

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

inovus

ACIM

SICOOB

TERRENO FÉRTIL À INOVAÇÃO

Boas ideias e novos negócios encontram incentivo para prosperar em Maringá, com espaços de inovação, aceleradoras e mentorias; entre os cases bem-sucedidos tem startup adquirida pelo Magazine Luiza e outra que recebeu R\$ 1 milhão de aporte

CHEGOU EM MARINGÁ!



A FIANÇA LOCATÍCIA QUE ESTÁ AGILIZANDO AS LOCAÇÕES DE VÁRIAS IMOBILIÁRIAS PELO BRASIL

COM A LOCAR MAIS O PROCESSO É RÁPIDO, FÁCIL, SEM COMPROVAÇÃO DE RENDA OU FIADOR!

FUJA DA BUROCRACIA FAZENDO PARTE DESSA NOVA ERA DIGITAL, CADASTRE-SE ABAIXO PARA POTENCIALIZAR OS SEUS GANHOS E RECEBA COMISSÕES SEM PAGAR NADA!



www.locarmais.com

Já atuamos em todo Brasil.



**locar
mais**

DO SEU JEITO

VACINAÇÃO COM AJUDA DAS EMPRESAS

Um grupo de mais de 500 economistas, inclusive os ex-ministros da Fazenda Maílson da Nóbrega, Pedro Malan e Rubens Ricupero, assinou uma carta defendendo medidas urgentes de enfrentamento à pandemia no Brasil. No documento enviado ao Ministério da Economia e às presidências da Câmara, Senado e Supremo Tribunal Federal (STF), entre outras medidas, os economistas pedem a aceleração do processo de vacinação.

A vacina é medida imprescindível ao país que ultrapassou 300 mil mortes decorrentes do coronavírus. Entre fevereiro e março, hospitais públicos e privados registraram o limite da capacidade, com filas em Unidades de Terapia Intensiva (UTI) e pacientes aguardando leitos de enfermaria.

Além de famílias dilaceradas pela morte de um ente, o Brasil se vê diante de uma crise econômica, impulsionada pelo desemprego, e milhares de empresas que fecharam as portas ou estão com grandes dificuldades devido a medidas restritivas de funcionamento ou paralisação de suas atividades.

Para 2021, a expectativa é que o país tenha leve recuperação, depois da queda recorde do Produto Interno Bruto (PIB) no ano passado, de 4,1%. Mas o ritmo de crescimento está diretamente relacionado à queda do número de casos e mortes decorrentes da Covid-19 e à manutenção da classe produtiva, o que necessariamente depende de maior agilidade do processo de vacinação.

A imunização no Brasil, até o final de março, estava voltada aos profissionais de saúde e aos idosos, ou seja, há milhares de pessoas que não fazem parte dos grupos prioritários, são economicamente ativas, precisam trabalhar diariamente e estão sujeitas a contrair o vírus, e ainda não sabem quando serão vacinadas.

Uma alternativa para acelerar a vacinação é envolver a iniciativa privada. Não se trata de tirar as doses destinadas aos idosos, pelo contrário, eles devem e vão receber a vacina do governo federal.



Mas é uma alternativa para empregar mais celeridade no processo voltado às pessoas que não fazem parte dos grupos de risco.

Inclusive a decisão da iniciativa privada comprar as doses foi parar na Justiça. Em ação recente, a Associação dos Magistrados ganhou o direito de comprar os imunizantes, e em liminar a Justiça Federal, de Brasília, derrubou a obrigatoriedade da contrapartida de doar vacinas compradas por empresas ao Sistema Único de Saúde (SUS), conforme previsto pela Lei 14.125/21.

A ACIM também ingressou com ação pedindo autorização para a compra dos imunizantes autorizados pela Anvisa para destinar aos associados e seus funcionários. O pedido foi negado pela Vara Federal de Maringá, mas a entidade ingressou com recurso no Tribunal Regional Federal da 4ª Região. Na ação, a Associação Comercial defende a imunização para auxiliar na retomada econômica, sem interferir na cota destinada ao poder público. Também destaca que a iniciativa privada pode arcar com a vacinação dos seus trabalhadores de forma ágil, inclusive várias empresas da cidade já procuraram a entidade mostrando interesse na aquisição. E é importante reforçar: a permissão da compra pela iniciativa privada não vai interferir na campanha do governo federal, não vai tirar doses de idosos nem serão apenas destinadas aos empresários, e sim aos colaboradores das empresas. É uma junção de esforços para minimizar as dores que têm atingido, sem exceção, todos os brasileiros.

MICHEL FELIPPE SOARES É PRESIDENTE DA ACIM

ENTREVISTA

Para a cientista e médica especialista em Imunologia e Oncologia, Nise Yamaguchi, “o mundo não pode parar toda vez que surgir uma nova cepa (de coronavírus). E nem será possível isolar as cepas das outras. O conhecimento tem que servir para buscarmos novos tratamentos”



10

REPORTAGEM DE CAPA

Matheus Machado Gonçalves recebeu R\$ 1 milhão de aporte para a Quem Contrato, que nasceu nos fundos da casa dos pais e recebeu suporte para crescer e encontrar investidores; mas ele não é o único, afinal, há pelo menos 105 startups em Maringá



16

DIREITO

Se os funcionários estão trabalhando em casa, a advogada Cristianne Ganem Kisner explica que caso o empregador faça o controle do início e término da jornada, descaracterizará o regime de teletrabalho; confira na reportagem exemplos de empresas que adotaram o modelo



22

MARKETING

Foi depois de um curso que Marina Queiroz, sócia de Matheus Carvalho na Matheus Car, passou a colocar legenda nos stories e aumentou a interatividade no Instagram; para quem quer ter sucesso, é preciso mostrar ‘autoridade’ no assunto, interagir e trazer conteúdo diversificado



36

Em relação ao texto ‘Projeto de Oscar Niemeyer’, publicado na página 7, da edição de fevereiro-março, ressaltamos que o projeto Ágora não será resgatado em sua totalidade pela prefeitura, e sim o Centro Cultural de Maringá, que contemplará biblioteca e será instalado ao lado do Terminal Urbano



**TRIBUNA
DA MASSA**

Credibilidade que você já
conhece, **ainda mais**
próximo de você.

**Sandro
Ivanowski**

**Roberta
Pittarelli**

Seg a sex, às 12h30
Sábado, às 13h15
Canal 11.1



REDE MASSA



MELHOR CERVEJARIA DO BRASIL É DE MARINGÁ

A Cervejaria Cathedral, de Maringá, foi eleita a melhor cervejaria do Brasil pela quarta vez consecutiva no Concurso Brasileiro de Cerveja, organizado pela Associação Blumenauense de Turismo, Eventos e Cultura. Por conta da pandemia, o evento aconteceu de forma virtual, com os vencedores anunciados em 18 de março. Ao todo, 467 cervejarias competiram em 154 categorias.

De acordo com o sócio André Velloso Reis, a vitória tem impacto positivo para a cidade e reforça a qualidade e consistência dos produtos da marca. “Nosso grande objetivo é sermos reconhecidos no cenário nacional como uma cervejaria de alto padrão” afirma.

Fundada em 2014, a Cathedral tem ainda como sócios Daniel Chaves Garcia da Silveira, Guilherme Willian Gonçalves Palu e Marcelo Camargo Baptistella. O negócio começou com uma microcervejaria com foco na comercialização de cervejas engarrafadas para fora de Maringá. Após dois anos, foi inaugurada um brewpub, tornando a produção local. Com a aceitação do público e a visibilidade conquistada pela participação em premiações, a empresa cresceu e investe na comercialização de cervejas em latas para diversos estados. Ainda assim, cerca de 85% da produção é voltada a bares e restaurantes.



Durante a pandemia a cervejaria está operando pela Cathedral Sports Bar, na avenida XV de Novembro, 170. A fábrica fica na avenida Alexandre Rasgulaeff, 5733, e o telefone é (44) 3246-2796



FRANQUIA DE ESCOLA DE GASTRONOMIA

Fruto do investimento de R\$ 400 mil, os chefs Bruno Marangoni e André Stein abriram, em Maringá, uma franquia da escola de gastronomia Chef Gourmet, que tem 12 unidades no Brasil. “A franquia oferece uma didática diferente, além de cursos que não são encontrados com facilidade no interior do Paraná, como a formação de sommelier (especialista em vinho) e bartender”, diz Marangoni. Os cursos são voltados para quem trabalha na área e para quem quer aperfeiçoar hobbies, inclusive crianças. Há cursos modulares de panificação, confeitaria, pizzaiolo, chef de cozinha profissional, cozinha por hobby, entre outros. Para abrir a unidade, foi necessário reformar as instalações do prédio, que fica na avenida Humaitá, 572.



REFORMA DO AEROPORTO

A reforma do Aeroporto Regional Silvío Name Júnior, de Maringá, deve terminar em abril. O projeto inclui a ampliação da pista de pouso e decolagem - que passará de 2,1 mil metros para 2,380 metros -, além de ampliação de pátios, da Seção Contra Incêndio (SCI) do Corpo de Bombeiros, inserção de pista de taxiamento de aeronaves e implantação do ILS (do inglês, Instrument Landing System), equipamento para auxílio de pousos em condições climáticas adversas. O investimento foi de mais de R\$ 81,5 milhões, oriundos do Governo Federal.

Em 2008, o aeroporto de Maringá chegou a operar cargas internacionais, mas o tamanho da pista e a estrutura de combate a incêndio não atendiam às normas para a prática de voos regulares exigidas pela Agência Nacional de Aviação Civil (Anac). Com a nova estrutura, somada à concessão do Terminal de Cargas (Teca) à empresa mineira Bhzlog, será viabilizado o retorno dessas operações no aeroporto, impulsionando o comércio internacional em Maringá e região.

Com isso, o terminal aeroportuário volta a ser explorado comercialmente para armazenagem, movimentação e liberação de cargas internacionais, tanto aéreas quanto terrestres.

EMPRESÁRIO PARANAENSE NA 'FORBES'

Quando chegou aos Estados Unidos em 1999, Hudson Biondo não tinha experiência com negócios. Hoje ele integra a lista da 'Forbes' dos mil empreendedores mais promissores dos EUA, sendo o fundador da MasterCars, que vende veículos usados e financia automóveis, localizada em Atlanta, capital da Geórgia. Apesar de ter nascido em Assis Chateaubriand/PR, o empresário morou em Maringá de 1995 a 1999 e se considera maringaense.

A 'Forbes' é a mais conceituada revista de negócios do mundo. Na lista em que Biondo é mencionado estão empresários que começaram negócios do zero e superaram as dificuldades da pandemia, faturando até US\$ 10 milhões em 2020. A MasterCars tem faturamento anual de US\$ 6,5 milhões, atendendo mais de oito mil clientes.

O empresário explica que a 'Forbes' entrou em contato com ele por e-mail, pedindo informações, e desde a publicação da lista, tem sentido o impacto desse reconhecimento. "Várias oportunidades de relacionamentos empresariais e grupos de negócios apareceram" comemora.



CÂMARA DE MEDIAÇÃO

Para mediar conflitos que envolvam cooperativas e associações, a Câmara de Mediação da Pluricoop (Cooperativa de Trabalho de Executivos em Gestão e Treinamento) conta com uma plataforma específica (<http://mediacao.pluricoop.coop.br/iniciar>), sem a necessidade de encontro presencial. Ao ingressar, o interessado informa dados pessoais, descreve o conflito e cita como gostaria que fosse resolvido. Depois, o caso será analisado pela Câmara de Mediação. Trata-se de uma forma de resolver conflitos de forma ágil, confidencial, com custos acessíveis e sem acionar a Justiça. A mediação está prevista na Lei 13.140/2015 e pode equacionar questões originadas, por exemplo, de contratos de locação, compra e venda e na área de crédito de pessoas físicas e jurídicas.

CAPACETE AJUDA A EVITAR INTUBAÇÃO

Desenvolvido por professores da Universidade Estadual de Maringá (UEM), o capacete de oxigenação é um equipamento de ventilação não invasiva utilizado para melhorar a oferta de oxigênio para pacientes com Covid-19 e evitar a intubação. O protótipo foi desenvolvido em abril de 2020 pelos professores Luiz Cótica, Gustavo Dias e Ivair Santos, vinculados ao Departamento de Física, e Edson Arpini Miguel, do Departamento de Medicina. Graças ao financiamento da Associação dos Amigos do Hospital Universitário Regional de Maringá (HUM), o equipamento foi aperfeiçoado e diversos capacetes foram produzidos e doados aos hospitais de Maringá e região. Somente no HUM, 120 pacientes utilizaram o equipamento e cerca de 60% conseguiram evitar a intubação.

De acordo com Arpini, o capacete é indicado para casos de média complexidade, facilitando a ventilação ao isolar a cabeça do paciente, o que mantém o oxigênio concentrado e cria um ambiente pressurizado. Além disso, o aparelho é uma alternativa ao cateter nasal e às máscaras faciais com sistema de pressão acopladas ao rosto do paciente. Segundo Arpini, as máscaras são desconfortáveis e não podem ser utilizadas de modo contínuo.

Entre as vantagens do uso do capacete estão o maior conforto do paciente, possibilidade de comunicação com a equipe médica e a oferta de alimentação por meio de dietas líquidas. Em Maringá o aparelho é utilizado no HUM, Hospital Municipal, UPA Zona Norte, Hospital São Marcos e Bom Samaritano.



A MELHOR CIDADE DO BRASIL PARA VIVER

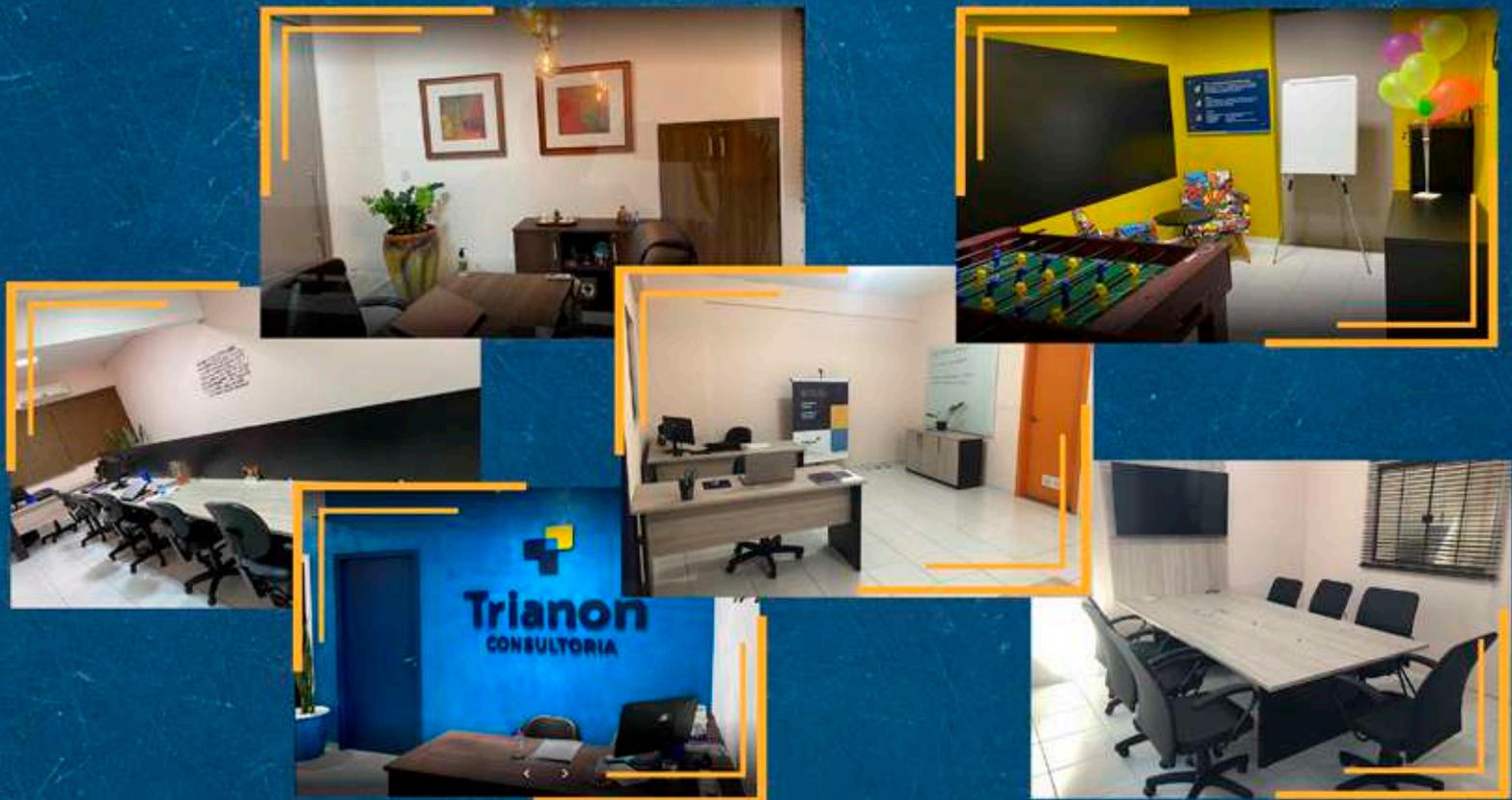
Entre os cem maiores municípios brasileiros, Maringá é a melhor cidade para viver. É o que atesta o Ranking Macroplan 2021, que apresenta os Desafios da Gestão Municipal. O índice, divulgado em fevereiro, leva em conta 15 indicadores de educação, saúde, segurança, saneamento básico e sustentabilidade. Foi a terceira vez que a cidade recebeu o título, liderando o ranking em 2017 e 2018. Inclusive a prefeitura de Maringá realizou reunião com representantes de entidades para agradecer a parceria que tornou a conquista possível (foto).

