. O endereço, desta vez, é o Eurogarden. "É um local que converge com os nossos princípios de sustentabilidade, segurança, conexão com a natureza, inovação, entre outros. O conceito '*one stop life*' (morar, trabalhar, fazer compras e lazer no mesmo bairro) é o futuro", pontua Aragão, que é natural do interior do São Paulo, mas 'virou' maringaense de coração desde que morou na cidade para cursar a faculdade.

"Sou grato pelo acolhimento. Maringá é uma cidade linda e desenvolvida, me admira a mentalidade e os princípios das pessoas que conheci aqui. Com certeza é um lugar onde temos planos de crescer", conta.

O investimento da unidade do Eurogarden gira próximo dos R$ 450 mil, com retorno previsto para 26 meses, embora este não seja o foco principal, já que a ideia é investir no posicionamento da marca.

"Estamos felizes em fazer parte deste projeto porque é um local voltado à família, e é isso que entregamos, afinal nosso lema é 'a felicidade tem sabor'", explica o sócio.

Um dos diferenciais é a produção artesanal e diária dos gelatos e casquinhas nas lojas, utilizando a matéria-prima desenvolvida pela fábrica própria. "A pasta mais pura de *pistacchio* importada da Itália, por exemplo, possui cerca de 73% de pu-

Rodrigo Aragão vai inaugurar neste ano a terceira loja da Gelato Borelli em Maringá e abriu um escritório para dar suporte às lojas

reza. A Borelli importa a semente, realiza a torra e o processamento por gravidade e nos entrega um produto com aproximadamente 92% de pureza. Nossos produtos são frescos e não possuem aromatizantes, conservantes ou corantes", pontua.

A nova loja vai empregar sete colaboradores, mas não é só. "Devido ao crescimento da marca, montamos um escritório para suporte. Inicialmente ampliamos em cinco colaboradores, além de cargos para capacitar a equipe", explica.

A Borelli também conta habitualmente com reforço aos finais de semana. "Trabalhamos com uma equipe maior do que o padrão da franquia pensando tanto na qualidade de vida dos colaboradores quanto no atendimento. Todos os finais de semana temos *freelancers* para auxiliar na operação de maior fluxo. Ou seja, até nossos 'temporários' são fixos", diz.

ESTREANDO EM MARINGÁ

Empresa familiar com mais de três anos, o Grupo Cripto Bikes começou com a fábrica da marca Cripto em Arapongas idealizada pelo casal Geovane Gasparello e Priscila Gervasoni Gasparello. Depois veio a primeira loja, também em Arapongas, e neste ano o grupo decidiu expandir os horizontes e escolheu Maringá. "É a segunda cidade do Paraná em número de famílias das classes A e B, e enxergamos a necessidade de uma loja para atender este público, embora tenhamos produtos para todas classes. A nova loja oferece um ambiente agradável, moderno e completo, além de atendimento de alta qualidade", justifica o fundador Gasparello.

Já o sócio Luiz Roberto Gervasoni fará a gestão da loja maringaense do negócio iniciado pela filha e pelo genro. "O grande número de ciclistas também pesou na decisão, já que gera a possibilidade de organização de eventos, passeios e encontros relacionados ao ciclismo, ajudando a criar uma comunidade entorno da loja", comenta.

Luiz Roberto Gervasoni é responsável pela gestão da Italia Shop, que vende bicicletas produzidas pelo Grupo Cripto e outras marcas; investimento superior a R$ 500 mil

Da ideia à decisão de abertura da Italia Shop foram seis meses. Durante o período, foi feito estudo de viabilidade do negócio e, por fim, a escolha do ponto: um imóvel na avenida Duque de Caxias, 275. "Estar no centro da cidade garante fácil acesso aos clientes, tanto para aqueles que moram nas proximidades quanto para os que vêm de outras áreas. Isto significa que há um fluxo constante de potenciais clientes, além que, ao optar por uma área nobre, permite posicionar a loja como uma opção de qualidade, tanto em produtos quanto em atendimento", explica Gervasoni.

O investimento foi superior a R$ 500 mil entre reforma, infraestrutura e estoque inicial. Lá os clientes encontram *mountain bikes*, bicicletas de estradas e urbanas, variedade de peças de reposição e componentes para manutenção e *upgrades* em bicicletas. Também não faltam acessórios, como capacetes, luvas e vestuários, e há uma oficina para manutenção.

"Buscamos atender a um segmento que valoriza qualidade, inovação e um estilo de vida ativo e saudável, entretanto também há produtos para aqueles que utilizam a bicicleta para lazer e como meio de transporte. Além da nossa marca própria, distribuímos e comercializamos as principais marcas nacionais e internacionais", diz.

Na loja, há expectativa de vendas expressivas neste final de ano, até porque, com os atrativos da Maringá Encantada, a cidade deve receber visitantes da região.

PLENO EMPREGO E 13° SALÁRIO

O otimismo e a disposição do empresariado para investir em Maringá está respaldado em dados econômicos. Em 2024, a

“A geração de empregos temporários formais não deve ficar muito acima da média dos últimos anos devido à dificuldade para fechar as vagas permanentes”, diz a economista Juliana Franco Afonso

exemplo de anos anteriores, o município foi um dos protagonistas na geração de empregos formais no Paraná.

De acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego, entre janeiro e agosto foram criados quase 6 mil postos de trabalho com carteira assinada. No acumulado de janeiro de 2021 a agosto de 2024 são mais de 24,4 mil novas vagas.

Parte da mão de obra foi absorvida pelas novas empresas. Segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), correspondente a 2023, Maringá possui 45.675 empresas, crescimento de 45,8% em relação ao ano anterior. Já o número de Microempreendedores Individuais (MEIs) chegou à marca de 45 mil este ano.

“Maringá, assim como o Paraná, atingiu taxa de desemprego que a posiciona em um cenário de pleno emprego, isto é fruto do dinamismo da economia local, com a abertura e crescimento das empresas, que configura em um aumento do emprego e, consequentemente, da renda da população”, explica a economista Juliana Franco Afonso, que é diretora do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem).

Os números impactam na arrecadação de impostos e no volume de dinheiro em circulação, em especial nesta época do ano, com o pagamento do décimo-terceiro salário, que deve injetar R$ 472,4 milhões até dezembro. O valor é 4% maior em relação a 2023 e 7% superior a 2022. O pagamento beneficia em torno de 167,2 mil trabalhadores do mercado formal, com valor médio de R$ 2.824.

Serviços e o comércio respondem por 78% da renda extra, visto que concentram 74% dos trabalhadores com carteira assi-

nada. Além disso, haverá incremento de R$ 77 milhões na economia local advindos do pagamento da segunda parcela do 13º salário dos aposentados e pensionistas.

"Este valor deve movimentar o comércio varejista, principalmente com as compras de Natal e serviços relacionados ao turismo. Como o 13º salário aumenta o poder de compra, há impacto direto no aumento do consumo das famílias e no crescimento do Produto Interno Bruto (PIB)", pontua.

Este aumento da demanda incorre na abertura das tradicionais vagas temporárias. "Este ano a geração de empregos temporários formais não deve ficar muito acima da média dos últimos anos, devido à dificuldade do setor produtivo para fechar as vagas permanentes", explica Juliana.

Ela ressalta que, devido ao bom desempenho da economia local, houve aumento da empregabilidade após a pandemia, fazendo com que Maringá atinja taxa de desemprego de cerca de 3%, abaixo da média paranaense de 4,4%.

ACIMA DA MÉDIA

Maringá também é diferenciada no PIB: enquanto de 2010 a 2023, o Brasil teve crescimento médio de 1,6% ao ano, Maringá registrou crescimento de aproximadamente 4% ao ano.

A expectativa, segundo Juliana, é que tal cenário se mantenha em 2025. Como impulso à economia local, ela cita o alfandegamento do terminal de cargas do aeroporto, a consolidação do Parque Tecnológico TIC e o início das obras do Parque Tecnológico da Saúde do Tecpar.

Já em relação ao cenário nacional, as projeções do Relatório Focus do Banco Central indicam aumento do IPCA de 4,38% para 4,39% este ano. Já inflação deve girar em torno de 3,96% em 2025.

Para a Selic, as projeções dos analistas é que feche 2024 em 11,75%, acima do atual 10,75%. Para 2025, a expectativa é de 11%, com leve queda nos anos subsequentes: 9,5% em 2026 e 9% em 2027.

Shows de Lulu Santos e Falamansa

Aguardada pelos maringaenses, inclusive pelos lojistas, a Maringá Encantada começa em 16 de novembro com o acendimento das luzes e a chegada do Papai Noel.

A campanha vai até 7 de janeiro de 2025. Este ano, por conta das obras do Eixo Monumental, a praça do antigo aeroporto vai ser a sede e contará com decoração especial e brinquedos, além de vila gastronômica.

Entre as atrações está o show do cantor Lulu Santos, em 16 de novembro no estacionamento do terminal urbano. No mesmo local acontecerá o show da virada com o grupo Falamansa, em 31 de dezembro. Ambos gratuitos.

Além das ruas e avenidas, as praças Raposo Tavares e Napoleão Moreira da Silva receberão decoração especial, boa parte em bambu visando à sustentabilidade.

O clima natalino também vai aos distritos de Floriano e Iguatemi, com eventos de abertura. O Parque do Japão será iluminado e haverá concurso de presépios.

Com selo ISO 9001, Clínica Fabíola Tasca preza pela qualidade

Especializada em dermatologia e estética avançada, clínica celebrou a recertificação, que otimiza processos e reforça o compromisso com a excelência no atendimento

_FOTOS/IVAN AMORIN

Equipe comemora certificação, crescimento e inovação

A Clínica Fabíola Tasca passou por um processo transformador há sete anos ao obter a certificação ISO 9001, selo que reconhece a excelência em gestão de qualidade e requer melhoria contínua, com renovações para a manutenção da chancela. Com mais de 20 anos de história, a clínica é especializada em dermatologia, estética avançada, tratamentos capilares, entre outros serviços, contando com equipe multidisciplinar. Os profissionais possuem vasta experiência e especialização nas áreas em que atuam, proporcionando tratamentos personalizados e seguros.

