



ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Março/2017
Nº 573 - Ano 54
R\$ 5,00



**NOVOS HÁBITOS
DE CONSUMO**



**ECONOMIA
COMPARTILHADA**



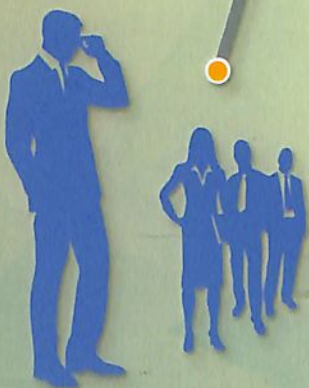
**HOME
OFFICE**



**+CONCERTOS
-AQUISIÇÕES**



**CO
WORKING**



OS NOVOS CAMINHOS DO EMPREENDEDORISMO

EM TEMPOS DE INICIATIVAS COLABORATIVAS E COMPARTILHADAS, O FOCO DO CONSUMO DEIXA DE SER A POSSE PARA DAR VEZ À EXPERIÊNCIA

COMPARE E VEJA QUE A COOPER CARD É A SUA MELHOR ESCOLHA.



Quem compara escolhe os benefícios da Cooper Card. Cartões alimentação, refeição, adiantamento salarial, gestão de despesas, incentivos e reconhecimentos. Soluções que contribuem para melhorar os resultados das empresas, a produtividade e o bem-estar dos colaboradores.

LIGUE E SOLICITE UMA VISITA:

44 3220.5400 | sejacliente@coopercard.com.br | www.coopercard.com.br



Planejamento e desenvolvimento

O empresário Ilson Rezende, da DBI Global Software, assumiu a presidência do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) até 2018. E tem Wilson de Matos Silva Filho como vice-presidente e José Roberto Mattos como diretor-secretário.

Conhecendo o perfil de Rezende é possível inferir que o Codem continuará executando um trabalho minucioso de planejamento de Maringá. É que o novo presidente foi vice-presidente da ACIM e por ter uma trajetória empresarial sólida já ganhou o prêmio Empresário do Ano, que tem a Associação Comercial como uma das realizadoras.

Há muito trabalho pela frente, já que grandes projetos estão em curso na cidade, como a implantação de um campus da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), que, aliás, será instalada em um novo terreno doado pela prefeitura, conforme acordado no mês passado.

Outro projeto em fase de desenvolvimento de estudos é o do aeroporto digital, que funcionará como um parque de startups e de projetos inovadores, para potencializar negócios de tecnologia da informação - o Codem faz parte do comitê gestor do aeroporto digital.

Maringá deverá ter em breve uma lei de inovação municipal, cuja minuta teve a participação da equipe do Codem. E um dos projetos mais importantes desde a fundação do município é o Masterplan, um planejamento para nortear o desenvolvimento da cidade para as próximas décadas. A primeira parte do trabalho, que é o 'plano estratégico socioeconômico para a cidade de Maringá', foi concluída pela consultoria PwC no final do ano passado e traz as áreas de futuro e os dez setores potenciais para a economia local. Aliás, para chegar aos resultados, os consultores da PwC utilizaram vários estudos e levantamentos do Codem, que coordena o Masterplan junto

com a ACIM.

Numa segunda etapa outra consultoria de atuação internacional será contratada, para com base neste relatório socioeconômico, definir o planejamento urbanístico para a cidade continuar crescendo de forma ordenada.

Com suas câmaras técnicas, com representantes de entidades como a ACIM e sindicatos patronais e com uma equipe técnica, o Codem tem ajudado a discutir e traçar o desenvolvimento de Maringá. O conselho de desenvolvimento já contribuiu, por exemplo, com estudos para a implantação do Porto Seco e o rebaixamento da linha férrea.

À nova diretoria do Codem os meus sinceros votos de um bom trabalho. E que Maringá possa continuar traçando seu futuro de forma planejada e organizada.

// **José Carlos Valêncio** é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM)



Um novo lugar, uma nova visão de Maringá.

Aptos com
3 e 4 suítes

4 vagas
de garagem

211m² e 237m²
privativos

Um residencial clube completo: pista para caminhada com 260m; piscina com raia de 25m; piscina coberta e aquecida; espaço para biribol; sauna; espaço grill, putting green; espaço teen (garage band); quadra indoor de squash; quadra de tênis; mini quadra de esportes; parque infantil; salão de festas; salão de festas infantil; brinquedoteca; academia; espaço da mulher; sala de massagem; espaço gourmet.

Conheça todas as opções de lazer em nosso site.



Piscina com raia de 25m, deck molhado, espaço para biribol, piscina infantil e deck com pergolado



Piscina coberta e aquecida com área de hidromassagem e relax

Visite o decorado e surpreenda-se



Expo
design

Av. São Paulo, 3019
Visitas das 8h às 18h. Inclusive
domingos e feriados.

 /construtoradesign
construtoradesign.com.br

Viva na localização mais alta e promissora da cidade.

Av. Petrônio Portella, 1021
Altos da Acimação



VICE-CAMPEÃ
PRÊMIO
SINDUSCON 2016
CATEGORIA INCORPORAÇÕES

VENDAS

INGAVILLE
I.M.O.V.E.I.S
CRECI J03421

3026 7675



design

3037 9700



PROJETO
acreditado
no Futuro
LAB ESCOLA E DA CRIANÇA DE MARACÁ

ENTREVISTA //



Esqueça usar as redes sociais apenas para vender de forma direta um produto ou serviço, é preciso se conectar ao cliente, e isto é feito vendendo sensação e experiência; os conselhos são do publicitário, mágico e palestrante requisitado Clovis Tavares

REPORTAGEM
DE CAPA //



Camila Dalmas e os pais disponibilizam gratuitamente um cômodo para os usuários do CoachSurfing, uma rede em que os membros cedem seu 'sofá' para viajantes; iniciativas colaborativas e compartilhadas, a exemplo também do Airbnb, ganham espaço mundo afora

MERCADO //



Depois que decidiu trabalhar de forma autônoma e instalou um escritório em casa, a agente de viagens Renata Araújo viu a renda crescer dez vezes; empreendedores contam suas experiências de trabalhar em *home office*, que é vantajoso, desde que haja comprometimento

COMÉRCIO //



Tanto a fábrica quanto a loja da Art Madeira, de Léia Carla Godoy, ficam no Jardim Mandacaru e não estão sentindo os efeitos da crise econômica; outros empresários que escolheram a região norte da cidade para se instalar também estão prosperando

SERVIÇOS //



A crise econômica que tem feito muita gente adiar os planos de comprar um carro zero ou trocar eletrodomésticos tem ajudado as empresas de manutenção e assistência técnica a ter volume extra de trabalho, como Nair Pereira, que faz planos de expandir a Elohym Ateliê

MERCADO //



Um quilo de wagyu, o boi japonês cuja carne é a mais saborosa do mundo, pode custar R\$ 400; no mercado de carnes nobres saem de cena os típicos açougues para dar espaço às boutiques, como a Ribs, de Filippo Stellutti, que abriu o negócio há pouco mais de um ano no Mercadoão



ano 54 edição 573
março/2017

nossa capa:
Factory Total



A CASA DO
EMPREENDEDOR
EM MARINGÁ

Empresas precisam vender benefícios, não produtos e serviços

Para o publicitário Clovis Tavares, "não se vende roupa ou perfume, vende-se autoestima. Não se vende comida, vende-se saúde. O segredo é vender sensação e experiência" // **Graziela Castilho e Rosângela Gris**

O convite era para uma palestra-show com o brasileiro Clovis Tavares, porém quem subiu no palco no teatro Calil Haddad no mês passado para orientar os empresários sobre como vencer a crise foi o executivo David Field, formado na renomada Universidade de Harvard, nos Estados Unidos. O norte-americano é o novo personagem de uma lista de sete - todos estrangeiros - criados pelo palestrante para falar sobre gestão de negócios, valorização e fidelização da marca, encantamento do público e trabalho em equipe. "Ganho uma audiência incrível quando falo com sotaque. O brasileiro valoriza mais o que é de fora", justifica Tavares.

Formado em Publicidade e Propaganda, o palestrante é especializado em Marketing Avançado pela State University of New York, estudou na Disney Institute e ganhou cinco vezes o prêmio Top de Marketing, concedido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB). Além de publicitário, Tavares é mágico e mescla os efeitos do ilusionismo e o conhecimento em publicidade nas palestras que ministra no mun-

do inteiro.

Ele 'trouxe' o personagem norte-americano a Maringá no início de fevereiro a convite da Coopercard, em parceria com a ACIM. À Revista ACIM falou sobre gestão de negócio, inovação, desafios do mercado corporativo e mídias sociais. Confira:

DE QUE FORMA OS EMPRESÁRIOS PODEM SUPERAR A CRISE E FAZER DE 2017 UM ANO MELHOR?

A crise não é genérica e atinge de forma diferente todos os segmentos. Logo, não existe uma solução comum a todos os empresários. Alguns segmentos, como o agribusiness, farmacêutico e pet shops sofreram menos. Afinal, ninguém vai deixar de comprar medicamento para o filho ou para o animal de

estimação. E muito menos o Brasil vai deixar de investir na agricultura, sua maior vocação, por causa da crise. Já o comércio, varejo e indústria foram impactados abruptamente. O que aconselho aos empresários é que invistam em comportamento, e não apenas em tecnologia. É por meio da postura das equipes de pré e pós-venda que se estabelecerá o encantamento do cliente e a consequente confiança, que faz as grandes empresas dos Estados Unidos, como Google e Apple, manterem-se sólidas. É necessário fortalecer a marca e criar a lealdade do cliente por meio de estratégias e atitudes. E muitas vezes a estratégia é fortalecida quando duas ou mais empresas se unem por meio de associativismo e cooperativismo.

“O que aconselho aos empresários é que invistam em comportamento, e não apenas em tecnologia. É por meio da postura das equipes de pré e pós-venda que se estabelecerá o encantamento do cliente e a consequente confiança”

QUEM É?
Clovis Tavares

O QUE FAZ?
É publicitário
e mágico

**É DESTAQUE
POR?**
Palestrante sobre
gestão, marca e
trabalho em equipe



Walter Fernandes

O SENHOR É MÁGICO E PUBLICITÁRIO. O QUE ESSAS DUAS ÁREAS TÊM DE SEMELHANÇA?

Tanto o mágico quanto o profissional da área de marketing trabalham para atrair a atenção e encantar o público. É claro que cada profissional tem sua ferramenta. O mágico usa a ilusão, o baralho, a cartola, a varinha e as caixas. E o publicitário ou empresário têm a internet, as equipes de logística e vendas, as ferramentas de controle financeiro, entre outros. O que leva esses dois 'artistas' a alcançar sucesso é o treinamento. Antes da apresentação, o mágico treina em frente ao espelho, decora sua rotina, compartilha os detalhes com seus *partners*. Da mesma forma, o executivo precisa preparar sua equipe e assumir o posto de líder. Não apenas daquele tipo que comanda e controla. Precisa estimular os colaboradores e servir de exemplo mediante os desafios. Outro ponto importante para ambos é estar inteirado das oportunidades para se promover na rede social, vender online seu produ-

to ou serviço e, principalmente, comprar novas ferramentas. É preciso estar sempre à frente do público, caso contrário o 'show' não vai encantar.

O QUANTO É MAGIA E QUANTO É REALIDADE NO MERCADO CORPORATIVO?

O mercado corporativo vive de equilíbrio. É preciso cálculos, lógica, custo/benefício e controle financeiro para a empresa crescer. Há também as questões burocráticas e os tributos, todo isso é muito racional. Porém, existe o lado lúdico e mágico que é o de criação de produto, da promoção, da motivação da equipe de vendas. O executivo que quer sucesso tem que equilibrar os dois lados. Não pode ser muito mágico, e nem muito racional. Se for muito mágico, pode errar por falta de controle. Se for muito racional, torna a empresa engessada.

O SENHOR INCORPORA DIFERENTES PERSONAGENS EM SUAS PALESTRAS. POR QUE NÃO FALAR COMO CLOVIS TAVARES?

Quando comecei a fazer palestras era muito jovem. O que um rapaz de 24 anos poderia falar para uma plateia de executivos? Percebi que se me apresentasse como Clovis Tavares não teria credibilidade. Então, decidi me 'transformar' em um palestrante mais leve e experiente. Para atender as expectativas do público criei o consultor de Harvard Peter Mac Manney, o alemão Klaus Waisswencer, o comandante de voo Peter Macfly, o cavaleiro medieval sir William Battle, entre outros.

E POR QUE PERSONAGENS ESTRANGEIROS?

O público queria alguém com experiência internacional. Ouvia as pessoas comentando durante a apresentação: 'nossa, ele faz mágica. Tinha que ser americano. Ou tinha que ser europeu para ser tão criativo'. Diferente do europeu e do norte-americano, o brasileiro tem admiração pelo que vem de fora. Com o sotaque, ganho uma atenção extraordinária da audiência, por isso mantenho os perso-

nagens. Já no exterior me apresento como Clovis Tavares. Faço palestras em Portugal, Alemanha, Estados Unidos e Espanha e lá eles admiram o que é deles. No Brasil adoramos contratar e pagar milhares de dólares para palestrantes norte-americanos e europeus, ignorando os grandes empresários, os fantásticos professores e artistas que poderiam dar soluções mais assertivas por conhecerem melhor o nosso mercado.

EM UM DOS SEUS LIVROS, O SENHOR DESTACA A IMPORTÂNCIA DE SONHAR PARA ALCANÇAR OS OBJETIVOS. TRAÇAR METAS OUSADAS NÃO ELEVA O RISCO DE FRACASSO?

Sonhar grande é fundamental para crescer, agora isso requer planejamento e estratégias. Pensar nos detalhes é importantíssimo nesta trajetória, e nem sempre o executivo é capaz de fazer isso sozinho. Daí a importância de ter grandes parceiros. Os empresários bem-sucedidos sempre estão cercados de profissionais preparados e do tipo sinalizadores, aqueles que trabalham e dão *feedback* sobre o negócio e riscos iminentes.

QUAL A IMPORTÂNCIA DA RESILIÊNCIA?