Maringá também é a 33ª cidade empreendedora do país, entre os cem municípios mais populosos, segundo ranking elaborado pela Endeavor, rede que estimula o empreendedorismo, e Enap, instituição ligada ao Ministério da Economia, também divulgado em fevereiro. Neste caso, Maringá se destacou nos sete pilares avaliados para o crescimento de um negócio: Ambiente regulatório, Qualidade da infraestrutura, Acesso à capital (Crédito), Mercado, Capital humano, Inovação e Cultura empreendedora.



CONTRATE CERTO, CONTRATE

TRIANON CONSULTORIA



CONHEÇA NOSSOS EIXOS

- Consultoria em Recursos Humanos
- Consultoria em Recrutamento e Seleção
- Universidade Corporativa
- Programas de Coaching e Mentoria
- Consultoria em Negócios
- Constelação Empresarial



Great
Place
To
Work.

Certificado
08/10/2020 - 08/10/2021
BRASIL



Av. João Paulino V. Filho, 305 - Sala 108, Zona 01, Maringá/PR

(44) 3037-0110 | [f](#) [i](#) [in](#) /trianonconsultoriaoficial | [globe](#) www.trianonconsultoria.com.br



Quem é?

Nise Yamaguchi

O que faz?

Cientista e médica especializada em Imunologia e Oncologia

É destaque por?

Foi cotada para ser ministra da Saúde e é referência em tratamento oncológico

por Rosângela Gris

O MUNDO NÃO PODE PARAR TODA VEZ QUE SURGIR UMA NOVA CEPA

Em meio à escalada desenfreada de casos e mortes por Covid-19 no Brasil, a médica Nise Yamaguchi, especializada em Oncologia e Imunologia, reitera seu discurso em defesa do tratamento precoce contra o novo coronavírus.

Natural de Maringá, mas há anos morando em São Paulo, a oncologista é uma das médicas entusiastas do uso da hidroxocloroquina para tratar pacientes com Covid-19 e foi cotada para assumir o Ministério da Saúde no ano passado.

A doutora Nise afirma que o medicamento é eficaz contra a doença e queixa-se dos ataques àqueles que defendem o tratamento precoce. “Se falar em tratamento precoce, é bem possível que a matéria não possa ir para o ar, não possa ser postada no Youtube e Facebook porque é considerado fake news”, lamenta.

A médica também é contrária ao isolamento social e à vacinação obrigatória, posições que defendeu durante a sua visita a Maringá, em fevereiro. Ela veio à cidade natal para uma palestra na ACIM, onde falou sobre resiliência e superação em tempos de Covid-19:

A SENHORA DEFENDE O TRATAMENTO PRECOCE AO CORONAVÍRUS. O QUE ISSO SIGNIFICA?

O vírus entra na célula por meio de receptores e se multiplica usando a máquina celular. Há medicamentos que diminuem a entrada do vírus na célula e medicamentos que ajudam a diminuir a capacidade do vírus de se ligar a essa máquina celular, onde criará novos vírus. Os tratamentos precoces e preventivos têm como bases as vitaminas e zinco, que são elementos que protegem exatamente de infecções virais. Os tratamentos precoces são aqueles iniciados nos momentos iniciais dos sintomas, mesmo antes do diagnóstico. Alguns pacientes que tomam ivermectina preventivamente, por exemplo, têm tido menos infecções. Há dois esquemas placebos: um com hidroxocloroquina, azitromicina, zinco e vitamina D. Outro utiliza ivermectina com ou sem a hidroxocloroquina. Há um estudo em andamento que faz a comparação desses dois protocolos.

POR QUE HÁ TANTA RESISTÊNCIA À HIDROXOCLOROQUINA?

Há resistência porque funciona e é barata. Na realidade, a manutenção da pandemia interessa a muitas pessoas. Belém/PA, por exemplo, estava com problema seríssimo de falta de leitos. Tinham mais de cem pacientes para internar nos hospitais particulares. Os pacientes estavam morrendo nos carros, em casa, no corredor, no pronto-socorro, sem conseguir vagas nas UTIs. Quando começaram a usar os tratamentos precoces, descolapsaram o sistema. Redes hospitalares que usaram protocolos que incluem ivermectina, hidroxocloroquina, azitromicina, zinco e vitamina D tiveram redução brutal de internações. Também diminuíram em 90% a incidência de mortalidade. O que vejo é um conflito de interesse. Pessoas que estão condenando o tratamento precoce não declararam que têm acordo com indústrias farmacêuticas que vendem remédios mais caros. Outra coisa que precisa ficar clara é que o tratamento precoce não compete com as vacinas. Ele é inclusivo. Se houver vacinas boas, eficientes e seguras a curto, médio e longo prazos, não tem problema. Só que as vacinas que estão surgindo ainda não protegem 100%. Então ainda há quem precise de tratamento precoce.

QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS ERROS E ACERTOS DO BRASIL NO COMBATE À PANDEMIA?

O primeiro erro foi 'fique em casa'. Outra coisa foi dizer que todo mundo que morria estava morrendo de Covid sem verificar. Os números foram inflados. Outro erro foi estimular somente EPIs e aparelhos de respiração em detrimento do tratamento precoce. Foi errado priorizar a criação de UTIs e fazer hospitais de campanha. Foram gastos enormes porque nos hospitais de campanha nada funciona. Outro erro absurdo é esta agressão a quem tenta tratar precocemente. Há uma mídia que trabalha intensamente contra os tratamentos precoces, somente priorizando a hospitalização. Por outro lado, os exemplos de um Brasil que dá certo são aqueles que fizeram tratamento precoce, como Porto Feliz/SP, Belém/PA e o estado do Amapá.

QUAL SUA OPINIÃO SOBRE A EFICÁCIA E A OBRIGATORIEDADE DAS VACINAS DISPONÍVEIS ATUALMENTE NO BRASIL?

Elas não devem ser obrigatórias. Em primeiro lugar, quem já teve Covid talvez não deva fazer a vacina porque pode ter reações inflamatórias como ocorre, por exemplo, com quem já teve dengue. Não foi possível fazer a vacina da dengue porque o paciente desenvolve dengue hemorrágica em alguns casos. Porque é assim: você causa uma inflamação de novo e quem já esteve na UTI pode ter uma nova inflamação. Outra coisa, quem tem doenças autoimunes talvez possa desenvolver mais doenças autoimunes. Em relação a quem tem câncer, nenhum paciente que está em quimioterapia e com imunidade baixa foi testado. Essas terapêuticas com vírus inativados ou atenuados são delicadas para pacientes imunodeprimidos. Quem tem Aids talvez também não devesse se vacinar. Não há dados sobre a eficácia nem a longo e médio prazos. Autorizar, de forma automática, tudo o que a OMS [Organização Mundial de Saúde] está autorizando é temerário.

O SURGIMENTO DE NOVAS CEPAS DO CORONAVÍRUS PREOCUPA?

É preocupante porque toda hora vão surgir novas cepas. Agora o mundo não pode parar toda vez que surgir uma nova cepa. E nem será possível isolar as cepas das outras. O conhecimento tem que servir para buscarmos novos tratamentos.

A SENHORA É FAVORÁVEL AO RETORNO PRESENCIAL DAS AULAS?

Sem dúvida. As crianças estão ficando deprimidas. E achar que todas as crianças têm iPhone ou computador para ter aula remota é irreal. Essas crianças não estão comendo o lanche que costumavam comer. Estão sendo vítimas de abusos sexuais que não estão sendo detectados, porque era a escola quem fazia este papel muitas vezes. Há casos de violência doméstica. O consumo de álcool e drogas entre jovens aumentou. Estamos criando uma geração de incapazes e de pais que não conseguem trabalhar porque precisam ficar em casa cuidando dos filhos. Estamos criando uma sociedade surreal. O que está acontecendo é a manutenção do estado de exceção baseado no medo que é gerado todos os dias.

HOUVE EXAGEROS NO LOCKDOWN?

Total. Existem exageros nas ações, usa-se o medo para submissão. Não pode fazer manifestação. Tirou-se o direito democrático de ir e vir. Há pessoas sendo açoitadas na Bolívia porque estão sem máscaras. Qual motivo há para ter que fechar às 23h? O vírus só pega até as 23h? Não. Devíamos estender os horários de funcionamento dos estabelecimentos para diluir o fluxo.

NOVA VERSÃO DO APP

Baixe o app, conheça e use
todas as novidades:

EXTRATO DE
COPARTICIPAÇÃO

CARTÃO
VIRTUAL

BOLETOS

Unimed

CLIENTE

GUIA
MÉDICO

LIBERAÇÃO
DE GUIA
POR FOTO

E MUITO
MAIS

Registro Eletrônico de Saúde – RES

Agora você pode liberar o acesso ao seu histórico clínico e melhorar o atendimento médico com base no seu perfil. E ainda acessar os Resultado de Exames de onde estiver.



Unimed 
Maringá

VAMOS CONVIVER COM MAIS PANDEMIAS?

Na realidade sempre convivemos. O mundo não parou por causa da Aids, H1N1, Sars-Cov 1, malária, dengue e chikungunya. Os seres humanos invadiram os biomas terrestres e estão numa guerra biológica. Temos que ser criativos e eficientes nessa luta. Somos muito passivos.

SEU NOME FOI COTADO PARA ASSUMIR O MINISTÉRIO DA SAÚDE NO ANO PASSADO. COMO FOI ISSO?

Todos querem ter alguém com protagonismo na função de ministro, mas acredito que acabei sendo útil fazendo ações fora do ministério. Ajudi o conselho científico do ministério, contribuí com o gabinete de crise da Presidência da República. Atualmente coordeno um comitê de gestão de governança do TCU [Tribunal de Contas da União] formado por voluntários e atuo com empresários do Brasil inteiro. Há mais de dez mil médicos que a gente treinou. Também fui útil cuidando dos meus pacientes com câncer e de pacientes com Covid. Ou seja, há muita coisa além de ser protagonista do ministério de maior orçamento da União.

PENSA EM CARREIRA POLÍTICA?

Tive várias ofertas, mas acho que vou continuar cientista. Estou pensando em pedir um *green card* de cientista e ficar um tempo fora e um tempo aqui. Eu viajava muito e fazia trabalho com comunidades científicas no exterior. E aí não cabe parte política. Neste momento não tenho experiência legislativa nem partidária. Só se me for pedido alguma coisa específica, aí posso pensar. Mas a política partidária não é o meu perfil. Tenho perfil de idealizadora de programas e implementadora de ações, não para discussão semântica de portarias e leis.

MARINGÁ É SUA CIDADE NATAL. QUAIS MEMÓRIAS GUARDA DAQUI?

As melhores. Eu brincava na rua, tinha liberdade de ir e vir. Quando criança, ia sozinha para a escola andando no meio do Parque do Ingá ou pegava carona com o leiteiro. Estudei piano, inglês e japonês. Fui bandeirante da igreja metodista. Tive acesso a uma formação extraordinária, uma formação sólida, moral e cívica.

“O MUNDO NÃO PODE PARAR TODA VEZ QUE SURGIR UMA NOVA CEPAS. E NEM SERÁ POSSÍVEL ISOLAR AS CEPAS DAS OUTRAS. O CONHECIMENTO TEM QUE SERVIR PARA BUSCARMOS NOVOS TRATAMENTOS”



“OS TRATAMENTOS PRECOSES E PREVENTIVOS TÊM COMO BASES AS VITAMINAS E ZINCO, QUE SÃO ELEMENTOS QUE PROTEGEM DE INFECÇÕES VIRAIS. OS TRATAMENTOS PRECOSES SÃO AQUELES INICIADOS NOS MOMENTOS INICIAIS DOS SINTOMAS, MESMO ANTES DO DIAGNÓSTICO”

58
ANOS

Uma jornada feita por
15 mil Cooperados.

RAÍZES FORTALECIDAS
PELO COOPERATIVISMO.



 cocamar

TERRENO FÉRTIL À INOVAÇÃO

Boas ideias e startups encontram incentivo para prosperar em Maringá, com espaços de inovação, aceleradoras e mentorias; entre os cases bem-sucedidos tem startup adquirida pelo Magazine Luiza e outra que recebeu R\$ 1 milhão de aporte

por Rosângela Gris

Soluções e práticas para problemas reais de mercado. Estas são as fórmulas que têm feito as startups emergirem no Brasil em meio ao cenário de dificuldades econômicas. A criação de pequenas empresas, com ideias tecnológicas e grande potencial de crescimento, tornou-se uma alternativa para empreendedores, principalmente em tempos de hiperdigitalização favorecida pelo crescente potencial dos smartphones e da capacidade de distribuição de dados.

“Os serviços pela internet estão mais acessíveis. A pandemia ajudou a acelerar este processo ao tornar latente problemas existentes e mudar a rotina de milhões de brasileiros. Há quatro anos havia três aplicativos de delivery. Com o isolamento social, surgiram gargalos e eles se multiplicaram”, explica o consultor do Sebrae/PR Nickolas Kretzmann.

Este cenário de adaptação e aceleração da transformação digital impulsionou a abertura de negócios. Um levantamento recente do Sebrae mapeou 1.434 startups no Paraná, aumento de 39% em relação à edição anterior da pesquisa, que contabilizou 1.039 registros no segundo semestre de 2019. O estado é o segundo com mais startups, atrás de São Paulo, com 3,9 mil, segundo a Associação Brasileira de Startups. No Brasil, são cerca de 13,3 mil.

O crescimento chama atenção porque 377 startups que participaram do Mapeamento das Startups Paranaenses 2020/21 foram criadas no ano passado. “O Paraná está surfando esta onda e se consolidando como terreno fértil à inovação no país”, afirma o consultor.

E para isso conta com a colaboração da região noroeste, um dos celeiros de startups e negócios inovadores do interior. O total na região passou de 43, em 2017, para 119, em 2019, e agora chegou a 175 negócios. Kretzmann acredita que o número possa ser ainda maior, já que as respostas ao questionário ocorreram de forma espontânea.

O centro deste ecossistema é Maringá, a quarta cidade do estado com mais startups, totalizando



NICKOLAS KRETZMANN, CONSULTOR DO SEBRAE: “O PERFIL EMPREENDEDOR É UM DOS DIFERENCIAIS DA CIDADE. OUTROS PONTOS IMPORTANTES SÃO AS CONDIÇÕES FAVORÁVEIS DE FOMENTO, CAPACITAÇÕES, MENTORIAS E ESPAÇOS DE INOVAÇÃO”

105 empresas. Nenhuma surpresa dada à cultura empreendedora e às conexões entre os atores locais. Aqui, os empreendedores encontram espaços e incentivo para criar e desenvolver soluções inteligentes. “O perfil empreendedor é um dos diferenciais da cidade. Outro ponto importante são as condições favoráveis no que diz respeito ao fomento, capacitações, mentorias e espaços de inovação. Por fim, há capital para investimento”, cita o consultor do Sebrae.

Ele acredita que a condição de polo do setor

ESPAÇO PARA INOVAR

Um dos aspectos que contribuem para o aumento de startups em Maringá é a implantação de espaços de incentivo à inovação e a troca de informações como o Inovus. O laboratório fica no segundo piso do prédio da ACIM e, segundo a A5 Arquitetura para Negócios – escritório que assina o projeto –, foi projetado para ser o coração e o cartão de visitas da entidade. “A ACIM sempre busca soluções para atender os associados. Gestão e inovação são os pilares da atual diretoria, pensando nisso foi criado o espaço Inovus, onde os empreendedores podem se conectar e ter acesso a práticas e conteúdos inovadores. O foco é trabalharmos com inovação empresarial”, destaca a gerente operacional da ACIM, Jacqueline Fenilli, que é responsável pelo Inovus.

O modelo de negócios foi desenvolvido pela equipe da ACIM a partir da metodologia Sprint. Durante este processo, foram ouvidos especialistas e profissionais, foram realizadas pesquisas e colocadas em prática soluções.

“Maringá se diferencia por ter um ecossistema de inovação em franca expansão e vem se consolidando nos cenários estadual e nacional. Nosso espaço tem o intuito de contribuir com esse ecossistema e fazer a conexão e inter-relação com a classe empresarial”, explica Jacqueline.

No Inovus, associados e empreendedores dispõem de ambientes colaborativos, com salas flexíveis. Lá eles têm acesso a treinamentos, capacitações, eventos, experimentação de metodologias e conexão de negócios para gerar novas e melhores oportunidades. “Fomentamos a inovação por meio de práticas de negócios e conteúdos relevantes, atualizados de maneira participativa e ágil para empreendedores de diversos níveis”.

de tecnologia de informação contribuiu para a ampliação de frentes e a instalação de espaços de inovação, essenciais para o modelo de startup. Para quem precisa de ajuda para tirar a ideia do papel, há opções de aceleradoras, incubadoras, habitats de inovação e grupos de investidores.

