

ACIM

GERAÇÃO Z: JOVEM, CONECTADA E COM NOVOS DESAFIOS ÀS EMPRESAS

Em dois anos a geração que nasceu na era das redes sociais representará 27% da força de trabalho; defensores da diversidade e em busca de empresas com propósito, jovens trazem novas relações de trabalho

IMPRESSO FECHADO
Pode ser aberto pela ECT

Edição

630

JULHO
AGOSTO
Ano 60



QUER ECONOMIA PARA O DIA A DIA DA SUA EMPRESA? COM COOPCERTO, TUDO CERTO.

O seu funcionário quer mesa farta e a sua empresa praticidade, economia e produtividade. Com os cartões benefícios do Coopcerto, você tem tudo isso em um só lugar. Nunca fez tanto sentido valorizar seus funcionários com os cartões Alimentação e Refeição Coopcerto.



CONTRATE JÁ PELO SITE
coopcerto.com.br
OU VÁ ATÉ SUA COOPERATIVA.



@coopcerto



@coopcerto



Central de Relacionamento

Capitais: 4007 1823 | Demais localidades: 0800 704 3323

Duvidas: 0800 646 4001 - de seg. a sex., das 9h às 20h - ouvidoria@sicoob.com.br

Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0456 - de seg. a sex., das 9h às 20h

COOPCERTO



HÁ UMA FALTA GENERALIZADA DE PROFISSIONAIS: AÇOUGUEIROS, SERVENTES, AUXILIARES, CHÃO DE FÁBRICA, GARÇONS, VENDEDORES, OPERADORES DE MÁQUINAS, DESENVOLVEDORES DE SOFTWARES, MÉDICOS... A LISTA É GRANDE E É DIFÍCIL SETOR OU FUNÇÃO QUE NÃO ENFRETE O MESMO PROBLEMA

UMA LACUNA ENTRE A QUALIFICAÇÃO E AS NECESSIDADES DO MERCADO

A taxa de desemprego no Brasil, no trimestre finalizado em abril, atingiu o menor patamar desde 2015. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), são 8,5% de desocupados, o que representam 9,1 milhões de pessoas. Ainda que o desemprego esteja em queda, o mercado de trabalho enfrenta outro desafio, a falta de qualificação.

E vários fatores contribuem para isso. A começar pela baixa escolaridade: em média os brasileiros de 18 a 29 anos tinham, em 2020, escolaridade de 11,8 anos. Mesmo com o avanço em relação a 2012, quando o índice era de 9,8 anos, o país ainda tem muito a melhorar. Aqui, o analfabetismo atinge 6,8% da população com mais de 15 anos, o que é um abismo para a média mundial de 2,6%, conforme estudo do IMD World Competitiveness Center. Na comparação com 64 nações, o Brasil aparece em último lugar em relação à Educação. Ainda de acordo com o estudo, o país gasta cerca de um terço da média mundial por estudante. Mas quando se compara ao Produto Interno Bruto (PIB), o investimento é de 5,6%, acima da média de 4,4% das nações da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Ou seja, o Brasil investe percentual considerável da riqueza gerada, mas investe mal. E se os indicadores já não eram favoráveis, na pandemia aumentou a evasão escolar.

Há também um hiato entre o que os estudantes aprendem nos bancos escolares e as necessidades do mercado. Ainda que as grades curriculares sejam frequentemente atualizadas e novos cursos fiquem disponíveis, principalmente na iniciativa privada, a ve-

locidade das mudanças do mercado costuma ser ágil. O desafio é tão grande que as instituições de ensino superior oferecem ambientes de inovação, maratona de programação, feiras de empregabilidade e outras ferramentas para ajudar na oferta de profissionais qualificados.

Também faltam políticas governamentais voltadas a cursos profissionalizantes, que garantem acesso rápido ao mercado de trabalho. Há uma falta generalizada de profissionais: açougueiros, serventes, auxiliares, chão de fábrica, garçons, vendedores, operadores de máquinas, desenvolvedores de softwares, médicos... a lista é grande. É difícil setor ou função que não enfrente o problema de falta de mão de obra atualizada, disponível e preparada. Nem sempre há profissionais prontos para operar máquinas e equipamentos inovadores.

Em meio a este cenário, as empresas oferecem cursos e programas de incentivo ao desenvolvimento da carreira, mesmo diante da rotatividade, novas gerações entrando no mercado com valores e expectativas diferentes e custos elevados para qualificar.

O desafio é imenso e envolve todos os atores desse processo: profissionais, instituições de ensino e empresas. Mas sem políticas públicas de longo prazo e investimentos sólidos do poder público, será difícil resolver essa equação entre formação de mão de obra e necessidade do mercado.

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



10

ENTREVISTA

Ex-CEO da Azul Linhas Aéreas e da Zara, Pedro Janot se reinventou após um acidente de cavalo que o deixou tetraplégico e hoje é palestrante, consultor e escritor: “gostava muito da vida antiga. Não porque ela era perfeita, mas porque a nova é muito dura”; confira a entrevista completa



13

REPORTAGEM DE CAPA

Aos 25 anos Lucas Maranhão decidiu empreender, e hoje é ele quem recruta a nova geração para a liveSEO: “os jovens conseguem finalizar um trabalho com mais rapidez, são produtivos e proativos”; mas esta geração também traz desafios às empresas, inclusive a alta rotatividade



22

MERCADO

Um leito robótico que ajuda a prevenir escaras de acamados foi idealizado pelos médicos Marcio Ronaldo Gonçalves (foto) e Leonardo Arnoni e deve entrar em operação até o fim do ano em hospitais brasileiros; tecnologia produzida em Maringá mostra que inovação é para todos os segmentos



26

MERCADO

O Jardim Secreto Cozinha, das chefs Maysa Kagueyama e Thais Pastana, recebe pequenos grupos com um menu completo que muda semanalmente; esta é uma das tendências da gastronomia, que abre espaço também para menu degustação, chefs que vão às casas dos clientes e cardápios saudáveis



38

NEGÓCIOS

Desde o início dos Pijamas Dorminhoco, Antônio Carlos Hopco e Janice de Fátima Paltanin participam de feiras, garantido um público amplo e impulsionando o giro rápido das peças; participar como expositor ou visitante traz vantagens que são mostradas na reportagem



FM 101.3

+ 4931 79721

RCC NEWS 7H
18H



ASSOCIE SUA MARCA A MAIOR REDE DE RÁDIOS DO BRASIL



Anuncie na
Jovem Pan Maringá

RCC
Rede Catedral de Comunicação



AMPLIAÇÃO DA INDÚSTRIA DA LIGHTSWEET

Com 10 mil metros quadrados de área construída, a nova fábrica da Lightsweet, detentora das marcas Lowçucar e Magro, foi inaugurada em 5 de maio em Marialva/PR. O evento, que teve as presenças do governador Ratinho Junior e do Secretário da Indústria, Comércio e Serviços do Paraná, Ricardo Barros, marcou a ampliação do complexo de 60 mil metros. O prédio conta com reaproveitamento de água da chuva, sistema de energia solar para atender 100% da demanda da empresa, telhas térmicas e sistema de tratamento de efluentes. Com 33 anos de mercado, a empresa é líder na produção e comercialização de produtos zero açúcar. O portfólio conta com mais de 170 itens entre adoçantes, pudins, mousse, wafers, biscoitos, misturas para bolo, leite condensado, gelatinas, entre outros. Os produtos são exportados para a América Latina, Índia e Emirados Árabes.

PLATAFORMA DE ENTREGA CRESCE MAIS DE 800%

Fundada em 2021, a *startup* Motho Express, que opera em Maringá, saiu de um faturamento de R\$ 26 mil para R\$ 240 mil em 24 meses, o que representa crescimento de 823%. A projeção é fechar o ano faturando R\$ 300 mil. Com três colaboradores, 23 motoboys parceiros e 47 clientes, o negócio está em processo de estruturação para expandir para Campo Mourão/PR, Londrina/PR, Cascavel/PR, Foz do Iguaçu/PR, Dourados/MS e Presidente Prudente/SP.

A *startup* oferece aplicativo para entregas emergenciais, recarga de quilômetros e sistema logístico. O motoboy Willians Morais, de Paiçandu, percebeu, durante a pandemia, a oportunidade de oferecer os serviços. “Desenhei um modelo que pudesse proporcionar logística completa para empresas de portes variados. Além de conseguir mais clientes, eles ampliaram a quantidade de serviços contratados”, conta.

GOVERNO APORTARÁ R\$ 72 MI NO HOSPITAL DA CRIANÇA

O Governo do Paraná anunciou o repasse de R\$ 1,5 milhão mensal para o Hospital da Criança de Maringá durante 48 meses, totalizando R\$ 72 milhões destinados à unidade no período. O repasse foi formalizado por meio da Resolução da Secretaria de Estado da Saúde (Sesa) nº 805/2023, assinada em 14 de junho.

Assim que o hospital iniciar as atividades, o recurso deverá ser incorporado ao teto financeiro de média e alta complexidade do município de Maringá, que possui gestão plena do Sistema Único de Saúde (SUS). Desde o início das obras em 2018, a unidade recebeu R\$ 124,2 milhões repassados pela Sesa para a construção e aquisição de mobiliário.

O hospital tem 24 mil metros quadrados, podendo atingir até 200 leitos, sendo 40 de Unidade de Terapia Intensiva (UTI) neonatal e pediátrica, 12 de hospital dia e 148 de internação clínica e cirúrgica. A unidade possui ambulatório com 28 consultórios, Serviço de Apoio Diagnóstico Terapêutico (SADT), laboratório, centro de estudos, setor para quimioterapia e terapia renal substitutiva.

O SINEPE NOPR ajuda a construir o futuro da Educação

Nosso objetivo é unificar o ideal da atividade educacional, acima dos interesses individuais e colocando o progresso do setor em destaque.

Estamos comprometidos em impulsionar a qualidade do ensino, promovendo a excelência e o desenvolvimento contínuo dos profissionais da Educação.

**Junte-se a nós e faça
parte dessa transformação!**



(44) 3226-1187 | (44) 98424-0889
secretaria@sinepenopr.com.br
Av. Carneiro Leão, 294 - sala 505 e 506

www.sinepenopr.com.br



SINEPE NOPR

SINICATO DOS ESTABELECIMENTOS PARTICULARES
DE ENSINO DO NOROESTE DO ESTADO DO PARANÁ



ARILU ENTRE OS MAIORES ATACADISTAS PARANÁ

A Arilu Distribuidora ficou entre as top dez empresas atacadistas distribuidoras do Paraná, segundo ranking da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (Abad) e Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidores do Estado do Paraná (Sinca). Os outros ranqueados foram Destro Macroatacado (primeiro lugar), Guibon Foods, Gazin Atacado, Grupo Triunfante, Grupo Cantu Alimentos, Copini Group, CBN Distribuidora, Stampa e Grupo Vellore. Publicado desde 1994, o Ranking Abad/Nielsen analisa anualmente os resultados de agentes de distribuição de todo o país. De acordo com o ranking deste ano, o setor apresentou crescimento de 18,1% em 2022, com faturamento de R\$ 364,3 bilhões, com base no preço de varejo.



DIVULGAÇÃO

CIMFLEX INAUGURA SEGUNDA PLANTA INDUSTRIAL

Uma das cinco indústrias brasileiras a reciclar embalagens de defensivos agrícolas para a fabricação de tubos para a construção civil e infraestrutura, a Cimflex inaugurou a segunda planta industrial em Maringá em 5 de maio. Com investimentos de R\$ 30 milhões e sete mil metros quadrados, a unidade fica no Parque Industrial Felizardo Meneguetti e se junta à primeira unidade, de nove mil metros. Com 31 linhas de produção, a Cimflex ultrapassa 12 mil toneladas por ano em processamento de plásticos, sendo que a nova planta vai ampliar a capacidade em cinco mil toneladas. A empresa recicla embalagens de defensivos agrícolas e óleo lubrificante transformando-os em produtos como dutos, drenos e eletrodutos corrugados flexíveis, tubos lisos e corrugados.

ENTRE AS MELHORES DO MUNDO PARA STARTUPS

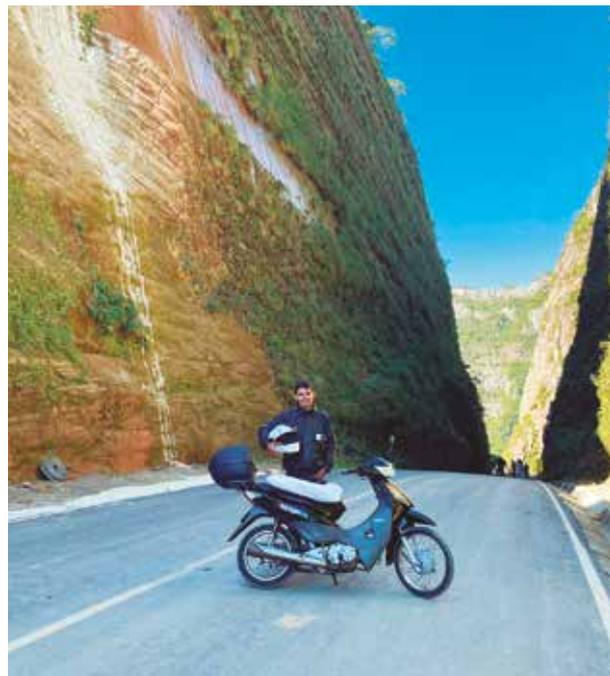
Maringá ocupa a 735ª colocação entre as melhores cidades do mundo para *startup*. É o que diz o relatório Startup Ecosystem Index Report 2023, elaborado pelo instituto StartupBlink, de Israel, com as mil cidades com melhor ambiente para desenvolvimento de negócios inovadores. O relatório leva em consideração critérios como ambiente de inovação, facilidade para abertura e desenvolvimento de negócios, quantidade e qualidade das empresas de tecnologia instaladas nas cidades. No ranking, Maringá é a 18ª do Brasil. Para elaborar o relatório, foram coletados dados de 3,5 milhões de startups em 50 países.

VENDEDOR VIAJA 4 MIL QUILOMETROS COM BIZ

Em Maringá há cinco anos, o vendedor Josué Madeira abraçou uma aventura durante as férias do trabalho. Com uma Honda Biz 2007 de 125 cilindradas e com o objetivo inicial de visitar um amigo de infância em Santa Catarina, ele ampliou o desejo de conhecer lugares. “Puxei o mapa no celular e fui descendo até Caxias do Sul/RS”.

Durante cerca de 20 dias, Madeira passou por 150 cidades e vilarejos, totalizando 4 mil quilômetros. Conheceu endereços como Gramado/RS, Florianópolis/SC e Balneário Camboriú/SC, serras e outros cenários naturais.