O processo para a recertificação da ISO 9001 desta vez durou cerca de um ano, envolvendo uma série de pesquisas, análises de viabilidade e adequações, resultando em mudanças sustentáveis e melhorias em todos os processos da clínica. Durante o período, foi necessário construir um ambiente que favorecesse essa conquista, engajando diretamente os 27 colaboradores.

A renovação permitiu a otimização de processos essenciais, como a gestão de qualidade, atendimento ao cliente, controle de fornecedores, gestão de risco e o uso de novas tecnologias. Indicadores de desempenho foram criados e são monitorados rigorosamente, garantindo eficiência operacional, redução de erros e aumento da satisfação dos pacientes.

Antes da obtenção do selo pela primeira vez, a clínica enfrentava desafios na padronização dos processos. Com a implementação, a Clínica Fabíola Tasca atingiu novo patamar de qualidade, proporcionando confiança e segurança para os pacientes, além de uma equipe capacitada e engajada.

A dermatologista Fabíola Tasca (CRM 20830), fundadora da clínica, destaca a importância do selo. “Essa certificação é um marco para a nossa clínica e reflete o comprometimento da equipe com a excelência no atendimento e com a qualidade dos serviços. Cada colaborador é essencial nesta conquista, e hoje estamos mais preparados para oferecer o melhor aos nossos pacientes.”

Para celebrar a recertificação, a clínica realizou um evento com colaboradores, parceiros e pacientes, a fim de marcar a fase de crescimento e inovação.

ISO

A Organização Internacional de Normalização (ISO) é uma organização não governamental com sede em Genebra, na Suíça, cujos membros representam órgãos do mundo todo, com objetivo de coordenar e unificar padrões e normas internacionais nas áreas de interesse econômico e técnico. A ISO 9001 é prestigiada e reconhecida internacionalmente por estabelecer requisitos para um sistema de gestão de qualidade e a satisfação dos clientes.

CLÍNICA FABÍOLA TASCA

Avenida Humaitá, 804 - Zona 4. Fone: (44) 3025-5158

Tudo começou numa Kombi... e com muito trabalho

Hoje referências nas áreas de atuação, Arilu, Unicesumar e Amigão Supermercados começaram como empresas familiares e atraíram investidores nacionais; fundadores contam os segredos e percalços

Por Fernanda Bertola | fotos: Ivan Amorin

Uma Kombi azul de 1968 carregava por Maringá e região mais do que embutidos comprados em um frigorífico e comercializados para pequenos clientes. Nos anos 1980 o veículo também transportava a vontade de crescer do jovem Ariovaldo Costa Paulo.

Entre as paradas para a manutenção da Kombi, Ariovaldo e o pai viajavam distribuindo produtos para restaurantes e lanchonetes, que passaram a demandar outros itens. A oportunidade de crescimento deu origem à Arilu Distribuidora em 1986, negócio que emprega hoje 527 pessoas.

Ariovaldo adquiriu a parte do pai e convidou os filhos para a sociedade. "Começamos pequenos e celebrando todas as conquistas, o primeiro caminhão, a primeira sede, a primeira câmara fria etc.. Com logística eficiente e responsabilidade com os clientes, trabalhando com marcas renomadas, conquistamos representatividade com nossos clientes", conta.

Ariovaldo Costa Paulo, da Arilu: "nosso trabalho comercial, modelo de remuneração e benefícios estão sendo replicados pela empresa que passou a ser nossa maior acionista"

Jefferson Nogaroli, do Amigão: "tem a hora para crescer. A grande questão é se antecipar aos problemas e aproveitar as oportunidades, tomando a decisão certa na hora certa"

Na trajetória, a distribuidora passou por momentos difíceis diante de recessões econômicas, ficando sem capital de giro e tendo de recorrer a terceiros para funcionar. Foram anos de trabalho com os custos no limite até a superação com décadas crescendo dois dígitos ao ano.

A robustez da Arilu atraiu a maior plataforma de distribuição de bens de consumo do Brasil, a Braveo, com a venda da maior parte da operação em julho. "Sucessão eu tenho e estou no melhor momento da nossa empresa, com caixa e capital de giro. Mas, ao me conectar com o mercado, aprendi que é justamente esse o cenário ideal para a venda e fiz negócio após a terceira oferta. Acredito que com a inteligência artificial teremos mudanças na forma de comprar e vender, não na distribuição em si, que não entrará em crise, mas agregar *expertise* é importante", explica.

Como parte da Braveo, a Arilu deu um salto. São 4,5 mil colaboradores em dez estados, atendendo mais de cem mil clientes, com 38 mil itens de estoque e 17 centros de distribuição. O faturamento é de R$ 4,2 bilhões anuais, com previsão de chegar a R$ 10 bilhões até 2026. "Se aprendemos com bons exemplos, hoje também somos inspiração. Nosso trabalho comercial, modelo de remuneração, premiações, benefícios e outros detalhes estão sendo replicados pela empresa que passou a ser nossa maior acionista", observa Ariovaldo.

Outro grande passo na história da Arilu é o novo centro de distribuição em Paiçandu, em construção com 23 mil metros quadrados em um espaço de 80 mil metros quadrados – o centro de distribuição atual tem 8 mil metros. "Começamos em um fundo de quintal, com uma Kombi velha e persistência. Faço visitas a outras distribuidoras, conheço todos os processos da minha empresa, procuro participar de entidades de classe, convenções e não desisto fácil", aconselha.

AMIGÃO

O Grupo Pátria, por meio de sua investidora Plurix, também passou a controlar em maio o Amigão/CSD, rede de supermercados com 65 lojas em São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul, com nove mil funcionários e faturamento anual próximo de R$ 4 bilhões. "Eu e meu sócio, Carlos Tavares, fizemos a venda de 30% a um

"Visitei instituições em mais de 30 países, busquei tecnologias e contei com o firme apoio dos meus filhos. E não deixamos de buscar executivos no mercado", diz Wilson Matos, da Unicesumar

fundo in glês, que ficou conosco até 2021. Recompramos a parte dele e agora celebramos um acordo com o Pátria, por meio da investida Plurix", diz o empresário Jefferson Nogaroli, que continua como acionista minoritário junto ao sócio – os sócios continuam tocando o atacarejo Stock Atacadista, que fatura R$ 600 milhões e tem cerca de mil funcionários.

A primeira loja da família Nogaroli, à época São Francisco, antes da fusão com os Supermercados Cidade Canção e a criação da Companhia Sulamericana de Distribuição (CSD), ficava no bairro das Palmeiras. Jefferson precisou ser emancipado aos 17 anos para se tornar sócio. "Eu e meus irmãos começamos com meu pai com um pequeno comércio, uma Kombi e fomos criando outros negócios e ganhando tração."

A gestão baseada em inovação fez com que o Grupo Nogaroli atingisse resultados impressionantes e abrisse mais de dez empresas em ramos diferentes. Um deles é o Eurogarden, negócio ao qual Jefferson mais tem se dedicado. O projeto de um novo bairro maringaense chega com a promessa de ser o mais sustentável do mundo. "Para crescer e inovar, é preciso ter apetite ao risco. Sempre busquei me antecipar aos movimentos do mercado. Por exemplo, criamos a Cooper Card porque nos supermercados não havia cartão. Só Deus sabe quanto custou, mas deu certo. A inovação, o arrojo e a coragem, além de pessoas competentes, são importantes", diz.

Para o empresário, a chave para o sucesso está na tempestividade. "É olhar o cenário e ver que se está difícil, é preciso cortar despesas, enxugar. Também tem a hora para crescer. A grande questão é se antecipar aos problemas e aproveitar as oportunidades, tomando a decisão certa na hora certa."

UNICESUMAR

Uma Kombi também foi o primeiro carro de serviço de Wilson de Matos Silva, que possuía uma transportadora de malotes

para bancos na década de 1980, enquanto trilhava a carreira de professor de Matemática em uma faculdade em Jandaia do Sul/PR. A atividade deu certo, e ele chegou a ter mais de 200 veículos, além de outros terceirizados.

"Além de transportar malotes, distribuía lista telefônica no Paraná. Participando de uma concorrência de malote em Cuiabá, faltou um documento para comprovar minha frota de carros e soube que conseguiria enviar o que era preciso na hora por fax. Notei naquele momento que meu negócio não teria futuro. O malote acabou em 1998", lembra.

Era a hora de voltar à instituição de ensino que havia fundado na década de 1990. "Precisei pensar em outro negócio. Meus filhos estavam ficando adolescentes, havia poucos cursos na Universidade Estadual de Maringá e quem não entrasse, precisaria estudar em outras cidades. Organizei com amigos uma instituição em Maringá e o estatuto saiu em 1986".

Eram 800 metros quadrados em uma área de quatro hectares que abrigaram a instituição, cujos dois primeiros cursos, Administração e Tecnologia em Processamento de Dados, foram aprovados pelo Ministério da Educação (MEC) em 1990. Wilson lembra que a possibilidade de crescer era remota, em parte pela demora para a autorização de cursos, que chegava a seis anos. Mas em 1996, com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB 9394/96), surgiu a chance de expansão acelerada. Logo foi solicitada a abertura de 16 cursos. Dois alqueires ao lado da instituição foram comprados para a construção de prédios, atualmente com nove alqueires e 150 mil metros quadrados de construção.

Um episódio marcante aconteceu em 2002, quando a instituição ganhou a categoria de centro universitário, tornando-se Unicesumar, com autonomia para abrir cursos e vagas. Paralelamente, a educação a distância (EAD), que começou em 2006, cresceu. "Entramos para o ecossistema educacional estabelecendo polos EAD pelo Brasil. Para nosso coroamento, em 2011 tivemos aprovado o curso de Medicina."

