

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

## MARINGÁ



A N O S

**SEJA BEM-VINDO,  
A CIDADE É  
NOSSA**

Considerada a melhor cidade para se viver no Brasil, Maringá atrai gente de outros municípios e estrangeiros que aqui escolhem viver e empreender

# PARA AS DESPESAS DIÁRIAS DA SUA EMPRESA.

**COOPER**  
card

Para uma vida melhor!



O Cooper Corporativo é um cartão de crédito para compras e controle das despesas do dia-a-dia das empresas, como material de expediente, limpeza, reparos, abastecimentos e outros. Agende uma visita sem compromisso e conheça todas as vantagens do Cooper Corporativo.

**LIGUE E SOLICITE UMA VISITA**  
**44 3220.5400**  
[www.coopercard.com.br](http://www.coopercard.com.br)





# ACIM

## Modernização das relações de trabalho

A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) está prestes a completar 80 anos. E, claro, neste período profissões desapareceram, outras surgiram, as tecnologias e a informatização passaram a fazer parte do dia a dia dos negócios, a segurança física do trabalhador aumentou e novas formas de trabalho passaram a vigorar, como o *home office*. Mas a lei brasileira ainda engessa a relação entre o trabalhador e a empresa.

No mês passado, a Câmara dos Deputados aprovou a proposta de reforma trabalhista, que agora precisa da aprovação do Senado Federal.

Ainda que o projeto de lei esteja gerando manifestações contrárias, sob a alegação de precarização das condições de trabalho, ele contém avanços, muitos avanços. As férias, por exemplo, poderão ser parceladas em três vezes ao longo do ano, sendo que deverá ser concedido um período de pelo menos 14 dias. Detalhe que, pela regra atual, é o empregador quem define o período de férias, e o parcelamento em três períodos depende da anuência do empregado. Atualmente, as férias podem ser parceladas, mas o período mínimo é de dez dias. O trabalho em casa

(*home office* ou teletrabalho) entra na legislação e ganha regras específicas. Essa modalidade de trabalho existe, inclusive, na Justiça do Trabalho, e agora, as empresas poderão contratar com mais segurança, garantindo ao trabalhador a proteção a sua saúde, sob responsabilidade do empregador.

Pelo projeto, postos de serviço poderão ser abertos pelo regime de trabalho intermitente, em que o contratado vai prestar serviços em períodos de sazonalidade, alternando com inatividade. Atualmente, muitas empresas não contratam empregados porque eles ficariam grande parte do tempo na ociosidade. Em contrapartida, a nova lei aumentou significativamente a multa para as empresas que não registram os empregados.

Uma das inovações mais polêmicas é a prevalência do negociado em convenções e acordos coletivos sobre a lei em vários casos, como intervalo de intrajornada, plano de cargos e salários, remuneração por produtividade, participação nos lucros, entre outros. É mais um avanço. Com a nova regra, as partes poderão negociar temas com maior segurança, lembrando

do que estão preservadas expressamente mais de 30 direitos sociais que não poderão ser flexibilizados.

E isso mostra que, ao contrário do que muita gente acredita, o objetivo da lei não é precarizar as condições de trabalho, e sim possibilitar uma lei de acordo com o mercado atual.

Não há dúvidas que é imprescindível a modernização das relações de trabalho. E o projeto de lei aprovado na Câmara dos Deputados vem ao encontro dessa modernização, ao permitir que empresa e trabalhador discutam jornadas de trabalho, banco de horas e participação nos lucros, por exemplo. A lei permite que os dois lados da relação de trabalho discutam suas especificidades. E para garantir essa aproximação, a nova lei criou a figura de uma comissão de empregados, com garantia contra dispensa arbitrária, com o objetivo de buscar solução dos conflitos de forma pacífica entre a empresa e os empregados. São inovações bem-vindas nas relações de trabalho e de encontro com o atual ambiente de negócios.

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

Viva na localização mais alta e promissora da cidade.

Av. Petrônio Portella, 1021  
Altos da Acimação



**Expo**  
design

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

 /construtoradesign  
construtoradesign.com.br





Um novo lugar, uma nova visão de Maringá.

Aptos com  
**3 e 4 suítes**

**4 vagas**  
de garagem

**211m<sup>2</sup> e 237m<sup>2</sup>**  
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.

**Visite o decorado e surpreenda-se!**



VICE-CAMPEÃ  
PRÊMIO  
SINDUSCON 2016  
CATEGORIA INCORPORAÇÕES

VENDAS

**INGAVILLE**  
I · M · O · V · E · I · S  
CRECI J03421

3026 7675



**design**  
3037 9700



PROJETO  
acreditando  
no Futuro  
LIMITE DA CRIANÇA DE MARINGÁ

## ENTREVISTA //



O meio digital oferece oportunidades de negócios para quem quer empreender, segundo o empresário André Yui. O gestor e fundador da Key Design diz, no entanto, que muitos fracassam por subestimar a complexidade das operações digitais. “É preciso investir tempo e dinheiro para ter retorno”, adianta

## REPORTAGEM DE CAPA //



Qualidade de vida atrelada a áreas verdes e opções de lazer estão entre os encantos de Maringá. Mas não é só isso que tem atraído ‘forasteiros’ à cidade que completa 70 anos neste mês. Para o casal catarinense Miguel De Marchi dos Santos e Andreia da Silva Maciel, o maior diferencial está na receptividade do povo maringaense

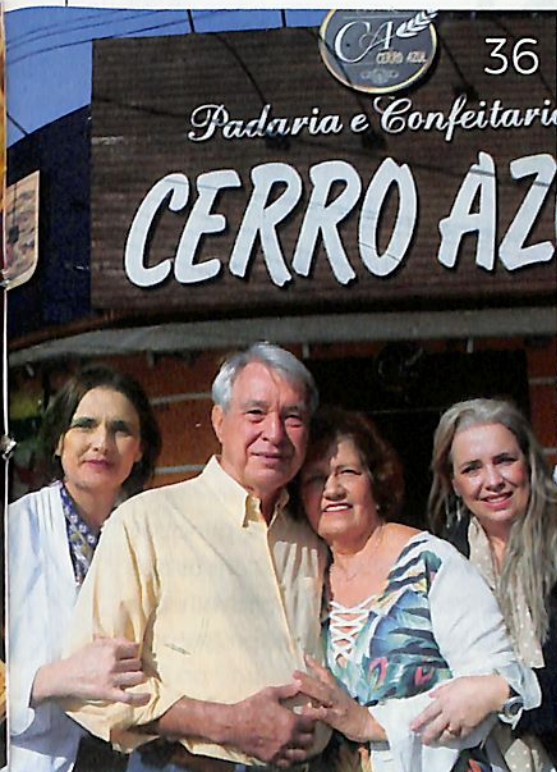
## COMPORTAMENTO //



“Se vestir é o ato diário de colorir a alma”, diz a consultora de moda Michelle Valêncio, que ajuda mulheres a compor o guarda-roupa e a criar gosto pela moda; profissionais ministram cursos para quem quer descobrir talentos como gastronomia e fotografia

COMÉRCIO //

COMÉRCIO //



Avenida que liga a região sul ao centro de Maringá, a Cerro Azul reúne empresários que estão satisfeitos por ter escolhido o local para empreender, como o casal Valdemar e Maria e as filhas Tânia e Adriana, donos da Panificadora e Confeitaria Cerro Azul



Empresário em Londrina, Arnaldo Zanon é um dos sócios do Barolo Trattoria, restaurante que abrirá em breve em Maringá, gerando mais de 25 empregos; indicadores e novos investimentos são um indicativo de que o período mais grave da crise econômica passou

MERCADO //



Autoatendimento é uma tendência, tanto que a rede Cineflix disponibiliza três formas de compra de ingressos: bilheteria, online e em totems; com um software que integra todos os canais, o tempo que o cliente fica na fila foi reduzido em 40%, diz o gerente Juliano Tortelli



ano 54 edição 575  
maio/2017

nossa capa:  
Factory Total



A CASA DO  
EMPREENDEDOR  
EM MARINGÁ

# Complexidade do meio digital é subestimada

Para quem quer uma fatia do mercado eletrônico brasileiro, que deve faturar R\$ 59,9 bilhões neste ano, o empresário André Yui alerta: "para não perder tempo e dinheiro, o primeiro passo é conhecer a dinâmica do mercado. Ser pequeno é bem diferente de ser amador" // **Rosângela Gris**

O e-commerce brasileiro faturou, no ano passado, R\$ 53,4 bilhões. Para 2017, a previsão é que o setor alcance R\$ 59,9 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). Não à toa esse setor é visto como um terreno de oportunidades pelo empresário londrinense André Yui. Ele, no entanto, alerta que para ter sucesso no meio é fundamental entender a complexidade das operações digitais. "As pessoas acham que é mais simples do que realmente é".

Yui é fundador e gestor da Key Design, empresa de acessórios de moda masculina e feminina que iniciou as atividades no comércio eletrônico, em 2013, e recentemente passou a operar no varejo físico. Porém, ainda hoje, a maior parcela dos investimentos para divulgação e posicionamento da marca é direcionada ao marketing digital.

No mês passado, o empresário compartilhou sua experiência profissional no Copejem Business 2017, evento promovido pelo Copejem. À Revista ACIM ele falou sobre e-commerce, estratégia e marketing digital e o mercado da moda:

## **COMO SURTIU A IDEIA DE CRIAR UMA LINHA MASCULINA DE ACESSÓRIOS?**

A ideia foi do Bruno Aguiar, meu sócio. Trabalhava nas empresas da minha família quando o conheci. Ele foi ao escritório para vender um plano empresarial de telefonia e durante as reuniões acabou contando que tinha vontade de lançar uma marca de acessórios masculina. Disse que era um nicho forte nos Estados Unidos e Europa, mas pouco explorado no Brasil. Na época estava à frente da gestão de uma loja multimarcas. Depois de alguns encontros, ele propôs sociedade porque entendeu que precisaria de alguém que fizesse a gestão e o marketing da empresa enquanto estivesse focado na criação e produção. Estudei a proposta e elaboramos um plano de negócio para saber se a ideia era viável.

No final de 2013 lançamos a Key Design como uma marca masculina que tinha pulseiras e colares como os principais produtos. Hoje trabalhamos com os dois gêneros. Produzimos entre oito mil e dez mil peças por mês em ateliê próprio.

## **HOJE A MARCA É VENDIDA EM LOJAS VIRTUAIS E FÍSICAS. EXISTE DIFERENÇA ENTRE ESSES DOIS CANAIS?**

São realidades bem distintas, com estruturas de custos diferentes. Para ter uma operação bem estruturada, o comércio eletrônico é mais caro e trabalhoso para iniciar e se desenvolver, embora muitos ainda subestimem a sua complexidade. No entanto, uma vez dentro desse universo e com conhecimento, é um mercado que reserva mais oportunidades. Enquanto o

**“ Há consenso que as redes sociais são importantes para o desenvolvimento e divulgação de marcas, porém falta conhecimento de como elas funcionam. Nos últimos dois anos o tempo do usuário no Facebook e Instagram não aumentou e a quantidade de empresas cresceu significativamente ”**



#### QUEM É?

André Yui

#### O QUE FAZ?

Empresário do ramo de moda de acessórios

#### É DESTAQUE POR?

Fundador e gestor da marca Key Design

Ivan Amorin

varejo físico apresentou retração pelo segundo ano consecutivo em 2016, o comércio eletrônico cresceu mais de 7% no Brasil em um período de crise.

#### **POR QUE MESCLAR A DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS E CONTEÚDOS NO SITE E NAS REDES SOCIAIS?**

Pensamos a Key Design para ser uma marca de acessórios masculino e não uma loja. Quando falamos em marca, atrelamos uma preocupação com posicionamento, embalagem, informação, conceitos e valores. E logo no começo do negócio ficou evidente que para alavancar o nosso público

potencial, precisaríamos ensinar o consumidor a comprar, usar e combinar os acessórios. Era grande o número de pessoas que visitava o site e tinha esse tipo de dúvida. Então, adotamos a estratégia de atrair os clientes por meio de conteúdo e pontos de interesse, e não apenas anunciar

*Maringá*

**70** *anos*

**VIVER AQUI É RESPIRAR E  
COMPARTILHAR FELICIDADE**

**USACUCAR**

USINA SANTA TEREZINHA

do o produto. Essa é uma tendência atual no mercado.

### **DE QUE FORMA AS REDES SOCIAIS PODEM IMPACTAR UM NEGÓCIO?**

Antes de lançar a Key Design, trabalhamos por quase sete meses no plano de negócio. Nesse período, criamos um perfil no Instagram e quando lançamos a marca tínhamos dez mil seguidores. O perfil trouxe holofote para o negócio e fez com que chegássemos ao mercado já com uma demanda. Hoje estamos próximos dos cem mil seguidores e chegamos até aqui com investimento e trabalho. As redes sociais concentram a maior parcela do nosso orçamento de marketing porque entendemos o Facebook e o Instagram como plataformas de mídia, e não propriamente como uma rede social para interação com os consumidores.

### **AS EMPRESAS DESCOBRIRAM ESSE PODER DAS REDES SOCIAIS?**

Há consenso que as redes sociais são importantes para o desenvolvimento e divulgação de marcas e todos os tipos de empresa, porém falta conhecimento de como elas funcionam. Muitos ainda acreditam que terão retorno sem investimento, o que é uma ilusão. Nos últimos dois anos o tempo médio do usuário gasto no Facebook e Instagram não aumentou. Por outro lado, a quantidade de empresas anunciando produtos e serviços nas redes sociais cresceu significativamente. Ou seja, tem mais empresas competindo pelo mesmo tanto de usuários.

### **FOI PRECISO FAZER AJUSTES OU MUDANÇAS NAS ESTRATÉGIAS?**

Temos muito claro o que queremos ser e aonde queremos chegar. Traçamos estratégias sem nos desviar do foco e uma delas é trabalhar no âmbito semestral ou anual. Procuramos

não mudar as diretrizes, porém as estratégias estão em constante revisão. Por exemplo, a Key Design foi lançada com linhas de pulseiras, colares e camisetas masculinas. No primeiro ano de operação toda a linha de vestuário foi comercializada, ainda assim decidimos tirá-la do portfólio. Fizemos isso porque a venda de pulseiras e colares estava indo bem, e era esse o nicho pretendido porque enxergávamos menos competição e mais oportunidade. Essa foi a primeira grande mudança de estratégia. Depois que a produção de colares e pulseiras estava bem estruturada, decidimos expandir o portfólio. Poderíamos ter retomado a venda de camisetas, no entanto, optamos por outra linha de acessórios por ser um mercado mais carente. Lançamos carteira, mochila, nécessaires, bonés, entre outros. Em 2018 pensamos em retomar o vestuário. Isso mostra que o jeito que operamos hoje não será o mesmo que vamos operar amanhã.

### **O MERCADO CHINÊS AINDA É UMA AMEAÇA AO MERCADO BRASILEIRO DA MODA?**

No nosso caso somos impactados por dois tipos de concorrência externa. Uma delas é a de marcas da Europa e dos Estados Unidos, que serviram de inspiração no começo. São peças mais desenvolvidas e que trabalham conceito e valor. Em relação a essas marcas não enxergamos tanta ameaça, porque a compra é praticamente inviável somado o valor elevado do acessório ao do imposto de importação e do frete. E também porque a Key Design oferece uma excelente relação custo/benefício. A qualidade é interessante e o preço atrativo. No caso da China, o apelo da concorrência é o preço, que facilita muito a entrada do produto no Brasil. Porém, as características dos produtos são diferentes das nossas e não temos

interesse em competir no mesmo nível das linhas chinesas.

### **QUAL A IMPORTÂNCIA DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS DECISÕES DE COMPRA?**

Os influenciadores digitais vieram para ficar, porém a maneira como esse marketing funciona tem mudado. O consumidor está menos inocente. Ele sabe como opera um influenciador e como funciona a remuneração para a divulgação de produtos e serviços nas redes sociais. Quando lançamos a Key Design usamos essa estratégia para posicionar a marca no mercado. Enviamos kits para jogadores de futebol da seleção brasileira, cantores e atores e até pagamos para ter os produtos divulgados por influenciadores. Agora, com a marca mais bem posicionada, investimos os recursos financeiros em outras estratégias de marketing digital. Continuamos enviando mensalmente acessórios para celebridades e personalidades, só que de maneira mais orgânica, sem necessariamente investimento financeiro. Afinal é importante mostrarmos que pessoas interessantes e que servem de inspiração aos consumidores usam a nossa marca. Só que existe a preocupação dessa relação ser verdadeira, que sejam pessoas que realmente compartilhem dos valores e se identifiquem com a marca.

