

Novembro/2017
Nº 581 - Ano 54
R\$ 5,00

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



www.ofuturodocomercio.com

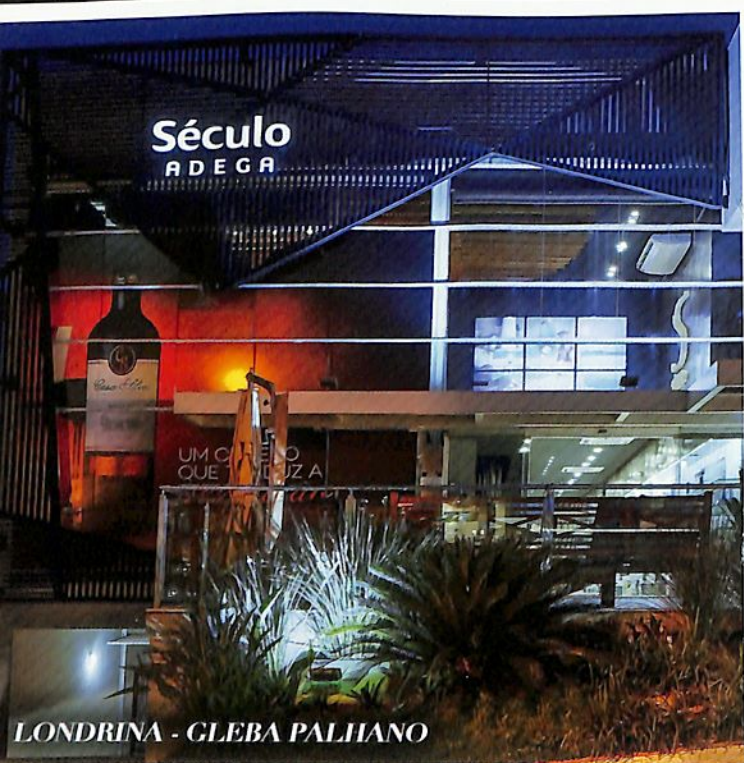


**ENTRE A LOJA FÍSICA E A
VIRTUAL, FIQUE COM AS DUAS**

E-commerce não torna dispensável o auxílio de revendedores físicos para promoção de marcas, ainda mais em tempo que consumidores almejam novas experiências



MARINGÁ - ZONA 05 (NOVA LOJA)



LONDRINA - GLEBA PALHANO

O MELHOR
MIX DE
BEBIDAS
COM NOSSA
EXCELÊNCIA
E TRADIÇÃO.



Sécuro
ADEGA

www.seculoadega.com.br
[@seculoadega](https://www.instagram.com/seculoadega) [/seculo](https://www.facebook.com/seculo)



MERCADÃO DE MARINGÁ



MARINGÁ - MERCADÃO DE MARINGÁ



ACIM

Mais imposto novamente?

O projeto de lei nº 557/2017, encaminhado pelo Governo do Estado à Assembleia Legislativa do Paraná, em regime de urgência, quer alterar as alíquotas de ICMS cobradas de micro e pequenas empresas enquadradas no Simples Nacional. Isso poderá aumentar em até 256% o recolhimento de imposto estadual a partir de janeiro do ano que vem. Pelas regras atuais, empresas paranaenses com faturamento de até R\$ 3,6 milhões pagam taxas diferenciadas de ICMS - a lei foi aprovada em 2007, no governo de Roberto Requião.

O governador Beto Richa quer acabar com essas alíquotas reduzidas e seguir a tabela adotada pela legislação nacional que entrará em vigor no ano que vem, aumentando o faturamento anual de enquadramento do Super Simples para até R\$ 4,8 milhões - hoje são

R\$ 3,6 milhões. Na prática, isso significa que as empresas paranaenses pequenas perderão um benefício num momento delicado da economia. Segundo o projeto de lei enviado por Richa, as microempresas com faturamento anual de até R\$ 360 mil por ano continuarão isentas de ICMS. A partir dessa faixa, elas começam a pagar mais imposto que atualmente.

Desde que o projeto de lei foi anunciado, no início do mês passado, o governo tem enfrentado pressões de entidades empresariais, a exemplo da Faciap. Nossa federação se posicionou contrária à exclusão do benefício e pediu que as associações de todo o Paraná contatem os deputados de suas regiões para evitar mudanças nas alíquotas. A título de exemplo: se aprovado, as empresas do Simples que faturam R\$ 360.000,01 por ano paga-

rão R\$ 2.412 de ICMS até dezembro de 2017. E a partir de janeiro de 2018, essas empresas pagarão R\$ 6.813,9 de ICMS, ou seja, aumento de 182%.

Depois de o Brasil enfrentar a maior recessão de sua história, com desemprego recorde e fechamento de milhões de empresas, quando a economia parece começar a voltar aos trilhos, com queda da Selic e inflação abaixo da meta, é o governo estadual que volta a preocupar.

Os pequenos empresários que deveriam ter tratamento diferenciado correm o risco de pagar mais imposto, ainda mais num momento difícil. Assim, fica difícil voltar a gerar empregos e crescer.

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



PROMOÇÃO
PRONTOS PARA MORAR

COM PREÇOS E CONDIÇÕES ESPECIAIS



**APROVEITE ESTA PROMOÇÃO INÉDITA E IMPERDÍVEL
DA CONSTRUTORA DESIGN.**

São 3 empreendimentos com excelentes apartamentos de alta qualidade e fino acabamento, localizados nas regiões de maior valorização de Maringá. Acesse construtoradesign.com.br ou visite a Expo Design e conheça em detalhes estas grandes oportunidades.

PLANTÃO DE VENDAS
Expo
design

Av. São Paulo, 3019
Visitas das 9h às 18h.
Inclusive domingos e feriados.

 **9 9127 4537**
3037 9700





UM NOVO ESTILO DE VIDA.

3 dormitórios (1 suíte)
2 vagas de garagem
89 m² privativos

Av. São Paulo, Próximo ao
Parque do Ingá



COM MAGNÍFICA VISTA
PARA A CATEDRAL, CARTÃO
POSTAL DA CIDADE!

EXCEPCIONAL LOCALIZAÇÃO

1 por andar
340 m² privativos
4 vagas de garagem

Rua Arthur Thomas com
Av. Herval



ENTRE O PARQUE DO INGÁ
E A UNICESUMAR.