“É um ecossistema que, por meio de ações e programas, tem sido provocado para conectar e engajar atores, fomentar o desenvolvimento e potencializar negócios. O Sebrae mesmo tem atuado fortemente neste sentido”, diz Kretzmann.



JACQUELINE FENILLI, GERENTE OPERACIONAL DA ACIM: “COM O INOVUS FOMENTAMOS A INOVAÇÃO POR MEIO DE PRÁTICAS DE NEGÓCIOS E CONTEÚDOS RELEVANTES, ATUALIZADOS DE MANEIRA PARTICIPATIVA E ÁGIL”

Dentro os principais produtos, há o programa de ideação: Inovus – Teste sua ideia, onde os empreendedores são conduzidos a uma jornada para tirar boas ideias do papel. A metodologia é inspirada em conceitos de Ideação e Design Thinking, e foi desenhada pela ACIM e Evoa Aceleradora em parceria com o Sebrae.

Na primeira edição, no ano passado, o programa recebeu 36 inscrições e selecionou oito projetos. Os empreendedores selecionados participaram gratuitamente de quatro bootcamps de formação, que ocorreram em novembro.

Este ano, adianta Jaqueline, “o Inovus lançará o programa de mentorias, trilhas de capacitações de metodologias ágeis e novas edições do programa Inovus – Teste sua ideia, sendo que a primeira deve ocorrer em junho”.

APORTE DE R\$ 1 MILHÃO

Foi num espaço semelhante ao Inovus que Matheus Machado Gonçalves encontrou ‘suporte’ para tornar a Quem Contrato realidade. O negócio ‘nasceu’ em um quarto nos fundos da casa dos pais dele e ganhou impulso no Engenium Park, ambiente multidisciplinar para startups da construção civil criado pelo Sinduscon-PR/Noroeste, em parceria com Sebrae e Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Maringá (Aeam).

Gonçalves teve a ideia de criar o aplicativo para aproximar clientes e profissionais após sentir na pele a dificuldade para contratação. Quando cursava Engenharia Civil, ele estagiava numa construtora e intermediava a contratação de terceirizados. “Numa semana precisei contratar 50 pessoas. É muita gente e era difícil de encontrar”.

Em conversas informais descobriu que não era o único. Partiu, então, para uma pesquisa de mercado e a validação da ideia entre os colegas de profissão. “Falei com mais de cem, e foram unânimes em favor de um aplicativo para contratar fácil”.

O passo seguinte foi contratar um programador e detalhar a ideia. “Desenhei a mão, com caneta e papel, o que queria e mostrei para o programador. Depois descobri que o nome disso é UX design, quando se descreve toda a logística do usuário”, revela bem-humorado.

A “Quem Contrato” surgiu em novembro de 2019 com a proposta de fazer a ponte entre clientes e profissionais, como engenheiros, arquitetos, pin-



FOI NOS FUNDOS DE CASA QUE MATHEUS MACHADO GONÇALVES CRIOU A QUEM CONTRATO, STARTUP QUE CONECTA EMPRESAS E PROFISSIONAIS DA CONSTRUÇÃO CIVIL, COMO ENGENHEIROS E PINTORES; EMPRESA ESTÁ AVALIADA EM R\$ 3 MILHÕES

tores, encanadores, azulejistas e eletricitas. Dada a demanda, o aplicativo teve rápida aceitação, mas esbarrou na burocracia.

“Como a ideia era boa, consegui convencer os profissionais rapidamente. O problema estava na parte burocrática, porque era amador e estava aprendendo sozinho. Fiz o aplicativo sem saber nada sobre modelo de negócio. O impulso para a formatação veio quando fui para o Engenium. Lá consegui equilibrar a parte executiva, mapear o negócio e elaborar um modelo interessante para apresentar a investidores”.

De lá para cá o aplicativo passou por ajustes técnicos e estratégicos, como o clube de vantagem. “Além de divulgar o trabalho, os profissionais têm descontos exclusivos em materiais. E isso por uma mensalidade irrisória”.

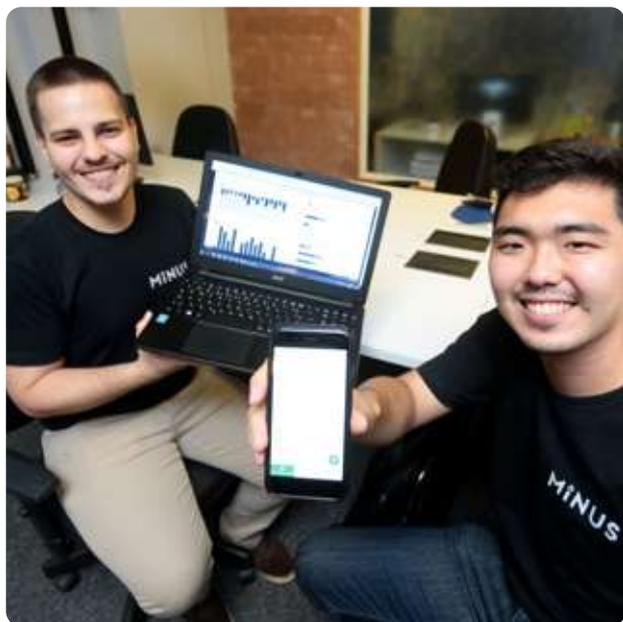
Para o profissional, trata-se de uma ‘vitrine’ que auxilia na divulgação dos serviços, aumentando a carteira de clientes, além de outros benefícios

Já para quem contrata, facilita a busca por um profissional qualificado, seja em obra, reforma, acabamento, manutenção e outros. A plataforma indica o trabalhador mais próximo e disponibiliza referências de serviços anteriores, evitando frustrações.

Em Maringá, a plataforma tem cerca de 300 profissionais cadastrados. No Brasil, são mais de dois mil. Mas em breve esses números devem aumentar. No início do ano a startup recebeu aporte de R\$ 1 milhão que será destinado à divulgação. A expectativa é que o alcance chegue a mais cidades brasileiras e ao exterior. Inclusive, há negociações com investidores de Portugal.

“Parece que estou sonhando. Passei o ano passado fazendo ajustes e agora precisávamos de investimento para continuar crescendo. E muito rápido consegui um investidor sem precisar pulverizar a empresa”, comemora o jovem empreendedor.

Para este ano, ele traça planos ousados: quer elevar a avaliação da marca dos atuais R\$ 3 milhões para R\$ 30 milhões. “Dá tranquilamente porque sem campanha já chegamos até aqui. O produto é bom e funcional. Creio em um ano de ouro para o aplicativo se mostrar no mercado”.



GIOVANE CALEGARI E ANDRÉ LUIZ CATUYAMA AJITA CRIARAM A MINUS, UMA VITRINE VIRTUAL DE PRODUTOS COM PRAZO DE VALIDADE PRÓXIMO

DESPERDÍCIO E ECONOMIA

‘Nós te ajudamos a comprar barato. Você nos ajuda a reduzir desperdícios’. Esta é a mensagem para os usuários que acessam a home da Minus. Idealizado pelos amigos e sócios Giovane Calegari e André Luiz Catuyama Ajita, o site funciona como uma vitrine virtual de ofertas de produtos com prazo de validade próximo. O objetivo é conectar quem precisa vender rápido e quem busca produtos para consumo imediato a preços acessíveis.

Calegari conviveu de perto com o problema do desperdício quando trabalhava numa rede de supermercados da cidade. “O supermercado até fazia uma seção de descontos com esses produtos, mas tinha dificuldade em controlar os prazos porque não havia um sistema de gestão. O problema do desperdício não acontece só nos mercados. O varejo em geral sofre com isso”, diz o sócio da Minus.

Para dar fim ao desperdício, Calegari e o sócio decidiram criar uma plataforma de anúncios com produtos próximos ao vencimento. A ideia começou a sair do papel em junho de 2019 e demorou dois meses para ser validada. Para ter certeza que estava no caminho certo, a dupla fez testes gratuitos em supermercados. “Ficou claro que havia demanda para nossa ideia e também para um sistema de controle de estoque com alerta de produtos com risco de vencimento”.

Os primeiros passos foram dados dentro da Evoa Aceleradora, espaço voltado a alavancar e incentivar startups focadas em inovação. Lá, a dupla contou com mentoria e ajuda para estruturar o protótipo. Calegari avalia a experiência como essencial para acelerar o processo de validação e formatação do negócio, bem como para impulsionar o networking. Foi na Evoa, aliás, que a Minus fechou contrato com o primeiro cliente.

Desenvolvida apenas com recursos próprios, a plataforma conta atualmente com mil usuários e registra média de mil visitantes únicos por semana. No portfólio de clientes estão três redes de Maringá, Londrina/PR e Guarulhos/SP.

Calegari, no entanto, lembra que a plataforma é voltada para qualquer setor do varejo. “Até pouco tempo atendíamos um franqueado de O Boticário”, conta, acrescentando que a Minus ajudou a reduzir em 35% o desperdício entre os clientes.

Por ora, a plataforma apenas conecta empresas e consumidores, uma vez que não realiza as vendas. “Anunciamos os produtos com descontos. Para receber as ofertas basta se cadastrar no site”. Mas em breve a consulta também poderá ser feita pelo aplicativo para smartphones que está em desenvolvimento.

PIONEIRISMO

Os serviços de delivery viram a demanda disparar em meio à pandemia do coronavírus, um cenário muito diferente de 2007 quando o AiQFome chegou ao mercado. À época a internet era discada e convencer os donos de restaurantes a tirar o fio do telefone para colocar no computador era quase impossível. Mas essa resistência não impediu que a ideia nascida durante uma viagem se tornasse realidade.

“A ideia surgiu em 2001 em uma viagem que Steph, nossa fundadora, fez aos Estados Unidos. Naquela época eram comuns os restaurantes terem sites próprios para fazer os pedidos, mas para cada restaurante era necessário fazer um cadastro, o que dificultava se cada um da família quisesse pedir algo diferente”, explica Tanille Lopes de Melo, operation manager de Integração, Pessoas e Cultura do AiQFome.

De lá para cá, a ideia amadureceu e, em meio a tropeços, ganhou forma. Em 2007, o domínio



TANILLE LOPES DE MELO, DO AIQFOME: CRIADA EM 2007, QUANDO A INTERNET ERA DISCADA, EMPRESA TEM 2 MILHÕES DE USUÁRIOS, 20 MIL RESTAURANTES CADASTRADOS E FOI INCORPORADA AO MAGAZINE LUIZA

aiqfome.com foi registrado e os restaurantes começaram a ser prospectados. No início, os fundadores Stephanie Luana Gomides Remigio e Igor da Silva Remigio contaram com a ajuda da família para tor-

nar o sonho realidade. Com o passar do tempo, a empresa familiar evoluiu para um modelo de startup seguindo o estilo da dupla.

“Os dois sempre tiveram uma pegada mais ‘xovem e descolada’, sempre gostaram de designer e comunicação atual. Estar no modelo de startup não foi algo planejado. Simplesmente casou com nosso jeito de ser. Antigamente não existia tanto incentivo voltado à tecnologia, por isso, não tivemos a oportunidade de ser mentorado”, comenta Tanille.

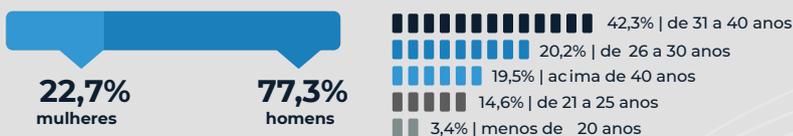
Isso não impediu que o AiQFome fosse longe. Mesmo antes da pandemia, o aplicativo fazia sucesso. Em 2020, a empresa com sede em Maringá registrou aumento no número de inscrições na plataforma: são mais de dois milhões de usuários e 20 mil restaurantes cadastrados. A marca está presente em cerca de 600 cidades do interior do Brasil, já que os focos são municípios menores, e conta com quase 150 colaboradores espalhados pelo país.

Não à toa a empresa despertou o interesse do Magazine Luiza. Em transação fechada em setembro passado, a startup de delivery de comida foi incorporada à prateleira de serviços do marketplace da varejista - o valor do negócio não foi divulgado.

O processo de integração, segundo Tanille, ocorre de forma tranquila e natural. “O nosso CEO continua à frente da operação. Internamente sentimos pouca mudança, até porque o Magalu e o AiQFome têm sinergia na forma de pensar, tanto com os clientes quanto com os colaboradores. Foi um ótimo casamento”.

A operation manager atribui o sucesso do aplicativo à proximidade com os clientes e à forma de comunicação descontraída. “Ter a sede no interior ajuda a ‘sentir a dor’ do nosso público, já que geralmente quando se fala em delivery, os grandes players focam nas metrópoles”. Ela adianta ainda que o desafio em 2021 é manter o crescimento.

PARANÁ – PERFIL DOS EMPREENDEDORES



ONDE FICAM AS STARTUPS



REGIONAL NOROESTE

STARTUPS POR MOMENTO



STARTUPS POR VERTICAL



STARTUPS POR CIDADE



ESCRITÓRIO EM CASA: A VEZ DO TELETRABALHO

Modalidade é regulamentada na Reforma Trabalhista e prevê autonomia do trabalhador na entrega de resultados; sistemas em nuvem ajudam na adoção do modelo

por **Fernanda Bertola**

Quando as restrições em razão da pandemia começaram, em março de 2020, a Euro Condomínios, que administra 100 mil unidades habitacionais, preparava-se para aplicar um sistema em nuvem para que os seis escritórios, que ficam em cidades distintas, tivessem acesso. A medida foi acelerada e facilitou a adaptação da empresa, em fase de expansão, para o teletrabalho.

Mesmo antes das restrições, a Euro havia adotado o trabalho em casa para 95% dos colaboradores. Hoje 70% permanecem neste modelo e 50% devem continuar, mesmo após a pandemia. “Em 16 de março, antes do primeiro decreto municipal restritivo, quando começamos a ver movimentações de alguns casos, mandamos quase todo mundo para casa. De 55 funcionários, 50 foram trabalhar em casa”, diz o diretor administrativo, Marcelo Liberati.

A semana seguinte foi de ‘correria’ para equipar os colaboradores. E, por causa dos custos extras, por exemplo com energia elétrica, a Euro oferece verba de representação para os trabalhadores que estão prestando os serviços de casa. “Levamos o escritório para dentro da casa de cada um, para que não fossem perdidos o conforto e a tranquilidade que oferecíamos na empresa. Mandamos móveis, cadeiras e outros recursos. O maior desafio foi a solicitação de aumento da banda larga para alguns colaboradores, mas em dois dias estava tudo organizado”, conta Liberati.

Graças ao sistema implantado com a expansão, é possível acompanhar a produtividade, processos e procedimentos. O diretor diz que foram implementadas premiações mensais por alcance de objetivos. “Tínhamos dificuldade grande para atingir 100% de produtividade. Respeitamos a rotina dos colaboradores e hoje chegamos com todo mundo comemorando dois, três dias antes todas as tarefas finalizadas”, comemora.

A empresa se cercou de recursos para promover o bem-estar dos funcionários, o que acabou refletindo na produtividade. Com quatro meses de pandemia, um atendimento especializado de psicologia foi contratado para ajudar as pessoas a enfrentar os desafios do momento e do ambiente doméstico.



MARCELO LIBERATI, DA EURO CONDOMÍNIOS: 70% DOS COLABORADORES ESTÃO TRABALHANDO EM CASA E GANHARAM MÓVEIS, CADEIRAS E VERBA DE REPRESENTAÇÃO



NA SOLARIUM MOBÍLIA, DE JOÃO VICTOR LEITE, COLABORADORES FORAM EQUIPADOS COM COMPUTADOR E CELULAR E AS EQUIPES SE COMUNICAM POR GRUPOS DE WHATSAPP

dos produtos, por isso continua atuando dentro da empresa, mas respeitando as regras de distanciamento.

Principalmente os colaboradores do setor de vendas têm trabalhado de casa. “A função é parecida com o telemarketing. A equipe entra em contato oferecendo o nosso serviço. Como ainda necessitamos de atendimento na loja, revezamos as funcionárias”, explica o empresário.

O trabalho de casa é possível graças ao sistema na nuvem. As colaboradoras foram equipadas com computador e celular disponibilizados pela empresa. A cada semana são repassadas metas e todos se comunicam por grupos criados no WhatsApp. Segundo o empresário, não houve prejuízos na produtividade. “O sistema pode ser acessado de qualquer lugar. Ele permite acompanhar as entregas dos colaboradores”, pontua Leite.

REGRAS

De acordo com a cartilha Teletrabalho, material educativo produzido pelo Tribunal Superior do Trabalho (TST), o teletrabalho é realizado fora das dependências do empregador, com uso de recursos tecnológicos que não se enquadram na ideia de trabalho externo, a exemplo de motoristas e vendedores externos. Ainda de acordo com o material, a modalidade inclui o trabalho realizado em casa, em telecentros, em cafés, coworking, entre outros – o home office é um termo específico para o trabalho realizado em casa, abrangendo também autônomos e freelancers, portanto não coberto pela regulamentação.