### **QUAL CONSELHO DARIA PARA QUEM QUER EMPREENDER?**

Invista sobretudo em conhecimento. O mercado digital reserva muitas oportunidades, entretanto muitos subestimam a complexidade das operações. Imaginam tudo mais simples do que realmente é, acham que demanda menos dedicação e investimento financeiro do que realmente é necessário. Ser pequeno é bem diferente de ser amador.

**VESTIBULAR  
MEDICINA +  
60 CURSOS**  
INSCRIÇÕES ABERTAS.

O mundo precisa de profissionais como eu quero ser. Posso estar certa. Posso estar errada. Porque muitas opiniões constroem um pensamento. E o melhor a fazer é sempre fazer junto. Perto um do outro, estamos mais perto do mundo que queremos.

**O  
PENSA-  
MENTO  
VIVO  
DE  
LUIZA**

“ ”

**VIVA O  
CONHECIMENTO.  
VIVA UNICESUMAR.**

UNICESUMAR  
★★★★★  
**IGC 4**  
6 ANOS CONSECUTIVOS

ENTRE OS  
**10**  
MAIORES  
GRUPOS EDUCACIONAIS  
DO BRASIL

  
**+ DE 100 MIL  
ALUNOS**

**+ DE 80%**  
DE PROFESSORES  
MESTRES OU  
DOUTORADOS



**UniCesumar**  
0800 604 4422

## EVENTO SOBRE COOPERATIVA DE CRÉDITO

Maringá sediará *workshop* sobre 'Cooperativismo de Crédito'. A programação começa em 18 de maio na ACIM, e continuará no dia seguinte no Sicoob Unicoob, que fica na avenida Duque de Caxias, 882, 2ª sobreloja.

Estão previstas apresentações de trabalhos e cases do Observatório Social de Maringá, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), Sicoob Metropolitano e Sancor Seguros. Também serão discutidas sociedades garantidoras de crédito no oeste do Paraná e estratégias de desenvolvimento de cooperativismo financeiro para pequenos negócios.

O evento é uma realização do Sicoob Central Unicoob e Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB), com o patrocínio do Sebrae. A ACIM é uma das apoiadoras.

## A MELHOR CIDADE PARA SE VIVER

Divulgação



Levantamento da consultoria Macroplan elencou Maringá como a melhor cidade para se viver no Brasil. Em contraposição, a pior cidade do ranking é Ananindeua/PA. Curitiba é a capital mais bem posicionada, em 9º lugar, e Londrina apareceu na 15ª posição.

A pesquisa considerou as cem maiores cidades brasileiras em população, ou seja, com mais de 266 mil habitantes. As análises levaram em conta a evolução dos indicadores de educação, saúde, segurança, saneamento, população, economia, gestão e transparência, e situação fiscal entre 2005 e 2015.

Os municípios analisados representam 1,8% do total das cidades brasileiras, mas respondem pela metade do que é produzido no Brasil. Essas cem cidades concentram 39% da população nacional (80 milhões de habitantes).



## SANTA TEREZINHA ENTRE OS MAIORES EXPORTADORES

No ano passado, o Brasil registrou volume recorde de açúcar exportado, com 28,9 milhões de toneladas. Esse resultado demonstra que as usinas aproveitaram o bom momento para a venda da *commodity*.

Dados da agência marítima Williams Brasil, que monitora as exportações feitas por navios, mostram que a Raízen lidera as exportações brasileiras de açúcar, com 3,33 milhões de toneladas, 15,8% a mais que o ano anterior. A segunda colocada é a Copersucar. Já a maringaense Santa Terezinha ocupa a terceira posição de maior exportadora de açúcar, com crescimento no volume de 5,2% para 5,5%.

## USE O PODER DO SOL A SEU FAVOR

**ECONOMIZE ATÉ 95% NA SUA  
CONTA DE LUZ COM ENERGIA  
RENOVÁVEL E SUSTENTÁVEL.**

Consulte nossos preços,  
financiamentos e  
soluções.

Sistema de 26kW  
em Maringá-PR



Av. Paranavaí, 10A | Maringá-PR  
44 3053-0427 | 98820-9496   
legado@legadoenergias.com  
www.legadoenergias.com  
 facebook.com/legadoenergias

## DEMOLIÇÃO DO TERMINAL

Em 24 de abril foi iniciada a demolição do terminal urbano de passageiros de Maringá, localizado entre as avenidas Tamandaré e Duque de Caxias. A demolição deverá durar 30 dias e está sendo executada pela Sial Construções Cíveis, responsável pela construção do terminal intermodal, que ocupará área de 24 mil metros quadrados (*imagem*).

"Este terminal foi construído como provisório no começo da década passada, quando foi feito o rebaixamento da linha férrea e a construção do túnel sob a avenida Horácio Raccanello Filho. Agora a demolição é realizada para a construção do novo terminal urbano", disse o prefeito Ulisses Maia. O custo total do novo terminal é estimado em R\$ 64 milhões, com término previsto para julho de 2019.

Divulgação



## MARINGÁ PARTICIPA DO 12º BRASIL SABOR

O Festival Brasil Sabor chega a 12ª edição e, mais uma vez, explora a pluralidade dos sabores originais do Brasil. O evento acontece de 18 a 31 de maio, sempre de domingo a quinta-feira, quando bares e restaurantes vão servir pratos com ingredientes locais e, em muitos dos casos, com proposta de releitura de tradicionais receitas.

Em Maringá participarão da iniciativa o Boteco do Neco, Villa Gourmet, Firula Bar, Baco, Albadore, Casa da Mãe Joana, Austin Burguer, Dáasu, Oca, Rede Açaí, Kanoa Sushi, Santo Bar, Palhoça do Açaí, Noah, Marcos Boutique do Pão, Democrático, Cachaçaria Água Doce e Atari Bar. As casas terão prato com valor diferenciado: R\$ 34,90 ou R\$ 49,90.

O Festival Brasil Sabor é uma realização da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). Para mais informações, acesse [brasilsabor.com.br](http://brasilsabor.com.br).

## FEIRÃO DO IMPOSTO

O Copejem, em parceria com a Faciap Jovem e o Conaje, realizará em 27 de maio a 15ª edição do Feirão do Imposto, com o tema 'Chega de mão grande! Uma ação contra a corrupção e a favor do retorno dos impostos'. O evento acontecerá simultaneamente em mais de 20 estados brasileiros com ações de conscientização. Em Maringá, a mobilização será no Estádio Willie Davids.

Outras ações serão realizadas: no dia 20 terá a tradicional venda de combustível sem carga tributária (em postos a ser escolhidos); no dia 25 será a vez de palestras e apresentação de teatro para alunos do Instituto de Educação de Maringá; e no dia 26 haverá descontos de impostos no valor do estacionamento do Maringá Park Shopping Center.

Nos rankings de corrupção, o Brasil figura na 79ª posição, ao lado de Bielorrússia, Índia e China, segundo a Organização de Transparência Internacional. Estima-se que R\$ 200 bilhões sejam desviados no Brasil por ano em decorrência de práticas corruptas. Esse valor significa três vezes o orçamento da saúde ou educação e cinco vezes o orçamento da segurança pública.



obsbriave



Na cidade somos todos pedestres.

# Os novos SUVs da Mercedes-Benz. Explore ao máximo todos os territórios.

Conheça na Divesa Automóveis

  MercedesBenzBrasil

**Mercedes-Benz**  
The best or nothing.



## DIVESA

### Curitiba/PR

Av. Sete de Setembro, 6902  
Seminário - (41) 3019-8200

Av. Nossa Senhora da Luz, 1800  
Hugo Lange - (41) 3360-8200

### Maringá/PR

Rua Gaspar Ricardo, 234  
Zona 10 - (44) 3013-8200

### Cascavel/PR

Avenida Brasil, 606  
São Cristóvão - (45) 3122-6200

### Londrina/PR

Av. Tiradentes, 4555  
Jardim Rosicler - (43) 3294-1800

# A Maringá da diversidade

*Não importa o motivo da vinda, pelo potencial para empreender ou pela qualidade de vida, a cidade é o destino de gente de vários estados e nacionalidades*

**// Giovana Campanha e Rosângela Gris**

O título mais recente de 'melhor cidade para se viver' do país veio da consultoria Macroplan. O estudo publicado no mês passado coloca Maringá no topo da lista das cem maiores cidades brasileiras - com mais de 266 mil habitantes - devido à evolução dos indicadores de educação, saúde, segurança, saneamento, economia, gestão e transparência.

Porém, o charme da agora septuagenária Maringá vai além dos números. Os parques e as avenidas largas e arborizadas compõem o cenário urbanístico que encanta. Isso tudo associado a um clima quente e à habitual hospitalidade dos moradores fazem da cidade um oásis para quem busca de qualidade de vida e prosperidade econômica.

Não à toa a cidade atrai 'forasteiros' dos mais diversos cantos do país e do exterior desde os tempos da colonização. Entre 1946 e 1952, constatou-se que a maioria dos compradores de lotes em Maringá era de nacionalidade brasileira (77,3%). Os demais estavam distribuídos entre 29 nacionalidades, entre eles japoneses (5%), espanhóis (2,9%), portugueses (2,4%), italianos (2,2%) e alemães (1,4%).

E hoje não é muito diferente. Entre os 400 mil habitantes há muitos do tipo 'maringaenses do coração'. Em homenagem aos 70 anos de Maringá, comemorados este mês, a Revista ACIM conversou com algumas dessas pessoas:

## Crescimento **acelerado**

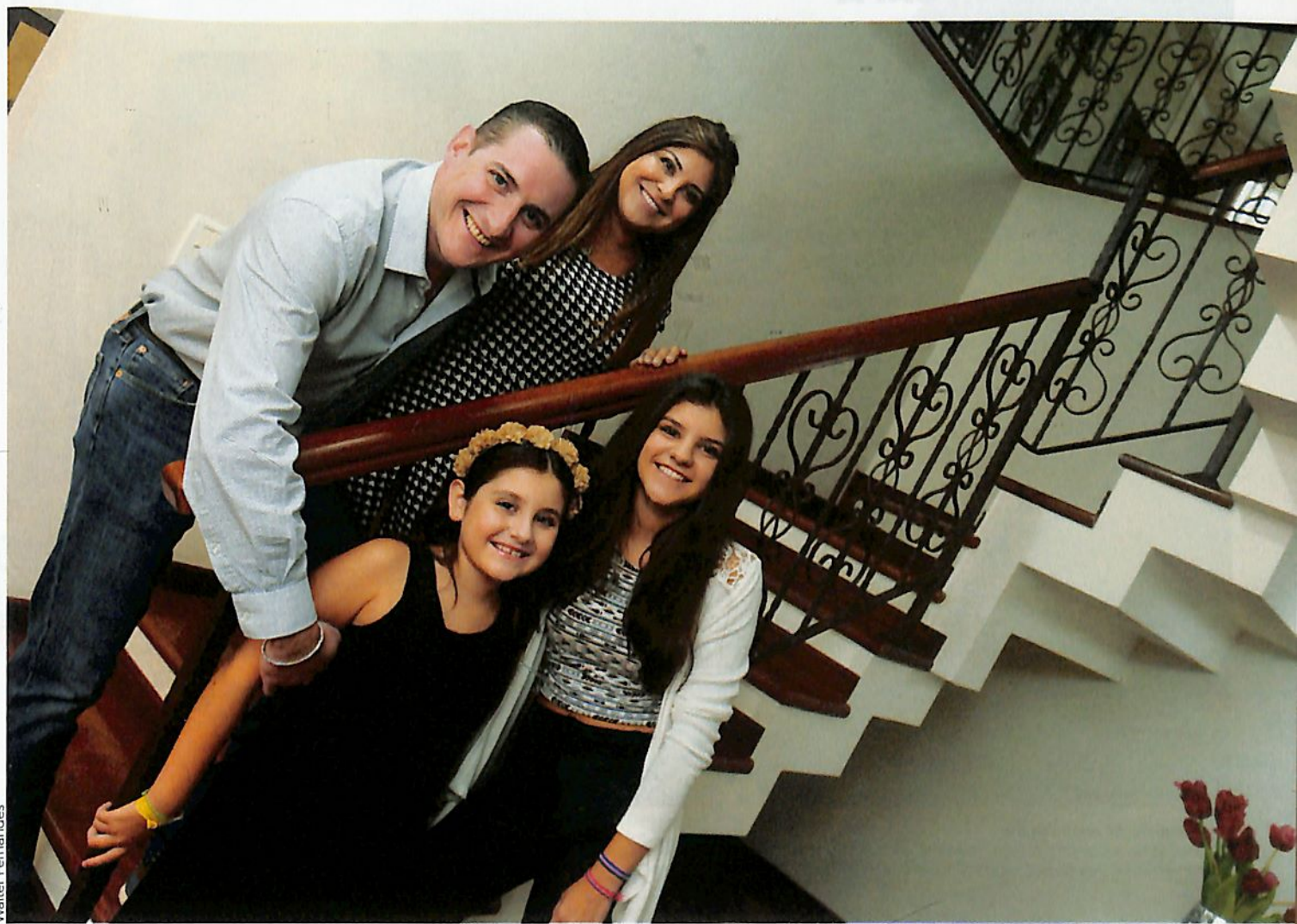
Quando Leandro Poretti e a família desembarcaram em Maringá no final de 2013, eles tiveram 48 horas para visitar escolas, conhecer imóveis e a cidade. Costaram. E decidiram: Maringá seria o destino da família com um novo desafio profissional para Poretti, que assumiu o cargo de diretor geral da Sancor Seguros.

As meninas, Sol e Pierina, à época com 10 e 7 anos, tiveram que estudar a passos acelerados. Com a ajuda de professores particulares, elas substituíram o espanhol pelo português nas disciplinas escolares e hoje falam sem sotaque. A esposa, Melina, que tinha uma vida social agitada em Mendoza, a cidade argentina que a família morava antes de vir para Maringá, não pode contar com muita ajuda do marido no período de adaptação, já que ele costuma ficar metade da semana fora de casa. "Os maringaenses são muito receptivos. Em pouco tempo fazíamos parte de grupos da academia, do condomínio onde moramos

e de pais. As meninas adoram as noites do pijama nas casas das amigas. E a equipe da escola em que as matriculamos foi fundamental: acompanhou de perto a adaptação", conta ele.

Quando a família se mudou para Maringá, fazia poucos meses que a Sancor havia iniciado a operação no Brasil - desde 2009 a empresa contava com um escritório técnico responsável pelo levantamento de informações de mercado e parceiros, mas a operação só teve início em 2013. A Sancor precisava formar uma cadeia de corretores, criar produtos voltados para a realidade brasileira, contratar executivos e, claro, vender seguros num mercado acirrado em que as três maiores seguradoras do país detêm dois terços do mercado. A empresa cresceu rápido e está um ano à frente dos resultados estipulados para o Brasil. A equipe saltou de 23 para 210 funcionários. O faturamento neste ano deve atingir R\$ 360 milhões e a expectativa é

Walter Fernandes



**// "Maringaenses são muito receptivos"**

Leandro Poretti, a esposa, Melina, e as filhas, Sol e Pierina, estão em Maringá desde 2013, quando ele veio para assumir a diretoria geral da Sancor Seguros

que seja de R\$ 500 milhões no ano que vem. "Até o final de 2018 deveremos alcançar o ponto de equilíbrio econômico-financeiro. Fizemos grandes investimentos, com a abertura de escritórios em Londrina/PR, Curitiba/PR, Cascavel/PR, Porto Alegre/RS, Blumenau/SC e Uberlândia/MG", afirma. No Brasil hoje a Sancor tem 800 mil vidas seguradas, um milhão de hectares 'seguros' e 60 mil apólices de automóveis. A empresa integra o grupo de 40 maiores seguradoras do país, de um total de mais 150 empresas.