Além de enfrentar problemas mecânicos e outros ‘perrengues’ como a baixa temperatura de São Joaquim/SC, Madeira contou com a indicação de moradores locais para se hospedar em pousadas e *hostels* que cobrassem no máximo R\$ 50 pela noite. A viagem toda, incluindo capacete novo e jaqueta de chuva, custou R\$ 1,5 mil. “Não importa quanto você tem de condições, mas o tamanho da fé e a vontade de fazer acontecer. Agradeço por ter conhecido pessoas incríveis e lugares lindos. Para mim, é uma grande conquista que ficará marcada”.



DIA de CAMPO
cocamar 60
2023

12 DE JULHO
UDT DA COCAMAR
EM FLORESTA-PR

ABERTURA
DOS PORTÕES **08h**
HORÁRIO DE
BRASÍLIA

CORREÇÃO DO SOLO:
UM INVESTIMENTO
INTELIGENTE QUE
IMPULSIONA A
PRODUTIVIDADE

Patrocinadores: **syngenta**

O desafio de reestruturar a própria vida

Movido por desafios, o executivo Pedro Janot fez carreira reestruturando grandes empresas. Começou na extinta Mesbla, passou pelas Lojas Americanas antes de liderar a reestruturação da Richards. Depois, foi eleito o primeiro CEO da rede espanhola Zara no Brasil. Teve, ainda, breve passagem pelo Grupo Pão de Açúcar antes de ser eleito, em 2008, o primeiro CEO da Azul Linhas Aéreas, a primeira companhia *low cost* em território brasileiro.

Impulsionada pelo 'método de gestão' Pedro Janot, a Azul decolou e conquistou 13% do mercado nos primeiros cinco anos, mesmo com um duopólio forte no mercado. Com a empresa encaminhada, o executivo começava a se preparar para a próxima escala, mas nunca imaginou que seu desafio seguinte seria se tornar CEO da própria cura, como ele mesmo define.

Em 2011, em seu sítio, Janot sofreu uma queda de cavalo. O tombo provocou grave lesão abaixo do pescoço, deixando-o tetraplégico. Hoje, ele recuperou parcialmente a agilidade dos braços, mas ainda trava uma luta diária para se adaptar à nova rotina. "Estou me reinventando. Mas não vou mentir dizendo que é fácil. Gostava muito da vida antiga. Não porque ela era perfeita, mas porque a nova é muito dura. Carregar esse corpo consome 70% da minha energia", confessa.

Isso, entretanto, não o paralisou profissionalmente. Logo após o acidente, ele deixou o cargo do CEO da Azul, mas segue como conselheiro da companhia. Também virou palestrante, mentor, consultor e escritor. E em todas essas funções, continua inspirando e servindo de exemplo para quem sonha com uma carreira de sucesso:

FOTO/EMANNUEL DENAUI



Quem é?

Pedro Janot

O que faz?

Palestrante, escritor, mentor e conselheiro

É destaque por?

Ex-CEO da Azul e da Zara no Brasil



O SENHOR PASSOU POR GRANDES EMPRESAS, COMO MESBLA, RICHARDS, ZARA E AZUL. O QUE O MOTIVOU A ESSAS MUDANÇAS PROFISSIONAIS?

Algumas pessoas podem pensar que foi a questão financeira, mas sem dúvidas foram os desafios dos projetos que definiram minha carreira. Em todas essas experiências tinha um objetivo: trabalhar como formador e estruturador daquele negócio. Só saía quando elas estavam prontas para seguir o destino e crescer mais. Passei seis anos na Mesbla, nove na Richards e oito na Zara. Na Azul foram cinco anos, interrompidos pelo acidente. Mas o trabalho estava encaminhado, em breve iria começar a arrumar as gavetas para o desafio seguinte.

ATÉ CHEGAR À AZUL, EM 2008, SUA EXPERIÊNCIA ERA BASICAMENTE EM EMPRESAS DE VAREJO. DE QUE FORMA ESTA EXPERIÊNCIA CONTRIBUIU PARA A CRIAÇÃO DA COMPANHIA DE AVIAÇÃO?

Saí da minha zona de conforto em um setor que, até então, não tinha trabalhado. Sabia que não estavam me contratando por entender de aviação, e sim por entender de pessoas, para criar uma cultura organizacional de sucesso, incentivando os colaboradores e transformar a viagem feita pela Azul em uma experiência única para o passageiro. Brinco que 'varejei no ar'. Levei a lógica da paixão pelo cliente, que sempre me guiou no varejo, para uma companhia aérea.

SUA RELAÇÃO COM A AZUL ESTÁ RETRATADA NO LIVRO "MAESTRO DE VOO – PEDRO JANOT E AZUL – UMA VIDA EM DESAFIOS". POR

A ÚNICA PESSOA CAPAZ DE TRANSFORMAR A MINHA REALIDADE ERA EU MESMO.

NINGUÉM CONHECIA MEU CORPO MAIS DO QUE EU, NINGUÉM CONHECIA MEUS MEDOS MAIS DO QUE EU E NINGUÉM CONHECIA AS MINHAS FRAGILIDADES - FINANCEIRA, EMOCIONAL, PSÍQUICA, AFETIVA E, CLARO, FÍSICA - MAIS DO QUE EU

QUE ESTA RELAÇÃO É TÃO ESPECIAL?

Tenho grande carinho por todas as empresas que fazem parte da minha trajetória, mas quando o assunto é a Azul, meu coração fala mais alto. Primeiro, por ter participado da fundação e do sucesso da empresa. Segundo, por ver como os valores que ajudei a implementar foram essenciais para que ela crescesse e decolasse tanto no sentido literal como figurado. São valores tão caros para a empresa que chegaram a ser gravados na lataria das aeronaves. Uma delas recebeu minhas iniciais na matrícula, numa homenagem depois do acidente. Quando visito a empresa tenho a mesma sensação do dia em que foi inaugurado o primeiro voo. É uma energia que ficou, de paixão e respeito pelas pessoas. De que trabalhar naquela empresa é a melhor experiência para a tripulação e de que embarcar naqueles aviões é a melhor experiência para o cliente. Essa energia é um legado que me enche de orgulho e, tenho certeza, não vai se perder.

O SENHOR FEZ DAS EMPRESAS PELAS QUAIS PASSOU GRANDES MODELOS DE NEGÓCIO. QUAL O SEGREDO PARA UMA GESTÃO DE SUCESSO?

Uma gestão de sucesso é feita com diversos ingredientes. Não vou contar todos os segredos! Até porque, recentemente, lancei um curso online em que abordo exatamente isso, o Método Pedro Janot. Mas dando um *spoiler*, um dos segredos é incentivar as pessoas para que elas saibam que podem mais do que acham. Fazê-las crescer e se desenvolver. Essa é uma das chaves que destrava uma palavra muito em voga hoje: inovação.

COMO O ACIDENTE DE CAVALO MODIFICOU A SUA VIDA E A SUA ROTINA?

A minha rotina e a minha vida ficaram, por um tempo, em *stand by*. Conviver com esse corpo que já não era mais o meu, me adaptar a novas dimensões de espaço, tempo e distância, tudo ficou muito diferente. Foi um momento complexo. Mas fico feliz de ter encontrado formas de obter crescimento. Tive que me lançar como empresário no mercado financeiro, passei a realizar consultorias, mentorias, palestras, escrevi livros e recentemente lancei meu curso.

DEPOIS QUE SOFREU O ACIDENTE, EM VÁRIAS ENTREVISTAS O SENHOR SE INTITULOU CEO DA SUA CURA. O QUE ISSO SIGNIFICA?

Logo depois que comecei a ter noção do meu desafio, entendi que a única pessoa capaz de transformar a minha realidade era eu mesmo. Ninguém conhecia meu corpo mais do que eu, ninguém conhecia meus medos mais do que eu e ninguém co-

nhecia as minhas fragilidades - financeira, emocional, psíquica, afetiva e, claro, física - mais do que eu. Portanto, só uma pessoa poderia resolver: eu. Mas quem abriu meus olhos para isso foi o meu cirurgião Mário Penna (hoje aposentado). Ele também é meu vizinho no sítio e, uma semana depois do acidente, foi à minha casa. Me encontrou deitado na cama, no quarto, e falou: 'garotão, você entrou em uma gelada. Esse é o acidente, estudado na Medicina, mais grave de recuperação psicológica. É como se você batesse em uma parede do dia para noite. Você, de dia é um, de noite é o outro. Procure um psicoterapeuta especializado em trauma, mas principalmente compreenda que quem melhor vai te entender é você mesmo'. E foi assim que me tornei CEO da minha cura.

QUAL FOI O PERÍODO MAIS DIFÍCIL PÓS-ACIDENTE?

Foi a passagem da primeira noite para a segunda, onde as minhas mãos acordaram na mesma posição em que tinham sido colocadas à noite. Foi um horror. Cheguei a pedir para minha esposa pesquisar sobre eutanásia, para que eu não prejudicasse a família financeiramente. Depois demos muita risada desse episódio, porque até poderia entrar na Justiça para pedir eutanásia, mas demoraria tanto para sair uma sentença, que possivelmente morreria antes, por outra razão.

O SENHOR FICOU TETRAPLÉGICO, MAS FEZ IMPORTANTES AVANÇOS NO QUE DIZ RESPEITO À REABILITAÇÃO. O QUE O SENHOR ESPERA?

Realmente tive conquistas importantes. Tenho um corpo flexível, um corpo forte. Na fase em que estou atualmente conquistei movimentos

com o braço e com as mãos, para conseguir movimentar uma cadeira de rodas elétrica e usar o controle do iPad, do iPhone e alguns computadores com *touch screen*. Tudo isso teve uma dose brutal de disciplina, talvez uma disciplina que nem eu sabia que tinha. Minha expectativa é de que o exoesqueleto se transforme em uma realidade o quanto antes e que seja possível comprar. Porque, na realidade, é um conjunto de esparsidade x velocidade x força muscular x interligação entre a parte inferior e superior do seu corpo. É uma tarefa complexa, mas gostaria de provar isso num futuro próximo.

DE EXECUTIVO E CEO A CONSELHEIRO DE EMPRESAS E PALESTRANTE. COMO SE DEU ESTA TRANSIÇÃO DE CARREIRA?

Foi uma avalanche, porque as oportunidades iam aparecendo, e eu ia avaliando. Logo depois do acidente, decidi que não falaríamos para a grande imprensa sobre a situação da minha saúde. Tinha consciência de que, mais dia, menos dia, me impediria de fazer parte do corpo executivo da Azul, mas avaliei que aquela situação não traria nada de positivo para os clientes, apenas incerteza e insegurança. Por isso meu nome não era encontrado em nenhum hospital. Passado esse momento, acabei saindo da Azul em 2012. Depois de viver todas as fases que contei, foram surgindo oportunidades e ideias de me reinventar. Meu corpo não funcionava como antes, mas a cabeça sim. Assim, passei a me dedicar a outras funções, como consultor, escritor, palestrante, mentor e conselheiro.

ESTÁ REALIZADO PROFISSIONALMENTE?

Estou realizado profissional-

mente tanto como sócio do Grupo Solum quanto como conselheiro e mentor. Mas o que gosto mesmo é trocar conhecimento: conselhos consultivos de empresas em transformação. Do mundo velho para o mundo novo.

QUAIS ORIENTAÇÕES PARA QUEM ALMEJA MUDANÇA PROFISSIONAL?

Diria para fazer qualquer escolha profissional com muito tesão. Que seja uma atividade que você goste muito, em uma empresa que admire. Diria, também, para manter o nariz para cima, enxergando possibilidades. Mas o mais importante é ficar atento a ter um legado. Se não, você se torna um profissional sem consistência, "fofinho", que não entregou algo diferenciado.

OLHANDO PARA A SUA TRAJETÓRIA, SE ARREPENDE DE ALGO OU FARIA DIFERENTE?

Não me arrepenho de nada. As coisas foram feitas nos meus momentos, quando tive força para mudar de bordo e seguir minha trajetória, o meu contravento, fazendo uma analogia com minha outra paixão, que é velejar.

COMO É SER INSPIRAÇÃO DE LIDERANÇA E SUPERAÇÃO?

Me sinto realizado. Ser o norte para alguém é a coisa mais gratificante. Sempre trabalhei de forma exemplar e ética, aprendendo a encoller o ego no bolso e ensinando aos meus subordinados tudo o que podia. Ver empresas prosperarem a partir de valores que defendo e ensino, a partir de lideranças focadas em pessoas, é um dos meus motivos para seguir.

Geração Z: JOVEM, CONECTADA E COM NOVOS DESAFIOS ÀS EMPRESAS

Em dois anos a geração que nasceu na era das redes sociais representará 27% da força de trabalho; defensores da diversidade e em busca de empresas com propósito, jovens trazem novas relações

FOTO/ADOBESTOCK



Com linguagem quase própria, com gírias e abreviações, sempre conectados às novidades das redes sociais e aplicativos, eles têm uma forma espontânea de se comunicar e são ágeis em assimilar informações. São pragmáticos e autênticos. Não gostam de rótulos e levantam a bandeira da diversidade. Estes são os jovens da chamada geração Z, formada pelos nascidos entre 1995 e 2010.

O Brasil tem cerca de 30 milhões de jovens pertencentes à geração Z, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Até 2025, 27% da força de trabalho nos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) serão profissionais da geração Z, de acordo com o Fórum Econômico Mundial, embora outros dados coloquem este número ainda mais alto.

Mais do que representar uma mudança nos padrões de pensamento e de comportamento, esta

geração tem instigado empresas a repensar as relações de trabalho. “Eles estão preocupados com questões sociais e ambientais, apoiam causas nobres, valorizam uma cultura em que haja no trabalho ambiente justo, igualitário, que respeite as diferenças e valorize as relações humanas. Buscam satisfazer as necessidades financeiras sem perder o emocional”, destaca a coordenadora de Recursos Humanos (RH), Amanda Sampaio Cardoso, da ACIM.

Para atrair e reter esses jovens talentos, as empresas precisam investir numa gestão horizontal e adotar cultura de *feedbacks*. Também têm que oferecer oportunidades que favoreçam o crescimento pessoal e financeiro, ter horários flexíveis, um modelo de atividade em que eles possam ter independência.

Outro desafio é promover o ‘encontro de gerações’ no ambiente de trabalho. Há ganhos, garante a consultora, mas a tarefa não é fácil. “A junção de gerações possibilita pegar o que cada uma tem de positivo, mas eles têm pensamentos bem diferentes. Temos que pensar na posição de cada um e dar atrativos que atendam a todas as gerações”, diz. Ela sugere trabalhar a diversidade e o relacionamento por meio de ações de integração e troca de experiências.

NATIVOS DIGITAIS

Esse grupo também estabeleceu novos padrões de comportamento no mundo digital. Afinal, nenhuma geração demonstrou um nível de proficiência ou conforto com a tecnologia em uma idade tão precoce quanto a Z. Além disso, busca um ambiente profissional dinâmico e interativo, onde possa ter autonomia na execução das atividades.

“É uma geração empoderada, criativa, inovadora e multitarefa. Os jovens conseguem finalizar um trabalho com mais rapidez, são produtivos e proativos, não ficam esperando pegar outra tarefa, gostam de se envolver com novos projetos e ter novos desafios”, destaca.

