

# ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

# NATAL E COPA TURBINAM FIM DE ANO

Se na gastronomia e no setor de festas há perspectivas de bons negócios, varejo está otimista com vendas natalinas, mas jogos podem levar às compras de última hora; contratação é desafio para empresas.



# Século

ADEGA

# NATAL

CESTAS E PRESENTES

# 2022



Acesse o catálogo  
virtual de Natal da  
Século Adega 2022





**ESSES EXEMPLOS CONFIRMAM QUE PRODUTOS E SERVIÇOS SÃO CONECTADOS, AMPLIANDO O UNIVERSO DE AUTOMAÇÃO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, E TAMBÉM NOS LEVAM À REFLEXÃO: O QUE A TECNOLOGIA PODE FAZER PELAS EMPRESAS?**

## **INOVAR, NÃO HÁ OUTRO CAMINHO**

A taxa de desemprego no Brasil recuou para 8,7% no terceiro trimestre do ano, o menor patamar desde junho de 2015. O índice expressa o que os empresários sentem no dia a dia: está difícil encontrar profissionais para preencher as vagas de emprego, inclusive nos pequenos negócios.

Nessa equação há outro desafio: a falta de profissionais qualificados, seja por meio da educação formal ou para operar novas tecnologias.

E na busca por soluções, vem dos países desenvolvidos duas alternativas: a automação e a inteligência artificial, que têm ainda outra vantagem, vão ao encontro da pauta ESG (social, ambiental e governança). Os bons exemplos vêm de países como Noruega, Singapura, Japão e Israel, que vivenciam as novas tecnologias tanto nos negócios quanto no dia a dia dos cidadãos.

Na Noruega o *check-in* e o despacho de malas são feitos de forma automatizada, sem nenhum atendente. É o próprio passageiro quem etiqueta a mala em uma esteira. Também não há atendentes nos guichês das companhias aéreas, aliás, não há nem guichê individual para as companhias. Com essa solução, ganha-se tempo e autonomia ao mesmo tempo em que não é necessária mão de obra.

Nos restaurantes noruegueses, tanto os pedidos quanto o pagamento da conta são feitos por meio de um QR Code disponível na própria mesa.

Do transporte vem outro bom exemplo, por meio de tecnologias que oferecem precisão de horários e interação online entre os usuários e o modal. Em Israel as sementes de oliva, que eram um passivo, se tornam produtos cosméticos, agregando valor e renda e ainda resolvendo uma questão ambiental.

No Japão as usinas de incineração de lixo comprovam o quanto a tecnologia ajuda num serviço que em países como o Brasil é quase braçal. Lá o lixo vira resíduos, e até as cinzas resultantes do processo se tornam material para adubo ou é utilizado em cimento na construção civil.

Esses exemplos confirmam que produtos e serviços são conectados, ampliando o universo de automação e inteligência artificial, e também nos levam à reflexão: o que a tecnologia pode fazer pelas empresas? Como o seu negócio pode ganhar produtividade e eficiência?

As boas soluções são uma realidade, e cabe a cada empresário estudar, planejar e adotar inovação em seu negócio, não apenas para resolver o problema da mão de obra, mas para reduzir custos, agregar serviços e agilizar o atendimento ao cliente. Inovar deixou de ser um diferencial competitivo para ser um imperativo de sobrevivência.

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



8

## ENTREVISTA

Marcio Frizzo reconhece que é um eterno insatisfeito com a qualidade: “sempre dá para aprimorar e ficar mais distante da concorrência”; à frente da Frizzo e Feriato Advocacia Empresarial e da Certezza Consultoria Empresarial, ele foi eleito Empresário do Ano e conta a trajetória



28



12

## REPORTAGEM DE CAPA

Novo endereço para aumentar a produção e compra de telão foram alguns dos investimentos que Mairon Mazini Sacchi fez na Hórus Cervejaria; se no varejo há otimismo com fim de ano e dúvidas se a Copa impactará vendas, no setor de serviços há uma expectativa de bons negócios

## NEGÓCIOS

A efervescência do mercado de fusões e aquisições, que em três anos contabilizou mais de 15 transações importantes, motivou Elisandro Vargas a abrir um escritório da Stonecapital: “Maringá e região são pontos estratégicos pela vocação empreendedora multissetorial e pelo grande número de empresas”



20

## ESPECIAL ACIM 70 ANOS

Antes funcionário, Hermínio Arduin se tornou sócio do Escritório Central, onde também trabalham seu filho, sobrinhos e uma irmã; a empresa é associada desde 1967 e, assim como outras, contam com a força e os serviços da Associação Comercial



44

## NEGÓCIOS

Na jornada de compra do consumidor, a aposta em arquitetura comercial, visual marketing, cliente oculto e outros recursos ajudam a converter vendas e fidelizar, e é este caminho que tem trilhado a Enthusiasm, das irmãs Carolinne de Oliveira e Stephanie de Oliveira



**A COCAMAR É  
MAIS UMA VEZ  
A NÚMERO 1  
PORQUE É  
CONSTRUÍDA  
POR PESSOAS  
PARA PESSOAS**





### SICOOB ADQUIRE NFTS DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL

O Sicoob Metropolitano, cooperativa com sede em Maringá, é a primeira instituição financeira brasileira a adquirir NFTs que representam terrenos de preservação ambiental. A ação faz parte de uma iniciativa da Preservaland, *startup* fundada nos Estados Unidos por empresários brasileiros que têm a meta de preservar até 5 milhões de hectares de área florestal até 2024.

A área adquirida pelo Sicoob Metropolitano corresponde a um hectare de Mata Atlântica e fica no Parque Nacional da Serra da Bocaina, localizado entre os estados de São Paulo e Rio de Janeiro - em 2019, o espaço se tornou Patrimônio Cultural e Mundial pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco).

No Brasil, os imóveis rurais são obrigados a destinar parte do terreno para a Reserva Legal. A área adquirida pelo Sicoob é chamada de floresta excedente, que é excedente à Reserva Legal, e poderá ser monitorada por imagens de satélite transmitidas em tempo real.

FOTO/DIVULGAÇÃO/SESA



### UNIDADE AÉREA DO SAMU OFERECE TRANSFUSÃO DE SANGUE

Em uma iniciativa pioneira no Brasil, a unidade aérea do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) de Maringá realiza transfusão de sangue em vítimas no local da ocorrência - o serviço está disponível desde meados de outubro. Nos últimos seis meses mais de 50% das vítimas atendidas sofreram acidentes graves e poderiam ser enquadradas no protocolo de transfusão de sangue no local da ocorrência. “Antes, era necessário levar o paciente até o hospital, o que poderia durar até 60 minutos. Agora conseguimos atender até dentro das ferragens de um carro, se for o caso”, conta o coordenador do Samu Norte Novo, Maurício Caetano. Segundo o coordenador médico das operações aéreas, Maurício Lemos, os estudos mostram que a transfusão rápida de sangue nos casos de hemorragia representa menos tempo de internação na Unidade de Terapia Intensiva (UTI), maior sobrevida dos pacientes e menor possibilidade de sequelas. Em Maringá é adotado o padrão europeu, com transfusão de concentrado de hemácias de sangue tipo O negativo.

Na base aérea do aeroporto de Maringá foi montada a sala de hemocomponentes, onde a bolsa de sangue fica armazenada. O processo conta com caixa para transporte, capaz de manter o sangue em temperatura de 2° a 6°C. Todos os pacientes são transportados para a mesma unidade hospitalar, o Hospital Universitário (HU), da Universidade Estadual de Maringá (UEM). As bolsas não utilizadas serão devolvidas ao Hemocentro Regional de Maringá às quartas-feiras. O material não será descartado, já que os hemocomponentes seguem dentro do prazo de validade e poderão ser utilizados em outros pacientes.

## PARA ISTOÉ, COCAMAR É A MELHOR COOPERATIVA DO BRASIL

A Cocamar Cooperativa Agroindustrial foi eleita pelo segundo ano seguido, pela Revista IstoÉ Dinheiro, a melhor cooperativa agropecuária do Brasil. Na reportagem intitulada 'A força do sucesso coletivo', de outubro, a revista resalta que a "Cocamar aposta em gestão estruturada, transparente e tecnológica para garantir crescimento de 12,5% em 2022 apesar de altas nos custos e perdas com quebra de safra".

A cooperativa conta com mais de 16,5 mil produtores cooperados em que todos são donos e têm poder de decisão. Além do parque industrial em Maringá, atua com 112 unidades de atendimento no Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul.

Em 2021, a Cocamar faturou R\$ 9,63 bilhões, número que deverá crescer para R\$ 11 bilhões neste ano.



## CÁPSULA DO TEMPO DA CATEDRAL SERÁ ABERTA EM 2071

Em 2071, quando iniciar o jubileu de comemoração dos cem anos da Catedral de Maringá, será aberta a cápsula do tempo depositada em 12 de outubro deste ano – o centenário será completado em 2072. A cápsula fica no átrio da basílica e contém a réplica de um dos sinos da Catedral; um exemplar do livro 'Nas alturas', que conta a história da Paróquia Catedral de Maringá, escrito pelos jornalistas Everton Barbosa e Rogério Recco; materiais produzidos por ocasião do jubileu, como brasão e hino; exemplares de jornais e revista; carta do arcebispo de Maringá Dom Severino para os maringaenses; entre outros materiais.

## NOVOS NEGÓCIOS EM MARINGÁ

A rede Outback Steakhouse anuncia a inauguração em Maringá em 2023. Será a quarta unidade da marca no Paraná, que já conta com unidades em Curitiba e Londrina. O contrato foi assinado para a abertura no Shopping Catuaí, em um espaço de 500 metros quadrados.

Com cortes de carne especiais, aperitivos icônicos como a Bloomin' Onion (cebola gigante dourada em formato de flor), as famosas costelas e a caneca de chope congelada, o Outback é inspirado no *lifestyle* australiano – o restaurante traz para suas unidades vários aspectos desta cultura, como tradições, esporte, lazer, paisagens e pontos turísticos. Em 2022 o investimento da rede foi de R\$ 75 milhões para a inauguração de 16 unidades no

país. O Outback Steakhouse pertence ao grupo Bloomin' Brands e possui 139 restaurantes no Brasil, distribuídos em 53 cidades. No exterior, está presente em 23 países.

Outra novidade é a primeira franquia do Bar do Urso da região Sul do país que fica na avenida Herval, 3.286, no Jardim Copacabana. Inaugurado no final de agosto, o empreendimento da cervejaria Colorado tem 300 metros quadrados, conta com 26 colaboradores e capacidade para 125 pessoas. Além de torneiras de chopes, há entradas, porções e pratos. O estabelecimento funciona de terça-feira a sábado a partir das 17h e aos domingos, a partir das 15h. Segundo a franqueadora, o investimento varia de R\$ 230 mil a R\$ 480 mil, com taxa de retorno entre 24 e 36 meses.

# Um eterno insatisfeito com a qualidade, a eficiência e a eficácia

O imponente escritório que ocupa três andares em Maringá acomoda parte da equipe da Certezza Consultoria e a Frizzo e Feriato Advocacia Empresarial, que contam com mais de 180 colaboradores. É desse local, na rua vereador Basílio Sautchuk, que o consultor e advogado Marcio Rodrigo Frizzo, conhecido como Frizzo, detém toda a equipe e escritórios afiliados.

“É em Maringá que vivo e sou feliz”, diz ele, sem intenção de mudança, mesmo com a abertura de um escritório na famosa avenida Faria Lima, em São Paulo. “Estamos abrindo um escritório de negócios em São Paulo, mas a matriz permanecerá em Maringá”, afirma. “O encanto foi à primeira vista. É uma cidade linda, eficiente e eficaz, com um povo maravilhoso. Senti-me em casa aqui desde o primeiro dia. Fiz grandes amigos e tenho o prazer de chamar muitos de irmãos”, elogia.

À época, recém-formado, ele não teve dúvidas sobre a necessidade da Cidade Canção ter um escritório que trouxesse aos empresários a competência e o resultado dos grandes escritórios da capital paulista. “Nunca pensei pequeno, sempre dei tudo para realizar este sonho: dei meu tempo, meu lazer, todos os investimentos, enfim, dei e dou minha vida por isso”. Com sedes em Cascavel e São Paulo, a empresa começou a reformar os escritórios de Curitiba/PR e de Recife/PE. “Estes são meus filhos que vão nascer em 2023 e 2024. Compramos a estrutura física, de um andar em cada capital, agora é treinar o time e fazer a estrutura interna.

Empreendedor, entusiasta e estudioso em tudo que fez, como ele próprio se define, Frizzo trilhou uma trajetória de mais de 20 anos unindo o direito tributário e a consultoria empresarial. “Só entendo como cliente a empresa que atendo de forma completa, que participo da estratégia e da vida”. Hoje o escritório está entre os maiores da região Sul e é um dos mais respeitados do país na área de planejamento tributário e societário, com clientes em vários estados. O caminho, segundo Frizzo, foi de sacrifício, especialmente na vida pessoal, mas recompensador. “A



vida pessoal acaba entrando nas brechas do tempo, porque quase todos os compromissos acabam sendo profissionais, mas não faria diferente. Sou feliz e realizado”, afirma o empresário que, em 16 de dezembro, receberá o prêmio Empresário do Ano 2022.

## COMO ESCOLHEU O CAMINHO DA CONSULTORIA E ADVOCACIA?

No ensino médio escolhi o curso de técnico contábil porque era gratuito. No segundo ano fui convidado para trabalhar numa empresa de auditoria. Na época tinha habilidade com informática e matemática. Quando prestei vestibular, fui aprovado em Contábeis e em Direito. Fiz a inscrição para Contábeis porque trabalhava

na área, e fiquei na dúvida se faria Direito. Então meu chefe me chamou e falou: 'Frizzo, de contabilidade você já entende o suficiente, vai fazer Direito e depois atuar nas áreas tributária, societária e empresarial'. Decidi seguir o conselho, me matriculei em Direito e desde o início do curso me voltei para as áreas tributárias, societárias e empresarial.