A Unicesumar tem 430 mil alunos pelo Brasil, sendo 400 mil na modalidade EAD, com polos em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos; em Genebra, na Suíça; em Londres, na Inglaterra; e no Japão. Diante dos números, surgiu o interesse do Grupo Vitru Educação, proprietário da Unialssevi, em comprar parcialmente a instituição, uma transação de R$ 3,2 bilhões. Hoje são quatro fundos mais a família Matos, que administra o maior número de ações presentes na bolsa brasileira B3. "A união nos levou a um número de 930 mil alunos e mais de 2,2 mil polos de ensino a distância e 10,4 mil colaboradores."

"Nunca nos acomodamos. Temos que ter sonhos, colocar a força da nossa alma e, assim, o universo conspira a favor. Visitei instituições em mais de 30 países para aprender, busquei tecnologias e contei com o firme apoio dos meus filhos. E não deixamos de buscar executivos no mercado para nos ajudar a superar as crises diversas", diz.

O envolvimento de Matos no negócio é simbolizado pelo fato de ele morar em uma casa construída em um anexo ao campus de Maringá, há 20 anos. É que o empresário sempre fez questão de ser um dos primeiros a chegar e um dos últimos a sair. Neste caso, o olho do dono coloca tudo em ordem: nas 'rondas' noturnas, ele fica atento até aos projetores de mídia esquecidos ligados nas salas. "Cuido dos menores aos mais complexos detalhes."

UMA HISTÓRIA SOBRE

gratidão

60 Anos com você!

CONHEÇA NOSSA FAMÍLIA

F.A. COLCHÕES · convicto · Bf Bandfashion · Bf colchões

em compre · akirede · PLASPET · F.A. ESPUMAS

Inovou com o design da costura 40% mais eficiente, e implantou o sistema de costura por facção.

1964

Aqui começa a nossa história...

como **Fábrica de Acolchoados Maringá**

1965

Início da frota garantindo pro com os par

Desde 1964, a F.A. contribui com a doação de acolchoados, amparando centenas de famílias anualmente. Em 2001 foi instituído o projeto Inverno Solidário.

2001: Inverno Solidário

Vendas para indústria moveleira de espumas industriais

A F.A. leva alegria para a população da cidade de Santa Inês (PR), distribuindo brinquedos e roupas.

Desde 2002:
Natal Solidário

2004 a 2014
Festa das crianças

Festa de confraternização do Dia d Crianças com brincadeiras, presente lanches para toda a comunidade. Era com ajuda dos colaboradores.

A F.A. Colchões, USP, Hospital das Clínicas e Dow desenvolveram modelos especiais de almofadas hospitalares para pacientes do COVID-19 em estado grave. As almofadas auxiliam a atividade dos pulmões e oxigenação do sangue.

Projeto PRONE

Eleita pela Móveis de Va uma das 20 empresas d mais admiradas do Br 2020, 2022 e 20

2020

2020
Ações de combate à Covid-19

Inauguração da centésima loja da F.A. Colchões e Inauguração da Loja Modelo de Fábrica

2022 a 2023

Doação de máscaras

A F.A. Colchões readequou a fábrica para produzir máscaras para doar para os hospitais durante o início da pandemia de COVID-19.

Iniciou a produção de colchões de espuma.
Década de 70

1966
Produção de colchões de crina vegetal.

1972
Desfiadeira, utilizando retalhos têxteis, pioneira em produção sustentável.

Década de 80

Inaugura
para os co
refeições
nut

- Início do programa de bolsa de estudos para graduação e desenvolvimento de colaboradores;
- Constantes treinamentos internos.

2000

Escola interna pós expediente para dar formação de 1º e 2º grau para colaboradores

De 1999 a 2000
+ Educação

2000: F.A. Cultura
Colaboradores e filhos na sessão de cinema, com direito a pipoca e muita diversão!

1999
Sr. Fernando Ferraz recebe medalha de Mérito Industrial pela Federação de Industrias do Estado do Paraná (FIEP)

Parceria com a prefeitura de Maringá:
Mais de 200 crianças de 7 a 14 anos atendidas em contra turno escolar;
Atividades desportivas, de recreação, artesanato, reforço escolar e alimentação.

2004 a 2010
F.A. Comunidade

Transparência compromisso e gestão participativa.

Desde 2005
Encontro Anual de Líderes

Inicia a Gestão da Nova diretoria, com a participação de sócios da primeira geração, segunda geração e executivos.

2006

Desde 2004
Filiação Abrinq
A F.A. é a primeira fábrica de colchões do Brasil a ser reconhecida pela Fundação Abrinq como empresa amiga da criança

Desde 2006: PPR
Plano de Participação dos Resultados, valoriza seus colaboradores com prêmio por meta alcançada.

Eu Cresço Aqui
Valorização do colaborador, dando preferência no recrutamento interno, contribuindo para o crescimento profissional.

Nova máquina para produção de espumas com a tecnologia D-Flex. Trabalha com alta produtividade, mínimo desperdício e totalmente automatizada.

2014
Tecnologia D-Flex

Produção de Colchonetes e Sacos de Dormir da Copa do Mundo no Brasil

2014

Sr. Fernando Ferraz recebe a Comenda do mérito industrial colchoeiro

2015

2017
+20 anos juntos
Comemoração com cerca de 100 colaboradores que completaram 20 anos ou mais de empresa.

Desde 2014
Incentivo à Cultura
A F.A. por meio da Lei Rouanet investe na "Paixão de Cristo e Alto de Natal" em Maringá.

2013 a 201
Luis Fernando Ferraz, p
durante 3 anos da AB
Associação Brasileira de
de Colchões.

O Instituto Martinelli e o Sicoob Metropolitano homenagearam a F.A. Colchões por seu compromisso social com a ação Inverno Solidário, que doa centenas de acolchoados todos os anos durante o inverno.

2024
Responsabilidade Social

2022
Vanessa Ferraz, da terceira geração, recebe o prêmio Jovem Empreendedor do Ano pela ACIM / COPEJEM

Programa Brasileiro de Eliminação dos HCFCs
A F.A. Colchões foi reconhecida pelo Ministério do Meio Ambiente por contribuir com o cumprimento das metas brasileiras junto ao Protocolo de Montreal com a eliminação do consumo de HCFC do seu processo produtivo.

Objetivos de Desenvol
Sustentável da ONU
A F.A. Colchões é reconhe
uma vez, por meio de au
Instituto ACIM, por alcança
de Desenvolvimento Sus
(ODS) da ONU

ação do refeitório
colaboradores com
balanceadas por
tricionistas.

- Início das atividades na Unidade Conforto;
- Ingresso no INER -Instituto Nacional de Estudos do Repouso;
- Desenvolveu o sistema D-Flex de produção de espuma.

Década de 90

ão Cascavel

1986

Espaço F.A. Social, com campo de futebol, quadra e salão de festas para colaboradores e comunidade.

1ª máquina de blocos de espuma com 5m de largura

Sr. Fernando Ferraz recebe o premio "Honra ao Mérito" da Comunidade Portuguesa do Paraná

1998

Sr. Fernando Ferraz foi um dos fundadores do SindVest

1990: SindVest

1996

Sr. Fernando Ferraz recebe a Comenda de Ordem de Mérito Industrial do Presidente da República de Portugal.

1º colchão de molas World Flex - Oregon

Comemoração dos 45 anos, com peça de teatro contando nossa história, além das apresentações artísticas do projeto F.A. Comunidade.

2008

- Participa do Programa de Desenvolvimento de Dirigentes, da Fundação Dom Cabral;
- Professores referência em suas áreas.

Desde 2012
PAEX (FDC)

Dia da Família

Colaboradores com 5 anos de aniversário de casa, podem trazer a família para visitar o local de trabalho.

2009: Lançamento do espaço Sleep Confort

2012: Prêmio Guerreiro do Comércio

Sr. Fernando Ferraz eleito empresário do ano em Maringá por sua visão empreendedora e colaboração no desenvolvimento da cidade.

Empresário do Ano

Desde 2013: Lançamento das Lojas Exclusivas + F.A.

15

residente
BICOL -
Indústria

2013: 50 anos

Comemoração dos 50 anos da F.A., no teatro Calil Haddad.

ABF

Filiação com a Associação Brasileira de Franquias e participação da Feira Nacional de Franquias

Abertura 1ª Loja Franqueada - Campinas

lvimento (ODS)

ecida mais
ditoria do
ar Objetivos
stentável

ACESSE E CONHEÇA MAIS DESTA HISTÓRIA

Gratidão, 60 anos com você!

A **F.A. Maringá** é grata a todos que fazem parte dos nossos **60 anos de história.** Aos **clientes**, nossa gratidão pela confiança. Aos **fornecedores**, somos gratos pela parceria que nos permite entregar qualidade e inovação em cada produto. E aos **colaboradores**, nosso reconhecimento por serem o coração da nossa empresa e pela dedicação que faz nossa trajetória ainda mais forte. **Obrigado por fazerem parte dessa história.**

Fundadores

F.A. Comunidade

+ 20 anos juntos

"Fernando Ferraz é uma pessoa que admiro profundamente. Ele foi, e continua sendo, uma referência essencial para mim. Muito do que sei sobre associativismo aprendi com ele, a quem considero como um verdadeiro padrinho. Quando entrei na Acim, ainda muito jovem, com menos de 30 anos, busquei sua orientação e, com generosidade, ele me acolheu. Sempre ao meu lado, me oferecia conselhos valiosos, me guiava com sua vasta experiência e foi uma inspiração constante.