3 Dormitórios (1 suíte)
2 ou 3 vagas de garagem
103,71 m² privativos

Rua Anacleto Luiz de Oliveira
próximo a Av. São Paulo 3.019



ENTREVISTA // 8

REPORTAGEM
DE CAPA // 16

ANIMAIS // 24



Para Roni Cunha Bueno, ex-Netshoes, o e-commerce mudou o varejo: "o empresário escolhia o local para abrir a loja, o produto para vender e fazia propaganda em rádio, televisão e jornal. Hoje existe uma infinidade de canais de venda e possibilidades de mídias"

A crise econômica passou longe da boutique Carmem Bortoletto, cujos atendimentos são com hora marcada; Carmem não teme a internet, pelo contrário, tem ganhado clientes com as redes sociais, mas o comércio tem mudado de 'cara' com o e-commerce

A Socpam abriga 120 cães e 38 gatos que foram abandonados, mas o número poderia ser bem maior, já que a entidade recebe até dez pedidos de resgate por dia; maltratar animais pode gerar multa devido à uma lei local que inspirou outros 40 municípios

COMÉRCIO // 28



Donos da Casa de Carnes Guaiapó, Valdeir José da Silva e Lucineide da Silva escolheram a avenida que dá nome ao estabelecimento para oferecer carnes e assados; a zona leste tem outros moradores que vislumbraram a oportunidade de ter o próprio negócio na região



Paraná Solar faturou 120% mais em 2016 e deve crescer percentual semelhante ano que vem com a venda de sistema de energia fotovoltaica; porém, empresários reclamam que Paraná não oferece incentivo de ICMS para quem tem crédito de energia ao usar sistema da Copel

ERRAMOS



"O empresário vê que existem aplicativos legais, mas não sabe como contar com a tecnologia a seu favor. Desenvolvemos aplicativos para qualquer coisa", diz Paulo Cheles, da Capptan



Fernando Fukui, da Eureka Labs: "nossa empresa conquistou muitos clientes e descartou alguns que pretendiam desenvolver aplicativos que em nossa visão não iriam gerar valor"

Na edição 580, de outubro, cometemos um erro na versão impressa da revista. Na reportagem 'Aplicativos sob medida', as legendas das páginas 42 e 43 foram invertidas. Com isso, a foto correta de Fernando Fukui, da Eureka, é a que está na página 43, cuja legenda diz que é Paulo Cheles, da Capptan. Já a foto correta de Paulo Cheles é a da página 42, que foi creditada a Fernando Fukui. Pedimos desculpas aos entrevistados e reproduzimos acima as imagens e legendas corretas



ano 54 edição 581
novembro/2017

nossa capa:
Factory Total



A CASA DO
EMPREENDEDOR
EM MARINGÁ

QUEM É?

Roni Cunha Bueno

O QUE FAZ?

CEO da Aceleradora
Orgânica e
especialista em
marketing digital

É DESTAQUE POR?

Participou da
implantação do
e-commerce
Netshoes



Walter Fernandes

O capital está nas mãos de todos

“O empresário escolhia o local para abrir a loja, o produto para vender, o público-alvo e fazia propaganda em três canais: rádio, televisão e jornal. Hoje existe uma infinidade de canais de venda e possibilidades de mídias. A economia é cruel e não espera ninguém”. A afirmação é do ex-executivo da gigante Netshoes, que fala dos impactos do e-commerce em setores tradicionais // por Rosângela Gris

Experiência em vez de diploma. Este é o conselho do publicitário Roni Cunha Bueno para quem vislumbra o sucesso profissional. “Se tivesse um filho de 18 anos e ele me perguntasse qual faculdade deveria fazer, lhe daria R\$ 100 mil e diria para fazer o que quisesse. Certamente ele aprenderia muito mais se arriscando do que se fosse à faculdade”, afirma o ex-vice-presidente de marketing da Netshoes e atual CEO da Aceleradora Orgânica, aceleradora de negócios inovadores e exponenciais dentro e fora do país.

“No passado o capital intelectual estava nas mãos de empresas e universidades, hoje está disponível para

todo mundo”, argumenta o executivo reconhecido por sua visão à frente do tempo.

Bueno foi um dos fundadores da Netshoes, que surgiu nos fundos de um estacionamento da região central de São Paulo e, em menos de dez anos, tornou-se o maior e-commerce esportivo do mundo. Depois disso, ocupou o cargo de vice-presidente do Terra e figurou na lista dos dez profissionais mais inovadores do mundo digital brasileiro. Parte dessa experiência ele compartilhou com o público do Congresso do Empreendedor, realizado no final de setembro no Teatro Calil Haddad, e com a Revista ACIM. Confira a entrevista:

QUAL A DIFERENÇA DE SER EXECUTIVO DE EMPRESAS E INVESTIR NO PRÓPRIO NEGÓCIO?

O mundo corporativo oferece uma zona de conforto e faz os profissionais se acomodarem. Esse modelo deve ser extinto porque é ineficiente e cômodo. Já o empreendedorismo exige muita disciplina. No futuro o mundo corporativo deve se aproximar da realidade do empreendedor. Nos Estados Unidos as empresas vencedoras preferem profissionais de atitude empreendedora em vez dos com postura corporativa.

COMO AVALIA O MERCADO DE STARTUPS NO BRASIL?

O brasileiro tem perfil empreendedor e pensa de forma criativa, diferente de outros países que pensam racionalmente, o problema está na execução. É preciso melhorar as metodologias de gestão. Muitos acham

que será fácil e se deixam levar pelo sonho de ficar rico. O sonho de ficar rico é bom porque te empurra, mas não pode ser o único, porque senão na primeira dificuldade se abandona. O segredo é ter propósito. As startups que deram certo tiveram idealizadores com propósito, que acreditavam no que estavam fazendo. Ninguém acorda todos os dias pela vontade de ficar milionário, isso não segura a motivação por muito tempo. O que segura um negócio é a 'sacada' de provar para alguém que podemos fazer melhor e mudar o mercado completamente. Na Netshoes todos acordavam com o propósito de aproximar as pessoas do esporte. Antes, por exemplo, o maringense tinha a opção de escolher dez chuteiras nas lojas da cidade, e de repente demos a oportunidade de escolher entre três mil chuteiras de R\$ 59,90 a R\$ 3 mil. Democratizamos o acesso para

o interior. E para quem morava nos grandes centros e tinha boas ofertas, demos o tempo, afinal em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte o trânsito é caótico.

NA DISPUTA ENTRE VAREJO FÍSICO E ON-LINE DEVE HAVER VENCEDOR OU OS DOIS VÃO COEXISTIR?

No Estados Unidos, a Amazon conseguiu algo muito poderoso ao se tornar referência de e-commerce e desbancar o Google. Antes, quem quisesse comprar uma bola, precisava pesquisar no Google. Hoje todo mundo inicia suas compras pelo action. O fenômeno Amazon nos Estados Unidos fez e está fazendo um grande estrago no mundo físico. No Brasil, o mundo físico ainda é muito forte e presente. Porém, é difícil dizer qual será o próximo passo. Acredito que as empresas não possam ignorar nem o físico nem o virtual. O grande segredo da nova economia

Para um futuro 5 estrelas, uma educação brilhante!