### **COMO SURTIU A CERTEZZA CONSULTORIA E A FRIZZO E FERIATO ADVOCACIA EMPRESARIAL?**

Quando me formei, em 2001, entendi que estava na hora de construir minha empresa. Começamos pequenininhos em Cascavel, com os serviços de advocacia e consultoria. Meu nome era referência em virtude dos clientes que atendia na região. Também fui professor em diversas universidades, como a Unioeste, o que abriu caminhos. A empresa foi crescendo e decidimos abrir um escritório em Maringá. Gostei de Maringá desde a primeira vez que vim para cá, tanto que falei para o meu sócio: 'quem vai morar em Maringá sou eu, é lá que vamos ter nosso centro de inteligência'.

### **O QUE FOI MAIS IMPORTANTE NESTE CAMINHO? COMO A EMPRESA CRESCERU?**

Encontrar pessoas boas sempre foi uma dádiva. A vida me tirou meu pai e mãe antecipadamente, enquanto era um menino, mas em compensação me apresentou, nestes 25 anos profissionais, vários pais, várias mães e vários irmãos de afinidade e de coração, que são meus sócios. Sem eles, não haveria a Certezza e a Frizzo e Feriato. Quero citar quatro pessoas especiais: meu paizão Samir, meu irmão gêmeo Jhoni, meu parceiro e irmão Vinic-

cius, e a Patricia, que além de tudo é minha irmãzinha caçula.

### **COMO FOI O INÍCIO EM MARINGÁ?**

Abrimos o escritório em 2002, e em 2004 viemos para Maringá. O primeiro endereço foi na avenida Paraná. Inclusive, naquela época, dormimos no escritório, em um quarto nos fundos do imóvel. Hoje o espaço físico é bem diferente. Ocupamos três andares do prédio e é nesta estrutura que trabalha a maioria dos colaboradores. Aqui funciona a nossa central de inteligência, tanto da área de tecnologia da informação como contábil, jurídica e de consultoria.

### **ALÉM DE MARINGÁ, ONDE MAIS AS EMPRESAS ATUAM?**

Nossa maior sede fica e sempre ficará em Maringá. Chamo-a de 'nossa casa', mas temos sede estratégica em Cascavel. Estamos abrindo outra sede em São Paulo, na avenida Faria Lima, e temos projetos para Recife e Curitiba. As estruturas já estão compradas, agora é questão de tempo para fazer a reforma de forma organizada. Em São Paulo trata-se de um escritório de negócios, porque é lá que acontecem os grandes negócios iniciados em todo o Brasil, onde estão os grandes bancos, enfim, o mundo corre para lá. Pensamos neste escritório como ponto estratégico para facilitar o atendimento aos clientes. É mais fácil marcar uma reunião com um cliente de São Luís/MA ou de Cuiabá/MT em São Paulo do que em Maringá. Também fechamos parcerias estratégicas com escritórios tradicionais e referências em suas cidades para agregar nossos trabalhos, pois todos ficam encantados com o resultado. A Certezza e a Frizzo e Feriato Advocacia

sempre trabalham em sintonia, isso mostrou ao mercado como se deve trabalhar, como se leva solução para o empresário.

### **O CONTATO FÍSICO COM O CLIENTE É UM DIFERENCIAL?**

Tem o ditado que diz que o cantor tem que estar onde o público está. Independente do nosso tamanho, estamos na frente do cliente. Quando somos chamados não é para um problema corriqueiro, é para algo complexo, que pode representar o fechamento ou o sucesso da empresa, pode ser uma recuperação judicial. São situações vitais. E é difícil tratar de algo vital sem estar sentado em frente à pessoa. Temos várias salas digitais no escritório, que facilitam o trabalho, mas não substituem o contato pessoal. Brinco com os clientes que eu sou o SAC, sistema de atendimento ao consumidor, do escritório, porque eles têm meu WhatsApp para entrar em contato a qualquer hora. A gente se amolda à necessidade do cliente, isso é uma das fórmulas do nosso sucesso. Também nos preocupamos com a ética, e por isso não atendemos duas empresas concorrentes no mesmo local, salvo se o cliente concordar. Porque se trata de uma relação de confiabilidade, de ter acesso a informações privilegiadas.

### **QUAIS OUTROS FATORES TORNARAM O ESCRITÓRIO RECONHECIDO NACIONALMENTE?**

Ser um eterno insatisfeito com a qualidade, a eficiência e a eficácia e ser um entusiasta com o que se faz. Sempre dá para aprimorar e ficar mais distante da concorrência. Aliás, nosso trabalho é tão diferenciado que não tem como comparar. Outro ponto fundamental é inovar.

Pesquisamos, estudamos e desenvolvemos produtos e, dessa forma, não exaurimos a nossa carteira de clientes.

### **NESTA TRAJETÓRIA TEVE UM MOMENTO RELEVANTE?**

O nosso crescimento foi constante e é resultado de muitas horas de trabalho, fruto de muito suor, estudo e dedicação. Não houve nenhuma grande sacada ou 'pulo do gato'. O segredo é pensar na parte estratégica à noite, chegar duas horas antes para fazer reunião com o pessoal, traçar o planejamento, enfim, o negócio é sentar e trabalhar.

### **VOCÊ PARTICIPOU DO CONSELHO ADMINISTRATIVO DE RECURSOS FISCAIS (CARF) ENTRE 2012 E 2015 COMO REPRESENTANTE DOS CONTRIBUINTES. COMO FOI A EXPERIÊNCIA?**

Foi uma grande escola. Estabeleci contato com os grandes escritórios de São Paulo, e isso foi uma aula de gestão. Aprendi como os grandes escritórios - alguns centenários - se portam, como cresceram, qual a metodologia usam, e trouxe essa experiência para o nosso escritório, guardadas as proporções. Por isso inovamos no atendimento, na estrutura e na qualidade.

### **QUAL É A IMPORTÂNCIA DA ADVOCACIA E DA CONSULTORIA EMPRESARIAL PARA AS EMPRESAS?**

Três pontos tornaram o nosso trabalho reconhecido. O primeiro é viver em um país que tem carga tributária de 40%. Em muitas empresas os tributos custam mais do que a folha de pagamento ou do que os custos da mercadoria. Neste cenário, quando vai reco-

QUANDO SOMOS CHAMADOS NÃO É PARA UM PROBLEMA CORRUIQUEIRO, É PARA ALGO COMPLEXO, QUE PODE REPRESENTAR O FECHAMENTO OU O SUCESSO DA EMPRESA, PODE SER UMA RECUPERAÇÃO JUDICIAL. SÃO SITUAÇÕES VITAIS. E É DIFÍCIL TRATAR DE ALGO VITAL SEM ESTAR SENTADO EM FRENTE À PESSOA

lher as guias, o empresário entende a importância do trabalho de um bom escritório. Outro ponto é a informatização dos sistemas de fiscalização. Ou seja, as empresas entenderam que precisam andar certo e, para andar dentro da lei pagando o mínimo possível, é preciso assessoria. O nosso trabalho passou a ser visto como necessidade. Muitas empresas estão sendo passadas para as terceiras e até quartas gerações, e isso exige preparação e trabalho societário estruturado, com a criação de conselho de administração e conselho de sócios.

### **COMO ADVOGADO NA ÁREA EMPRESARIAL, QUAIS PONTOS ACREDITA QUE PRECISAM SER CONSIDERADOS NA REFORMA TRIBUTÁRIA?**

Temos um Estado pesado e ineficiente, e só existe um jeito de pagar esta conta: cobrando o que é co-

brado de tributo. Não é possível reduzir a carga tributária com o atual peso do Estado porque a conta não fecha. Não vejo uma solução para a situação tributária do Brasil a não ser algo radical, acabar com tudo o que se tem hoje e construir um sistema tributário novo e mais justo. Tudo o que se propôs até agora é remendo.

### **QUAL O MAIOR DESAFIO COMO ADVOGADO E GESTOR?**

É preparar a nova geração técnica e psicologicamente para ser grandes profissionais. Para entrar no nosso escritório é preciso passar por uma seleção e, mesmo assim, ao pisar aqui viabilizamos vários cursos e treinamentos. Mostramos que precisamos estar muito acima dos outros em conhecimento e técnica, que nosso objetivo é o resultado. Precisamos treinar mesmo quem chega com experiência. Tem pessoas boas e interessadas, mas a maioria é imediatista, entra na porta e já quer saber quando será promovida.

### **COMO RECEBEU A NOTÍCIA DO PRÊMIO DE EMPRESÁRIO DO ANO?**

Foi uma surpresa, até porque Maringá é uma cidade repleta de grandes empresários, pessoas que dedicam a vida à sociedade e à empresa, enfim, de grandes exemplos. Mas recebi a notícia com felicidade e fiquei honrado, principalmente ao olhar para o histórico do prêmio. É um título que só grandes pessoas de Maringá receberam. Aprendi que temos que abraçar todos os prêmios que recebemos, porque é uma forma das pessoas reconhecerem o nosso trabalho. O ano de 2022 foi marcante, com o nascimento do meu filho, e agora com o prêmio.

# Labore há 14 anos referência em Saúde e Segurança do Trabalho

Sua média e pequena empresa  
está preparada para o eSocial  
a partir de janeiro/2023?

Entre em contato com  
a Labore que podemos  
te ajudar

44 99919-8180  
[www.medivo.com.br](http://www.medivo.com.br)

Labore   
SAÚDE OCUPACIONAL

Empresa do Grupo

Medivo 

MEDICINA DO TRABALHO

# Natal e Copa turbinam

## FIM DE ANO

Se nos setores gastronômico e de festas os meses finais do ano trazem perspectivas de bons negócios, no varejo há otimismo com as vendas natalinas, mas receio de que os jogos de futebol levem às compras de última hora; em comum, os setores enfrentam o desafio de contratar mão de obra

Depois de uma gestão 'conservadora' em 2021, a empresária Bruna Aranega de Macedo Ribeiro aumentou os investimentos nas compras para este fim de ano confiante num bom desempenho do período natalino, o mais esperado do comércio. "Acreditamos que o Natal 2022 será melhor do que o do ano passado quando ainda havia resquícios da pandemia", conta a sócia das lojas Capodarte dos shoppings Maringá Park, Catuaí e Avenida Center.

Ela também fez o pedido com antecedência para tentar evitar problemas com entregas, haja vista que as fábricas ainda não retomaram 100% da capacidade produtiva por escassez de insumos e matérias-primas. No ano passado, a falta de mercadorias comprometeu as vendas. "O chinelo, que é o nosso carro-chefe, estava em falta no Brasil inteiro. Se tivéssemos estoque do produto, teria feito a diferença". Por isso, o item recebeu atenção este ano na hora de fazer o pedido para a franqueadora.

Os preparativos incluem a tradicional contratação de colaboradores temporários. Pelo menos uma vaga será aberta em cada loja. A seleção será realizada em novembro e um treinamento será ministrado no início de dezembro para garantir o atendimento de qualidade. E quem se destacar poderá ser efetivado. "Já há algum tempo contratamos temporários para atender a demanda das vendas de Natal. É uma oportunidade para quem está à procura de emprego, principalmente porque um bom funcionário pode vir a se tornar efetivo", adianta a empresária. "O recrutamento de pessoas é a nossa maior dificuldade hoje", completa.

O otimismo de Bruna com as vendas, entretan-



Bruna Aranega de Macedo Ribeiro aumentou o estoque e deve contratar pelo menos um temporário para cada uma das três lojas da Capodarte. \_FOTO/IVAN AMORIN



Cristiane Medeiros, da Perfect Way, tem peças com as cores da bandeira brasileira e aposta em lançamento de coleções quinzenais \_ FOTO/IVAN AMORIN

to, esbarra em um fator extra: a Copa do Mundo. Tradicionalmente a competição esportiva acontece no meio do ano, mas em 2022 será disputada, excepcionalmente, entre 21 de novembro e 18 de dezembro, no Catar, no Oriente Médio.

A exemplo de muitos lojistas, Bruna tem receio que a Copa prejudique o movimento no comércio, porque em dias de jogos da seleção brasileira os horários de atendimento são reduzidos, já que o país, literalmente, para. "Os brasileiros entram e saem antes do trabalho para torcer pelo Brasil e muitos nem voltam, vão direto para a comemoração. Isso reduz o fluxo no comércio. Dificulta até para organizar a contratação de temporários".

Outra dúvida é quanto ao comportamento dos consumidores. A final da Copa será em 18 de dezembro, faltando uma semana para o Natal. "Estaremos em semanas cruciais de vendas. Será que as pessoas vão se preparar ou deixar tudo para a última hora?".

### **DE INCERTEZA À INSPIRAÇÃO**

Na Perfect Way, indústria têxtil de moda feminina com 20 anos de mercado, o receio que a Copa do Mundo fora de época pudesse frear a disposição do brasileiro para o consumo 'virou' inspiração para ações de divulgação de coleções cápsulas da marca. Seguindo a tendência Brasil-

core, peças azul, amarelo e verde viraram estrelas de campanhas.

"Essas três cores normalmente são apostas das coleções de alto verão, sempre coloridas. O que fizemos foi ressignificar peças por meio de combinações, dando uma aparência casual, mostrando que é possível torcer pelo Brasil com elegância e estilo", explica a diretora Cristiane Medeiros.

Com a estratégia, a intenção é oferecer *looks* versáteis, tanto para assistir aos jogos da seleção brasileira como para os tradicionais eventos de fim de ano.

Por outro lado, Cristiane não descarta a possibilidade da Copa prejudicar as vendas de fim de ano devido ao fechamento das empresas nos dias de jogos do Brasil. No caso da Perfect Way, para não comprometer a produção – especialmente neste período da alta sazonal – foi fechado um acordo de compensação de horas com a equipe. A empresa conta com aproximadamente 150 colaboradores diretos, além da mão de obra de facções.

Depois de dois anos de percalços causados pela incerteza da pandemia, a diretora acredita, enfim, numa retomada efetiva do setor. Em relação à Perfect Way, ela diz já colher os resultados da estratégia bem-sucedida de lançar coleções cápsulas, adotada em meados de 2020. "Lançamos 50 modelos a cada 15 dias que são criados para o



Adriano Soares, gerente de vendas da Tricolândia Festas: “trabalhar com vendas é viver um dia de cada vez. Hoje existe uma pressa em comprar, adquirir com antecedência” \_FOTO/IVAN AMORIN

período em que serão comercializados. Desta forma, o lojista consegue ter assertividade na compra e, conseqüentemente, facilita o planejamento do fluxo de caixa, porque ele consegue ter base de investimento para ter o produto certo na hora certa”, comenta.