O advogado Diego Marchiotti explica que o teletrabalho foi devidamente regulamentado com a Reforma Trabalhista – Lei Nº 13.467/2017. “Além de possibilitar melhor enfrentamento deste estado de calamidade de saúde pública, a ferramenta favoreceu significativamente a manutenção dos empregos, a circulação de riquezas, bem como recolhimento de impostos”, diz.

ATENÇÃO AOS PROTOCOLOS

Na Solarium Móvel, a preocupação é promover o desenvolvimento dos funcionários seguindo os protocolos orientados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e Ministério da Saúde. Segundo o proprietário João Victor Leite, os setores que não são indispensáveis para a produção na fábrica passaram a operar de casa.

Com as primeiras restrições para conter a disseminação do coronavírus, a empresa concedeu férias coletivas. No retorno, todos passaram a trabalhar meio período. Só depois o teletrabalho foi adotado.

Ao todo são 25 funcionários, sendo sete admitidos após a pandemia – há plano para expansão até o final do ano, com previsão de 20 novas contratações. A maioria trabalha diretamente na fabricação

O regime precisa constar no contrato de trabalho. Excepcionalmente na pandemia, os empregadores podem implementar a modalidade independentemente de acordos individuais e coletivos, conforme a Medida Provisória 927, dispensado o registro prévio da alteração no contrato. Marchiotti orienta, no entanto, que empresas e trabalhadores estabeleçam todas as condições em contrato.

Uma característica dessa modalidade, por exemplo, é que o empregado pode realizar as atividades para as quais foi contratado a seu critério, já que o teletrabalho não admite controle de jornada. Isso, entretanto, não desobriga o trabalhador de prestar contas dos serviços ao empregador. Para preservar a boa relação contratual e evitar conflitos, devem constar em termo todos os detalhes da relação de trabalho, como as atividades executadas pelo empregado e a responsabilização pelas aquisições, manutenções, fornecimentos e reembolsos dos equipamentos tecnológicos e a estrutura necessária e adequada para a realização dos serviços.

O advogado ressalta que os direitos para os empregados em teletrabalho são os mesmos do regime presencial, exceto os direitos decorrentes da jornada de trabalho presencial (horas extras, adicional noturno, sobreaviso etc).

RECURSOS

Sobre a infraestrutura de trabalho, segundo a advogada Cristianne Ganem Kisner, a aquisição, manutenção, fornecimento de equipamentos e outros recursos necessários ou adequados para o teletrabalho continuam a ser do empregador. Ela explica que caso o empregado utilize apenas ferramentas e equipamentos que mantém em casa para fins particulares, a empresa não tem necessariamente que arcar com esse custo, desde que não demande gastos ou custos adicionais. “Se o teletrabalho demandar despesas extraordinárias, como a aquisição de computador ou software específico e aumento da rede de internet, esses custos adicionais devem ser suportados pelo empregador”, pondera.

De modo geral, Cristianne orienta as empresas a ter em conta que o teletrabalho não significa ape-



O ADVOGADO DIEGO MARCHIOTTI SUGERE QUE EMPRESAS E TRABALHADORES ESTABELEÇAM EM CONTRATO TODAS AS CONDIÇÕES DO TELETRABALHO, QUE NÃO PODE TER CONTROLE DE JORNADA



CRISTIANNE GANEM KISNER, ADVOGADA: “SE O TELETRABALHO DEMANDAR DESPESAS EXTRAORDINÁRIAS, ESSES CUSTOS ADICIONAIS DEVEM SER SUPORTADOS PELO EMPREGADOR”

nas enviar o empregado para exercer a função em home office. A decisão deve ser pensada de acordo com a finalidade e a necessidade de cada setor ou segmento.

Ela destaca que o controle do início e término da jornada, exigindo logins ou outra forma de acesso à rede do empregador em determinados horários, descaracteriza o regime de teletrabalho.

Os contratos, destaca a advogada, devem ser bem elaborados, contendo o máximo de informações a fim de que não restem dúvidas sobre as obrigações e responsabilidades de cada um. Ela frisa que, para isso, a participação do setor de recursos humanos é fundamental, já que mesmo no teletrabalho devem ser observados os cuidados para manter o ambiente em condições ergonômicas adequadas, para doenças ocupacionais ou mesmo acidentes de trabalho. “Esclarecer sobre os riscos ergonômicos, a necessidade de utilização de ferramentas e equipamentos adequados, a fim de criar um ambiente de trabalho saudável, é essencial.”

RECOMENDAÇÕES

- Respeitar a ética digital, preservando o espaço do trabalhador de autonomia, intimidade, privacidade e segurança pessoal
- Garantir ao trabalhador o direito a pausas e intervalos para descanso, repouso, alimentação etc
- Observar os parâmetros de ergonomia, as condições de organização do trabalho e as relações interpessoais
- Oferecer apoio tecnológico, orientação técnica e capacitação para a realização de trabalho em forma remota e em plataformas virtuais
- Instruir os empregados quanto a precauções para evitar doenças, físicas e mentais, e acidentes de trabalho
- Estimular a criação de programas de profissionalização especializada para a mão de obra dispensada
- Regular a prestação de serviços em teletrabalho, ainda que durante a pandemia de Covid-19, por meio de contrato de trabalho aditivo por escrito, com adaptação e treinamento mínimo
- Assegurar que o uso de imagem e voz seja precedido de consentimento expresso dos empregados, principalmente em atividades que serão difundidas em plataformas digitais abertas

EM PROL DAS VACINAS, SAÚDE PÚBLICA E ECONOMIA

No último ano, ACIM trabalhou em várias frentes para ajudar empresas, população e sistema de saúde no enfrentamento da pandemia, por meio da oferta de crédito, diálogo com poder público, campanhas de conscientização e doação de equipamentos

por Giovana Campanha

Em um ano, desde que foi registrada a primeira morte pelo coronavírus no país em março de 2020, mais de 300 mil brasileiros perderam a vida vítimas de complicações da doença. Neste período os prejuízos foram enormes: além das mortes, empresas fecharam as portas, milhares de pessoas perderam o emprego e, por consequência, o Produto Interno Bruto (PIB) despencou 4,1%, o pior resultado desde o início da série histórica, em 1996.

A pandemia também tornou mais importante o trabalho da Associação Comercial em várias frentes: retomada das atividades econômicas, campanhas de conscientização, distribuição de máscaras, compra de equipamentos e suprimentos para hospitais públicos, disponibilização de crédito para capital de giro, e em março a entidade também passou a pleitear na Justiça a compra de vacinas.

A ACIM ingressou com ação pedindo autorização para a compra de imunizantes destinado aos associados e seus trabalhadores. O pedido foi negado, em 26 de março, pela Vara Federal de Maringá, mas na semana seguinte a entidade ingressou com recurso no Tribunal Regional Federal da 4ª Região. Entre as alegações, a Associação Comercial quer auxiliar na retomada econômica e contribuir “para que o sistema de saúde possa ser mais efetivo, sem interferir na atuação do sistema público”, acelerando o processo de vacinação, já que até o final de março 12% da população maringaense havia tomado a primeira das duas doses da vacina.

A Justiça já foi demanda em ações semelhantes, inclusive em ação recente a Associação dos Magistrados ganhou o direito de comprar os imunizantes, e a Justiça Federal, de Brasília, derrubou, por liminar, a obrigatoriedade de doação das vacinas compradas por empresas ao Sistema Único de Saúde (SUS).

Ainda sobre o assunto, a entidade encaminhou ofício a 12 deputados do Paraná pedindo celeridade na distribuição de vacinas contra a Covid-19. O documento, entregue em 11 de março, solicita as ações necessárias dos parlamentares, junto ao Governo Federal, para acelerar a campanha de imunização no país. Receberam o ofício os deputados estaduais Homero Marchese, Dr. Batista, Soldado Adriano, Do Carmo, Evandro Araújo, Delegado Jacovós, Maria Victoria e Tiago Amaral, e os deputados federais Ricardo Barros, Enio Verri, Sargento Fahur e Luiz Nishimori.



INVESTIMENTOS EM SAÚDE PÚBLICA SOMAM MAIS DE R\$ 3 MILHÕES E INCLUEM 16 RESPIRADORES, MONITORES E OXÍMETROS

REABERTURA DAS EMPRESAS

Em apoio às empresas, a ACIM tem mantido diálogo frequente com o poder público para a retomada das atividades. Depois de 16 dias de fechamento do comércio de rua e de shoppings, a prefeitura autorizou a reabertura em horários reduzidos em março deste ano. Mas para a ACIM, a melhor alternativa para evitar aglomerações e preservar empresas e empregos é estender o horário de funcionamento, por isso, a entidade encaminhou ofício ao prefeito Ulisses Maia pedindo a ampliação do funcionamento, mas até o final desta edição a sugestão não tinha sido acatada.

Ainda em defesa das empresas, a ACIM pleiteou, de forma bem-sucedida, a venda de flores por delivery no Dia Internacional da Mulher, quando o comércio de rua estava proibido de funcionar, e solicitou, por meio do núcleo de pilates do programa Empreender, a autorização do atendimento de pilates individual ou de pessoas do mesmo núcleo familiar, pedido que também foi acatado pelo poder público.

SAÚDE PÚBLICA

Na segunda quinzena de fevereiro e no mês de março deste ano hospitais públicos e privados de Maringá atingiram o limite da ocupação nas Unidades de Terapias Intensivas (UTIs), e foi preciso abrir mais leitos. Assim, a entidade doou seis respiradores ao sistema público, destinados a pacientes graves com insuficiência respiratória causada pela Covid. Os equipamentos se somaram a outros dez, adquiridos e entregues no ano passado ao Hospital Municipal.

Uma das alternativas que a ACIM tem estudado junto a lideranças para ampliar a capacidade de atendimento é utilizar a estrutura do Hospital da Criança de Maringá. A unidade, cujas obras estão em fase de finalização, abriga três blocos, onde funcionarão 40 leitos de UTI nas alas pediátrica e neonatal, 124 leitos de internação e centro cirúrgico. A utilização do hospital durante a pandemia está sendo discutida com o poder público.

Desde o início da pandemia, a Associação Comercial, em parceria com a iniciativa privada, investiu mais de R\$ 3 milhões, convertidos em equipamentos e EPIs para profissionais da saúde, associados e população. Na área da saúde os investimentos contemplam a aquisição de dez monitores, 20 oxímetros, medidores de sinais vitais, cuffsômetros, armários para instrumentos, entre outros.

Para evitar a propagação do coronavírus, a entidade distribuiu milhares de máscaras à população e associados, produziu vídeos com infectologistas e campanhas de prevenção. Para os profissionais da saúde, foram compradas 20 mil máscaras N95 e mil face shields, além da doação de luvas, aventais e frascos de álcool para hospitais, asilos, associações beneficentes e unidades de saúde.

CRÉDITO

Para contribuir com empresas em dificuldade financeira, a ACIM trabalhou em várias frentes. Recentemente a Fomento Paraná, que conta com escritório no prédio da Associação Comercial, disponibilizou uma linha voltada para empresas do turismo, como bares, restaurantes e hotéis. Com taxa de juros de 0,57% ao mês, o pagamento é em até 60 meses.

Tamanho a demanda, a Noroeste Garantias bateu no ano passado recorde, avaliando R\$ 85,2 milhões em mais de 1,8 mil operações. Com aportes da ACIM e da prefeitura no fundo garantidor, a Noroeste avalia

operações de micro e pequenas empresas e, em caso de inadimplência, honra o pagamento junto às instituições financeiras. Para socorrer as empresas, foi ofertada carência de seis meses e taxa de juros a partir de 0,49% ao mês mais CDI, até o total de R\$ 100 mil.

Grande parceiro da ACIM, o Sicoob Metropolitano também disponibilizou crédito barato com carência, contribuindo com o capital de giro das empresas, muitas sem recursos até para quitar a folha de pagamento.

E diante das dificuldades financeiras, a Associação Comercial solicitou a postergação do pagamento de impostos junto aos governos estadual e municipal, medida que foi acatada.

VENDAS VIRTUAIS E COMÉRCIO LOCAL

O comércio local ganhou uma campanha de incentivo, por meio de vídeos e peças publicitárias. E para contribuir com as lojas que precisam ser modernizadas foi feita outra campanha, de incentivo ao comércio bonito, com disponibilização de crédito acessível pelo Sicoob e Fomento Paraná.

E pela primeira vez, em setembro de 2020, a Maringá Liquida aconteceu simultaneamente com vendas presenciais e online, com a disponibilização de uma plataforma virtual. Assim, o consumidor escolheu entre receber as compras em casa, retirar na loja ou comprar presencialmente. E independente da modalidade, concorreu a quase R\$ 100 mil em prêmios distribuídos por meio de raspadinhas premiadas.

ATIVIDADES

Desde o decreto nº 445/2020, o primeiro que suspendeu as atividades econômicas em Maringá devido à pandemia, com publicação em 18 de março de 2020, a Associação Comercial tem somado esforços e dialogado com a prefeitura, Ministério Público e outras entidades para manter o funcionamento das atividades com segurança. Para isso, há um grupo multidisciplinar, inclusive formado por médicos, que acompanha indicadores e faz sugestões. Ainda no início da pandemia, este grupo elaborou estudos para a retomada segura e gradativa das atividades, inclusive com escalonamento de horários para entrada e saída dos funcionários, evitando a sobrecarga do transporte coletivo.

Paralelo a isso, as empresas foram instruídas, por meio de vídeos e peças publicitárias, a intensificar as ações de limpeza, disponibilização de álcool em gel e a evitar aglomeração. A entidade acompanhou a retomada gradual de diversos setores, como construção civil, indústrias, prestadores de serviços, clínicas médicas, academias e restaurantes. E integra um comitê de retomada da economia, do qual fazem parte a prefeitura, Sebrae e mais de 20 entidades.

E diante dos altos índices de ocupação dos hospitais da cidade, a ACIM e o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) encaminharam documento ao prefeito Ulisses Maia, em março deste ano. O documento traz recomendações como a disponibilização de testes para a Covid em até 24 horas e implantação da telemedicina para acompanhamento dos casos. O documento é fruto do acompanhamento e de estudos de especialistas e está baseado em experiências nacionais e internacionais.



MARINGÁ LIQUIDA: PELA PRIMEIRA VEZ CAMPANHA TEVE VENDAS ONLINE E PRESENCIAIS SIMULTÂNEAS

ATENDEMOS TODAS AS GERAÇÕES.



Cuidando da saúde da mulher
em todas as fases da vida

Chegou o novo espaço 100%
dedicado à saúde feminina
em Maringá

- Consultas
- Exames
- Ultrassom 4D



ATENDEMOS PLANOS DE
SAÚDE E PARTICULARES

AV. XV DE NOVEMBRO, 871

44 3032-1919

Há mais de 30 anos, começamos a escrever a nossa história. Tínhamos certeza do potencial transformador da educação. Nós acreditamos que o enredo de toda uma sociedade poderia ser impactado pelo conhecimento. Já formamos mais de 100 mil alunos e atualmente estão em processo de transformação mais de 260 mil alunos estudando conosco.

A nossa dedicação diária nos trouxe vários reconhecimentos, hoje somos uma instituição com nota máxima, em uma escala de 1 a 5, o MEC nos concedeu nota 5 no Conceito Institucional. Estamos entre 4% das melhores universidades do Brasil!

Transformamos a história de nossos alunos em nossos campi de ensino presencial: Maringá, Curitiba, Ponta Grossa, Londrina, Corumbá e em breve em Campo Grande. E também, em nossos mais de 700 polos de ensino a distância em todo o Brasil e internacionais.

Nós temos certeza que a educação, a grande protagonista da nossa história, nos levará muito além, transformando tudo e todos por onde passa. Não estamos nem perto do fim, mas já realizamos o nosso maior sonho, nos tornamos Universidade!

Somos uma Universidade que aproxima você das melhores escolhas para a sua história!



**NÓS SOMOS
A UNICESUMAR!**

MARINGÁ



CURITIBA



LONDRINA



PONTA GROSSA

0800 604 4422 - www.unicesumar.edu.br

3293 9300 | **PONTA GROSSA** - 42. 3700 2250

SIM, É POSSÍVEL EMPREENDER EM MEIO À ADVERSIDADE

Número de empresas abertas em Maringá cresceu 6% no ano passado; mesmo tendo que adaptar o negócio logo após a inauguração, empresários mantêm otimismo

por Lethicia Conegero

No ano passado, em meio à pandemia da Covid-19, o número de empresas abertas em Maringá cresceu 6%. Segundo o Mapa de Empresas, disponibilizado pelo Ministério da Economia, 12.301 negócios foram abertos em 2020 na cidade, ante 11.589 em 2019 - incluindo Microempreendedores Individuais (MEI).

Em fevereiro, dado mais recente do levantamento, foi registrado aumento de 23% na abertura de empresas em relação ao mesmo mês do ano passado em Maringá - o número saltou de 984 para 1.217. Entre os novos negócios está a Container Baby e Kids,

franquia de moda infanto-juvenil instalada no Maringá Park.