Enya Shimabukuro Kusakawa
FUTURA ENGENHEIRA

Maya Shimabukuro Kusakawa
FUTURA ADMINISTRADORA



CONHEÇA A HISTÓRIA
QUE AS IRMÃS KUSAKAWA
E A MAGNUS CONSTRUÍRAM
JUNTAS, ACESSANDO
O NOSSO SITE.

MATRÍCULAS ABERTAS

www.magnusdomini.com.br

**Magnus
Domini**

Educação Infantil - 44 3222 8402
Ensino Fundamental - 44 3226 7071

não é uma questão de *off-line* e *on-line*, trata-se de atender o cliente onde e quando a necessidade dele aparecer. Na velha economia pensava-se diferente. Eram as empresas que tinham o capital e os produtos de desejo do consumidor. A Netshoes foi muito feliz e cresceu quando entendeu a dinâmica que estava ali para servir e não para vender. Na metodologia tradicional do varejo é a empresa que sabe o que é bom, escolhe as marcas, compra e traz para seus consumidores. Só que de repente a Netshoes entendeu que a população de Maringá pode comprar o que quiser e ter as mesmas opções de pessoas de diferentes regiões do Brasil. Isso se tornou uma verdade e fez várias empresas crescerem de forma exponencial no *e-commerce*. A Netshoes pode ter uma loja física? Pode. Pode ter presença em Maringá? Pode. Mas aquele espaço físico não é mais limitante. É só um ponto de serviço para agradar o cliente e proporcionar uma experiência *premium*. O espaço físico oferece a possibilidade de uma experiência mais rica e nunca vai deixar de existir, mas vai mudar. Uma das mudanças é que os vendedores darão a lugar a especialistas.

GIGANTES DO E-COMMERCE BRASILEIRO TÊM ACUMULADO PREJUÍZOS POR ANOS NAS VENDAS ON-LINE. O QUE OS MANTÊM NO AR?

Os varejistas foram os protagonistas da nova economia, que começou em 2007. De lá até 2012 investidores injetaram dinheiro nesse mercado sabendo que haveria uma janela para queimar preços e depois buscar o retorno. Foi um período único no mercado, tiveram empresas que aproveitaram e outras não. Por um bom tempo as pessoas questionavam: a Netshoes é louca? Não, a Netshoes estava tendo uma visão de médio prazo, ciente que entre cinco e sete anos queimaria dinheiro, mas garantiria espaço no mercado esportivo por mais 20 a 30 anos. Hoje os espaços de *e-commerce* des-

“O grande segredo da nova economia não é uma questão de *off-line* e *on-line*, trata-se de atender o cliente onde e quando a necessidade dele aparecer. Na velha economia eram as empresas que tinham o capital e os produtos de desejo do consumidor

se segmento foram tomados.

QUAIS OS PRÓXIMOS SETORES QUE DEVEM PASSAR POR ESSE PROCESSO?

Saúde e finanças, porém deve ser uma janela mais curta, algo em torno de três anos. As *fintechs* (*startups* de finanças) são um bom exemplo deste momento. Estão crescendo, consolidando-se e devem se tornar um Nubank gigante.

E A EDUCAÇÃO NA INTERNET?

Talvez a educação seja um dos últimos setores, mas também romperá com esse modelo fabril da velha economia. As escolas têm grades horárias e tocam sinal a exemplo do que acontecia nas fábricas antigamente. Isso precisa mudar. No futuro, o papel da escola será outro, afinal o capital intelectual que ela sempre defendeu, escondeu e trancou agora está acessível. A verdade é que estamos no meio de várias revoluções e rupturas. O mercado está mudando a todo momento e isso traz ameaças e também oportunidades.

O QUE PODEMOS ESPERAR DO E-COMMERCE NO FUTURO?

O pequeno empresário precisa entender que o varejo agora é mais complexo. No passado tudo era mais simples, tanto que a área de marketing se resumia a quatro 'Ps': ponto, preço, produto e propaganda. O empresário escolhia o local para abrir a loja, o produto para vender, o público-alvo e fazia propaganda em três canais: rádio, televisão e jornal. Hoje existe uma infinidade de canais de venda e possibilidades de mídias, sendo a maioria digital. A eco-

nomia é cruel e não espera ninguém. Ou você muda e se adapta à nova realidade, ou fica fora do mercado.

A SEGMENTAÇÃO É UM CAMINHO?

A segmentação é muito importante porque a competição pela atenção das pessoas está mais acirrada. Passamos grande parte do tempo nas redes sociais e lá há empresas milionárias querendo falar com a gente. Elas têm muito dinheiro para investir e ganhar a atenção dos usuários. E é preciso competir com essas empresas. Então o caminho é segmentar para ter relevância para determinado grupo e dinheiro suficiente para falar com ele com a mesma frequência dos grandes.

É POSSÍVEL TRAÇAR UM PERFIL DO CONSUMIDOR ON-LINE NO BRASIL?

No início o público do *e-commerce* era homogêneo e basicamente masculino, devido à nossa educação machista. No passado, independente da inovação tecnológica que chegasse às casas, era sempre o menino a ser chamado para instalar. Foi assim com o videocassete e o computador. Não à toa, por muitos anos, os cursos de tecnologia eram predominantemente masculinos. Por causa dessa educação, o público masculino foi o primeiro a entrar no *e-commerce* por se sentir mais familiarizado com a tecnologia. Com a chegada do *smartphone*, que levou apenas dois anos para se popularizar enquanto o computador levou dez, o público se diversificou. Todo mundo tem um *smartphone* no bolso e assim está conectado para comprar, independente de idade e classe social.

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

TAKYARRU
empreendimentos engenharia

WDB Comunicação

*Há mais de 30 anos
construindo para você
investir, morar e
ser feliz.*



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

FRANQUIA DO MUNDO VERDE

O Maringá Park ganhou uma loja do Mundo Verde, maior rede especializada em produtos naturais, orgânicos e para o bem-estar da América Latina. A loja, instalada no segundo piso, faz parte de uma rede com mais de 400 lojas, que recebem diariamente 120 mil pessoas em busca de produtos de 1,2 mil fornecedores. Lá os consumidores encontram alimentos naturais, funcionais, orgânicos, *diet*, *light*, sem glúten, sem lactose, além de diversos tipos de chás, suplementos para atletas e fitoterápicos.