Ainda segundo Cristiane, o crescimento das vendas só não tem sido maior por causa da instabilidade climática registrada nas regiões sul e sudeste do país nos últimos meses. Paraná, São Paulo e Minas Gerais, principais mercados da marca, são estados que têm apresentado clima adverso à estação. Situação que, segundo as previsões, deve ser superada, com uma regularidade climática nos próximos meses.

### DE PAPAIS NOÉIS A CORNETAS

Na Tricolândia Festas a procura por árvores de Natal, luzes decorativas, guirlandas, duendes e, claro, Papais Noéis dos mais variados tamanhos já começou. E opções não faltam nas prateleiras. “É preciso se preparar com muita antecedência para as datas festivas, tanto que já estamos pensando no Carnaval e na Páscoa de 2023. Para as festas de fim de ano, a nossa loja está abastecida e organizada”, garante o gerente de vendas, Adriano Soares.

Outro motivo para se antecipar é o desafio constante para encontrar fornecedores. O setor de

festas foi um dos mais afetados pela pandemia e, com isso, segundo o gerente, muitos parceiros fecharam as portas, obrigando a loja a buscar novos fornecedores.

Já o diferencial é que este ano foi preciso incluir um tema a mais na lista de compras. Afinal, o Natal e o Ano Novo têm a concorrência da Copa do Mundo ‘fora de época’. Por isso, foi preciso reservar uma área verde-amarelo para bandeiras e cornetas. Felizmente, espaço para abrigar os dois temas não falta na Tricolândia Festas, instalada em um imóvel de 1,4 mil metros.

Soares acredita que a concentração de eventos festivos deve alavancar as vendas, mesmo diante de um cenário econômico ainda incerto no país. “O brasileiro gosta de festa e ama futebol. Por isso acreditamos que esta combinação tem tudo para dar certo”.

Nem mesmo o horário reduzido de atendimento em dias de jogos da seleção brasileira chega a ser uma preocupação. Até porque o gerente destaca uma mudança de comportamento do consumidor no pós-pandemia. “Trabalhar com vendas é viver um dia de cada vez. O que era regra há quatro anos, hoje não é mais. Hoje existe uma pressa em comprar, adquirir com antecedência”, conta Soares, acrescentando que a procura por decoração de Natal começou em outubro.



Rafael Cecato, dono do Firula e presidente da Abrasel: “os donos de bares e restaurantes foram fustigados nos últimos dois anos. Esperamos uma fase próspera no fim de ano e em 2023” \_FOTO/IVAN AMORIN

Ainda assim, espera-se um grande movimento nos dias próximos às datas festivas, afinal, segundo o gerente, “sempre tem aquele consumidor que acaba deixando para última hora”.

O bom atendimento é outra preocupação e por isso o quadro efetivo de colaboradores foi reforçado recentemente. Hoje a loja conta com mais de 60 profissionais devidamente treinados.

### **TEMPORADA DE CASA CHEIA**

Já os empresários do setor de bares e restaurantes esbanjam confiança no desempenho da dupla Natal-Copa. A aposta é de casa cheia, especialmente nos dias de jogos da seleção brasileira. “Em novembro e dezembro sempre há aumento do fluxo de clientes, o que conseqüentemente resulta num incremento nas vendas. Mas sem dúvidas a Copa do Mundo é um ingrediente a mais para fomentar o segmento este fim de ano”, diz o presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) Seccional de Maringá, Rafael Cecato.

Por conta disso, o Firula, bar do qual é proprietário, vai ter novos telões e televisores para as transmissões dos jogos. Ele aposta em picos de atendimentos durante a Copa, em especial quando o Brasil estiver em campo, mas trabalha para ter um movimento constante. “Precisamos pensar para

garantir um faturamento uniforme. Ou seja, fazer com que as pessoas venham nos dias de jogos e nos outros também”.

Segundo ele, o período é aguardado pelo setor porque é a oportunidade para colocar as contas em dia, principalmente após os prejuízos deixados pela pandemia. “Os donos de bares e restaurantes foram fustigados nos últimos dois anos. Esperamos uma fase próspera no fim de ano e em 2023”.

Depois da última onda da pandemia, entre janeiro e março de 2022, o setor ainda sofreu com os impactos da alta nos preços, ocasionada pela inflação, e da guerra entre a Ucrânia e Rússia. “Não fosse por isso, o desempenho poderia ter sido melhor. Mas não dá para ficar lamentando. A ideia é que nosso segmento se fortaleça até porque é um dos mais importantes do país, tanto na geração de empregos como na participação no PIB”, diz Cecato.

O presidente da Abrasel espera, inclusive, que a retomada amenize o problema conjuntural da escassez da mão de obra. Ele lembra que muitos colaboradores deixaram o segmento durante a pandemia – quando bares e restaurantes fecharam – e não retornaram. Além disso, a abertura de estabelecimentos acirrou a concorrência. “Neste fim de ano ainda teremos dificuldades para con-

tratar, mas em 2023 o setor estará reestruturado e certamente criará ferramentas para atrair e qualificar mão de obra. Colocando as contas em dia, o empresário conseguirá valorizar os colaboradores e remontar as equipes”, conclui Cecato.

### CHOPE, FUTEBOL E FESTA

Os investimentos recentes traduzem o otimismo do empresário Mairon Mazini Sacchi, da Hórus Cervejaria. Em setembro, a fábrica foi transferida para um novo endereço, com área de quatro mil metros, sendo mil metros de barracão. Com isso, a produção saltou de sete mil litros mês para 21 mil litros. “Antes produzíamos só para atender o nosso bar. Não conseguíamos atender nenhum tipo de evento. Hoje, triplicando e antecipando a produção, suprimos a nossa demanda e ainda conseguimos participar e patrocinar eventos. Então a expectativa é alta”, comemora Sacchi.

Além do bar da fábrica, que fica em frente ao Parque do Ingá, a Hórus possui dois pontos exclusivos de vendas no Restaurante Pavan no Shopping Catuaí, e no aeroporto de Maringá.

Já para quem quiser apreciar a bebida em casa, a empresa oferece *delivery* de chopeiras. Inclusive, para atender a crescente demanda, foram adquiridos mais equipamentos e contratados dois colaboradores para atender esse setor.

“Está em alta fazer eventos, festas e churrascos em casa, e a tendência é aumentar neste período de festas e férias. O chope em si é um produto diferenciado, de qualidade superior à cerveja por não ser pasteurizado. Como muitos optam por alugar chopeiras para servir a bebida geladinha, apostamos no serviço de *delivery*”, conta o empresário, lembrando que para eventos maiores, é possível contratar a Kombi cervejeira da Hórus.

E os investimentos não param. Na torcida pelo hexacampeonato da seleção brasileira, a Hórus adquiriu um telão e seis televisores para serem instalados na varanda. E o horário de abertura do bar será antecipado quando o Brasil entrar em campo. “Os jogos serão às 13h e 16h, ou seja, horários que normalmente não temos movimento porque abrimos às 17h30. Então vamos abrir mais cedo para aproveitar este fator Copa do Mundo, que certamente será um plus nas vendas de novembro e dezembro”, diz Sacchi.

Mas como não só de futebol vive o brasileiro,



Mairon Mazini Sacchi transferiu a fábrica Hórus Cervejaria para um endereço maior, ampliando a produção, investiu em mais chopeiras para *delivery*, comprou telão e televisores

— FOTO/IVAN AMORIM

o empresário ampliou o espaço de eventos para quem quiser comemorar aniversário, confraternizar ou revelar amigo-secreto neste fim de ano. “Transformamos o espaço que ficava a fábrica num lugar de eventos”.

Com os investimentos, a expectativa é de aumento de 25% a 30% no movimento da empresa, o que, conseqüentemente, eleva o faturamento. “As pessoas querem sair de casa, saem para ver a decoração da Maringá Encantada e procuram bares e restaurantes para momentos de descontração. O período de festas de fim de ano, férias e verão representa muito para nós”.

O otimismo do empresário com o fim de ano só não é completo por falta de mão de obra. A exemplo de outros bares e restaurantes, a contratação tem sido um desafio constante. “O mercado está escasso, precisamos de quatro ou cinco funcionários e não estamos conseguindo contratar. Tem vaga de cozinheiro, caixa e garçom. Quem tiver interesse é só trazer o currículo”.



## ODY PARK AQUÁTICO E RESORT HOTEL

*Lazer, diversão e descanso. Tudo o que você merece em um só lugar!*

O Ody Park Aquático Resort Hotel conta com uma estrutura de aproximadamente 200.000m<sup>2</sup>, um dos maiores parques aquáticos e complexos turísticos do sul do Brasil, com tobogãs, tobobóias, bar aquático, rio lento, piscina de ondas tsunami de até 3m de altura, considerada a maior do Brasil, complexo amazônico com águas climatizadas, e ainda muito mais, oferecendo tranquilidade, diversão e muita emoção para todas as idades.

**ACESSE NOSSO SITE E CONHEÇA OS PACOTES COM HOSPEDAGEM!**

**WWW.ODYPARK.COM.BR**   **ODYPARKOFICIAL**



ACESSE O SITE

## MARINGÁ NO CLIMA DO NATAL

O show do cantor Lucas Lucco abrirá a programação da campanha Maringá Encantada, que tem início em 18 de novembro. A atração, que será gratuita, promete levar milhares de pessoas à Praça da Catedral, também para acompanhar a chegada do Papai Noel e a inauguração da iluminação de Natal.

O objetivo da prefeitura é, além de inspirar o clima natalino, atrair visitantes e incentivar o comércio local com programações culturais. Estima-se que dois milhões de pessoas participem das atrações da Maringá Encantada, superando o público de 1,5 milhão de pessoas em 2019. Com base em estudo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) feito em anos anteriores, a estimativa é que a campanha movimente R\$ 77 milhões em quase dois meses.

Atrações confirmadas da Maringá Encantada:

- Dois túneis de luz
- Roda gigante
- Pista de patinação no gelo
- Trenzinho e jardineira natalina
- Feira de artesanato
- Feira de gastronomia
- Feira de produtos caseiros
- Rotas de food trucks
- Parque de diversão infantil e de diversão adolescente
- Palco cultural na Praça Renato Celidônio com 40 atrações
- Chegada do Papai Noel no centro e em cinco bairros
  - Show de Lucas Lucco
  - Show da Virada com Raça Negra
  - Show teatral natalino com cinco espetáculos na Praça da Catedral
    - Festival de Corais na Praça Farroupilha
    - Atrações juvenis na Praça de Skate
    - Cantata de Natal no Paço Municipal
    - Iluminação das vias públicas

### SHOPPINGS

Com o objetivo de atrair visitantes e clientes para os estabelecimentos, e com isto, aumentar as vendas no período, os shoppings de Maringá também entraram no clima natalino.

### AVENIDA CENTER

O Shopping Avenida Center vai sortear um Jeep

Compass para os clientes que participarem da campanha que começou em 31 de outubro e segue até 15 de janeiro de 2023.

O Papai Noel chegará em 6 de novembro, em um calhambeque conversível que percorrerá ruas próximas ao shopping. No mesmo dia, haverá atividades, com personagens lúdicos, oficinas para o público infantil, distribuição de pirulitos e bolas tradicionais do Avenida Center. Um espetáculo levará a magia do Natal ao entorno do shopping e a área interna, com apresentações musicais. Também haverá presença da fanfarra da Apae.

O shopping promoverá apresentações de dança e corais ao longo de novembro e dezembro, além das transmissões dos jogos da Copa do Mundo.

### CATUAÍ SHOPPING

O Catuaí Shopping Maringá escolheu o tema Natal dos Esquilos para a decoração, que poderá ser conferida a partir de 4 de novembro. Uma árvore de 12 metros será montada e ao entorno haverá atrações como brinquedos, tina giratória e painéis instagramáveis. A chegada do Papai Noel está agendada para 12 de novembro.

Além da decoração de Natal, o shopping aposta na Copa do Mundo e na Black Friday para atrair o público. Pensando nisso, estão programadas transmissões de jogos na praça de alimentação e campanha com descontos imperdíveis em diversas lojas de diferentes segmentos.

### SHOPPING CIDADE

O Shopping Cidade também pretende chamar a atenção com uma campanha de prêmios. O lançamento será junto com a decoração de Natal, em 12 de novembro, com duas paradas de Natal.

### MARINGÁ PARK

No Maringá Park o Papai Noel será recebido em 5 de novembro com o espetáculo Sou Arte - Ho Ho Ho City, que será encenado na avenida São Paulo. O público será 'transportado' para Ho! Ho! City, um lugar encantado onde os habitantes trabalham para produzir o Natal e proteger três chaves muito poderosas: do amor, da esperança e da fé. E antes da atração principal, o público vai conferir o espetáculo com Sou Arte. O shopping sorteará um i3, carro elétrico da BMW.

De mãos  
dadas,  
mudamos a vida  
das pessoas.  
E pra deixar isso  
mais evidente,  
**mudamos  
o nosso nome.**

Sicredi  
União PR/SP  
agora é  
**Sicredi Dexis**

Representando as ações que temos desde a nossa criação, passamos a chamar Sicredi Dexis. Dexis, do grego dexiosis, que representa o ato de dar as mãos. Juntos, seguiremos unidos, compartilhando os passos para conquistas em conjunto.

**É isso que nos conecta, transforma e muda a vida da gente.**

Conecta,  
transforma  
e muda a  
vida da gente.

# A saga das empresas que, há décadas, se reinventam

Os associados mais longevos da entidade têm uma característica em comum: nasceram do sonho e da união de famílias ou pessoas que juntas foram - e são - criativas e resilientes



FA Maringá tem o mesmo CNPJ desde 1964: “muitos pais entendem que a sucessão é o filho continuar o negócio. Para mim, a sucessão é manter a cultura empreendedora”, diz Luís Fernando Ferraz, \_FOTO/IVAN AMORIN

Na família Ferraz, fundadora da F.A. Maringá, uma das mais antigas empresas associadas à ACIM, o espírito empreendedor atravessa oceano e gerações. O patriarca José Nunes da Silva Ferraz, um empreendedor nato, foi dono de táxis, serraria e formou-se caixeiro viajante do outro lado do Atlântico, em Portugal. A mulher dele, Maria Emília, era habilidosa em retocar fotografias e reforçava o orçamento da família.