A empresa oferece mix de 20 marcas alinhadas ao conceito de preservação da natureza. Além disso, os móveis da loja são feitos com madeira de reflorestamento e materiais reciclados. A empresária Claviane Rodrigues conta que enxergou uma oportunidade em meio à crise. “Maringá é uma cidade de oportunidades, e a decisão de investir neste momento veio depois de termos realizado pesquisas e identificarmos que não existe loja especializada dessa natureza para atender do recém-nascido a 16 anos, com mix variado e selecionado. A crise gerada pela pandemia é momentânea e logo vai passar. Entendemos que assim que ela passar estaremos bem posicionados”, destaca a empresária. Além dos desafios inerentes à decisão de empreender e investir, houve um adicional: um dia após a inauguração da loja, um decreto determinou o fechamento de atividades consideradas não essenciais.

“Fizemos planejamento estratégico, identificamos o ponto comercial com dados assertivos, escolhemos com cuidado os produtos e selecionamos uma excelente equipe de funcionárias. Contamos com o apoio de duas vendedoras bem preparadas e com conhecimento para dar consultoria aos clientes”, reforça ela, sobre a fórmula para o negócio dar certo.



CLAVIANE RODRIGUES ABRIU A CONTAINER BABY E KIDS DEPOIS DE FAZER PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E SELECIONAR DE FORMA CRITERIOSA A EQUIPE

CAFÉ TIPO AMERICANO

O Kings Café & Bar foi inaugurado em fevereiro, mas o investimento começou bem antes, há cerca de dois anos, com a reforma do espaço, localizado na rua Princesa Isabel. Os sócios Paulo Franchetti Stelmatchuk e Desirée Queiróz Pechefist restauraram o prédio, inclusive pisos e azulejos, sem tirar o aspecto aconchegante e acolhedor do imóvel - essencial para o tipo de empreendimento.

O estabelecimento serve cardápio canadense e norte-americano, sendo o donuts o carro-chefe. Além de bagels, english muffin e o biscuit, três pães de café da manhã dificilmente encontrados no Brasil, e pratos como waffle, pancakes, poutine, mac and cheese e muffins, há variedade de cafés e chás, todos artesanais.

A experiência de ter morado fora do país, somada ao desejo de empreender e fazer parte dos hábitos dos maringaenses quando o assunto é café, impulsionou os empresários. “Queremos mudar a cultura da cidade. Como somos a primeira casa de donuts de Maringá, temos a responsabilidade de trazer um pouco da cultura que vivenciamos fora, além de trazer a nostalgia para quem já visitou ou morou em outros países. Trouxemos uma proposta para os maringaenses conhecerem produtos sem o clichê de cafeteria americana”, destaca Stelmatchuk.

Se a proposta era oferecer experiência de consumo em um ambiente único, nos períodos restritivos foi necessário se adaptar. “Trabalhar com delivery de café é um grande desafio. Defendemos o quanto é incrível o que acontece além do café: conexões, conversas, amizades, tudo isso ocorre dentro da cafeteria. Nosso maior desafio até agora foi levar a experiência que o público geralmente tem presencialmente para a casa. Para isso, contamos a história de cada produto, com o objetivo de agregar valor à venda. A massa dos donuts, por exemplo, tem história de anos, muitas tentativas e erros. Além disso, reestruturamos as embalagens e os métodos de envio. Investimos em construir uma comunidade online, personalizamos o atendimento, entendemos as demandas do nosso cliente e fazemos parte da rotina dele”, explica Desirée, que faz planos de expansão.

**PAULO STELMATCHUK
E DESIRÉE QUEIRÓZ
PECHFIST
REFORMARAM O
PRÉDIO ONDE FICA
O KINGS CAFÉ &
BAR E APOSTAM NA
EXPERIÊNCIA DE UM
CAFÉ, COM DIREITO
A DONUTS E PÃES
ESPECIAIS**

SORVETE POR DELIVERY

Leonardo Barsaglia, primeiro franqueado da Gela Boca em Maringá, inaugurou a segunda loja em fevereiro, no Sumaré. A previsão era abrir em junho do ano passado, mas não foi possível devido à pandemia, e nem isso desanimou o empresário e a esposa e sócia, Vanessa Barsaglia.

“Com a crise vêm as oportunidades, e quem sair na frente tem a vantagem de estar com o negócio aberto e ajustado quando tudo isso acabar. Resolvemos dar continuidade ao nosso sonho, e ainda que tivéssemos preocupações, em nenhum momento pensamos em desistir”, conta Barsaglia.

Logo depois veio a oportunidade de transferir a primeira loja da Gela Boca, inaugurada há mais de dez anos, para um prédio melhor e maior, na própria avenida Tuiuti, reinaugurado em março. “O ponto era maravilhoso, com o dobro de espaço, mas precisaria de uma grande reforma que o proprietário do prédio se comprometeu a fazer. Vimos que não poderíamos deixar essa oportunidade passar, pois seria uma chance ímpar de recolocar nossa loja em um ponto melhor e mais confortável, podendo aumentar o faturamento”,

relata o empresário. E foi assim que em um período curto, os sócios reinauguraram a loja da avenida Tuiuti e abriram a segunda unidade.

Em períodos com medidas restritivas devido à pandemia, a Gela Boca se adaptou e mostrou que é possível fazer delivery de sorvete. “Já tínhamos experiência no delivery na primeira loja, o que nos ajudou, mesmo assim foi um grande desafio”, comenta Leonardo Barsaglia.

As lojas oferecem variedades de sabores, entre picolés, potes, taças e self service, além de açaí, bolos e churros. Há opções de sorvete sem lactose e sem açúcar. Mas o diferencial vai além da qualidade dos produtos, segundo o franqueado. “Temos um preço justo e atendimento de qualidade, tratando os clientes como amigos, pessoas que fazem parte de nossas vidas e a quem chamamos pelo nome”, finaliza.



LEONARDO BARSAGLIA, DA GELA BOCA, MUDOU O ENDEREÇO DA PRIMEIRA FRANQUIA E ABRIU A SEGUNDA LOJA: “AINDA QUE TIVÉSSEMOS PREOCUPAÇÕES, EM NENHUM MOMENTO PENSAMOS EM DESISTIR”

COMO FAZER A GESTÃO FINANCEIRA DE UM NOVO NEGÓCIO?

A abertura de um negócio vem carregada de desafios, principalmente para os de primeira viagem. É comum que os empreendedores não façam a separação do dinheiro particular (da família) do dinheiro da empresa. Colocar ‘tudo no mesmo bolso’ pode prejudicar a saúde financeira da empresa que acaba de nascer, segundo o gerente regional do Sebrae/PR, Wendell Gussoni.

“Esse tipo de controle e organização, assim como de custos e faturamento, é necessário para que se saiba se a empresa está tendo lucro. É importante definir um salário para o empresário (pró-labore), e com este dinheiro ele deverá pagar contas pessoais, como energia e água da casa, escolas das crianças, abastecimento do carro particular, supermercado etc.”, reforça.

A falta de dedicação para fazer os controles financeiros do dia-a-dia também é um erro comum. “É preciso separar um tempo diário para o fluxo de caixa, ou seja, administrar as entradas e saídas de recursos financeiros relativos às vendas, prestação de serviços, pagamentos de fornecedores, salários, tributos, despesas, entre outros. Uma boa dica é utilizar planilhas e até software para esses controles. Além de permitir conhecer a situação econômica atual da empresa, o fluxo de caixa pode contribuir com o planejamento”, destaca Gussoni.

As definições das despesas e custos da empresa e os respectivos valores mensais são essenciais para manter a saúde financeira. Além disso, é importante projetar a necessidade de recursos para financiar o capital de giro. “Normalmente se recebe dos clientes em um prazo superior aos pagamentos realizados junto aos fornecedores. Outro aspecto que precisa de planejamento é a necessidade de estoques iniciais, assim como a possibilidade de haver o aumento do estoque em decorrência de faturamento maior”, frisa o gerente.

O empreendedor precisa, portanto, desenvolver disciplina para manter controles e agenda atualizados, bem como monitorar o estoque, a situação dos funcionários e outros temas relacionados ao andamento da empresa.

Em tempos de pandemia, o faturamento é, certamente, o principal desafio para muitos segmentos, além da redução de custos ou despesas, já que em algumas situações é necessário gastar primeiro para economizar depois. “Algumas atividades empresariais estão sem muita previsibilidade do volume de faturamento, por isso, avalie o montante das compras, e talvez não seja indicado fazer estoque, pois é um investimento pago ou feito com lucro”, finaliza Gussoni.



**WENDELL GUSSONI, GERENTE REGIONAL DO SEBRAE/PR:
“É PRECISO SEPARAR UM TEMPO DIÁRIO PARA O FLUXO
DE CAIXA”**

DICAS QUE PODEM AJUDAR NESTE MOMENTO DE CRISE:

- Negocie com os fornecedores o aumento dos prazos de pagamento dos seus compromissos
- Se tiver dívidas com instituição financeira, procure renegociar e também aumentar o prazo de pagamento, adequando o valor pago por mês ao faturamento
- Evite fazer despesa que não seja necessária para a continuidade dos negócios
- Busque alternativas para aumentar o faturamento: faça promoção de produtos que estão há muito tempo em estoque, disponibilize serviços de entrega para manter o nível de compra, diversifique e amplie as formas de pagamento, implemente estratégias de divulgação dos produtos por meio do marketing digital

DE SEGUIDORES A CLIENTES

Ferramenta importante para a conversão de vendas, Instagram precisa de conteúdos interativos, postagens frequentes e que mostrem 'autoridade' da marca em relação ao assunto

por **Camila Maciel**

No mercado desde 2009 com a loja de roupas femininas Cor de Pimenta, Michele Carraschi e a mãe, Neusa Carraschi, logo perceberam que as redes sociais poderiam ser grandes aliadas nos negócios. Com a experiência da mãe na área de marketing, Michele foi para o Facebook e em 2013 começou uma trajetória de sucesso que perdura. “Minha mãe tinha experiência com o Orkut, e com a popularização do Facebook migramos para lá”, conta.

No início as postagens eram focadas nos produtos. “Basicamente postávamos fotos das peças e isso bastava. Em pouco tempo conquistamos seguidores na página e, consequentemente, começamos a vender mais”, afirma. Com o passar do tempo surgiram outras plataformas, os consumidores se tornaram mais exigentes e foi preciso se adaptar.

Em 2014, as empresárias lançaram o e-commerce, e desde 2015 têm mercado presença também no Instagram. “Atualmente temos 260 mil seguidores no Facebook e 40 mil no Instagram, além de vendermos pelo site e pelo WhatsApp, com envio de produtos para todo o país”, diz. Segundo a empresária, os consumidores de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Rio Grande os Sul são os que mais compram.

Os resultados são fruto de uma mudança na forma de trabalhar as redes sociais. Michele mudou a estratégia e passou a investir em conteúdo e não apenas postar fotos dos produtos. “Começamos a dar dicas de como usar as peças, postar tendências e fazer trabalho de personal stylist. Mais do que ajudar a clientes a escolher as peças, queremos oferecer informações práticas de como tornar o guarda-roupas funcional”, afirma.

No Instagram, a Cor de Pimenta explora todas as ferramentas: feed, stories, reels e IGTV e mantém regularidade nas postagens. “Postamos conteúdo todos os dias, inclusive aos finais de semana, às vezes mais de uma vez no feed e várias nos stories”, explica. A loja conta ainda com equipe que se dedica exclusivamente às vendas online e redes sociais e oferece treinamento semanal sobre como tornar o atendimento humanizado. “Ter uma equipe focada no digital ajuda a manter o relacionamento

MICHELE CARRASCHI, DA COR DE PIMENTA: ELA TEM EQUIPE PRÓPRIA PARA E-COMMERCE E REDES SOCIAIS, TRAZENDO DICAS DE COMO USAR ROUPAS DE FORMA PRÁTICA E TORNAR O GUARDA-ROUPA FUNCIONAL



estreito com as clientes. Procuramos sempre responder rápido e sanar todas as dúvidas, isso faz muita diferença”. Nas postagens no feed e reels, em março, a marca trouxe conteúdos mostrando como combinar saia xadrez, looks do estilo romântico, como combinar peças da cor marrom e estilo esportivo.

Com a pandemia, quando mais do que nunca os canais digitais mostraram sua força, a Cor de Pimenta conseguiu driblar as adversidades, afinal, o universo online fazia parte da rotina. “O maior impacto foi quando os decretos não permitiram sequer vir à loja para trabalhar internamente. Fora isso, conseguimos manter as vendas aquecidas, sobretudo graças ao Instagram”, diz.

O FURACÃO DO INSTAGRAM

Com 105 mil seguidores no Instagram, Talita Zuccoli, do perfil @talita_ny, começou a jornada nas redes sociais em 2013 no Facebook. Personal shopper, ela viajava para os Estados Unidos com frequência, compartilhando dicas e os bastidores das viagens. “Sempre gostei de me comunicar, então contava detalhes de tudo o que fazia, desde quando saía do Brasil, passando pelas compras, hotéis e restaurantes que frequentava até a volta para casa, mas isso era de forma inconsciente, na época nem se falava em engajamento”, diz ela, conhecida como Talita NY e idealizadora do curso ‘Seja o furacão do Instagram’.

Quando Talita atingiu a marca de 5 mil amigos no Facebook e soube da possibilidade de alcançar mais gente, migrou para o Instagram e se manteve próxima dos seguidores, no entanto, nem sempre conseguia interagir respondendo mensagens diretas. “A falta de interação é um dos erros de quem quer se posicionar no Instagram e reverter o engajamento em vendas, por isso, hoje tenho uma equipe de quatro pessoas para me auxiliar na tarefa”, diz. Atualmente Talita recebe entre 400 e 500 mensagens por dia e mostra seu dia a dia como influenciadora, dá dicas sobre como criar conteúdos e aumentar o engajamento.

Com os resultados alcançados no perfil, Talita se tornou referência quando o assunto é produção de conteúdo, tanto que já ministrou, na ACIM, três cursos para profissionais liberais e pequenas empresas. A ideia é mostrar formas de ser assertivo e conquistar mais audiência. “O Instagram não deve ser apenas uma vitrine virtual, é preciso mostrar o valor do que está sendo vendido, porque aquilo é relevante e fará diferença para quem comprar”, diz.

Segundo Talita, é fundamental compreender as diferenças entre as ferramentas do Instagram e criar conteúdos específicos para cada uma. “No feed transmitimos as primeiras impressões, e isso é o que determina se alguém vai passar a seguir o perfil, nos stories é legal mostrar o dia a dia, os bastidores do trabalho. Já o IGTV é para aprofundar



DONA DE UMA CONTA COM 105 MIL SEGUIDORES NO INSTAGRAM, TALITA ZUCCOLI, A TALITA NY, SE TORNOU REFERÊNCIA LOCAL NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS; TER BOM SMARTPHONE É IMPRESCINDÍVEL

um tema e mostrar autoridade no assunto, e o reels pode ser usado para conteúdos descontraídos, como uma dança”, explica.

Talita recomenda investir em um bom smartphone que garanta qualidade nas fotos, vídeos e transmissões online. “Não há nada pior do que vídeos em que áudio e imagens estão dessincronizados, isso acaba com o interesse de quem está assistindo”, pontua.

STORIES COM LEGENDA

Para alavancar os resultados da oficina mecânica, o casal Marina Queiroz e Matheus Carvalho foi em busca de conhecimento. Marina fez o curso da Talita, na ACIM, e conseguiu aumentar o engajamento na página do Instagram, com 5,2 mil seguidores, em 90%. “Achava que alguns conteúdos não tinham relevância, mas percebi o quanto as pessoas gostam de ver os bastidores, e isso nos aproxima do público”, diz.

Uma das dificuldades era aumentar o engajamento de mulheres no perfil da oficina, o que foi possível, por exemplo, usando a caixinha de perguntas. “Este é um espaço onde as pessoas podem perguntar sem medo, então foi uma oportunidade de nos comunicar melhor com o público feminino, tirarmos dúvidas e transmitirmos confiança no nosso trabalho”, afirma.

Depois do curso, Marina, que administra as redes sociais da Matheus Car, passou a investir na qualidade das fotos e legendas. “Um detalhe que não sabia era a importância de inserir texto nos stories, só depois é que percebi como nós, enquanto usuários, temos o costume de assistir aos stories com o som desligado, e deixamos o conteúdo passar batido”, explica.

Especialista nas marcas francesas Citroën, Renault e Peugeot, o casal passou também a gravar vídeos com conteúdos direcionados a esse público. “Sem dúvida, as dicas que aprendi estão fazendo diferença no Instagram. Agora conseguimos transmitir mais autoridade no trabalho que fazemos”, revela.



MARINA QUEIROZ E MATHEUS CARVALHO MUDARAM O CONTEÚDO DO INSTAGRAM DA EMPRESA DELES, A MATHEUS CAR: STORIES PASSARAM A TER LEGENDA E HÁ CAIXINHA DE PERGUNTAS PARA QUE AS MULHERES TIREM DÚVIDAS

FOCO NA EXPERIÊNCIA

Para ajudar empresas do varejo a faturar mais, em julho do ano passado foi lançado o Programa Varejo Inteligente, uma parceria entre Sebrae/PR, prefeitura, ACIM, Sivamar e Sistema Fecomércio PR que traz ações, inovações e capacitações. Consultora do Sebrae e gestora no programa, Érica Sanches afirma que o objetivo final é criar um ecossistema favorável aos negócios. “A pandemia acelerou tendências e alguns empresários se veem em uma enxurrada de informações, no entanto, nem sempre sabem o caminho para superar as dificuldades. Queremos criar articulações e fornecer soluções”, explica. Entre os temas abordados pelo programa estão experiência e jornada do cliente, mídias sociais, governança, processos e tecnologias de automação.