É a primeira vez que Poretti trabalha em outro país. Nascido na pequena Sunchales, onde a Sancor está sediada, o executivo tinha morado em outras cidades argentinas e contou com a ajuda da equipe de expatriados, mantida pela seguradora no país-sede, bem como do companheirismo e receptividade dos diretores do Sicoob, que é parceiro estratégico da companhia no Brasil e tem ajudado na consolidação

da operação. Ele também tem a seu favor, o grande tempo de 'casa': são 22 anos na empresa, sendo que os últimos 14 foram trabalhados em várias cidades argentinas.

Sob a gestão de Poretti, a Sancor tem investido em governança, com a ajuda de uma consultoria internacional: trouxe dez executivos da capital paulista para a cidade. Contratou um software norte-americano usado por grandes seguradoras mundiais que representou um investimento considerável e envolveu 65 técnicos para a implantação, entre brasileiros, norte-americanos e argentinos. E tem desenvolvido produtos customizados para parceiros, como as cooperativas agrícolas da região, tanto que no sul do Brasil é a segunda maior seguradora na área de agronegócio. "A decisão da Sancor se instalar em Maringá foi mais do que acertada. Só tenho a agradecer a cidade pela receptividade à empresa e à minha família".



Arquivo pessoal

**// Depois de 22 anos em SP**

Sandra Sola, o marido, Márcio Navarro, e os filhos, Mariana e Pedro: ela voltou para Maringá para ajudar na administração dos negócios da família e ele vai abrir um consultório médico

## Boa filha à casa torna

O plano de Sandra Sola e do marido, Márcio Navarro, era morar em São Paulo/SP por quatro anos, para que ele pudesse fazer residência médica. O prazo foi esticando, esticando e lá eles permaneceram 22 anos. Foi na capital paulista que o casal teve os dois filhos, Mariana e Pedro, mas como a família dele é de Londrina e a dela é maringaense, os dois sempre voltavam ao norte do Paraná. "Enquanto os amigos dos nossos filhos gostavam de passar férias na Disney, a alegria dos nossos era estar próximos aos avós", conta Sandra.

Navarro montou uma bem-sucedida clínica de cirurgia plástica e de reconstrução com unidades no Tatuapé e no Pacaembu. Mas agora a família tem novos planos: Sandra e o filho mais novo voltaram para Maringá há quase dois anos e Navarro acerta os detalhes da clínica que em breve será inaugurada na cidade.

Depois que o pai de Sandra morreu, ela decidiu voltar para Maringá e ajudar a irmã, Sibebe, a administrar o Hotel Astoria e o Motel It, de propriedade da família. Também

era uma oportunidade para Pedro, que é autista, ajudar no hotel, e com menos tempo no trânsito, o garoto pode fazer aulas de música e esporte.

Mas nem tudo tem sido fácil. Como Pedro não se adaptou à escola em Maringá, ele passou o último ano estudando em casa com a mãe e um tutor. Para Navarro, também será um desafio. Aos 50 anos, ele terá que fazer seu 'nome' e clientela na cidade. Por enquanto, o médico tem se dividido entre as cirurgias em São Paulo e em conhecer outros médicos e hospitais em Maringá. Já a primogênita do casal continuará morando na capital paulista, onde trabalha numa das maiores agências de propaganda do país. "Em São Paulo não tínhamos parentes por perto e tudo é mais difícil e distante. Em Maringá trabalho com minha irmã e minha mãe. Pedro tem gostado de trabalhar no hotel, de conviver com os primos e de andar de bicicleta e na rua sem ter medo de ser roubado. Estamos começando uma nova e feliz etapa de vida", conta Sandra.



**// Elas mantêm um blog**

Eva Poumailloux e Luciane Cabannes se conheceram na França, e quando Eva veio no ano passado visitar a amiga maringense, decidiu se mudar

## Vida dos **sonhos**

Enquanto muitos sonham com uma vida em Paris, a francesa Eva Poumailloux vive a vida dos sonhos em Maringá, há dez meses. "A Luciane Cabannes sempre dizia que Maringá era a melhor cidade do país, na época não acreditava. Hoje acho que ela estava certa", diz, referindo-se à sócia maringense que conheceu em sua terra natal. "Depois de anos morando na Europa, minha sócia e o marido francês decidiram voltar para o Brasil. Vim visitá-los no ano passado e decidi ficar".

Eva havia visitado o Brasil há cerca de dez anos. Na companhia da amiga e anfitriã, fez um tour de seis semanas por várias cidades turísticas do país. Durante a visita encantou-se pela hospitalidade e alegria dos brasileiros. Encantamento que aumentou após 'descobrir' Maringá. "Desde o início me senti muito acolhida", diz ela, que ficou surpresa com os inúmeros 'bem-vinda à nossa cidade' que ouviu dos maringenses desde sua chegada.

A francesa conta que encontrou em Maringá o estilo de vida simples que procurava, sem a formalidade habitual da França. "Lá, quando a gente senta na mesa, só pode começar a comer depois que todos

estiverem sentados", conta.

Os elogios mais eloquentes, no entanto, são para a população. "Maringá tem muita gente boa, é uma cidade privilegiada e de muito calor humano".

Em poucos meses, a francesa diz ter feito amigos, principalmente com ajuda do marido da amiga por conta das suas visitas às universidades locais e a participação em grupos de oração na Catedral. Outra surpresa positiva foi a demanda por aulas de francês, uma das atividades que desempenha atualmente. Além de ensinar a língua nativa, Eva e Luciane mantêm o blog 'En couple, Simone', voltado ao público feminino e que aborda questões de relacionamento.

A bicicleta que servia de meio de transporte em Paris aqui foi substituída por uma moto. "É mais cômodo e a gasolina é barata". Embora ciente da diferença entre as estatísticas de Brasil e França, Eva afirma que a segurança não a preocupa. Ela só sente falta da comida francesa. "Gosto da culinária brasileira, mas a francesa é mais saudável, sem tanto açúcar e sal", compara Eva, que ainda assim não tem planos de retornar ao país de origem. "Quem sabe até formar uma família aqui?"



Walter Fernandes

**// Trabalham na área educacional**

Miguel do Santos, Andréia Maciel e o filho do casal, Miguel Neto: depois de viajarem por 16 meses e conhecerem diversos países, eles vieram morar em Maringá

## Só falta **o mar**

Fim de uma história e início de outra. É dessa forma que o casal Miguel Ângelo de Marchi dos Santos e Andréia da Silva Maciel define sua relação com Maringá, cidade que adotou como lar há quase três anos e meio. O caminho até aqui foi longo. E a chegada não poderia ter sido mais calorosa. "Os maringaenses são muito receptivos. Isso é um dos diferenciais da cidade", afirma Santos.

Antes de descobrirem Maringá no mapa, ele, a esposa e o filho Miguel Neto percorreram milhares de quilômetros mundo afora. Em 2012, a família deixou a simpática Jaraguá do Sul/SC e embarcou numa grande aventura – relatada no livro 'Protagonismo ou Loucura'. Durante 16 meses, eles cruzaram limites, divisas e fronteiras por terra, água e ar. Conheceram povos e culturas de todas as regiões do Brasil, América do Sul, 20 países da Europa e Marrocos, na África.

De volta ao Brasil, em setembro de 2013, era hora de encontrar um novo lar. Maringá surgiu como opção por meio de uma oferta de emprego. "Eram duas vagas, uma aqui e outra em Dourados/MS. Nossos conhecidos recomendaram Maringá, disseram que em relação a trabalho e qualidade de vida, iríamos gostar daqui", lembra Andréia.

Além das recomendações, pesquisas sobre a cidade feitas na internet endossaram a decisão do casal por Maringá. Santos veio na frente, em outubro de 2013, para assumir a gerência administrativa do Colégio Marista, função que desempenha até hoje. Andréia e o pequeno

Miguel Neto – na época com três anos – chegaram em janeiro de 2014 e não demoraram para se sentir em casa. "Maringá é uma cidade limpa, organizada e verde como nos disseram", diz Andréia. Para Miguel Neto, o melhor é o clima. "Gosto do sol daqui. Só falta a praia", lamenta o garoto. "É do mar que mais sentimos falta porque morávamos perto do litoral", acrescenta Santos. Sem mar e areia, a família se diverte nos parques e nas praças. O gramado ao redor da Catedral é o local escolhido para os piqueniques e para soltar pipa. As caminhadas e os passeios de bicicleta são feitos no Bosque 2 ou no Parque do Ingá, mesmos espaços usados por Miguel Neto para as brincadeiras com patins, patinete e skate.

Andréia cita ainda a diversificada programação cultural e as opções de bares e restaurantes como pontos positivos. "A oferta de shows, teatro e eventos é grande e isso faz muita diferença".

Também sobram elogios para os serviços de saúde e educação. O casal ressalta o número de hospitais e instituições de ensino superior na cidade. "Nunca vi uma cidade com tantas universidades e oportunidades para qualificação profissional. Miguel está fazendo mestrado e eu estou na segunda pós-graduação em Maringá. Trabalho para um grupo educacional que proporciona um leque de opções", comenta Andréia, que é coordenadora educacional do Ensino Médio no Colégio Objetivo.

# PARABÉNS, MARINGÁ.

A CASA DA SANCOR SEGUROS NO BRASIL.

# 70 ANOS



A Cidade Canção foi escolhida pela Sancor Seguros para dar segurança e proteção a todo país. Parte essencial e muito especial na nossa história. Uma parceria que se fortalece a cada dia, a cada negócio.



## SANCOR SEGUROS

*Tudo bem. Tudo seguro.*



Walter Fernandes

**// Primeira filha será maringaense**

*"Estou aprendendo a ser maringaense", diz o empresário Marcello Orru sobre hospitalidade e o 'jeitinho brasileiro': ele veio para cá por causa da esposa e abriu um restaurante em Maringá*

## Família **íta**lo-brasileira

Casado com uma maringaense e morando há quase dez anos na cidade, o italiano Marcello Orru está mais do que adaptado à vida em Maringá. Feliz e realizado, é aqui que pretende criar a primogênita, Antonella, que deve nascer em julho. "Não penso em voltar para a Itália, minha vida hoje é aqui".

Orru se mudou para Maringá em 2008 por causa da amada Dafine, porém nos primeiros anos ficou na ponta aérea por conta dos compromissos profissionais na terra natal. Há cerca de três anos e meio decidiu fincar as raízes na cidade ao inaugurar o Italiano Bistrô. Chef profissional, é ele quem comanda a cozinha do restaurante e prepara os pratos tipicamente italianos. E todos bem regados. "É uma típica cantina italiana, onde se fala alto e come muito bem".

O restaurante é sucesso entre os maringaenses que apreciam a culinária italiana. Aliás, o tamanho dessa parcela da população surpreendeu Orru. "Não sabia que tinham tantos descendentes da Itália aqui. Isso fez me sentir ainda mais em casa".

O italiano diz apreciar o ritmo de Maringá, que alterna dias de agitação e calma, referindo-se à rotina dos dias úteis e dos fins de semana e feriado. "É diferente de cidades como Londres e São Paulo que são sempre aceleradas".

Ao comparar Maringá e as capitais, o italiano elogia a evolução na última década. Além da melhoria na infraestrutura, ele destaca a oferta e diversificação de produtos e serviços. Hoje é possível encontrar na cidade, por exemplo, boa parte de ingredientes que antes eram restritos aos grandes centros. "Estou aprendendo a ser maringaense", diz aos risos, sobre a hospitalidade e o 'jeitinho brasileiro'.

## Para viver e **empreender**

Almoçar em casa com a família é um dos prazeres descoberto pela mineira Fernanda Mendonça Hirai após a mudança para Maringá. "Tudo é perto", comemora a agora empresária e ex-comissária de bordo, que morou 17 anos em São Paulo.

A mudança ocorreu no final de 2013, meses depois de Fernanda recusar uma primeira oferta. Na época, ela tinha recém-mudado para Londrina após deixar a aviação civil e estava à procura de uma oportunidade de negócio. A Lavasecco - franquia pretendida por ela e o marido, Douglas Hirai - contava com uma unidade na cidade vizinha e projetava a entrada em território maringaense. Mas nem o atrativo PIB de Maringá convenceu o casal naquele momento.

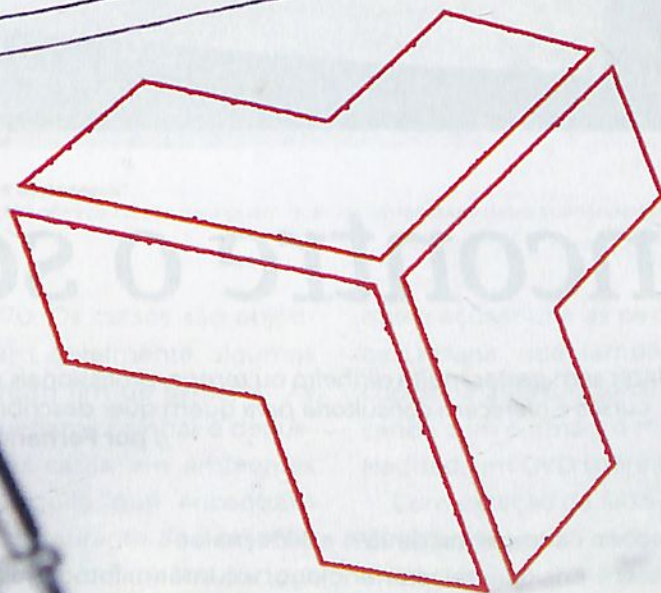
Meses depois, ao receber uma nova oferta, Fernanda selou a parceria para trazer a franquia à cidade. "Na segunda vez, além de uma pesquisa de mercado, a Lavasecco tinha o ponto para a abertura da loja, o que facilitou nossa decisão", recorda a empresária.

Hoje, são duas lojas na cidade. Uma na avenida Tiradentes e outra anexa ao supermercado Angeloni. "O faturamento tem crescido, mas o retorno financeiro ainda não é o desejado. Porém, acredito que é por causa da crise econômica que o país atravessa, e não do mercado local", diz Hirai, sem demonstrar arrependimento do investimento. Piloto de aviação civil, ele ajuda a esposa na administração das lojas quando está de folga em Maringá. Além do promissor mercado à Lavasecco, o casal elogia a segurança. Em Maringá, Fernanda diz que se sente segura para caminhar pelas ruas e dar certa independência aos filhos. "Sempre achei Maringá muito charmosa, desde a época que fazia voos para cá tinha essa impressão. Estou feliz e aqui pretendo ficar", conclui.