Dois dos filhos de Nunes, Mário e Fernando Ferraz, educados nesse ambiente empreendedor, fundaram em 1964 a Fábrica de Acolchoados Maringá.

A primeira sede, na avenida Tuiuti, começou com dez funcionários, uma máquina de costura reta e três ou quatro fardos de algodão. Até hoje

a empresa tem o mesmo CNPJ, mas nele estão abrigados outros empreendimentos de sucesso: a atacadista BandFashion; a Convicto, indústria de moda masculina; e a Emcompre, o braço de *e-commerce* da F.A. Maringá; com, ao todo, 800 colaboradores.

Para chegar aqui foram décadas de trabalho, dedicação e inovação. Exemplos não faltam: para vencer a sazonalidade dos acolchoados, a fábrica passou a produzir travesseiros populares; bem antes dos concorrentes, implantou sistema de facção; e tecnologias modernas foram logo incorporadas, como a máquina automática para prensa e desfiadeira de retalhos.

O repertório de produtos foi só aumentando e,



Hermínio Arduin começou como contínuo do Escritório Central de Contabilidade, virou sócio e hoje trabalha com o filho, sobrinhos e irmã. FOTO/IVAN AMORIN

em 1980, a razão social da Fábrica de Acolchoados Maringá, que produzia também colchões, colchonetes, travesseiros, entre outros, mudou para F.A. Maringá.

### SUCCESSÃO FAMILIAR

A empresa é gerida pela segunda geração e começa a receber os jovens da terceira. A primeira sucessão começou nos anos 2000. O processo, que incluiu também os gestores da primeira geração, foi conduzido por um consultor que aplicou a metodologia mais moderna disponível à época. “Ao contrário do que muitos pensam, a empresa familiar não está fadada a desaparecer ao longo das gerações. Muitos pais entendem que a sucessão é o filho continuar o negócio. Para mim, a sucessão é manter a cultura empreendedora. Para isso é preciso entender os jovens, que podem querer mudar o ramo do negócio, mas mesmo assim continuar sendo empreendedores”, explica o superintendente, Luís Fernando Ferraz.

A irmã de Luís Fernando, Silvana, do Conselho de Família da empresa, habilidosa na arte da mediação, corrobora e acrescenta: “Com valores como respeito, honestidade, confiança e lealdade, as empresas familiares têm vida longa!”.

Desde 1986 sempre houve um membro da família Ferraz na diretoria ou no Conselho da ACIM. “A entidade me ajudou muito quando estive à frente da Associação Brasileira da Indústria de Colchões (Abicol). Meu pai prezava o asso-

ciativismo e por isso a F.A. Maringá se associou à ACIM logo nos primeiros anos de existência”, conclui Luís Fernando.

### ESCRITÓRIO CENTRAL

O empresário Hermínio Arduin, proprietário do Escritório Central de Contabilidade, começou a trajetória profissional quando era adolescente e chegou à cidade vindo do sítio com a família. Logo arrumou um emprego numa cerealista. O rapaz era tão esforçado que os próprios patrões se encarregaram de arrumar um novo emprego para ele quando a cerealista fechou.

Na função de contínuo no Escritório Central, associado à ACIM desde 1967, o empresário fazia de tudo. Não demorou também para que os proprietários do escritório dessem mais responsabilidades para o funcionário competente e dedicado. “Estava no escritório há pelo menos quatro anos quando um dos donos, o Paulo Madeira, me disse: ‘você vai cuidar do financeiro’. E dali em diante me tornei sócio”.

Em 1975, Arduin comprou a parte de Madeira e convidou o irmão Jair para fazer parte do negócio. Antes disso, em 1970, ele se formou técnico em Contabilidade e sete anos depois concluiu a graduação na Universidade Estadual de Maringá.

“O escritório inicialmente ficava na avenida Brasil, e depois na avenida Herval. Até que nos mudamos para o endereço atual na avenida Carneiro Leão, onde estamos há 30 anos. Fomos os



“A Cocamar, nos seus primeiros anos, ajudou a organizar a produção regional, passando a receber, beneficiar, padronizar e comercializar o café sem a presença de atravessadores”, conta Divanir Higino \_FOTO/IVAN AMORIN

primeiros a comprar imóveis nesse prédio, onde temos duas salas”, explica Hermínio Arduin.

### DE PAIS PARA FILHOS

Jair faleceu em 2006, mas os filhos dele, Juliano e Simone, se formaram em Contabilidade e trabalham no escritório, ao lado de Ricardo, filho de Hermínio e primogênito da família que atua no escritório desde 1993, quando tinha 16 anos. “Não houve uma sucessão formal, nossos filhos foram assumindo funções naturalmente”, diz Hermínio, que conta com o apoio de décadas da irmã Natalina Maria Arduin Moriwaki.

A família que trabalha unida enfrentou desafios como crises e planos econômicos, o aumento da concorrência e a urgência da informatização. “Nesta trajetória a ACIM foi importante. No começo usávamos a estrutura da associação até para tirar fotocópias. E até hoje podemos contar com palestras, treinamentos, orientação, enfim um suporte indispensável”, conclui o empresário.

### COCAMAR

O Paraná é um estado que tem o cooperativismo no DNA, e uma das mais fortes cooperativas do estado nasceu em Maringá, na década de 1960. Naquela época, os cafeicultores produziam e vendiam sem organização. O resultado era uma

grande oferta de produto e preços baixos. Não raro, o governo queimava estoques para regular o mercado. E o agricultor lucrava ainda menos por causa dos intermediários. “O produtor rural não tinha acesso à informações de mercado e desconhecia o preço real de uma saca de café”, conta o presidente da Cocamar, Divanir Higino.

Em busca de uma solução, o Banco do Brasil, credor de agricultores sem perspectivas de saldar os débitos, foi autorizado a articular a organização de cooperativas. A Cocamar surgiu, pode-se dizer assim, na agência do Banco do Brasil que ficava ao lado da antiga rodoviária, sob a gerência de Milton Mendes, que convidou agricultores e deu início à fundação. “A existência da Cocamar, nos seus primeiros anos, ajudou a organizar a produção regional, passando a receber, beneficiar, padronizar e comercializar o café com estrutura própria, sem a presença de atravessadores”, diz Higino.

### DESAFIOS

O primeiro grande desafio foi enfrentar a crise da cafeicultura. A cooperativa criada para congregar cafeicultores acumulava dívidas.

Em 1965, a diretoria da Cocamar foi destituída e a intenção do Banco do Brasil era pelo encerramento das atividades. Mas a decisão

foi pela diversificação e uma nova diretoria adquiriu uma usina de beneficiamento de algodão. O retorno financeiro foi tão positivo que uma segunda usina foi instalada. A partir daí a diversificação foi intensificada. A Cocamar investiu na industrialização de produtos como a soja e assegurou presença forte no segmento varejista.

Outro grande desafio veio na década de 1990, quando o Brasil e o mundo passaram por graves crises econômicas. Neste período, a Cocamar foi reestruturada sob a presidência de Luiz Lourenço, que é atualmente presidente do Conselho de Administração.

## SUCCESSÃO

A sucessão em cooperativas é prevista em estatuto e o Conselho de Administração é eleito a cada quatro anos. Em 2014, a Cocamar inovou ao implantar a gestão profissional, nos moldes do cooperativismo de crédito.

Com bases sólidas, alcançou números impressionantes: mais de uma centena de unidades de atendimento no Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul, com 16,5 mil cooperados. A previsão de faturamento este ano é de R\$ 11,3 bi, aumento de 10% em relação a 2021.

A Cocamar é associada à ACIM desde 1969 e, por sua própria natureza, aposta no associativismo como pilar da economia regional.

“Por isso, historicamente, a Cocamar participa ativamente da vice-presidência, além de estar entre os seus mais antigos associados em atividade”, conclui Higino.

## CONTERPAVI

O caminho para o progresso de uma cidade precisa ser literalmente pavimentado. Uma das primeiras demandas de uma comunidade ou bairro quando se forma é o asfalto. É por isso que hoje, em Maringá, a lei obriga que os novos loteamentos sejam liberados com infraestrutura pronta.

Mas não era assim em 1964, e havia muito trabalho a ser feito quando naquele ano surgiu a Conterpavi Construções Terraplenagem Pavimentações Ltda.

O fundador foi o italiano Giuseppe Leggi, que nasceu em Roma e chegou ao Brasil em 1951. Em 1963, Giuseppe veio a Maringá para cobrar a dívida de aluguel de uma máquina e



Giuseppe Leggi Junior e a mãe, Maura, da Conterpavi: empresa de pavimentação foi aberta em 1964 após um convite do prefeito João Paulino. \_FOTO/IVAN AMORIN

na rápida passagem pela cidade se encontrou com o prefeito João Paulino. No encontro o prefeito convidou o empresário a se estabelecer em Maringá e da proposta surgiu a Conterpavi, um ano mais tarde.

Giuseppe morreu em 1996 e a empresa passou a ser administrada pela esposa, Maura Schiavão Leggi, até hoje a única proprietária, conta o filho do casal, o engenheiro civil Giuseppe Leggi Junior, responsável pela área técnica. “É uma história de trabalho e dedicação à cidade. E a ACIM, que defende o interesse de Maringá, faz parte desta história. Somos associados desde 1967”, diz o engenheiro.

## AVENIDA COLOMBO

A assinatura da Conterpavi está em muitas das principais avenidas de Maringá, como a Colombo. Outras vias essenciais para a cidade e pavimentadas pela Conterpavi foram o entorno do Parque do Ingá e Bosque 2, avenidas Juscelino Kubitschek, Cerro Azul, Carneiro Leão, Paraná e 19 de Dezembro, além de uma das pistas da avenida Brasil, quando o paralelepípedo foi substituído por asfalto. Isso sem contar a pavimentação de inúmeros bairros e do crescimento da cidade.

# Espaço para fortalecer a fé e os negócios

Pastoral do Empreendedor de Maringá foi criada para momento de oração e união entre os empresários; há 90 núcleos em funcionamento no país

Todas às segundas-feiras, o primeiro compromisso de cerca de 50 empresários de Maringá é com Deus, dentro da Catedral de Maringá. Mesmo antes de abrir o comércio, ele se reúne para um momento de oração e fortalecimento da fé. “Normalmente são os empresários que estão ajudando e apoiando a igreja, agora é a hora da igreja apoiá-los também, fortalecendo-os espiritualmente. Se temos empreendedores bem formados, éticos que cuidam de seus funcionários e da comunidade, temos pessoas que podem transformar uma sociedade e tornar o mundo melhor”, acredita o padre Delvair Lemonie, que é coordenador da Pastoral do Empreendedor de Maringá.

São dois grupos, o da Catedral e o da paróquia São José Operário. “Nossa pretensão é espalhar a pastoral em todas as paróquias. Fazer com que os empresários, em suas comunidades, possam se reunir também na fé. Posteriormente, queremos alcançar as cidades vizinhas. Esta é a igreja de hoje, a que vai ao encontro das pessoas”, complementa padre Delvair.

## A ORIGEM

O início da pastoral foi em 2015, com o projeto ‘Empreendedores Católicos’ em Maringá. A proposta, idealizada pelos jornalistas empreendedores Everton Barbosa e Rafael Soares, era evangelizar os empresários e empreendedores a partir da cultura de pentecostes. Em seguida vieram os grupos de oração. Barbosa lembra que chegaram a reunir 250 participantes. De 2015 a 2019 cinco congressos foram realizados.

A primeira paróquia da Arquidiocese de Maringá a implantar organicamente a Pastoral do Empreendedor foi a São José Operário, em 2018. Em junho de 2022 o Arcebispo Metropolitano de Maringá, Dom Frei Severino Clasen, nomeou o padre Delvair o primeiro assessor arquidiocesano da pastoral.

Desde agosto, o grupo de oração passa a ser realizado na Catedral de Maringá, das 7h30 às 8h10,



Padre Delvair Lemonie, coordenador da Pastoral de Maringá: “esta é a igreja de hoje, a que vai ao encontro das pessoas” \_FOTO/IVAN AMORIN

toda segunda-feira, agora sob o nome de ‘grupo de oração e partilha da Pastoral do Empreendedor’.

“Com a Pastoral do Empreendedor, nós, cristãos católicos, queremos disseminar uma nova cultura relacional com quem tem CNPJ. Buscar, na palavra de Deus, elementos que valorizam quem gera emprego, oportunidade e desenvolvimento. É legítimo crescer e Deus quer que todos vivam com prosperidade”, destaca Barbosa.

## NO BRASIL

A Pastoral do Empreendedor nasceu em 2011 na paróquia Nossa Senhora da Luz, em Salvador/BA pelo frei Rogério Soares, idealizador do I Encontro de Católicos Empreendedores de Salvador. No mesmo ano, padre Joãozinho, da congregação Sagrado Coração de Jesus, conheceu a iniciativa, pois foi um dos palestrantes do encontro, e se tornou o diretor espiritual da Pastoral do Empreendedor.

Em 2013, a pastoral foi oficialmente aceita na Arquidiocese de Salvador, pelo então Arcebispo Primaz do Brasil, Dom Murilo Krieger. Em 2017, em São Paulo, foi criada a coordenação nacional, com a presença de representantes de vários estados, inclusive Maringá foi representada por Everton Barbosa. Atualmente há mais de 90 núcleos da Pastoral do Empreendedor em todo o país.

Adquira seu plano de saúde  
com facilidade e agilidade.

# PORTAL DE VENDAS ON-LINE



ACESSE O PORTAL PELO  
**QR CODE.**





“

Maringaense há mais de uma década, somos transportadora e franchising! Em 2022 transportamos mais de 100 mil encomendas.

Especializada em atendimento B2B e B2C. Atendimento diferenciado via whatsapp ou pelo APP. Serviços ágil em excelência, além de Cross Docking em Maringá e Curitiba.

Atendemos diariamente cerca de 100 municípios, com serviços dedicados. Consulte website ou APP.

Eleve o pós-venda de sua empresa em alta qualidade. Desejamos a todos Feliz Natal e um excelente 2023!