Érica explica que sempre surge uma ‘onda’ tecnológica. “Foi assim com os sites, depois veio o e-commerce e em seguida, os aplicativos”, diz. No entanto, segundo ela, é preciso avaliar se essas ferramentas vão agregar à marca de acordo com o plano e modelo de negócio. “Muitas vezes os empresários se rendem à ideia de que precisam seguir tendências, mas não traçam estratégias que se convertam em vendas”, explica.

Segundo a consultora, a mesma lógica serve para as redes sociais: não adianta estar nas plataformas, mas não se comunicar de forma eficiente. “O consumidor mudou a forma de se relacionar com as marcas e hoje busca experiências, conteúdo, informações que façam sentido, que agreguem e gerem credibilidade, portanto, exigem criatividade e dedicação das marcas”, afirma.

Sobre o Instagram, que está em evidência, Érica diz que a plataforma oferece grande potencial de vendas dada a quantidade de recursos para a criação de conteúdo, no entanto, também precisa de processos. “Os erros mais comuns são não ter rotina, não definir a persona e fazer postagens que não agreguem ao consumidor”, diz.



ÉRICA SANCHES, DO SEBRAE: “OS ERROS MAIS COMUNS SÃO NÃO TER ROTINA, NÃO DEFINIR A PERSONA E FAZER POSTAGENS QUE NÃO AGREGUEM AO CONSUMIDOR

NA ESTEIRA DA DIGITALIZAÇÃO, INFOPRODUTOS GANHAM DESTAQUE

Vai um curso online aí? Empreendedores adaptam conteúdo presencial e conquistam clientes de todos os cantos

por Graziela Castilho

Estava tudo pronto para o lançamento do curso presencial Style Tools, da consultora de imagem Glenda Perdoncini, quando a pandemia chegou, no ano passado. A solução imediata foi transformar o curso em infoproduto, ou seja, adaptá-lo para o ambiente online. Só que em vez de gravar o conteúdo em vídeos, Glenda optou por aulas ao vivo com turmas pequenas, material de apoio digitalizado e grupo de WhatsApp para as alunas sanarem dúvidas e trocarem informações.

“A proposta do curso é ajudar mulheres a mapear o estilo pessoal para desenvolver um novo olhar sobre si e, assim, construir a autoimagem”, explica Glenda, que também é palestrante, instrutora de workshop e proprietária do Consultório de Estilo. Com essas características, o atendimento requer personalização e, por esse motivo, exigiu análise para definir os canais que pudessem manter a experiência presencial no online. “A questão não foi adaptar o conteúdo ou me dar bem com a câmera, mas manter a qualidade do atendimento”, enfatiza.

Outro desafio foi ter agilidade para adaptar o curso em tempo recorde, já que ela manteve o cronograma de lançamento. Na correria, Glenda não teve tempo de estudar sobre marketing digital e, por isso, a divulgação ocorreu de forma orgânica nos canais que ela utilizava, como WhatsApp e duas contas no Instagram que somam mais de 12 mil seguidores. Mesmo assim, o resultado foi surpreendente.

“Tivemos muitos inscritos e até alunos de fora do país. Além disso, tiveram pessoas que compraram o produto presencial para serem atendidas depois da quarentena”. A empresária pretende continuar apostando no mercado de infoprodutos. “Confesso que antes não gostava da ideia de digitalização, mas repensei a importância da presença online e do nicho de infoprodutos para o meu negócio”, revela.



A CONSULTORA DE IMAGEM
GLENDA PERDONCINI
OFERECE AULAS ONLINE
AO VIVO PARA PEQUENAS
TURMAS: “A QUESTÃO NÃO FOI
ADAPTAR O CONTEÚDO OU ME
DAR BEM COM A CÂMERA, MAS
MANTER A QUALIDADE DO
ATENDIMENTO”

QUANTIDADE DE ALUNOS

Assim como Glenda, outros empresários se renderam ao mercado de infoprodutos durante a pandemia e tiveram resultados positivos, como a maquiadora Letícia Pequeno. Embora ela tenha mais de meio milhão de seguidores no Instagram, foi surpreendida com a quantidade de alunos que conquistou no primeiro curso online sobre técnicas de maquiagem para noivas, lançado no ano passado.

“Na internet a repercussão é grande. Em pouco tempo tinha mais alunos do que a maior turma presencial que já tive, com 300 participantes”, ressalta. Letícia observou outros benefícios do infoproduto, como a liberdade geográfica e a praticidade tanto para o professor quanto para os alunos, já que é possível acessar o curso de qualquer parte do mundo e em qualquer horário. “Quem opta por aulas gravadas e pela hospedagem do curso em plataforma de produtos digitais, como eu fiz, também pode ter um número ilimitado de alunos”, frisa.

Para o lançamento, a empresária apostou na divulgação orgânica em rede social e em grupos de WhatsApp nos quais reúne alunos de outras turmas. “Foram estratégias assertivas que renderam até a venda de outros produtos e serviços. Por isso, estou desenvolvendo mais cursos online com previsão de lançamento para maio, e sigo com o ensino presencial que, inclusive, está com agenda cheia para ser cumprida assim que passar este período crítico de pandemia”.

Quem vê a carreira bem-sucedida, construída ao longo de oito anos, não imagina que tudo começou de forma despretensiosa, quando Letícia assistia a tutoriais no Youtube para aprender a se maquiagem. “Por me interessar pelo assunto, meu marido me incentivou a vender maquiagem. Segui o conselho, e as clientes começaram a me contratar para maquiá-las. Não parei mais. Atendia em domicílio, depois trabalhei quatro anos em salão de beleza e há três anos abri o próprio estúdio”, conta.

Na avaliação da empresária, a qualidade do trabalho somada à constância de postagem nas redes sociais e à parceria com blogueiras, que publicaram os seus tutoriais de automaquiagem, garantiram visibilidade e a conquista de público engajado. “Batalhei para alcançar esse resultado. Sempre valorizei as redes sociais e até abri a minha rotina nas postagens para inspirar outras pessoas, provocando empatia e identificação. Assim, converti seguidores em clientes e, naturalmente, surgiu demanda para cursos”, cita.

No início, Letícia ensinava apenas automaquiagem, depois elaborou cursos de maquiagem para iniciantes e, agora, se dedica à especialização de profissionais. “Embora haja conteúdo gratuito na internet, tem muito espaço para a venda, porque quem quer aprender de forma organizada e aprofundada paga por isso. Sem contar que há pessoas que se identificam comigo e com meu jeito de ensinar e, por isso, preferem o meu produto”.



“NA INTERNET A REPERCUSSÃO É GRANDE. EM POUCO TEMPO TINHA MAIS ALUNOS DO QUE A MAIOR TURMA PRESENCIAL QUE JÁ TIVE, COM 300 PARTICIPANTES”, CONTA A MAQUIADORA LETÍCIA PEQUENO

ENSINO E APRENDIZADO

Quem também está satisfeita de ter ingressado no universo de infoprodutos é a chef Silvia Boff. Ela é apaixonada por gastronomia desde a infância, mas acabou optando pela graduação de Música e fez carreira em conservatório. Depois que casou, passou a exercitar a culinária como hobby, ensinando receitas para mulheres que não sabiam cozinhar.

O número de interessadas em aprender, porém, só aumentou, e a musicista foi se envolvendo cada vez mais com a gastronomia. Há quatro anos, Silvia decidiu se graduar para, enfim, mudar de profissão. “Nessa transição não poderia deixar de lado o ensino. Então, além de ministrar cursos, passei a palestrar e a conduzir workshops, mas até então era tudo presencial. Quando começou a pandemia, não teve jeito, tive que me render ao ambiente online”, declara.

O primeiro curso online da chef foi lançado no início do ano. Com foco em panificação, está organizado em cinco módulos com aulas curtas e práticas que ensinam a fazer desde um pão simples à fermentação natural. “Não tive dificuldade para adaptar o conteúdo para aulas gravadas, porque dá para abordar os mesmos conhecimentos e técnicas. Sem contar que estava acostumada com câmeras, porque participei de programas de TV”, comenta. O curso é vitalício, com atendimento via WhatsApp para sanar dúvidas e enviar novas receitas para os alunos.

A chef também alimentava, há sete anos, suas redes sociais com receitas, dicas e novidades. Neste período, conquistou mais de dez mil seguidores no Instagram e, apesar do público considerável, optou por contratar uma agência de marketing digital para conduzir a divulgação do lançamento e a hospedagem do infoproduto. “O resultado foi excelente e surpreendente porque superamos as vendas dos cursos presenciais”, comemora.

Animada, Silvia começou a palestrar e a conduzir consultorias online, e até decidiu aprender sobre marketing digital. “O mercado de infoprodutos realmente compensa, mas para quem quer ingressar no universo costumo dizer que, primeiro, é preciso se identificar com um nicho. Depois é preciso estudar para dominar o conteúdo que vai ensinar, aprender sobre marketing digital, não ter medo de aparecer, manter constância na postagem de conteúdo nas redes sociais e ter persistência”, completa.



“O MERCADO DE INFOPRODUTOS COMPENSA, MAS PARA QUEM QUER INGRESSAR NO UNIVERSO COSTUMO DIZER QUE, PRIMEIRO, É PRECISO SE IDENTIFICAR COM UM NICHO”, RECOMENDA A CHEF SILVIA BOFF

POTENCIAL

A criadora de conteúdo Raíssa Gilavert concorda com as dicas da chef, e também criou um infoproduto. Apesar de nunca ter ministrado curso presencial, ela acumula experiência de dois anos no comando de uma agência de mídia social que abriu com o marido. Ao longo deste período também conquistou 2,3 mil seguidores na sua conta de Instagram pessoal por abordar temas como social media, criatividade, e lifestyle.

“Tenho recebido mensagens de seguidores que pedem ajuda para se tornar criador de conteúdo. Essa procura motivou a preparar o meu primeiro curso online”, cita Raíssa. Estruturado em dez módulos com três a dez videoaulas, o infoproduto foi lançado no início do ano. “Muita gente comprou porque ensino de forma organizada o caminho para se tornar criador de conteúdo e conquistar os primeiros clientes. Assim, fica mais fácil e rápido aprender a atuar na internet”, acrescenta.

Apesar de atuar com marketing digital e estar acostumada a postar as próprias fotos no Instagram, Raíssa revela que foi desafiador gravar as aulas por se considerar introvertida. “Precisei sair da zona de conforto e acreditar no meu potencial. Além disso, busquei aprender mais sobre marketing digital para desenvolver estratégias de lançamento e de venda do curso”, conta.

Com divulgação orgânica em redes sociais, WhatsApp e hospedagem em plataforma digital, o resultado das vendas foi positivo. “A própria pandemia incentivou esta procura, porque empresas e pessoas despertaram para o ambiente online. Além disso, a maioria dos alunos tem a intenção de se tornar criador de conteúdo e abrir o próprio negócio”, destaca, ao acrescentar que a visibilidade proporcionada pelo infoproduto resultou em novos clientes para a agência de social media.



COM A VISIBILIDADE DOS CURSOS ONLINE, A CRIADORA DE CONTEÚDO RAÍSSA GILAVERT CONQUISTOU CLIENTES PARA A AGÊNCIA DE MÍDIA SOCIAL QUE É SÓCIA



ACIM OFERECE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Capacitar e incentivar a inovação, o desenvolvimento e o empreendedorismo de forma prática, atual e relevante. Estes são os objetivos da Escola de Negócios da ACIM, que além de cursos presenciais e online, oferece plataforma de educação a distância com mais de 1,2 mil títulos.

Com foco em educação corporativa, a Escola de Negócios atende empresários, gestores e colaboradores. Entre as opções de infoprodutos estão cursos online/ao vivo e aulas gravadas a distância, com conteúdos que vão desde operacionais até o universo de gestão e negócios. Todos são autorizados pelo Ministério da Educação (MEC) e, ao concluí-los, os alunos recebem certificado com a marca da ACIM.

Para participar, os alunos podem adquirir um curso individual por R\$ 79,90 ou a trilha de conhecimento (três ou mais cursos com desconto). Há ainda a assinatura no valor de R\$ 99 por mês, que permite acessar todos os títulos e dá direito a baixar as aulas para assistir offline. As empresas que investem em capacitação para grupos de colaboradores têm descontos especiais.

ESTOQUE DE SEGURANÇA GARANTE MANUTENÇÃO DOS NEGÓCIOS

Ampliar armazenamento é oportunidade de se organizar diante da quebra inesperada de fornecimento; empresas com demanda crescente apostam em pedidos maiores

por **Fernanda Bertola**

Vários setores vêm enfrentando atrasos e dificuldades para aquisição de matéria-prima, em razão do desabastecimento como consequência dos impactos da pandemia. Para driblar o problema, as empresas estão fazendo pedidos antecipadamente e estocando mais, como a Mondress Lingerie.

Mônica Assis, segunda geração à frente da empresa, conta que mesmo com as restrições, a fábrica não parou e produziu máscaras por 45 dias. Após esse período, a empresa focou na produção de lingerie para o mercado online, que apresentava aumento na demanda. “Trabalhávamos com metodologia enxuta, então quando começou a pandemia, seguramos pedidos de matéria-prima que tínhamos para receber e barramos entregas, voltando a receber a mercadoria conforme ajustamos a produção”, conta.

A demanda online, no entanto, aumentou mais que o previsto. Esse fator, combinado ao período de lockdown nos fornecedores, forçou a Mondress a fazer entregas parciais de pedidos. É que alguns tecidos, antes recebidos em um prazo de 20 a 30 dias, passaram a chegar com 60 dias, sendo que o principal deles, utilizado na confecção de cintas modeladoras, passou a chegar entre 90 e 180 dias. Até os fornecedores de aviamentos, que atendiam à pronta-entrega, passaram a pedir prazo de 60 dias.

A empresa chegou a ter que parar as vendas para o atacado em outubro do ano passado por não tem como produzir. “O fornecedor de tecido ainda está pedindo prazo de seis meses, e o de aviamentos está em 60 dias. Arcos de metal só com 60 dias também. Os fornecedores de tecido alegam que importam o fio, que faltou no mercado internacional. É uma cadeia de atraso”, diz Mônica.

O preço dos produtos para o consumidor final sofreu impacto e foi ajustado em outubro passado e depois em janeiro deste ano, sofrendo aumento de cerca de 20%. Um novo reajuste está em estudo, já que o fornecedor de tecido tem repassado aumentos mensais. “Seguramos o que podíamos e só vamos ver o reflexo desse preço nas vendas no decorrer de 2021”, comenta Mônica.

SOLUÇÕES

Para minimizar os problemas, a empreendedora mantém conversas com os fornecedores de tecidos todos os dias, dispondo-se a comprar o pedido de qualquer desistência. As compras também aumentaram, chegando a 300 quilos de tecido de cada cor por mês para as cintas modeladoras.



DIANTE DO AUMENTO DE PRAZO PARA RECEBIMENTO DA MATÉRIA-PRIMA, MÔNICA ASSIS TEVE QUE AUMENTAR O ESTOQUE DA MONDRESS LINGERIE: “É UMA CADEIA DE ATRASO”

“Foi uma tarefa diária controlar todos os números e procedimentos internos. Saímos um pouco do modelo enxuto. Compramos para mais meses, precisamos reformar a empresa porque não tinha estrutura para comportar tudo. Renda, por exemplo, que comprávamos para 60 dias, estamos comprando para seis meses”, conta Mônica.

Beneficiada pela demanda online, a empresa cresceu em torno de 25% no faturamento e aumentou o quadro de 43 para 53 funcionários. Só não cresceu mais porque não existe matéria-prima para aumentar a produção. Também foi preciso voltar a priorizar o atacado, forçando a empresa a diminuir a oferta no varejo online. O estoque praticamente esgotou.

Mônica relata que a empresa passou por uma crise interna de reestruturação em 2015. Foi a partir daí que foram abertos canais de venda próprios, o que fez a diferença na pandemia. “São os multicanais e a exportação para países como Paraguai e Bolívia que têm nos segurado.”

SETOR AGRÍCOLA

A pandemia provocou uma profunda crise financeira mundial – na América Latina a queda do Produto Interno Bruto (PIB) foi a pior do último século. A turbulência fez o mercado internacional correr para comprar mais, provocando redução nos estoques. Esta movimentação acarretou recordes nas produções, o que aumentou a demanda por materiais.

Segundo o gerente de compras da Irrigafort Produtos Agrícolas, Eric Inumaru, os problemas de desabastecimento começaram em outubro do ano passado, entre eles atrasos na entrega de pedidos e reajustes de preços quase semanais.

Um dos produtos que tem faltado na loja e que teve a demanda aumentada é o PVC. Uma grande fornecedora tem pedido prazo de 60 a 90 dias para a entrega, antes feita entre 15 e 45 dias. “Aumentou a procura também na parte de sais de adubo e estão faltando materiais”, diz Inumaru.