A maioria costuma receber a negativa numa venda ou parceria como uma crítica ou ofensa. Em algumas situações a pessoa muda de rumo. Eu, quando recebo um 'não', me sinto desafiado e motivado. Ser resiliente não é apenas enfrentar os 'nãos' e persistir na meta, mas usar o não como uma motivação. Muitos vendedores colocam a culpa do fracasso de uma venda na crise. Não acredito que o país tem uma população de milhares de brasileiros sem dinheiro. O que vejo são as pessoas mais cau-



telosas na hora de gastar. Nem sempre é o preço que leva à negativa do cliente, mas o medo de comprar no momento errado. Nessas horas ter um diálogo eloquente ajuda a vender produtos, serviços ou ideias.

E O QUÃO IMPORTANTE É INOVAR?

A inovação é a única forma de sobrevivermos à revolução tecnológica ocorrida nos últimos 50 anos. Até algum tempo a televisão preto e branco era o objeto mais valioso na maioria das casas. Hoje a televisão está no celular, no Youtube, nas nuvens. E como uma empresa se mantém viva diante de tantas mudanças? Entrando em mídia social? Investindo em tecnologia? Comprando avançados sistemas de controle financeiro? Criando website? Isso não é mais diferencial, é obrigação. O diferencial está no lado humano. Passamos pela época do hardware e software e agora vivemos na *humanware*, no qual

as relações humanas definem a sustentabilidade da empresa. Não basta estar na mídia social se não tiver o cliente conectado à sua empresa, e essa conexão é possível vendendo benefícios e não produtos. Não se vende roupa ou perfume, vende-se autoestima. Não se vende comida, vende-se saúde. Os bancos, por exemplo, vendem qualidade de vida nas propagandas, jamais a menor taxa, o melhor prazo ou um cartão especial. O segredo é vender sensação e experiência.

E DE QUE FORMAS AS MÍDIAS DIGITAIS PODEM SER INCORPORADAS PELOS NEGÓCIOS?

A nova geração é totalmente dependente da mídia digital. Logo, é imprescindível que as empresas utilizem esse canal para se comunicar e promover sua marca, produtos e serviços. Os canais de Youtube, por exemplo, cresceram muito nos últimos anos. Porém, as empresas que optarem por esse caminho, precisam fazer algo profissional e constante. O importante é criar vínculo. E como fazer isso? Dando dicas e conselhos, e não apenas mostrando seu produto. É preciso criar um benefício que tenha a ver com o seu mercado. Se é a venda de alimentos, invista em dicas de receita. Se são roupas, dê dicas de como se vestir.

QUAIS AS CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEM UM LÍDER?

Interatividade com a equipe e poder de decisão são características de um líder. Também é preciso ter visão futurista e tomar atitudes ousadas. Outro ponto imprescindível é ter vontade de enfrentar desafios, e o que não pode faltar mesmo é o lado humanista, que valoriza as pessoas e faz elas se comprometerem com a empresa.



ANS - nº 33683-1

Evoluir é mudar sem perder a essência.

A Santa Casa de Maringá já deixou sua marca na vida dos maringaenses. São mais de 60 anos de pioneirismo, filantropia, inovação e fé, inclusive na ciência.

Chegou a hora de renovar nossa identidade e fortalecer essa história. É por isso que apresentamos nosso novo logotipo. Uma marca revigorada para quem sempre deu valor à vida.

Santa Casa de Maringá. Acreditamos na vida.



**Santa Casa
de Maringá**

NOVA
MARCA

REFEIÇÕES NATURAIS NO POTE

Difícil não salivar diante das saladas, refeições e sobremesas armazenadas em potes de vidro preparadas pela Emporium Horta no Potinho, o ponto de venda aberto há seis meses por Ângela Cibelle Simões que tem feito sucesso entre os adeptos de uma alimentação prática e saudável - o negócio teve início há dois anos em sistema de *delivery*. As saladas no pote de vidro são o carro-chefe da loja, porque é uma refeição com proteína, carboidrato e vegetais. Há também sanduíches naturais, lanches, molhos especiais, massas sem glúten, espaguete de abobrinha, sucos detox, suchás, pães e bolos integrais, tudo 100% natural. A opção pelo pote deve-se ao fato do vidro não contaminar nem alterar o sabor dos alimentos. Para incentivar a sustentabilidade, a empresa aceita devolução do recipiente, inclusive oferecendo desconto pela atitude. O endereço da Horta no Potinho é avenida JK, 665. Os telefones são (44) 3040-3400 e 99810-0292.

Walter Fernandes



ILSON REZENDE ASSUME CODEM

O empresário Ilson Rezende, da DB1 Global Software, é o novo presidente do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), até 2018. A posse da diretoria aconteceu em 22 de fevereiro em cerimônia no Parque do Japão. Rezende recebeu o cargo do arquiteto Edson Pereira Cardoso e terá Wilson de Matos Silva Filho como vice-presidente e José Roberto Mattos como diretor-secretário. Fazem parte da plenária do Codem representantes de diversas entidades, como ACIM, Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), sindicatos patronais e o prefeito, que tem cargo de honra. O Codem já contribuiu, por exemplo, com estudos técnicos para a implantação do Porto Seco, rebaixamento da linha férrea e revitalização do novo centro, o projeto Armazém Digital e, atualmente, trabalha no projeto Masterplan Metrópole Maringá, que constrói a visão de futuro da cidade até 2047; na foto: Ulisses Maia, Edson Cardoso, Ilson Rezende, Wilson de Matos Silva Filho, José Roberto Mattos, Michel Felipe e Felipe Bernardes.

Walter Fernandes



NOVO TERRENO PARA A UTFPR

Prefeitura de Maringá



Reunidos em 17 de fevereiro, o prefeito Ulisses Maia e o presidente do Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar), Júlio César Felix, definiram o local das futuras instalações da empresa em Maringá. Um terreno de 70 mil metros quadrados foi doado pela prefeitura para que seja instalada a indústria que receberá R\$ 61 milhões de investimentos e produzirá medicamentos e vacinas. O encontro teve a participação do presidente da ACIM, José Carlos Valêncio. Inicialmente a empresa seria instalada em terreno de 100 mil metros quadrados na etapa quatro do Loteamento Cidade Industrial, mas como não há rede de esgoto, água, energia e nem autorização dos órgãos ligados ao meio ambiente, foi preciso alterar o local. Agora a prefeitura vai encaminhar à Câmara Municipal projeto de lei revogando a doação do antigo terreno e fazendo cessão da nova área.

PONTO DE ATENDIMENTO DO SEBRAE

O Ponto de Atendimento (PA) de Maringá, instalado na ACIM, ganhou os prêmios de Agente Destaque (qualidade no atendimento) e PA Destaque da Regional Noroeste (quantidade de ações) durante o 2º Encontro Estadual de Pontos de Atendimento do Sebrae/PR, realizado em 1º de fevereiro em Curitiba/PR. Além de receber as homenagens, a agente Rafaela Jonas (terceira pessoa, da esquerda para a direita) apresentou, em *talk show*, o resultado alcançado por meio do Programa Sebraetec. "Tivemos 35 propostas finalizadas, enquanto a média estadual foi três por PA", informa. As unidades de Colombo, Irati, Chopinzinho, Rolândia e Quedas de Iguaçu também foram premiadas. Os 41 PAs do Paraná realizaram no ano passado mais de 19 mil atendimentos, quase 20% a mais do que o ano anterior, 449 oficinas, 93 cursos presenciais, 67 palestras, 51 seminários e mais de 35 mil orientações a empreendedores.

Luiz Costa



ENCONTRO DE ARQUITETOS

O Núcleo Maringá do Instituto Brasileiro de Arquitetos do Brasil (IAB) realizou, de 24 a 28 de janeiro, o evento "Arquitetos em Maringá 2017", que reuniu alguns dos profissionais mais gabaritados da arquitetura e do urbanismo do país. A programação incluiu palestras e mesas redondas com temas sobre a revisão da legislação federal para licitações de obras públicas e a Lei de Assistência Técnica. Durante o evento também foi realizada a reunião plenária do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Paraná (CAU/PR), a 151ª Reunião do Conselho Superior do IAB e o 2º Seminário Nacional de Núcleo do Instituto. A iniciativa serviu como preparação para os encontros internacionais que vão anteceder o 27º Congresso Mundial de Arquitetos (UIA) 2020, que será realizado no Rio de Janeiro.



PRÊMIO DE COMPETITIVIDADE

A Labore Saúde Ocupacional venceu a etapa paranaense do Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas – MPE Brasil Ciclo 2016 – na categoria serviços de saúde. A cerimônia de premiação, conduzida pelo Sebrae/PR, foi em 20 de fevereiro em Curitiba/PR. Outras sete empresas paranaenses foram premiadas em categorias como comércio, indústria e serviços de turismo.

A excelência na gestão de micro e pequenas empresas, com base no Modelo de Excelência em Gestão (MEG), da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), proposta que o Sebrae incorpora em sua estratégia, é o que leva as empresas a conquistar o MPE Brasil. Esta é a segunda vez que a Labore vence essa etapa do prêmio. "Desde que abrimos a empresa, em 2010, adotamos uma visão estratégica e de engajamento, sempre tendo como base a inovação. E com o MEG, formamos um time selecionado, conquistamos objetividade e clareza nos nossos processos", comenta o proprietário da Labore, George Luiz Coelho Silva. Agora a empresa se prepara para a etapa nacional da premiação.

Na edição estadual foram 1,9 mil inscritos, dos quais 1.420 responderam um questionário. No total 177 empresas alcançaram mais de 70 pontos no MEG e 42 entregaram a documentação obrigatória. Apenas 16 foram classificadas para a fase final. Uma análise feita por avaliadores nas empresas comprova o que foi informado na inscrição; na foto, George Luiz Coelho Silva e o diretor de Administração e Finanças do Sebrae Paraná, José Gava Neto.



SEGUNDA DOSE DA VACINA DA DENGUE

Até 31 de março a Secretaria Municipal de Saúde realiza a segunda etapa da campanha de vacinação contra a dengue. Nesta fase quem já tomou a primeira dose da vacina deve voltar à unidade de saúde. Também será disponibilizada a primeira dose para quem ainda não foi vacinado. Na primeira etapa da campanha, realizada de 13 de agosto a 24 de setembro do ano passado, 34.211 pessoas foram vacinadas em Maringá, e a cobertura atingiu 36,7% do total de 93.003 pessoas que deveriam ser vacinadas. Nesta segunda fase a expectativa é imunizar os 100% dos vacinados com a primeira dose e que com a aplicação da primeira dose novamente, espera-se ampliar a cobertura vacinal para 80%. As vacinas estão disponíveis para quem tem entre 15 e 27 anos em todas as unidades de saúde da cidade. Vale lembrar que a imunidade só será garantida após a terceira dose, que começará a ser aplicada em setembro.

Viva tranquila e protegida.

8 de março.

Dia Internacional da Mulher.

Você merece cuidados e tranquilidade. A Sancor Seguros oferece a segurança necessária para você viver protegida. Ter atitude preventiva é um gesto de amor. Para você e para as pessoas que a acompanham.

Sancor Seguros Vida Mulher.

Garanta a sua proteção e de sua família com planos a partir de **R\$ 11,22** por mês.

Saúde e proteção que toda mulher merece.



SANCOR SEGUROS

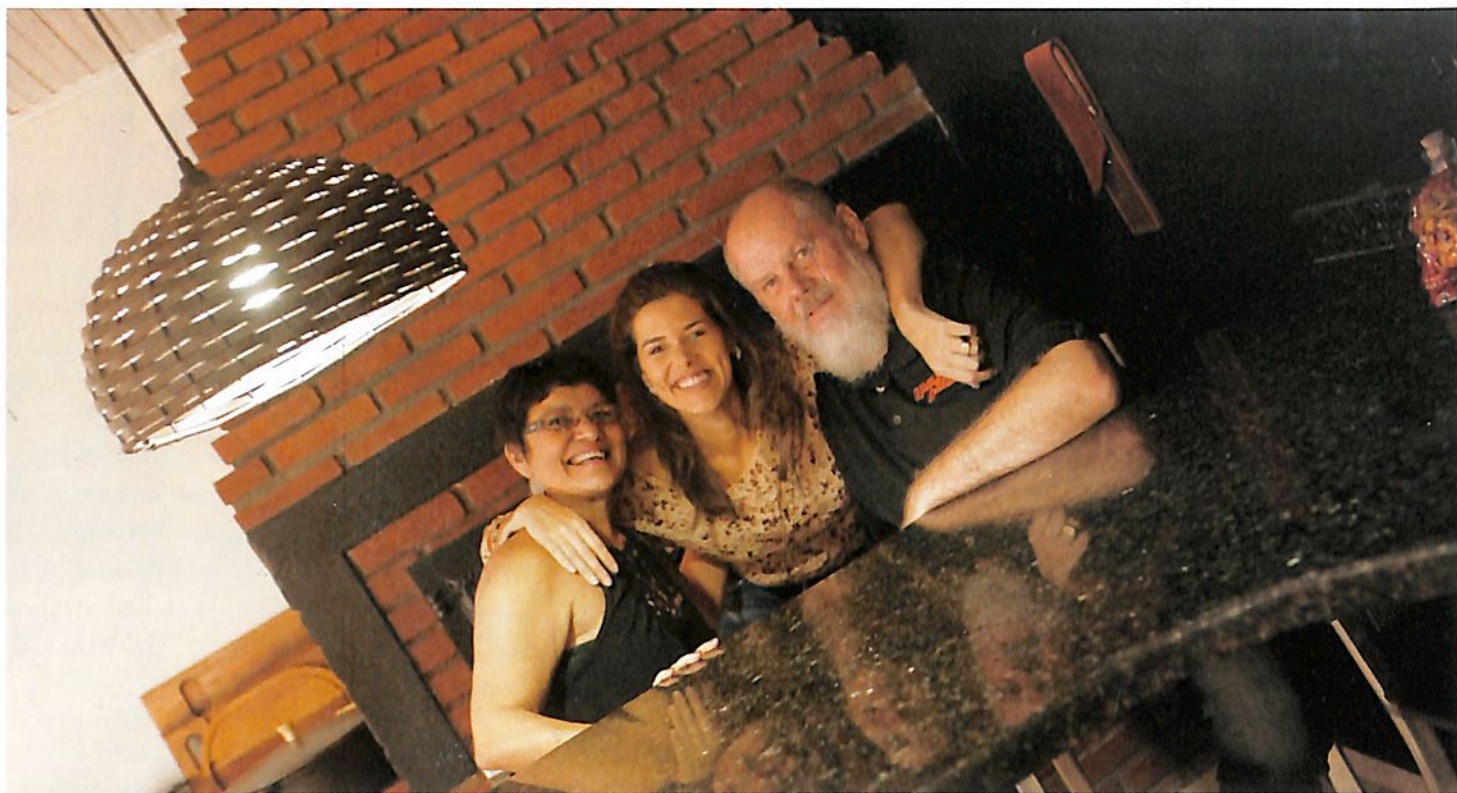
CAPITAIS E REGIÕES METROPOLITANAS: **4003 0392**

OUTRAS LOCALIDADES: **0800 200 0392**

www.sancorseguros.com.br
Edifício New Tower Plaza - Torre 2 - Av. Duque de Caxias, 882 - Zona 1

Processo SUSEP Vida individual - Mulher nº 15414.900053/2013-61.