”



**BAIXE NOSSO APP E FAÇA COTAÇÃO**



**[fininhoexpress.com.br](http://fininhoexpress.com.br)**





# Aquisições e fusões como estratégias de crescimento

Nem sempre a venda de empresas acontece por dificuldades financeiras, pelo contrário, muitas estão em plena operação e veem no processo uma possibilidade de acelerar a expansão ou atuar em outros mercados

No mundo dos negócios é comum ouvir que 'o céu é o limite'. Contudo, na prática, muitas empresas crescem, prosperam e chegam a um patamar em que não conseguem mais expandir. Neste momento, enquanto alguns empresários se dão por satisfeitos com o que construíram, outros pensam que nunca é hora de parar de crescer, porque não querem apenas construir uma empresa rentável, mas um legado.

Mas o que fazer para se tornar um grande *player* ou ditar tendências? Não raro, empresas com grande potencial acabam estagnadas, seja por falta de recursos ou de estratégias definidas. É nesse aspecto que as parcerias podem propiciar um crescimento estruturado e seguro. Operações

como fusões, incorporações e combinação de negócios são algumas possibilidades.

Foi por meio de uma operação de combinação de negócios que surgiu o maior grupo de ensino a distância do Brasil, consolidado com a aquisição da Unicesumar pela Vitru, empresa que detinha a marca Uniasselvi. Segundo o executivo Jéferson Vinhas Ferreira, que comandou a operação, em 2019 a Unicesumar era a sexta maior instituição de ensino do país. A posição era desconfortável porque, apesar de ser maior que a média das empresas do mercado, estava longe de gigantes como a Cogna, com quase um milhão de alunos. Era hora de dar um passo maior.

Com 320 mil alunos na educação a distância

Jéferson Ferreira, que comandou a negociação entre Uniasselvi e Unicesumar: foi uma combinação de negócios com a venda sem a negociação dos ativos mobilizados \_ FOTO/

IVAN AMORIN



(EAD) e quase 350 vagas de Medicina no modelo presencial, a Unicesumar se colocava como um dos melhores ativos do mercado. Mas qual modelo de negócio seguir? Segundo o executivo, havia opções para um crescimento estruturado, como aquisições, abertura de capital na bolsa ou mesmo a venda da empresa. “Era preciso um movimento para a empresa se perenizar. E esse movimento foi o que se convencionou chamar de combinação de negócios, que é a venda da empresa sem a negociação dos ativos mobilizados, como os prédios”, conta Ferreira, que atua há 20 anos em gestão financeira de instituições de ensino.

Como a oferta chamou a atenção do mercado, foram escolhidas as melhores empresas de auditoria e consultoria do país para dar suporte às negociações. Entre executivos e assessores, mais de cem pessoas trabalharam para que o negócio se concretizasse. O *valuation* da Unicesumar ficou entre R\$ 2,7 bilhões e R\$ 3,2 bilhões. Quatro empresas apresentaram propostas oficiais, prevalecendo a da Vitru, que pagou o preço máximo.

A operação foi fechada em agosto de 2021 e teve a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) em maio deste ano. A aquisição da Unicesumar foi a maior transação do mercado educacional.

Após a transação, o grupo soma mais de 800 mil alunos em quase dois mil polos em vários estados. Com isso, ocupa o posto de maior instituição de EAD do Brasil. O objetivo agora é alcançar a marca de um milhão de alunos no início de 2023, o que a tornará a maior instituição de ensino do país, somadas as modalidades EAD e presencial.

As operações das duas marcas estão centralizadas, mas elas seguem atuando separadas, haja vista as características e posicionamento de mercado de cada uma – a Unicesumar, por exemplo, tem um caráter *premium*, com um tíquete médio maior.

## UNIÃO DE GIGANTES

O sonho de construir um legado foi o que moveu Dirley Ricci. Num mercado extremamente competitivo, poucos imaginavam que ele viria a ser sócio de uma das maiores empresas de locação de veículos e gestão de frotas do mundo. O empresário, que se formou em Administração na Universidade Estadual de Maringá (UEM) e começou a empresa com 12 carros para locação, lá em 1993, participou ativamente da fusão entre a



Localiza juntou sua liderança no mercado de locação de veículos para pessoas físicas à especialidade de locação de frotas da Unidas, conta Dirley Ricci \_ FOTO/IVAN AMORIN

Localiza e a Unidas, líderes do segmento.

Ricci, criador da locadora de automóveis Ricci, conhecia o processo de fusão. Foi por meio desse modelo de negócio que a Ricci virou Locamérica. A empresa abriu o capital e, em 2018, adquiriu a Unidas, outra gigante do setor, tornando-se, então, a segunda maior locadora de veículos e a primeira em locação de frotas da América Latina.

A nova empresa crescia a passos largos, mas estava atrás no mercado de locação de veículos para pessoas físicas, dominado pela Localiza. Por outro lado, a Localiza almejava aumentar a participação na locação de frotas, especialidade da Unidas. “Os fundadores identificaram semelhanças na cultura das empresas, bem como as sinergias potenciais associadas à fusão da líder em aluguel de carros com a líder em gestão de frotas, criando um *player* com tamanho global”, conta o empresário.

Assim, iniciaram-se as conversas para a fusão. Ricci fez parte do colegiado da Unidas. A operação contou com o apoio de consultoria de bancos, *advisors*, especialistas em direito concorrencial e especialistas em fusões e integração. A transação foi composta essencialmente pela troca de ações e por uma parcela no valor de R\$ 425 milhões pagos aos acionistas da Unidas. Ao fim da operação, 22% da nova organização ficou nas mãos de acionistas da Unidas e 78% nas mãos



“Priorizamos ter empresas com o mesmo fit cultural e que tinham um sonho de construir um projeto global”, conta Rodolfo Helmbrecht, do Anymarket sobre fusões com negócios uruguaio e chileno

— FOTO/IVAN AMORIN

dos antigos acionistas da Localiza. O negócio foi aprovado pelo Cade em junho.

Após a fusão, o valor de mercado da empresa atingiu R\$ 60 bilhões. O lucro combinado foi de R\$ 3 bilhões. Atualmente, a empresa conta com frota de 500 mil veículos, 650 agências, 190 lojas de seminovos e aproximadamente 16 mil colaboradores.

Ricci, que ocupa a diretoria executiva de compra de veículos, é o responsável pelo relacionamento com os fabricantes. Segundo ele, a empresa quer diversificar para continuar crescendo: “vemos grandes oportunidades em diversos segmentos nos quais pretendemos investir de forma simultânea, como aluguel diário para turismo, aluguel para motoristas de aplicativo, ampliação da gestão de frotas e aluguel de carros por assinatura. Além disso, vemos oportunidade em veículos pesados e na internacionalização”, conclui.

## NEGÓCIOS ONLINE

O comércio online no Brasil triplicou o faturamento entre 2016 e 2021, chegando a R\$ 150 bilhões só no ano passado. De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, quase 80 milhões de brasileiros usaram o celular ou o computador para fazer suas compras no ano passado. E o número de compradores online pode chegar a 100 milhões nos próximos cinco anos.

Visando a esse gigantesco mercado, o Grupo DB1, um dos maiores do país em soluções tecnológicas, criou, em 2015, o Anymarket, um software que permite que clientes administrem várias contas em diferentes *marketplaces*, como Merca-

do Livre e Americanas, em um só ambiente. Nele, o empresário pode controlar estoques em todos os ambientes online em que tiver anunciado seus produtos, além de publicar anúncios simultâneos e centralizar sistema de fretes.

No começo, o chamado ‘hub de integração’ contava com clientes de Maringá e região. Com o produto validado, ele foi apresentado no Fórum E-commerce Brasil, maior evento do segmento na América Latina. De lá saíram grandes parcerias, como a realizada com a Livraria Saraiva.

E não parou por aí. A empresa queria expandir, e clientes como o Mercado Livre, que não possuíam soluções nos moldes do Anymarket fora do país, viram na ferramenta a possibilidade de entrar em outros mercados. Assim, em 2020, a equipe do Anymarket passou a colocar em prática o projeto de internacionalização, baseado no modelo de fusões. A primeira com a uruguaia Sagal, que atuava em toda a América Latina, e depois com a Centry, líder no mercado chileno e com clientes no Peru e na Colômbia.

As operações foram realizadas pela consultoria jurídica do grupo DB1, que atuou na formalização dos contratos e na auditoria das empresas. “Após o processo, nos posicionamos como principal plataforma de integração com *marketplaces* na América Latina, oferecendo uma solução única para *players* globais e capacidade de ajudar nossos *sellers* a expandir suas operações”, conta o CEO do Anymarket, Rodolfo Helmbrecht.

O Anymarket trabalha com o modelo de implantação acompanhada, no qual o cliente paga um valor para ter o acompanhamento dos profis-



Elisandro Vargas, da Stonecapital: “é imprescindível a realização de uma due diligence na empresa a ser adquirida para validar informações contábeis, fiscais, financeiras, técnicas, operacionais e legais” \_FOTO/ARQUIVO PESSOAL

sionais da empresa até iniciar as vendas. Os planos variam de R\$ 399 a R\$ 5 mil, dependendo da necessidade e volume de vendas.

A empresa deve fechar o ano com mais de R\$ 50 milhões de faturamento anual, mais de 1,5 mil clientes e R\$ 10 bilhões em vendas processadas na plataforma. Helmbrecht conta que, no processo de fusão, a sinergia é a chave para o sucesso: “O grande desafio foi encontrar empresas que pensavam e agiam como nós. Priorizamos ter empresas com o mesmo *fit* cultural e que tinham um sonho de construir um projeto global, oportunizando que os sócios-fundadores permanecessem atuando no negócio e no projeto”.

### **MOMENTO CERTO**

As perspectivas para o mercado de fusões e aquisições são promissoras. De acordo com o sócio-fundador da Stonecapital, Elisandro Vargas, o número dessas transações no país pode chegar perto de duas mil este ano. É praticamente o dobro das operações realizadas em 2019.

Com mais de 15 transações relevantes nos últimos três anos, entre as quais as negociações envolvendo Unicesumar, Aldo Solar e AiqFome, Maringá vem se tornando um grande mercado de fusões e aquisições. Isso fez a Stonecapital, consultoria especializada em fusões e aquisições para empresas de médio e grande portes criada em 2011, em Caxias do Sul/RS, abrir um escritório na cidade. “Maringá e região são pontos estratégicos pela vocação empreendedora multissetorial e pelo grande número

de empresas, de setores que vão do agronegócio à tecnologia. Por termos em nosso DNA a cultura de estar próximos aos clientes, a chegada em Maringá foi uma consequência natural da expansão das nossas atividades”, conta Vargas.

Mas qual é o momento para uma fusão ou aquisição? “O estigma de que somente são vendidas empresas em dificuldades financeiras, que não têm outra saída a não ser a venda, vem sendo transformado por um novo conceito, em que os investidores preferem comprar empresas em plena operação e no seu melhor momento financeiro”, diz o especialista.

Já o momento ideal para realizar uma aquisição é aquele em que o empreendedor enxerga que pode crescer em seu mercado ou em mercados complementares. Para isso, é essencial que o empresário tenha domínio completo do negócio, disponha de informações sobre o mercado e que tenha capital para investir na aquisição, além do alinhamento cultural entre comprador e empresa em que ele está investindo.

Essas operações levam entre seis meses e 12 meses e é importante a contratação de profissionais especializados para conduzir os processos. São os assessores financeiros e jurídicos que vão desenvolver e estruturar a negociação. “Além disso, é imprescindível a realização de uma *due diligence* na empresa a ser adquirida para validar informações contábeis, fiscais, financeiras, técnicas, operacionais e legais, para mitigar todos os riscos de contingências da operação”, diz Vargas.

# Uma 'escola' de formação de jovens empresários

Copejem, o conselho de jovens empresários e executivos da Associação Comercial, comemora trajetória bem-sucedida na formação de lideranças; há até processo seletivo para ingresso

FOTO/IVAN AMORIN



Sob a presidência de Lucas Peron, conselho tem 60 integrantes

O grupo de jovens empresários que deu início ao Conselho Permanente do Jovem Empresário de Maringá (Copejem), em novembro 1990, era tão pequeno que foi preciso fazer campanha para incentivar a adesão de integrantes. Felizmente, a iniciativa e o empenho daqueles visionários deu certo: o grupo se estruturou e tem alcançado o propósito de formar lideranças empresariais atuantes.

Atualmente, o Copejem conta 60 conselheiros ativos e, nos últimos anos, muitos dos que passaram por lá ocuparam cargos de liderança, como Michel Felipe Soares, que é presidente da ACIM. "Michel é um exemplo de que os jovens estão sendo preparados para assumir grandes responsabilidades", afirma o presidente do Copejem, Lucas Peron.

E se no início da história do conselho o objetivo era atrair e oportunizar capacitação para os filhos de empresários associados da ACIM, pouco tempo depois o conselho estendeu a participação a ou-

tros jovens associados. "Isso ocorreu por causa do aumento da procura. Os empresários perceberam que quem saía do Copejem estava mais preparado para empreender e liderar", avalia.

Desde 2016 há processo seletivo para seleção de membros. Este ano, por exemplo, foram quase cem inscritos, sendo 20 selecionados por meio de avaliação em três etapas. "Nosso foco não é preencher vagas, mas encontrar perfis para compor a categoria de base, que revela novos talentos", explica Peron.

A concorrência para participar do conselho também incentivou a criação de regras. Os iniciantes passaram a ser considerados *trainees* até cumprirem os pré-requisitos durante seis meses, para então serem efetivados. Depois, ainda é preciso manter ao menos 80% de presença nas reuniões e atividades para permanecer no grupo. "Quem conquistou a oportunidade, precisa valorizá-la, porque muitos gostariam de estar

aqui”, afirma o presidente, citando que a idade-limite é 35 anos.

### APRENDIZAGEM E LIDERANÇA

Na avaliação de Peron, a formação de lideranças e a representatividade do conselho são os legados importantes. “Falo por experiência própria, porque me tornei conselheiro pouco tempo depois de iniciar minha empresa uniformes profissionais. Adquiri conhecimentos, conheci pessoas e estou vivenciando um cargo de liderança. É uma experiência impagável e, por isso, todo o envolvimento como voluntário nos projetos é uma doação mínima em relação ao que se aprende”.