A solução foi aumentar o estoque regulador. Mesmo assim ficaram janelas. Em relação ao estoque de tubos, por exemplo, a empresa mantinha 500 peças de cada diâmetro e hoje o volume é o dobro.

O gerente conta que os preços aumentaram, sendo que uma parte foi absorvida pela empresa e a outra repassada ao consumidor final. “Os fornecedores estão sem previsão de normalizar as entregas. A expectativa seria neste primeiro semestre, mas acreditamos que levará mais tempo”, projeta.

CONTROLE E GESTÃO

Segundo o consultor Sebastião Cabrita, que ministra cursos na Escola de Negócios da ACIM, pode-se considerar que um estoque possui bom controle se os registros espelharem a quantidade de produtos físicos. Esse alinhamento de dados exige dedicação das equipes na manutenção das informações sobre os movimentos dos produtos e atenção redobrada neste momento. “O que as empresas não podem deixar de



ALÉM DA FALTA DE MATERIAIS E DOS ATRASOS NO RECEBIMENTO DOS PEDIDOS, IRRIGAFORT PRODUTOS AGRÍCOLAS TEM ENFRENTADO REAJUSTES FREQUENTES DOS FORNECEDORES; NA FOTO O GERENTE ERIC INUMARU

dar atenção quanto aos estoques são: giros dos produtos, margens de lucro e capacidade financeira da empresa em honrar os compromissos”, diz o consultor.

Ele ressalta que o “estoque de segurança” visa a garantir que a atividade da empresa seja mantida por determinado período caso o fornecimento dos produtos seja interrompido de forma inesperada. Desta forma, uma das principais vantagens quando bem dimensionado, é a oportunidade de se organizar diante da quebra inesperada de fornecimento de produtos, reduzindo ou neutralizando o impacto negativo na produção ou na comercialização do item. “O mau dimensionamento desse estoque de segurança levará os gestores a decisões errôneas, comprometendo inclusive a mobilização do capital humano e financeiro”.

O consultor pontua que para alguns segmentos o atual cenário é desfavorável, com baixa demanda, enquanto para outros é o inverso. “Nas duas condições o termômetro para definir se o gestor deverá investir mais ou menos em estoque será a ‘demanda’, pois ela define o volume de consumo dos produtos ou serviços”.

Outro ponto destacado pelo consultor é a necessidade de classificação técnica do mix de produtos, a fim de se encontrar um melhor fluxo de vendas. Isso porque a manutenção das margens de lucro tem sido um dos grandes desafios das empresas. As causas são diversas, como as frequentes flutuações dos custos, o que gera instabilidades nos indicadores de sustentabilidade da empresa e, por consequência, exige dos gestores mais atenção na formação de preços.



“O MAU DIMENSIONAMENTO DO ESTOQUE DE SEGURANÇA LEVARÁ A DECISÕES ERRÔNEAS, COMPROMETENDO INCLUSIVE A MOBILIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO E FINANCEIRO”, ALERTA O CONSULTOR SEBASTIÃO CABRITA

DICAS PARA A GESTÃO DE ESTOQUE



Há diversos métodos para a gestão de estoque, mas a correta utilização de um Sistema ERP (Software que realiza a integração de dados de uma empresa num único local) pode ser considerada uma das melhores metodologias no controle do estoque, porque proporciona aos gestores dados sobre a situação do estoque e seus resultados



Efetuar a conferência frequente do estoque (execução de inventários rotativos)



Avaliar e corrigir as causas que levaram às divergências do estoque físico como apontado no sistema operacional (não é correto apenas ajustar o saldo, mas é importante compreender a causa da divergência, ou seja, avaliar o processo e a conduta das pessoas envolvidas)



Identificar e avaliar os tipos de movimentos que os produtos realizam de entrada e saída do estoque, pois cada movimento gera um processo.

UNICRED 

**Escolha uma instituição que
cuida da sua vida financeira
enquanto você cuida da vida
dos seus pacientes**

escolha cooperar.

**escolha
unicred.**

Conte com o atendimento de pessoa
para pessoa da Unicred para cuidar da
sua saúde financeira.

escolha
unicred.com.br



Leia e QR Code e verifique a possibilidade de associação na cooperativa da sua região.

  @unicredscpr

ADEUS AO DEFENSOR DOS PEQUENOS EMPRESÁRIOS

Ex-presidente do Sivamar e diretor da ACIM por 12 gestões, Ali Wardani faleceu em março e deixa um exemplo de liderança

por Giovana Campanha e Amanda Dias

Quem o conhecia é unânime: Ali Wardani tratava as pessoas com carinho, respeito e sempre tinha um bom conselho, frequentemente chamando os amigos de ‘irmão’ ou ‘irmã’ e com um sorriso afetuoso. O líder que integrou as 12 últimas diretorias da ACIM desde 1998 faleceu em 14 de março por complicações da Covid-19, mas deixou um legado enaltecido por empresários e representantes de entidades. Também deixou impressa sua marca de defensor dos pequenos comerciantes e da colônia árabe.



DONO DE UMA EMPRESA FAMILIAR, ALI WARDANI FOI DIRETOR DA ACIM POR 12 GESTÕES, PRESIDIU O SIVAMAR, AJUDOU A FUNDAR O SICOOB METROPOLITANO E A SOCIEDADE BENEFICENTE MUÇULMANA

Na ACIM ocupou diversos cargos, como segundo vice-presidente, vice-presidente para assuntos federativos, vice-presidente para assuntos do sindicato varejista e membro do Conselho Superior, trabalhando de forma voluntária junto a sete presidentes da entidade.

Ex-presidente da Associação Comercial em 2012-2014 e 2014-2016, Marco Tadeu Barbosa recorda o amigo com quem defendeu os interesses da classe empresarial e com quem realizou campanhas quando Wardani presidiu o Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar). “Ele nunca me disse não. Era amigo, humilde e de espírito altruísta, estava sempre à disposição. Muita gente ia à loja dele, a Karina Móveis, apenas para conversar e tomar um café, e ele recebia todo mundo com um sorriso no rosto. Também foi um grande defensor do comércio e principalmente das pequenas empresas”.

Barbosa lembra como Wardani foi decisivo em relação a uma mudança estrutural na avenida Brasil. “Quando a prefeitura tirou as vagas de estacionamento do canteiro central da avenida, em 2014, foi Ali quem conversou com os comerciantes e evitou um embate com a prefeitura”, lembra Barbosa, sobre a retirada das “espinhas de peixe” que foram motivo de preocupação entre os comerciantes quando a prefeitura fez intervenções na via para melhorar o trânsito. “Acredito que este é o legado que ele deixa: um exemplo de pessoa que se doou para a causa coletiva”, reforça Barbosa.

Wardani presidiu o Sivamar, com gestões em 1999-2001, 2014-2018 e a terceira iniciada em 2018. Já no primeiro mandato lutou de forma bem-sucedida para que o comércio de rua de Maringá pudesse estender o horário de funcionamento nos dois primeiros sábados até as 18 horas. Também foi na gestão dele, em 2000, que o sindicato ajudou a criar a Câmara de Conciliação Trabalhista Sivamar/Sincomar, para que empresários e trabalhadores pudessem fazer a mediação de conflitos trabalhistas. E em 2017 o sindicato reinaugurou o salão de eventos, após ampla revitalização, disponibilizado por meio de locação.

LÍDER

Grande parceiro da ACIM, o Sivamar é correalizador das duas principais campanhas do comércio da cidade, a Maringá Liquida e a Feira Ponta de Estoque. As duas entidades também estiveram juntas na discussão, com o poder público, sobre a suspensão e a retomada das atividades econômicas durante a pandemia.

ALI OCUPAVA PELA TERCEIRA VEZ A PRESIDÊNCIA DO SIVAMAR E SEMPRE DEFENDIA OS PEQUENOS COMERCIANTES

O presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, recorda que Wardani sempre reforçava a importância da Maringá Liquida para os pequenos empresários e que a campanha deveria realmente aumentar as vendas das lojas. “Ele era uma pessoa alto-astral e um grande parceiro. Quando ingressei na ACIM, em 2002, como conselheiro do Copejem, Ali me recebeu de braços abertos e o convívio desde então foi de aprendizado. Ele sempre defendia os pequenos empresários”, destaca.

Vice-presidente da ACIM e empresário, Hussein Ali Wardani trabalhou ao lado do pai diariamente desde os 13 anos. Hoje aos 38 anos conta, emocionado, as lições que aprendeu: “meu pai era educado, justo, honesto e me ensinou a trabalhar e a lidar com funcionários e fornecedores com muito respeito. Ele era maravilhoso e sempre nos ensinava a tratar bem as pessoas e a respeitar as divergências”. Hussein e a irmã Samia trabalhavam com o pai na Karina Móveis, que tem 38 anos de mercado e emprega 35 colaboradores entre a loja, a fábrica e a operação de e-commerce. Antes a família foi dona de outra loja, Ao Barulho de Maringá, e até hoje emprega profissionais que trabalharam na antiga loja.

O líder afetuoso é lembrado com carinho por Lisley Messias da Silva, advogada e superintendente do Sivamar. “Ele era como um pai, exemplo de caráter, bondade e carisma” comenta. “Enquanto presidente do Sivamar, Ali era respeitado e não tomava decisão sem ouvir a opinião dos outros. Muitas vezes ele deixava o próprio negócio de lado para se concentrar nas questões do sindicato, o que mostra a importância que dava para esse trabalho. Ele nunca pensava no benefício próprio, sempre agia pelo bem comum” destaca Lisley. A advogada também comenta que Wardani tinha a habilidade de transformar positivamente todos com quem conversava. “Qualquer um que conviveu com o Ali se enriqueceu da sabedoria dele. Nós, do sindicato, não estamos conseguindo administrar essa perda. Parece que a qualquer momento ele vai entrar pela porta, como se tudo não passasse de um pesadelo” lamenta.

“IRMÃO DE CORAÇÃO”

O primeiro cargo que Wardani ocupou na ACIM foi a convite do empresário Jefferson Nogaroli, em 1998-2000, pouco antes de assumir a presidência do Sivamar. “À época não havia tanta sinergia entre o sindicato e a Associação Comercial, e convidei o Ali para a diretoria. Ele era um irmão de coração, mas também um irmão de muita gente. Sempre tinha um conselho bom, e era o amor em forma de pessoa”, lembra Nogaroli.

Amigo de mais de 50 anos, o vice-governador do Paraná, Darci Piana, lembra que conheceu Wardani quando era representante comercial e veio a Maringá em 1967. Desde então a vida empresarial deles se cruzou diversas vezes, e os laços de amizade se fortaleceram. “Sou o nono filho, sendo sete mulheres e dois homens. Meu único irmão morreu, e considero o Ali meu irmão do Paraná, já que nasci no Rio Grande do Sul. Ele era uma pessoa maravilhosa, um gentleman (cavalheiro). Sem dúvida, a morte dele é uma perda para o Sivamar, para a ACIM, para o empresariado e também pelo lado humano”.

Piana lembra com carinho quando insistiu para que Wardani assumisse pela segunda vez a presidência do Sivamar, sob o argumento de que a entidade precisava de um líder respeitado e que tivesse conhecimento da história do comércio. O mesmo aconteceu antes de Wardani assumir pela terceira vez o cargo. “Nas duas vezes fui à loja dele para convencê-lo, porque o Ali queria que o cargo fosse assumido por uma pessoa jovem. Ele teve mandatos muito bons e sempre tivemos uma ligação estreita, já que ocupava e continuo na presidência do Sistema Fecomércio Paraná”, recorda.

É no escritório de casa que Carlos Valter Martins Pedro, presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), guarda um exemplar do Alcorão, um presente que ganhou há alguns anos de Wardani. Mesmo não sendo muçulmano, Martins Pedro guarda com carinho o livro que o remete ao amigo de mais de três décadas. “O Ali era uma pessoa ímpar, muito ligado à família e que sempre externava às pessoas o quanto gostava delas, fazendo com que nós, amigos, nos sentíssemos especiais”.



ALI WARDANI E O VICE-GOVERNADOR DO PARANÁ, DARCI PIANA: UMA AMIZADE DE MAIS DE 50 ANOS

SINDICATO E COOPERATIVA

À frente do Sivamar, Wardani esteve com a Associação Comercial quando foi criada o Sicoob Metropolitano, tanto que o Sivamar é dono da conta-corrente número 2 e a ACIM detém a conta número. Criada em 1999, a cooperativa de crédito teve Wardani integrando a primeira diretoria, permanecendo no cargo até 2007. “Como sócio-fundador do Sicoob Metropolitano, ele era preocupado com o comércio e as relações trabalhistas. Ali fazia questão de ir pessoalmente à agência, participava de todas as assembleias, era uma pessoa presente e que realmente acreditava na cooperativa”, destaca o presidente do Sicoob Metropolitano, Luiz Ajita. “Ali, meu amigo durante anos, foi uma pessoa carismática, bondosa e aberta. Foi um empresário empreendedor, desbravador e visionário. Soube gerir entidades como o Sivamar munido de propósitos. Ele queria fazer a diferença e sempre trabalhou para tornar Maringá uma cidade melhor”, continua Ajita.

Nascido no Líbano em 1951, Wardani se mudou para o Brasil em 1961 e chegou a Maringá em 1967. Aqui, foi presidente, por seis gestões, da Sociedade Beneficente Muçulmana e um dos fundadores da Mesquita Sheik Mohamed Ben Nasser Al Ubudi. “Ali sempre valorizou nossa colônia e foi uma referência para o nosso povo em Maringá. Foi uma honra tê-lo como líder e representante”, atesta Mohamad Ali Awada Sobrinho, que presidiu a Sociedade Beneficente Muçulmana criada em 1982 e que teve Wardani como primeiro presidente. “Ele era dinâmico, inteligente e uma pessoa diferenciada que ajudou a criar um fundo para a construção da mesquita, inaugurada em 1989”, lembra Awada Sobrinho. A Sociedade Beneficente atende imigrantes e pessoas de baixa renda, oferecendo cesta básica, encaminhamento profissional e acompanhamento espiritual.

Ainda em sua trajetória, Wardani recebeu o título de Cidadão Benemérito de Maringá, outorgado pela Câmara Municipal de Maringá em 2017, e fez parte do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) entre 2010-2017.



58 ANOS DE HISTÓRIA FIRMANDO
RAÍZES EM CADA PALMO DE CHÃO.
UMA COOPERATIVA PERSEVERANTE
E UNIDA PELA FORÇA DO TRABALHO.

Parabéns Cocamar

PELOS SEUS 58 ANOS DE HISTÓRIA.



A CASA DO
EMPREENDEDOR
EM MARINGÁ

ASSOCIAÇÃO COOPERATIVA E EMPRESARIAL DE MARINGÁ



VEM PARA A ACIM VOCÊ TAMBÉM



As cinco palestras do projeto ‘Vem para a ACIM você também’ foram encerradas em 29 de março, trazendo especialistas renomados em transmissões ao vivo pelo canal da Associação Comercial no Youtube. Quem conduziu a primeira e a última palestra do projeto, sempre às segundas-feiras, foi o vice-presidente executivo da FranklinCovey, Bill Morais, que falou respectivamente sobre ‘Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes’ e ‘Líderes multiplicadores’. Também foram discutidos ‘Competências em liderança’, ‘Gestão por prioridades’ e ‘Estratégia e gestão da inovação’.

Com patrocínio do BRDE, Fomento Paraná, FranklinCovey, Kandyany e Sebrae, as palestras estão disponíveis em www.youtube.com/user/acimvirtual

HOMERO DISCUTE PEDÁGIO

O deputado estadual Homero Marchese esteve na ACIM em 19 de fevereiro para discutir o modelo de concessão de pedágio no Paraná, já que os atuais contratos terminam no final do ano. Para ele, no modelo previsto pelo governo “em regra, há redução das tarifas, mas não tão grande quanto muita gente esperava”. Ele falou que há previsão de um grande caderno de obras e que o reajuste das tarifas estará condicionada ao fator D, ou seja, a tarifa cairá se determinada obra não for feita. “É uma ótima ideia, mas não conseguimos confirmar se não fazer a obra vai compensar ou não para a empresa”. Ele citou projetos não executados nos atuais contratos, como o contorno de Arapongas e a duplicação da rodovia entre Araucária e Lapa, cuja decisão das penalidades pelo não cumprimento caberá à Justiça. Ele disse ser favorável ao modelo de disputa de preço, com exigência de caução da concessionária.



Marchese destacou ainda que o edital, que será elaborado pela Agência Nacional de Transportes Terrestres, será analisado pelo Tribunal de Contas da União, e que o processo de concessão deverá acontecer após o encerramento do atual contrato. Por isso, as rodovias paranaenses ficarão sem pedágio no período ou será feito contrato de manutenção com as atuais concessionárias.

CONSELHO MUNICIPAL DO TRABALHO

Presidente do Instituto Cultural Ingá (ICI) e vice-presidente da ACIM para assuntos de cultura, George Coelho, assumiu a presidência do Conselho Municipal do Trabalho. A cerimônia de posse foi online no final de fevereiro.

Coelho diz que a gestão tem como prioridade a capacitação profissional, ainda mais porque há um alto índice de vagas não ocupadas por falta de candidatos qualificados. “No setor de TI vemos isso com clareza, sobram vagas, mas faltam profissionais. Vamos trabalhar fortemente para diminuir os problemas de empregabilidade”, diz.