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

*Qualidade e confiança  
desde o primeiro momento.*

WDB Comunicação

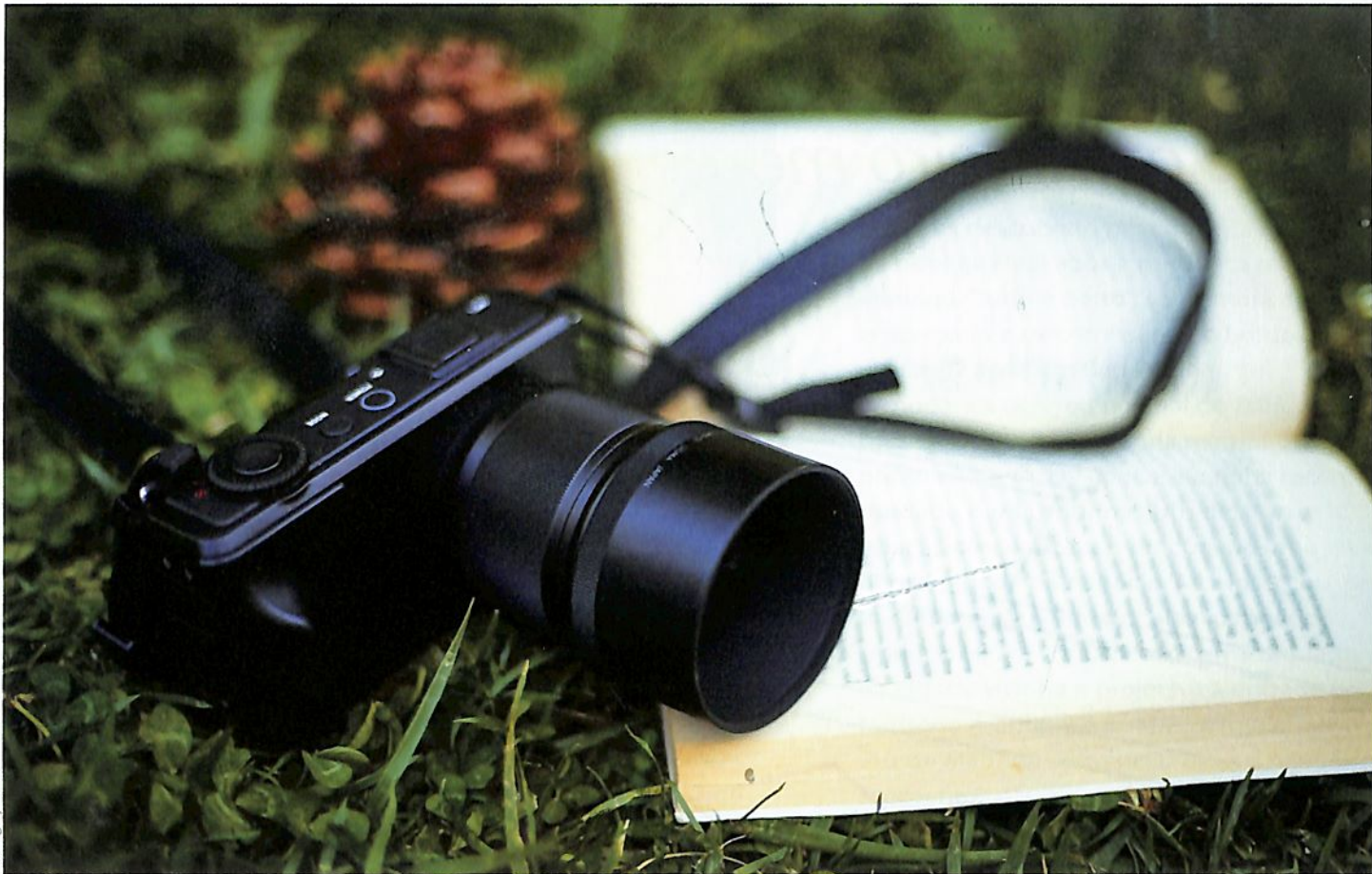


***Novo endereço Matriz***

Avenida João Paulino Vieira Filho, nº 625  
Edifício New Tower Plaza - Torre II - 18º andar  
CEP 87.020-025 - Novo Centro - Maringá - PR



taky.com.br



Divulgação

# Hobby: encontre o seu

De culinária a fotografia, atividades podem virar lazer sem gastar muito dinheiro ou tempo; profissionais ministram cursos e oferecem consultoria para quem quer descobrir talentos  
 // por **Fernanda Bertola**

Reservar um tempo para si em meio a tantas obrigações não é luxo, é necessidade. Sabe disso quem tem ou encontrou um passatempo que funciona como fonte de revigoramento, e com isso poder ter o bom humor aflorado, relaxamento mais frequente e a criatividade aguçada.

Se essas razões não parecem o bastante para provocar o desejo de encontrar um *hobby*, um estudo de pesquisadores norte-americanos da Universidade Estadual de São Francisco, divulgado há três anos, pode despertar o interesse dos mais resistentes. Publicado no *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, o estudo mostra que atividades sem relação com o trabalho, praticadas por lazer, podem aumentar o desempenho de profissionais no expediente. De acordo com a pesquisa, os entrevistados que praticavam um *hobby* tiveram de-

sempenho de 15% a 30% maior.

Que tal virar enólogo, voluntário, fotógrafo, confeitiro, decorador, atleta ou artesão por puro prazer? O site [notsoboringlife.com](http://notsoboringlife.com) (em inglês), para os mais curiosos, traz sugestões que podem combinar mais ou menos com cada pessoa, inclusive uma lista com os *hobbies* praticados por cem famosos internacionais.

Dentre as práticas com grande potencial para virar uma paixão está uma que sequer exige que as pessoas saiam de suas casas, ou melhor, de suas cozinhas. "Cozinhar é oferecer ao próximo uma obra sua, que você pôs sua mão, seu carinho. E fazer algo que ninguém está te obrigando é recompensador", destaca a chef, culinária e consultora Luciana Haddad, que há dois anos abriu a LH Cursos de Culinária, com cursos a par-



### // "Açúcar une as pessoas"

Luciana Haddad oferece cursos para quem quer incrementar os dotes culinários, os de confeitaria são os mais procurados

tir de R\$ 70. Os cursos são objetivos e duram, geralmente, algumas horas ou num fim de semana. "As pessoas queriam cozinhar e degustar em suas casas, em ambientes informais, aquilo que encontram num bom restaurante. Se o objetivo é fazer cozinha italiana, no curso o aluno vai aprender como se faz um molho bechamel, massa branca e verde, canelone, ravióli. É um curso para aprender a fazer uma receita bem-feita", diz Luciana.

Outras opções são os cursos de pratos *fitness* e sem glúten, sem lactose, peixes, receitas *lowcarb*, cozinha japonesa, hambúrguer, culinária italiana e *finger foods* (estes também atraem profissionais). O campeão de inscrições, no entanto, é o de confeitaria. "Costumo dizer

que o açúcar une as pessoas", brinca Luciana, que também oferece cursos na área funcional e está lançando com o irmão, o médico João Haddad, um DVD sobre o tema.

Com exceção da faixa etária, que varia dos 25 aos 65 anos, o perfil dos alunos de Luciana é parecido: dois terços são mulheres e a maioria é casada. Apesar de haver cursos que atraem mais os homens, como o de churrasco.

Como a escola funciona na casa da professora, o ambiente contribui para uma experiência com um 'que' de intimismo, tão prezado pelos alunos - a *chef* também ministra aulas fora da cidade. Segundo ela, sem pressão ou formalidades de um curso para formar profissionais, muitos alunos conseguem aprovei-

tar ao máximo os ensinamentos e uma parte volta a se inscrever para novos cursos.

### "SEM QUERER"

Dance bem, mal e até sem saber dançar. As frases que formam versos da música *Dancing Days*, de *As Frenéticas*, remontam a ideia que o simples ato de dançar faz bem. E se a experiência pode ser positiva, por que não fazer dela um hábito? "Tive alunos que disseram que só fariam aula se não fossem obrigados a participar de apresentações, mas acabaram mudando de ideia. A apresentação é o ápice do trabalho, o reconhecimento de todo o esforço. Temos alunos que se encantam com a dança e a observam como arte, principalmente quando pro-



Walter Fernandes

**// Dança de salão tem grande procura**

"Na primeira aula de língua estrangeira você sai falando fluente? Se todos soubessem dançar, perderia meu emprego", brinca Karenn Ticianel, que ensina dança e atividades circenses

pomos apresentações no teatro", diz a sócia e professora do estúdio Aéreofitness Karenn Ticianel.

Para quem tem medo de se soltar, Karenn faz um questionamento. "Na primeira aula de língua estrangeira você sai falando fluente? Se todos soubessem dançar, perderia meu emprego", brinca.

Na Aéreofitness há atividades circenses e vivências com lira e trapézio fixo, balé clássico, clip dance (coreografias dos videocliques), danças de salão e de sertanejo universitário, dança do ventre, urbana (street dance), fit balé (balé com ginástica e músicas pop), aula de flexibilidade, pole dance fitness feminino (acrobacias com barra vertical) e stiletto (dança com salto alto).

Segundo Karenn, as maiores tur-

mas são as de atividades circenses, fit balé e danças de salão. "Na turma de dança de salão temos casais, pai e filha, noivos. O sertanejo universitário é mais procurado pelos solteiros. Nas turmas de atividades circenses, balé e fit balé temos desde crianças a pessoas com mais 60. No pole dance temos uma aluna com mais de 60. É só ter vontade, experimentar e se superar. Há alunos que contam que quando entram na sala esquecem os problemas e aproveitam o momento como se fosse único".

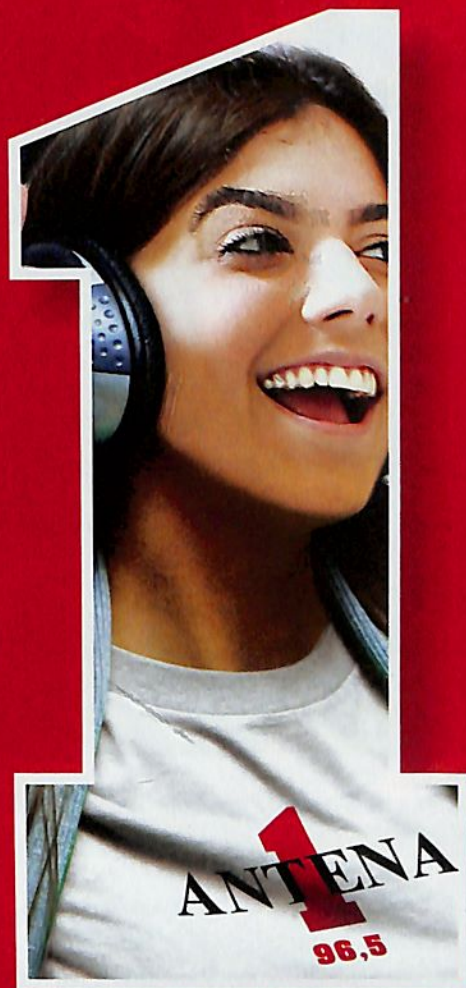
**ESTILO**

A consultora de moda Michelle Valêncio, que também é personal stylist, conta que muitas clientes ficam tão encantadas ao descobrir as

possibilidades de looks que tinham no guarda-roupa e ao conhecer técnicas para equilibrar a silhueta que dizem se redescobrir. A sensação, prazerosa, acaba por tornar o ato de vestir-se bem um hábito em alguns casos. "Muitas clientes ficam bastante interessadas, pesquisam sobre o tema e acabam criando um 'arsenal' pessoal. Se vestir é o ato diário de colorir a alma", diz.

Ela própria, fisioterapeuta de formação, tornou o interesse pelo universo da moda um hobby há alguns anos. Só mais tarde o hábito daria origem à atual profissão. "Mantinha um blog, gostava do tema e os amigos começaram a incentivar. Fiz vários cursos para hoje atuar na área", conta.

Hoje, os clientes que atende



Exponha sua marca na  
melhor rádio do segmento  
adulto contemporâneo de  
Maringá, e obtenha os  
melhores resultados  
em negócios.

SINTONIZE

**ANTENA**  
**1**  
**96,5**

Fone 44 3262-9293 / 99759-0613



Walter Fernandes

## // Vestir é colorir a alma

Fisioterapeuta por formação, Michelle Valêncio sempre gostou de moda e mantinha um blog; depois de fazer vários cursos, ela é consultora de estilo

como *personal stylist* são principalmente mulheres, das classes A e B, geralmente com mais de 30 anos. Michelle conta que parte procura os serviços com uma reclamação comum: 'não sei como me vestir'. "Ajudamos a cliente entender a imagem que pretende passar e se essa imagem tem a ver com o estilo dela. Para isso, aplicamos vários testes. O primeiro passo é ajudar a se conhecer".

Em um dos pacotes oferecidos pela consultora a cliente recebe um *lookbook* com as possibilidades de combinações das peças que tem no armário. "A maioria segue o caminho e se diverte escolhendo como vai se vestir, porque percebe o quanto isso é útil. E quem vai mais a fundo pode até acabar virando uma profissional da área, como eu", comenta Michelle.

## O MELHOR ÂNGULO

Quando o assunto é *hobby*, foto-

grafar está entre os mais comuns. Mas se a desculpa é a falta de dinheiro ou de interesse em investir em equipamentos, está na hora de arrumar outra. Pelo menos é o que defende o fotógrafo João Vitor Polidoro. Com o celular é possível fazer fotos incríveis, bastando dedicação e aplicação de técnicas.

Sócio da Nati & João Contadores de Histórias, Polidoro oferece há dois anos um curso de fotografia para amadores. E o melhor, de graça. "Nas aulas falo como é possível usar a fotografia em tudo, e que o equipamento é 'irrelevante'", diz.

Evangélico, ele venceu o desafio de se tornar um ministrador, contou com a ajuda de professores, planejou as aulas e conseguiu colocá-las em prática. A cada edição cerca de 30 pessoas aprendem mais sobre como fotografar. "Temos maquiadoras, donas de casa, pais. Eles ficam impressionados ao descobrir que podem

fazer fotos usando um celular", diz.

O curso é realizado em dez encontros, em um prédio cedido pela igreja que Polidoro faz parte. "Quando focamos em composição, conseguimos fazer uma foto bem enquadrada com qualquer tipo de equipamento. Você pode perder em qualidade de resolução, mas a fotografia vai ser boa, dependendo do seu olhar".

Orgulhoso, Polidoro relata que alguns alunos têm feito fotos incríveis. Um deles, um aposentado, até comprou um celular melhor para fotografar as bicicletas antigas. Outra aluna agora é a preferida para fazer os registros de família, já que aprendeu a 'flagrar' bons momentos, deixando de lado os pedidos incansáveis para poses. "Fotografar é uma prática que preenche a alma e que recompensa, principalmente quando alguma imagem é elogiada", frisa Polidoro.

# REVOCÊ CON TODOS QUIS OS TARDÍAS



# 9

## ANOS

atrás, nós pensamos um shopping totalmente novo, com tudo aquilo que você mais gosta. Foi amor à primeira vista!

De lá pra cá, reconquistar você todos os dias tem sido nossa maior inspiração. Porque a cada ano que passa você muda e o seu shopping também tem que mudar. Afinal, você faz parte disso tudo.

  
**MARINGA PARK**  
VOCÊ FAZ PARTE DISSO TUDO

# UNINGÁ LANÇA EAD: nem sempre lugar de aluno é em sala de aula

// por Josi Costa



Com 17 anos de referência no ensino superior presencial, Uningá se prepara para lançar o EAD

Se na década de 1960 o acesso à escola era precário e estudar era 'luxo' para poucos, quem imaginaria que hoje seria possível ter aulas sem sair de casa e ter uma escola a um click de distância? Sim, a internet colocou a sala de aula no computador, no celular, no tablet e em outros aparelhos conectados à rede de computadores.

Com 17 anos de história e empreendedorismo no ensino superior, a Uningá entra para o mercado de educação a distância (EAD) com cursos em todas as áreas do conhecimento. É a modalidade de ensino que mais cresceu nos últimos anos, em razão de vantagens como comodidade e flexibilidade de horários e investimento mais atrativo.

Segundo pesquisa da Fundação

Getúlio Vargas (FGV), a procura pela EAD cresceu 44% entre 2010 e 2014. Foram 3 milhões de matrículas em 2015, crescimento de mais de 1 milhão comparado a 2014, de acordo com a Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED).

Os números mostram que essa modalidade está em franca expansão. Atenta às mudanças e às novas demandas do ensino superior, a Uningá está investindo na reestruturação do campus em Maringá e na contratação de profissionais para manter na EAD a mesma qualidade dos 26 cursos presenciais. Em sua trajetória, a instituição é reconhecida por formar profissionais na área de saúde e mantém essa referência também na nova modalidade.

## Ensino a distância, qualidade presente

A EAD da Uningá será lançada em breve e deverá atender alunos moradores da região Sul. Na avaliação da diretora Daniela Ferreira Correa, mestre em Novas Tecnologias e com especialização em Marketing e EAD, a modalidade a distância é um diferencial sob medida para a rotina das pessoas e aos novos tempos. "É um modelo de ensino flexível, que se adapta à correria do dia a dia, mas exige empenho, planejamento e autodisciplina", diz.

Daniela destaca duas áreas entre os 13 cursos que serão ofertados. "A Uningá sempre foi vista pela oferta dos cursos de saúde, e nesse primeiro momento optou por aproveitar esse potencial. As nossas engenharias têm os melhores laboratórios e os melhores conceitos segundo o Ministério da Educação", explica.

Na EAD, para acesso às aulas, os alunos só precisam de um dispositivo móvel ou não, conectado à internet, e serão orientados por professores ou tutores por meio de ferramentas virtuais. "Nosso material didático foi elaborado com uma linguagem totalmente dialógica e interativa para proporcionar momentos valiosos de estudo. Tudo está sendo feito para oferecer eficiência e qualidade no ensino-aprendizagem", finaliza a diretora.

A Uningá é reconhecida como uma das principais Instituições de Ensino Superior (IES), está incluída entre as 4% das IES do país com nota 4 no IGC (Índice Geral de Cursos do MEC) e destaca-se como melhor Centro Universitário do Paraná, 2º da região sul e 4º do Brasil.