Fernando é um empreendedor visionário. Já na década de 1950, ele inovava em Maringá, sendo um dos primeiros industriais da cidade. Sua trajetória é marcada por pioneirismo. Para termos ideia, naquela época já possuía um avião e percorria várias regiões para expandir seus negócios. Foi um dos primeiros a produzir colchões e outros produtos, ajudando a impulsionar o desenvolvimento da cidade e deixando um legado que desperta o lado empreendedor e colaborativo em diversas gerações."

Jefferson Nogaroli
Ex-presidente da Acim e do Conselho Deliberativo do Sebrae/PR

"Quero parabenizar toda a família e a direção da FA Maringá pelos 60 anos de trabalho, de contribuição e de posicionamento de uma marca importante no mercado nacional. É muito relevante para nós maringaenses, a presença da empresa em nossa cidade.

Quando fui prefeito, tive o privilégio de fazer boas parcerias com a FA Maringá, inclusive no **programa F.A. Comunidade de contraturno escolar que funcionava nas instalações da empresa,** em que muitas crianças tiveram a oportunidade de serem bem encaminhadas e educadas no tempo livre de maneira relevante para o seu futuro.

Espero que agora, nesta gestão, possamos de novo fazer boas, estruturantes e produtivas parcerias com o grupo FA Maringá. Parabéns a todos.

Silvio Barros
Prefeito de Maringá
Gestão 2005-2008

"Fazer parte de um seleto **grupo de mais de 120 colaboradores com mais de 20 anos na F.A Maringá** é uma conquista que reflete uma trajetória de dedicação, orgulho e gratidão.

Alcançamos o reconhecimento que poucos conseguem, e eu que estou aqui há mais de 50 anos, posso dizer o quanto é gratificante participar dessa história. Gratidão à família F.A. Maringá que continua incentivando e valorizando seus colaboradores ao longo de todos esses anos."

Alcino Almeida
Diretor Administrativo
Colaborador há mais de 50 anos.

gratidão

60 Anos com você!

Nossos valores

- Somos um Time
- Trabalhamos com Excelência
- Agimos com Simplicidade
- Servimos ao Cliente
- Implantamos soluções inovadoras
- Amamos o que Fazemos

Prêmio Jovem Empreendedor vai para Edson Recco Filho

Diretor comercial teve papel fundamental na transformação digital da empresa

Por Giovana Campanha | foto: Ivan Amorin

José Carlos Barbieri, Edson Recco Filho, Kléber Barbão e André Barros

A família do homenageado

Diante de 450 pessoas, Edson Recco Filho, diretor comercial da Alto Giro, recebeu o Prêmio Jovem Empreendedor, concedido pela Acim e Copejem em 11 de outubro, no Vivaro. Formado em Administração, ele iniciou na empresa da família aos 17 anos, tendo papel crucial na transformação digital da marca que emprega 500 pessoas, tem 16 lojas próprias e está presente em 1,6 mil pontos de vendas no Brasil e em outros países.

Para o presidente da Acim, José Carlos Barbieri, "Edson Filho reúne atributos desejáveis a nova geração: é inovador sem romper com a tradição. Foi a forma que ele encontrou de respeitar a história da sua família, dos colaboradores e parceiros sem comprometer a digitalização tão necessária aos negócios".

Em nome do Copejem, o presidente André Barros destacou que "assumir as rédeas de uma empresa como a Alto Giro é um desafio gigantesco, e Edson comandou a transformação digital, que vai muito além de implantar tecnologia. O grande desafio foi a mudança de mentalidade".

Um dos momentos mais aguardados foi a entrega do certificado do prêmio por José Carlos Barbieri e André Barros a Edson Recco Filho. Depois a estatueta do prêmio foi entregue pelo homenageado do ano passado, Kléber Barbão.

Em seu discurso, Recco Filho afirmou: "tem sido uma trajetória de decisões difíceis e importantes, onde tomei alguns passos de fé. Sabia que tinha potencial para trazer emoção e novidades para a marca e queria contribuir para o crescimento da empresa, que é uma história de família. Acreditei na marca, no produto e nas pessoas. Este prêmio jamais chegaria em minhas mãos se não fosse um time que se escrevesse esta história todos os dias, comprando as ideias que sonhamos na alta gestão".

A escolha do ganhador do prêmio se dá em duas etapas. Na primeira, 12 entidades foram convidadas a indicar até três nomes de empresários e executivos com até 40

anos. E na segunda etapa uma comissão julgadora escolheu o ganhador entre os nomes indicados.

Patrocinaram a cerimônia: Arilu Distribuidora, Berlan Malharia, Certezza Consultoria Empresarial, CliniSport Prime, Colégio Objetivo Maringá, Cooper Card, Delfa, Ebrun concessionária GWM, Euro Condomínios, FA Colchões, Fiep, Fomento Paraná, Humana Saúde Sul, Maringá Park, Plaenge, Rebouças Construtora e Loteadora, Recco Lingerie, Relate Agora, Revest Acabamentos, Saint Helena Bilingual Education, Sicoob Metropolitano, Sisprime, Strut, Texneo, TOTVs, Unicesumar, Vivaro Eventos, Webber Acabamentos e Wi Fire.

O Prêmio Jovem Empreendedor foi criado em 2007 e é anual.

ACIM: PROGRAMA ENE CERTIFICA GESTÃO DE EMPRESAS

A segunda edição do programa ENE (Excelência no Nível Empresarial) realizado pela Acim e Sebrae/PR contou com a participação de 91 empresas, sendo que 58 foram auditadas. Na cerimônia de encerramento, em 23 de outubro, 46 levaram troféus nas categorias ouro, prata e bronze pelo desempenho.

Durante a jornada, as empresas tiveram acesso a workshop e consultorias com metodologia própria voltada ao amadurecimento do negócio. O ENE conta como nove pilares: processos sistêmicos; liderança e gestão de equipe; resultados e lucratividade; gestão de relacionamento; visão estratégica; gestão da informação; cultura organizacional; inovação e adaptabilidade e sustentabilidade.

Empresas premiadas:

- Bronze: Plano Fisio, Petskill Escola de Adestramento, Mundial Inox, Vidraçaria Ametista, Bevilaqua Contadores Associados, Dygran Plus Size, Construtora Dutra Garcia, Doki Home e Cema Advocacia

- Prata: Thor For Sales Marketing de Performance Educacional, Resoluto Consultoria Ambiental, Prospera Participações, Nova Inteligência, MKT Industrial, Luvi Kids, Bitsafe Soluções em TI, Istar Business Assessoria em Comércio Exterior, GRP Construtora, GR Engenharia, André e André Advogados, Door-2Door Brasil Comércio Exterior e Agrocred

- Ouro: Uniformizado, Consórcio Triângulo, Trade Technology, Sacre Investimentos, Rhema Ferramentas de Precisão, Uniformes Paraná, Patrimonium, Instituto Maringá de Imagem, Upvet Franchising, Instituto Carlos América, Global Assessoria em Comércio Exterior, Doctor´s Choices, Escritório de Contabilidade Contabrasil, Manipulação Farmácias São Paulo, Clínica de Dermatologia Fabíola Tasca, Centro de Educação Infantil Carmelita, Centro de Educação Infantil Meu Mundo, Escola Pro Ensino, Centro de Educação Infantil Pais e Filhos, Cems Academia, Cafisso Contabilidade, Atlas Marcas e Patentes, Marcos Kenji Arquitetura e Clínica Higarashi Fisioterapia

_FOTO/IVAN AMORIN

Em busca de potenciais clientes

Núcleos setoriais ligados ao esporte e à saúde apostam na divulgação na esteira do crescimento do setor e da gama de atuação

Por Camila Simões | fotos: Ivan Amorin/Natasha Amorin

Marcela Vaccari Larquer, do Caveirão Cross Center: "as pessoas ainda não conhecem o esporte"

A crescente preocupação com a qualidade de vida abre uma janela de oportunidades para quem trabalha com negócios ligados ao esporte e à área da saúde, mas também significa trabalhar para conquistar clientes e encontrar equipe qualificada. Que o diga Marcela Vaccari Larquer, do Caveirão Cross Center.

Ela é sócia da empresa há mais de três anos, depois de comprar a parte de outro sócio. Marcela afirma que o *cross training* é envolto em mitos e enfrenta até preconceito. "As pessoas ainda não conhecem o esporte, por isto, precisamos propagar e disseminar a modalidade, fortalecendo o setor que tem potencial para crescer muito e atender a uma grande demanda de público", destaca.

A divulgação da modalidade esportiva é justamente um dos desafios dos Núcleo Setorial de Cross Training, o NuCross, criado há dois anos com a participação de dez empresas. "Como ação de divulgação já realizamos aula aberta durante um evento e há uma longa lista de ações que devem ser desenvolvidas". Segundo Marcela, que coordena o grupo, outro desafio é encontrar profissionais capacitados, porque é um esporte específico e acaba não sendo suficientemente aprofundado durante a formação acadêmica de Educação Física.

Tanto que o núcleo está recrutando estagiários para as academias de *cross training* com o objetivo de ensinar e formar profissionais aptos a atuar com a modalidade de

Com planos de abrir a própria clínica, João Vitor Oblanca troca experiências e desafios com os membros do Nusefisio, o núcleo setorial de Fisioterapia

forma segura e com credibilidade. “Como o núcleo foi criado há apenas dois anos, o trabalho de planejamento ainda está em andamento, com a perspectiva de melhoria dos processos internos e gestão”, finaliza.

DIVULGAÇÃO DA ATUAÇÃO

Especializado em atendimento de adultos com sequelas ou disfunções causadas por doenças neurológicas, o fisioterapeuta e mestrando em Educação Física João Vitor Oblanca atende nas residências dos pacientes. Ele faz planos de abrir uma clínica com a esposa, que é fonoaudióloga, e por isto passou a fazer parte do Nusefisio, o núcleo setorial de Fisioterapia, com 16 membros.