REVENDEDOR SAP

A DBI Global Software, multinacional de tecnologia com sede em Maringá, anuncia a parceria com a SAP, líder mundial no mercado de aplicações para gestão empresarial. A empresa maringaense está comercializando a solução e-BI, que integra o ERP SAP Business One - uma plataforma de gestão utilizada por mais de 800 mil usuários no mundo, disponível em 27 idiomas, com módulos desde o chão de fábrica à entrega para o cliente final com todos processos contábeis.

Para o gerente de produtos da DBI, Jasper Perrú, a parceria possibilitará aos empresários a contratação de um ERP (sistema de gestão empresarial) com a força da marca e qualidade do produto SAP com o *know-how* e nível de serviço da DBI, com atendimento mais próximo e presente.

UNICESUMAR INAUGURA DATA CENTER

A Unicesumar investiu R\$ 12 milhões em um *data center* com a certificação da Hewlett-Packard Enterprise (HPE), uma das maiores companhias de tecnologia da informação do mundo. O novo espaço tem mais de 500 servidores e 250 *terabytes* de armazenamento, o equivalente a duas mil vezes o espaço da biblioteca da instituição, que tem aproximadamente 500 mil exemplares, e tem cerca de seis mil metros de cabos metálicos e de fibra. A nova estrutura também permitirá mais de 30 milhões de acessos simultâneos aos portais do centro universitário sem comprometer a navegação.

Outra novidade é um sistema que faz a identificação precoce de incêndio, com dispositivos instalados em toda a estrutura, inclusive nos equipamentos, que detecta antes de qualquer chama ou labareda começar a queimar. Isso permite que a equipe busque a melhor solução para evitar a perda de dados e da estrutura. Na inauguração do equipamento, em 20 de outubro, estiveram presentes o presidente da HPE Brasil, Ricardo Brognoli, o reitor da Unicesumar, Wilson de Matos Silva, e diretores da instituição.



Ivan Amorim



NOVA GESTÃO DO SINDVEST

Tomou posse em 26 de outubro a diretoria do Sindicato Empresarial da Indústria do Vestuário (Sindvest) que estará à frente da entidade no biênio 2017/2019. Eleita em junho, a nova gestão mantém na presidência o empresário Carlos Ferraz, do Grupo F.A. Maringá. Além dele, 22 empresários compõem a diretoria. "Queremos aproximar os empresários para que participem das ações do Sindvest e se fortaleçam. Estamos criando estratégias ousadas para nos aproximar e vamos começar um trabalho intenso no início do próximo ano", afirma Ferraz. Sobre o primeiro mandato, ele pontuou a realização do Programa para Desenvolvimento para Facções e Prestadores de Serviço, uma qualificação que abrange todas as áreas das empresas prestadoras de serviço, a custo zero para os empresários, e a criação do Sindvest Jovem, uma diretoria de jovens do setor que se reúne para discutir estratégias de crescimento e qualificação, tanto para suas empresas quanto para o sindicato.

Qual a missão do Coaching Executivo?

Minha missão em um programa de Coaching Executivo é auxiliar as pessoas a ter sucesso e obter resultados positivos, com uma mudança mensurável de comportamento e fazendo com que elas melhorem seus relacionamentos com a família, liderados, equipes e outras pessoas envolvidas no contexto social, focando sempre melhorar a performance.

Para começar um processo de desenvolvimento em coaching é fundamental definirmos (coach e coachee) os comportamentos-chave que farão a maior mudança positiva na eficácia dos relacionamentos. E por meio de ferramentas de diagnóstico comportamental e de processo em coaching, vamos aplicar no coachee e desenvolvê-lo para o alcance de resultados.

O resultado acontecerá quando o coachee estiver motivado a mudar. Meu trabalho é direcionado a executivos que estão dispostos a mudar, a fazer um esforço sincero de mudança e que acima de tudo acreditem que essa mudança irá

ajudá-los a se tornar não somente gestores melhores, mas um ser humano melhor.

Os resultados mais impactantes nos meus processos de coaching são com pessoas que sempre buscam melhorar por conta própria (e não somente incentivando os outros a melhorar seus comportamentos). Querem melhorar para se manter em sua posição, crescer na carreira e vida pessoal.

Mas as pessoas podem realmente mudar o comportamento? Definitivamente sim. Mas para isso acontecer é preciso ter atitudes positivas diante da vida e da carreira. E como se faz isso? O primeiro passo é no final de cada dia se perguntar quão feliz você foi hoje e se coisas que fez fizeram sentido para a vida. Se puder mudar algo o que mudaria e como faria? Quais resultados entregou que lhe fizeram feliz e quais não fizeram? Ficou interessado em saber um pouco mais do processo de coaching? Não perca tempo, pois se existe algo que realmente vai rápido em nossa vida é justamente o tempo. Entre em contato comigo que podemos juntos ser a nossa melhor versão!



Master Coach
José Rodolfo Grou

(44) 99155-1600

contato@mastercoachjoserodolfogrou.com
www.mastercoachjoserodolfogrou.com

JUST ENTREGA MAIS UM EMPREENDIMENTO

Depois de dois anos e meio em construção, o Residencial Vila Toscana está pronto para morar. São 58 apartamentos, cada um com 98 metros de área útil e mais quatro duplex, com 180 metros quadrados. O empreendimento fica na Zona 3, a uma quadra do Parque do Ingá.

A entrega do edifício foi em 31 de outubro. O Residencial Vila Toscana ganhou em 2015 e 2016 os prêmios do Sinduscon/Nor na categoria 'Obra de Terceiro'.

FEIRA DO SETOR METALMECÂNICO

Com cerca de 70 expositores e 120 marcas expostas, a 12ª edição da Feira Metalmeccânica reuniu visitantes para conhecer máquinas, ferramentas, softwares, automação, entre outros. Devida à boa comercialização e solicitação de orçamentos nos estandes, o diretor da Diretriz Feiras e Eventos, que organiza a feira, já confirmou a edição de 2019, já que o evento é bianual.