# A MELHOR Formação

**GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO**  
NA MODALIDADE A DISTÂNCIA

**VESTIBULAR**

**INSCRIÇÕES**  
EM BREVE

CONHEÇA O  
**UNINGÁ CRED**

**IGC 4**  
ÍNDICE GERAL DE CURSOS  
ESCALA DE 1 A 5

# Com público segmentado, Festas & Noivas gera negócios

Evento é oportunidade para apresentar produtos, serviços e novidades a um público realmente interessado em contratar fornecedores para festa, conforme confirmam pesquisas feitas junto a visitantes e expositores //por Graziela Castilho



Fotos: Walter Fernandes

## // Segundo pesquisa

Realizada no mês passado, 11ª edição recebeu 84% dos visitantes com intenção de realizar festa em um ano

Milhares de visitantes estiveram na 11ª edição da Feira Festas e Noivas, em 4 e 5 de abril, no Moinho Vermelho Eventos. Promovida pela ACIM com o apoio do Copejem, a feira reuniu cerca de 50 expositores que apresentaram novidades e tendências em decoração, presentes, trajes, salão de beleza, doces, fotografias, bufês, bandas, hotéis entre outros.

Referência por favorecer um ambiente propício à negociação, a feira mais uma vez foi bem avaliada, segundo o Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM. De 241 visitantes entrevistados, 99,5% ficaram satisfeitos com a organização, 80% saíram com a expectativa de retomar contato com os expositores para fechar negócio e 84% têm a intenção de realizar festa nos próximos meses/ano.

A consultora de atendimento Pris-

cila Gabriela Machado e o técnico de suporte Willian Zanuto Oliveira se casarão em setembro, numa cerimônia que deverá reunir 250 pessoas. O casal, que ficou sabendo da feira pelo Facebook, pesquisou fornecedores que ainda falta contratar, como doces finos, bolo e até o vestido da noiva. "Recebemos boas propostas e devemos fechar contratos", disse a noiva.

## PROSPECÇÕES

Do lado dos expositores, a avaliação também foi positiva, conforme pesquisa da ACIM junto a 36 participantes: o nível de satisfação com o evento atingiu 91%. Do total, 75% dos expositores ficaram satisfeitos com o número de contatos e 31% fecharam negócios durante a feira.

Para o proprietário do Meu Colorido, Fábio Araújo Lana, esta foi a melhor

edição que participou. "A feira estava bem movimentada e a maioria das pessoas estava realmente interessada em conhecer fornecedores e fechar negócios. Fiz promoções e para dar conta de atender a todos, juntei grupos de visitantes para apresentar os serviços", afirmou animado por ter fechado um negócio e feito vários contatos.

Um dos serviços apresentados foi o Espelho Mágico, que consiste na impressão de fotos em formato polaroid. "Criamos um endereço no Instagram para os noivos e os convidados postarem fotos com a indicação da hashtag. Depois, a gente personaliza, faz a impressão e pendura em um varal de fotos durante a festa".

O outro serviço é o totem, uma cabine em formato de máquina fotográfica em que os convidados tiram foto, com revelação instantânea.



ANS - nº 33683-1

## Evoluir é mudar sem perder a essência.

Nascemos puros, humildes. Por isso, simplesmente acreditamos. Transformamos um barracão de madeira em um hospital reconhecido e acreditado. Confiamos no triunfo. Passamos a duvidar dos obstáculos. Seguimos com fé, inclusive na ciência. Acreditamos em fazer mais pelas pessoas e nos tornamos também o melhor plano de Saúde da cidade. Evoluímos. E agora, por maturidade, seguimos acreditando. Bendita seja nossa crença.

Santa Casa de Maringá / Santa Casa Saúde.  
Acreditamos na vida.



**Santa Casa  
de Maringá**

NOVA  
MARC

# Cliente prefere o extraordinário

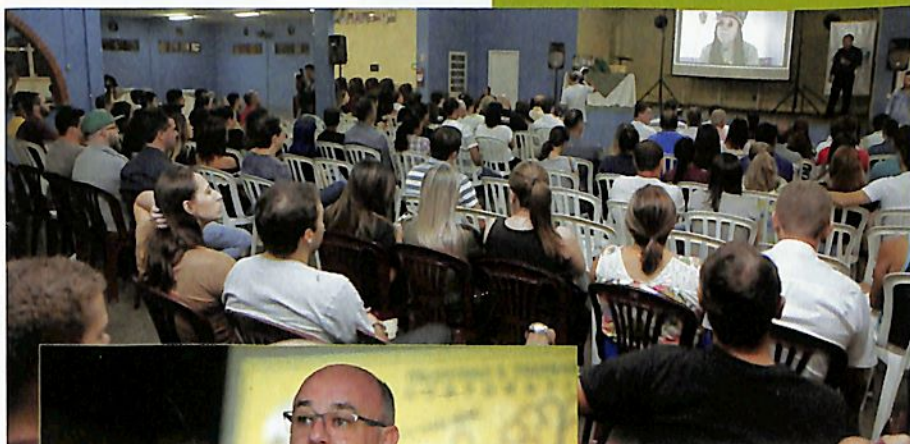
Ser sincero e demonstrar disposição no atendimento são comportamentos de quem faz um bom atendimento, segundo o consultor Amauri Crozariolli, que faz quatro palestras gratuitas em bairros a convite da ACIM e Coopercard //por Graziela Castilho

O consultor de vendas e atendimento Amauri Crozariolli abriu mais um ciclo de quatro palestras gratuitas do projeto ACIM em Ação, em 30 de março, no Centro Comunitário do Jardim Alvorada. Logo na abertura ele afirmou: "ninguém entra em uma loja só para dar uma olhadinha, mas a intenção de compra só é efetivada se o vendedor demonstrar interesse e disposição".

Com o tema 'Vendologia', a palestra focou o comportamento do vendedor e do consumidor. "O profissional ordinário é aquele que faz o convencional ou trivial, ou seja, o básico. Só que o cliente prefere o extraordinário, que é aquele que se interessa em resolver da melhor maneira o problema, sempre falando a verdade sobre o produto".

Para exemplificar, o palestrante contou uma experiência enquanto consumidor: entrou em uma loja à procura de chuveiro e a vendedora mostrou diversas opções, dando destaque a um modelo que era o dobro do preço, mas que apresentava diferenciais. Essa vendedora disse o produto era mais caro, mas garantia que o cliente não iria se arrepender da compra. Resultado: Crozariolli não só levou o produto indicado como de melhor qualidade, como ficou satisfeito.

Por outro lado, o palestrante alertou sobre a inconveniência do vendedor que empurra o produto para o cliente. "Não há nada pior do que isso. Facilite a venda construindo uma relação de confiança,



Fotos:Walter Fernandes

## // Dicas de atendimento

Amauri Crozariolli: "ninguém entra em uma loja só para dar uma olhadinha, mas a intenção de compra só é efetivada se o vendedor demonstrar interesse e disposição"

fique atento aos detalhes, torne o atendimento leve e saiba vender a qualidade do seu produto", orienta.

## SEJA LEAL

A lealdade e a sinceridade foram enfatizadas: é melhor perder uma venda por falar a verdade do que ganhar falando mentira. E o vendedor esperto deve usar a tecnologia a favor da empresa.

As dicas de Crozariolli serão úteis para Jeferson Peralta, da Peralta Representações. "A palestra foi muito esclarecedora e aprendi mais sobre como abordar o consumidor. Muito do conteúdo até já sabia, mas acabo esquecendo. Pretendo colocar tudo em prática junto com a equipe de vendas", disse.

Para participar das três próximas edições (8 de junho no teatro Reviver, 24 de agosto no Buffet Ilha D'Capri e 19 de outubro na Sociedade Rural de Maringá) basta ir ao local da palestra e preencher um cadastro para concorrer a brindes. Não é preciso ser associado à ACIM, que realiza o ciclo de palestras com a Coopercard, e conta com o patrocínio da Sancor Seguros, Sicoob, Maringá Park, Cocamar, Unimed Maringá e Sanepar.

## PRÓXIMA PALESTRA

**8 de junho, às 19h30, no teatro Reviver (Zona 2),**  
localizado na avenida Cerro Azul - Praça Todos os Santos

## VIVA SEM GORDURA NAS BOCHECHAS

A bichectomia é um procedimento cirúrgico que consiste na retirada de gordura de dentro das bochechas. Largamente realizado por celebridades estrangeiras, atrizes de Hollywood como Angelina Jolie, Kim K., J. Lo, Madonna; a técnica, recentemente, chegou ao Brasil. Por aqui, uma das atrizes que se rendeu à bichectomia foi Glória Pires.

Há critérios para se realizar a cirurgia: uma anamnese rigorosa e exames pré-cirúrgicos são fundamentais para a sua execução. Existem indicações estéticas e funcionais. O cirurgião avalia a face, as estruturas intrabucais do paciente e associado a exames complementares chega ao diagnóstico.

O procedimento dura em média 40 minutos. A recuperação é rápida e o prazo de recuperação também é de uma semana se não ocorrerem intercorrências. Durante a recuperação, não é indicada a realização de atividades físicas.

Os resultados são realmente satisfatórios logo após o procedimento, desde que bem indicados, mas é preciso pensar no longo prazo. A pele precisa de sustentação e quando ela é perdida a face poderá ter futuramente um visual envelhecido, o que poderá requerer novas condutas.

O importante é que os pacientes procurem profissionais realmente habilitados e que estes, apresentem com clareza as vantagens e desvantagens do procedimento para juntos optarem pela sua realização.

### Dr. Angelo José Pavan

CRO 7444

Doutor em Diagnóstico Bucal;  
Mestre em Cirurgia Bucomaxilofacial;  
Professor de Cirurgia Bucomaxilofacial da  
Universidade Estadual de Maringá;  
Professor de Cursos de Especialização em Implantodontia.



### Dr. Edevaldo T. Camarini

CRO 6008

Doutor em Cirurgia Bucomaxilofacial;  
Mestre em Diagnóstico Bucal;  
Professor de Cirurgia Bucomaxilofacial da  
Universidade Estadual de Maringá;  
Professor de Cursos de Especialização em Implantodontia.



**CENTRO DE TRATAMENTO BUCOMAXILOFACIAL**  
Cirurgias e Implantes  
desde 1992



Rua Princesa Isabel, 564 Zona 04  
Maringá PR, 87014090



44 30245646



[www.ctbmaringa.com.br](http://www.ctbmaringa.com.br)



CTB Maringá



[ctb@ctbmaringa.com.br](mailto:ctb@ctbmaringa.com.br)



44 9 9136 5874



CTB Maringá

# Avenida Cerro Azul, entre antigos e novos negócios

A avenida que liga a região sul ao centro da cidade reúne empresas que estão há mais de 30 anos e outras que se instalaram há menos tempo, mas estão igualmente satisfeitas

// por Graziela Castilho

Walter Fernandes

Um imóvel de 600 metros quadrados localizado na avenida Cerro Azul, no Jardim Novo Horizonte, foi o escolhido pela engenheira mecatrônica Camila Alcamim, há quase um ano, para instalar a Alcamim Cubo House. Mais do que uma troca de endereço, já que a empresa de automação deixou uma sala comercial em shopping, a mudança significou o reposicionamento da marca, pois passou a atuar também com e-commerce e a focar em atendimento corporativo.

"No shopping a sala ficou pequena. Como nossos produtos não precisam de um ponto comercial com localização estratégica, porque atuamos com projetos personalizados, focamos em encontrar um prédio com estacionamento próprio e que pudéssemos instalar o showroom e ambientes funcionais", explica Camila. Lá os clientes são atendidos com horário agendado.

A mudança beneficiou até a

#### // Soluções de automação

Camila Alcamim, da Alcamim Cubo House: empresa se instalou há um ano no Jardim Novo Horizonte e passou também a apostar em atendimento corporativo e comércio eletrônico





**// Tem 39 anos**

Euclides Marchiotto, da Casa Portuguesa: restaurante tradicional especializado em pratos com bacalhau, alguns levam até cinco horas para ficar prontos

gestão empresarial porque ao concentrar em um único local os produtos, serviços e desenvolvimento de soluções, ficou mais fácil fazer o controle. "Também caprichamos na fachada e recebemos visitas de moradores da região", comenta, satisfeita com o movimento e a segurança do bairro. O público-alvo da Alcamim, porém, ultrapassa os limites da cidade. Com clientes de São Paulo, Rio Grande do Sul e outros estados, a empresa direciona o atendimento corporativo para grandes obras da construção civil, e canaliza o e-commerce para clientes finais.

Há quatro anos no mercado, a Alcamim oferece tecnologias que trazem economia e sustentabilidade. Dessa forma é possível, por exemplo, reduzir gastos por meio da regulagem automática da temperatura de ar-condicionado e luminosidade, controlar a geração e o consumo de energia solar.

A empresa também vai oferecer soluções de Smart Cities, um conceito de cidade inteligente, com uso de tecnologia, que possibilita, por exemplo, internet gratuita para toda a cidade, pontos de ônibus inteligentes com recursos que podem mostrar o tempo para o ve-

ículo chegar, postes de iluminação pública com geração de energia solar e sensores conectados à rede do município para a gestão da manutenção. "São soluções que estão muito mais próximas do dia a dia do que as pessoas imaginam", diz.

### TRADIÇÃO EM COMIDA PORTUGUESA

Tradicional restaurante de comida portuguesa, a Casa Portuguesa se instalou há 12 anos na avenida Cerro Azul, conta o gerente Euclides Marchiotto, que é genro dos proprietários, Joaquim Luiz Cerqueira Galvão e Maria Julia Galvão. Mas o restaurante é bem mais antigo, tem 39 anos. Antes, o estabelecimento funcionou na rua Santos Dumont. "Aqui podemos atender 30 pessoas confortavelmente. Temos estacionamento próprio e o local tem boa visibilidade", afirma.

Com cardápio fixo, que inclui 20 pratos à base de bacalhau, o restaurante tem como um dos carros-chefes a Marieta, que leva posta de bacalhau, batata cozida e acebolada. No menu também há opções servidas sob encomenda, ou seja, o cliente precisa agendar o pedido, já que algumas receitas demoram até cinco horas para



### // Com estacionamento próprio

O casal Valdemar e Maria Pedrini com as filhas Tânia e Adriana: eles são proprietários da Panificadora e Confeitaria Cerro Azul, que tem 34 funcionários

ficar prontas. "Todo o cardápio é supervisionado por Maria Júlia, que é habilidosa e conhecedora da culinária portuguesa. Inclusive, ela treinou a cozinheira".

E para completar a experiência gastronômica, o restaurante oferece doces requintados. Entre os mais pedidos estão o cartaxo (massa folhada com recheio de doce de amêndoas), o pastel de nata e a alfacinha (massa folheada com creme de leite).

### PONTO FIXO

Quem também está há muito tempo na avenida é a Panificadora e Confeitaria Cerro Azul, há 37 anos no mesmo endereço. Os proprietários atuais, porém, compraram a empresa há 22 anos. "Meu pai se aposentou, mas ainda tinha vigor para trabalhar. Então, decidimos investir em um negócio próprio. Como meu tio tinha experiência em panificação, seguimos para esse ramo", lembra Tânia Ferreira Lima, sócia com o pai, Valdemar Augusto, a mãe, Maria Pedrini, e a irmã Adriana.

"Estamos posicionados no sentido centro-bairro, o que é positivo. Quando as pessoas retornam do trabalho, o movimento é maior e temos um ótimo fluxo de clientes", ressalta. Dos dez funcionários iniciais, hoje são 34. Além de panificadora e confeitaria, o estabelecimento oferece refeições das 11 às 23 horas. "Nesse intervalo o cliente pode vir a qualquer hora e pedir uma refeição", explica.

Há um ano, a panificadora teve a estrutura física ampliada e o estacionamento para 25 automóveis foi

reformado. "Embora estejamos em um bairro, as vagas públicas são disputadas porque a avenida é movimentada, e tem supermercado e banco aqui perto. Então, ter um estacionamento é uma comodidade para os clientes", acrescenta Tânia.

Além da qualificação constante da equipe, a empresa oferece plano de carreira. "A forma como tratamos o colaborador reflete diretamente no atendimento. Valorizamos a equipe, incentivamos a criatividade e cuidamos para manter um ambiente de trabalho agradável. Por isso, temos funcionários há mais de dez anos com a gente".