Diferente da geração anterior, dos *millennials*, que viu a internet nascer, a Z nasceu conectada, e não sabe como é viver em um mundo *offline*. Muito por conta disso é valiosa para as empresas de tecnologia de informação. A liveSEO é um



Amanda Sampaio, coordenadora de RH: geração Z está preocupada com questões sociais e ambientais, apoia causas nobres, valoriza cultura em que haja no trabalho ambiente justo, igualitário e respeite as diferenças _ FOTO/IVAN AMORIN

exemplo. Fundada na Espanha em 2016, a agência se ‘consolidou’ no Brasil em 2018 e aqui se tornou referência quando o assunto é tráfego orgânico e vendas online.

“Fazemos com que o *e-commerce* ou *blog* dos clientes alcancem as primeiras posições nos mecanismos de pesquisa como o Google por meio de otimizações técnicas em plataformas e na estrutura dos sites, pesquisa de palavras-chave e produção de conteúdo”, explica o sócio e CEO, Lucas Maranhão.

E quem melhor para desvendar os ‘caminhos’ virtuais do que aqueles que nasceram conectados? Não à toa, a média de idade entre os mais de cem colaboradores da liveSEO é de 27 anos. “Por padrão, os jovens entendem o conceito de engajamento”, ressalta Maranhão.

Há ainda outros critérios de seleção que ‘explicam’ a jovialidade do time de colaboradores. Para trabalhar na empresa é preciso dinamicidade, proatividade, transparência e busca constante

por conhecimento. Em contrapartida, a equipe encontra um ambiente descontraído e favorável à inovação e ascensão à liderança. “Essa geração busca estabilidade financeira para conciliar sonhos pessoais e carreira, mas também busca ambientes onde possa expressar opinião e manifestar criatividade”, comenta o CEO.

Outro atrativo da empresa é a flexibilidade. A jornada de trabalho de 44 horas semanais é cumprida no modelo híbrido, exceto no período de experiência quando o colaborador fica 100% presencial. Ainda assim, a liveSEO não está imune a um problema recorrente no mercado: a falta de mão de obra. “Nossa maior dificuldade é encontrar profissionais qualificados e disponíveis em Maringá, bem como quem compartilhe dos objetivos e valores da empresa”, diz.

Para driblar a escassez, a empresa conta com um programa de recrutamento e formação batizado de Artemis, por onde passaram mais de 300 pessoas em Maringá e continua formando, em média, 160 profissionais por ano.

Isso é mais do que necessário, pois além de entregar profissionais capacitados para o mercado, contribui para solucionar a alta rotatividade, questão apontada como um dos pontos negativos da geração Z. “Criou-se um conceito de geração *fast food* por causa do imediatismo e da falta de clareza num plano de carreira”, comenta o CEO.

Postura compreensível nesta faixa etária, na opinião de Maranhão. Ele mesmo tinha 25 anos quando apostou num sonho e fundou a liveSEO. Talvez por isso, mesmo acima da idade, ainda sintia simpatia e identificação por esta galerinha.

AMBIENTE DESCONTRAÍDO

Mais apegada a experiências do que a questões materiais, os profissionais da geração Z não precisam de escritórios luxuosos para serem mais produtivos, mas são seduzidos por espaços criativos e aconchegantes como o da The Digital Eden (TDE). Instalada no centro empresarial José Barão, a agência de marketing digital mescla áreas



44 3024.9586
Av. São Paulo, 3174, Vila Bosque - Maringá





Na liveSeo a idade média da equipe de mais de cem colaboradores é de 27 anos; “os jovens entendem o conceito de engajamento”, diz o sócio Lucas Maranhão, que abriu o negócio quando tinha 25 anos _ FOTO/IVAN AMORIM

instagramáveis e verde, numa espécie de jardim digital.

“Todos os colaboradores compartilham o ambiente, temos ‘ilhas’ separadas para cada equipe, porém no mesmo espaço, o que acaba nos tornando próximos. Trabalhamos com foco e dedicação, mas também temos momentos de descanso e descontração, com alongamentos, cafés, risadas e bate-papo”, diz a analista de Recursos Humanos, Karina Botura.

O clima organizacional descontraído ‘compensa’ a jornada 100% presencial. Os 14 colaboradores, com faixa etária predominante entre 26 e 29 anos, batem ponto de segunda a sexta-feira das 8h às 18h, com intervalo de almoço de 1h30. O *home office* surge como alternativa para situações pontuais ou momentos de necessidade.

“Respeitamos o tempo de desenvolvimento de nossa cultura empresarial e ainda não nos sentimos prontos para a implementação de um sistema híbrido ou *home office*. Não há nada compa-

rado ao relacionamento ‘olho no olho’”, pontua Karina.

Este contato próximo ajuda a disseminar uma regra básica e valiosa: é preciso plantar para colher, um ensinamento fundamental, segundo a analista de RH, diante do imediatismo característico desta geração. “Todos precisamos de doses constantes de reconhecimento, mas vemos que, justamente por ter uma cabeça que funciona de forma acelerada, os mais jovens buscam esse reconhecimento de forma imediata, por vezes deixando de lado uma das regras básicas da vida: o processo de colheita será resultado de plantio e cuidado”, ensina.

Soma-se a isso o momento atual do mercado de trabalho que, além da transição geracional, passa por adaptação ante a infinidade de tecnologias que influenciam diretamente as escolhas profissionais. “A sede pelo que é novidade tomou conta do mercado, e isso faz com que encontrar pessoas comprometidas e dispostas a enfrentar



Na The Digital Eden os 14 colaboradores trabalham de forma presencial e a maioria tem entre 26 e 29 anos; na foto Karina Botura, analista, e Bruna Estrella, CEO _ FOTO/IVAN AMORIM

o desafio da constância no longo prazo seja um imenso desafio”, completa Bruna.

Pesa, ainda, o fato da divisão imaginária que se fazia entre a vida pessoal e a profissional ter sido desconstruída à medida que a “jornada de trabalho” da nova geração passou a estar mais integrada do que nunca. “Diferente das anteriores, esta geração não vê o trabalho exclusivamente como fonte de sustento, mas com forte senso de vocação e propósito. É uma geração dinâmica, que preza pela liberdade, está sempre em busca de reconhecimento e tem aflorada a necessidade de pertencimento. Todos esses pontos têm vertentes maravilhosas de motivação e inspiração, mas podem ser fonte de frustrações”, alerta a CEO da The Digital Eden, Bruna Estrella.

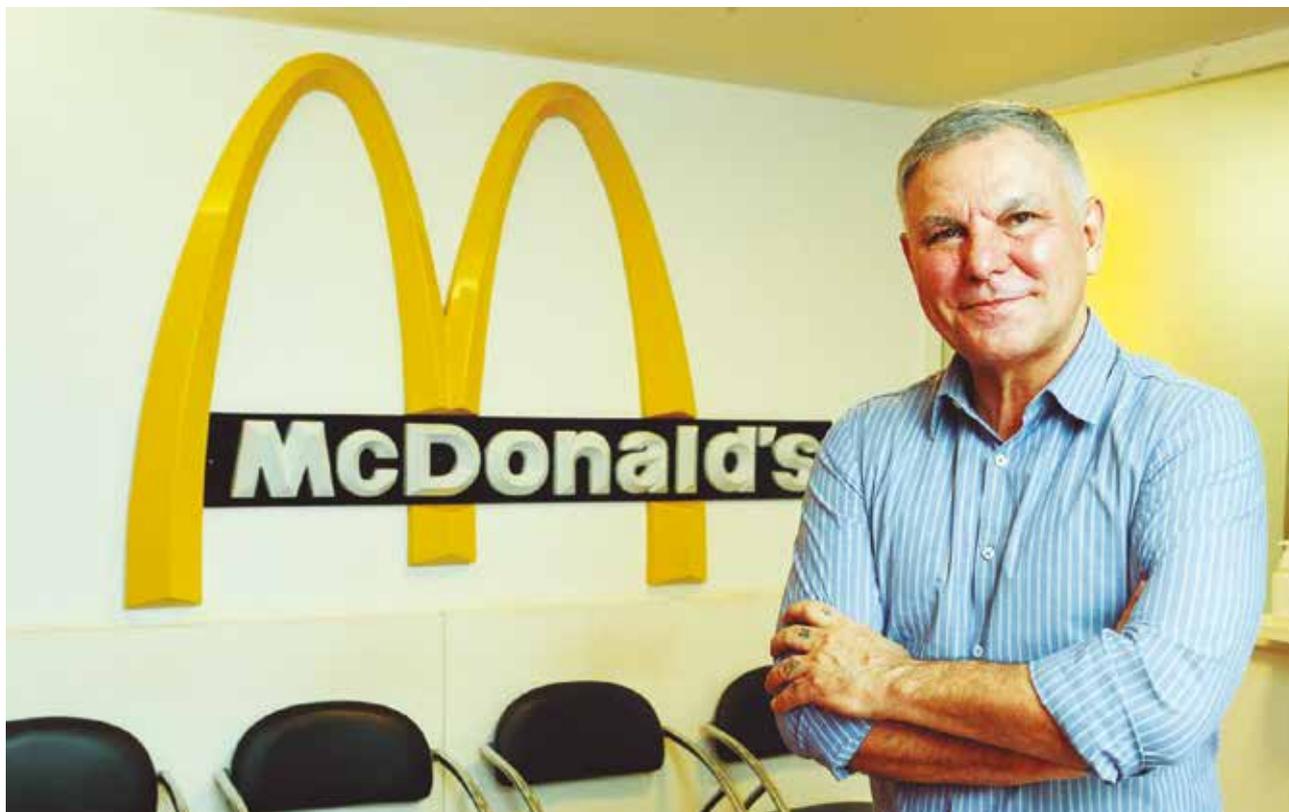
Para ela, é papel das empresas ter maturidade e estrutura para acolher e direcionar o desenvolvimento desses jovens profissionais. E, consequentemente, usufruir do que eles têm de melhor: proatividade, autonomia, criatividade, velocidade e pensamento dinâmico, além, da qualidade técnica. “Isso é extremamente importante e valioso em nosso meio, já que, para entregar os resultados esperados para os clientes, precisamos estar em evolução e adaptação com a dinamicidade do mercado digital”, finaliza Bruna.

DE PORTAS ABERTAS

Se tem um lugar onde a geração Z é bem-vinda, tanto na frente quanto atrás do balcão, é no McDonald's. Há algum tempo a empresa figura entre os principais empregadores de jovens do país e ocupa o posto de maior gerador do primeiro emprego em território nacional. Em Maringá, a rede emprega 500 colaboradores, sendo que a maioria tem entre 16 e 25 anos. “A média de idade dos nossos colaboradores é de 20, 21 anos. Muitos chegam sem experiência, às vezes até sem documentos e não têm noção de como funciona um trabalho formal”, conta o empresário Gilmar Leal Santos, franqueado do McDonald's, acrescentando que isso não é critério eliminatório. Para conseguir uma vaga nas sete lojas da rede em Maringá, são considerados diferenciais a disciplina e o respeito a hierarquia. “Sou adepto da disciplina e sei o quanto é difícil, mas é necessário. Se não tem disciplina e não respeita a hierarquia, não serve para trabalhar no McDonald's”, afirma.

Fora isso, a empresa está de portas abertas à geração Z, que tem a seu favor a agilidade e disponibilidade para aprender. “Eles têm a mente aberta”, enaltece o empresário.

Além disso, valorizam o respeito à diversidade e a equidade. No McDonald's não há distinção de



Gilmar Leal Santos, franqueado de sete lojas do McDonald's, com geração de 500 empregos: "nenhum gerente é contratado de fora, são pessoas que começaram como atendentes e foram promovidas"

raça, sexo e orientação sexual. "Fomos a primeira empresa a contratar uma trans com nome social. Evidente que tem clientes que não gostam, mas não vou deixar de contratar ou promover o colaborador por causa disso. Estamos inseridos numa comunidade e nossos colaboradores têm que fazer parte dela", pontua Santos.

Esta geração também valoriza a possibilidade de carreira e a oferta de treinamentos. A empresa oportuniza o crescimento profissional, tanto por meio de capacitações quanto de planos de carreira. "Nenhum gerente é contratado de fora, são pessoas que começaram como atendentes e foram promovidas na empresa. Três gerentes começaram com 16 anos e passaram por todos os cargos até chegar à liderança", conta.

O empresário, entretanto, reconhece que muitos não nasceram para fazer carreira no McDonald's ou outra empresa, e não vê problema na falta de ambição por cargos de liderança. E tampouco na opção pelo empreendedorismo ou por correr atrás de oportunidades. "Ouço muitos dizerem

que esta geração não quer trabalhar, que não está interessada em nada, só quer saber de videogames e mídias sociais. Não concordo. É, sim, uma geração de mídias sociais e suscetível à velocidade da informação e à oferta de oportunidades. Os jovens querem viver o presente, sem pensar como será daqui a 40 anos. Respeito e procuro entender", diz.

O empresário também compreende a resistência da geração à jornada de trabalho aos fins de semana, que chega a pesar mais na decisão na hora de escolher o emprego do que o salário. "Não é o dinheiro que conta, até porque o McDonald's paga bem. O fim de semana 'pega' porque eles querem ir para a balada se divertir".

Por conta disso, a empresa tem dificuldade para preencher as vagas e a rotatividade acaba sendo alta. O tempo de permanência depende da função. No caso dos atendentes, a média é de oito meses. "É uma questão de fluidez, mas nem por isso esses jovens devem ser estigmatizados. Até porque, quando há conflito de gerações, cabe a nós entender e pacificar", conclui.



Por oportunidade, Eloísa Bortoluzzi, de 24 anos, abriu a Feitoah com a irmã e hoje emprega mais de 70

colaboradores _ FOTO/IVAN AMORIN

GERAÇÃO EMPREENDEDORA

Por muito tempo, os *millennials* (nascidos entre 1980 e 1994, em média) foram considerados a geração empreendedora. Mas este posto está ameaçado pela geração Z e seu latente desejo de independência financeira. Soma-se a isso a sagacidade dos jovens quando o assunto é aprender sozinho e com rapidez. Além disso, são criativos, autênticos e ‘tecnológicos’.

Com este perfil, o empreendedorismo surge como opção, a exemplo de Eloísa Bortoluzzi, de 24 anos. Quando estava na faculdade, cursando Engenharia de Produção, ela vislumbrava uma carreira como empreendedora, mas antes tinha planos de trabalhar com carteira assinada, de preferência em uma multinacional. Entretanto, foi atraída por um convite da irmã.

“Sempre gostei do empreendedorismo. Mas queria passar por algumas experiências. Só que quando me formei, surgiu uma oportunidade de empreender. Minha irmã mais velha, que estava com uma marca própria de roupas femininas, me convidou para começar o negócio”, conta.

Foi assim que surgiu a Feitoah, em novembro de 2021. A ideia para o negócio veio com um anúncio de uma rede de lojas para seleção de fornecedores de roupas. Depois outras oportunidades surgiram e as irmãs decidiram chamar dois sócios para investir no projeto de *private label*.