Para Soares, o Copejem é uma grande escola de liderança, com destaque para as mentorias, praticadas quando outros empresários contam suas trajetórias. “Tenho orgulho de ter feito parte do Copejem e de hoje, na presidência da ACIM, saber que o conselho desenvolve o empreendedorismo, a liderança e contribui com o *networking* de forma grandiosa.”

Adriana Scandelai dividiu a presidência do Copejem com Soares entre 2004-2006 e considera ter sido uma das mais importantes fases da carreira. “Me mudei para Maringá a trabalho e no conselho conheci pessoas que me estimularam a crescer. Parablenho aqueles que ocuparam a presidência antes de mim e tornaram possível esse caminho de aprendizado, assim como tenho orgulho dos que me sucederam e fazem do Copejem um polo inovador, de crescimento e de espírito de equipe”.

GESTÕES DO COPEJEM	
1ª gestão	1991/1992
Presidente	Olga Moleirinho
2ª gestão	1992/1994
Presidentes	Olga Moleirinho e José Rubens Abrão
3ª gestão	1994/1996
Presidente	José Rubens Abrão
4ª gestão	1996/1998
Presidente	Paulo Roberto Viscardi
5ª gestão	1998/2000
Presidente	Luís Fernando Ferraz
6ª gestão	2000/2002
Presidente	Wilson de Matos Silva Filho
7ª gestão	2002/2004
Presidentes	Adriano Okawa e Wilson de Matos Silva Filho
8ª gestão	2004/2006
Presidentes	Adriana Scandelai e Michel Felipe Soares
9ª gestão	2006/2008
Presidentes	Ricardo Guirado, Michel Felipe Soares e Osler Colombari
10ª gestão	2008/2010
Presidente	Cezar Couto
11ª gestão	2010/2012
Presidente	Cezar Couto
12ª gestão	2012/2014
Presidente	Rodrigo Seravali de Britto
13ª gestão	2014/2016
Presidente	Felipe Bernardes
14ª gestão	2016/2018
Presidente	Michael Tamura
15ª gestão	2018/2020
Presidente	Thais Iwata
16ª gestão	2020/2022
Presidente	Lucas Peron

A oportunidade de ter a primeira experiência de liderança no Copejem (1994/1996) também foi relevante para Luís Fernando Ferraz, que depois presidiu outras três entidades: Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindvest), Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e Associação Brasileira da Indústria de Colchões (Abicol). “É cada vez mais importante

desenvolver lideranças, por isso, aconselho os jovens não só a conhecer o Copejem, mas a participar e aproveitar as oportunidades para aprender e contribuir para a gestão cooperada”, incentiva Ferraz, que este ano teve a alegria de ver a filha Vanessa Agostinho Ferraz conquistar o Prêmio Jovem Empreendedor, concedido pelo Copejem – ela mesma é uma ex-integrante do conselho.

## PROJETOS

Realizado anualmente desde 2005, o Prêmio Jovem Empreendedor reconhece bons exemplos e está entre os 35 projetos desenvolvidos pelo Copejem - alguns destinados somente aos conselheiros e outros abertos à comunidade. Cada um tem um conselheiro responsável, que convida outros para formar a equipe de execução.

Ao longo de 32 anos, houve iniciativas interessantes, como a Feira de Automóveis Importados (1992), num período em que o Brasil iniciou abertura para o comércio exterior. A partir de 2004 foi retomado o evento do setor, com o Mega Feirão Show do Automóvel e também foi iniciado o Feirão do Imposto para divulgar o percentual de impostos em uma série de produtos.

Em 2018 foi criado pelo conselho o Impacta Maringá, evento que trata sobre o tema de Negócios de Impactos e ESG, e, em 2019, aconteceu a primeira edição do Imersão, em que os conselheiros ficam acampados para buscar autoconhecimento. Além disso, há diversos projetos como o Bate-papo Empreendedor, cursos, treinamentos, mentorias, consultorias, Copejem Business, *podcast* no Spotify (@copecast), jogos Jojeps, visitas a feiras e empresas, clube do livro, entre outros.

Há também projetos novos, como o Copejem

Club que será lançado no final de novembro com o objetivo de criar uma comunidade de relacionamento entre todos os ex-membros. Outro destaque é a participação do conselho no planejamento para 2030 com vistas em contribuir com a estruturação do futuro de Maringá. "E já temos ações com esse objetivo, como o envolvimento em câmaras técnicas do Codem para que os conselheiros desenvolvam senso de pertencimento. Dessa forma, construiremos lideranças que mantêm a linha de pensamento associativista e dão sequência à proposta de uma Maringá planejada".

## RECONHECIMENTO

Por promover a capacitação dos conselheiros e realizar projetos em prol da comunidade, o Copejem se tornou referência. Tanto que foi replicado em dezenas de conselhos de jovens no Brasil e conquistou representatividade em entidades estaduais e nacionais.

Além disso, a Câmara Municipal de Maringá, por proposição do então vereador Flávio Vicente, homenageou o Copejem em 4 de agosto de 2016. Em uma sessão ordinária, representantes do conselho receberam o Brasão do Município e o título do Mérito Comunitário, além de homenagem aos seus ex-presidentes.

## SUMMIT E PREMIAÇÃO ÀS PRÁTICAS DE ODS

A quarta edição do Summit discutiu práticas ambientais, sociais e de governança. Realizado em 24 e 25 de outubro pelo Instituto ACIM, Movimento Nacional ODS, Sebrae e CPCE, o evento contou com palestras de especialistas, apresentação de cases e a premiação das empresas que cumprem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Na abertura a palestra foi do sócio da Falconi Consultores de Resultados, Thiago Mascarenhas. Na sequência foi feita a entrega da premiação das 33 empresas certificadas com o Selo ODS nas categorias ouro, prata e bronze (foto), conforme o número de objetivos cumpridos. No segundo dia do evento foram realizadas palestras do diretor da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico, Vitor Saback; médica Edna Almodin; chefe do Departamento de Gestão de Empresas de Capital Fechado do BNDES, Fabio Rego Ribeiro; e presidente da Sicredi Dexis, Wellington Ferreira.





# Associações dentro da associação

Programa Empreender potencializa crescimento dos empresários que se unem para acompanhar inovações, entender mudanças do mercado e garantir atuação profissional do setor

FOTO/IVAN AMORIN



>>> Vitor Hugo Fernandez, da Limonada Pink: empresa vendia peças de porta em porta para lojistas e hoje só faz vendas online; “auxílio que recebemos do núcleo contribuiu para a competitividade”

Se a união faz a força, formar associações e entidades potencializa o crescimento setorial. E essa estratégia de cooperação deu origem ao núcleo de empresários jovens de confecção, o Sindvest Jovem, em 2016. Foi uma iniciativa do programa Empreender, da ACIM, e do Sindicato das Indústrias do Vestuário de Maringá (Sindvest Maringá).

O propósito de empresas e entidades caminharem juntas tem dado certo, segundo o coordenador do Sindvest Jovem, Vitor Hugo Fernandez. “Todos os empresários são beneficiados, porque tem sido uma excelente forma de expandir a rede de contatos e de nutrir relações de trabalho, parcerias e negócios. Sem contar a troca de expe-

riências que contribui para a busca de soluções em conjunto”, enfatiza.

O Sindvest Jovem conta com 21 membros e se reúne quinzenalmente na Casa da Indústria/Sindinvest ou na ACIM. Além de *networking* e treinamentos, o núcleo realiza visitas técnicas, viagens, palestras e o Tecnomoda, congresso em parceria com o Sindvest e Sebrae. “Este é um evento importante, porque promove o debate sobre inovação e tecnologia na indústria de moda”, ressalta Fernandez, acrescentando que mensalmente o grupo recebe convidados de diversas áreas para trocas de experiências.

Gestor da Limonada Pink, Fernandez reforça que a parceria entre empresas e entidades têm



➤➤➤ Marisa Macagnan, da Central de Negócios Imobiliários: atuação irregular é um dos desafios do setor

impulsionado o empreendedorismo. “Nossa empresa, por exemplo, é familiar. Foi fundada em 2015 e vendia peças de porta em porta para lojistas. Atualmente só fazemos venda online e com frequência lançamos coleções exclusivas. O auxílio que recebemos do núcleo contribuiu para o crescimento e competitividade. Somos muito gratos”, afirma.

Ao ingressar na indústria da moda, ele diz que os empresários logo percebem os principais desafios do setor, como a falta de mão de obra qualificada, o alto custo das matérias-primas e a forte concorrência internacional e no comércio eletrônico. Por isso, entre as pautas recorrentes das reuniões estão melhorias para se diferenciar no mercado e estratégias para alavancar as vendas. “Só que em grupo a busca por soluções se torna mais eficiente”, frisa Fernandez.

Para o ano que vem, o Sindvest Jovem planeja colocar em prática mentorias, treinamentos e viagem para um grande evento de inovação no Brasil. “Também vamos abrir o núcleo para outros profissionais, como representantes, lojistas e consultores da região. Com essa abertura, esperamos fortalecer o setor”, completa.

## IMOBILIÁRIAS

No setor imobiliário a união foi tanta que associação e núcleo se tornaram um só para fortale-

cer o propósito de fomentar negócios e parcerias. Tudo começou em 2001, quando a Central de Negócios Imobiliários foi criada. De acordo com a presidente da Central e CEO do grupo Massaru, Marisa Macagnan, a instituição foi idealizada por três empresários (Silvio Saiti Iwata, Cleverson Manoel Costa e Wanderley Teixeira de Camargo) que perceberam que a interação, a troca de informações e a negociação com empresas do mesmo segmento poderiam gerar benefícios.

“De fato foi uma iniciativa bem-sucedida, porque além de cooperação entre as empresas, o mercado imobiliário começou a entender ainda mais a necessidade de ser ético também com os parceiros”.

Para dar sequência ao crescimento e às ações, a presidente conta que o grupo buscou o respaldo do Empreender para a criação, em 2018, do Núcleo de Imobiliárias. Só que a Central propôs um formato integrado de atuação. “Central e núcleo são um só e contam com 29 imobiliárias, que correspondem a mais de 70% dos imóveis ofertados na cidade”, ressalta.

O grupo tem como desafios coibir a atuação profissional irregular, principalmente praticada por corretores sem credenciamento no Conselho Regional de Corretores de Imóveis (Creci/PR), e a conscientização do cliente de que é melhor disponibilizar um imóvel em apenas uma imobi-



FOTO/NAN AMORIM

>>> Jany Lima, da APP: tecnologia causa tantas mudanças que tem levado à discussão sobre o papel, a forma e o meio de fazer publicidade

liária. Isso porque há parceria com as empresas do setor, ou seja, o proprietário terá muitas imobiliárias oferecendo o imóvel, com a segurança e a garantia daquela imobiliária com que tem mais afinidade.

Para auxiliar nesses desafios, a Central/Núcleo promove treinamento, incentiva parcerias, práticas éticas e está sempre em busca de inovações. “Quem ganha com isso é a sociedade, porque sabe que terá segurança ao procurar as imobiliárias filiadas, afinal seguimos regras e estamos em constante aperfeiçoamento para sermos tecnológicos, modernos e ágeis, sem perder o lado humano e a empatia que envolve a compra e a locação de um imóvel”, enfatiza a presidente.

### PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA

A coexistência de associação e núcleo também ocorreu na publicidade e propaganda. Isso porque embora a Associação dos Profissionais de Propaganda (APP) de Maringá atue desde 2002 com o objetivo de representar o setor em Maringá e microrregião, promovendo a união de agências, veículos de comunicação e fornecedores, o formato administrativo da entidade foi repensado.

De acordo com a presidente, Jany Lima, a APP mantinha uma estrutura de décadas, tornando a operação insustentável não só pelo custo (sede e

funcionários), mas por não acompanhar as mudanças de mercado, principalmente tecnológicas. “Por esses motivos, a oportunidade de integrar o Empreender, há quatro anos, foi decisiva para inovar e reorganizar procedimentos que viabilizaram a continuidade do trabalho associativo”, ressalta.

Entre os benefícios da parceria da APP e Empreender, Jany ressalta a utilização gratuita da estrutura física da ACIM e o atendimento prestado por um consultor para orientar o planejamento do grupo. Além disso, o intercâmbio dos profissionais de propaganda com membros de outros núcleos favoreceu a geração de negócios, ampliou a rede de contatos e facilitou a prospecção de associados.

Na avaliação de Jany, a cooperação entre APP e ACIM também fortaleceu o compartilhamento de conhecimentos e conteúdos por meio de cursos, a criação de acordos para manter o mercado coeso, a integração do meio acadêmico e o mercado, e a defesa dos interesses dos profissionais de propaganda. “A união também oportunizou a discussão de todas as frentes do mercado publicitário, favorecendo a representatividade”, acrescenta.

Entre os maiores desafios, Jany destaca as mudanças que a tecnologia tem causado na profissão, a ponto de provocar debate sobre o papel, a forma e o meio de fazer publicidade. Não à toa



FOTO/IVAN AMORIM

»» Ana Rita Canassa, da Taquion e do núcleo de e-commerce: empresários se unem para reduzir custos de transporte e melhorar a qualificação dos colaboradores

esse foi o tema do festival Publifest, realizado em outubro. “As palestras enfatizaram que independente dos desafios trazidos pelas novas tecnologias, as ideias continuam sendo o que há de mais profundo e central na publicidade”, resume Jany ao adiantar que, para o ano que vem, a associação pretende realizar um censo do setor em Maringá e região.

### E-COMMERCE

No contexto de inovações, a venda online tem conquistado espaço no varejo, principalmente para atender as novas necessidades e hábitos de consumo. Por esse motivo, surgiu a ideia de unir o setor para fomentar relacionamentos, troca de conhecimentos e de negócios em 2016, com a criação do Núcleo Multissetorial das Empresas de Comércio Eletrônico de Maringá (E-Núcleo). Em seguida, em 2018, também foi criada a Associação E-Núcleo, com o mesmo grupo para fortalecer e consolidar o *e-commerce* paranaense, tornando-o referência nacional

por meio do associativismo.

A empresária Ana Rita Canassa, da Taquion, conta que a criação da associação foi assertiva, tanto que atualmente são mais de 50 empresas integrantes. O setor tem ganhado representatividade. “As empresas estão sendo impactadas positivamente por essa união, porque juntas conseguem trazer profissionais de renome para compartilhar experiências, além de rodadas de negócios com transportadoras”.