Quando passou a fazer parte do núcleo, Oblanca tinha a intenção de conhecer profissionais que atuavam no setor para trocar experiências de empreendedorismo. “Quando entrei, em 2021, havia apenas seis ou sete empresas. Em 2022 chegamos a ficar em apenas duas, pensamos até em encerrar o trabalho, mas, com o consultor do programa Empreender, decidimos fazer algo diferente. Passamos a buscar integrantes com um perfil comprometido e estabelecemos responsabilidades para cada membro”, relata.

Essa dedicação trouxe resultados ligados principalmente à divulgação do trabalho dos fisioterapeutas, porque a profissão tem diversas especializações que passam despercebidas pelo grande público. “Fisioterapia vai além de massagem e recuperação de atletas. Atuamos com pilates, osteopatia, dermatofuncional, fisioterapia pélvica, entre outras modalidades. Há muito espaço para a expansão do nosso trabalho”, detalha.

Oblanca também destaca a importância da aproximação com o Conselho Regional de Fisioterapia e Terapia Ocupacional (Crefito) como uma grande conquista. Próximo da eleição para escolha dos próximos líderes, o conselheiro aponta que fica feliz em transmitir o cargo para novos membros e reforça o quanto entrar para o núcleo foi importante. “Eu era uma pessoa introvertida, com dificuldade de falar em público, e aqui ganhei confiança, o que foi um grande crescimento pessoal”, aponta.

BEACH TENNIS

Esporte que vem avançando em todo o Brasil, o *beach tennis* tornou-se uma boa oportunidade de negócio, tanto que Brunno Crocetta Biazin abriu há dois anos a arena Sunset Beach Sports.

"Percebemos um crescimento forte do *beach tennis* no Brasil. É o esporte que mais cresceu nos últimos cinco anos e por ser formado na área de Educação Física, vi a oportunidade de mercado disponível em um momento em que ainda não haviam tantas arenas em Maringá", afirma.

O *beach tennis* chegou ao Brasil em 2012 e teve expansão em 2015 e 2016, seguido de estabilidade. Depois da pandemia, registrou grande crescimento por ser um esporte de pouco contato físico, praticado ao ar livre e, por isso, foi um dos primeiros a serem liberados no período em que as atividades coletivas foram pouco a pouco retornando.

"Ao mesmo tempo em que o esporte foi ganhando adeptos, sabemos que há oportunidade. Vivenciamos isso na arena, porque toda semana pessoas chegam para jogar pela primeira vez. Por mais que seja um esporte que está em evidência, ainda há espaço para crescer e oportunidades", reitera.

De fácil aprendizado, o *beach tennis* é prazeroso e não tem restrições de prática, tanto que o empresário costuma receber relatos de pessoas, principalmente de mulheres, que nunca praticaram atividade física ou gostaram de outro esporte e se identificam com a modalidade. "Só o fato de colocar o pé na areia é relaxante. A areia também ajuda a reduzir o impacto dos movimentos, então muita gente que praticava outros esportes, como futebol ou basquete e de repente se machucou, precisou abandonar por dor se 'encontra' novamente dentro de uma atividade física em grupo e com competições, como o *beach tennis*", relata.

Visando unir forças entre as arenas, Biazin e outros empresários criaram, com apoio da Acim, o Núcleo Setorial do Esportes de Areia. São empresários de oito arenas que se reúnem para discutir ações conjuntas. "Tivemos a ideia de iniciar o núcleo com a intenção de aproximar as arenas, promovendo torneios internos, mas precisamos ampliar esse contato para que empresários e professores trabalhem de forma conjunta trazendo ideias e desafios que proporcionem satisfação aos nossos clientes", explica.

"Estamos nos preparando para abraçar essa nova onda de expansão", diz Brunno Crocetta Biazin, da arena Sunset Beach Sports

Desde que foi criado, o núcleo promoveu ações de divulgação, como a participação em eventos como o Acim Mais Saúde e o Dia do Colaborador, que levou trabalhadores de empresas para a prática do esporte nas arenas. Para o próximo ano, está sendo programado um projeto que vai abarcar as arenas e abrir espaço para a participação de novos integrantes. "O *beach tennis* tem potencial de crescimento grande, porque há canais de divulgação pela internet e até na TV aberta que estão trazendo a modalidade à tona. E estamos nos preparando para abraçar essa nova onda de expansão", conclui.

MBA Gestão e Desempenho Empresarial
Aulas 100% práticas
MBA UEM
Próxima turma em 2025
Metodologia ativa em todos os módulos;
Aprenda com os melhores professores;
Novas ferramentas de gestão empresarial;
Conhecimento, networking e negócios.
SEU CURRÍCULO COM MAIS CREDIBILIDADE!
O MBA em Gestão e Desempenho Empresarial é direcionado a profissionais que procuram alavancar suas carreiras por meio do aprendizado de novas técnicas de gestão e métodos ágeis de resolução de problemas empresariais.
Universidade Estadual de Maringá
@dad.uem
www.mba.uem.br

adecon
Consultoria Empresarial
Transformamos as empresas com projetos inovadores e soluções estratégicas.
BLACK
@adeconconsultoria
(44) 3011 - 4361

O que querem os consumidores de alta renda

Procura por itens exclusivos e com qualidade elevada movimenta setores que vão da gastronomia ao automotivo

Por Fernanda Bertola | fotos: Ivan Amorin/Natasha Amorin

Danieli Corona, da Sierra cujo tíquete médio é de R$ 70 mil; clientes valorizam design, conforto e durabilidade

O mercado de luxo movimentou R$ 74 bilhões em 2022 no Brasil e deve crescer até 8% ao ano até 2030, podendo atingir R$ 133 bilhões de faturamento, revela pesquisa da Bain & Company. Com a 54ª maior economia do país e segundo maior Produto Interno Bruto (PIB) per capita entre as grandes cidades do Paraná, de R$ 46,5 mil, segundo estudo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2021, Maringá concentra população disposta a investir em sofisticação.

A Sierra é um exemplo de que os consumidores locais absorvem a proposta do luxo no setor mobiliário. Danieli Corona, proprietária das franquias da marca em Maringá e Londrina, diz que desde a abertura na cidade, há 16 anos, a loja atrai público exigente ao oferecer móveis que combinam design, conforto e durabilidade. Sob o comando de Danieli há três anos, o faturamento da unidade maringaense cresce, em média, 30% ao ano.

Lá o tíquete médio por cliente é de R$ 70 mil. “Alto luxo não se refere ao preço do produto, mas à exclusividade, composição com as melhores matérias-primas e a melhor prática construtiva”, afirma.

O atendimento conta com equipe formada por profissionais do ramo de arquitetura e design, que muitas vezes orientam os clientes para escolhas mais adequadas do que as inicialmente desejadas. Esse modelo de

Leonardo Fabian, da Plaenge: "especialmente em Maringá existe uma demanda por imóveis de alto padrão promissor"

atendimento consultivo é essencial, considerando que 99% das vendas na loja são realizadas de forma presencial. "Nosso público gosta de tocar e sentir os produtos antes de escolher, e isso faz com que o atendimento presencial seja fundamental no processo", destaca.

IMÓVEIS

A Plaenge busca distanciar-se da ostentação que pode estar associada ao luxo. Segundo o gerente regional, Leonardo Fabian, o foco está em produtos que aliam qualidade acima da média, funcionalidade e design. "Nosso cliente ideal é financeiramente estabelecido e busca um imóvel que atende às necessidades práticas e estéticas, com ênfase em qualidade. Esse público, muitas vezes, não se interessa por extravagância, mas valoriza personalização e exclusividade", explica.

Com dois empreendimentos de alto padrão em fase de entrega em Maringá, a Plaenge tem observado crescente demanda por projetos assinados por profissionais renomados. É uma das razões pelas quais lançou o Plaenge Design by Pininfarina, empreendimento com a colaboração do estúdio italiano responsável por projetos da Ferrari. Com uma unidade de 375 metros quadrados por andar, o residencial incorpora a *expertise* do estúdio em criar formas aerodinâmicas e elegantes, com áreas comuns amplas e planejadas, além de tecnologias que promovem conforto e bem-estar. Outro lançamento previsto para 2024, o Paseo Ingá, também contará com a parceria de um estúdio internacional, o LW, sediado em Dubai.

O investimento em inovação e tecnologia tem sido um dos pilares da empresa, que utiliza a metodologia da Porsche Consulting para otimização de processos e adota o sistema BIM (Building Information Modeling) na concepção dos projetos para melhorar a eficiência e a execução das obras. A sustentabilidade é outra prioridade, com soluções em economia de energia e reutilização de água desde o início das operações, o que tem ganhado importância entre os consumidores de alta renda.

Em relação à personalização, há o programa "Plaenge Personalize", que permite es-

colher entre diferentes acabamentos para pisos, bancadas, metais e outros itens. Há atenção também o pós-venda, com equipe composta principalmente por arquitetos que acompanham o cliente desde o primeiro contato até a personalização do imóvel.

Para os próximos anos, a Plaenge projeta crescimento do mercado de luxo tanto nas capitais quanto no interior. “Especialmente em Maringá existe uma demanda por imóveis de alto padrão promissor. A conectividade e o uso de tecnologias, como aplicativos e canais digitais de atendimento, são vistos como fatores-chaves para o futuro desse mercado.”

AUTOS

Ao identificar mercados com alto potencial de consumo e demanda crescente por veículos da Porsche, a Stuttgart Porsche, maior rede de concessionárias da marca no Brasil, abrirá uma loja em Maringá e outra Blumenau/SC em sua estratégia de expansão.

Segundo Luiz Alberto Pandini, porta-voz da Stuttgart, uma loja *pop-up* está prestes a abrir no shopping Catuaí, onde funcionará como vitrine, permitindo que os clientes conheçam os modelos e tenham o primeiro contato com a marca. No futuro, o plano é inaugurar uma loja que contará com *showroom*, oficina, espaço para seminovos e uma boutique com acessórios e itens de *l*ifestyle da Porsche.