A empresa tem como público-alvo redes de lojas em todo o Brasil, mas a jovem empreendedora não descarta a abertura de mercados externos. O volume de produção é de 25 mil peças de roupas por mês, tanto malharia quanto de tecido plano - a Feitoah conta com equipe de 74 colaboradores.

Diferente de Eloísa, a maioria das colaboradoras não faz parte da geração Z: a média de idade da equipe é de 38 anos. Apesar da diferença, o convívio é harmônico. Mas será que mesclar as gerações na linha de produção daria certo? “Acredito que é possível, mas desafiador. Seria preciso encontrar pontos em comum para que haja troca de conhecimento. Também seria necessário oferecer treinamentos comportamentais para que cada um consiga entender e valorizar as diferentes gerações, promovendo um ambiente que estimule e crie empatia entre os colaboradores”, opina.

Até porque, segundo a empresária, a geração Z é mais ansiosa e tem dificuldades para lidar com frustrações e aceitar críticas. Por outro lado, domina a tecnologia, é comunicativa e gosta de expor opiniões. “É uma geração que busca empresas que tenham propósitos, espaço para inovação, tomada de decisões, horários flexíveis e preza pelo *feedback* para o crescimento pessoal e profissional”, resume, profetizando o próprio futuro. “Quero entregar o meu melhor como gestora e tenho certeza que muitas oportunidades aparecerão. Quero olhar para trás e ver que tudo valeu a pena, tanto pessoalmente como profissionalmente”, conclui.

De barraca na feira à franqueadora de sucesso

Com oito lojas, entre próprias e franquias, Pamonhas do Cezar empregam cem colaboradores e contam com distribuidora própria



Meiry Vertuan, sócia, e Rafael Baratto de Souza, da área financeira; empresa emprega cem colaboradores _FOTO/IVAN AMORIN

Foi com uma barraca na Festa da Uva, em Marialva, que teve início a história das Pamonhas do Cezar. Isso foi em 1991, com a comercialização de derivados de milho, como pamonhas, curaus e bolos. Hoje, mais de três décadas depois, o negócio se tornou uma franquia com oito lojas em Maringá, Sarandi e Paiçandu, ampliando a atuação para a venda de pratos prontos. Em média, são comercializados dois mil pratos por dia com preços que variam de R\$ 20,99 a 39,99.

O empresário Cezar Augusto Vertuan conta que o negócio começou de forma despreziosa e por necessidade. Até então ele revendia carvão e viu na Feira do Produtor de Maringá a oportunidade de gerar renda para a família. “Um comerciante de derivados do milho tinha bom fluxo de

clientes e decidi seguir o mesmo caminho”, conta. Daí surgiu a ideia de ter uma barraca na Festa da Uva, que foi um sucesso.

Com novos clientes, Vertuan também começou a vender os produtos de porta em porta. Em 1993, ele e a esposa, Meiry, voltaram a vender em barracas, na Feira do Produtor de Maringá e em Marialva. A clientela foi crescendo e as vendas, que aconteciam apenas uma vez por semana, triplicaram.

Foram 11 anos trabalhando em feiras até que, mais uma vez, veio uma oportunidade de expansão. Vertuan abriu a primeira loja da Pamonhas do Cezar em Marialva e ampliou a atuação, servindo também sopas e panquecas. Meiry começou a auxiliar o marido no empreendimento.

Percebendo a necessidade de atender os maringenses que iam até Marialva consumir, o empreendimento logo se mudou para a avenida São Paulo, em Maringá. Meiry, que até então conciliava o restaurante com as atividades de professora, deixou o emprego para se dedicar totalmente ao negócio.

Uma segunda loja foi aberta no Shopping Cidade, mas a demanda era pequena, principalmente no horário de almoço. Foi então que, em 2005, surgiu a ideia de servir pratos executivos. No começo, eram apenas duas variedades, o cardápio foi ampliado e, atualmente, são mais de 20 opções.

Não levou muito tempo para que o negócio expandisse. Em 2011, após a abertura da terceira loja, no Shopping Catuaí, o sobrinho do casal, Thiago Vertuan Quinalha, abriu a primeira franquia da Pamonhas do Cezar. Atualmente, as franquias somam seis das oito lojas. Durante a pandemia, duas lojas encerraram as atividades.

Ainda assim, em 2021 foi inaugurada uma filial em Paiçandu.

Como as receitas são padronizadas, a empresa montou a própria distribuidora de carnes. Para o empresário, a maior dificuldade atualmente é a mão de obra. "Nossa estratégia é valorizar os funcionários que estão há mais tempo. Felizmente, temos pessoas que estão há décadas trabalhando conosco", comenta. Ao todo, são cerca de cem colaboradores.

As vendas por aplicativo são um destaque: na loja do Shopping Avenida Center os pedidos por essa modalidade representam 40% das vendas. Na rede, 30% são compras online.

As Pamonhas do Cezar continuam sendo um negócio familiar, Meiry é responsável pelo marketing e a filha do casal, Poliana Storto Vertuan, responde pela administração. O fundador não faz parte do dia a dia da operação, mas ajuda nas principais decisões. Os planos continuam sendo a expansão por meio de franquias.

CONSTRUINDO SONHOS HÁ MAIS DE 14 ANOS

GRP

CONSTRUTORA

 grp.construtora  Av. Itororó, 1346  construtoragrp.com.br  (44) 99182-1407

Inovação local independente do segmento

Em cerca de três anos surgiram em Maringá leito hospitalar robótico, plataforma para facilitar a vida de arquitetos e designers e solução para o comércio internacional



Partiu dos médicos Marcio Ronaldo Gonçalves (foto) e Leonardo Arnoni a iniciativa de desenvolver um leito robótico para ajudar no tratamento de pacientes acamados por longo tempo em hospitais _FOTO/DIVULGAÇÃO

É desenvolvida em Maringá - e por maringaenses - uma inovação na área médica que promete revolucionar o tratamento de pacientes graves no mundo. Trata-se de um leito robótico feito de prismas articulados que promovem melhores condições de cuidados a pacientes acamados em hospitais, prevenindo o aparecimento de escaras - feridas causadas por pressão do corpo do paciente imobilizado, cujo tratamento demanda gastos com profissionais, materiais e medicações.

O protótipo conta com sete prismas estofados, impermeáveis e com controle térmico, interligados e autônomos, proporcionando variedade de combinações de movimentos capazes de realizar funções que exigem grande mobilização de equipes. O trabalho de prevenir escaras deixa de ser feito pela troca contínua de posição do paciente, e passa a ser realizado pela lenta movimentação

dos prismas do leito.

Outras funcionalidades da cama incluem a facilidade de acesso às vias aéreas, realizar pequenos procedimentos invasivos e banho com água corrente no local. A movimentação dos prismas também realiza tração de fêmur e fisioterapias focadas. O equipamento ainda pode realizar inspeção em HD, ultrassom e ciclos de massagem cardíaca.

A ideia é do médico intensivista Marcio Ronaldo Gonçalves e do cirurgião oncológico Leonardo Arnoni, que sentiram a necessidade de inovar para melhorar as condições de pacientes acamados em UTI e ajudar no trabalho de equipes multidisciplinares. "Não existe nada parecido no mundo. Pensamos em um leito robótico a partir do conceito de esteiras, de rolamento do paciente. De início, pensamos em cilindros, depois em

formas triangulares”, conta Gonçalves.

Com a ideia no papel, os sócios procuraram o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) para desenvolver o protótipo. O resultado veio depois do trabalho realizado com dez engenheiros durante um período de cerca de três anos, interrompido durante a pandemia. “Tivemos ajuda para desenvolver a versão atual do protótipo de testes clínicos que estão acontecendo. Pelos resultados preliminares, temos visto que a movimentação dos prismas em baixa velocidade e alternando pontos de pressão, de fato, evitam o surgimento de escaras”, diz Gonçalves.

A patente brasileira já foi conquistada e será iniciado o processo em busca da patente internacional. Para terminar a prototipagem final antes da testagem em grandes hospitais, estão em curso negociações com duas grandes indústrias. O objetivo é que até o fim do ano, 20 protótipos funcionais estejam em operação em hospitais no Brasil – a autorização nos órgãos reguladores será solicitada na etapa final de desenvolvimento do leito.

O custo do equipamento é alto, tendo em conta que o protótipo foi construído com recursos dos sócios. “A necessidade deste tipo de produto é grande. Os problemas em UTI são universais. Só os Estados Unidos gastam R\$ 10 bilhões por ano em tratamento de escaras. Essas lesões ainda aumentam a mortalidade”, contrapõe Gonçalves.

ARQUITETURA E DESIGN

Na área da arquitetura e do design, há menos de três anos nasceu em Maringá o Collection, uma plataforma que permite aos profissionais utilizar itens reais em seus projetos. A ideia deu tão certo que o faturamento milionário da empresa dobra a cada ano. A solução já tem cadastrados mais de 30 mil profissionais, alcançou 1,6 mil cidades em todos os estados do Brasil, chegou a dez países e possui 1,5 mil acessos diários. Por mês, são registrados 5.793 usuários e mais de 12 mil projetos.

Os resultados deixam evidente que a *startup* preenche uma lacuna ao oferecer um *plug-in* para programas de projetos com uma biblioteca de mais de dez mil materiais que existem nas lojas e memorial descritivo totalmente automático, lançado recentemente. Ou seja: com a solução, os profissionais passam a projetar com produtos disponíveis no mercado e não mais com objetos



Diogo Veluza, arquiteto e CEO do Collection, plataforma com faturamento milionário que dobra de tamanho a cada ano e é usada por 30 mil profissionais _ FOTO/IVAN AMORIN

genéricos em 3D; e com a automatização do memorial descritivo, não precisam fazer a listagem manual de item por item usado no projeto.

A inovação surgiu a partir de uma iniciativa anterior, que propõe a lojas de acabamentos um simulador para apresentar aos clientes os materiais aplicados. É que com a catalogação de revestimentos e outros itens, a empresa viu uma oportunidade de facilitar o trabalho de arquitetos e de designers. “Tínhamos uma grande biblioteca e notamos que isso poderia ser usado não apenas pelas lojas de acabamentos, mas por profissionais que oferecem projetos completos. Ampliamos a biblioteca e as funcionalidades para que os projetos se tornassem realistas, favorecendo a semelhança entre a proposta e a execução”, conta o arquiteto e CEO, Diogo Veluza.

Da equipe formada por 25 pessoas, seis se dedicam exclusivamente à catalogação de produtos como revestimentos de pisos e de paredes, louças, metais, mesas, cadeiras, decoração, entre outros. “Nascemos como um protótipo, aprendemos no caminho, tivemos apoio da Evoa Aceleradora, do Sebrae e de outros atores do ecossistema e ganhamos escala. Por isso, temos o objetivo de colaborar com o crescimento de parceiros, sabendo que entre 80% e 90% dos escritórios de arquitetura no Brasil têm até cinco pessoas e que



Malu Romancini é advogada e sócia da startup Glocal, que oferece solução para quem quer importar e exportar; depois do alto investimento, startup começou a faturar _FOTO/IVAN AMORIN

a profissionalização pode ser um desafio”, acrescenta Veluza. Ele revela que para os próximos capítulos da jornada, a intenção é alcançar o cliente final, com funcionalidades para orçamentos e compra de produtos.

MERCADO INTERNACIONAL

Com o objetivo de conectar todas as pontas do mercado internacional, a Glocal foi lançada em julho de 2022 depois de participar do programa de desenvolvimento de ideias que ocorre no Inovus, ambiente de inovação que funciona na ACIM com apoio de parceiros como Sicoob, Sebrae e Evoa Aceleradora. O serviço oferecido pela *startup* é voltado para quem quer importar e exportar.

“A empresa que quer acessar o mercado internacional procura um despachante que faz apenas parte do processo. O contrato de seguros, a procura de fornecedor ou de comprador fora do país e outros detalhes são feitos à parte. Buscamos resolver essas necessidades em um lugar só, com uma solução completa”, conta Malu Romancini, advogada e sócia da *startup* junto a profissionais que possuem experiência no ramo.

Foi durante a passagem pelo Inovus que Malu

e os sócios fizeram a primeira versão da plataforma, que entrega as soluções para o comércio internacional de forma automatizada. O investimento no *software* foi realizado por meio de um programa disponibilizado aos participantes do Inovus, o Sebraetec, que subsidia até 70% de custo com inovação.

Segundo Malu, depois de testar a primeira versão, os sócios estão trabalhando em melhorias para a segunda versão. “Conseguimos fazer orçamento na hora para cotar câmbio, despachante... temos tudo tabelado. Alguns itens ainda não conseguimos imediatamente, mas conseguimos mais rápido do que da forma tradicional. Queremos reduzir o custo para o cliente e agilizar o processo por meio de tecnologias, links com órgãos governamentais, *blockchain* para validação de documentos, geração automatizada de documentos. No futuro, queremos incluir sistemas de bancos”, explica.

Malu ressalta que o investimento no sistema foi alto e a *startup* começou a faturar há pouco tempo. A ideia é pleitear uma vaga em um ambiente de aceleração para fazer o negócio crescer. “Já temos clientes e estamos fazendo parcerias para oferecer os serviços da maneira estratégica”, ressalta.



Adilson João Jenck, do Instituto Senai: “uma ideia pode trazer inovação para uma região, estado, país sem ser necessariamente inédita. Inovação também é uma questão de cultura organizacional” _FOTO/IVAN AMORIN

Apoio para desenvolver novidades

Segundo o facilitador de inovação do Instituto Senai de Tecnologia em Metalmeccânica, Adilson João Jenck, o conceito do que é inovador foi ampliado e não está mais restrito a iniciativas inéditas ou exclusivamente tecnológicas. “Uma ideia pode trazer inovação para uma região, estado, país sem ser necessariamente inédita. A sociedade pode ganhar com isso se a ideia foi escalonada e capitalizada, se o produto ou processo possuir um diferencial competitivo que vai gerar mais riqueza para a comunidade. A inovação também é uma questão de cultura organizacional”, observa.

Nesse sentido, Jenck entende que os empreendedores têm oportunidades de aproveitar o apoio oferecido pelo ecossistema de inovação, cujos atores podem aprofundar conexões para atrair interessados. O Senai, por exemplo, tem institutos que oferecem pesquisas, estudos de desenvolvimento de materiais, suporte para a criação de protótipos para empreendedores e empresas de qualquer tamanho.

No Instituto Senai de Tecnologia em Metalmeccânica estão disponíveis equipes técnicas multidisciplinares para ajudar a tirar projetos do papel, a validar e a melhorar protótipos – entre as ideias abraçadas pelo instituto em Maringá estão um secador de erva-mate, o leito hospitalar robótico e tecnologia avançada para colheitadeiras. São designers, engenheiros das áreas mecânica, eletrônica, mecatrônica, eletroeletrônica e outras que se envolvem no desenvolvimento da solução de acordo com a expectativa dos empresários.