A busca de soluções conjuntas também é um objetivo. “Entre os principais desafios estão a contratação e treinamento de colaboradores, logística, taxa de frete, embalagens econômicas para o transporte, velocidade na entrega, taxas de *marketplaces*, opções de pagamento e negociação com fornecedores”, cita. Para sanar questões como essas, Ana Rita lista ações que foram realizadas, como negociações coletivas para baixar custos, rodada de negócios, palestras e mesas-redondas para em-

presários, treinamentos para colaboradores, visitas técnicas, parcerias e representatividade perante o poder público e entidades.

A empresária ressalta ainda que o Empreender contribui de forma significativa por auxiliar no planejamento e execução das ações por meio do consultor que orienta o grupo. “Como a atuação de todos é voluntária, esse suporte da ACIM é fundamental para a concretização dos projetos e iniciativas”, elogia Ana Rita.



O leitor pode conferir a relação de empresas que integram os quatro núcleos setoriais desta reportagem em [www.acim.com.br/empreender#nucleos](http://www.acim.com.br/empreender#nucleos)

# Em menos de 15 anos, escola de inglês tem 72 franquias

Apaixonada por idiomas e com vocação empreendedora, empresária cria método de ensino e abre escola de inglês que tem 14 mil alunos

Desde os 18 anos Leiza de Oliveira, proprietária da Minds English School, com 72 unidades em 21 estados do país, trabalha com idiomas. Mas foi em 2008 que ela decidiu colocar em prática um antigo sonho: desenvolver o próprio método de ensino da língua. "Achava os cursos demorados e muito preocupados em ensinar gramática. Como o inglês é um curso livre, precisa ser atrativo".

Leiza tinha à época R\$ 100 mil para investir no sonho. O dinheiro era da venda do carro e de economias. Com os recursos, a empresária contratou consultores pedagógicos e montou a metodologia para o ensino de inglês em 18 meses, com foco em conversação. O passo seguinte foi abrir a primeira unidade, em Porto Alegre/RS.

No final daquele ano a Minds tinha 18 franqueados. "Desde o início a meta era transformar a Minds numa franquia. Para isso, contratei um consultor de campo e me preparei".

A escolha do nome tem relação com o significado: minds significa mentes em português, mas também uma percepção que Leiza tinha desde a infância: a letra i se parece com um corpo humano. O pingo é a cabeça, ou mente.

Há cinco anos, a empresária decidiu transferir a sede da rede de escolas para Maringá. É aqui que também estão a central de treinamentos e a distribuidora de materiais didáticos.

Os planos de expansão, suspensos temporariamente em função da pandemia de coronavírus, estão sendo retomados neste ano. "Nossa meta é abrir dez unidades até o fim de 2023, mas com o pé no chão", diz a empresária. Isso significa muito planejamento. Leiza estabeleceu critérios para a abertura de escolas, como o distanciamento entre uma unidade e outra. "Utilizamos um índice para avaliar quantas escolas determinada cidade ou região comporta. Não podemos permitir que uma seja concorrente da outra. Em São Paulo, por exemplo, com 12 milhões de habitantes, sabemos



Leiza de Oliveira na unidade da Minds em Maringá, onde também ficam a central de treinamentos e a distribuidora de materiais didáticos \_FOTO/IVAN AMORIM

que no máximo podem ser abertas 30 unidades da Minds", explica. No início do ano as 72 unidades da Minds contavam com 14 mil alunos.

## OUTROS NEGÓCIOS

O espírito empreendedor de Leiza não se contentou com a rede de franquias. A empresária também é dona de fazendas no Mato Grosso do Sul, onde investe em gado e café; e de motéis, em sociedade com um irmão. "Meu irmão era dono de um motel e um dia me pediu conselhos para melhorar o serviço. Na primeira visita, sugeri uma série de mudanças. Um motel precisa oferecer atendimento tão bom quanto um hotel estrelado. Inovamos e acabamos sócios. Hoje são três unidades, sendo uma em Campo Mourão", destaca.

# Pós *Multi* PRESENCIAL

*Flexibilidade para você trilhar a sua carreira. Construa um curso exclusivo e personalize os seus estudos!*

## *Conheça os diferenciais!*

- ✓ Duração de 1 ano
- ✓ Você escolhe 50% das disciplinas
- ✓ Faça sua grade curricular personalizada
- ✓ Parcerias com empresas renomadas
- ✓ Acessibilidade e custo-benefício
- ✓ Programa Internacional de Estudos
- ✓ Laboratórios com tecnologia de ponta
- ✓ Clube com desconto exclusivo para alunos

**Unicv**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO  
CIDADE VERDE 



*Acesse o nosso site*

**Inscriva-se em: [unicv.edu.br](http://unicv.edu.br)**

# Agronomia da UEM completa 45 anos

Data foi celebrada com encontro de ex-alunos e reconhecimento; curso já formou quase 2,5 mil profissionais

O curso de Agronomia da Universidade Estadual de Maringá (UEM) completou 45 anos em julho e a comemoração foi no Dia do Engenheiro Agrônomo, em 12 de outubro. A reunião, que contou com a presença de ex-alunos, teve histórias para lembrar e reconhecimento da importância do curso não só para a cidade, mas para ex-alunos que levam o nome da universidade para os quatro cantos do país e do exterior.

A cerimônia reuniu, no Buffet Grande Mesa, quase 350 pessoas, sendo mais de 150 alunos. “Foi uma oportunidade de reunir várias gerações da Agronomia da UEM, promover a troca de experiências e o compartilhamento de conhecimento, com o objetivo de melhorar o atendimento ao agricultor e oferecer um curso de mais qualidade”, explica o chefe do Departamento de Agronomia, William Mário de Carvalho Nunes. Os docentes também foram homenageados.

Um dos ex-alunos é Luciano Lopes, presidente da Unicampo (Cooperativa de Trabalho dos Profissionais de Agronomia), fundada em 1992 em Maringá. Da turma de 1987, Lopes, que é filho de pioneiro e nascido na cidade, lembra que ingressou quando o curso estava consolidado e era um dos mais concorridos do vestibular. “Ser aprovado no vestibular de Agronomia foi uma grande vitória. Os primeiros anos não foram fáceis, mas é uma alegria e orgulho fazer parte desta história”. Depois da graduação, veio o mestrado na UEM e, hoje, à frente da Unicampo existe a parceria com os docentes da universidade. “Voltar para o campus é sempre bom. E em nossos treinamentos e capacitações dentro da cooperativa são os professores da UEM que nos auxiliam. É uma parceria importante”, finaliza Lopes.

A agrônoma Ana Flávia Pedrão também elogia a qualidade do conhecimento a que teve acesso. Formada em 2020, ela foi a única laureada da turma, ou seja, todas as notas foram superiores a oito. Ana, assim como boa parte da turma, está empregada na área. Primeiro ela foi trabalhar em uma empresa de agricultura de precisão, mas recebeu o convite do pai para dividir as tarefas da fazenda da família em Santa Inês/PR, onde eles produzem mi-



William Mário de Carvalho Nunes, chefe do departamento, no evento que celebrou os 45 anos

lho, soja, feijão e trigo. Assim como Ana, o pai, Luiz Fernandes Pedrão, é formado em Agronomia pela UEM, na turma de 1992. “Desde cedo eu ia para a roça com o meu pai e me interessava pela área. O curso da UEM é completo, com cinco anos de duração em período integral e me ajudou profissionalmente. Só tenho a agradecer aos professores, principalmente durante a pandemia, porque eles tiveram que se reinventar enquanto estávamos no último ano da faculdade para garantir o acesso aos conteúdos”, diz.

## HISTÓRIA

Considerado um dos melhores cursos de Agronomia do país, o curso da UEM já formou quase 2,5 mil profissionais e de lá saíram estudos que foram aplicados em diversas áreas, como laranja, adoçante e culturas de feijão, comprovando a interação entre academia e mercado.

Com estrutura formada por campos de extensão, laboratórios como de plantas daninhas, fitopatologia e melhoramento de plantas, além de uma fazenda experimental, o curso tem 4,3 mil horas e já teve mais de 60 docentes.

No total, são 100 vagas ofertadas anualmente. O coordenador adjunto, o professor Telmo Tonin, conta sobre alguns projetos estão sendo idealizados: ampliar parcerias com instituições internacionais, como o programa de mobilidade acadêmica e possibilidade de intercâmbio de alunos, e criar uma residência técnica em que o estudante poderá ingressar no final da graduação.

# CULTURA

BUREAU CRIATIVO



INSTITUTO CULTURAL INGÁ

FOMENTO E  
INCENTIVO  
À CULTURA

## SAIBA COMO PARTICIPAR



44 3025-9595 / @ICIMARINGA

WWW.ICIMARINGA.COM.BR

O INSTITUTO CULTURA INGÁ (ICI), POR MEIO DA LEI DE INCENTIVO À CULTURA E DA RENÚNCIA FISCAL, VIABILIZOU **MAIS DE R\$ 3 MILHÕES** A DEZENAS DE PROJETOS QUE SERÃO REALIZADOS AO LONGO DE 2022. ESTIMA-SE QUE **MAIS DE 120 MIL PESSOAS** SERÃO IMPACTADAS.

# A jornada para boas vendas

Do interesse pelo produto ou serviço ao pós-venda, caminho inclui layout da loja, disposição dos produtos e respostas para dúvidas e inseguranças do consumidor



Irmãs e sócias na Enthusiasm, Carolinne e Stephanie de Oliveira investem no visual da loja para ampliar as chances de vendas \_ FOTO/IVAN AMORIN

Quem entra na loja de roupas femininas Enthusiasm, na região central de Maringá, é naturalmente conduzido a um *tour* pelas araras, que exibem as peças das coleções montadas pelas irmãs e sócias Carolinne e Stephanie de Oliveira. O espaço, renovado há dois anos, foi projetado para promover fácil circulação, possui iluminação confortável e produtos estratégicos em destaque.

A aposta é no visual *merchandising*. Utilizada com frequência em lojas físicas do varejo, a prática compreende a construção de apelo visual, passando pela arquitetura e disposição de itens. Trata-se de oferecer uma experiência capaz de aumentar as vendas e fidelizar. A loja é reformada a cada cinco anos, estratégia que vem se repetindo desde a fundação, há 23 anos, considerando que a jornada de compra começa pela parte externa.

Vitrine, luz, posicionamento dos manequins... os recursos visuais se somam a técnicas de relacionamento na 'missão' de converter as vendas. "Procuramos manter uma lição que aprendemos com a nossa mãe, uma das fundadoras da loja, que é manter a proximidade com as clientes. Aprendemos a prezar pelo bom atendimento e bom relacionamento, que acaba sendo criado a partir das vendas", diz Carolinne.

A loja fica localizada na rua, o que, para as sócias, facilita a proximidade e amplia o público. "Vamos um pouco na contramão das *fast fashions*, porque o atendimento é personalizado, com 90% de clientes assíduas. Elas são recebidas na porta pelas vendedoras preferidas. Inclusive, esse relacionamento próximo nos ajudou na pandemia. Nos reinventamos utilizando mídias como o Instagram, que hoje é



Arquiteto comercial, Mario Cionek Segundo indica investimento em consultoria e projeto arquitetônico próprio \_FOTO/IVAN AMORIN

profissionalizado”, comenta Stephanie. “Sobre as clientes novas, treinamos as colaboradoras para estarem sempre atentas, percebendo quem prefere ficar mais à vontade e quem gosta de ser acompanhada. O objetivo é deixar a cliente confortável”, completa.

Com uma equipe de seis pessoas, a ideia é ajudar a valorizar o visual das consumidoras, estimuladas a testar *looks* inteiros. “As vendedoras ajudam a montar as combinações entre as peças, calçados e outros acessórios, para que a cliente olhe para o espelho no provador e se sintam bem”, frisa Carolinne. Os resultados, garantem as irmãs, são positivos. Uma evidência é o *feedback* direto e a outra são os números: depois do recuo da pandemia, as vendas na loja cresceram 25% neste ano.

### **ARQUITETURA COMERCIAL**

A arquitetura é um dos fatores que mais influencia a jornada de compras. “Fiz o projeto de interior de uma grande loja de cama, mesa e banho, removendo o caixa do centro para o fundo. Meses depois fui fazer outro projeto para o cliente, que me deu o *feedback* de que desde quando mudamos a posição do caixa a venda aumentou 70%. As pessoas passaram a circular por toda a loja para fazer o pagamento, aumentando a jornada de compras”, conta o arquiteto Mario Cionek Segundo, que atua na arquitetura comercial,

vitrinismo e outras áreas.

Segundo Cionek, é preciso coletar informações e ajustar necessidades a um projeto de *layout* e ergonomia em favor do conforto de clientes e de funcionários. Em seguida, a estética é gerada a partir da função. “O desejo do empreendedor influencia, é ele quem repassa as referências e sonhos. Mas numa arquitetura comercial, um grande influenciador é o prazo, pois geralmente se exige rapidez na elaboração do projeto e execução da obra. Muitas vezes, o desejo do cliente não é diretamente atendido, porque podemos dar soluções melhores, com prazos e até custos menores”, comenta.

Pensando em uma loja de roupas, o arquiteto diz que priorizaria *layout* em favor da circulação por toda a loja, com iluminação neutra, provadores instagramáveis, além de fachada atrativa. Ele diz que possibilitando autoatendimento e mobiliários com altura e ergonomia favoráveis ao conforto, os consumidores ficam mais à vontade para circular, ampliando as chances de compras.

Sobre possíveis erros, o arquiteto diz que em alguns casos o cliente sente um desconforto, mas não consegue identificar o ponto de incômodo. Por essa razão, ele recomenda não se aventurar, copiando outro negócio. “A empresa, muitas vezes, não se encaixará naquilo e poderá perder a identidade. O empresário pode criar



Para o consultor do Sebrae/PR, Perseu Bastos, a técnica de cliente oculto ajuda os colaboradores a se manterem atentos à jornada de compras do cliente \_FOTO/IVAN AMORIN

uma linguagem própria. Uma consultoria ajuda muito, um projeto de *layout* e projeto arquitetônico de interior são investimentos positivos”, pontua.