As informações contidas neste material são apenas indicativas. Os direitos e obrigações das partes estão definidos na Proposta, Apólice e nas Condições Gerais do Seguro. Restrições às coberturas encontram-se descritas nas Condições Gerais do Seguro. O registro deste plano não implica recomendação à sua comercialização. A aceitação do Seguro estará sujeita à análise do risco. As condições contratuais deste produto protocolizadas pela Sociedade junto à SUSEP poderão ser consultadas no endereço eletrônico www.susep.gov.br, de acordo com o número de processo constante da proposta da Apólice/Proposta. SUSEP - Superintendência de Seguros Privados Autarquia Federal responsável pela fiscalização, normatização e controle dos mercados de Seguro, Previdência Complementar Aberta, Capitalização, Resseguro e Corretagem de Seguros. Atendimento SUSEP: 0800 021 8484, dias úteis das 9h30 às 17h.



Walter Fernandes

// Por meio do CoachSurfing
Camila e os pais, Zezé e Polakão Dalmas, hospedam 'estranhos' gratuitamente

Eu compartilho, tu compartilhas... e novos negócios entram em cena

Com o ser ganhando mais espaço que o ter, iniciativas colaborativistas estão sendo popularizadas e gerando novas formas de negócios, afinal esse é um mercado que deve movimentar US\$ 335 bilhões em 2025

// Giovana Campanha e Rosângela Gris

Camila Dalmas Ferreira é professora universitária e mora com os pais em uma casa na Zona 5 de Maringá. Anderson Sabino também é professor, mas da rede pública, e divide um apartamento no Novo Centro com seu companheiro. Além da profissão, os dois têm em comum a disponibilidade e o desprendimento de abrir as portas dos seus lares para 'estranhos' por meio da oferta de hospedagem pela internet.

Até o início de 2015 Camila nunca tinha ouvido falar do CoachSurfing. Foi através de uma amiga que ela desco-

briu a prática de 'sufar em sofás' - em tradução literal - e se tornou membro da comunidade que oferece hospedagem gratuita.

O sofá é só uma figura de linguagem, já que muitas casas cadastradas no site oferecem camas confortáveis e até quartos privativos e alimentação como é o caso de Camila. "O visitante fica inserido no convívio doméstico", resume a anfitriã.

No apartamento de Sabino também há quarto e banheiro privativos para os visitantes, bem como café da

manhã. Mas lá a hospedagem custa R\$ 70 por dia e é negociada por meio do Airbnb, plataforma online de aluguel de imóveis inteiros ou parciais. "Descobri o portal pesquisando blogs de viagem", conta o professor. "Fui o primeiro a oferecer hospedagem em Maringá pelo Airbnb em fevereiro de 2014".

Questionados sobre os motivos que o levam a hospedar 'estranhos', os dois são categóricos: a riqueza da troca cultural proporcionada pela experiência. A professora já hospedou várias pessoas. Seu primeiro hóspede foi um argentino que viajava de carona e estava a caminho do Peru, e foi escolhido a dedo. "Da primeira vez procurei alguém que tivesse referências positivas de outros anfitriões no site. Ele tinha 17 e todas falavam muito bem. E de fato ele é incrível", diz. A empatia com a família foi tanta que o argentino aceitou o convite para esticar a estadia.

Pelo apartamento de Sabino já passaram mais de 60 pessoas, algumas da Inglaterra, Rússia e Canadá. "Não hospedo pela questão financeira, mas pela interação e possibilidade de conhecer gente e culturas diferentes".

Os dois não tiveram nenhum problema com os hóspedes: tanto no CouchSurfing como no Airbnb o viajante precisa preencher um cadastro obrigatório, com fotos e referências. O segundo ainda oferece um seguro aos anfitriões para eventuais incidentes e furtos.

"Todos ajudaram nas tarefas domésticas, deixaram o quarto em ordem e foram respeitosos. Até ganhei presente. É uma quebra de paradigmas porque geralmente são pessoas de perfil alternativo que procuram este tipo de hospedagem. Fiquei surpresa com o respeito e comprometimento", confidencia Camila.

O perfil dos hóspedes é uma das razões que faz Sabino descartar uma eventual concorrência à rede hoteleira. "Hospedo pessoas que estão de passagem pela cidade que querem uma experiência com morador local ou estão em busca de um alojamento provisório", diz.

Outro ponto que conta a favor do tipo de hospedagem ofertada pelos dois professores é a proximidade e interatividade entre anfitrião e hóspede. Sempre que possível, Camila faz as vezes de guia turística. Sabino também costuma 'carregar' as pessoas que hospeda para bares e apresentar as atrações da cidade.

TEMPO DE COMPARTILHAR

Serviços como o CouchSurfing, que hospeda pessoas em residências; o Airbnb, aplicativo que permite às pessoas alugar a própria casa para turistas; ou o Uber, que conecta passageiros a um motorista particular, são exemplos de uma tendência que está mudando a maneira como os negócios são feitos: a economia compartilhada.

Sim, a gentileza entre estranhos pode virar um negócio.

E o grande atrativo, além da vantagem financeira, está em viabilizar o acesso para o tamanho da necessidade.

"Entende-se economia compartilhada como um conjunto de práticas comerciais que possibilitam o acesso a bens e serviços, sem que haja, necessariamente, a aquisição de um produto ou troca monetária entre os envolvidos. Estas práticas são constituídas por transações como o compartilhamento, empréstimo, aluguel, doação, trocas e escambo, sendo movidos por fatores tecnológicos, econômicos e sociais", define a professora e consultora maringense Karla Brunaldi.

O pesquisador do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Rafael Zanatta, vê o movimento como um modelo plural de consumo com foco na reutilização de recursos e instrumentos ociosos ou subutilizados. "Não são apenas plataformas para a contratação de serviços, existe possibilidade de interação entre pessoas de diferentes lugares do mundo", explica o pesquisador responsável pelo projeto 'Economia do compartilhamento e seus desafios regulatórios'.

O termo economia compartilhada - *sharingeconomy*, em inglês - surgiu no início da década de 2000 na indústria de Tecnologia da Informação (TI) e até 2008 era usado basicamente para designar inovações, porque se tratava de compartilhar a capacidade de computadores. Depois, o compartilhamento se estendeu aos objetos de uso diário, como carros, bicicletas e apartamentos.

Zanatta acredita que a iniciativa será uma tendência cada vez mais forte, já que a tecnologia continuará facilitando e aumentando o número de ofertas desses serviços. Estudos comprovam a expansão desse tipo de economia, que deve movimentar mundialmente US\$ 335 bilhões em 2025, segundo a consultoria PwC. E na América Latina, o Brasil aparece como líder dessas iniciativas, segundo estudo do IE Business School e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

EMPRÉSTIMO ENTRE VIZINHOS

Você tem uma lixadeira ou violoncelo? Caso a resposta seja afirmativa e você seja favorável ao consumo consciente, poderia emprestar os objetos a dois maringenses que usam o aplicativo 'Tem Açúcar?' e fizeram a solicitação para os vizinhos da região central em meados do mês passado.

O Tem Açúcar? é uma plataforma que facilita o empréstimo de objetos de forma gratuita. O aplicativo foi criado pela carioca Camila Carvalho, que buscou formações como o Gaia Education, curso de design para sustentabilidade com chancela da ONU. Aí no final de 2014 lançou o aplicativo com investimento próprio, inicialmente na forma de site. Hoje são mais de 120 mil usuários e o mo-

A vez da colaboração e do compartilhamento



O Brasil é o país da América Latina com o **maior número de iniciativas colaborativas, com 32%** - a maioria surgiu nos últimos cinco anos. Argentina e México aparecem na sequência com 13% cada





Estudo da PWC prevê **crescimento mundial de 65% da economia compartilhada** e US\$ 335 bilhões de receita até 2025.



O setor de transportes **lidera o ranking** de iniciativas ligadas à colaboração no Brasil, com 24%, seguido pelo mercado de compra/intercâmbio 21%

GIGANTES DA ERA DO COMPARTILHAMENTO

Uber e Airbnb são as duas maiores companhias do mundo em economia do compartilhamento:

	 U B E R	 a i r b n b
O QUE OFERECE	Motorista particular e caronas para transporte individual	Aluguel de cômodos ou imóveis, com opções de compartilhamento do espaço com o anfitrião ou não
PARTILHA	Entre 10% e 30% do valor do serviço fica com a Uber	O anfitrião estipula o preço e paga 3% de comissão da locação; o Airbnb acrescenta entre 6% e 12% no preço e cobra a diferença do hóspede
VALOR ESTIMADO DE MERCADO	US\$ 62 bilhões	US\$ 30 bilhões
FUNDAÇÃO	2009	2005
NÚMEROS	São 50 mil motoristas cadastrados em 40 cidades e nove milhões de usuários ativos no Brasil, o terceiro maior mercado da companhia. No mundo são mais de 50 milhões de usuários, com média de cinco milhões de viagens por dia	O Airbnb possui mais de três milhões de acomodações em 65 mil cidades de 191 países. Em 2016, um milhão de pessoas usou o serviço no Brasil

COLABORAÇÃO SEM CUSTO



O **Tem açúcar?** faz a intermediação gratuita de empréstimos e doações de objetos entre pessoas da própria vizinhança. O foco é estimular a convivência em comunidade e o consumo sustentável. O site é brasileiro já está em 23 países



No **Quintal de trocas** é possível trocar gratuitamente brinquedos, livros, jogos e fantasias para incentivar o consumo consciente entre as crianças



No **CouchSurfing** os participantes oferecem gratuitamente seus 'sofás' aos viajantes que integram a rede social de hospitalidade, hoje com membros em mais de 180 países.



O **Blive** é uma rede colaborativa e de troca de conhecimentos em que a moeda é o tempo. Você conquista "TimeMoney" ao dividir sua experiência e habilidades com outras pessoas. E gasta seu 'dinheiro' aprendendo algo

PARTILHA COM BENEFÍCIOS



Está enjoado daquela roupa, sapato ou acessório? O portal de compra e venda **Enjoei** ajuda a vendê-los mediante o pagamento de uma comissão



Criada por um francês, a **BlaBlaCar** é plataforma online de caronas rodoviárias, combinadas previamente entre motorista e caroneiros. A ideia é fazê-los ratear o custo da viagem e promover a socialização



Entrar para a **Blimo** é ganhar um closet fora de casa. Por meio do pagamento de uma mensalidade fixa, o portal disponibiliza um acervo de roupas de marcas e estilistas renomados



// R\$ 70 a diária
Anderson Sabino foi o primeiro a oferecer hospedagem maringaense por meio do Airbnb

delo já gerou mais de 40 trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses.

A proposta foi selecionada para o Startup Chile, o maior programa de aceleração de empresas de tecnologia da América Latina, em que recebeu mentoria e assistência financeira. No final do ano passado, o Tem Açúcar? lançou uma campanha de financiamento coletivo (*crowdfunding*) para fazer do aplicativo uma rede social da vizinhança, permitindo outros tipos de colaboração sem troca financeira como caronas, ajuda para trocar uma lâmpada, indicação de serviços locais e companhia para fazer atividades físicas. A meta de levantar R\$ 60.638 foi atingida, com a ajuda de 395 doadores, os 'benfeitores'.

O aplicativo funciona assim: o usuário descreve o motivo do uso do objeto, período pelo qual pretende usá-lo e determina o raio onde quer procurá-lo. O aplicativo pergunta para os vizinhos que moram no perímetro estabelecido se têm disponibilidade de emprestar o objeto pedido. Uma conversa é aberta entre os dois vizinhos para combinar as condições do empréstimo e lugar de encontro.

E, por último, uma avaliação é feita para definir a reputação dos usuários e garantir a segurança de novos empréstimos. Hoje o tempo médio de resposta é de uma hora e a taxa de sucesso dos pedidos é de 62%.

DE USO COMUM

Também defensor do uso consciente, o empresário maringaense Walcir Franzoni está desenvolvendo um aplicativo que promete facilitar e incentivar o compartilhamento entre vizinhos. A ideia é disponibilizar armários com utensílios e ferramentas para uso em prédios e condomínios.

"Lá os moradores vão encontrar kit para churrasco, escadas, aspirador de pó, ferramentas, entre outros objetos que são de utilidade para certas tarefas, cujo uso não é diário e pode ser compartilhado", explica, acrescentando que o acesso se dará por meio de aplicativo. "Cada morador terá sua senha para abrir o compartimento do objeto que precisa".