“Apoiamos ideias que possuem potencial de ganhar mercado. É possível acessar esse suporte por meio de contrato direto ou por meio de editais de fomento, alguns com poucos inscritos. São serviços que estão disponíveis para ajudar o mercado e beneficiar a sociedade, basta ficar de olho e inscrever a iniciativa”, diz Jenck.

Personalização e instagramável, as tendências da gastronomia

Personal chef, restaurantes para poucos clientes e menu degustação entram na lista de novidades oferecidas por empreendedores locais

Viajar é descobrir paisagens, pessoas e sabores de regiões e países. Como a gastronomia é uma das principais lembranças, muitos querem sentir novamente os sabores do Mediterrâneo, das comidas asiáticas ou prato típico do Maranhão e outras iguarias regionais e exóticas. Para atender a esses desejos, restaurantes e empreendedores investem em mudanças no cardápio e também na forma de servir. Até novos nomes estão sendo incorporados à moderna gastronomia: *catering personal* é um buffet personalizado. O antigo rodízio dá vez ao *finger food*, ou seja, pequenas

porções para comer com as mãos, como camarão ao molho agridoce.

Nem o prosaico churrasco escapou. A imagem do tradicional “churrascão” composto pelo “tio” fazendo espetinhos, pão de alho, linguiça e vinagre foi substituída por carnes nobres e cortes diferentes. Assim como ocorreu com as hamburguerias, hoje gourmetizadas.

E se o cliente quer sentir o paladar daquele prato além-mar no aconchego do lar em Maringá ou outra cidade da região, o *chef* Vinicius Pires Martins está a postos. Empreendedor e professor,



“Cliente tem a flexibilidade de montar o cardápio. No restaurante ele não tem essa opção”, diz o chef Vinicius Martins, que na foto está ao lado do sócio Mateus Sala _FOTO/IVAN AMORIN



Fernanda Fontes Duque montou a Levanzo Sunset Bistro ao lado de uma academia de beach tennis: “aqui parece uma praia” _FOTO/IVAN AMORIN

junto com a equipe, ele recebe desafios semanais para elaborar pratos de um cardápio personalizado. Martins cozinha desde os 17 anos e se aperfeiçoou durante três anos em Roma e Milão. Em Maringá, dedica seu fogão aos eventos corporativos e particulares.

Em sociedade com Mateus Sala, criou o Help na Cozinha, empresa especializada em cursos e eventos gastronômicos, além de prestar consultoria. Dali surgem entradas desde os autênticos frutos do mar ao sofisticado churrasco. “Ser *personal chef* é servir na comodidade da residência ou no salão de festa do condomínio onde o cliente tem a flexibilidade de montar o cardápio. No restaurante ele não tem essa opção”, explica.

Junto à comida exclusiva, os garçons podem estar vestidos à caráter, de acordo com as origens do prato ou da história da iguaria. Os exigentes clientes não só pedem ostras, mariscos e pratos transoceânicos como existem aqueles que fazem dieta com restrições alimentares. “O importante é o sabor, independente da restrição. Algo chique e que faça bem”, afirma.

A feijoada também tem nova versão, com costela e bacon defumados. “Quem viaja muito quer reviver experiências aqui. Exigem cortes e acompanhamentos especiais. E a gente inova e personaliza”.

O *chef* lembra de um cliente que viajou por grandes cidades do mundo e queria sentir, em Maringá, os sabores de um prato que experimen-

tou em Dubai. “Fomos buscar ostras frescas, trufas e outros itens por 15 dias antes do evento. A logística é grande e por isso precisamos de longo prazo junto aos fornecedores.”

Para garantir a qualidade e o frescor, muitos pratos são preparados no local do evento ou na casa do cliente. É o próprio Martins quem faz o contato com os fornecedores, desde captação, entrega e logística para o transporte de equipamentos, insumos e funcionários. Em suma, o *chef* sintetiza que “hoje é o restaurante que vai ao cliente e não o contrário”. E isso vale não só para a região de Maringá. Há clientes de São Paulo, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina.

Diante da demanda, a empresa conta com equipe de 16 profissionais incluindo os do setor financeiro e limpeza. Em geral, até em eventos corporativos houve mudança no tradicional *buffet*. Até então os convidados sabiam o que encontrariam: o tradicional filé ao molho madeira, arroz e salpicão. Agora a tendência é a personalização. É a vez da comida japonesa, árabe, peixes, massas e outros sabores do mundo.

Um *personal chef* sabe atender um evento corporativo com a maestria daqueles dirigidos a poucas pessoas. Martins, por exemplo, já atendeu somente um casal: o marido que fez uma surpresa para a esposa, que ficou encantada diante do sofisticado jantar oriental.

A tradicional mesa de frios está dando lugar aos aperitivos especialmente preparados. Saem os



Maysa Kagueyama, do Jardim Secreto Cozinha, cujo cardápio é alterado semanalmente: “isso é desafiador e exige criatividade. Faz parte da nossa proposta: surpreender sempre!” _FOTO/IVAN AMORIN

queijos e surgem camarões rosas empanados com gergelim ao molho picante e agridoce. Não se consume mais por quantidade, mas pela qualidade.

Personalizar o evento é fazer com que cada convidado tenha saudades de sabores. É saborear com os olhos diante de pratos que merecem ser fotografados para as redes sociais: os pratos contemporâneos são belíssimos e instagramáveis.

Essa virada nas apresentações gastronômicas ocorre há alguns anos, mas tomou força no pós-pandemia. Martins acredita que muitos tiveram que se reinventar, já que alguns *buffets* não conseguiram sobreviver a um período tão difícil e longo. Quem conseguiu, agora colhe frutos. Os sobreviventes servem mesas bonitas, pratos saborosos e paisagens gastronômicas.

SAUDÁVEIS

Fernanda Fontes Duque, da Levanzo Sunset Bistro, tem seu restaurante anexo a uma academia de *beach tennis*. Não é difícil adivinhar que os pratos acompanham a vida saudável dos clientes.

Experimentar um *toast* de peito de peru ou almoçar um *poke* de salmão é maravilhoso. Ou um *wrap* de alcatra: tiras suculentas da carne, com guacamole cremosíssima, cenoura, cebola roxa e

queijo prato derretido.

Fernanda conta que faz muito sucesso o *wrap* de peito de peru. Vem com pasta de beterraba à base de ricota, folhas de rúcula e manjericão. Tem ainda a versão de cogumelos: um mix de *shitake* e cogumelos paris refogados, combinados com pasta de ervas e o toque especial do *confit* de tomate. “Tudo muito leve. Estamos anexos a uma academia e aqui parece uma praia”, comenta.

SABORES E TEXTURAS

Outra tendência é transformar casas para receber pequenos grupos. É o caso do Jardim Secreto Cozinha. “Trabalhamos com menu completo, que muda semanalmente. Isso é desafiador e exige criatividade. Faz parte da nossa proposta: surpreender sempre!”, explica a sócia Maysa Kagueyama.

Ela deixou a engenharia para empreender na gastronomia e saboreia a nova fase. “Na verdade, não exercia a engenharia. Fui proprietária de uma confecção até 2018, mas sempre fui apaixonada pela cozinha. No ano seguinte resolvi mudar e com minha sócia montamos o Jardim Secreto”.

Maysa conta que os clientes valorizam não só a exclusividade do ambiente, mas a qualidade dos pratos: “sempre digo que a comida tem que ter



Chef Juliano Filogenio, da Spinone Cozinha Italiana: aposta no menu degustação que muda todo mês e em breve vai ofertar degustação de vinhos nacionais e trufas de pequenos produtores _ FOTO/IVAN AMORIN

personalidade, não pode ser algo raso”, afirma. São vários outros aspectos que vão além da beleza: texturas (como a crocância) e sabores que realçam outras sensações como a acidez.

Uma bela entrada pode ser uma salada de folhas, brotos e frutas, folhado de queijo *brie* e molho de jabuticaba. Ou uma *bruschetta* de *shimeji*. Tudo criação de Maysa e companhia.

O prato principal é o “ossobuco do Jardim” com mousseline de batata. “Diferente do que as pessoas imaginam, nosso ossobuco (músculo com osso) é leve e delicado para ser servido no jantar”, completa. Para finalizar, uma sobremesa de creme *brulée*, um clássico da confeitaria francesa.

MENU DEGUSTAÇÃO

Quem também está um passo à frente é a Spinone Cozinha Italiana. Os proprietários perceberam que os pratos servidos em muitos restaurantes de Maringá refletiam tendências das décadas de 1980 e 1990. Substituíram a tradicional *trattoria* por um restaurante com *glamour*, democratizando a alta gastronomia e o mundo dos vinhos.

O *chef* Juliano Filogenio, com passagens por conceituados restaurantes com a famosa estrela Michelin, observou que a tendência era o menu degustação ou o confiança, aquele elaborado de forma em que o comensal desconhece o que vai comer, deixando a critério do *chef*.

No Spinone, o menu degustação é trocado todos os meses. São cinco ou seis pastos e o que o cliente mais gostar, pode pedir novamente. “Fizemos um teste. Colocamos o menu à la carte e o degustação. Para nossa surpresa, os clientes gostaram muito e hoje 90% das reservas são para o menu degustação”, explica.

Outro passo ousado foi a introdução de equipamentos como o defumador portátil. A defumação é feita numa cúpula de vidro: quando o prato chega, o cliente percebe o aroma da carne que vai degustar.

Nos próximos meses, a Spinone vai apresentar a degustação de vinhos nacionais. A ideia é apresentar vinhos naturais, muitos de fermentação espontânea. Será uma rica experiência para conhecer os produtos de pequenos produtores. “Vamos mostrar que o Brasil sabe fazer bons vinhos e azeites, além do excelente café. Estamos lapidando com produtores que fazem produtos de qualidade em pequena escala. Na Serra Gaúcha, por exemplo, descobrimos as trufas de Sapucaí. Vamos mesclar a cozinha italiana com toques de ingredientes nacionais”, adianta o *chef*.

Na mesma oportunidade, os clientes poderão experimentar um queijo da Fazenda Atalaia conhecido como “Tulha da Serra da Mantiqueira”, um produto premiado e comparado aos grandes queijos parmesão do mundo.

Unidos e fortalecidos

Em busca de visibilidade e negócios, núcleos do programa Empreender constituídos recentemente registram conquistas e planejam estratégias para amadurecimento do setor



>>> A instalação de uma instituição financeira é uma das demandas do Núcleo Empresarial de Iguatemi, conta Marcio Bernardi Gil; Cresol vai abrir uma agência lá até o final do ano _ FOTO/IVAN AMORIN

A falta de uma instituição financeira em Iguatemi, distrito de Maringá, traz prejuízos não apenas para os comerciantes, mas para a comunidade, que precisa se deslocar até Maringá ou Mandaguaçu. Por isso, os membros do Núcleo Empresarial de Iguatemi (NEI), que faz parte do programa Empreender, decidiram que um dos desafios do grupo seria atrair uma agência bancária para o distrito.

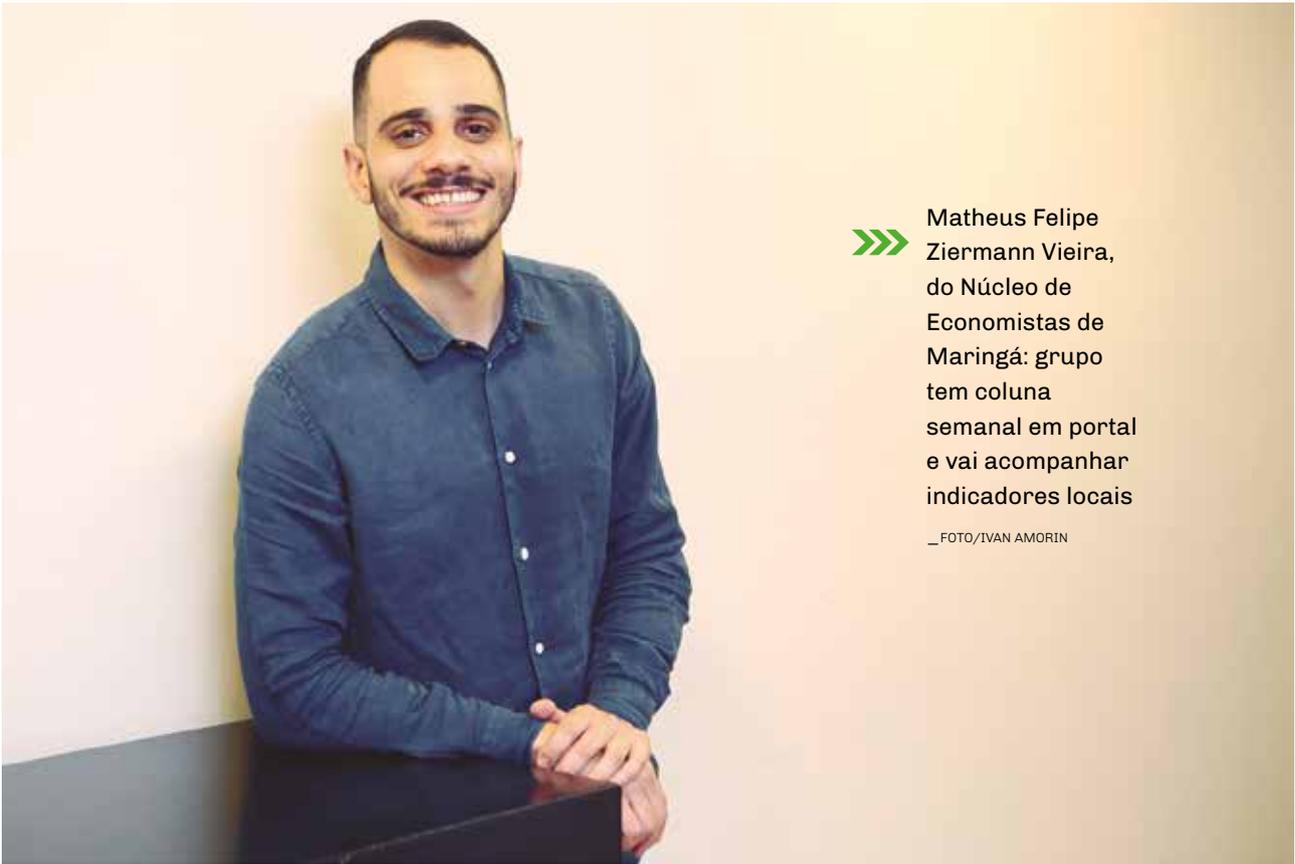
A missão está prestes a ser cumprida: até o fim do ano a Cresol deve abrir uma agência com estrutura completa, com caixas eletrônicos, gerentes e atendentes. Os diretores da cooperativa já fazem a seleção dos possíveis locais. A decisão pela instalação da agência veio após reuniões dos empresários com o gerente da Cresol de Maringá, Maicon Gasparetto, com o superintendente, Jackson Joaquim, e com o presidente da cooperativa, Luiz Carlos Colombo. "Iguatemi tem boa infraestrutura para se vi-

ver e potencial de desenvolvimento", afirma o coordenador do NEI, Marcio Bernardi Gil.