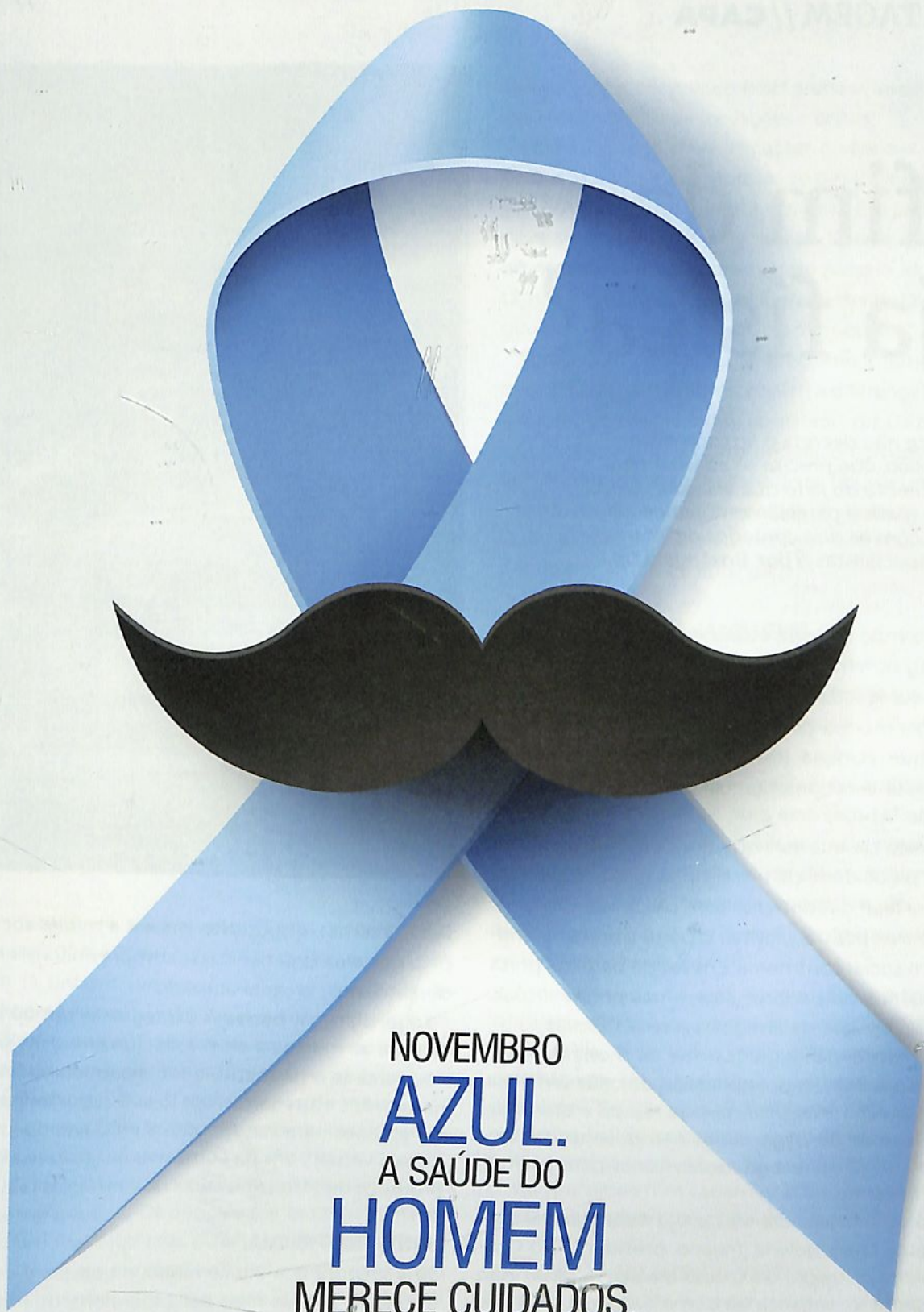
A Metalmeccânica, que aconteceu entre 25 e 28 de outubro no Parque de Exposições, também contou com palestras e uma feira de indústria eletroeletrônica. A realização foi da Diretriz, com apoio do Sindimetal e Senai Paraná. As regiões norte e noroeste do Paraná contam com mais de duas mil indústrias metalmeccânicas.

15 ANOS DO SICOOB UNICOOB

Para celebrar seus 15 anos, o Sicoob Unicoob lançou em outubro (na foto o lançamento para os funcionários) a campanha publicitária 'Compartilhar histórias. Fazer história', com relatos reais de personagens. O presidente do Conselho de Administração do SicoobUnicoob, Jefferson Nogaroli, ressalta que a cooperativa nasceu para acolher pessoas que precisavam de uma instituição financeira diferente, que oferecesse mais do que produtos e serviços. "Hoje são mais de 240 mil cooperados e a história de cada um é parte importante da nossa. Nestes 15 anos, temos nos dedicado a levar adiante nossa missão de promover o desenvolvimento sustentável e atuar de forma transformadora na vida das pessoas e das comunidades em que atuamos". A campanha tem como destaque vídeos estrelados por cooperados indicados pelas agências, que estão sendo divulgados nas mídias sociais e em TV aberta. A campanha vai incentivar outras pessoas a compartilhar suas experiências com o Sicoob Unicoob. Por meio do concurso Fazer História, as pessoas podem enviar vídeos de até dois minutos nas categorias: Instituto Sicoob, Empresas, Família, Sucesso Pessoal e Por que o Sicoob?. As inscrições vão até 26 de novembro e os melhores vídeos de cada categoria ganharão um iPhone 7. O regulamento do concurso está disponível em www.fazerhistoria.com

Divulgação





NOVEMBRO
AZUL.
A SAÚDE DO
HOMEM
MERECE CUIDADOS.

Neste mês, a saúde do homem recebe atenção especial por conta da campanha Novembro Azul. É um esforço de mobilização e conscientização, que deve durar o ano inteiro. Cuide-se. Faça exames regularmente.



**SANCOR
SEGUROS**

Tudo bem. Tudo seguro.

O fim da loja física?

E-commerce não decreta o fim do ponto de venda físico, que precisa se adaptar para atender o cliente do jeito que ele quer; preço baixo, frete grátis e parcelamento longo sem juros estão com os dias contados na internet, segundo especialistas // por Rosângela Gris

Até pouco tempo o varejo estava apenas na rua, dentro do shopping ou em catálogos. Se não fosse a internet, talvez a nossa realidade seria a mesma. Mas o avanço da tecnologia mudou os hábitos de compra a ponto de cogitar-se que poderia destruir qualquer experiência que envolvesse estacionamentos, provadores ou caixas registradoras.

Foi por meio da internet que o e-commerce deu ao consumo a praticidade de um simples clique e colocou a marca para falar diretamente com o público. Também foi a responsável por transformar o porta a porta de antigamente em *social commerce*. Em vez de bater na porta física, os usuários-vendedores batem nas portas virtuais dos amigos (e amigos de amigos) via redes sociais.

Isso, no entanto, não significa que os modelos 'antigos' vão desaparecer. A possibilidade de criar uma loja virtual com preços atrativos, entrega rápida e oferta de diferentes formas de pagamento não deve tornar dispensável o auxílio de revendedores físicos para promover uma marca.