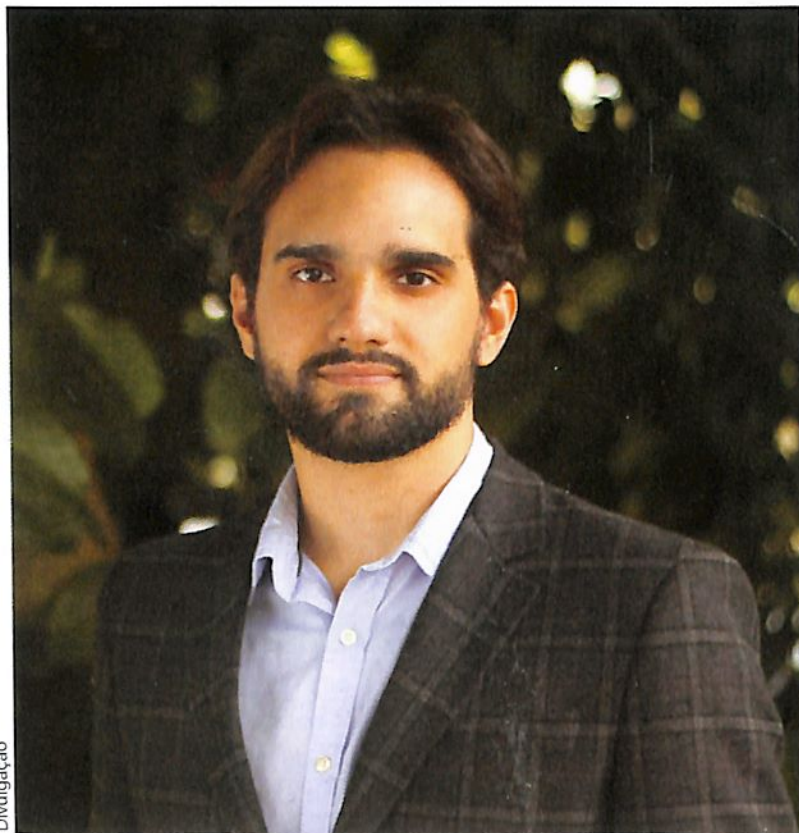
O controle da devolução no prazo especificado, bem como das condições dos objetos, caberá também ao invento tecnológico. Em caso de descumprimento dos termos de par-

tilha, haverá cobrança de multas.

O principal diferencial da proposta de Franzoni, a Codiviso, está na área de conhecimento atrelada ao negócio. Isso porque, além de mediar o compartilhamento, o aplicativo disponibilizará tutoriais sobre o uso dos objetos, pequenos reparos e até dicas de segurança. "Se o morador precisa trocar a válvula de descarga ou fixar a televisão de LED na parede, mas não tem ideia de como fazer, poderá acessar os vídeos e seguir o passo a passo", explica.

Outra possibilidade é contratar prestadores de serviço - confiáveis e a preços justos -, também por meio do aplicativo. Desta forma, o negócio refuta a ideia de 'economia de bicos' ou da 'informalidade', como sugerem alguns especialistas e estudiosos em suas análises sobre a economia do compartilhamento.

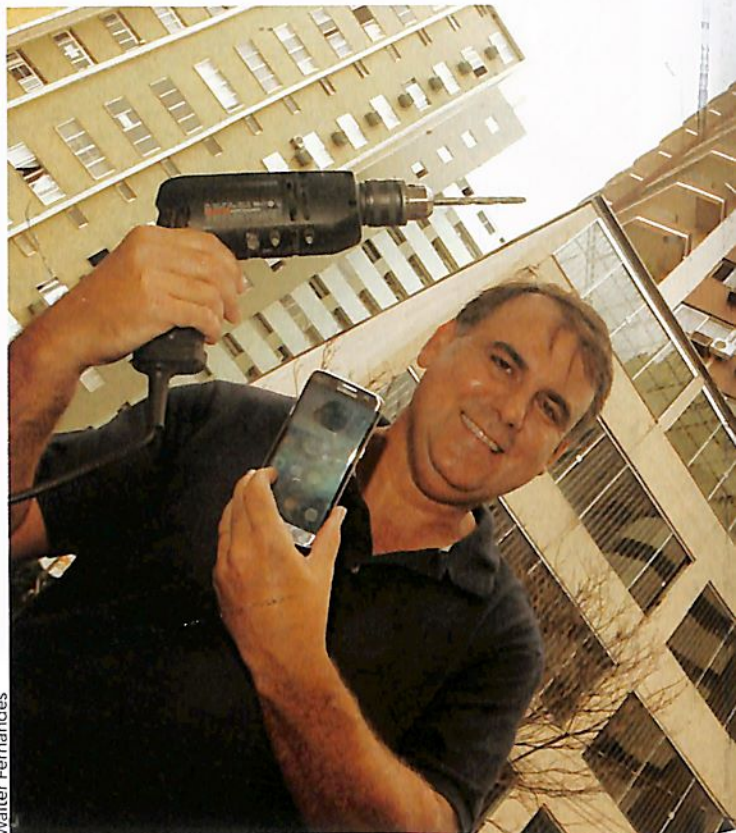
O empresário planeja ver ao menos 50 prédios e condomínios de Maringá compartilhando sua tecnologia até o fim deste ano. Para chegar a esse número, ele aposta no bom relacionamento construído com construtoras, imobiliárias e condomínios ao longo dos anos em que esteve à frente do Sub100, portal de venda e



Divulgação

// Tecnologia facilitar iniciativas

Para o pesquisador do Idec, Rafael Zanatta, as plataformas de economia compartilhada não são apenas para contratação de serviços, mas para interação de pessoas



Walter Fernandes

// Armários coletivos

Walcir Franzoni está desenvolvendo um aplicativo para facilitar e incentivar o compartilhamento de utensílios entre vizinhos

aluguel de imóveis online que lançou em abril de 2000 e negociou em 2015 para o maior portal imobiliário do Brasil, o ZAP.

O aplicativo deve ser lançado na próxima edição da feira de imóveis, ainda neste primeiro semestre. Futuramente, Franzoni projeta a expansão do serviço e produtos compartilhados, evoluindo para bens maiores como bicicletas e carros. "Hoje parece uma ideia até absurda porque existe uma parcela da população muito ligada à posse das coisas. No entanto, acredito que a tecnologia é capaz de promover mais essa mudança. Quando decidi vender e alugar imóveis pela internet também ouvi que não daria certo".

MUDANÇA DE COMPORTAMENTO

Desde o surgimento da sociedade ações como trocar, doar, compartilhar e alugar fazem parte do cotidiano das pessoas. O que é re-

lativamente recente, segundo a professora Karla, é a crescente preocupação com questões relacionadas à sustentabilidade e meio ambiente, e isso vem proporcionando mudanças de hábitos de consumo deixando para trás o hiperconsumismo e favorecendo iniciativa colaborativas.

Já para a consultora do Sebrae Maringá, Vânia Paula Claus, o consumidor está em busca de conexões e experiências sociais significativas, com acesso ao produto ou serviço necessário, mas de forma a economizar dinheiro, tempo, espaço. "Estamos saindo da era do ter para a era do ser", resume.

E de que forma as iniciativas compartilhadas impactam nos negócios tradicionais? Para Karla, o alcance e a intensidade do impacto variam em cada negócio. "É possível que negócios tradicionais precisem ser reinventados, no sentido de estimular as organizações a analisar seus con-

sumidores, produtos e plantas fabris. Ao passo que outros negócios nem sintam o impacto", opina.

Zanatta e Vânia acreditam que os novos modelos estão exigindo uma nova postura dos empresários e implantação de melhorias.

DESCONTO PARA USO DO APLICATIVO

Pouco mais de um mês depois do início das operações do Uber em Maringá, o Táxi Coutinho não tinha registrado grande queda de demanda em seus serviços. Em parte isso aconteceu porque o início do ano tradicionalmente é um período de fluxo reduzido de clientes. Será após o Carnaval e com o retorno das aulas das instituições de ensino superior que a empresa conseguirá analisar o impacto da chegada do aplicativo de serviço de transporte. Outro fator que tem ajudado a minimizar a operação do Uber é que o Táxi Coutinho construiu uma sólida cadeia de empresas



Walter Fernandes



// Em busca de experiências

"Estamos saindo da era do ter para a era do ser", resume a consultora Vânia Paula Claus, do Sebrae Maringá

conveniadas que usam os serviços para seus funcionários e executivos.

Mesmo assim, a empresa maringense se antecipou aos prejuízos. O sócio Geraldo Coutinho conta que quem solicita o serviço de táxi por meio da central telefônica tem 10% de desconto. Já quem usa o aplicativo exclusivo ganha 15% de desconto - o aplicativo está em funcionamento há pouco mais de seis meses e foi baixado por mais de dez mil pessoas, que podem visualizar o carro mais próximo.

Coutinho também passará a disponibilizar água mineral em breve, tal como sugere o Uber aos motoristas parceiros. Outra ação será reforçar, por meio de treinamento, a importância da gentileza e da presteza aos 54 motoristas e seis telefonistas.

O empresário faz questão de reforçar que o Uber é mais barato porque como se trata de carona remunerada não está sujeito às mesmas exi-

gências das empresas de táxis. As empresas do setor pagam impostos como ISSQN, os carros são vistoriados pela Secretaria de Transportes e, no caso do Táxi Coutinho, todos os automóveis têm ano de fabricação a partir de 2014. "Cumprimos uma série de exigências legais que o Uber não está sujeito. E o usuário saberá que o motorista é um profissional experiente e avalizado. Na nossa empresa todos os motoristas precisam apresentar certidão negativa de antecedentes criminais", diz.

PELO BEM COLETIVO

A economia solidária desponta como uma alternativa econômica ao modelo capitalista. Embora todas anseiem um impacto cultural na sociedade por meio de valores como colaboração, cooperação e compartilhamento - e não raro, erroneamente, sejam tratadas como sinônimas -, tratam-se de modelos distintos.

A economia solidária baseia-se na reinvenção de antigos comportamentos mercantis e pode ser definida como um empreendimento coletivo, pautado na autogestão, serviços de qualidade a preços justos e divisão das sobras. Em alguns casos, não há lucro, o serviço funciona como uma ponte entre pessoas que têm o mesmo interesse, como um "clube de troca".

"Há uma pluralidade de atividades econômicas, em que a economia solidária seria como um 'filho prodígio' da economia social", explica a professora e doutora Márcia Regina Ferreira, integrante do corpo docente da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e pesquisadora do Mestrado em Desenvolvimento Territorial Sustentável.

Sobre a economia social, ela define como uma atividade econômica de bens ou serviço voltada para as necessidades humanas não atingidas

pelo setor público e privado tradicional. "Normalmente, as organizações da economia social não visam somente ao lucro, mas ao crescimento do coletivo. Porém, há correntes que afirmam ser preciso superar a questão de pensar em uma atividade econômica com ou sem lucro. Podemos considerar que a economia social está ligada ao terceiro setor como associações, ONGs e instituições ambientais e sociais, assim como a economia solidária é constituída por cooperativas, mutualidade, clube de trocas, entre outros", diz a professora.

Ou seja, a economia social representa uma ampla família de iniciativas e formas organizacionais que mostram que a economia não é limitada ao mercado, mas inclui elementos da solidariedade, redistribuição, compartilhamento e reciprocidade. Outra forma de defini-la é como organizações que têm como princípios a adesão livre e voluntária, controle democrático e busca uma gestão com enfoque no desenvolvimento humano.

"Dentro da economia social temos a economia solidária, que são empreendimentos econômicos sociais de organização coletiva, em especial as cooperativas. No entanto, isso é só uma face do que envolve o termo. Dentro dessa economia plural as motivações para a criação de novos negócios são distintas e em parte estão relacionadas ao contexto da chamada geração Y e das novas tecnologias. Logo não podemos definir que a motivação seja essa ou aquela, apenas identificar a necessidade de inovação social por meio de uma economia alternativa", diz a professora.

Márcia vê um potencial incrível das práticas, tanto colaborativa quanto solidária, no Brasil. Porém, ressalta que essas manifestações vão exigir um novo olhar sobre a gestão e a economia.



Walter Fernandes

// Valorização do artesanal

Patrícia Ramirez e Anderson Zironi, do Espaço The Joy, que recebe várias formas de arte

BAR, ANTIQUÁRIO, ARTE E MODA NO MESMO ENDEREÇO

Outra tendência que deve despontar são os negócios híbridos, ou seja, com mais de uma atividade num mesmo endereço. É o caso do Espaço The Joy, aberto há pouco mais de um ano e que abriga arte, moda, antiquário e bar, valorizando o artesanal. Não à toa o slogan é 'compre de quem faz'. Lá são vendidas coleções de estilistas de Maringá e São Paulo, cervejas e cachacas produzidas na cidade e obras de artistas plásticos locais.

Aos poucos o antiquário tem se tornado endereço apreciado por arquitetos e decoradores, que não raro questionam os proprietários. Patrícia Ramirez e Anderson Zironi, quem foi responsável pela decoração do espaço vintage com peças kitsch. O balcão, por exemplo, tem azulejos dos anos 50,60 e 70 – aliás, a decoração ficou a cargo dos próprios donos.

Patrícia, que é designer de moda e morou por 15 anos na capital paulista, faz seleção criteriosa dos artistas, esti-

listas e das peças do antiquário.

No bar, porções e drinks tradicionais. E das caixas de som sai o bom rock. Às vezes entra em cena o hip-hop ou DJs. Sim, lá o espaço é democrático para os artistas e, por isto, os mil metros quadrados são ocupados por várias formas de arte.

Antes de dar início à empreitada, os sócios contaram com a consultoria do Sebrae Maringá, que detectou a viabilidade do negócio inédito na cidade. Ainda que os tempos sejam de contenção de gastos entre os consumidores, o bar, antiquário e espaço de moda recebem pessoas que valorizam a proposta diferenciada. E os proprietários estão sempre preocupados em trazer novidades. Em fevereiro, por exemplo, foram incluídas no acervo loja bijuterias de cerâmica e a loja e o antiquário tiveram o horário de funcionamento estendido, das 14 horas à uma hora da madrugada. Já o bar funciona das 18 horas à uma hora de quarta-feira a domingo.



*Em 2017, mudamos para melhor,
a mesma qualidade e tradição
em um novo espaço.*



Novo endereço Matriz

*Avenida Duque de Caxias, nº 882
Edifício New Tower Plaza - Torre II - 18º andar
Novo Centro - Maringá - PR
CEP 87.020-025*

WWW.TAKY.COM.BR

MARINGÁ · BAURU · JAÚ · PRESIDENTE PRUDENTE · BOTUCATU · SÃO MANUEL

Trabalho no conforto do lar

Para reduzir custos, ter horários flexíveis ou ficar perto da família, profissionais optam por montar escritório em casa; coworking é alternativa a gastos com aluguel e potencializa rede de contatos

// por Giovana Campanha e Fernanda Bertola

Fotos/Walter Fernandes



// Descanso é na segunda-feira

Vanessa e o marido, José Sandro Machado, da Ingá Sabores: eles têm duas cozinhas em casa, sendo uma exclusiva para a produção de doces e salgados

Para estar mais presente na rotina dos filhos, Vanessa Rafaela Machado decidiu fazer, em casa, doces, salgados e bolos por encomenda, há seis anos. Os pedidos aumentaram e o marido dela, José Sandro Machado, largou o emprego em uma farmácia para trabalhar integralmente na Ingá Sabores um ano atrás.