Com foco no preparo artesanal, a empresa não se acomodou. "Um dos segredos da nossa longevidade é não se deixar levar pelo comodismo. Estamos buscando inovações para agradar e surpreender os clientes".

### LONGEVIDADE

Assim como a Panificadora Cerro Azul, a Feito Criança tem uma história antiga na Cerro Azul, a avenida que liga a região sul ao centro da cidade. Lá se vão 20 anos. A empresária Márcia Maria Pimentel viu o bairro crescer. "Para mim o Jardim Novo Horizonte é um dos melhores bairros de Maringá. Nem precisamos ir à região central para fazer compra, tem muita loja boa aqui".

Por trabalhar com roupas, calçados e enxoval para crianças até 16 anos, Márcia diz que a proximidade com os moradores é fundamental, afinal mais da me-

# O sucesso e a felicidade de nossos cooperados e colaboradores é a nossa motivação.

No Sicoob Metropolitano, em 2016, foram **R\$ 24 milhões** de resultado financeiro.

Cuidadora: 0800 725 0906 - Atendimento de segunda a sexta - das 8h às 20h - [www.cuidadorasicoob.com.br](http://www.cuidadorasicoob.com.br)  
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0455 - Outros serviços de atendimento: [www.sicoob.com.br/file/canais](http://www.sicoob.com.br/file/canais)





Walter Fernandes

#### // Trabalha com os filhos

Márcia Maria Pimentel, da Feito Criança: "costumo dizer que se a empresa se propõe a fazer um trabalho bem feito, vale a pena empreender no bairro"

tade da clientela é do bairro. "As pessoas gostam de comprar em lojas próximas e se encontrarem bom atendimento, produtos de qualidade com preço competitivo, como oferecemos, voltam", destaca.

A variedade de marcas é outro ponto, bem como a vitrine atrativa. "Tenho certeza que não perdemos para nenhuma loja da cidade que atua no segmento. Na realidade, por estarmos no bairro, oferecemos vantagens, porque aqui é mais fácil de estacionar e nosso atendimento é feito com calma e personalizado", assegura.

Os três filhos de Márcia trabalham na loja e se dividem nos setores financeiro, estoque e compras. Além disso, prestam importante contribuição ao alimentar com conteúdo os canais de divulgação nas redes sociais. "Temos um ótimo convívio no trabalho e ótimos resultados. Costumo dizer que se a empresa se propõe a fazer um trabalho bem feito, vale a pena empreender no bairro".



Avenida Cerro Azul, provavelmente no final da década de 1960. Abaixo, do lado esquerdo, o Posto Jomar; ao centro, a então Praça Caravelas (atual praça Pedro Álvares Cabral - patinação); ao fundo, a área perimetral da cidade, com o Cemitério Municipal  
Fontes: Museu da Unicesumar/Acervo Maringá Histórica

HÁ 30 ANOS  
VALORIZANDO  
A NOSSA TERRA  
*e a nossa gente.*



**ANOS**

**O compromisso do Grupo RIC com você está  
completando bodas de pérola.**

**Comemorando bodas  
de pérola com você.**

Investimos no regionalismo e seguimos lutando de forma séria e independente para construir o maior grupo de comunicação do sul do país. São 30 anos acreditando na força da nossa terra e transformando a vida da nossa gente. E quanto mais nela investimos, mais ela nos inspira a seguir em frente.



**RICTV**



**Noticias do Dia**

**RIC MAIS**



**DEDICAÇÃO  
TODOS OS DIAS.**

**INVESTIMENTOS  
O ANO TODO.**

**PARANÁ:  
EXEMPLO DE  
SANEAMENTO  
NO PAÍS.**



**DAS 11 CIDADES COM MELHOR SANEAMENTO  
DO BRASIL, 5 SÃO DO PARANÁ: MARINGÁ,  
PONTA GROSSA, CASCAVEL, LONDRINA E CURITIBA**

**CURITIBA – MELHOR CAPITAL DO PAÍS**

**INVESTIMENTO DE R\$ 4 BILHÕES NOS ÚLTIMOS 6 ANOS**

**PREVISÃO DE MAIS R\$ 1 BILHÃO EM 2017**



**DEDICAÇÃO SEM LIMITES AO POVO DO PARANÁ.**



**// De 25 a 30 empregos**  
Arnaldo Zanon é um dos empreendedores do Barolo Trattoria, que tem restaurantes em Londrina e Curitiba, otimismo e plano de retorno do investimento em 20 meses em Maringá



# Retomada do crescimento no radar?

O Brasil enfrentou a pior recessão da história, mas a expectativa dos analistas é de um ano melhor, com inflação de 4% e crescimento do PIB de 0,43%; em Maringá, 2 mil novos empreendimentos foram abertos nos três primeiros meses do ano // **por Giovana Campanha**

O Brasil enfrentou a pior recessão da história, com queda do Produto Interno Bruto (PIB) de 3,6% em 2016 e 3,8% em 2015. Essa sequência de dois anos seguidos de baixa só foi verificada no país nos anos de 1930 e 1931, com recuos de, respectivamente, 2,1% e 3,3%. Neste ano, o desemprego bateu o recorde da série histórica atingindo mais de 13 milhões de pessoas.

Após a divulgação do PIB, em março, o ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, afirmou que o PIB de 2016 é "espelho retrovisor", mas que outros indicadores mostram que haverá crescimento em 2017. Será que, finalmente, estamos saindo da recessão? Analistas de mais de cem instituições financeiras consultados pelo Banco Central para a elaboração do relatório Focus estimam que neste ano o PIB deverá crescer 0,43%.

Em fevereiro, após 22 meses de queda no número de empregos com carteira assinada no Brasil, o saldo foi positivo em 35,6 mil vagas. Só que os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) voltaram a piorar em março, com o saldo negativo de 63,2 mil empregos formais. Com isso, no acumulado do primeiro trimestre, o país fechou quase 65 mil empregos.

Mas há dados animadores no radar da economia. A inflação tem dado trégua, com acumulado dos últimos 12 meses de 4,41%, abaixo do centro da meta, de 4,5% - um ano antes, em abril de 2016, o acumulado de 12 meses foi de 9,28%. A expectativa dos analistas consultados pelo Banco Central é que neste ano a inflação seja de 4,04%.

A taxa de juros também continua a cair. O Comitê de Política Monetária (Copom) reduziu, em abril, a Selic para



#### // Três vezes maior

Desde que foi inaugurada, em 2013, a Adore Brigaderia tem registrado crescimento, daí a opção de Sandro Fontanini em ampliar a loja do Mercado de Maringá

11,25%, queda de um ponto percentual. Na oitava edição do Itaú Macro Vision, no mês passado, o presidente do Banco Central, Ilan Goldfajn, apontou que "no Brasil, várias reformas e ajustes aumentaram a confiança e reduziram a percepção de risco. A continuidade nessa direção, em especial com a aprovação da reforma da Previdência, será importante para a sustentabilidade da desinflação e da queda da taxa de juros estrutural da economia".

#### E EM MARINGÁ?

Depois de dois anos de encolhimento do mercado de trabalho de Maringá, com fechamento de mais de 6,6 mil vagas, a economia local dá sinais de reação. Nos três primeiros meses deste ano foram geradas 886 vagas de empregos com carteira assinada, segundo o Caged. No período, foram

#### // No Maringá Park

Hélio Brandão voltou para Maringá e está investindo em um negócio próprio: optou pela franquia Spirito Santo e deverá ter retorno do investimento antes do previsto

17.236 admissões e 16.350 demissões.

A cidade também está recebendo novos negócios: nos três primeiros meses do ano foram criados quase dois mil empreendimentos, segundo a Junta Comercial do Paraná (Jucepar), um crescimento de 22% em relação a 2016.

Entre os empreendedores está Arnaldo Zanon. Ele está contando os dias para a abertura do Barolo Trattoria em Maringá - a expectativa é que a inauguração aconteça até junho. O ponto foi escolhido de forma criteriosa: um imóvel charmoso construído na década de 1950 na esquina das ruas Luiz Gama e Luiz de Camões, onde até pouco tempo funcionava outro restaurante. A sugestão do ponto, aliás, veio de um dos muitos clientes maringaenses que frequentam o restaurante em Londrina, onde Zanon é sócio.

Faz três anos que o empresário planeja investir na cidade. Pesquisou o poder de consumo da população, verificou que a concorrência de restaurantes especializados em comida italiana à la carte era pequena e convenceu os sócios de Curitiba que a melhor opção era investir em Maringá.

Para acompanhar os pratos elogiados, como o fillete mostarda com ravioloni, a carta de vinhos terá 170 rótulos de diversos países. Os 12 garçons serão treinados no restaurante de Londrina - Zanon até alugou apartamentos para alocar os novos funcionários durante o período de capacitação. Já o maître, chef de cozinha e o gerente serão transferidos do restaurante em Londrina. No total serão empregados entre 25 e 30 pessoas em Maringá.

"Nossa expectativa é que o retor-



#### // E-commerce será reativado

Ordini vai estar de nova 'casa' neste mês e equipe deve ser ampliada em 15%; na foto, o gerente, Fábio Aparecido Leônico

no do investimento aconteça em 20 meses", planeja otimista. A crise econômica em curso no Brasil não tem trazido preocupação ao empresário. "Acredito que até o final do ano teremos muito movimento em virtude de o Barolo ser uma novidade na cidade e por termos muitos clientes locais. E quando o restaurante deixar de ser uma novidade, a crise econômica deverá ter passado", declara.

#### TRÊS VEZES MAIOR

O mau momento na economia brasileira também não desmotivou o empresário Sandro Fontanini. Ele ampliou, desde o final de março, a Adore Brigaderia, passando a oferecer bebidas quentes, geladas, doces e salgadinhos. Com isso, a loja do Mercadão de Maringá saltou de 32 metros para cem metros quadrados. A equipe mais que dobrou: de cinco para 13 funcionários.

Se depender do movimento das primeiras semanas, a expansão foi mais que acertada, afinal, o faturamento aumentou em mais de 50%. A decisão de ampliar vinha sido pensada

desde meados do ano passado. Como o Mercadão não tinha loja especializada em cafés, Fontanini quer aproveitar parte do público de 30 mil visitantes mensais que o empreendimento recebe. Também pesaram os fatos que a cozinha antiga trabalhava no limite da produção e que a empresa aberta em 2013 vem registrando crescimento consistente, mas para crescer a partir de agora seria necessário ampliar a linha de produtos. "Costumo dizer que a ideia da brigaderia deu certo, apesar da crise. Mas é hora de crescermos de maneira mais acelerada", diz o empresário, que usou dois terços do valor investido de recursos próprios.

Fontanini e a esposa, Luciana Kern, visitaram lojas especializadas em cafés em São Paulo e Curitiba e testaram receitas, muitas receitas. No cardápio estão as elogiadas bruschettas petit Adore e o divino Adore, uma espécie de massa folheada salgada, além de sodas italianas, cappuccinos e bolos com calda de brigadeiro quente.

Animado com a nova fase da empresa, Fontanini acredita que em três

anos terá o retorno do investimento e planeja continuar a expansão por meio de franquias e dos pontos de venda.

#### HORA DE EMPREENDER

Depois de morar por mais de uma década em várias cidades, sendo os últimos cinco anos de trabalho em um navio sísmico, o que o levava a passar várias semanas longe de casa e ancorado em locais longínquos, como México e Abu Dhabi, Hélio Brandão decidiu voltar para Maringá e investir em um negócio próprio. Afinal, ele queria morar perto da família e julgou que seria difícil conseguir em Maringá uma colocação em engenharia eletrônica, área em que é formado. A esposa, que é médica, faz planos de morar no ano que vem em Maringá, quando terminará a residência em Curitiba.

Brandão optou por uma franquia para minimizar as chances de erro e para aproveitar o *know-how* da franqueadora. Depois de pesquisar, escolheu a Spirito Santo, marca de roupa masculina voltada para o público A,

com 22 lojas exclusivas e um plano de expansão em curso.

Para colocar em prática seu plano de empreender, nos últimos meses Brandão visitou franqueados da marca de quatro cidades. Descobriu que o prazo de retorno do investimento estimado pela franqueadora, de 48 a 60 meses, costuma ser menor que o previsto.

Com a ajuda de um executivo da franqueadora, ele escolheu o Maringá Park Shopping e deve inaugurar a loja no final de maio, a primeira da marca no Paraná - outra será inaugurada em breve em Curitiba. Até lá, Brandão e os quatro vendedores serão treinados em lojas próprias da Spirito Santo no Rio Grande do Sul.

Ele se mudou para Maringá há seis meses e desde então tem visita-

do lojas para avaliar o atendimento e conversado com outros empresários. Também tem planejado estratégias para tornar a marca tão conhecida como no Rio Grande do Sul, onde estão vários pontos de venda. Para isso, quer fazer eventos na própria loja e parcerias com barbearias, academias e outros estabelecimentos com bom fluxo de homens. "Desde que saí de Maringá para trabalhar, vi que a cidade continuou crescendo e ganhando lojas e estabelecimentos sofisticados".

### 15% MAIS FUNCIONÁRIOS

Quem está investindo na ampliação é a Ordini, que vai mudar de endereço neste mês, para a avenida Paraná. Pouco mais de um ano atrás, a empresa precisou, de forma provisória, mudar

de local, porque o prédio na avenida Parigot de Souza teve problemas estruturais e foi interdito. Mas nem a mudança nem a crise econômica reduziram o faturamento.

Agora a empresa vai para um prédio maior, com 1,2 mil metros quadrados e estacionamento para 40 carros. No novo prédio, a equipe, que tem 25 funcionários, será ampliada em 15%, mas segundo o gerente da loja, Fábio Aparecido Leônico, o número de contratações poderá ser maior.

Com mais espaço na área de vendas, o mix de produtos será ampliado em 40% e, com isso, será possível aumentar a linha de eletroportáteis e presentes - hoje a Ordini comercializa mais de 20 mil itens. E ainda neste semestre a empresa deve reativar o e-commerce.

## NINGUÉM MELHOR QUE A JEEP PARA FALAR DE ACESSIBILIDADE.

JEEP RENEGADE. AGORA COM UMA VERSÃO EXCLUSIVA PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.



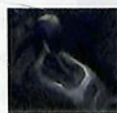
JEEP.COM.BR  
CAC 9889 7037 150  
facebook.com/jeepebrasil



Com o Programa Autonomia, use sua faixa. Pedestre, use sua faixa.



Motor 1.8 Flex.



Câmbio automático de 6 velocidades.



Conheça o novo Jeep Renegade 1.8. Através do Programa Autonomy, toda pessoa com deficiência, mediante apresentação de laudo médico, tem isenções fiscais, de acordo com a legislação vigente, na compra de um Jeep Renegade.

# Fipal

MARINGÁ | 44 3219 6100  
Rua Gaspar Ricardo, 333 - Zona 10

FIPALJEEP.com.br  
Fipal JEEP

# Jeep

MAKE HISTORY

# A origem da inteligência criativa de Maringá

A data de fundação de Maringá foi estipulada pela iniciativa privada, que junto com entidades e organizações, teve papel decisivo no desenvolvimento local // **por Miguel Fernando**

Os resgates históricos apontam que a implantação de Maringá não se deu ao acaso: a cidade fez parte de um dos projetos mais audaciosos desenvolvidos no setor imobiliário brasileiro. A operação que resultou na implantação do projeto imobiliário no Norte e Noroeste do Paraná teve início em 1923, quando um grupo de empresários e investidores ingleses visitou o Brasil e se encontrou com representantes políticos e empresariais no Rio de Janeiro e São Paulo.

Simon Joseph Fraser, conhecido como lord Lovat, rumou para Cambará, para conhecer empreendimentos cafeeiros. Lovat fez essa incursão depois de ter acesso ao livro 'Novo Caminho no Brasil Meridional: a província do Paraná', que o engenheiro inglês Thomas Plantagenet Bigg-Wither (1845-1890) publicou em 1878 e que descrevia suas experiências em florestas e campos

do Paraná. Os dados apontavam para o alto grau de nutrientes que as terras da região concentravam para a produção, especialmente do café.