Constituído em setembro de 2022, o núcleo é multissetorial, formado por empresários de todos os portes. O objetivo do grupo é fortalecer a infraestrutura do distrito. "Quando decidimos lançar o núcleo foi para aproximar as empresas do distrito e, assim, ajudar os empresários a sair do isolamento", comenta.

O núcleo também promove treinamentos presenciais para colaboradores e empresários. Conta com representação no Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) para apresentar e ouvir demandas locais. "A ideia é proporcionar o desenvolvimento das empresas e fomentar a economia de Iguatemi", acrescenta.

Entre as reivindicações do grupo estão a demarcação de números prediais e a instalação de placas com os nomes de ruas em todos os



Matheus Felipe Ziermann Vieira, do Núcleo de Economistas de Maringá: grupo tem coluna semanal em portal e vai acompanhar indicadores locais

_ FOTO/IVAN AMORIN

cruzamentos; instalação de lixeiras nas ruas e avenidas comerciais e de recreação; instalação de pista para caminhada com academia da terceira idade; calçamento emborrachado ou similar em parquinhos públicos; repavimentação de algumas ruas (mapeamento dos piores trechos e definir prioridades); adequação das praças (urbanização compatível no *layout* com as de Maringá); e construção de uma trincheira de acesso ao distrito.

Também estão na agenda a instalação de um posto de saúde com atendimento no mínimo até as 22 horas com médicos para emergências; e reativação do Destacamento do Corpo de Bombeiros mesmo que seja com funcionários municipais com caminhão pipa e salva vidas civis.

NÚCLEO DE ECONOMISTAS

O núcleo de Iguatemi é um dos 84 do programa Empreender, que na ACIM existe desde 2000. É por meio de núcleos setoriais e multissetoriais que os associados fazem capacitações, *networking* e projetos sociais, além de trocas de experiências dentro do lema 'Unir para crescer'. O Empreender reúne mais de 1,2 mil empresários entre os cinco mil que constituem a Associação.

Criado há menos de um ano, o Núcleo de Economistas de Maringá (Necom), quer formar parcerias para aprimorar o ecossistema econômico de Maringá, por meio de serviços de inteligência de alto valor agregado. O pouco tempo de trabalho não impediu conquistas importantes para os 12 integrantes.

O consultor John Cesar de Souza enumera algumas ações do núcleo: apresentações das demandas dos profissionais ao Conselho Regional de Economia; produção semanal de reportagem sobre economia regional para o portal GMC Online; palestras de cenário econômico para empresários e educação financeira para estudantes durante a Semana Maringaense de Educação Financeira. "O grupo tem se esforçado para disseminar a atuação e relevância do economista em todos os segmentos", sintetiza o consultor.

Matheus Felipe Ziermann Vieira, também envolvido com o núcleo, adianta os indicadores que os economistas devem acompanhar neste ano: saldo de emprego, preço médio dos combustíveis, inflação de Maringá, número de MEIs, balança comercial, movimentação do aeroporto, poupança, crédito concedido e arrecadação ISS.



»»» Custo e prazo são cruciais no setor logístico e têm sido o foco do trabalho do núcleo setorial, conta Mauro Augusto Montagnini _FOTO/IVAN AMORIN

LOGÍSTICA

O Núcleo de Logística tem buscado proporcionar mais conhecimento para seus 11 membros. Por meio de palestras e evento para *networking*, o coordenador de planejamento logístico do Grupo Virgínia, Mauro Augusto Montagnini, diz que o foco é vencer os principais desafios do setor. "Um dos principais é atender à exigência do mercado com o menor custo e prazo possíveis, tendo em conta que os clientes finais estão mais exigentes. Não tem como fazer logística de qualidade sem ter foco no cliente. Se não me preocupo, o concorrente vai fazer e possivelmente vou perder esse cliente", diz.

Nesse sentido, o núcleo participou de reunião de planejamento orçamentário da logística do Paraná para 2035. "Abordamos a possibilidade de melhorar ferrovias entre Maringá e Paranaçu. A logística é ampla e discutir o futuro dessa área é importante para nós e para o Brasil", comenta Montagnini. "Precisamos melhorar a infraestrutura, desconcentrar do modal rodoviário, aumentar nossa capacidade de armazenagem de insumos e materiais, reduzir custos

e tornar o setor mais competitivo para gerar resultados ainda melhores para as empresas", acrescenta.

Para movimentar diversos públicos ligados à logística, o núcleo promoveu palestra sobre gestão de frotas, que mobilizou mais de cem pessoas. Outra iniciativa foi palestra sobre logística ministrada para alunos da Unicesumar. Para este ano, mais eventos para gerar conhecimento e integração: em comemoração ao Dia do Motorista, em 25 de julho, o núcleo realizará ação junto ao Grupo G10.

Atuando no setor há dez anos, Montagnini diz que tem conseguido cumprir seu objetivo pessoal no núcleo. "Como intraempreendedor acredito que participar do núcleo tem aberto portas para realizar meu sonho de ser palestrante na área e dar aulas, a fim de compartilhar o conhecimento que venho acumulando", comenta.

Para o coordenador do núcleo, Leon Marcato de Castro, "estamos exercendo bem nas atividades industrial e comercial. O núcleo veio encorpar essa projeção. É importante



▶▶▶ Michael Tamura, do Núcleo de Cafés Especiais: empresários querem criar rota turística, com visitação em propriedades e experiências em cafeterias _FOTO/DIVULGAÇÃO

para quem está começando a ingressar na área e outros a entender a linha logística. É uma grande escola”.

Castro ressalta ainda que entre os núcleos há várias parcerias que favorecem o amadurecimento das empresas participantes. “Como são vários setores, eles se completam. No caso da logística, há um reflexo no marketing, consultoria financeira, seguros. Isso enriquece a nossa atividade junto a outros núcleos”, completa.

CAFÉ ESPECIAIS

Composto por 20 empresas de toda a cadeia, entre produtores, empresas de torrefação, cafeterias e fornecedores, o Núcleo de Cafés Especiais quer fortalecer o setor e difundir o grão de qualidade entre os consumidores. “Antes nosso medo era de não deixar o café especial virar uma moda passageira”, lembra o coordenador do núcleo, Michael Tamura.

Em todo o país, o setor está fortalecido por meio das grandes redes de franquia e produtores. “A curiosidade do público faz o mercado

ficar aquecido. As pessoas estão aprendendo a tomar café”, diz.

O bom momento vai ao encontro do trabalho do núcleo criado no ano passado. Após desenvolver um site próprio, o www.cafesespeciaismaringa.com.br, os empresários querem oferecer ainda neste ano um roteiro turístico, mediante compra antecipada de experiências personalizadas nas cafeterias que fazem parte do grupo.

Outra meta é oferecer uma rota turística, com visitação em propriedades e experiências em cafeterias. Com apoio do Sebrae, o grupo já deu início à formatação do serviço, que poderá ser ofertado por agências de turismo locais, prevendo diferentes rotas e tempos de duração.

A união tem fortalecido a cadeia produtiva, proporcionando maior nível de maturação em relação a outras cidades produtoras e de mesmo porte de Maringá. Esse fortalecimento do setor também deve ajudar a atrair novos integrantes: a expectativa é que até o fim do ano sejam 30 empresas.

Gestão eficiente para pequenas empresas

Com nove pilares e metodologia própria, programa desenvolvido pela ACIM e Sebrae ajuda na maturidade da gestão; participação tem custo acessível

Um de cada cinco pequenos negócios fecha as portas após cinco anos de atividade. Entre os Microempreendedores Individuais (MEIs) o número é ainda maior: um em cada três. É o que revela um estudo do Sebrae. Contribuem para esse triste cenário a falta de acesso ao crédito e problemas de gestão.

Uma outra pesquisa, agora da ACIM, confirma a necessidade de melhorias da gestão, já que um estudo do final de 2021 apontou que 79% dos empresários maringuaenses gostariam de obter ajuda por meio de programa específico.

A partir dessa constatação, a entidade viu a necessidade – e a oportunidade – de criar um produto de gestão, com premiação e selo de qualidade. Foi assim que, em parceria com o Sebrae/PR, nasceu o programa Excelência no Nível Empresarial (ENE), lançado em abril. Já são mais de 50 micro e pequenas empresas participantes.

A assistente de Qualidade do ENE, Aline Beatriz Caporusso Gomes, explica que a proposta é exercer a razão de existir da Associação Comercial. “Queremos ser mais atuantes e eficientes na multiplicação de conceitos de excelência empresarial, promovendo desenvolvimento”, afirma.

Para isso, a equipe técnica da ACIM e consultores do Sebrae/PR elaboraram a metodologia baseada no Modelo de Excelência em Gestão (MEG), da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). A metodologia também tem embasamento na Filosofia Lean, no sistema Toyota de produção, na ISO 9001 e no Ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*, ou em português, Planejar, Fazer, Verificar e Agir. “Mapeamos o que há de melhor no mundo em gestão”, enfatiza.

Aline cita que ao serem identificados esses fundamentos, cruciais para que as empresas atinjam



Aline Beatriz Caporusso Gomes, assistente de Qualidade do ENE: “são mudanças de hábitos que implementam nova cultura focada em processos e resultados” _FOTO/IVAN AMORIN

excelência em gestão, foram selecionados nove pilares estratégicos: Processos sistêmicos; Gestão da informação, Conhecimento e comunicação; Liderança e gestão de equipe; Resultados e lucratividade; Visão estratégica; Gestão de relacionamento; Inovação e adaptabilidade; Sustentabilidade; e Cultura organizacional.

Divididos em três esferas, os pilares representam os níveis de maturidade da organização. Os cinco primeiros, por exemplo, compreendem a gestão básica para que o negócio seja sustentável, organizado e otimizado. “Já a segunda esfera, que abrange Inovação, Relacionamento e Sustentabilidade, é para obter gestão avançada com cresci-



Modelo de excelência foi testado por organizações mundo afora, apresentando resultados eficientes em negócios de diferentes tamanhos e setores, diz a consultora Patrícia Santini, do Sebrae_ FOTO/IVAN AMORIN

mento de forma estratégica e planejada”.

Por fim, a terceira esfera inclui apenas a Cultura organizacional porque se trata de um pilar que abrange todos os níveis e representa a etapa em que o negócio atinge maturidade. “Essa abordagem garante resultados consistentes pelo fato de estipular padrão de operação e de monitoramento, que garante visão assertiva. Ou seja, são mudanças de hábitos que implementam nova cultura focada em processos e resultados”, sintetiza a gerente.

TRILHA DE CRESCIMENTO

A consultora Patrícia Santini, do Sebrae/PR, ressalta que ter um caminho ou modelo de sucesso faz toda a diferença. “Ainda mais quando esse modelo de excelência foi exaustivamente testado em empresas de diversos setores e inspirado em modelos criados por organizações mundo afora, apresentando resultados eficientes em negócios de diferentes tamanhos e setores”.

Além disso, o conhecimento foi compilado em metodologia simplificada, que compõe uma trilha com duração de quatro meses, aplicada com o auxílio de consultores credenciados do Sebrae. “A ideia é proporcionar relatórios e análises sobre gestão e aprendizagem que auxiliem



Agnaldo de Jesus Rossini, do colégio Mater Dei, contratou uma empresa de consultoria para ajudar na formatação de preços e indicadores financeiros, e agora, com o ENE, implantou régua de cobrança_ FOTO/IVAN AMORIN

na melhoria contínua, conectando os participantes aos demais serviços da ACIM e do Sebrae”, esclarece Patrícia.

A participação na jornada, que custa R\$ 600, compreende diagnóstico, seguido da elaboração do plano personalizado de ação. Depois, a equipe do Sebrae, composta por especialistas nos nove pilares acompanha o processo de execução por meio de consultorias individuais e *workshops* práticos. “Inclusive, profissionais especialistas do estado vão conduzir alguns *workshops* para que os participantes tenham acesso ao que há de melhor”, destaca.

Por fim, a etapa de auditoria verifica o desempenho das empresas, sendo que as que atingirem pontuação mínima - 65 de 100 - serão reconhecidas em cerimônia, com premiação e entrega de selo de qualidade. Nesta primeira edição, o evento será em outubro. “Estamos otimistas, e a expectativa é de que o programa ENE seja realizado anualmente, impulsionando o amadurecimento na gestão”, declara Patrícia.

O primeiro passo é acessar o site www.programaene.com.br e realizar o autodiagnóstico gratuito para identificar o nível da gestão. A resposta será enviada de forma automática por e-mail em alguns minutos, com os pontos de melhoria.

MUDANÇAS E RESULTADOS

O diretor financeiro do colégio Master Dei, Agnaldo de Jesus Rossini, buscava auxílio há tempos e, por isso, optou por ingressar no diagnóstico mais minucioso do ENE, assim também poderia usufruir de acompanhamento e direcionamento para soluções específicas. “Tenho buscado ferramentas de gestão para o meu segmento. Estou com expectativas positivas porque sei do potencial do programa”, afirma.

Rossini tem feito mudanças na empresa desde 2013, quando passou a atuar na área administrativa e iniciou o projeto de crescimento estrutural e em gestão. Para isso, contratou uma empresa de consultoria. “Buscamos esse auxílio para a formatação de preços da mensalidade, para acompanhar mensalmente os números e alcançar baixo índice de inadimplência. Os resultados foram positivos”, conta.

O processo de melhorias, no entanto, precisava de continuidade e, por isso, Rossini aproveitou a oportunidade. “O lançamento do programa ENE coincidiu com a minha busca por ajuda”. Embora ainda esteja no início do atendimento, ele conta que está implantando as soluções sugeridas. Uma delas é na área financeira e consiste na utilização de régua de cobrança e de controles financeiros apurados. “Também estamos estudando a mudança do regime tributário”, acrescenta.

PROGRAMA ENE É COORDENADO PELO INOVUS, DA ACIM

Inovações voltadas para a gestão compõem a essência da Inovus, *hub* de soluções da ACIM, e, por isso, o espaço de inovação foi escolhido para coordenar o programa ENE. De acordo com o presidente do Inovus, Lucas Peron, lá também são oferecidas conexões e teste de ideias para empresas de pequeno e médio portes. “A proposta do programa tem sinergia com o Inovus”, frisa.

De acordo com ele, o trabalho tem sido realizado com foco em impulsionar o crescimento das empresas, tornando-as mais competitivas e sustentáveis. “Essa metodologia única privilegia empresas locais. Temos certeza de que será possível oportunizar um salto na maturidade da gestão”.

Peron destaca que as transformações estão mais rápidas e desafiadoras e, por isso, os negócios precisam desenvolver gestão e inovação para se manterem competitivos. “O programa fará toda a diferença porque aborda todos os pilares da gestão e oferece suporte na implementação de ações. Isso tudo com um custo simbólico e subsidiado pela ACIM e Sebrae”, declara.