O perfil dos clientes da Porsche tem se diversificado. Até 2002 a marca era predominantemente associada a carros esportivos, com um público masculino na faixa dos 40 anos ou mais. Entretanto, com a introdução de modelos como o Cayenne, o Panamera, o Macan e o Taycan, o público se expandiu, incluindo mais mulheres e pessoas que buscam veículos de luxo para o dia a dia e viagens em família.

Pandini destaca que a Porsche sempre teve

Luiz Alberto Pandini, da Stuttgart, que vai abrir pop-up da Porsche e depois loja com showroom, oficina, seminovos e boutique com acessórios

forte ligação com o mundo dos esportes a motor, o que contribui para a fidelização de clientes. “Muitos compradores são apaixonados pela história da marca e por sua reputação em competições, como as lendárias 24 Horas de Le Mans e o Campeonato Mundial de Endurance”, frisa.

Além disso, a durabilidade, a tecnologia avançada e o acabamento dos veículos são atributos que os clientes valorizam, além do vínculo próximo que estabelecem com vendedores devido ao atendimento, que inclui instruções detalhadas de uso do carro no momento da entrega, reforçando a experiência premium.

GASTRONOMIA

No setor gastronômico, o Habanero Restaurante, sob a gestão de Thiago Abrão e sócios, é um exemplo da demanda local por sofisticação. O estabelecimento se posiciona como segmento de luxo devido à infraestrutura, incluindo mobiliário, louças e talheres

"As pessoas têm aprendido a valorizar a comida bem executada e têm optado por gastar mais em entretenimento e experiências", diz Thiago Abrão, sócio do Habanero

de alta qualidade e taças premiadas internacionalmente. Recentemente, foi reconhecido como um dos melhores restaurantes do Paraná pelo Prêmio Bom Gourmet, em parceria com o Viaje Paraná, ficando em quarto lugar. "Todo o cuidado, desde os detalhes da experiência do cliente à seleção dos produtos, nos coloca nesse cenário", afirma Abrão.

O público é formado, em grande parte, por consumidores de faixas de renda A e B, com tíquete médio por pessoa de R$ 150. Além dos frequentadores semanais, boa parte do público é corporativo e se encontra no local para reuniões e eventos de negócios. O restaurante também é escolha para celebrações como casamentos, festas de aniversário e pedidos de noivado.

A trajetória do Habanero é marcada por uma adaptação ao mercado de luxo. Originalmente um restaurante mexicano, a casa foi ajustando o cardápio, incorporando influências da cozinha italiana e mediterrânea até se firmar como um restaurante internacional. O empresário destaca que o restaurante passou por reformulações que ampliaram e sofisticaram o ambiente, refletindo o nível de qualidade dos pratos servidos. "As pessoas têm aprendido a valorizar a comida bem executada e têm optado por gastar mais em entretenimento e experiências satisfatórias, além de operações ambientalmente responsáveis, uma preocupação nossa também", afirma. No entanto, ele aponta a escassez de mão de obra qualificada como o maior desafio para o setor.

O grupo que o Habanero integra possui outras marcas focadas em clientela de alta renda. O Mannaia Bakery é um sucesso recente, sendo que em poucas semanas de operação obteve *feedback* positivo e alta exposição orgânica nas redes sociais. "O fluxo é constante, inclusive em dias normalmente calmos, como segunda e terça-feira. Além do sucesso da padaria, a introdução do sorvete libanês Bachir foi um acerto, gerando demanda e motivando a antecipação do projeto de uma loja exclusiva para essa linha de produtos", revela.

Publicidade para além da palma da mão

Em um universo comandado pelas redes sociais, mídias externas são opção para a publicidade em locais de grande fluxo, inserida no cotidiano

Por Camila Maciel e Camila Simões | fotos: Ivan Amorin

Wanderley Bagon e Waldinei Bagon (Acqua Gelata), Karina Miyaki da Silveira (Cems) e João Rafael Garcia (Triunfo OOH): bebedouro com publicidade está em academias

Tomar água no bebedouro de uma academia pode ser um momento de rápido descanso, um respiro enquanto se hidrata e até um tempinho para bater papo. Mas a criação de um bebedouro potente para gelar a água com um painel para a exibição de anúncios publicitários pode transformar esse momento entre um exercício e outro.

A Acqua OOH é uma criação de duas empresas maringaenses: a Acqua Gelata, especialista em sistemas hídricos e bebedouros, e a Triunfo OOH, que instala e administra painéis publicitários para mídia externa (OOH, *out of home*). "É um bebedouro tecnológico, equipado com *display* para vídeos publicitários e inédito no Brasil. Os anúncios têm a capacidade de trazer um toque dinâmico aos ambientes e começamos a instalação pelas academias da cidade", revela o dono da Triunfo OOH, João Rafael Garcia.

O empresário relata que a ideia do bebedouro *smart* partiu dos irmãos Wanderley e Waldinei Bagon, da Acqua Gelata, devido a uma demanda interna. Com a Triunfo, eles identificaram que os aparelhos, como ficam em locais estratégicos, tinham potencial para exibição de anúncios e decidiram iniciar o projeto em academias de Maringá. A Cems foi a primeira parceira escolhida.

São três empresas de segmentos diferentes que se uniram para a criação de um espaço publicitário. Enquanto a Acqua Gelata fabrica o bebedouro, a Triunfo OOH faz a gestão das mídias e a Cems e outras academias entram

Marcelo Pajolla, da Pajolla Mídia, atua em cidades paranaenses e gaúchas com mídia de ônibus, em aeroportos, TV elevador e painéis digitais

como local estratégico. “Já tivemos a era do ouro, a era do petróleo, a era da informação e hoje estamos na era da atenção. Somos impactados por divulgação de produtos, serviços, soluções, inovações, tendências, e o desafio é conquistar a atenção do consumidor. Acreditamos que a mídia OOH tem potencial de alcançar espaços que as redes sociais não conseguem nos momentos do cotidiano na rua, no restaurante, na visita ao médico ou dentista, advogado em um centro empresarial e também quando vamos à academia”, reforça.

A Triunfo OOH atua com publicidade feita por meio de vídeos e mídia exterior exibida em mais de 35 telas entre elas: elevadores empresariais e sete painéis de LED em pontos estratégicos de Maringá. A empresa ainda tem *outdoors* e *megabanners*. Os planos para o bebedouro Acqua OOH são ambiciosos: ele está em dez academias de Maringá e a ideia é expandir para mais de 30, além de levar o projeto para outras cidades e estados. “Também identificamos o potencial de instalar o bebedouro não apenas em academias, mas em outros segmentos. O produto já chamou a atenção de marcas importantes e estamos em fase de negociação”, conclui.

BENEFÍCIOS PARA AS ACADEMIAS

Ter um bebedouro que entrega água gelada e natural sem que a academia tenha custo é o primeiro benefício que as academias têm ao instalar a Acqua OOH. Os estabelecimentos também recebem parte dos lucros dos anúncios. Para a diretora da Cems, Karina Miyaki da Silveira, a inovação trouxe, além dos anúncios publicitários, uma comunicação dinâmica com os clientes a respeito das atividades da academia. “Esta é a nossa primeira experiência com painéis digitais dentro da academia. Fizemos a instalação em duas unidades e assim que for concluída a reforma na outra unidade, o bebedouro será instalado lá. É um benefício para os parceiros comerciais que podem divulgar a marca para um público específico como o de academias”, avalia.

Karina também destaca que os anúncios são atrativos e dão oportunidade para empresas ligadas ao mundo da saúde e boa forma para fazer uma comunicação eficaz e direcionada.

MÍDIA EM TODOS OS LUGARES

Há 18 anos Marcelo Pajolla e a esposa, Alessandra, atuam com mídia OOH. Depois de trabalhar como diretor em emissoras de TV, Pajolla decidiu empreender. Ganhou, por meio de licitação, o direito de explorar comercialmente o mobiliário urbano de Cascavel, que incluía painel digital com hora e temperatura e, assim, nasceu a Pajolla Mídia OOH.

Hoje a empresa está presente em Londrina, Curitiba, Maringá, Cascavel, Toledo, Foz do Iguaçu e São José dos Pinhais, no Paraná, além das gaúchas Porto Alegre e Lajeado.

No total, são 1.083 carros de mídia bus, 270 mobiliários urbanos (peças e equipamentos instalados em espaços públicos como postes, bancos, lixeiras e pontos de ônibus), 107 mídias em aeroportos e 90 painéis digitais.

Em Maringá, a empresa disponibiliza os tradicionais *outdoors* e os painéis *frontlight* que são estáticos, iluminados e maiores que os tradicionais. Também oferece anúncios em ônibus e painéis digitais em pontos estratégicos. A mídia mais recente é a TV Elevador, que são telas com anúncios interativos instalados em elevadores de prédios residenciais e comerciais, num total de 120 unidades em Maringá e em Londrina.

"A TV Elevador transmite informações em tempo real para os moradores e frequentadores do condomínio. Profissionais especializados fazem a instalação e os condomínios não têm custo. Ainda fica reservado 40% do espaço para comunicados do síndico, que pode fazer a gestão por meio de uma ferramenta online", explica.

Para explorar comercialmente espaços como o aeroporto e a rodoviária são feitos contratos exclusivos de concessão de uso, com pagamento mensal. "A procura pelas mídias varia em cada cidade. Em Maringá, o espaço mais procurado é o aeroporto, que recebe 60 mil passageiros por mês. Considerando que cada passageiro leva, pelo menos, um acompanhante são cerca de 120 mil pessoas de um público qualificado recebendo campanhas institucionais", afirma.

MÍDIA DE SHOPPING

Dentro de um shopping tudo está ali para chamar a atenção dos consumidores, e no Maringá Park nenhum espaço é perdido quando o assunto é divulgação. Uma equipe comercial gerencia mídias que são espalhadas pelo estabelecimento como a adesivagem de pilares, mesas da praça de alimentação, porta das cabines e espelhos dos banheiros, portas de elevadores, laterais de escadas rolantes, *megabanners*, adesivos *totem* e mídias no estacionamento.