Em Cambará, Lovat encontrou o cafeicultor major Barbosa Ferraz, no início de 1924, para discutir a aquisição de um pequeno trecho ferroviário construído de forma independente para ligar o interior do Paraná a Ourinhos, facilitando o escoamento das safras para o porto de Santos. Como os recursos haviam se exaurido, Lovat adquiriu o empreendimento com a promessa de concluir a obra.

Regressando à Inglaterra, Lovat organizou um grupo empresarial para financiar a expansão dessa linha ferroviária. Esse grupo fundou a Paraná Plantation Ltd., tendo como subsidiária no Brasil a Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP), que iniciou as operações em setembro

de 1925. Nesse momento, o grupo de investidores foi ampliado significativamente, e teve entre os novos investidores o Grupo Rothschild.

Uma grande operação política e financeira teve início, por meio da liderança de Lovat, que resultou na aquisição de praticamente um quarto das terras do Paraná. Em diferentes momentos até a década de 1940, a CTNP adquiriu 545 mil alqueires paulistas, tornando-se uma das maiores operações imobiliárias executadas com capital estrangeiro no Brasil.

Esses lotes, em boa parte, tinham dificuldade de conexão com centros de distribuição, o que refletiu em seu valor de mercado. Estudos constataram a valorização de até mil por cento quando a CTNP começou a expansão de sua linha ferroviária. E foi justamente nesse movimento de ocupação imobiliária que a empresa estabeleceu seu diferencial, ou seja, quatro cidades-polo, distanciadas em aproximadamente cem quilômetros, e entre elas unidades rurais separadas a cada 15 quilômetros.

Assim nasceram Londrina, Maringá, Cianorte e Umuarama. Embora Londrina tenha tido rápido impulsionamento da economia a partir do café, ferrovia e força operária, foi para Maringá que as atenções se voltaram no final da década de 1930.

É considerado marco inicial do surgimento da futura cidade o ano de 1938, quando os primeiros lotes foram comercializados e Maringá surgiu no mapa. Entre 1938 e 1941 tinham surgido dois pequenos núcleos de Maringá: na região do Guaiapó (Gleba Sarandy),



Em 10 de novembro de 1942 autoridades e diretores da Companhia de Terras Norte do Paraná lançaram a Pedra Fundamental de Maringá; na mesma data foi inaugurado o primeiro hotel da futura cidade, o Hotel Campestre

considerado à época zona rural, e o 'Maringá Velho'. Esses núcleos se estabeleceram de forma independente como pequenos centros econômicos, de troca e venda de mercadorias. Já a CTNP acelerou o processo provisório de demarcação da zona urbana, quando solicitou ao engenheiro Aristides de Souza Mello o traçado de oito quadras para o 'Maringá Velho'.

A CTNP aproveitou o projeto 'Frente Pioneira', com objetivo de interiorizar a participação política no Paraná, para, com a presença de autoridades e do interventor do Paraná, Manoel Ribas, lançar a pedra fundamental da cidade, em 10 de novembro de 1942.

Entre 1942 e 1944 a vila de Maringá ficou vinculada como patrimônio de Londrina. Foi nesse período que a CTNP, a partir de rascunhos que seguiam a geologia e a topografia do lote urbano, contratou o urbanista paulista Jorge de Macedo Vieira para conceber um projeto para estabelecer um marco para as áreas ocupadas por meio do conceito de 'cidade-jardim', de Ebenezer Howard. Vieira entregou o anteprojeto urbano de Maringá em 1945 e a CTNP levou dois anos para implementá-lo.

Entre 1944 e 1947 Maringá esteve vinculada como patrimônio de Apucarana e depois de Mandaguari. Em maio de 1947, com o projeto parcialmente implementado da nova cidade, a CTNP inaugurou a cidade oficialmente - data contabilizada como aniversário da cidade (não há marco político ou legislativo que formalizou essa data).

Em outubro de 1947, Maringá foi elevada a distrito de Mandaguari. Entre 1947 e 1951 o maior destaque da economia local estava focado no desenvolvimento dos negócios no meio rural, especialmente, o café. Além disso, a economia foi impulsionada por pequenos e médios armazéns.

As forças políticas ganharam desta-



Avenida Getúlio Vargas na década de 1960

que. Também foi o momento da construção do conceito de Inteligência Coletiva, com a fundação de organizações da sociedade.

Em 1950 Maringá tinha 38.588 habitantes. Sua sede administrativa, Mandaguari, possuía 16.153. Não era somente em população que Maringá superava Mandaguari. O então distrito, no final dos anos 1940, tinha mais profissionais liberais que a sede, além de ter um potencial de produção cafeeira mais significativo. Fatos que qualificaram Maringá com a 13ª posição no Paraná em arrecadação de impostos estaduais.

Outras regiões estavam ganhando destaque na economia estadual. Assim, uma comissão formada pelos deputados estaduais Francisco Silveira da Rocha e Rivadávia Vargas circulou por algumas regiões para verificar a possibilidade de emancipar distritos. Foi assim que, em novembro de 1951, por meio da Lei Estadual nº 790, Maringá e outras cidades foram emancipadas.

Esse processo gerou fissuras nas relações das instituições. O primeiro baque foi com o prefeito de Mandaguari, Décio Pullin, que não aceitou que seu município perderia habitantes e arrecadação de tributos. O segundo e mais traumático foi com a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP - antiga CNTP), que previa riscos e dificuldades para gerir seu empreendimento imobiliário. Tanto que a CMNP tentou emplacar, por duas vezes, candidatos a

prefeito de Maringá: na campanha de 1952 e 1956. Em ambas as tentativas, a empresa foi derrotada, quando foram eleitos Inocente Villanova Jr e Américo Dias Ferraz.

Nesse interim, em abril de 1953, surgiu a Associação Comercial de Maringá para reunir empresários para dialogarem com a gestão pública municipal recém-institucionalizada. Havia uma grande preocupação com a base de cálculos proposta pelo prefeito Villanova Jr para estabelecer os tributos municipais. Os empresários acharam a cobrança abusiva e impetraram mandatos de segurança, com a Associação à frente do processo.

Em 1954, Maringá se tornou comarca, ano que foi inaugurada a Estação Ferroviária da cidade. Logo após a criação da diocese de Maringá e a chegada do 1º bispo da cidade, em março de 1957, Dom Jaime Luiz Coelho lançou um projeto arquitetônico arrojado: a nova Catedral de Maringá teria 124 metros de altura e formato cônico. A obra foi finalizada em 1972 com a ajuda da comunidade.

Esse extrato da história maringaense mostra que a inteligência coletiva foi peça fundamental para que a sociedade civil tivesse envolvimento no desenvolvimento da cidade.

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



Fotos:Walter Fernandes

// No Mercado de Maringá  
Apreciador de cerveja artesanal  
João Carlos Lacerda abriu a Holy  
Hops: lá é o consumidor que  
abastece o copo ou growler

# Atendimento? Você mesmo faz

No cinema, no shopping e até no abastecimento do copo de cerveja: em Maringá empresas seguem tendência e apostam no autoatendimento  
// por Graziela Castilho

Quanto mais o consumidor tem acesso a tecnologias e informações, mais independente e ávido por agilidade e eficiência ele se torna. Esse comportamento, associado à busca por redução de custos, tem levado empresários a investir em estratégias, tecnologias e ferramentas de autosserviço ou autoatendimento.

Um exemplo é a Holy Hops que, instalada no Mercado de Maringá há quatro meses, é a primeira loja de cervejas especiais da cidade a oferecer autosserviço. "Temos mais de mil cadastros de clientes e se continuarmos nesse ritmo, espero terminar o ano com mais de dois mil cartões de autosserviço vendidos", afirma o empresário João Carlos Lacerda, um apre-

ciador de cerveja artesanal que buscava um modelo de negócio de baixo custo e autosserviço. "Percebo que a tendência do atendimento segue por esse caminho", frisa.

A proposta tem agradado não só pelas opções de cervejas artesanais disponibilizadas, mas pela novidade do consumidor se servir e degustar do modo que quiser. "O cliente pega o copo, vai até as torneiras, escolhe a cerveja, serve-se com pouca ou muita espuma, copo cheio ou pela metade".

Essa liberdade, segundo Lacerda, é o que chama a atenção, embora há quem demonstre estranheza inicial. "Já teve gente que não gostou de ter de levantar



#### // Novos canais de venda

"A tendência é o autosserviço e a disponibilização de informações que permitem acompanhar a execução do que foi solicitado", diz Paulo Cheles, da Capptan



#### // Tecnologia em 120 shoppings

CRMall oferece software e totens para campanhas promocionais de shoppings, reduzindo filas na hora do preenchimento de cupons: na foto o empresário Antônio Carlos Braga Júnior

para se servir. Aí explico que não somos um bar, com garçom e cardápio, mas uma loja de cerveja de autosserviço. Não demora muito e vejo a pessoa na torneira gostando da experiência".

Outro fator positivo é que tornar-se cliente da Holy Hops é tão simples quanto servir-se. Basta comprar o cartão da loja, que custa R\$ 7, e colocar créditos no balcão ou por aplicativo. "Com o cartão em mãos é só passá-lo em frente à tela disponível ao lado de uma das quatro torneiras. Nela é informado o tipo de cerveja e o preço. O valor descontado equivale à quantidade que a pessoa coloca no copo", explica Lacerda.

Com essa possibilidade é comum os clientes não encherem o copo para apreciar a diversidade de cervejas artesanais. "Buscamos agradar todos os paladares. Na câmara fria sempre há 30 barris, quando acaba um já coloco outro, e as opções nunca se repetem. Até o final do ano planejo acrescentar duas torneiras, assim podemos ser-

vir seis opções de cerveja ao mesmo tempo", diz o empresário.

A Holy Hops revende cervejas produzidas em Maringá, Curitiba e importadas. A loja também oferece growlers (garrafas retornáveis de cerveja) e faz o envasamento em contrapressão, isto é, com a retirada do oxigênio. "Faço o envasamento na hora, o que aumenta a durabilidade da cerveja em 30 dias, assim o consumidor pode levar e apreciar em casa", destaca Lacerda, informando que o método é tendência na Europa e nos Estados Unidos.

#### SOLUÇÕES

O empresário Paulo Cheles, da Capptan - empresa desenvolvedora de aplicativos mobile, cita que as ferramentas digitais e online têm substituído a venda pela compra direta.

Para as empresas, essa tendência traz mudanças, mas garante economia, já que elimina a situação de manter funcionários em horários ociosos e, de quebra, ainda consegue levantar informações pertinentes dos

consumidores. "A tendência é o autosserviço e a disponibilização de informações que permitem ao cliente acompanhar a execução do que foi solicitado".

Cheles destaca que se as empresas não repensarem o atendimento, investindo na diversificação dos canais de vendas e de relacionamento, podem perder mercado, porque o consumidor deve priorizar empresas que oferecem tais inovações. Para ser assertivo, porém, é preciso conhecer o perfil do público, tanto socioeconômico, quanto o grau de acesso a tecnologias e inovações.

O empresário cita, por exemplo, que em Maringá há um supermercado que disponibiliza caixas de autoatendimento, mas mantém um segurança no local para evitar desonestidade. Nos Estados Unidos há lojas de calçados que não têm vendedores, mas uma tela touch screen com catálogo de produtos. O cliente escolhe o que deseja e uma pessoa traz do estoque o calçado para que seja provado.

A Capptan desenvolveu um apli-



Walter Fernandes

#### // Bilheteria ainda é canal mais usado

Juliano de Oliveira Tortelli, da rede Cineflix: clientes podem comprar ingressos no caixa, site e em totens

cativo de digitalização de processos para a Unicesumar. Antes, a equipe de prospecção da instituição de ensino preenchia em papel os dados do potencial cliente. Aplicada em eventos, a medida acumulava registros que precisavam ser digitalizados e, enquanto isso, o consumidor aguardava o contato para obter mais informações sobre cursos.

Com o aplicativo, os colaboradores preenchem um formulário em smartphone e os dados são enviados em tempo real para o *call center*. Sem contar que a tecnologia viabilizou a análise de informações para promover ações de marketing mais assertivas.

#### CAMPANHAS COMERCIAIS

A CRMall, empresa do Grupo BS2, desenvolve, desde 2003, soluções justamente para melhorar os resultados de ações de marketing voltadas para campanhas comerciais, sorteios e clubes de relacionamento. "No começo os cupons de promoções eram

preenchidos a mão pelos clientes e depositados em urnas, depois isso passou a ser feito por sistemas de cadastro e notas, o que gerava fila", conta o empresário Antônio Carlos Braga Júnior, que é engenheiro de produção. Para dinamizar o processo, a empresa desenvolveu um software que proporciona agilidade, credibilidade e a construção de um banco de dados.

Após dez anos, surgiu a ideia de criar autoatendimento. A primeira versão foi com totens e um aplicativo que é constantemente atualizado, sendo um dos carro-chefe da empresa: é o cliente que se cadastra por smartphone para participar da campanha. "Depois de utilizar o aplicativo, é só passar no *lounge* da promoção para imprimir o cupom ou, caso o cliente esqueça, o shopping poderá cumprir essa tarefa", explica.

Com maior demanda pelas soluções de autoatendimento, os totens saíram de linha, pois eram grandes, pesados e exigiam alto investimento.

A CRMall apostou na participação em campanhas com tablets e impressoras sem fio, que tornou a estrutura de autoatendimento mais prática, econômica e fácil de operar. "Na campanha do último Natal chegamos a fazer 22 mil notas por hora, com 430 tablets em 39 shoppings do Brasil e 550 pessoas trabalhando de casa na confirmação das notas", comemora. "Esse sistema eliminou as filas e conseguimos dobrar a participação de consumidores nas promoções de shoppings".

A CRMall disponibiliza ainda um aplicativo que o cliente pode baixar e, caso tenha esquecido de passar no balcão de autoatendimento, poderá fazer o envio das notas do de casa. "Hoje atendemos também redes de supermercados, de lojas, bancos e postos de gasolina. O futuro será muito tecnológico e personalizado", afirma.

#### TOTENS

Desde 2012, a rede Cineflix disponibiliza sistema online para compra de ingressos de cinema e combos de pipoca e refrigerante. "No ano passado começamos a trabalhar com software próprio que integra todos os canais de venda, ou seja, caixas, site e totens disponíveis nas 15 unidades. Com isso, reduzimos 40% o tempo que o cliente fica na fila", comemora o gerente de marketing da rede, Juliano de Oliveira Tortelli.

A formação de fila única para bilheteria e *bomboniere*, o aumento do número de caixas e a abertura de uma fila exclusiva para retirada de itens ou de ingressos antecipados também facilitaram atendimento. "A bilheteria continua sendo o principal canal de venda de ingressos, o totem vem em segundo lugar e, por último, a venda online. No entanto, tem crescido o uso de compra pela internet e retirada do ticket no totem", revela.

*Numa folha qualquer  
Eu desenho um sol am*

PANTONE  
106 C

PANTONE  
107 C

PANTONE  
108 C

PANTONE  
109 C

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



**Gráfica  
Regente**

[www.graficaregente.com.br](http://www.graficaregente.com.br) | 44 3366 7000

# Comenda Américo Marques Dias

O reitor da Unicesumar, Wilson de Matos Silva, receberá a comenda Américo Marques Dias, a mais alta homenagem concedida pela ACIM, em 19 de maio. A cerimônia será no Excellence Centro de Eventos, a partir das 20 horas, e deve reunir mil pessoas entre familiares e amigos do homenageado, autoridades e lideranças políticas. O convite é por adesão e custa R\$ 150.

Graduado em Matemática e mestre em Ciências Gerenciais pela Universidade de Marília/SP, Silva é fundador e reitor da Unicesumar, que tem 90 mil alunos, sendo 75 mil a distância e 15 mil presenciais, e também fundador do Colégio Objetivo Unidade Maringá, com mil alunos. A meta para 2020 é chegar a 160 mil alunos nas modalidades a distância e presencial.

Por sua trajetória, Silva recebeu diversos títulos, inclusive de Empresário do Ano, em 1999, prêmio concedido pela ACIM, Associação Paranaense de Supermercados (Apras), Federação das Indústrias do Paraná (Fiep) e Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar). É 'Cidadão Benemérito do Paraná' recebido em 2002.