### **JORNADA DE COMPRAS**

Segundo o consultor do Sebrae/PR, Perseu Bastos, a jornada de compras vai do conhecimento de uma oferta ou reconhecimento de uma necessidade à aquisição do produto ou serviço, chegando, em certos casos, ao ciclo de vida do produto ou serviço.

Essencialmente, a jornada de compra é composta por cinco etapas: percepção, avaliação, compra, entrega e pós-venda. Bastos diz que o momento da percepção é aquele em que o consumidor reflete sobre as razões por que deseja comprar. Na avaliação, buscará mais informações para tomar a melhor decisão: conversa com amigos, parentes, pesquisa na internet, visita uma loja para sentir mais segurança. Na terceira etapa, quando ocorre a compra de fato, as principais necessidades entrarão na verificação de informações prévias (condições de pagamento etc.). Na entrega, a exemplo de um carro, os diferenciais são agilidade e redução

do atrito da espera, para a realização de um momento memorável na concessionária. No pós-venda, a empresa pode enviar e-mails parabenizando o comprador e lembretes sobre as datas de manutenção.

“Para outros negócios de compra e entrega imediatas, sempre esteja atento a pontos como apresentação do produto, embalagem, local e, em caso de serviços, até a limpeza do local”, recomenda.

De acordo com o consultor, o que influencia de forma direta a decisão de compra são fatores como informação clara e respostas para dúvidas e inseguranças. É preciso entender como o cliente busca e prefere comprar o produto ou serviço. Segundo, estar presente nos canais físicos e digitais que ele utiliza na jornada. Por último, tornar coerentes as informações e padrão de atendimento da equipe nos canais oferecidos.

A dica para evitar erros no atendimento é se colocar no lugar do cliente, observando como ele compra e porque as empresas procuram o negócio. Uma das estratégias para ajustar arestas é o cliente oculto, que consiste em contratar um profissional que percorre anonimamente a jornada de compra da empresa. Ao final do

processo, o profissional que atuou como cliente oculto apresenta um relatório de pontos positivos e pontos de melhorias. “O cliente oculto pode ocorrer mensalmente e ser informado aos colaboradores, mas nunca deve ser revelada a identidade. Isso vai ajudar a manter a equipe atenta aos processos da jornada de compra”.

## MEDICINA ESTÉTICA

O Grupo Fabíola Tasca oferece tratamentos a laser, rejuvenescimento e injetáveis; tratamento corporal; terapia e transplante capilar; atendimentos de doenças de pele e de acne; mapeamento de pintas para a prevenção de câncer de pele. Cada um dos cinco setores tem uma liderança e conta com profissionais como recepcionistas, fisioterapeutas, auxiliares, financeiros e administrativos, além do corpo clínico, com as dermatologistas Fabíola Tasca, Tamara Vanzela, Roberta Volpe e Ingrid Castilho.

Para atender bem, o grupo investe em uma jornada do cliente com experiência emocionante e diferenciada. “Primamos pela excelência dos atendimentos médicos dos produtos. A equipe é separada por especialidades na dermatologia. E temos uma gama de aparelhos para tornar os procedimentos mais rápidos e menos invasivos”, explica Fabíola.

O serviço diferenciado começa pela parte física. A clínica fica em um imóvel com arquitetura e estilo singulares – a estrutura é utilizada para apoiar campanhas como o ‘Outubro Rosa’, o ‘Novembro Azul’ e o ‘Dezembro Laranja’, com modificações na iluminação para esses tons. Em geral, cada ambiente possui iluminação própria e há fluxo separado conforme as especialidades, além de uma ala para tratamento corporal, com circulação acessível. Um aroma desenvolvido especialmente para a clínica é renovado de hora em hora, ajudando a construir identidade e a diferenciar a jornada dos clientes, somando-se ao som, variado e com volume controlado. “Desenvolvemos um marketing para os principais pontos do fluxo e trocamos os informativos de 15 em 15 dias”, frisa Fabíola.

A ação mais recente foi separar o atendimento telefônico/mensagens da recepção, criando um *call center*. O objetivo foi priorizar o atendimento personalizado ao paciente que não está na



Na clínica da dermatologista Fabíola Tasca o aroma exclusivo é renovado de hora em hora, assim como a limpeza; há liderança para cada setor e fluxo separado conforme a especialidade \_FOTO/DIVULGAÇÃO

clínica, enquanto a recepção foca no presencial. “A resposta ao *call center* foi positiva e imediata. Temos recepções espaçosas e confortáveis, com máquinas de café e capuccino, água, chá e biscoitos. Para os tratamentos mais demorados, servimos mix de cereais e outros. E os ambientes são limpos de hora em hora”, frisa.

Para alinhar o atendimento, há consultoria e treinamentos mensais para a equipe, em áreas como atendimento ao público, jornada do paciente, comunicação, comportamento e vendas. Os colaboradores também são orientados sobre os processos e seu papel na operação. “Cuidamos do nosso time para que eles cuidem de nossos clientes.”

Para ajudar na verificação de resultados, além de softwares de fotos para médicos que acompanham a evolução dos tratamentos, há pesquisas de satisfação e cliente oculto. “Temos pacientes que atendemos há mais de 20 anos. Gratidão e satisfação vê-lo voltar ano após ano. A maioria dos primeiros atendimentos vem por indicação. O boca a boca mostra resultados consistentes”, acrescenta Fabíola.



FOTO/DIVULGAÇÃO

## ASSOCIADO DO MÊS

Com a proposta de conceito de moda circular, o Closet Club oferece aluguel de roupas casuais. “Em vez da peça ficar parada no guarda-roupa, ela é reutilizada por outra pessoa que precisa naquele momento”, explica a empresária Edna Regina da Silva.

O aluguel de roupas de festas é comum, mas no Closet Club o consumidor encontra itens para o dia a dia: roupas, acessórios, bolsas de couro e chapéus de praia, sendo os vestidos os mais procurados. No caso de aluguel avulso, os acessórios custam a partir de R\$ 17 e roupas a partir de R\$ 25, mas também há opções de planos mensais. Todas as peças são novas e quem desejar contribuir com o estoque pode levar vestidos de festa para o ‘Closet Compartilhado’ e deixá-los em consignação, ficando com 30% do aluguel. Além disso, a lavanderia é por conta da loja. Quanto ao perfil do típico cliente da loja, trata-se de “uma pessoa consciente e que não acumula looks, pois esta é a ideia do Closet Club: ter mais acesso e menos posse de roupas”, diz Edna.

Aberta em agosto, a loja fica na rua Caramuru, 462. O atendimento é das 9h às 19h. Para mais informações, o telefone é o (44) 99161-7977 (Whatsapp) e o perfil no Instagram é o @closetclubmg

## FEIRA DE MULHERES EMPREENDEDORAS

A feira de mulheres empreendedoras, realizada em 29 de outubro no Sebrae, reuniu mais de 50 expositoras. Com entrada gratuita, o evento foi uma oportunidade para comercializar cosméticos, doces, artesanatos, entre outros itens, além de ter tido *food truck*, palestras e apresentação de dança do ventre. A feira encerrou a segunda edição da jornada da Associação Maringense de Mulheres Empreendedoras (Amme), ligada à ACIM, que tem o propósito de capacitar mulheres que desejam empreender. Para isso, elas participam de palestras e mentorias sobre marketing digital, finanças e como diferenciar o negócio.



## PALESTRA SOBRE CÂNCER DE MAMA

Atendendo a um convite do ACIM Mulher, o médico mastologista Dalton Steinmacher ministrou palestra sobre prevenção e tratamento do câncer de mama no mês de conscientização sobre o assunto. Foi em 18 de outubro, com a participação de mais de 70 pessoas, entre conselheiras e convidadas. Para conferir a palestra o link é <https://youtu.be/76GXWzBKpl0>



## FUTEBOL DE GRAÇA

Oitenta crianças estão sendo beneficiadas pelo projeto ‘Futebol para todos – formando campeões’ do Instituto ACIM em parceria com o Maringá Futebol Clube. As aulas acontecem desde outubro no Meu Campinho do Conjunto Residencial Guaia-pó para crianças de seis a 13 anos, atendendo aos seguintes critérios: estudar em colégio público, ter renda familiar de até R\$ 2,2 mil e não estar matriculado em nenhuma escola de futebol particular.

Os treinamentos são às segundas e sextas-feiras de manhã e à tarde. O projeto é mantido com recursos captados por meio de renúncia fiscal da Lowçucar, Fer-tipar, Cocamar e FA Colchões.

## MARINGAENSES NO JAPÃO

FOTOS/DIVULGAÇÃO

Mais de 20 empresários e lideranças maringaenses estiveram no Japão e em Singapura. O presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, conta que o grupo visitou o Hamamatsu Iwata Shinking Bank e a área de inovação da instituição financeira, além do Consulado Geral do Brasil em Hamamatsu, considerada a cidade mais brasileira do Japão, com 11 mil brasileiros. Na província de Hyogo eles visitaram o centro de inovação do Hoops Link Kobe, que abriga *startups* que atendem aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Em Kakogawa o grupo esteve na Associação Comercial, que é co-irmã da ACIM desde 1990, e se reuniu com o prefeito e secretários de diversas áreas. Em Takasago, o objetivo foi visitar uma usina de incineração que transforma lixo em energia. A missão empresarial terminou em Singapura, com a participação em um evento de inovação e startups. Pela ACIM, estiveram presentes ainda Mohammad Ali Awada Sobrinho, Vicente Suzuki, Érico Diniz, José Carlos Barbieri, Luiz Ajita e Aluizio Andreatta.



## EVENTO ARRECADA RECURSOS PARA KINGS

Com o tema 'Uma Noite em Munique', o jantar beneficente do ACIM Mulher, em 7 de outubro, reuniu 400 pessoas para desfrutar de pratos típicos alemães, chopes e decoração temática. Além de contar com sorteio de prêmios, apresentações de dança e música típicas, foram realizados sorteios de uma tela da artista Jamile Elias e um violão autografado pela dupla Jorge & Mateus. Os recursos beneficiaram a equipe de basquete em cadeira de rodas, Kings Maringá SESP/UEM. O evento teve a parceria do Instituto ACIM, tendo patrocínio de Central de Negócios Imobiliários, Cooper Card, Horus Cervejaria, CooperCard, Karsten, Maringá Park, Sicoob e Minds English School.

FOTO/DIVULGAÇÃO



FOTO/IVAN AMORIN



## NOVOS ASSOCIADOS

Cerca de 180 empresários participaram de um encontro de novos associados da ACIM em 4 de outubro. Eles receberam dicas de como potencializar as vendas utilizando a mesma equipe.

## ESCOLA DE NEGÓCIOS



### NOVEMBRO

Vender é alma do negócio
Negociações avançadas em compras
Do básico ao acabamento, dando um show de atendimento e vendas
Atendimento e comunicação para Black Friday e Natal
Visual merchandising – Black Friday e Natal
Atendimento e relacionamento com o cliente interno e externo
Neurovendas
Excel passo-a-passo
Inteligência emocional, a chave para o sucesso
Formação de auditor interno da qualidade conforme a ISO 9001:2015
Produtividade e alta performance para vendedores
CPA10 - investimento financeiro
CPA 20 - investimento financeiro
Marketing digital para iniciantes
Departamento pessoal completo
Excel prático - nível intermediário
Gestão de custos e formação de preço de venda
Práticas de cobrança e negociação de dívidas
Liderança integral: como aumentar a produtividade da sua equipe e potencializar resultados

### DEZEMBRO

Oratória
Inteligência emocional, a chave para o sucesso
Técnicas em vendas
Comunicação
Empreendedorismo digital



FOTO/IVAN AMORIN

## O FUTURO DO VAREJO

“A função do ponto de venda mudou: agora o objetivo é provocar vendas repetitivas”. Este foi um dos ensinamentos do publicitário e especialista em varejo Luiz Alberto Marinho na palestra sobre ‘Futuro digital’ ministrada em 28 de setembro no Teatro Marista. Ele, que trabalhou em grandes agências de publicidade, veio a Maringá a convite do ACIM Mulher e do Maringá Park e destacou a importância de agregar serviços no ponto de venda e das marcas terem propósito. Quem não assistiu, pode acessar o canal da ACIM Maringá no YouTube.

## EXPEDIENTE

Ano 59 - nº 626 - novembro/dezembro/2022, Publicação Bimestral da ACIM, 44 | 3025-9595 | **Diretor Responsável da Revista Acim** José Carlos Barbieri | **Conselho Editorial** Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues, Suellen Simon | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Luciana Peña, Graziela Castilho, Rosângela Gris e Vanessa Bellei | **Fotos** Ivan Amorin | **Revisão** Giovana Campanha, Jociani Pizzi, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44 | 3031-7676 | **Editoração** Andréa Tragueta | **Gráfica** Massoni | **Escreva-nos** Rua Basílio Sautchuk, 388, **Caixa Postal** 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br

**Conselho de Administração Presidente** 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.

**Contato Comercial** Jociani Pizzi 99828-0011

# CRÉDITO IMOBILIÁRIO

Faltam poucos passos para você realizar seu sonho da casa própria.



Operação sujeita a análise e aprovação de crédito.

Com o Crédito Imobiliário do Sicoob, comprar seu imóvel está mais perto do que você imagina. Procure sua cooperativa, conheça as condições e contrate. Aí é só marcar a data da mudança!

- Financiamento de até 80% do valor
- Taxas atrativas
- Agilidade na contratação
- Imóveis novos ou usados
- Prazos de até 360 meses
- Utilização do FGTS

**SICOOB**  
Faça parte.



# Portaria Virtual

Mais tecnologia, segurança e economia para seu condomínio



A Patrimonium atua com excelência há mais de 20 anos no segmento de segurança patrimonial, prestando serviços de portaria virtual, monitoramento 24 horas, monitoramento colaborativo e muito mais.

Com a Portaria Virtual Patrimonium, seu condomínio contará com equipamentos de última geração interligados com nossa central 24 horas, gerando um controle de acesso mais efetivo, reduzindo assim os custos de condomínio e aumentando a segurança.



Central  
24 Horas



Redução de  
Custos



Segurança de  
Acesso



Atendimento  
Ágil



Qualidade no  
Atendimento

Solicite um orçamento:  
**(44)3343-6644**  
[www.patrimonium.net.br](http://www.patrimonium.net.br)