Lucas Peron, do Inovus, que coordena o programa ENE: oportunidade para um salto na maturidade da gestão

_ FOTO/IVAN AMORIN

Conheça os nove pilares do programa ENE, divididos em três esferas que sinalizam o progresso de maturidade em gestão:

Esfera	PILAR	DESCRIÇÃO	QUESTIONAMENTO
1ª ESFERA	1 Processos sistêmicos	Propõe mapeamento, análise e monitoramento dos processos como forma de realizar controle diário e melhoria para garantir a satisfação do cliente e a qualidade do produto e serviço	<i>Sua empresa presta orientações claras aos colaboradores e acompanha a execução das atividades?</i>
	2 Gestão da informação, conhecimento e comunicação	Gerenciamento da informação em duas vertentes: dados e comunicação interna para manter o conhecimento organizacional e desenvolver análise crítica; estratégias de marketing para promover identificação com a marca e fidelização dos clientes	<i>Sua empresa compartilha informações?</i>
	3 Liderança e gestão de equipe	Definição de atividades e responsabilidades de cada cargo para ter equipe de alta performance. Para isso, é preciso proporcionar desenvolvimento pessoal por meio de competências de liderança e monitoramento de desempenho	<i>Sua empresa tem atividades definidas, treinamento contínuo e ações de incentivo?</i>
	4 Resultados e lucratividade	Desenvolvimento da gestão econômica e financeira, por meio de indicadores e planejamento, análise de investimentos e processos de fluxo de caixa para o negócio ser sustentável e lucrativo	<i>Sua empresa tem controle financeiro e identifica lucro mensal?</i>
	5 Visão estratégica	Atingir o crescimento por meio da análise de ambientes interno e externo, planejamento, metas, indicadores de desempenho e gestão de resultados	<i>Sua empresa tem perspectiva e plano de ação traçado?</i>
2ª ESFERA	6 Gestão de relacionamento	Identifica as necessidades e expectativas das partes envolvidas: clientes, fornecedores, parceiros, órgãos públicos e mercado	<i>Sua empresa estabelece interação, tem plano de fidelização e monitora canais de relacionamento?</i>
	7 Sustentabilidade	Desenvolvimento sustentável com foco ambiental e social. A abordagem envolve desde o cumprimento da legislação ambiental à acessibilidade e projetos sociais	<i>Sua empresa faz o descarte correto de lixo e realiza ações socioambientais?</i>
	8 Inovação e adaptabilidade	Capacidade de adaptação às mudanças constantes e inesperadas e de identificar oportunidades, gerar ideias inovadoras, ter flexibilidade e avaliar resultados	<i>Sua empresa observa mudanças no comportamento dos clientes e faz pesquisa antes de lançar um produto?</i>
3ª ESFERA	9 Cultura organizacional	Razão de existência da empresa que fundamenta ações, comportamentos e o caminho a ser trilhado pelos colaboradores	<i>Sua empresa tem valores, princípios e padrões de conduta definidos e praticados?</i>

Fonte: Programa ENE

Bom para expositores, bom para visitantes

Feiras são oportunidades de divulgação, prospecção, negócios, acesso a tecnologias e novidades, com ganhos para todos os lados, inclusive segmentos que oferecem serviços para atender visitantes



Janice de Fátima Paltanin e Antônio Carlos Hopco, dos Pijamas Dorminhoco, participam de feiras e têm loja temporária no litoral do Paraná: estratégia para alcançar um público amplo e impulsionar giro rápido das mercadorias _FOTO/IVAN AMORIN

Antônio Carlos Hopco e a esposa, Janice de Fátima Paltanin, têm praticamente uma loja sob rodas faz 16 anos. É que desde que começaram a fabricar pijamas, eles participam de feiras e eventos em cidades das regiões Sul e Sudeste, e passam três meses por ano em uma loja temporária em um shopping no litoral do Paraná. Para eles, este foi o caminho para consolidar os Pijamas Dorminhoco. “Começamos a participar de feiras e eventos como estratégia para alcançar um público amplo e, assim, impulsionar o giro rápido das mercadorias”, afirma Hopco.

Com a experiência, ele diz que o caminho para o sucesso é, em primeiro lugar, ter produtos de qualidade. Outra dica que nas feiras vale ouro é

ter grade de numeração. E, para isso, segundo o empresário, não dá para descuidar da linha de produção. “Fazemos os cortes internamente, mas a costura é terceirizada, o que exige mais atenção para manter o estoque completo”.

Antes de confirmar presença em uma feira, a empresa, localizada no Jardim Santa Helena, em Maringá, procura avaliar as características e demandas da região, para ter certeza que o produto se encaixa no perfil do evento e dos visitantes. O passo seguinte é o que o empresário considera como o maior desafio na participação em eventos: o transporte das mercadorias. Para isso, a empresa investiu em um veículo que comporta tudo: estoque, móveis, manequins, expositores, entre outros.



A Outlet House terá 120 estandes e espera atrair 5 mil pessoas por dia, conta André Barros, do GMC

Eventos _FOTO/IVAN AMORIN

“Hoje temos uma caminhonete e um baú, que inclusive, foram adquiridos com recursos das feiras”, afirma. Segundo Hopco, o transporte próprio garante segurança e comodidade. Quanto à organização e divulgação, os expositores não precisam se preocupar, pois isso fica a cargo da organização. “Sem dúvida, essa é uma vantagem para quem participa, porque podemos nos concentrar em atender bem o cliente e fortalecer a marca”, diz.

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

Tudo junto no mesmo lugar, esta é a ideia de uma feira comercial: reunir empresas para garantir aos visitantes uma experiência completa. E a receita vale para qualquer segmento. Bastam bons expositores, estrutura adequada e, claro, divulgação. Em julho, acontece em Maringá a tradicional Feira Ponta de Estoque, uma oportunidade para comerciantes liquidarem os estoques e se prepararem para receber a nova coleção. Já para os consumidores, trata-se de uma chance de comprar os mais variados produtos com descontos tentadores. Em agosto, uma novidade: quem busca opções para renovar a casa, comprar imóvel ou contratar serviços para condomínios, vai encontrar tudo na Outlet House, que surgiu da fusão da Feira de Imóveis, Exposíndico e Outlet Home.

“Reunimos duas feiras tradicionais em Maringá

para se juntar ao conceito da Outlet House e, assim, entregar uma feira completa no segmento da habitação”, afirma André Barros, do GMC Eventos, que organiza o evento em parceria com VQV Eventos e ACIM, e apoio do Sindicato da Habitação e Condomínios (Secovi) e Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sinduscon/PR-Noroeste).

A Outlet House será em 25, 26 e 27 de agosto nos pavilhões azul e anexo do Parque de Exposições, ambos com cerca de 7,5 mil metros quadrados. “Serão 120 estandes, mas como algumas empresas ocupam mais de um, nossa estimativa é de 80 expositores”, afirma.

O planejamento começou ainda no ano passado. “Estamos desde novembro envolvidos”, diz. A montagem deve iniciar quatro dias antes e exigirá o trabalho de cem pessoas. “Isso sem contar o trabalho dos expositores na montagem dos estandes, que tranquilamente deve chegar a 500 pessoas”, afirma.

A expectativa é receber, em média, cinco mil pessoas por dia. Para garantir boas vendas, a dica da organização é que os expositores caprichem no ponto de venda, ou seja, preparem estandes bonitos. “Além disso, é fundamental ter boas ofertas e condições de pagamento para os visitantes”, diz. A Outlet House terá estacionamento gratuito, praça de alimentação e espaço kids.



Bruno Acabamentos participará pela primeira vez de uma feira, mas pretende participar de outras; estoque não será problema, já que empresa tem e-commerce, produz e importa, diz Roberto Bruno da Silva Júnior _ FOTO/IVAN AMORIN

ESTREIA COMO EXPOSITOR

No mercado desde 2012, a loja Bruno Acabamentos participará pela primeira vez de uma feira, na Outlet House e, ao que tudo indica, será apenas o primeiro passo no universo dos eventos. O empresário Roberto Bruno da Silva Júnior está animado, tanto que escolheu entre os 52 funcionários das duas lojas de Maringá quem estará escalado para trabalhar na feira. Ele também definiu os produtos que serão expostos no estande. Serão torneiras, kits de banheiros, duchas higiênicas e chuveiros. "A ideia é levar itens de marca própria para exposição e divulgação do nosso trabalho e, posteriormente, fecharmos os negócios", afirma.

Segundo Silva Júnior, a Outlet House surgiu como oportunidade para ampliar a divulgação da empresa. "Será uma experiência positiva, já que estaremos em contato direto com público qualificado, ou seja, consumidores de Maringá e região interessados em investir em suas casas", afirma. Outro detalhe que o empresário precisou levar em conta para participar foi a capacidade de estoque, o que não é um problema, já que a empresa tem e-commerce, produz e importa. "Isso, sem dúvida, nos dá confiança para oferecer produtos sem medo, sabendo que vamos conseguir honrar aqui

lo que foi firmado com o cliente", diz.

Embora ainda não tenha definido o cronograma de participação em outras feiras, esta é uma das metas do empresário: expandir a atuação não só em Maringá, mas em outras cidades e possivelmente em outros estados. "Depois dessa experiência vamos preparar os próximos passos, planejar a logística e a estratégia para ampliar o alcance da empresa e, conseqüentemente, aumentar o faturamento".

CAPTAÇÃO DE EVENTOS

Se de um lado estão os empresários dispostos a participar de feiras e eventos para aquecer as vendas, do outro, está o trabalho contínuo para atrair essas opções para Maringá. Empresário do setor de eventos há mais de dez anos, Michael Tamura assumiu neste ano a presidência do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, que trabalha para fomentar o turismo. Segundo ele, um dos principais objetivos da entidade é captar eventos e, para isso, é preciso destacar os pontos positivos da cidade, como a segurança pública e a facilidade de locomoção.

"Passada a pandemia, retomamos nossa participação em feiras como a ExpoTurismo, para

atrair oportunidades para Maringá. A ideia é descentralizar a realização de eventos em grandes centros, como São Paulo e Rio de Janeiro, e destacar os atributos de Maringá”, afirma. Cada vez que a cidade sedia um evento de médio porte, atrai consumidores de outras cidades, o que ajuda a impulsionar a hotelaria, transporte, gastronomia, empresas de som e luz, entre outros. “Esse fluxo de visitantes contribui para a economia local e fortalece nossa reputação como destino turístico em ascensão”, diz.

Segundo Tamura, sabendo dos fatores positivos da cidade, o desafio é formatar produtos turísticos e ampliar o tempo de permanência dos visitantes. “Nosso desejo é que quem vier para um evento, tenha interesse de ficar mais alguns dias na cidade, afinal, não só Maringá, mas a macrorregião tem potencial turístico”, afirma.

ALÉM-FRONTIERAS

Para quem quer dar um passo maior no universo dos eventos, o Instituto Mercosul mostra o caminho da internacionalização dos negócios. Segundo o presidente Aluizio Andreatta, que é consultor em comércio exterior e agente de cargas internacionais, as missões empresariais são ótimo ponto de partida, já que possibilitam a troca de experiências com empresários de outros países e o acesso a tecnologias e inovações.

“Existe um calendário mundial de feiras de diversos segmentos, que proporcionam experiência enriquecedora para os visitantes. Além de conhecer as novidades e tecnologias em outros países, as viagens geram crescimento cultural, por isso, são tão relevantes para os empresários que querem estar um passo à frente”, afirma.

Com mais de 25 anos, o Instituto Mercosul promoveu, em parceria com a ACIM, missões empresariais para o Japão, Cingapura, Vale do Silício e Dubai e está organizando uma missão em outubro para a Canton Fair, em Guangzhou, na China. “É a maior feira de negócios do mundo, que abrange uma ampla gama de setores”, diz.

Já para o ano que vem o Instituto Mercosul está prevendo uma viagem para Israel. “Quem quiser participar, não precisa se preocupar com documentação, hospedagem e outros detalhes. Tudo fica a cargo da nossa equipe”. Outro detalhe importante é que, segundo Andreatta, a participação em feiras internacionais não é indicada apenas



Aluizio Andreatta, presidente do Instituto Mercosul: “existe um calendário mundial de feiras de diversos segmentos, que proporcionam experiência enriquecedora” _FOTO/IVAN AMORIN

para representantes de empresas consolidadas, mas para pequenos empresários que desejam ampliar o negócio acessando o mercado internacional. “Também somos responsáveis pela emissão de certificados de origem e de livre venda, além de oferecermos cursos e treinamentos sobre comércio exterior”, diz.

É LEI

Foi na gestão de José Claudio Pereira Neto, em 2001, que a realização de feiras e exposições, em Maringá, passou a ser regulamentada por lei. Segundo o texto, além das feiras livres, como a do Produtor, estão autorizadas no município aquelas que tiverem unicamente a finalidade de exposição, exceto as que fizerem parte do calendário oficial de eventos da cidade, como a Expoingá, as de iniciativa do município ou as promovidas pela ACIM ou Sivamar, já que as duas entidades representam os interesses do comércio e da indústria. Quaisquer outras iniciativas com caráter de venda no atacado ou varejo serão passíveis de multas, interdição e cassação de alvará da empresa promotora.

Sustentável, prédio antecipa futuro de instituição financeira

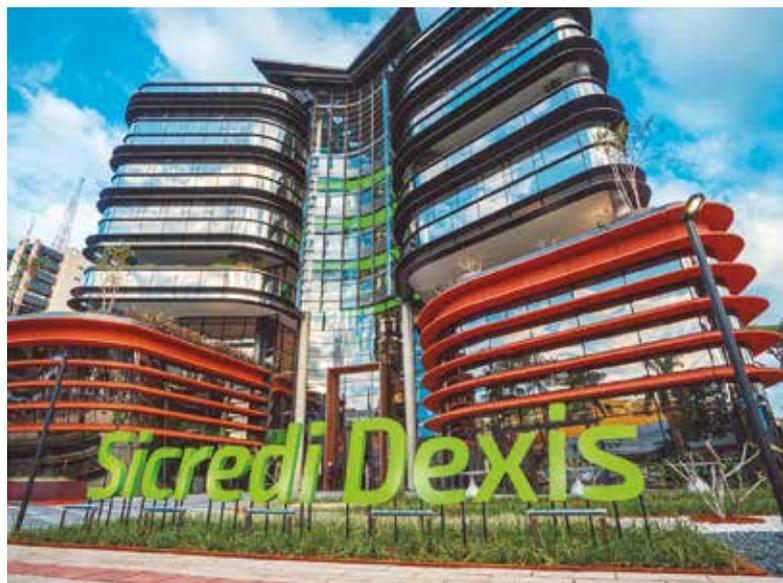
Sicredi Dexis inaugura sede que pleiteará certificação internacional de prédios verdes; nas duas torres há espaços para uso da comunidade

No Brasil menos de cem prédios têm certificação Leed Platinum, maior pontuação concedida pela U.S. Green Building Council a edifícios verdes. É este selo que a Sicredi Dexis vai pleitear para a nova sede, inaugurada em maio. Com mais de 20 mil metros quadrados divididos em duas torres, o prédio chama a atenção na região central de Maringá, onde está instalada a administração da cooperativa de crédito com atuação no Paraná e em São Paulo. Com 111 agências, a Dexis é a maior cooperativa do Sistema Sicredi.