"O varejo está mudando. Mas a loja física não vai acabar", assegura Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Grupo Magazine Luiza. Não fosse tamanha a confiança da dama do varejo brasileiro na longevidade do modelo de negócio, a rede varejista não estaria investindo na abertura de novas lojas físicas para se somar as 818 existentes.

O consultor maringáense Jean Caramanico também não vê o varejo tradicional entre os setores ameaçados de extinção pela internet, mas acena para um novo desenho, impulsionado pelas mudanças impostas pelo consumidor dito *omnichannel* - aquele que utiliza loja



Walter Fernandes


física, internet, dispositivos móveis e mídias sociais e espera por uma experiência de compra uniforme independentemente do canal utilizado.

Logo, derrubar barreiras e integrar se tornou imperativo para as marcas e empresas que almejam se manter no mercado e na mente dos consumidores. "Vendemos na internet, entregamos nas lojas físicas e treinamos nossas equipes para vender outros produtos que não estão na loja virtual", ensina Luiza Helena, ao comentar a onipresença do Magazine Luiza nos universos real e virtual.

CONTA NÃO FECHA

Se a onipresença é o caminho, a questão é como fazer frente aos preços mais baixos, a oferta de frete grátis e aos pagamentos de longo prazo ofertados pelos grandes sites? "Isso vai acabar porque ninguém sobrevive sem lucro", adianta Luiza Helena.

"A soma desses três fatores impede qualquer um de ter margem mercantil de venda", endossa Caramanico. Segundo ele, ao mesmo tempo em que faturam milhões, os principais e-commerces de eletrodomésticos, roupas e calçados do país acumulam prejuízos milionários.



// **Tem 818 lojas**
"O varejo está mudando. Mas a loja física não vai acabar", assegura Luiza Helena Trajano, do Magazine Luiza, que continua abrindo lojas físicas

rios nos últimos seis ou sete anos. "Essas empresas surgiram entre 2008 e 2009 com o aporte de investidores. Em 2010 já tinham prejuízo porque se venderam ao mercado como negócio digital, e *e-commerce* não é negócio digital, é varejo. Para serem competitivas usaram de artifícios como pagamento em dez vezes sem juros no cartão, frete gratuito e o menor preço de mercado. O resultado: a conta não fecha. E quem aplicou dinheiro está começando a cobrar o retorno", diz o consultor.

Diante desse cenário, a solução é uma reformulação do modelo de negócio. Os principais sites estão se transformando em *marketplaces*, ou seja, shoppings virtuais. Aproveitando-se da enorme exposição e do expressivo número de visitantes, eles abrem espaço em sua vitrine virtual para marcas e empresas mediante a cobrança de comissão. "Nesse modelo de negócio o faturamento e a entrega estão atrelados à empresa que está vendendo o produto, o *marketplace* faz o papel apenas de intermediador", explica Caramanico.

Para ele, o varejista está tendo uma segunda oportunidade de se reencaminhar para o universo virtual. E desta vez de uma maneira mais simples. "Antes, se quisesse ser

vanguardista, era preciso fazer grandes investimentos no desenvolvimento de inovações e testes".

Essa mudança deve impactar o varejo e trazer novo ânimo às pequenas empresas ao diminuir a distância do seu negócio para os grandes *players*. E o primeiro passo deve ser a regulação dos preços. "Quem está entrando no negócio precisa sobreviver do próprio lucro mercantil, não tem investidor colocando dinheiro. Ou seja, vai ter que oferecer preços que cubram os custos", opina.

Para a dama do varejo, os preços na internet vão continuar sendo mais atrativos, porém a diferença não será tão gritante. "Os preços vão se equilibrar", diz Luiza Helena.

O frete gratuito é outro benefício com os dias contados. A gratuidade só faz sentido se houver um limite que incentive o consumidor a colocar mais itens no carrinho. Outra estratégia é oferecer preços diferenciados dependendo do tempo de entrega.

VAREJO FÍSICO EM VANTAGEM

Ainda que tenha vindo para ficar, o *e-commerce* tem um longo caminho para superar o varejo tradicional. Em 2016, as vendas pela internet somaram R\$ 44 bilhões no Brasil. Embora impressionante, a cifra representa apenas 3,8% do varejo total, de acordo com Caramanico.

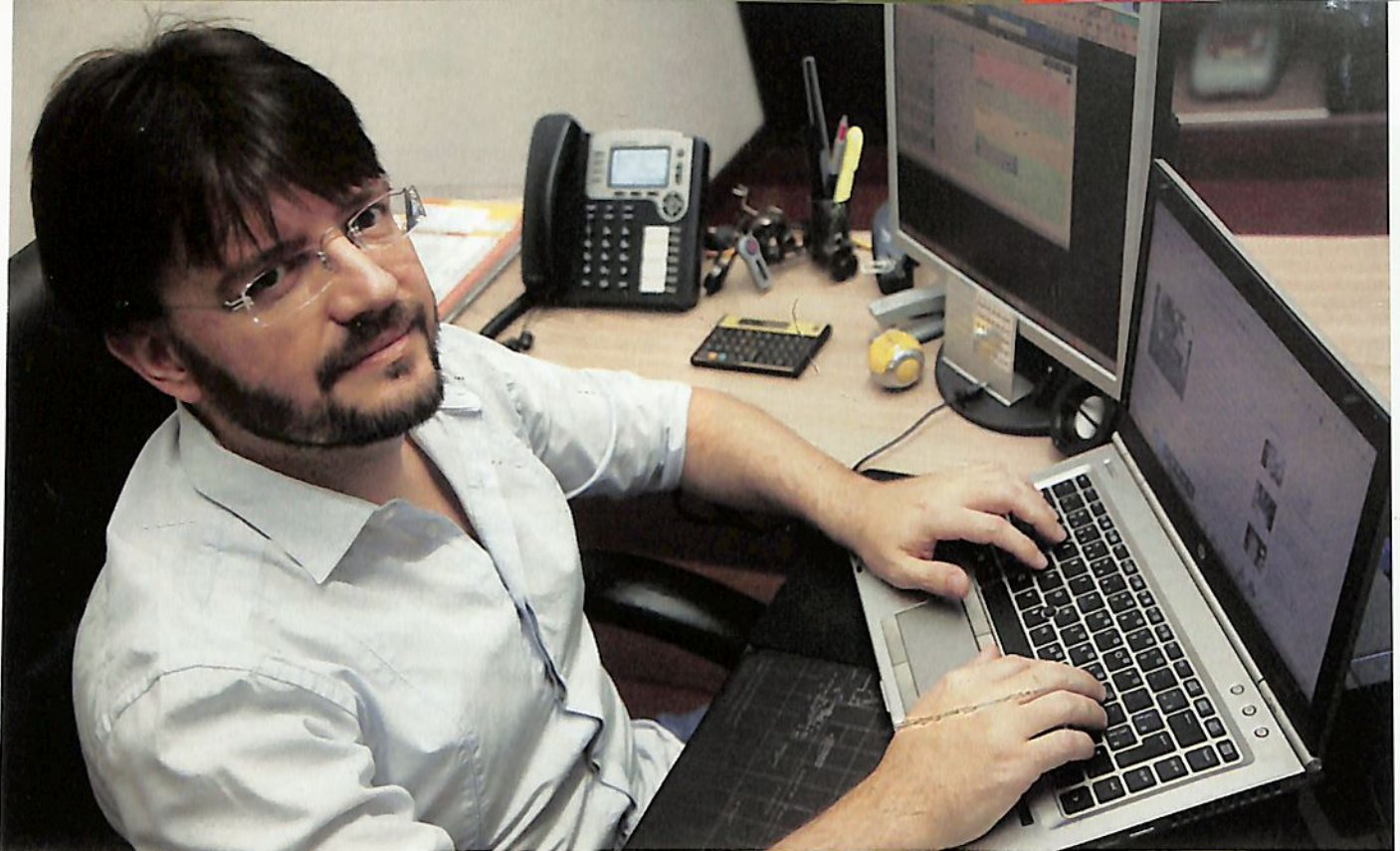
Uma das explicações para essa reduzida participação está no percentual de brasileiros que possui cartão de crédito. Apenas 28% dispõem desse recurso ao qual o *e-commerce* está bastante condicionado. "Disponibilidade de crédito limita o perfil de quem compra na internet", diz o consultor.