Todos os dias os dois entram na cozinha por volta das 8 horas e não têm hora para sair, às vezes terminam o expediente depois das 21 horas. Ela fica responsável pelos doces e ele, pelos salgados, bem como pela entrega das encomendas e finanças.

Como a produção é feita numa cozinha anexa à residência da família, os dois fazem questão de colocar uma roupa para o trabalho (um uniforme recém-adquirido), toucas e param na hora do almoço, preparado por Vanessa na outra cozinha, que fica dentro da casa. Os filhos já se acostumaram aos horários dos pais: o mais novo fica o dia inteiro na escola, já o mais velho vai para a escola de manhã e costuma ficar entretido com seus afazeres no período da tarde. Assim, os dois conseguem produzir entre 500 e 600 docinhos por semana mais os salgados, atendendo pessoas físicas, buffets e empresas.

As segundas-feiras o casal reserva para o descanso. Vanessa não vê desvantagens de trabalhar em casa, afinal, ela está próxima dos filhos e é dona do próprio negócio.

ATENDIMENTO PERSONALIZADO

Quem também encontrou em casa o 'ponto' ideal foi a agente de viagens Renata Araújo. Percebendo a demanda por atendimento personalizado, ela deixou de trabalhar em agência de turismo para ser autônoma, há nove anos. Apoiada no bom relacionamento com operadores de



// Compra até dólar para clientes

Renata Araújo tem uma empresa de turismo que leva seu nome e há nove anos trabalha em casa: renda dez vezes maior

viagens e em uma carteira de clientes, a maioria de alto poder aquisitivo, ela montou um escritório em casa.

No *home office* onde funciona a Renata Araújo Turismo são tratadas apenas as questões burocráticas e financeiras, já que os clientes são atendidos a domicílio ou na própria empresa. "O cliente só precisa se preocupar em estar no aeroporto na hora de viajar. Alguns deixam até procuração para eu assinar os contratos, outros deixam cheques para eu trocar por dólares", conta.

Para Renata, uma das principais vantagens do seu sistema de trabalho é que os clientes têm maior chance de fechar negócio, diferente dos que poderiam buscar atendimento ao serem atraídos apenas por uma fachada na rua. Outro ponto positivo são os horários flexíveis, o que se tornaria menos confortável caso ela estivesse em um prédio comercial.

Em dúvida sobre o que poderia ser um ponto negativo, Renata cita o trabalho "24 horas", atendendo clientes à noite, finais de semana e feriados via telefone, e-mail e WhatsApp. No entanto, ela logo ameniza cravando que o formato "vale muito à pena". É que além de estar sempre perto e contar com a ajuda da família, a renda é dez vezes maior do que quando era empregada.

A agente de turismo credita ao modelo de trabalho o sucesso: no ano passado ela ficou em sexto lugar no Brasil, sendo a única do Paraná, em volume de vendas no ranking de uma operadora, o que lhe rendeu uma viagem para Bahamas.



// Uma vez por mês a reunião é presencial

Michel Alexandre Marcolino e Preslei Guedes, da MAM Marketing: equipe utiliza software personalizado para preencher cronograma de atividades

FUNCIONÁRIOS EM CASA

Ainda que a empresa tenha um endereço comercial, Michel Alexandre Marcolino tem quase toda a equipe trabalhando em *home office*. Eles utilizam um programa de computador desenvolvido especialmente para a MAM Marketing para preencher as tarefas que deverão ser cumpridas ao longo da semana, como desenvolvimento de logomarcas e de material de divulgação.

Três profissionais da MAM trabalham no conforto de seus lares, e no escritório da empresa fica apenas um colaborador, responsável por atender os trabalhos urgentes. Aliás, segundo Marcolino, a única desvantagem de contratar pessoas que trabalham em casa é a menor agilidade em urgências, já que o profissional cumpre suas tarefas nos horários que estipula.

Por outro lado, Marcolino diz que há uma série de vantagens, como "a criatividade aguçada, o conforto psicológico de trabalhar de casa sem ter que cumprir horário, estar vestido informalmente e a liberdade para estipular a rotina de horário". Tanto que a taxa de retrabalho é menor entre aqueles que trabalham em casa.

Um dos profissionais da MAM recebe valor fixo mensal, enquanto os outros são remunerados de acordo com as tarefas concluídas, o que permite, por exemplo, que possam prestar serviços para outras empresas. Há dois anos trabalhando com este sistema, Marcolino

no se reúne, presencialmente, com a equipe pelo menos uma vez por mês para fazer o balanço do trabalho e a programação dos dias seguintes.

CONFORTO

Trabalhar em casa pode até ser confortável, mas não necessariamente confortável. Segundo a arquiteta Adriane Sachetti Fabian, da Arquitetura ao Cubo, o *home office* deve ser planejado para favorecer a concentração. "O básico é acomodar computador, materiais de escritório, cadeira confortável, prateleiras e gaveteiros para documentos. A iluminação, primordial, deve ser aconchegante e ao mesmo tempo funcional e direcionada para leitura", explica.

Na hora de escolher a iluminação, vale considerar que a luz branca, fria, ajuda a manter o usuário em estado de alerta, enquanto a amarelada, quente, induz ao relaxamento. Se o espaço for misto - em alguns momentos é *home office* e em outros é quarto de hóspedes - vale a pena mesclar iluminação quente e fria. Além disso, vale manter no espaço luminárias que permitam focar a iluminação em pontos como os de leitura.

Segundo Adriane, o leiaute de um *home office* é sempre singular, dada a junção das necessidades de cada cliente. Em relação ao quesito ergonomia, por exemplo, é importante que os pés fiquem inteiros no chão, para evitar desconfortos posteriores, frisa Raphaela Miranda, também da Arquitetura ao Cubo.

Na hora de escolher a cadeira e bancada é preciso testar se os braços entram na bancada, para permitir a aproximação do teclado e da tela sem que seja preciso curvar a coluna. O ideal é que os olhos fiquem a distância de um braço do centro da tela e a linha de visão esteja alinhada ao centro/topo da tela.

COWORK OFERECE ESTRUTURA FÍSICA E REDE DE CONTATOS

Uma das alternativas para quem quer evitar o aluguel de uma sala comercial é a locação de *coworkings*, um tipo de negócio que cresce a cada ano no Brasil cuja essência é abrigar profissionais de diversas áreas que compartilham o ambiente de trabalho. Só no ano passado houve crescimento de 52% dos espaços do gênero ativos no país, segundo o Censo Coworking Brasil.

A arquiteta recém-formada Ana Paula Site é uma das adeptas da modalidade que conheceu na época do curso. "O contato com diversos profissionais viabiliza negócios. Menos de dois meses depois de estar em um *coworking* fechei negócio por causa dos profissionais de outras áreas".

Ana Paula trabalha no local todos os dias, em horário comercial. O espaço ajuda a reduzir os custos, e basta ir trabalhar, sem a preocupação com o pagamento da conta de energia e internet ou com a faxina.

Silvia Caldeira Abrão é sócia do *coworking* onde Ana Paula trabalha, o Top Office. De acordo com ela, a maioria dos profissionais que loca espaços é autônomo, contador, arquiteto, pessoas que trabalham com comércio exterior, crédito financeiro e marketing digital.

Inaugurado no começo do ano passado, o Top Office tem 230 metros quadrados, 16 posições de *coworking*, dez salas executivas, duas salas para reunião, uma sala para conferência e um auditório com capacidade para 25 pessoas. O aluguel pode ser por hora (R\$ 8), diária (R\$ 25), meia diária (R\$ 45), semanal ou mensal, com preços variáveis. Há o serviço comum de copa e recepção.

Ainda existe o serviço de escritório virtual que pode ser comprado separadamente. Funciona como endereço fixo e o profissional pode atender clientes no local, além de ter suporte remoto que marca até reuniões.

Walter Fernandes



// Aluguel pode ser por hora

Silvia Caldeira Abrão é sócia do Top Office, uma empresa de compartilhamento de espaços

“
JULIANA CORREIA. Gerente de Importação.
Fez toda diferença estudar numa instituição
que tem parcerias internacionais.”



PÓS-GRADUAÇÃO UNICESUMAR

VOCÊ **PRÓXIMO** DAS **OPORTUNIDADES.**



NETWORKING:
experiências e contato com outros profissionais.



EMPREGABILIDADE:
Projeto final prático que deixa você mais preparado para o mercado de trabalho.



PARCERIAS INTERNACIONAIS
com Missouri State e Harvard.

Av. Guedner, 1610 - Jardim Aclimação
UNICESUMAR.EDU.BR • (44) 3027.6222





// Crise não atrapalhou negócios

Léia Carla Godoy instalou a loja e a fábrica da Art Madeira no Jardim Mandacaru; ela faz planos de mudar a loja, de novo, para um espaço maior

No Jardim Mandacaru empresários comemoram prosperidade

Na zona norte da cidade há empresários à procura de um imóvel maior para atender a demanda crescente; outros até já investiram em sede própria e há até quem abriu fábrica-filial em outro estado

// por Graziela Castilho

Fornecedora de matéria-prima para artesanato, a Art Madeira nasceu no Jardim Mandacaru há seis anos, num ponto de venda menor e na mesma rua do endereço atual. Mas com o crescimento dos clientes, em pouco tempo foi preciso mudar para ter mais espaço para expor produtos.

A boa notícia é que o espaço está ficando pequeno de novo. "A empresa continua crescendo e queremos comercializar tecidos e aviamentos para completar o material que as artesãs precisam. O problema é que não há um ponto comercial maior disponível por perto", comenta a empresária Léia Carla Godoy, que faz a gestão da loja enquanto o marido, Marcos Hemerson Godoy, adminis-



Walter Fernandes

// Especializado em estética pet

Hagner Alves Rocha, do De Luxe Pet: imóvel próprio com estacionamento e parceria com empresas do próprio bairro

tra a fábrica, também localizada no Jardim Mandacaru.

A opção por abrir o empreendimento no bairro, segundo Léia, foi motivada pelos custos mais baixos, principalmente de aluguel. O segundo foi a facilidade para estacionar. "No centro, o fluxo de clientes seria maior, mas teríamos de ter uma equipe maior para atender. Só que, muitas vezes esse aumento de movimento é fruto de quem só quer dar uma 'olhadinha', sem gerar venda", analisa - a loja tem quatro funcionários e a fábrica emprega mais seis.

Mesmo assim, Léia quis se certificar de que estava fixada em boa localização e aplicou uma pesquisa junto aos clientes. "Estamos em uma rua comercial, mas é um trecho que tem muita residência e, por isso, alguns clientes têm dificuldade para encontrar o endereço. Mas para a minha surpresa, o levantamento apontou que preferem aqui porque é fácil de estacionar".

Para auxiliar os novos consumidores, Léia divulga o mapa da loja no Facebook e pelo WhatsApp. "Por estarmos no bairro precisamos de mais empenho para

ter visibilidade, mas as estratégias têm trazido ótimos resultados, sem contar que a divulgação boca a boca ajuda muito".

Sob pedido, a ArtMadeira também expandiu o alcance de clientes e envia mercadorias até para outros estados. "Nem sentimos os efeitos da crise porque muitas pessoas começaram a produzir artesanato para ter renda extra. Então, não tivemos queda de faturamento e a nossa expectativa é de crescimento", afirma.

SEM ALUGUEL

Outra empresa que teve benefícios ao abrir as portas no Jardim Mandacaru foi o De Luxe Pet, do estudante de Medicina Veterinária Hagner Alves Rocha. Desde a inauguração, em agosto de 2014, a empresa tem crescimento contínuo e, nesse curto período, já teve até condições de investir em imóvel próprio.

Logo no início, a empresa ficava em uma sala do Lar Center Mandacaru, quando Rocha dividia a gestão com duas sócias. Naquele período, além de banho e tosa, o

Walter Fernandes



// Produz 400 mil itens

Dos 27 funcionários da Feast Cup, 15 são moradores do Jardim Paris, onde a indústria está instalada; na foto o empresário Vinícius Francisco Polita, que abriu uma filial em Feira de Santana/BA

pet shop vendia ração, roupas e acessórios. "Decidimos pelo Jardim Mandacaru porque o bairro é bem desenvolvido e o comércio tem vida própria. Em pesquisa também notamos que um grande número de casas da região tem cachorro, sem contar que não teríamos concorrência por perto", explica.

Depois de três anos, Rocha assumiu o empreendimento sozinho e optou pela construção da estrutura física, que fica na rua lateral do shopping e tem estacionamento próprio. No novo local, inaugurado no ano passado, a De Luxe Pet passou a trabalhar somente com estética animal: além de banho e tosa, oferece serviços de hidratação, pintura, mechas, entre outros.

"Esta é a área que mais domino, sem contar que nessa região não tenho concorrência. Com o novo direcionamento, firmei parceria com uma clínica veterinária e uma loja de ração e medicamentos para animais do bairro", acrescenta.

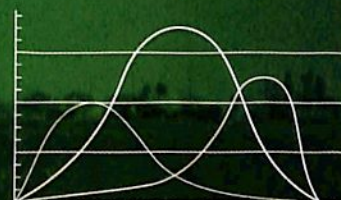
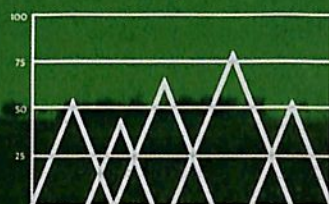
Outra estratégia foi investir em qualidade de atendimento e de produtos, como xampu, colônia e óleo - tudo apropriado para o público pet. "Se o animal demonstra que está à vontade e volta para casa com o pelo bem cortado, cheiroso e hidratado, o dono fica satisfeito e dificilmente mudará para o concorrente. Tem cachorro que atendo desde que abri a empresa. Temos um relacionamento de amizade com os donos. É gratificante", enfatiza.