Leandro Denardi, do Maringá Park: shopping oferece adesivagem de pilares, praça de alimentação, banheiros, elevadores, escadas rolantes e tem até megapainel de LED

Além desses anúncios estáticos, o Maringá Park tem painel de LED, administrado por uma empresa terceirizada, com 15 metros quadrados instalado no primeiro piso. É a mídia mais cara disponível lá. "Os anúncios neste painel não podem gerar conflito com as marcas do shopping, por isso, em geral, os anunciantes são da construção civil, escolas, universidades e concessionárias. Ter esse LED representa modernização e mostra que estamos antenados com a tecnologia", conta o superintendente Leandro Denardi.

Atualmente, 80% dos anunciantes do painel são externos e 20% lojistas. Nas outras mídias disponíveis no shopping, os anunciantes se dividem meio a meio entre internos e externos. Porém, o superintendente lembra que para pequenos franqueados, o custo de anunciar no painel de LED é elevado e eles buscam alternativas de menor custo.

"Uma das vantagens do painel de LED é, além da beleza, a possibilidade de alcançar centenas de milhares de pessoas por mês de um público qualificado de frequentadores", finaliza.

sicoob.com.br

Mais *que uma escolha* FINANCEIRA.

O Sicoob tem tudo pra ser seu também.

Junte-se ao time das pesscas que escolheram se unir para prosperar e aproveitar produtos e serviços financeiros completos, taxas justas, atendimento próximo e ainda participar dos resultados da cooperativa.

Baixe o App Sicoob e abra sua conta.

Central de Atendimento - Capitais e regiões metropolitanas: 4000 1111* | Demais localidades: 0800 642 0000
SAC 24 horas: 0800 724 4420 | **Ouvidoria:** 0800 725 0996 - de seg. a sex., das 8h às 20h - ouvidoriasicoob.com.br
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458 - de seg. a sex., das 8h às 20h.
*Caso a localidade não tenha o serviço 4000 ou 4007, informe o nº da operadora mais o DDD 61 (0xx61 4000 1111).

SICOOB Metropolitano

Ela está entre nós e de forma cotidiana

Empresas locais utilizam Inteligência Artificial para acelerar e qualificar processos; a boa notícia é que, segundo especialistas, humanos seguem indispensáveis

Por Camila Simões | fotos: Ivan Amorin/Natasha Amorin

A DB1 desenvolveu o Gregor Tech, que faz controle de acesso por meio da inteligência artificial e emite alerta quando identifica pessoas não cadastradas, conta o diretor Rogério Souza

Se há alguns anos falar em Inteligência Artificial (IA) significava pensar em robôs que tomam os lugares dos humanos, hoje lidamos com ela em *chats* de empresas, aplicativos de celular e, claro, o famoso Chat GPT acessado livremente por qualquer pessoa com acesso à internet.

O fato é que a IA chegou para ficar e em muitas empresas tem sido a solução de problemas. É o caso da DB1, empresa maringaense de tecnologia, que criou um sistema para acesso a prédios que elimina catracas e aumenta a segurança dos espaços. O sistema ganhou o nome de Gregor Tech e surgiu da necessidade da própria empresa de acessar à sede. “Sempre falávamos da vontade de eliminar a catraca da entrada da empresa. Era um sistema que dava problema e decidimos procurar algo que identificasse as pessoas a certa distância e apontasse quem não poderia ter acesso. Não encontramos nada pare-

Ricardo Matiello, especialista: "a tecnologia entrega a análise de dados e o feeling humano usa isso para tomar a decisão"

cido e começamos a desenvolver o nosso próprio produto", relata o diretor de Inovação, Rogério Gonçalves de Souza.

Gregor precisou de mais de um ano para ser concluído. Funciona como barreira virtual que identifica várias pessoas ao mesmo tempo que aponta quem não tem cadastro e, portanto, não tem autorização de acesso. Quando alguém indevido é localizado, o sistema emite alerta sonoro e um atendente procura a pessoa não identificada para regularizar a situação.

"Antes era precisavo encarar filas para fazer um cadastro para um reconhecimento facial lento e falho. A experiência era horrível e não impedia que pessoas indevidas tivessem acesso ao prédio ao entrar de 'carona' com quem tinha acesso. Nossa ideia deu certo e agora estamos no primeiro prédio com reconhecimento de face fluida", comemora.

Além das entradas da DB1, o Gregor está substituindo o acesso ao centro empresarial Le Monde, onde fica a sede da empresa, e na segunda Igreja Presbiteriana Independente de Maringá. Na comunidade religiosa, Gregor funciona também com função de cuidado com os cerca de 1,2 mil membros, em que é possível saber quem vem pela primeira vez ou tem deixado de participar dos cultos.

Souza destaca que o sistema também identifica pessoas em atitude suspeita e melhora a experiência dos visitantes, pois o cadastro é rápido. "Acreditamos que o Gregor é uma opção para empresas com muitos colaboradores, indústrias, condomínios empresariais, colégios etc. A solução é uma grande contribuição da inteligência artificial aos negócios", conclui.

ACESSÍVEL A TODOS

"A IA é acessível a qualquer pessoa, permitindo o acesso a qualquer conhecimento do mundo. Na minha visão, é um meio e não um fim". A opinião é do empresário, palestrante, conselheiro de empresas e especialista em inteligência artificial, Ricardo Matiello.

Ele não acredita na substituição das pes-

soas pela ferramenta. Basta olhar para a história para perceber como a tecnologia muda processos e como as pessoas continuam sendo essenciais. “Qualquer tecnologia precisa ser treinada por um humano para funcionar. Quem usa o Chat GPT sabe que apesar de útil, tem limitações. Também há discussões, inclusive no âmbito jurídico, para evitar que a IA cause problemas sociais. O que recomendo é que cada profissional faça uma autoavaliação: posso ser substituído por uma tecnologia? Se a resposta foi positiva, está na hora de buscar treinamento e capacitação”, defende.

Para o especialista, a IA será essencial como ferramenta para a tomada de decisões. “A capacidade cognitiva para processar dados é infinitamente maior que a do ser humano. A tecnologia entrega a análise de dados e o *feeling* humano usa isso para tomar a decisão”, aponta.

AJUDA NA SELEÇÃO

Na Evoa, duas vezes por ano é feita a seleção de empresas que serão acompanhadas pelo programa de aceleração de *startups*. São pelo menos 50 inscritos em cada edição que enviam um grande volume de dados para análise.

O gerente-executivo Matheus Lisboa Cesco explica que a seleção dos projetos exige que cada candidato grave vídeo respondendo a questões específicas, além do preenchimento de formulário que leva cerca de 40 minutos para ser respondido.

Para aprimorar o processo seletivo com IA, ele explica: “criamos uma base de conhecimento com critérios de avaliação que respeita as premissas da aceleradora. A IA ao ser abastecida, recebe os dados enviados pelos candidatos, avalia e coloca em um ranking. Isso ajuda na velocidade de avaliação e no fornecimento de *feedback* adequado”.

Evoa usa IA para selecionar projetos que farão parte do programa de aceleração, com redução de tempo e de custos, diz Matheus Lisboa Cesco

O uso da inteligência artificial na seleção diminuiu os custos e o tempo gasto no processo. Antes eram necessárias duas longas reuniões com cada um dos diretores de *startups* e um custo alto para aqueles que vinham de longe. “Com a estreia da ferramenta, neste segundo semestre, fiz uma contraprova avaliando pessoalmente cada inscrito. Minha surpresa positiva foi que a IA apontou exatamente as empresas que eu teria escolhido. Claro que como se trata de um processo seletivo, ainda há dúvida por causa da exclusão do *feeling* humano, mas vamos avaliar no processo, até por-

Renan Araújo Azevedo, especialista: "a inteligência artificial precisa ser dominada para ser efetiva, mas nunca será capaz de matar as relações humanas, que precisam de confiança e entrega"

que qualquer pessoa pode tomar uma decisão errada", reitera.

TECNOLOGIA NO DIA A DIA

O consultor especialista em IA e instrutor da Acim, Renan Araújo Azevedo, traz exemplos de como a realidade é transpassada pela tecnologia inteligente. "Os usos mais simples estão atrelados aos assistentes virtuais como Alexa, presentes nas casas também. Mas aplicativos como Waze e Google Maps usam a IA para analisar o tráfego em tempo real e indicar os melhores caminhos. O Uber usa para coordenar a busca e entrega de passageiros. Os *streamings* de conteúdo usam os algoritmos para sugestões personalizadas", detalha.

Nas empresas, Azevedo aponta que a IA pode ser útil em situações básicas e complexas. Em um treinamento aplicado por ele recentemente, a demanda era viabilizar o uso da tecnologia para a criação e formatação de apresentações de *slides*. Os participantes conheceram as ferramentas disponíveis desde a busca por conteúdo e suas fontes quanto para a formatação. "Todos conseguiram fazer uma apresentação de alto valor, com informações riquíssimas, fontes verdadeiras e temas complexos, com texto não tão genérico, utilizando ferramentas gratuitas e em pouco tempo. Acredito que com uso consciente, é possível que essas ferramentas agilizem o dia a dia de trabalho", afirma.

Entre tantos usos da inteligência artificial pelas empresas, o instrutor destaca o reconhecimento facial que auxilia na segurança; o controle de estoque principalmente de grandes lojas, com sistemas que registram em tempo real a entrada e saída de produtos; a segurança digital para prevenção de fraudes e proteção de dados bancários; a publicidade digital, com algoritmos que identificam com precisão o comportamento online dos clientes para oferecer anúncios pontuais e na medicina, em que a robótica está sendo empregada para cirurgias precisas, diagnósticos mais rápidos e prevenção de doenças com antecedência de anos.