A necessidade da experiência tátil e a ansiedade do brasileiro são outros pontos que contam a favor da loja física. Afinal, nem todos estão dispostos a abrir mão dos provedores e ter que esperar a entrega para desfrutar da aquisição. "Se sair do seu ambiente e da sua cultura de consumo, vai descobrir que as realidades são muito distintas entre as regiões brasileiras. No interior existem mercados que ainda têm caderninho de anotação e consumidores que pagam com cheque", exemplifica o consultor.

LUCRO REAL NO MUNDO VIRTUAL

Disposta a reverter a curva decrescente nas vendas - efeito da crise econômica no país - a Dias Bike entrou para o universo on-line há cerca de dois anos e meio. "As vendas estavam despencando e decidimos anunciar os produtos na internet", conta Wesley Rodrigo Alves da Silva, promovido de vendedor a gestor de *e-commerce* da empresa.

O *e-commerce* da Dias Bike entrou no ar em maio de 2015, mas durante os seis meses em que levou para ser



// Conta não fecha

"A soma de preços baixos, frete grátis e pagamento de longo prazo impede qualquer um de ter margem mercantil de venda", diz o consultor Jean Caramanico

desenvolvido, as bicicletas e os acessórios do portfólio eram anunciados no Mercado Livre - atualmente a empresa negocia a entrada em outros marketplaces.

"As vendas pela internet representam mais de 40% do volume comercializado pela empresa. Este ano a expectativa é fechar o faturamento com crescimento de 27% em relação a 2016, e é mais que o triplo em relação a 2015", comemora o gestor.

A ascendente evolução dos números motivou a separação das operações on-line e físicas da empresa. O e-commerce conta hoje com equipe e espaços próprios. Embora exultante com os resultados, Silva relata dificuldades na trajetória. Para fazer a ideia prosperar, ele precisou, por exemplo, entender os custos operacionais e descobriu que não são assim tão distintos. "Da loja física é próximo a 30% e da on-line é 27%", diz.

O mais desafiador, no entanto, é equilibrar a diferença das margens de lucro das operações. A margem do on-line chega a ser 30% menor que na loja física. "O preço é um dos principais atrativos da internet, que derruba a margem de lucro. Mas isso deve mudar em breve. A tendência é a padronização", acredita o gestor, que é um dos integrantes do Núcleo Multissetorial de E-commerce, do programa Empreender, criado para discutir questões relacionadas a esse mercado.

Silva precisou mudar estratégias para aliviar o fluxo de caixa da empresa. Uma delas foi ajustar os preços. O re-

sultado foi queda no volume de vendas e aumento da margem de lucro. "Passei a vender melhor o meu produto. Optamos por ter um crescimento saudável vendendo menos e lucrando mais".

O 'vender melhor' também passa pela adoção do frete grátis apenas como estratégia sazonal e para compras acima de R\$ 100. "E ainda assim fazemos o cálculo para manter a venda rentável", ensina o gestor.

O e-commerce se tornou um canal indispensável ao negócio. "Pagamos para buscar o cliente, mas foi a saída mediante a crise. É melhor pagar e ter o cliente do que não ter", comenta, referindo-se aos investimentos feitos no Google e em redes sociais para ganhar relevância no disputado universo on-line.

Isso, no entanto, não reduz a importância das lojas físicas espalhadas pelo Paraná, nem tão pouco da distribuidora atacadista. "O e-commerce é o braço direito da loja física e ajudou a empresa em um momento de dificuldade. Os colaboradores entenderam isso", assegura o gestor, descartando concorrência interna por vendas.

Ele, no entanto, reconhece que há uma parcela da clientela do e-commerce resultante de uma migração de consumidores da loja física - especialmente atraídos pelo preço diferenciado -, mas o maior percentual é de novos clientes. "Vendemos para todas as regiões do país. Por meio de um cliente fechamos 19 vendas de bicicletas em Pernambuco. Isso não teria acontecido sem a in-

PRÊMIO SINDUSCON 2017

COMPROMISSO COM O AMANHÃ



Prêmio Sinduscon 2017

Promover o desenvolvimento da construção civil. Esse é o intuito do Prêmio Sinduscon. Consolidado no cenário nacional e exemplo para outros sindicatos do mesmo setor, o Prêmio trata de temas importantes não somente para a construção civil, mas, principalmente, para a sociedade e, primordialmente, para o meio ambiente. O Prêmio surgiu com a premissa de buscar a excelência da construção civil em seu todo. Ano após ano, com colaboração, empenho e compromisso, esta meta foi atingida e as empresas participantes do Prêmio Sinduscon alcançaram a melhoria do setor da construção civil.

Destinado as construtoras, seus fornecedores e a área acadêmica que formará os profissionais de amanhã, o compromisso do Prêmio Sinduscon é com a melhoria constante das práticas das empresas em todos os aspectos, para que a valorização do ser humano enquanto cidadão, possa ser sempre respeitada e colocada em primeiro lugar. O prêmio é destinado as construtoras, seus fornecedores e a área acadêmica que formará os profissionais de amanhã.