PERTO DE CASA

O empresário Vinícius Francisco dos Santos Polita também se sente realizado por ter aberto, há cinco anos, a Feast Cup no Jardim Paris. Hoje a fábrica produz 400 mil itens por mês de produtos acrílicos para eventos, como copos, taças e brindes. São 27 colaboradores, sendo que 15 são moradores do bairro. "Optei pelo Jardim Paris por causa dos custos mais baixos e porque queria que a fábrica ficasse perto da casa dos funcionários. Então, por indicação, boa parte da equipe reside próximo ao trabalho. Assim, fica muito mais fácil e seguro quando precisamos fazer hora extra e evita o desgaste e os gastos com transporte".

Por meio de divulgação via inter-

COM A COCAMAR, TECNOLOGIA E PRODUTIVIDADE CAMINHAM LADO A LADO



Por meio do projeto Super Produtividade, investimos em tecnologia para que os produtores rurais aumentem seus ganhos, otimizando a produção de suas lavouras. Afinal, essa é a nossa essência: garantir que o crescimento dos cooperados seja constante.





Walter Fernandes

// Satisfação com as vendas

"Não é porque estamos no bairro que temos de cobrar preço mais alto. Isso faz diferença na decisão de compra", diz Rogério Gonzaga, da R1 Tintas

net, TV e anúncios em jornais, a empresa tem alcançado clientes em todo o Brasil e abriu uma filial em Feira de Santana/BA. "No Nordeste há muitas festas e é um mercado rentável para nós", acrescenta Polita.

O empresário prevê mais crescimento para este ano. Afinal, além da satisfatória produtividade, a fábrica vai lançar novidades em personalização de copos graças à compra de uma máquina chinesa.

PREÇO COMPETITIVO

O empresário Rogério Gonzaga segue igualmente confiante. Há pouco mais de um ano ele inaugurou a R1 Tintas no Jardim Paris e, desde então, tem colhido bons "frutos". Utilizando os mais de 20 anos de experiência no segmento, Gonzaga escolheu o local devido ao crescimento do bairro e à ausência de concorrentes na região. "Estou muito satisfeito com os resultados", afirma.

Com despesas menores, ele consegue repassar a economia para os consumidores. "Não é porque estamos no bairro que temos de cobrar preço mais alto. Isso faz diferença na decisão de compra do consumidor", frisa.

Produtos de marcas nacionais e conhecidas, na avaliação do empresário, também são fundamentais porque o cliente quer a praticidade de encontrar no bairro o mesmo produto que encontra na região central. Além de tintas e impermeabilizantes de marcas famosas, a R1 comercializa ferramentas para pintura, como pincel, espátulas, lixa, fitas, rolos, entre outros. "Devagar vamos desmistificando a ideia de que loja de bairro tem pouca variedade e preços mais altos e, assim, vamos ganhando confiança. De todo modo, já estou muito contente com o acolhimento do bairro e com o bom movimento", reforça Gonzaga.

Proteja seu maior patrimônio...
a sua Marca!



YNBRAS

ASSESSORIA E CONSULTORIA EMPRESARIAL

(44) 3226-6590 - (44) 9977-1531

ynbras@gmail.com • www.ynbras.com.br

Rua Santos Dumont, 2,166 - 1º Andar -Sala 105 - Centro
CEP 87013-050 - Maringa - PR



// Cliente quer mais parcelas

Bruna Stein e André Luis Staub, da Braservice e Split Mais: "estamos atendendo muitos reparos, principalmente os de baixa gravidade"

Se não dá para comprar, a opção é consertar

Empresas de manutenção e de assistência técnica estão tendo volume extra de trabalho impulsionado pela queda na demanda por carros e eletrodomésticos novos por causa da crise econômica

// por Graziela Castilho

Comprar eletrônicos de última geração, substituir eletrodomésticos ou adquirir o carro do ano passou a ser 'plano B' para muitos consumidores, ainda que a contragosto. Com a crise econômica e o orçamento apertado, há quem opte por prolongar a vida útil de produtos que apresentam defeito, desgaste ou de modelo mais antigo. Segundo a Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros), a venda de eletrodomésticos de linha branca (geladeira, fogões e lavadoras) somou 12,9 milhões de unidades no ano passado, o menor nível desde 2010, quando teve início a série estatística.

Sorte das empresas de consertos e manutenção que estão tendo serviço extra, como a Braservice Assistência Técnica e a Split Mais, de Bruna Stein e André Luis Staub. A primeira faz manutenção de eletrodomésticos, como máquina de lavar roupa e geladeira, já a segunda conserta e vende ar-condicionado. "Neste início de ano tivemos



// Diferencial é o atendimento

Nair Martins Pereira, da Elohyn Ateliê, faz planos de expandir, mas antes quer participar de cursos de liderança, gestão e finanças

aumento significativo da procura por nossos serviços. O consumidor está procurando arrumar o aparelho em vez de comprar um novo, sem contar que as altas temperaturas tornam esses equipamentos essenciais", diz Bruna.

Por esses motivos, as vendas de ar-condicionado e, por consequência, a demanda por serviço de instalação caíram. "Estamos atendendo muitos reparos, principalmente os de baixa gravidade. Além disso, o cliente tem optado pelo maior prazo de pagamento e, em tempos de crise, quem pode oferecer, tem um diferencial".

No entanto, dependendo da extensão dos danos, o conserto aca-

ba se tornando caro em relação ao produto novo. Um dos motivos desse encarecimento está na elevação dos preços das peças no último ano, enquanto o produto novo não enfrentou alta considerável. "Às vezes ocorre de o nosso orçamento ficar a metade do preço do novo. Aí o cliente avalia o custo-benefício do conserto", comenta Bruna.

Entre os produtos que estão sendo 'recuperados' com mais frequência estão geladeiras, máquinas de lavar com abertura frontal, freezer e ar-condicionado. "Se não for uma tecnologia defasada, o conserto vale a pena", explica.

Bruna observa que são favorecidas as empresas eficientes em ges-

tão e atendimento. "É preciso fazer boa negociação junto aos fornecedores para oferecer preços competitivos, ter capital de giro para sustentar pagamentos parcelados, bom atendimento e serviço de qualidade", enfatiza. Além disso, a Bra-service e a Split Mais investem em publicidade e pós-venda.

ROUPA QUASE NOVA

Há 12 anos no mercado, Nair Martins Pereira, proprietária da Elohyn Ateliê, também tem motivos para comemorar. Ao realizar consertos de roupas e costurar peças sob medida, ela tem registrado aumento de demanda, o que a faz planejar crescer. "A cada dia surgem mais clientes. Só não faço



Walter Fernandes

// Mais barato compensa?

"Por mais que se queira economizar, há uma hora que não dá mais para prorrogar a manutenção", diz Fábio Henrique Arns, da Automecânica Center Jet

vestidos bordados de festa porque consome muito tempo", diz animada.

No ano passado o ritmo também seguia acelerado, mas precisou ser interrompido porque Nair se submeteu a uma cirurgia. De volta à ativa, a empresária rapidamente se viu imersa em trabalho. "Tem muita gente que gosta de determinada peça e, em vez de se desfazer, vem reformar. Além de ficar mais em conta, a cliente fica satisfeita".

Também há clientes que levam o tecido e pedem roupas sob medida ou peças iguais para mãe e filha. Nair aceita pedidos de grande quantidade, atende lojas parceiras que encaminham ajustes para e ainda consegue tempo para revender cosméticos e arrecadar roupas para a igreja. "Percebo que o meu diferencial está no

atendimento, porque não sou formal e nem comercial. Gosto de me relacionar com as clientes".

Ela pretende expandir o negócio, mas antes participará de cursos de liderança, gestão e finanças.

CARRO ZERO FICOU PARA DEPOIS

No mercado de automóveis, os consumidores seguem pelo mesmo caminho dos consertos e da manutenção, como afirma Fábio Henrique Arns, da Automecânica Center Jet. Nos últimos meses a empresa, que tem quase 20 anos de atuação e é especializada em injeção eletrônica, ABS, air bag e transmissão automática, aproveitou as oportunidades geradas pela crise, principalmente na área de reparação.

"O consumidor tem evitado trocar

o carro por um modelo mais novo ou zero quilômetro. Então, o jeito é fazer os consertos no veículo. Além disso, por mais que se queira economizar, há uma hora que não dá mais para prorrogar a manutenção".

A expectativa, segundo o empresário, é que o fluxo de serviço continue no embalo positivo dos últimos três meses para compensar períodos difíceis do ano passado. Arns explica que, em alguns momentos, nem o setor de manutenção e consertos escapou dos reflexos da crise. "Quando a crise ficou acentuada, os consumidores deixaram de fazer a manutenção e só faziam consertos para continuar rodando", lamenta, ao informar que a queda no movimento afetou os resultados da empresa.

Escolha estar ao lado de quem é forte.



ANS - n.º 371254

A Unimed Maringá está presente na vida dos seus mais de 170 mil clientes, 48% da população de Maringá e 60% do total de planos de saúde da região. Isso só é possível pois contamos com a força de 950 médicos cooperados. O resultado é o índice de 89% de satisfação de nossos clientes. Todos esses números são para dizer uma coisa: cuidar de você, esse é o plano.

Vendas Próprias Unimed
44 2001-2700

Representante Autorizado de Vendas
44 2101-7600





Walter Fernandes

// Aproveitando a oportunidade

"Tive condição de investir em um grande estoque de peças antes da alta dos preços, o que tornou o valor dos nossos orçamentos mais atrativo", conta Marcelo Zacharias, da Central Motos e Peças

Outro fator que favoreceu a queda, na avaliação do empresário, é a característica de oferecer serviços diferenciados e especializados, que exigem valor agregado. "Em tempo de dificuldade o consumidor tende a buscar pelo mais barato, mas nem sempre tem a solução esperada. Então, muitos clientes nos procuraram depois que estavam insatisfeitos com a primeira alternativa".

O aumento do movimento neste início de ano, porém, trouxe ânimo para Arn's, que espera melhoras para a economia do país no segundo semestre. Enquanto isso, o empresário segue aproveitando a oportunidade gerada pela crise de consumidores que não conseguem mais prorrogar a manutenção dos veículos.

ESTOQUE EXTRA

Para as mecânicas de motos voltadas para quem utiliza o veículo para trabalhar ou como principal meio de transporte, as oportunidades surgiram de maneira mais modesta. Afinal, este público também sentiu os efeitos da crise com a redução do poder de consumo ou com o desemprego batendo à porta.

O proprietário da Central Motos e Peças, Marcelo Zacharias, conta que no ano passado a empresa teve queda de 30% na demanda e, mesmo assim, manteve as finanças equilibradas e o quadro de funcionários sem cortes.

"Conheço oficinas mecânicas que fecharam as portas, não posso reclamar. Diante da crise, posso dizer que tivemos ótimos resultados e soube-

Assistentes técnicos podem ser MEI

Mecânicos e assistentes técnicos que prestam serviços em casa, na residência dos clientes ou em pontos comerciais podem ser enquadrados na figura de Microempreendedor Individual (MEI), uma categoria formal de negócio que dá direito a benefícios previdenciários como licença-doença. Entre as atividades permitidas estão reparador de sistemas de ar-condicionado, de ventilação e de refrigeração; costureira; manutenção de computador, de eletrodomésticos e de equipamentos de iluminação; consertos e reformas em residências e pontos comerciais; conserto de automóveis e motocicletas.

O microempreendedor pode ter até um empregado, faturamento anual de R\$ 60 mil e paga taxa mensal de, no máximo, R\$ 52,85. Mais informações em www.portaldomei.gov.br

mos aproveitar as oportunidades por meio da qualidade do serviço e atendimento. Também tive condição de investir em um grande estoque de peças antes da alta dos preços, o que tornou o valor dos nossos orçamentos mais atrativo", avalia.

Outra estratégia que tem contado pontos é que a Central Motos e Peças oferece parcelamento em até cinco vezes sem juros, o que incentiva os clientes a fazer reparos e manutenção preventiva. Para este ano, Zacharias pretende aumentar o resultado da empresa em relação ao do ano passado.

*Qualquer outro lugar ao sol
Outro lugar ao sul céu az*



Arte regida com a perfeição e harmonia de todas as cores.

Rivaldo Tardiola
Representante Autorizado
44 9982-0050 - 44 3366-7016



**Gráfica
Regente**

www.graficaregente.com.br | 44 3366 7000

Maringá, 70 anos?

Se o critério para definir a idade de Maringá fosse a emancipação política, e não uma data estabelecida pela colonizadora, neste ano não estaríamos comemorando 70 anos // **por Miguel Fernando**

Afinal, por que a dúvida? Nascida de pranchetas e projetada por urbanistas e engenheiros, Maringá sempre contou com visionários que vislumbraram (e ainda vislumbram) o horizonte de oportunidades, planejando o caminho.

Se em 1943 os engenheiros Gastão de Mesquita Filho e Cássio Vidigal entregaram os rascunhos para que o urbanista Jorge de Macedo Vieira concebesse um projeto moderno e arrojado, com elementos de 'cidade-jardim', em 1994 teve início a composição de um colegiado de diversos segmentos para discutir a cidade de 2020. Depois, já com o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), nasce o Masterplan, que pretende projetar, em diferentes aspectos, a cidade em 2047, quando, enfim, completará cem anos.

Aqui vale discorrer sobre outros marcos, aqueles que delimitam a existência da cidade. O primeiro aponta para 10 de novembro de 1942, quando

a Companhia de Terras Norte do Paraná deu início às operações em Maringá. Foi quando também ocorreu a inauguração do Hotel Campestre.

O segundo momento é dado como início 'oficial' da cidade. Em data estabelecida sem intervenção legal, assim como a anterior, a Companhia definiu que 10 de maio de 1947 entraria para a história como a inauguração de Maringá - como se fosse um empreendimento puramente privado. Como empresa, a colonizadora fez uma ação de publicidade, dando início à venda de lotes na região mais plana que viria a ser conhecida como 'Maringá Novo'.