Ele será o sexto homenageado com a comenda que leva o nome do primeiro presidente da ACIM. A comenda foi entregue a Dom Jaime Luiz Coelho, primeiro arcebispo da cidade (em 2003); ao advogado e ex-prefeito de Maringá, Adriano José Valente (em



Ivan Amorim

2007); ao agropecuarista Joaquim Romero Fontes e foi um dos fundadores da Sociedade Rural de Maringá (em 2008); ao pioneiro e ex-presidente da ACIM Mancel Mário de Araújo Pismel (em 2013); ao empresário Jefferson Nogaroli, que presidiu a Associação Comercial por duas gestões e foi um dos principais incentivadores da criação da cooperativa de crédito Sicoob.

## Fórum de negócios internacionais

Durante a Expoingá, o Instituto Mercosul, Sociedade Rural de Maringá (SRM) e ACIM realizarão a 13ª edição do 'Fórum de Negócios Internacionais'. Será em 10 de maio no Restaurante Central do Parque de Exposições a partir das 19 horas, com o tema 'Internacionalização: vencer barreiras e ganhar mercados'.

O evento terá palestra do diretor geral da Sancor Brasil, Leandro Poretti, sobre o case de sucesso da Sancor. Ele falará sobre a história da cooperativa argentina, as operações do grupo no Brasil, expansão e internacionalização dos negócios. Também haverá presença do professor da Fundação Getúlio Vargas Anderson Pellegrino, que atuou na área de negócios internacionais na Natura Cosméticos. Pellegrino falará sobre 'Cenário econômico nacional e internacional: perspectivas para os negócios'.

A participação será gratuita, mas é necessário se inscrever pelo email [informacao@institutomercosul.org.br](mailto:informacao@institutomercosul.org.br). Mais informações pelo telefone (44) 3025-9616. Os inscritos terão entrada gratuita no Parque de Exposições na noite do evento.



## Associado do mês

Depois de comprar a Casa das Rasteirinhas e Sapatilhas Kakogawa, e de reinaugar a loja em setembro, Fabiana Santiago vem investindo em um novo mix de produtos. Além disso, a artefinalista de profissão, que realiza agora o sonho do negócio próprio, planejou mudanças no espaço. Fabiana decidiu apostar em marcas conhecidas e em outras menos famosas, mas que não perdem em qualidade. Além de rasteirinhas e sapatilhas, a loja comercializa anabelas, tênis, espadrille, entre outros. "Estamos trazendo alguns calçados direto da fábrica e por isso conseguimos praticar um bom preço", destaca.

A lojista está animada. No fim do ano, ela diz que vendeu o suficiente para passar pela leve queda no movimento nos meses de janeiro, fevereiro e março. "Vamos recuperar até o final do semestre a redução das vendas nesses três meses", estima.

Para estimular os potenciais compradores, Fabiana anuncia as novidades no Facebook, onde também divulga promoções como sorteio de Páscoa, e via moto-som nos bairros próximo à avenida Kakogawa. Além disso, sempre participa do Guia do Bairro.

A Casa das Rasteirinhas e Sapatilhas fica na avenida Kakogawa, 1.433. O telefone é o (44) 99985-1592.

## Lei de inovação

Maringá tem uma lei municipal que dispõe sobre mecanismos e medidas de incentivo à inovação e à pesquisa tecnológica e à consolidação dos ambientes de inovação. A lei nº 10.407 foi assinada em 17 de abril pelo prefeito de Maringá, Ulisses Maia, na sede da ACIM.

A legislação, que foi elaborada pelo Centro de Inovação de Maringá e recebeu alterações dos vereadores, institui a Política Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação como governança para fortalecer e ampliar a base técnico-científica do município, fomentar a geração de emprego e renda, aprimorar e integrar o poder público municipal, instituições de ensino e pesquisa e as empresas de base tecnológica. Pela lei também será criado o Conselho Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação - a criação desse conselho deverá acontecer no próximo ano. Com a nova legislação, o município estará autorizado a participar do capital social de empresas, com o propósito de desenvolver produtos ou processos inovadores, desde que seguidos alguns requisitos. Também será possível, por exemplo, oferecer incentivo, como concessão de bolsas de auxílio, a pesquisadores vinculados às instituições de ensino, científicas e tecnológicas. A lei já entrou em vigor.



## Novos Associados da ACIM

21 de março a 20 de abril

AAZ Publicidade e Propaganda  
 Aqui Tem Brownie  
 Baby Bless  
 Bellita Bela  
 Brasil Plásticos  
 Ca Foto  
 Camila Ferreira Nutricionista  
 Camisaria  
 Casa dos Sapatos  
 Claudio Imóveis  
 Cubo-Feitep  
 Dida Su Boutique Atelier  
 Ecovida - Unicesumar  
 ECS Estratégica  
 Espaço Jakelline Rodrigues  
 Estofados Montreal  
 Ferreira Engenharia e Meio Ambiente  
 Formula Z Concept  
 FS Energia Solar  
 Giovana Julia  
 Hospital Express  
 Imobiliária Vida Nova  
 Ingrid Jeans  
 Instituto Victor Neves  
 Isabel Confecções  
 JB Calçados  
 Joyce Adeline Fotografia  
 Julianne Lam Orue Pacheco  
 LC Print  
 Le Chef  
 Ligia Vanessa Belido Barbosa  
 Lipe Auto Center  
 Lorena Martins de Oliveira  
 Maiara Braziel Nutricionista  
 Makim Tecnologia  
 Mandaguauçu Tintas  
 Mix Contabilidade e Assessoria  
 MM Photoshoot  
 Moria FM Angulo  
 Nati e João  
 Odontoclinic  
 Plástico Bolha  
 Rafael Felssner Fotografia  
 Renata Fotografia  
 Rufacar  
 Sandra Gobo Procedimento  
 Santana Alimentícios  
 Sapatilhas e Rasteirinhas  
 Sismup  
 Studio Sandra Nunes  
 TDS Peças e Serviços  
 Terminais Aéreos de Maringá  
 Una Prata  
 Unicesumar  
 Vianna & Grosskreutz Comuni  
 Vishu Escola de Yoga  
 Wap Desentupidora  
 Zevel Mecânica



Fotos: Walter Fernandes

## Homenagens na Câmara Municipal

A Câmara Municipal de Maringá homenageou em 11 de abril o pesquisador Miguel Fernando Perez Silva com a entrega do Brasão do Município e o título do Mérito Comunitário em reconhecimento aos relevantes serviços prestados à comunidade em comemoração aos dez anos do projeto Maringá História. Silva é diretor executivo do Instituto Cultural Ingá (ICI) e colunista da Revista ACIM. A proposta foi dos vereadores Onivaldo Barris (PHS) e Paulo Rogério do Carmo (PR). Também a Câmara Municipal homenageou o empresário Manoel Mário de Araújo Pismel com o título de Cidadão Benemérito de Maringá, em 20 de abril, por proposição dos vereadores Humberto Henrique (PT) e Carlos Eduardo Saboia (PMN). Pismel presidiu a ACIM por duas gestões 1960-1962 e 1964-1966.

## ACIM na Expoingá

A ACIM participará mais uma vez da Expoingá, de 4 a 14 de maio. No estande da entidade, no pavilhão azul, será possível fazer consultas gratuitas de crédito. Para isso, será preciso apenas apresentar documento pessoal. O atendimento será de segunda à sexta-feira a partir das 18 horas, e sábados, domingos e feriado a partir das 12 horas.

## Aconteceu na ACIM

Abril foi um mês com dois feriados, mas mesmo assim a sede da ACIM recebeu 288 reuniões, encontros e palestras, como a reunião do conselho do Comércio e Serviços em 12 de abril, que discutiu a transformação da avenida Colombo em boulevard, e o Copejem Business no dia 4 sobre marketing digital.



## Leite longa vida para entidades

O Copejem entregou, em 20 de abril, 470 caixas de leite longa vida arrecadadas durante a 11ª edição da Feira Festas & Noivas, realizada no mês passado no Moinho Vermelho Buffet. O destino foi a Casa de Missão Sirlei Telles, localizada no Conjunto Habitacional Requião. Criada em 1995, a entidade oferece atividades a crianças e adolescentes. Atualmente são 30 participantes na oficina de informática e 56 nas demais atividades de artes, futebol, dança, criatividade e convivência.

## Lideranças do MS

Diretores e executivos de associações comerciais, Conselho de Segurança, Observatório Social e prefeitura de dez cidades do Mato Grosso do Sul estiveram na ACIM em 7 de abril. Eles vieram conhecer projetos da ACIM e de entidades como o Instituto Cultural Ingá, Codem e Sancor Seguros. Os visitantes eram provenientes das cidades de Naviraí, Nova Andradina, Amambai, Bonito, Coronel Sapucaia, Itaquiraí, Mundo Novo, Ponta Porã, Sete Quedas e Sidrolândia.

Walter Fernandes



## CENTRO DE TREINAMENTO

### CURSOS EM MAIO

**15 a 18** Inteligência emocional e gestão de conflitos

**15 a 19** Agentes homologadores de rescisão de contrato de trabalho

**16 a 19** Marketing e vendas: planejamento estratégico comercial

**17 e 18** Comunicação: influência nos resultados

**20 e 27** Oratória- o poder da comunicação

**20, 27/5 e 3, 17/6** Formação de analista fiscal

**22 a 25** Licitações e contratos

**22 a 26** Líder coach e formação de times de alta performance

**22 e 23** Gestão de custos e formação de preço de venda

**23 a 25** Intensivo em planejamento tributário

**23 e 24** Prevenção de fraudes e cobrança de clientes inadimplentes

**27** Atendimento, comunicação e postura profissional

**29/5 a 1/6** Negociação avançada em compras

**29/5 a 1/6** Gerenciamento e planejamento de projetos

**29/5 a 2/6** Estratégias vencedoras para alavancar a venda de imóveis

**29/5 a 2/6** PPCP - planejamento, programação e controle da produção

**29/5 a 8/6** Intensivo em Excel empresarial com VBA

**30** Facebook e Instagram para negócios

## Direita e esquerda, novos e velhos conflitos

/ **Rafael Egidio Leal e Silva** é professor de Sociologia da IFPR, campus Umuarama, mestre em Psicologia pela UEM e coautor do livro 'Política brasileira, como entender o funcionamento do Brasil' (Sahar, 2015)



Onde está aquele Brasil acolhedor e democrático, "tropical, abençoado por Deus e bonito por natureza", como disse o poeta? Especialmente no campo da política, a impressão é que a arena (e não me refiro 'àquele' partido político 'daquela' época, mas uso a palavra do sentido de uma área destinada a espetáculos ou eventos) se transformou em uma espécie de ringue ou octógono, em que grupos se digladiam em torno dos debates pretensamente políticos.

Claro, desde que tal confronto seja feito nas redes virtuais, ou que as manifestações de rua sejam intermediadas por tais redes, em calendários que evitam que os grupos em disputa se encontrem, mas que permite que tais manifestações sejam alvo de muito debate e ódio nas redes sociais. E os grupos que se digladiam se posicionam como 'direita' e 'esquerda', quando não usam nomes curiosos como 'coxinhas' e 'mortadelas'.

Por mais que os estudiosos da política se esforcem para encontrar explicações para esse fenômeno, o fato é que as redes sociais trouxeram o tempero do ódio, mas também se tornaram um meio necessário para o debate político. Se olharmos para a história de nossa colonização, podemos encontrar a

raiz de tal comportamento: o fato de sermos uma colônia escravagista de um país católico com a atuação da Inquisição impiedosa como Portugal coloca determinações no comportamento político brasileiro: ao mesmo tempo de um potencial violento incubado pelo receio da reprimenda das instituições, a ideia que, no fundo, a cidadania é se amoldar naquilo que os governantes desejam.

Mas se é de conflitos que falamos aqui, a oposição 'direita' e 'esquerda' que parece ser a principal novidade social do século XXI, também pode ser explicada histórica e culturalmente. Na verdade, qualquer pessoa mais atenta percebe que os argumentos que tais grupos se utilizam para o ataque não são nem de direita e nem de esquerda, mas opiniões que possuem pouco fundamento científico e até mesmo ideológico. Importante observarmos que o eleitorado brasileiro é composto em sua maioria por pessoas que cursaram o ensino fundamental ou menos (51,19%, segundo o site do Tribunal Superior Eleitoral). Ou seja, a discussão política brasileira ainda não quebrou a barreira do analfabetismo político ou ideológico, mas está no analfabetismo real e funcional. A falta de fundamentos de leitura faz com que o brasileiro

se comporte na política com o mesmo comportamento de um torcedor de futebol: vale xingar o adversário, fundamentar títulos que não existem, vestir determinada cor de camisa. Depois da catarse, o sossego da apatia. A apatia que é o real problema da política nacional (e não o conflito). Devemos perceber que cada vez mais as pessoas se abstêm das decisões políticas, tanto nas urnas (votos brancos e nulos e as justificativas para não votar) quanto nas ruas.

Por fim, ficamos com uma lição de Nicolau Maquiavel (1469-1527). O mesmo que é considerado o 'pai' da política moderna e serviu de inspiração para um diabo shakespeariano de nome Nicolau, além do adjetivo pejorativo maquiavélico. Para esse autor, cujas obras políticas deveriam orientar os políticos e o povo - segundo ele mesmo - toda formação política se baseia no conflito entre quem quer dominar (os grandes ou poderosos) e o povo (que não quer ser dominado). Dessa forma, a verdadeira oposição política não deveria ser lateral (direita e esquerda), mas entre os que querem dominar e os que desejam liberdade. Que o brasileiro aprenda a lutar pela sua liberdade, portanto.

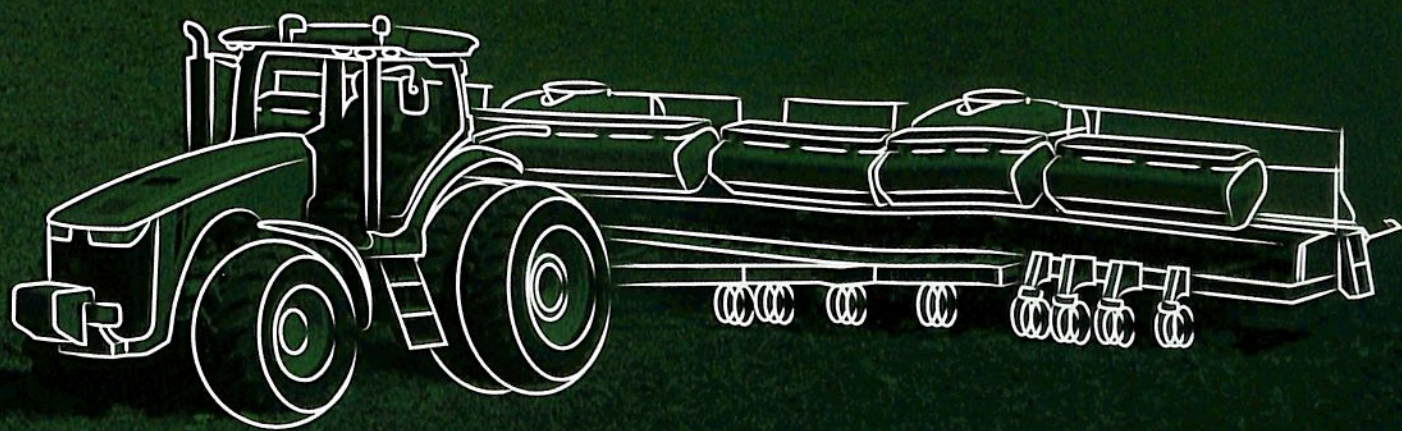
**ACIM**

A PASSÃO DO  
FAMÍLIAR VOLTAR  
EM FAMILIARIDADE

Ano 54 nº 575 maio/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 Valério - **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| 98822-0928

# O AGRONEGÓCIO FAZ PARTE DAS GRANDES CONQUISTAS E DOS PEQUENOS DETALHES



O que mantém nosso país sempre firme e na direção do desenvolvimento é o agronegócio. Além de movimentar a economia, ele faz parte da vida do brasileiro em muitos aspectos. Das refeições diárias até as viagens, graças aos frutos do trabalho no campo. Das roupas que usamos todo dia e livros que lemos, até o bom vinho que apreciamos em datas especiais. O agronegócio está em tudo. Em todos os momentos.

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 3221-2722

Representante Autorizado de Vendas  
44 2101-7600

**Unimed**   
Maringá