Sobre os avanços da tecnologia, o consultor é otimista. "Procuro acalmar as pessoas. A inteligência artificial é uma ferramenta e precisa ser dominada para ser efetiva. Também tem capacidade gigante para as entregas técnicas, mas nunca será capaz de matar as relações humanas, que precisam de confiança e entrega. Algumas profissões correm risco, mas outras surgirão", ressalta.

VALORIZAÇÃO DOS PROFESSORES

Com o tema “Valorize quem te ensina”, uma campanha da Acim e Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino do Noroeste do Estado do Paraná (Sinepe/NOPR) teve como mote a valorização dos professores. Por meio de vídeo institucional e depoimentos de empresários, lideranças e formadores de opinião, a campanha veiculada na TV e em redes sociais mostrou como os professores contribuem para a formação. A campanha também impulsionou o comércio local, incentivando que as famílias presenteassem no Dia dos Professores.

_FOTO/IVAN AMORIN

CONVENÇÃO DE EXECUTIVO DA FACIAP

Executivos de 150 associações comerciais do Paraná estiveram em Maringá em setembro para participar da Convenção de Executivo da Faciap. O objetivo foi discutir conexões para fortalecer as associações por meio de palestras de empresas parceiras. Com as participações dos presidentes da Acim, José Carlos Barbieri, e da Faciap, Fernando Moraes, o evento discutiu, entre outros temas, soluções do SPC Brasil, rede de correspondentes da Fomento Paraná, indicadores, eficiência, recuperação de crédito, certificação digital, comunicação estratégica e performance.

DESTRAVA PARA JOVENS EMPREENDEDORES

O Copejem realizou a primeira edição do programa Destrava. Trata-se de uma simulação de um Conselho Administrativo, no estilo *board*, que estuda casos de empresas dos membros do Copejem e oferecem soluções. Foi em 9 de setembro.

Os dois *cases* foram das empresas Vinde Investimentos e BM Soluções Empresariais. O conselho que analisa os temas é formado por empresários locais experientes. Nesta primeira edição, participaram Igor Remígio, do Aiqfome; Jair Ferrari, da Agro Galaxy; Paulo Henrique Costa, da Organne; Leonardo Quintino, da J. Quintino Consultoria e Pesquisa; e Magda Amaral, da Consomax. A proposta é que os jovens empresários possam expor o momento de suas empresas, desafios e decisões estratégicas e o grupo de conselheiros diz o que faria naquela situação. A segunda edição do Destrava está prevista para novembro.

_FOTO/DIVULGAÇÃO

SEGURANÇA PÚBLICA

O presidente José Carlos Barbieri foi a Brasília/DF reivindicar recursos para a segurança pública. Ele integrou a comitiva formada por representantes do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) que solicitou o aumento de viaturas para a Polícia Militar e cães farejadores para apoiar o trabalho da polícia no combate ao tráfico de drogas. Os maringaenses foram recebidos pelo deputado Sargento Fahur, que se comprometeu a estudar e apoiar as demandas. Participaram Fernando Alves dos Santos (presidente do Conseg), Nivaldo Reginato (vice-presidente da Acim e diretor do Conseg) e José Triana (diretor do Conseg).

ASSOCIADO DO MÊS

_FOTO/IVAN AMORIN

A Marombita Group, fundada em 2023, cresceu rapidamente em Maringá oferecendo marmitas personalizadas e cafés *fitness*. O negócio começou na cozinha de casa de Hugo Leonardo Ribeiro, que se inspirou num amigo. Hoje são cinco unidades, sendo uma *delivery* e quatro do Marombita Fit Coffee, sendo três em academias. No primeiro ano, o faturamento saltou de R$ 13 mil para R$ 140 mil e em 2024 a Marombita triplicou o valor. A empresa também iniciou a formatação de franquias, inclusive já negociou a primeira unidade. Com fábrica de 500 metros quadrados, mantém o controle da produção e aposta na expansão para cidades como Astorga e Londrina. Gerando 21 empregos diretos, a empresa se destaca pela combinação de disciplina e atendimento humanizado, promovendo saúde e bem-estar. A conta da marca no Instagram é @ marombita_

ALMOÇO COM EX-MINISTRO

FOTO/IVAN AMORIN

Em parceria com a Caf Capital e Banco Safra, a Acim recebeu o ex-ministro da Fazenda Joaquim Levy em 2 de outubro para um almoço com empresários. Economista e ex-presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o hoje diretor de Estratégia Econômica e Relações com Mercados do Banco Safra analisou a economia brasileira de forma otimista e comentou crescimento econômico de outros países.

EMPREENDER COMEMORARÁ 24 ANOS

Micro e pequenos empresários que fazem parte do Empreender se reunirão em 8 de novembro no Lebloc Eventos para comemorar os 24 anos do programa que é o maior do gênero do Brasil. São mais de 80 núcleos setoriais, multissetoriais e territoriais que reúnem 1,3 mil empresários para discutir o aumento da competitividade e inovação. Os núcleos funcionam a partir de encontros quinzenais entre os empresários para troca de experiências e discussão de estratégias em conjunto como capacitações, negociações coletivas, geração de negócios e representatividade.

ALUNOS VISITAM ACIM

FOTO/IVAN AMORIN

Mais de 1,3 mil alunos do ensino médio e de cursos técnicos de Maringá e de outros 24 municípios estiveram na Acim entre agosto e outubro. Por meio de uma parceria com o Núcleo Regional de Educação, o projeto oportunizou conhecer o funcionamento da Associação Comercial, o papel do presidente e dos seis conselhos da entidade. Também foram apresentados produtos, serviços, o ambiente de inovação e a estrutura usada diariamente pelos empresários.

_FOTOS/IVAN AMORIN

ACIM E CODEM RECEBERAM CANDIDATOS

Os cinco candidatos que concorreram a prefeito de Maringá apresentaram as propostas de governo na Acim, que organizou os debates em parceria com o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem). A ordem foi a seguinte: Evandro Oliveira (PSDB) em 2 de setembro, José Santos (Mobiliza) em 9 de setembro, Silvio Barros (PP) em 16 de setembro, Edson Scabora (PSD) em 23 de setembro e Humberto Henrique (PT) em 1 de outubro. Todos tiveram o mesmo tempo para explanação de propostas e para responder aos questionamentos dos empresários, e no final receberam documento contendo propostas para Maringá até 2028 em diversas áreas. As eleições municipais elegeram Silvio Barros no primeiro turno.

ESCOLA DE NEGÓCIOS

Oratória: a comunicação na profissão	25 a 28 de novembro
Inteligência artificial	12 a 14 de novembro
Vendas 360: do primeiro contato ao fechamento	25 a 27 de novembro
Tráfego pago: do zero aos anúncios rodando	26 e 27 de novembro
Gestão da cadeia logística	21, 27 e 28 de novembro
Análise de crédito e planejamento de cobrança	25 a 27 de novembro
Liderança e gestão de equipe	11, 12 e 19 de novembro
Comunicação empresarial	13 e 14 de novembro

EXPEDIENTE

Ano 61 - nº 637 - novembro/dezembro/2024/janeiro/2025, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 3025-9595 | **Diretor Responsável da Revista Acim** Rodrigo Fernandes | **Conselho Editorial** Andressa Straet, Giovana Campanha, Jacqueline Fenilli, Jociani Pizzi, Luiz Fernando Monteiro, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Paulo Yanko, Rafael Gonçalves, Ribamar Rodrigues | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Camila Maciel, Camila Simões, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorin, Natasha Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Ana Baddini **Foto da Capa** Ulisses Oliveira | **Produção** Matéria Comunicação 44| 3031-7676 | **Editoração** Andréa Tragueta | **Gráfica** Massoni **- Tiragem:** 6 mil | **Escreva-nos** Rua Basilio Sautchuk, 388, **Caixa Postal** 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br

Conselho de Administração Presidente José Carlos Barbieri | **Conselho Superior Presidente** Michel André Felippe Soares | **Copejem Presidente** André Barros | **Acim Mulher Presidente** Karina Miyaki da Silveira | **Conselho do Comércio e Serviços Presidente** Cesar Eduardo Misael de Andrade | **Conselho do Empreender** Ana Claudia Satie Kakihata. Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM. **Contato Comercial** Jociani Pizzi 99828-0011

TecnoSpeed

MAIS SOFTWARE. MENOS ESFORÇO.

Entre as melhores para se trabalhar e as que mais crescem nas Américas

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

Em 2025, vamos fortalecer (ainda mais) o mercado de software nacional!

FT FINANCIAL TIMES

Terceiro ano consecutivo na Financial Times

Great Place To Work. Best Workplaces Latin America 2024

Entre as 50 melhores empresas para se trabalhar da América Latina

PRÊMIO empresa inovadora 1º LUGAR TECNOLOGIA E COMUNICAÇÃO 2024

Segundo ano consecutivo no 1º lugar do Prêmio Empresa Inovadora

Aqui são pessoas em primeiro lugar

Melhores Empresas Para Trabalhar Great Place To Work. BRASIL 2024

Melhores Empresas Para Trabalhar Great Place To Work. BRASIL 2023

Melhores Empresas Para Trabalhar no Paraná Great Place To Work. BRASIL 2023

INCRÍVEL

EMPRESA INCLUSIVA

CMMI level 3

grupo tecnospeed

www.tecnospeed.com.br @grupotecnospeed @grupotecnospeed

Em Londrina

Com o Robô *Da Vinci Xi*, o Hospital Evangélico de Londrina oferece procedimentos cirúrgicos menos invasivos, com recuperação mais rápida e menor risco de complicações pós-operatórias.
Com uma precisão milimétrica e capacidade de filtrar tremores naturais da mão humana, **o Robô *Da Vinci Xi* garante resultados excepcionais com a máxima segurança para diversas especialidades.**

SOLICITE SEU ORÇAMENTO

43 99194-4811

HOSPITAL Evangélico DE LONDRINA