ASSOCIADO DO MÊS

Após se tornar mãe, Simara Parise decidiu abrir a Confetti Moda Infantil, em novembro de 2019. A loja oferece roupas e calçados desde recém-nascidos a pré-adolescentes, com variedade de marcas e preços.

Simara conta que, sendo mãe, procura oferecer aos clientes o que realmente usa e aprova para a filha. “A pele da criança é delicada, por isso, prezamos por produtos de qualidade, inclusive temos roupas de algodão egípcio. Oferecemos calçados em couro nobre que trazem conforto, sem deixar a beleza de lado,” relata a empresária.



Com a pandemia, a loja se reestruturou: graças ao investimento em vendas online e à interação com o público pelo Instagram (@confetti.loja), houve aumento de clientes neste período adverso. Todos os produtos da Confetti Moda Infantil podem ser adquiridos pelo site www.lojaconfetti.com.br

A loja física, localizada na avenida João Paulino Vieira Filho, 1.009, oferece espaço para entreter as crianças enquanto os pais fazem as compras. O telefone/WhatsApp da Confetti Moda Infantil é (44) 9 9141-3404.

FOMENTO CONCEDE R\$ 10 MILHÕES



O Ponto de Atendimento da Fomento Paraná que fica na ACIM concedeu R\$ 10 milhões de crédito no ano passado, o maior volume entre os pontos do Paraná. O diretor-presidente da Fomento, Heraldo Alves das Neves, se reuniu com o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, o ex-presidente da Faciap, Marco Tadeu Barbosa, além do diretor de mercado da Fomento, Vinicius José Rocha, o assessor da presidência da Fomento, Jonny Stica, e o superintendente da ACIM,

Ribamar Rodrigues. Na pauta do encontro realizado, em fevereiro, estiveram o destaque alcançado pelo ponto de atendimento de Maringá e a disponibilização de uma linha de crédito voltada para o turismo. O crédito é destinado à implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos turísticos, além de capital de giro associado ou puro, no limite de R\$ 2 milhões, com taxa de juros de 0,57% ao mês - o prazo de pagamento é de até 60 meses. Mais informações pelo telefone (44) 99999-3415

TERMO DE COOPERAÇÃO COM INSTITUTO MERCOSUL

O Instituto Mercosul firmou termo de cooperação com a Otimiza Brasil, que oferece assessoramento personalizado às empresas brasileiras e multinacionais de todos os portes. Em seu portfólio a Otimiza apresenta trabalhos para Casas Bahia, Itaú, Ipiranga, Bradesco e Natura, e entre as internacionais estão Mitsubishi Motors, BMW e Bosch. Com a parceria, empresas maringaenses terão acesso à consultoria da Otimiza com condições especiais. Para isso, é preciso entrar em contato com o Instituto Mercosul pelo telefone/Whatsapp: 44 3025-9613 ou pelo e-mail oportunidades@institutomercosul.org.br

LOCAL CONFIÁVEL

A ACIM fechou parceria com a startup Local Confiável para oferecer monitoramento em tempo real das normas sanitárias dos estabelecimentos e empresas da cidade. Os estabelecimentos que aderirem à certificação ganham um selo que atesta a confiabilidade e traz mais segurança aos colaboradores e clientes.

Para isso, é preciso passar por auditoria remota, que verifica as normas sanitárias e leva em conta os decretos e protocolos da região. Após estar em conformidade com os requisitos, a empresa recebe o selo ACIM – Local Confiável, que atesta o cumprimento de 100% dos requisitos obrigatórios, como uso de máscara entre os colaboradores, álcool em gel nas posições de trabalho e sanitização dos ambientes.

A implementação do sistema é rápida, dura em média 15 dias. Após a certificação, o local passa a oferecer QR Code que são colocados em diferentes pontos para que cliente, colaborador ou fornecedor possa reportar problemas que não estejam de acordo com os protocolos de combate à pandemia. Para acessar o formulário da Local Confiável, basta apontar a câmera do smartphone para o QR Code.

As empresas interessadas na certificação podem entrar em contato diretamente com a ACIM pelo telefone (44) 3025-9595 e têm descontos de até 70%.

MARINGAENSE NO CONSELHO DELIBERATIVO

Ex-presidente da ACIM e da Faciap, o empresário Marco Tadeu Barbosa integra o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, órgão ligado à Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio e Serviços e Inovação, do Ministério da Economia.

Barbosa foi indicado pela Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) e é o primeiro maringaense a ocupar o cargo. No Fórum, ele estará à frente do Comitê Temático de Acesso a Mercados, destinado a identificar, analisar e propor medidas para facilitar o acesso das micro e pequenas empresas às compras públicas, mercados externo e interno e à cadeia produtiva das grandes empresas. “Estou honrado pela indicação. Pelo momento que estamos vivendo temos que buscar outros caminhos, e principalmente dar suporte para as pequenas empresas”, diz.



PROGRAMAÇÃO DE CURSOS

- Workshop: edição fotos e vídeos pelo celular
- Estratégias de desoneração da folha de pagamento
- Oratória a comunicação na profissão
- Licitações públicas
- Inteligência emocional e gestão de conflitos
- Visual merchandising na prática
- Escola de Líderes
- Excel passo-a-passo
- Como encontrar, desenvolver e reter talentos
- CPA 20 - Investimento financeiro
- Especialista CEA - Investimento financeiro
- Recrutamento e seleção com foco em competências

*** Como a data está sujeita a alterações devido a decretos municipais, essa é a programação de cursos das próximas semanas, em data a ser definida**

NOVOS ASSOCIADOS (JANEIRO E FEVEREIRO)

Alika Terumi Arasaki Nakashima	(44) 99973-2992	America Pneus Auto Center	(44) 3222-3940
2f Transporte & Turismo	(44) 99970-6216	Antoniassi Agropet	(44) 99840-8653
360 Club	(44) 3028-2886	Arilog Soluções em Logística	(44) 3025-9999
7z7 Ideias Fora da Curva	(44) 99155-5547	Assecon Contabilidade	(44) 99149-7003
A Vantajosa	(44) 99165-4928	Assecon Mentoria Contábil	(44) 99149-7003
Academia de Futebol Palmeiras	(44) 99819-5455	Auto Mix Veículos	(44) 3031-2778
Agromics	(44) 99732-6122	Balanças Maringá	(44) 3225-3638
Aina Poke	(44) 98817-9674	Belcher Farmacêutica	(44) 3199-9880

Bemansil	(44) 3256-1555	Giovana Modas	(44) 3276-4139
Brasa Box	(44) 3225-3497	Gisele Evangelista de Souza	(44) 98453-8049
Cabeça de Boi	(44) 99156-4319	GK Refrigeração	(44) 3263-3557
Capacita Cursos	(43) 98418-3007	Gôndolas Maringá	(44) 3026-3900
Carpe Diem Gráfica	(44) 99980-7045	Gustavo Henrique Crespo Garcia	(44) 99925-2526
Centro de Educação Infantil	(44) 3031-7344	Hangar FM Coworking	(44) 99128-9014
Gente Miúda		Ingasest	(44) 99904-2420
Centro de Formação de Condutores Novo Horizonte	(44) 3034-8833	Jarm Global Importação	(44) 3224-1239
Confecções Lorentini	(44) 3023-8537	JD Móveis	(44) 3224-9821
Confetti Moda Infantil	(44) 99141-3404	Katarinhuk Engenharia e Construções	(44) 3029-2907
Corporate Smart Office	(44) 98461-5236	KFC – Catuaí Maringá	(44) 2101-6262
Cozinha Pet Sante	(44) 3031-3823	Larissa Renata	(44) 99848-7352
Damasio Maringá	(11) 95785-8573	Lazuli Shoes	(44) 98431-2788
Dany Muniz	(44) 98824-0713	Leeds Consultoria e Corretagem de Seguros	(44) 3142-1099
Delícias da Bahia	(44) 98867-4559	Loja Central Iguatemi	(44) 3276-3440
Dental Helyon Central de Compras Odontológicas	(44) 99153-8973	Loja Pontilhão Variedades	(44) 3520-0001
Digital Tec Marketing	(44) 99746-8179	Luci Cursos e Terapias Integrativas	(44) 3301-8956
Dinâmica	(44) 3027-1500	Lumen Instituto	(44) 3040-5559
Dispar	(44) 3025-4828	M G F Negócios Imobiliários	(44) 3023-7300
Doce Café Pijamas	(44) 99972-9021	Magen Holding Company	(44) 3431-2620
Dr Shape	(44) 99147-5551	Magistralle	(44) 3262-6960
Edson Lima & Cia Emperio	(44) 99926-2389	Maikai Acessórios	(44) 99932-5074
Dance		Marelli	(41) 3906-0330
Eduardo Cantarutti	(44) 99992-6444	Mariah Closet	(44) 3276-4037
Elloz Corp	(44) 99916-2334	Maringá e Região Convention & Visitors Bureau	(44) 3031-5959
Eloisa Maria Braga	(43) 99989-6039	Max Mercado	(44) 3224-0123
Embremar Embreagens	(44) 3031-2091	Medicção – Soluções Metrológicas Integradas	(44) 3026-6465
Empec	(44) 99903-4682	Metalúrgica El Shaday	(44) 3263-0411
Espaço Vitta Pilates - Fisioterapia Integrativa	(44) 98802-5542	Moda Vick	(44) 3276-3354
Essencial Estofados e Decorações	(44) 3031-5030	Monbras Civil	(44) 3244-6515
Evolução Embalagens	(44) 3032-1500	Mondonex	(44) 98865-9477
Farmácia Maringaense	(44) 3224-9966	Montago	(44) 3031-7429
Febracis Maringá	(44) 3052-0508	Multi Coisas 3 Irmãos	(44) 98811-2558
Fenix Acrílicos	(44) 3253-1619	My Dream Cosméticos	(44) 3346-1601
Flor Doce Concept	(44) 99838-4745	Nutrymag	(44) 3222-7348
Focus Contabilidade	(44) 3346-8657	Odontologia Dra. Lorena Faria	(44) 3305-1262
Fol Imóveis	(11) 3568-2115	Oilala Kids	(44) 3274-1393
Fractal System	(44) 99804-1369	Omar Calçados	(41) 3514-4437
Frioserv Refrigeração	(44) 99759-0017	Ótica Diniz	(44) 4141-0417
G.P.A Diesel	(44) 99733-2361		
Garden Nail	(44) 3346-3716		

Panificadora Max Pão	(44) 3031-7758	São Roque Distribuidora	(44) 99950-5658
Pardum Chip Performance	(44) 3026-0020	Semprebom Produtos Naturais	(44) 4141-5559
Physium Studio Pilates	(45) 99825-8278	Supermercado Cidade Canção	(44) 3220-5659
Pink Brasil	(44) 99726-1177	Techplus	(44) 3031-9898
Popservice / Paypop	(44) 3026-6531	Truckvel	(44) 3222-6322
Procare	(44) 99123-0756	Universo Truck Center	(44) 3631-5115
Projekt Arquitetura	(44) 99928-1588	Valdomiro Meger	(44) 99984-8550
Qually Total	(44) 99915-7289	Vitoria Distribuidora de Bebidas	(44) 99991-9788
Rafael Lemos de Magalhães	(44) 99175-7358	Vittne Automação Digital	(44) 98828-9000
Renova Energia Solar	(44) 99899-6012	Vox2you Maringá	(44) 99936-7481
Rocfer Empreendimentos	(44) 3028-8281	Ward Engenharia	(44) 99185-0635
Rosa Amarela	(44) 3276-3232	Zago & Grigio Trein. e Serviços	(44) 3354-8503

PENSO ASSIM

FIM DO FORO PRIVILEGIADO E PRISÃO EM SEGUNDA INSTÂNCIA

O fim do foro privilegiado e a constitucionalização da prisão em segunda instância são caminhos seguros para combater a corrupção e a impunidade no Brasil. São prioridades que deveriam constar na agenda legislativa do Congresso Nacional em 2021. É preciso continuarmos mobilizados para que esses temas não caiam no esquecimento e possamos dar os exemplos que a sociedade espera do Parlamento, com ações justas e transparentes.

A polarização na política tem alcançado um patamar de discussão que tem deixado de lado temáticas importantes como as mencionadas. E vou além: essa radicalização nos debates têm impedido o diálogo a favor do desenvolvimento do país. A moralização da política passa, definitivamente, por esses assuntos, tão carentes por definições de parte do Congresso.



FLÁVIO ARNS (PODEMOS) É SENADOR DA REPÚBLICA

O foro privilegiado beneficia hoje mais de 54 mil pessoas, segundo estudo da Consultoria Legislativa do Senado Federal. Já foi aprovada na Casa a Proposta de Emenda Constitucional nº 10/2013, do senador Álvaro Dias (Podemos/PR), propondo a extinção do foro privilegiado a autoridades em casos de crimes comuns. Pela proposta, perderiam o privilégio deputados, senadores, ministros de Estado, governadores, ministros de tribunais superiores, desembargadores, embaixadores, comandantes militares, integrantes de tribunais regionais federais, juízes federais, membros do Ministério Público, procurador-geral da República e membros dos conselhos de Justiça e do Ministério Público.

Assim, pelo texto da PEC 10/2013, as autoridades e agentes públicos hoje beneficiados pelo foro privilegiado passarão a responder a processos iniciados nas primeiras instâncias da Justiça comum, exceto o presidente e vice-presidente da República, o chefe do Judiciário e os presidentes da Câmara e do Senado.



A impunidade segue atualmente sem muitos freios no Brasil. Por isso, a necessidade de que proposições legislativas importantes, que visem a garantir efetividade ao sistema penal e de combate à corrupção, sejam aprovadas: além da citada PEC 10/2013, que ainda precisa de aprovação pela Câmara dos Deputados, também destacamos o Projeto de Lei do Senado (PLS) 166/2018, que altera o Código de Processo Penal para permitir a prisão em segunda instância, atualmente em trâmite na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) do Senado.

Repito: o Parlamento precisa dar uma resposta célere à sociedade, exercendo o seu poder de legislar de modo a garantir que as leis criminais já existentes tenham efetividade. A sociedade necessita acreditar no sistema representativo que elegeu. Nossas ações devem ser no sentido de privilegiar a cidadania, a democracia e o Estado de Direito e não, ao contrário, sermos coniventes com vícios procedimentais que não mais fazem sentido nos dias de hoje.

Para se ter uma ideia, o foro especial em curso foi definido na Constituição de 1988, na ocasião para defender o processo democrático e os mandatos, só que, na prática, o que ocorreu foi o estabelecimento de privilégio em prol de grupos específicos de poder, transformando-se em blindagem contra a eficácia da legislação criminal e ampliando o abismo de desigualdades na lei.

Se queremos um Brasil mais justo e igualitário, com menos impunidade e privilégios, precisamos lutar por essas duas matérias que estão no Congresso Nacional. Estou convencido de que elas são determinantes no caminho por mais justiça, por um Estado Democrático de Direito sólido e sem brechas, sem privilégios para uns. Estou ao lado da população nesta luta, por um país que não tolera mais tanta corrupção e impunidade.

EXPEDIENTE

Ano 58 n° 617 abril/maio/2021, **Publicação Bimestral** da ACIM, 44 | 30259595 | **Diretor Responsável** Rodrigo Fernandes, vice-presidente de Marketing | **Conselho Editorial** Cris Schneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues e Rodrigo Fernandes | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Amanda Dias, Camila Maciel, Fernanda Bertola, Graziela Castilho, Giovana Campanha, Lethícia Conegero, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorim, João Cláudio Fragoso | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44| 3031-7676 | **Editoração** Nova Inteligência | **Escreva-nos** Rua Basilio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br | **Conselho de Administração** Presidente Michel Felipe Soares | **Conselho Superior** Presidente José Carlos Valêncio | **Copejem** Presidente Lucas Di Loreto Peron | **Acim Mulher** Presidente Cláudia Michiura | **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Petrojan Vaz Neves | Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM - A redação da Revista ACIM obedece ao acordo ortográfico da língua portuguesa. **Contato Comercial Jociani Pizzi 99828-0011**

Escolha Viver Bem.



Previdência do Sicoob. Porque o seu futuro começa agora.

Escolha o plano de previdência Multi-Instituído.

- Taxa de administração reduzida.
- Cobertura dos riscos por morte ou invalidez.
- Benefício fiscal desde a adesão.

Fale com seu gerente ou saiba
mais em www.sicoob.com.br.

CENTRAL DE ATENDIMENTO SICOOB:
Capitais e regiões metropolitanas: 4000 1111
Demais regiões: 0800 642 0000 | atendimento 24 horas
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458
de segunda a sexta das 8h às 20h
Ouvidoria: 0800 725 0996 | de segunda a sexta
das 8h às 20h - ouvidoriasicoob.com.br

 **SICOOB**
Faça parte.

Somaco



Você **conhece** você **confia** desde 1954



**Veículos Volkswagen 0km | Veículos Seminovos | Peças
Assistência Técnica | Higienização | Embelezamento Automotivo**

(44)3027-4433
www.somaco.com.br



**Praça José Bonifácio, 121
CEP 87013-190 – Maringá PR**