De 1942 a 1951, a cidade foi reconhecida primeiro como vila de Londrina (1942-1944), depois de Apucarana (1944-1947) e, enfim, de Mandaguari. Em outubro de 1947 Maringá foi elevada a distrito, mantendo a sede no mesmo município (1947-1951). Esses marcos jurídicos, reconhecidos pelo Estado, não são levados em consideração quando se trata da idade da

cidade.

O terceiro ciclo, o mais emblemático, refere-se à emancipação política de Maringá, ocorrida em 14 de novembro de 1951. Ressalta-se que a conquista não foi mérito somente de Maringá, mas de outras localidades que atendiam às especificações impostas pelo Estado para que se tornassem municípios.

Por fim, o quarto momento é a instalação do Fórum da Comarca de Maringá, em evento realizado em 9 de março de 1954.

Embora comemorem 70 anos por meio de uma data estabelecida pela iniciativa privada, a idade oficial da cidade poderia ser contabilizada a partir de 1951, quando houve a emancipação política. Se este fosse o critério, neste ano faríamos 66 anos, e não 70.

// Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil (maringahistorica.com.br - veja mais sobre a história de Maringá)



Lançamento da pedra fundamental de Maringá, em novembro de 1942



Instalação do Fórum da Comarca de Maringá, em março de 1954



Sipag. Sua maquininha de fazer bons negócios.

Já pediu a sua?

A maquininha Sipag tem grandes vantagens para você, que quer ter menos despesas e mais lucros nas suas vendas. Não tem taxa de adesão, a mensalidade é a menor do mercado e você pode receber a vista suas vendas a prazo. Com a Sipag é assim: sempre um bom negócio após o outro.

Acesse já: sipag.com.br
Ligue 3004-2013 - Capitais • 0800 757 1013 - Demais localidades
contato@sipag.com.br

sipag
Soluções Integradas de Pagamento

SICOOB
Faça parte.

O açougue virou boutique

Ainda que o Nelore responda pela maior parte do rebanho brasileiro, Angus e até o Wagyu são produzidos em solo brasileiro; as boutiques especializadas em cortes selecionados e importados têm clientela cativa

// por **Fernanda Bertola**

Walter Fernandes



O consumo de carnes nobres está aumentando. Prova disso é que a europeia Angus, por exemplo, tem o segundo maior gado de corte do país, com três milhões de cabeças, segundo a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes.

O número de animais que geram carne de alta qualidade deve crescer frente ao predominante Nelore, que representa hoje 80% do rebanho comercial nacional, com mais de 212 milhões de cabeças. Mesmo o Nelore vem sendo submetido a processos de melhoramento genético para elevar a qualidade da carne. Isso porque o padrão de consumo está mudando.

Entre os produtores e comerciantes há consenso sobre os motivos pelos quais as carnes nobres estão sendo mais consumidas no país: o aumento do acesso à informação, do poder aquisitivo e de facilidades de compra levaram mais brasileiros aos Estados Unidos e à Europa, destinos em que puderam experimentar o melhor da gastronomia e vivenciaram a valorização dos cortes de carne.

Para atender à demanda que veio na bagagem do brasileiro, existem boutiques de carne espalhadas pelo país, com visual diferente do que se vê num açougue comum: há cortes com etiqueta de grife para servir a

// No Mercado de Maringá

Filippo Stellutti, da Ribs Boutique de Carne: "tudo, inclusive o atendimento, precisa colaborar para que o cliente entenda mais sobre o que está levando para casa e o motivo de pagar um maior preço"



Ivan Amorim

// Carne argentina e uruguaia faz sucesso

"Com a crise, em geral, não perdemos o consumidor. Ele só está segurando mais as compras, mas já aprendeu a comer carne de boa qualidade", conta Edi de Oliveira Vieira Júnior, da Bace Carnes Especiais

churrascos de luxo. Para se ter ideia, nesses locais o preço do quilo do contrafilé de Wagyu, o gado japonês tratado até a grãos selecionados, atinge facilmente R\$ 400.

SELOS NAS EMBALAGENS

Aproveitando a tendência de consumo, o engenheiro de produção de alimentos Filippo Stellutti inaugurou a Ribs Boutique de Carne em 2015. Hoje no Mercado de Maringá, ele conta que a loja vem registrando bons resultados e não apresentou grande variação nas vendas em decorrência da crise, já que a inauguração se deu em meio ao período de instabilidade econômica.

Segundo Stellutti, o mercado de carnes nobres se fortaleceu muito

nos últimos anos graças a programas de certificação de raças, para garantir qualidade e procedência. "Os clientes observam o selo nas embalagens a vácuo, e estão dispostos a pagar mais por isso", destaca.

Na Ribs, o consumidor encontra ovinos, bovinos (Angus e Wagyu), cortes importados (australianos, argentinos, uruguaio) e brasileiros, vindos do Rio Grande do Sul, a exemplo do *prime rib*, bife de chorizo, de ancho e cortes dianteiros como *shoulder steak*, *short rib* e assado de tira, os três últimos a preços mais acessíveis. Além disso, a loja oferece hambúrgueres e linguiças feitos com carnes selecionadas, comercializa assados, atende a eventos e vende por atacado.

Uma preocupação de Stellutti é manter elevado o nível do padrão de atendimento: os sete colaboradores passam por treinamento para estarem aptos a esclarecer qualquer dúvida sobre os produtos. "Nosso cardápio é a nossa vitrine, em que o cliente escolhe o corte que deseja acompanhado de um atendente, que direciona a melhor opção e harmonização de bebida".

A higienização também é prioridade. Todo o manuseio da carne é realizado em espaço de vidro, permitindo plena visualização. O mesmo vale para o churrasco *gourmet* realizado na loja, com funcionários prontos para sanar curiosidades sobre o preparo dos assados. "O Brasil é um dos países que possui as me-

NEGÓCIOS //

lhores carcaças de animais, mas também tem o maior custo para mantê-los, desde a alimentação a cuidados veterinários, o que impacta no preço final. Então, tudo, inclusive o atendimento, precisa colaborar para que o cliente entenda mais sobre o que está levando para casa e o motivo de pagar um maior preço”.

CORTES IMPORTADOS

Outra boutique de carnes em Maringá, a Bace Carnes Especiais nasceu há cinco anos. O proprietário, Edi de Oliveira Vieira Junior, neto de pecuarista, conta que os clientes fazem parte do grupo que deixou de lado a costela e picanha para dar vez a cortes argentinos, como bife de ancho e de chorizo, uruguaio como o entrecôte, que surgiu na Europa, e os americanos *t-bone* e *prime rib*.

As carnes preferidas dos clientes são as de Angus, mas também há opções de Wagyu, Hereford, Brangus e até o Nelore, mas em versões precoces. “No norte do Paraná vende-se muita carne de descarte, de fêmea um pouco mais velha. As melhores vão para exportação e São Paulo. Então, ao oferecer uma carne de um gado comum, mas que tenha mais qualidade, agradamos o consumidor”, diz Vieira Junior. Lá há carnes com quilo a partir de R\$ 20.

Atendendo ao público de churrasco, o empresário conta que o negócio sentiu os efeitos da crise. As vendas caíram pela metade, mas a expectativa é das melhores para os próximos anos, porque a tendência de consumo deve continuar. “Em geral, não perdemos o consumidor. Ele só está segurando mais as compras, mas já aprendeu a comer carne de boa qualidade”, conta.

VALOR AGREGADO

Os restaurantes também embarcaram na tendência de consumo de



// Angus é um dos mais pedidos

Maicon Bezerra, chef do Madeira Grill, esmero na apresentação dos pratos e funcionários treinados para conhecer as carnes e dar informações aos clientes

carnes nobres. Tanto que não é surpresa encontrar redes que oferecem pratos simples, mas com carnes especiais. No Madeira Grill as carnes *premium* são o carro-chefe. O restaurante serve diversas opções com as carnes do momento. Uma delas, um prato que serve três pessoas de Wagyu puro, importado da Austrália e do Japão, custa R\$ 615. Mas os mais pedidos levam carne de Angus e Black Angus.

A apresentação dos pratos é impecável. Acompanhamentos dis-

postos delicadamente conferem elegância, sem deixar de lado o visual apetitoso. E os colaboradores são preparados para dar qualquer tipo de informação sobre o produto. “Todos passam por treinamento para conhecer as carnes e oferecer o melhor serviço”, diz o chef Maicon Bezerra.

Ele conta que a procura é animadora, mas não só no restaurante, já que a casa conta com uma boutique, para o cliente que deseja comprar a carne para prepará-la.

CARNE MAIS VALORIZADA DO MUNDO É PRODUZIDA NA REGIÃO

Há alguns anos um seleto grupo de brasileiros que consumia carne de Wagyu, uma raça bovina de origem japonesa, tinha como opção o produto importado. Com a introdução de Wagyu no Brasil, em 1992, na fazenda da marca japonesa Yakult, o consumo começou a ser mais difundido, ainda que o plantel brasileiro seja pequeno: não passa das 3,5 mil cabeças, de acordo com a Associação Brasileira dos Criadores de Bovinos da Raça Wagyu (ABCW).

O empresário maringense João Noma faz parte do pequeno grupo de criadores brasileiros de Wagyu puro. "A raça é originária de local frio, mas já está adaptada ao nosso clima", destaca.

Noma mantém cerca de 200 cabeças em fazendas em Mandaguaçu e no estado de Rondônia. O negócio também abrange o abate, a embalagem e distribuição em boutiques e restaurantes de cidades da região, próximas aos locais de criação.

Ele conta que decidiu investir nesse tipo de bovino há cerca



de cinco anos porque conheceu a qualidade da carne no Japão e gosta de levar produtos diferenciados para o mercado. Apesar de ter sentido os efeitos da crise, tem boas perspectivas, pois acredita que mais brasileiros passarão a consumir carne de alta qualidade.

A experiência com a criação de raças zebuínas tem ajudado a tocar o negócio. A carne produzida por Noma tem do Ministério da Agricultura um selo que diferencia o Wagyu puro do cruzado - a iniciativa foi liderada pela (ABCW).

A carne é a mais valorizada do mundo. A matriz de qualidade pode chegar a R\$ 20 mil, e uma

dose de sêmen a R\$ 3 mil. É que a genética do boi favorece uma carne com até cinco vezes mais gordura entremeadada às fibras do que outros bovinos. É essa gordura que constitui o marmoreio, um desenho de gordura que lembra o mármore e que derrete na boca quando aquecido.

Quanto mais alto o marmoreio, que varia de 2 a 12, maior será a suculência da carne. No entanto, Noma destaca que agrada mais o paladar do brasileiro o marmoreio até oito, faixa em que investe. "O Wagyu é o único gado que oferece gordura monoinsaturada, com ômega 3 e ômega 6", destaca.

LÂMPADAS

LED+

ECOLÓGICA + ECONÔMICA

ELETROBRASIL

MATERIAIS ELÉTRICOS

www.eleetrobrasilmaringa.com.br

Av. Brasil, 2.538

44 3227-2161





ACIM em Ação

A Associação Comercial dará início a mais um ciclo de palestras gratuitas do projeto ACIM em Ação. A primeira edição será em 30 de março no Centro Comunitário do Jardim Alvorada, que fica na avenida Sophia Rasgulaeff, 639. O palestrante será o consultor empresarial Amauri Crozariolli, que atua nas áreas de vendas, atendimento e empreendedorismo. Neste ano serão quatro edições em bairros de Maringá, sempre com início às 19h30 e o tema 'Vendologia' - a segunda palestra será em 8 de junho, no teatro Reviver, na Zona 2. O evento é uma realização da ACIM e Coopercard, com patrocínio de Sancor Seguros, Sicoob, Maringá Park, Cocamar, Unimed Maringá e Sanepar. A participação será gratuita.

Prêmio para Myriam Recco

A empresária Myriam Cassou Terra Recco receberá o prêmio ACIM Mulher em 24 de março. A cerimônia será às 20 horas, no Excellence Centro de Eventos - o convite custa R\$ 80.

Myriam fundou junto com o marido, Antônio Recco, a Recco Lingerie, empresa que tem 37 anos, emprega 700 pessoas e tem 39 lojas próprias e franquias no Brasil. Ela responde pela diretoria de criação. Formada em Letras Anglo-portuguesas, Myriam tem três filhos e é vice-presidente e mantenedora da Fundação Evangélica Oasis, que prestava apoio para doentes de câncer e passou a apoiar dependentes químicos.

O nome dela esteve entre os indicados na primeira fase do processo, quando 20 entidades puderam indicar empresárias e executivas. Aí na segunda fase uma comissão julgadora escolheu Myriam. Criado em 2004, o Prêmio ACIM Mulher homenageou no ano passado Eliza Mitie Shiozaki, do Colégio São Francisco Xavier.

Março 2017

Núcleo de Empresas Juniores

Com o objetivo de construir uma ponte entre o mercado de trabalho e a universidade, em novembro passado nasceu o Núcleo de Empresas Juniores, do Programa Empreender, da ACIM.

Pioneiro no Brasil, o núcleo conta com 30 empresas juniores. Para os empresários atendidos por essas empresas, uma das vantagens é o acesso a serviços e consultorias a preços acessíveis e à mão de obra qualificada. Aos acadêmicos das empresas juniores, os benefícios a serem reforçados são o desenvolvimento de habilidades e experiência profissional. A primeira ação do núcleo, visando à qualificação dos participantes, foi a palestra 'Eu consultor e meus relacionamentos interpessoais', com a consultora Alessandra Serra, em 21 de fevereiro.

Associado do mês

Neste mês a Casa da Mãe Joana completa um ano, mas os sócios Alisson Augusto Tinassi e Lucas Ogawa Zelasques se sentem presenteados desde o início do negócio com o *feedback* positivo dos clientes. "Percebemos que o conceito de culinária caseira com toque de sofisticação, que inclui hambúrgueres, pratos executivos e porções, agradou ao público", comemora Tinassi, que é *chef* e desenvolveu o cardápio.

No caso dos hambúrgueres, o diferencial está nos tipos de carnes, como costela, linguiça blumenau, barreado, pernil, Wagyu, tradicional bovina, além da opção vegetariana. Quanto aos pratos executivos, há opções com carnes nobres como entrecôte (filé de costela) e *short rib* (parte dianteira da costela).