Mais do que beleza, a obra que levou quatro anos para ser concluída é tecnológica e sustentável. Conta com estação meteorológica no topo dos seis andares para medir a incidência de sol e chuva para controlar a abertura e fechamento das persianas. O prédio tem sistema de automação para medir o consumo de energia elétrica, água, concentração de gás carbônico, iluminação, ar-condicionado e diversos equipamentos. O acesso aos ambientes se dá por controle facial.

Com projeto dos maringaenses Edson Yabiku, arquiteto que mora em Londres, e do irmão Wilson Yabiku, engenheiro, o prédio utiliza soluções tecnológicas, como painéis e películas fotovoltaicas na cobertura para captação de energia solar para reduzir o consumo de ar-condicionado e, conseqüentemente, de energia elétrica. De encontro à sustentabilidade, a sede privilegia iluminação natural, tem queda d'água para a redução do calor e telhado verde. Há, ainda, sistema de captação de água da chuva para atender toda a demanda de torneiras dos banheiros, irrigação e descargas de vasos sanitários.

Nos subsolos há vagas exclusivas para caronas solidárias, bicicletário com vestiário para incentivar o uso de bicicletas e estação para carregamento de carro e patinete elétrico. No térreo e primeiro andar há espaços para uso dos associados da cooperativa e da comunidade, como auditório com mais de 300 lugares, *coworking*, espaço do conhecimento (semelhante a uma biblioteca) e local para



Com atuação no Paraná e em São Paulo, Sicredi Dexis inaugura sede de 20 mil metros quadrados em Maringá

— FOTO/DIVULGAÇÃO

exposição, que conta a história do cooperativismo e da Dexis, com visita agendada e gratuita. Há ainda cafeteria e salão de beleza ofertados por empresas locais.

O presidente Wellington Ferreira explica que o prédio reflete o futuro de uma instituição financeira. Isso porque, com a tecnologia e os aplicativos, não é necessário ir a uma agência para fazer transações financeiras, mas o prédio deve ser usado para relacionamento com os associados e conexões com a comunidade, por meio dos espaços gratuitos. Na agência que funciona lá não há circulação de dinheiro físico. “A obra teve início antes da pandemia, e mesmo diante de todas as mudanças nas relações de trabalho e de consumo, não fizemos nenhuma mudança no projeto, justamente porque é uma obra futurística”, conta.

No prédio onde trabalham 300 colaboradores há obras de arte e móveis assinados por *designers* brasileiros renomados, a exemplo de Sergio Rodrigues, Jorge Zalsupin, Studiobola e Jader Almeida. A execução foi da construtora Plaenge.



FOTO/DIVULGAÇÃO

ASSOCIADO DO MÊS

Com 14 anos, a Alfazema tem investido na abordagem humanizada e em protocolos exclusivos desenvolvidos para profissionais da área da saúde e clientes finais. Um dos diferenciais da farmácia de manipulação é o atendimento cuidadoso e atencioso. “Acreditamos que esse relacionamento próximo é fundamental para estabelecer conexão genuína com aqueles que confiam em nossos serviços”, conta a diretora Fernanda Biava Vera. Ela assumiu a direção em 2009, depois de oito anos atuando no mercado de manipulação. Emissoras de rádio e redes sociais são os principais meios de divulgação da empresa que conta com 40 fornecedores e 14 colaboradores. Com a pandemia, o atendimento que era somente presencial se estendeu para o telefone e WhatsApp. A farmácia fica na rua Joaquim Nabuco, 366, Zona 4. O Instagram é @alfazemamanipulacao, e o Facebook e YouTube, Alfazema Farmácia de Manipulação, o contato é pelo telefone (44) 3028-5363.

PONTA DE ESTOQUE ACONTECE EM JULHO

Com cerca de 250 estandes, a Feira Ponta de Estoque será realizada pela ACIM e Sivamar de 12 a 15 de julho das 10 às 22h, no Parque de Exposições em Maringá. Com organização do ACIM Mulher, o evento reunirá expositores de diversos setores, como confecções, calçados, sebo, móveis e eletrodomésticos, além de praça de alimentação. A expectativa é receber, em quatro dias, 150 mil visitantes em busca de descontos e dos serviços como corte de cabelo de graça. A entrada será gratuita, mas o estacionamento será pago, com renda total para entidades sociais.

FOTO/DIVULGAÇÃO



EMPRESÁRIO DO ANO

José Armando Quirino dos Santos, da Catamarã Engenharia e Empreendimentos, receberá o Prêmio Empresário do Ano em 29 de setembro. Ele foi escolhido, em 26 de junho, por uma comissão formada por representantes das quatro entidades promotoras do prêmio – ACIM, Sivamar, Apras e Fiep –, além de prefeitura de Maringá, Câmara Municipal, Instituto ACIM, Codem, Sindicato dos Jornalistas e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau. Antes, 26 entidades indicaram nomes de empresários de quaisquer segmentos que expandiram os negócios no último ano e com participação ativa na comunidade.

Zeca Quirino, como é conhecido, é engenheiro civil e fundou com a esposa, a também engenheira civil Marcela, a Catamarã. Foi um dos fundadores do Maringá Apoiando a Recuperação de Vidas (Marev). É vice-presidente do Sinduscon/PR-Noroeste e integra a Câmara Imobiliária da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC). É pai de Bruno, Eduardo, Rodrigo e Marcelo, sendo que os dois últimos são engenheiros e sócios-diretores da empresa da família. No ano passado o ganhador foi o advogado e consultor Marcio Rodrigo Frizzo, da Certeza Consultoria e da Frizzo e Feriati Advocacia Empresarial.

AÇÕES MARCAM FEIRÃO DO IMPOSTO

Diversas iniciativas foram realizadas ao longo de maio para marcar o Feirão do Imposto, conscientizando a população sobre a alta carga tributária brasileira, que representa 33% do Produto Interno Bruto (PIB), segundo o Instituto de Pesquisa de Economia Aplicada (Ipea). A programação teve início com a exposição de dois veículos durante a Expoingá para mostrar o quanto os impostos representam no preço final. Sem imposto, houve venda de chope na Horus Cervejaria, sorvete na Seu Belarmino, chá e pão nos supermercados Condor, gasolina no Posto Horto Florestal, estacionamento do Maringá Park e colchão na Bioposture. A programação contou ainda com *talk show* sobre reforma tributária e peça teatral para a conscientização fiscal. Maringá passou a ter lei municipal que instituiu a Semana Municipal de Conscientização sobre a Carga Tributária, que será realizada anualmente na terceira semana de maio. Foi uma proposição do vereador Onivaldo Barris. O feirão teve organização do Copejem. Nacionalmente a organização foi da Confederação Nacional dos Jovens Empresários (Conaje) e no Paraná, a Faciap Jovem foi responsável por disseminar o projeto em dezenas de cidades.

COMITIVA DE KAKOGAWA

Para comemorar os 76 anos de Maringá e os 50 anos de irmandade entre as duas cidades, uma comitiva de empresários e lideranças de Kakogawa esteve em Maringá em maio. O itinerário incluiu recepção no Parque do Japão; sessão de outorga do título de Cidadão Honorário ao prefeito de Kakogawa, Yasuhiro Okada, na Câmara Municipal; e almoço na ACIM em 8 de maio.

FOTO/IVAN AMORIN



CAMPANHA DO AGASALHO

Com apoio de parceiros como os colégios São Francisco Xavier, Mater Dei, Objetivo, Saint Helena e Regina Mundi; condomínios; Somaco; Consórcio Triângulo e o Maringá Park, que disponibilizou uma loja vazia para receber doações; o Instituto ACIM realizou mais uma campanha do agasalho que arrecadou roupas, calçados e cobertores novos e usados. As doações foram destinadas, em junho, à Associação dos Amigos do Hospital Universitário Regional de Maringá, projeto Estrela Mãe (Paiçandu), Núcleo Social Professora Hanako Kinoshita Pasquali (Sarandi), Rede Feminina de Combate ao Câncer (Maringá) e Associação Indigenista de Maringá. Parte também foi entregue para o Provopar Maringá.

FOTO/IVAN AMORIN





CODEM TEM NOVA DIRETORIA

Jeane Nogaroli assumiu a presidência do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) para a gestão 2023, numa cerimônia que reuniu mais de 200 pessoas na sede da ACIM em 28 de abril. Tomaram posse os integrantes da plenária, que conta com representantes de diversas entidades, além do comitê gestor e de oito câmaras técnicas: Urbanismo, Educação, Saúde, Financeira e Seguros, Turismo, TIC, Smart e Agronegócio. Durante o evento, foi assinado protocolo de cooperação entre prefeitura, UEM e Codem para a formação de um banco de projetos para Maringá. O Codem tem na vice-presidência Mohamad Ali Awada Sobrinho e Lucas Peron, ambos diretores da ACIM. Já o presidente de honra é o prefeito de Maringá.

ENERGIA COMPARTILHADA REDUZ CONTA DE LUZ

Participar da Cooperativa de Energias Renováveis (Coer) pode baratear em até 20% a conta de luz. Podem fazer parte pessoas jurídicas ou físicas que tenham fatura mensal de energia elétrica com valor mínimo de R\$ 500.

A Coer foi fundada em outubro de 2019 com o principal objetivo de beneficiar cooperados e também associados da ACIM com desconto na fatura de energia elétrica, o que acontece por meio da compensação de créditos gerados de forma limpa e renovável sob a gestão da cooperativa.

Para se tornar cooperado, o interessado pode fazer contato pelo 0800 600 9595, WhatsApp 44 99172-0937 ou e-mail coer@acim.com.br. Será preciso enviar a fatura para análise da equipe e, mediante aprovação, também a documentação para filiação e posterior integralização das quotas-partes. “Será possível usufruir do desconto de até 20% sobre os créditos injetados na fatura. O cooperado fará parte de um modelo de negócio democrático, o cooperativismo, e ainda contribuirá para a transição a um modelo energético mais sustentável”, diz o presidente da Coer, Michel André Felipe Soares.

MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR

Mais de 30 empresas maringaenses receberam, em 24 de abril, a certificação GPTW ranking ACIM, exclusiva para associadas. É a chancela de excelente lugar para trabalhar, como um reconhecimento à valorização do ambiente organizacional. Foram premiadas quatro categorias: de 10 a 29 colaboradores, de 30 a 99 colaboradores, de 100 a 999 e mais de mil funcionários. Para participar, os colaboradores das empresas participaram de uma pesquisa confidencial de clima organizacional, sendo necessário atingir no mínimo nota 70, de um total de 100. A própria ACIM foi certificada.



ESCOLA DE NEGÓCIOS



JULHO

Oratória, a Comunicação na profissão: 3, 4, 5 e 6 de julho

Agro mais rentável: 5 de julho

Contabilidade para não contadores: 12 e 13 de julho

Negociação, cobrança de dívidas e legislação pertinente: 10, 12 e 14 de julho

Inteligência emocional: motivação e comunicação assertiva em sintonia: 12 e 13 de julho

Departamento Pessoal completo: 12 a 20 de julho

CPA-10 - Investimento financeiro: 17 de julho a 2 de agosto

CPA 20 - Investimento financeiro: 17 de julho a 4 de agosto

A excelência no atendimento ao cliente: 18 e 19 de julho

Workshop Como construir uma mentalidade de sucesso: 18 de julho

Liderança Integral: 19 a 21 de julho

Maestria eSocial SST (Saúde e Segurança do Trabalho): 27 de julho

Neurovendas: 26 a 28 de julho

Gestão de custos e formação de preço de venda: 26 e 26 de julho

Gestão ambiental estratégica: 27 de julho

Gestão de tempo e foco: 31 de julho e 1 de agosto

IMÓVEIS, MÓVEIS E CONDOMÍNIOS

De 25 a 27 de agosto o Outlet House vai reunir, em 120 estandes, imobiliárias, construtoras, lojas de móveis, decoração e tintas, administradora de consórcios, empresas de energia solar e ar-condicionado, além de serviços para condomínios, como administradora e seguradora. Com entrada e estacionamento gratuitos, a feira será das 10 às 22h no Parque de Exposições e contará com praça de alimentação, *food truck* e área kids. O evento é resultado da união da Feira de Imóveis e Exposíndico, tendo realização da ACIM, Sinduscon/PR-Noroeste, Secovi e GMC Eventos.

ESPAÇO NO METAVERSO

A ACIM inaugurou espaço no Metaverso durante a Expoingá, apresentando três ambientes de experiência de realidade virtual. Por meio de um óculos 3D, foi possível conhecer a galeria de presidentes que fisicamente fica no prédio da Associação Comercial, um mirante com uma visão aérea privilegiada da Catedral e um terceiro espaço que percorreu, de forma aérea, a Expoingá. Agora a equipe está desenvolvendo uma segunda etapa para oferecer uma experiência virtual, por meio de óculos, em que o usuário terá a impressão de estar nas instalações físicas. Além da galeria dos presidentes, será criada versão virtual do Inovus, que apresentará os demais setores para quem visitar a ACIM no metaverso. A ferramenta permitirá que representantes de associações comerciais e empresários de todo o país possam conhecer a entidade.

FOTO/IVAN AMORIN



EXPEDIENTE

Ano 60 - nº 630 - julho/agosto/2023, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 3025-9595 | **Diretor Responsável da Revista Acim** Rodrigo Fernandes | **Conselho Editorial** Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Miguel Fernando, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Bianca Bonbana, Camila Maciel, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Graziela Castilho, Marcelo Bulgarelli, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44 | 3031-7676 | **Editoração** Andréa Tragueta | **Gráfica** Massoni | **Escreva-nos** Rua Basílio Sautchuk, 388, **Caixa Postal** 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br

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



ÓTIMA NOTÍCIA!

Se você é associado ACIM, pode aproveitar nossos convênios com as principais redes de Plano de Saúde de Maringá. Só assim você poderá ter a tranquilidade de saber que terá atendimento médico quando precisar.



**Escaneie o QR CODE
e saiba mais!**

Com uma ampla rede de hospitais, clínicas e profissionais renomados, você terá acesso a uma variedade de serviços de qualidade, desde consultas e exames até procedimentos especializados.

Cuide de você, da sua família e de seus funcionários com todo o conforto e segurança que merecem.



ACIM

70
ANOS
1953 | 2023

 **0800 600-9595**



TecnoSpeed



17 anos construindo uma história de sucesso

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.



Entre as 21 empresas brasileiras que mais cresceram nas Américas em 2022



Ganhadores no Prêmio Nacional de Inovação (2021/2022)



Ganhadores no Prêmio Empresa Inovadora, da Viasoft 2023

Investir em pessoas é a base de nosso negócio