A experiência gastronômica, segundo Zelasques, fica completa com o ambiente simples e charmoso, que inclui peças antigas como relógio de pêndulo e



Walter Fernandes

utensílios de porcelana. "A proposta é criar um clima de aconchego que nos leva a lembrar da comida saborosa feita pela mãe ou avó".

Instalado no Mercado de Maringá, que fica na avenida Prudente de Moraes, 601, a Casa da Mãe Joana funciona de terça à sexta-feira, das 11h30 às 14 horas e aos sábados e domingos, das 17 às 23 horas. Há também o serviço *delivery*. Mais informações em www.maejoanaemcasa.com.br e www.casadamaejoana.net.

Barbosa assume Faciap

O empresário Marco Tadeu Barbosa, que presidiu a ACIM por duas gestões (2012-2014 e 2014-2016), assumiu a presidência da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) em 17 de fevereiro, em Curitiba. Também foram empossados 42 membros do Conselho de Administração (foto), além dos membros do Conselho Superior, Faciap Mulher e Faciap Jovem. Na cerimônia, Barbosa lembrou que o sistema Faciap é formado por pequenas associações comerciais, perfil semelhante ao de grande parte das empresas do país, e disse que pretende trabalhar pelo fortalecimento dessas entidades. "Muitas associações trabalham com quase nenhuma estrutura e, mesmo assim, são o porto seguro do setor produtivo das cidades em que atuam. São as fomentadoras do desenvolvimento". Outros maringenses fazem parte do Conselho de Administração da entidade até 2018: Antonio Tadeu Rodrigues (vice-presidente para assuntos de segurança), Ilson Rezende (vice-presidente de tecnologia), Eduardo Araújo (vice-presidente para projetos estratégicos) e José Carlos Valêncio (representando a ACIM). Já José Gomes Ferreira, Luiz Ajitá e Jefferson Nogaroli integram o conselho superior. Cerca de 800 pessoas participaram da cerimônia de posse. Entre as autoridades presentes a vice-governadora Cida Borghetti, o prefeito de Curitiba, Rafael Greca, o presidente da Fecomércio, Darci Piana, e o presidente da Fiep, Edson Campagnolo.



Faciap

Novos Associados da ACIM

21 de janeiro a 20 de fevereiro

ASS Investimentos
 AM Arte's Maringá
 Amaryllis Gulla Tiseu Advoc
 Arco Iris Moda Mix
 Bolas Maringá
 Boneca de Pano
 Bonilhatec
 Carlos Alberto dos Santos
 Casa da Mãe Joana
 Cidão Funilaria e Pintura
 Clínica da Coluna
 Clínica Veterinária Espaço Anim
 Clinisport Prime Estética
 Construtora Planinga
 Culturama
 Dennys Rodrigues de Souza
 Espaço Pousada Infantil
 Estatera Marmitaria e Petisc
 Express Tecnologia em Pintura
 Fernando Parolini de Moraes
 Fhillo Moda Feminina
 Flavio Ribeiro
 Francieli Laiz Gobbi
 Gesso Top 10
 Guara Cred
 Guiame Maringá
 Inbras Tecnologia
 LC G de Carvalho
 Lavanderia Novo de Novo
 Manoela Motti Gonçalves
 Marco Senna Fontanari
 Maria Livia Matheus Rossi
 Mercado da Criança
 Mercearia Super Lin
 My Storage
 Natanny Priscilla Yukari Kon
 Nutricionista Raysa Mantova
 Pinheiro Papéis
 Plastifit
 Play Graf
 Priscila Mara Nascimento
 Psicologia Bruna Marconi
 Publi 7
 Rosa Lilá
 S A L dos Santos Lavorenti ME
 Sheila Alessandra de Souza
 Smart Cabine
 Sobre a Pele
 Soria Foto Cabine Toten
 Sorvestes Eskimo
 ST Suprimentos de Inf.
 Suprim
 Tática Consultoria
 Turbo Comunicação
 Vitória Modas

Walter Fernandes



Maringá Liquida

A Maringá Liquida chegou à 29ª edição, com quatro dias de campanha (16 a 19 de fevereiro). Mais de mil lojas do comércio de rua, bairros e shoppings participaram da promoção, realizada pela ACIM e pelo Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar).

Como em edições anteriores, para ampliar as vendas, no sábado o comércio de rua funcionou até as 18 horas e no domingo, das 14 às 20 horas. Os consumidores puderam aproveitar promoções de roupas, calçados, acessórios, colchões, materiais de construção, entre outros produtos. Algumas lojas chegaram a oferecer 70% de desconto.

Cidadão benemérito para Ali Wardani

O comerciante Ali Saadeddine Wardani, pioneiro da cidade e presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista e Atacadista (Sivamar), receberá, em data a ser definida, o título de Cidadão Benemérito de Maringá.

A homenagem, aprovada pelos vereadores, foi apresentada pelo vereador Mario Verri, em parceria com os ex-veredores Márcia Socreppa e Humberto Henrique.

Wardani mora em Maringá desde 1967. Nasceu no Líbano em 1951, formou-se em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), tem dois filhos e três netos.

Aconteceu na ACIM

Mesmo fevereiro sendo o mês mais curto do ano, na ACIM foram realizados 216 eventos e reuniões, a exemplo da posse da diretoria da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH - noroeste Paraná), no dia 15.



Sérgio Moro em Maringá

O juiz federal Sérgio Moro, responsável pelos processos da Operação Lava-jato, ministrará em Maringá, em 17 de março, a palestra 'Fortalecendo a regra da lei no Brasil'. O evento, realizado pela ACIM, Apae e Rotary Maringá Aeroporto, será no Excellence Centro de Eventos, às 20 horas. A renda da venda dos convites será revertida para a Apae - Moro não cobrará cachê. O valor será usado para instalar um sistema de placa fotovoltaico, orçado em R\$ 320 mil, o que reduzirá em 80% a conta de energia que custa cerca de R\$ 10 mil. Responsável por 1.080 atendimentos diários, a Apae já arrecadou para o projeto R\$ 48 mil no baile Noite Anos Dourados. Para filiados à ACIM, o convite custa R\$ 125. Não-associados pagam R\$ 250, mas quem levar um quilo de alimento no dia da palestra pagará R\$ 150. Para pessoas com mais de 60 anos, estudantes, deficientes, doadores de sangue e professores o valor será R\$ 125. Todos os convites têm taxa extra administrativa de R\$ 3. Os ingressos podem ser comprados na ACIM (apenas com cartão de crédito) ou em www.inovaingressos.com.br. Mais informações pelos telefones (44) 3025-9674 e 3025-9644.

SÉRGIO MORO EM MARINGÁ

FORTALECENDO A REGRA DA LEI NO BRASIL

Você ajuda a **APAE Maringá** e assiste uma palestra exclusiva com um dos **mais reconhecidos juizes** do país!

17/03 - 19h
Excellence Centro de Eventos

INFORMAÇÕES:
www.inovaingressos.com.br ou
ACIM 0800 600 9595

ROTELEFONE: Rotary APAE ACIM

CENTRO DE TREINAMENTO

CURSOS EM MARÇO

- 6 e 7** Escutatória, a arte de ouvir
- 13 a 16** Estratégias e inovação: melhorando os resultados
- 13 a 16 e 20 a 23** Intensivo em Excel empresarial com VBA
- 14 a 24** Avançado em Departamento Pessoal e cálculo trabalhista
- 17 e 18** Organizando o almoxarifado
- 18** Atendimento efetivo e humanizado - área da saúde
- 18** Curso prático do regime Simples Nacional
- 18 e 25** Oratória, o poder da comunicação
- 20 a 23** Coaching aplicado ao atendimento de clientes
- 20 a 31** Gestão da qualidade
- 20 e 21** Como criar estratégias de marketing e vendas no Facebook
- 21 a 23** Foco - a atenção e seu papel fundamental para os resultados
- 21 e 22** Tributação para compradores
- 22 e 23** Prezi
- 25** Os desafios da cobrança e o relacionamento com os clientes
- 27 a 30** Os 10 hábitos dos vendedores eficazes
- 27 e 28** Liderança 360°
- 29 e 30** Controle financeiro com uso Excel

Palestra sobre comunicação

Renomados especialistas em comunicação, Rodrigo Rodrigues e Zeh Henrique (foto), do grupo OM Comunicação Integrada, uma das principais consultorias de comunicação para redes de varejo no Brasil, ministraram palestra na ACIM em 21 de fevereiro. No evento eles falaram sobre grandes cases e novidades apresentados no maior evento de varejo do mundo, que aconteceu em janeiro em Nova Iorque, o NRF. A palestra foi realizada pela ACIM, com patrocínio da Coopercard e Grupo Maringá de Comunicação, e apoio da Turbo Ideias Potentes, APP Maringá e Sivamar.

Walter Fernandes



A terceirização trabalhista

/ Carla Peres Cavassani Javarotti é advogada, sócia do escritório Peres & Javarotti Advogados e especialista em Direito do Trabalho

Walter Fernandes



No Brasil a terceirização do trabalho, atualmente, é permitida da seguinte forma: a contratação de mão de obra especializada, por meio de empresa interposta, em atividades de segurança, manutenção, limpeza e outras que não caracterizem a atividade-fim da empresa tomadora dos serviços.

Importante destacar que no nosso país este tipo de contratação nasceu de forma ilegítima e só foi aceita após regulamentação pela Súmula 331, do Tribunal Superior do Trabalho (TST), para que os trabalhadores não perdessem direitos e fossem atendidas certas necessidades da classe empresarial.

Ocorre que, desde o ano passado, após a mudança no Governo Federal, muito se discute e se opina sobre a famigerada reforma trabalhista, tão necessária. De um lado, trabalhadores que não querem perder direitos, e do outro, a classe empresarial, que procura e necessita de meios para a diminuição da carga tributária e o aumento de lucro.

Dentro da tal reforma está inserida a discussão, que virou o Projeto de Lei da Câmara nº 30/2015 e que depende de aprovação no Senado, sobre a terceirização trabalhista, cuja

proposta é de que se terceirize até as atividades-fim, ou seja, aquelas para as quais a empresa existe.

É certo que para os trabalhadores existe realmente prejuízo de direitos. Mas e para as empresas? Inefelizmente o cenário não é também muito favorável.

Quando se contrata qualquer funcionário por empresa interposta, a contratante (tomadora dos serviços) perde muito de sua autonomia, de modo que o poder diretivo e de gestão que exerce sobre a equipe passa a ser discutível, pois a equipe não seria da tomadora, e sim da terceirizante.

É visível que na hipótese de se terceirizar todo o tipo de relação de trabalho, a relação entre o empregador e trabalhador se torna impessoal e mecaniza muito o sistema. Assim, o empresário fica de 'mãos atadas' quanto à escolha, acompanhamento e crescimento de sua equipe, ficando à mercê da contratada/terceirizante, em um contexto que faz repensar o incentivo que poderia ser dado ao trabalhador exemplar e a correção a ser aplicada ao trabalhador que não está indo tão bem assim.

É certo ainda que deve haver em-

presa interposta que forneça o serviço à contratante e, tendo esta que pagar a contratada/terceirizante nos moldes do contrato civil, o preço de todos os encargos do contrato de trabalho será embutido no preço do serviço e, assim, monetariamente, essa modalidade de contratação também pode deixar de compensar.

Por fim, há que se considerar que quando há multipolarização do polo passivo na esfera trabalhista, ou seja, várias empresas respondendo uma reclamação trabalhista de um mesmo trabalhador (terceirizante, tomadora de serviços e eventual sucessora), ainda se corre o risco de a empresa tomadora dos serviços vir a arcar com o prejuízo, caso a contratada/terceirizante não o faça, conforme aplicação da responsabilização subsidiária.

Em síntese, o PLC nº 30/2015 é vago e deixa de regular aspectos importantes, visto que não retira das empresas contratantes qualquer encargo, além de burocratizar e desumanizar a relação de trabalho, fazendo parecer, em uma análise superficial, algo vantajoso, mas que no fundo deixa a desejar e pode vir a causar prejuízos imensuráveis.

ACIM

Ano 54 nº 573 março/2017. **Publicação Mensal** da ACIM, 44| 30259595 - **Diretor Responsável** José Carlos Barbieri, Vice-presidente de Marketing - **Conselho Editorial** Andréa Tragueta, Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero, João Paulo Silva Jr, Jociani Pizzi, Josane Perina, José Carlos Barbieri, Luiz Fernando Monteiro, Márcia Lamas, Michael Tamura, Miguel Fernando, Mohamad Ali Awada Sobrinho, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira e Rosângela Gris - **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 - **Colaboradores** Giovana Campanha, Fernanda Bertola, Graziela Castilho e Rosângela Gris - **Revisão** Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris - **Capa** Factory - **Produção** Textual Comunicação 44| 3031-7676 - **Editoração** Andréa Tragueta **CTP e Impressão** Gráfica Regente - ESCREVA-NOS Rua Basílio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190. revista@acim.com.br - **Conselho de Administração** Presidente José Carlos Valêncio - **Conselho Superior** Presidente Marcos Tadeu Barbosa, **Copejem** Presidente Michael Tamura. **Acim Mulher** Presidente Nádia Felipe - **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Mohamad Ali Awada Sobrinho. Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM - A redação da Revista ACIM obedece ao acerto ortográfico da língua Portuguesa.

Contato Comercial Sueli de Andrade 44| 88220928

6 SAPATOS 1 DESTINO O SEU CLOSET



A CADA R\$ 200,00
CONCORRA A 6 PARES
DE SAPATOS POR DIA
DE 23/02 A 31/03

2ª a 4ª:
**Cupons
em Dobro**

capodarte

clube melissa.

SANTA LOLLA

JB

JORGE BISCHOFF

MORENA ROSA shoes

GENKO mix

GENKO

PROMOÇÃO
MARINGA PARK

AOS SEUS PÉS

A GENTE VÊ SAÚDE EM TUDO

Nação



Compare e mude
para o Santa Rita Saúde



- Atendimento Nacional / Abrangem
- Portabilidade de outros planos sem carências já cumpridas

SANTA RITA
SAÚDE

ANS - nº 34818-0

Ligue 44 3028 2000

Acesse santaritasaude.com.br

SANTA RITA
SAÚDE

O plano para uma vida melhor.