Realização:  

Co-realização:  

Apoio:   

Mídia Partner:  

Patrocínio:   



SEGURANÇA DO TRABALHO



QUALIDADE



RESPONSABILIDADE SOCIAL



MEIO AMBIENTE



SUSTENTABILIDADE



COMPLIANCE



Divulgação

// Ajuste de preços

Vendas virtuais mais que triplicaram desde 2015 na Dias Bike; segundo o gestor Wesley Rodrigo, foi preciso entender que na internet os custos operacionais não são tão diferentes da loja física

internet”, comenta. “E para aqueles que vão à loja física e questionam a diferença de preço, a gente acaba dando o desconto ou oferecendo vantagens como a montagem da bicicleta”.

PARA TODOS OS GOSTOS

Para se adaptar ao novo comportamento do consumidor, não basta seguir a tradicional cartilha do varejo. É preciso transformar a venda na tão falada experiência de compra. É nisso que a Rede Muffato tem focado esforços. “Nossa proposta é oferecer uma experiência única com qualidade, variedade, preços justos e atendimento de excelência” destaca o supervisor regional do grupo, Valdecir de Oliveira.

São quatro lojas físicas em Maringá e cada uma com um atrativo às necessidades dos clientes. Há operação de atacarejo, em que ao clientes encontram preços mais atrativos. A unidade gourmet, recém-inaugurada, reúne alimentos do dia a dia e os da alta gastronomia, com boutique de carnes Angus e exóticas, adega climatizada e importados. Na internet são dois canais:

o e-commerce, onde o cliente pode comprar eletroeletrônicos, brinquedos e utilidades, e o *delivery*, que é a compra on-line de alimentos, bebidas, limpeza e perfumaria.

“O cliente seleciona os produtos no site, escolhe a forma de pagamento, digita o endereço para entrega e aguarda a chegada das compras. A confirmação do pedido é feita por e-mail, bem como as comunicações de cada etapa do processo”, explica o supervisor. Ao concluir a compra, o sistema gera quatro opções de horário de entrega para o cliente escolher, com cobrança de taxa.

O grupo oferece ainda o Click & Collect, serviço recém-lançado em Maringá, na loja da avenida João Paulino, que permite que o cliente compre on-line e agende a retirada na loja, sem custo adicional. Ao chegar ao estacionamento, ele tem vagas exclusivas e pode efetuar o pagamento ali, se preferir, sem a necessidade de entrar no supermercado.

VENDAS POR APLICATIVO

Uma das primeiras atribuições da equipe de vendas da



Divulgação

// Também vende pela internet

Rede Muffato tem quatro lojas físicas, para atender vários perfis de cliente; "nossa proposta é oferecer experiência única", diz o supervisor regional Valdecir de Oliveira



Walter Fernandes

// Aplicativo

Vendas pelo WhatsApp representam metade do faturamento da Alfazema, que também vende por site; na foto a farmacêutica Fernanda Biava Vera

Alfazema, assim que chega ao trabalho, é checar e responder as mensagens do WhatsApp. É por meio do aplicativo que muitos clientes da farmácia de manipulação solicitam orçamentos e fazem os pedidos de fórmulas. "A venda é fechada por ali. Só o pagamento é feito na entrega do produto, com a opção de retirada na loja ou envio por meio do serviço terceirizado de entrega", explica a farmacêutica Fernanda Biava Vera, proprietária da Alfazema.

A venda via WhatsApp foi adotada há cerca de quatro anos a 'pedido' dos clientes. Ciente das expectativas desse perfil de cliente, a equipe da Alfazema criou um protocolo de atendimento que prevê uma resposta imediata a todas as mensagens no início do dia. Só depois do "bom dia" é que os orçamentos - em modelo padronizado com valores, prazos e formas de entrega - começam a ser providenciados. "O cliente que usa o WhatsApp quer uma resposta rápida. Enviamos resposta padrão, informando que o pedido está sendo providenciado, e depois iniciamos os atendimentos individuais porque os orçamentos levam um tempinho", esclarece Fernanda.

Inicialmente, a farmácia disponibilizou uma linha telefônica. Uma segunda foi incluída para dar conta da crescente demanda. Hoje as vendas pelo aplicativo representam mais de 50% do total.

"Divulgamos os telefones nas redes sociais Instagram e Facebook e no nosso site. Aparecem clientes do Brasil todo. Neste caso os produtos são enviados pelos Correios", diz Fernanda, acrescentando que os produtos manipulados também estão disponíveis para compra no site, que tem média de três mil visualizações por semana e registra ao menos o fechamento de uma venda por dia.

O serviço on-line não aumentou expressivamente as vendas, mas trouxe facilidade aos clientes, contribuindo para a fidelização e preferência. "As pessoas estão atrás de praticidade. Nem todos têm tempo de ir à loja", argumenta.

SEM MEDO DA INTERNET

Na boutique Carmem Bortoletto os atendimentos são feitos com hora marcada, podem levar mais de uma



Walter Fernandes

// Aposta no atendimento presencial

Em sua boutique, Carmem Bortoletto atende com hora marcada, mas usa redes sociais para divulgar as peças que são fotografadas em uma modelo contratada por ela

hora e muitas vezes são feitos fora do horário comercial, tudo depende do perfil e da agenda da cliente. Os únicos dias em que não são agendados horários são na semana de apresentação de novas coleções, que acontecem uma vez por mês. Nesses dias, há bolos, doces finos, salgados e frisantes, e Carmem, dona da boutique de mesmo nome, conta com ajuda extra para as vendas – nos outros dias ela atende sozinha.

Economista por formação, Carmem começou a trajetória empreendedora, revendendo roupas de uma feirinha popular de São Paulo, há 17 anos, na sala de seu apartamento. Hoje comercializa peças de cinco marcas, sendo que em duas tem representação exclusiva na cidade. A crise econômica não deu 'as caras' por lá. Pelo contrário, com ajuda da internet, a lojista passou a vender roupas para clientes de todo o Brasil. Uma ou duas vezes por semana uma modelo contratada por Carmem

é fotografada com as peças que serão exibidas nas redes sociais da loja e replicadas nas redes das marcas que revende, e assim ela vem ganhando clientes. Basta postar uma peça para uma consumidora querer saber o preço ou pedir para reservar.

Se para alguns varejistas a concorrência com lojas da internet é motivo de preocupação, Carmem não tem receio, não apenas porque vende pelas redes sociais, mas porque tem um público focado nas classes A e B, que valoriza o bom e velho atendimento presencial. "Tenho clientes fiéis e aposto no atendimento diferenciado, tanto que as clientes podem levar as roupas para provar em casa ou eu mesmo peço para entregar. Também faço questão de atender com hora marcada. Esse atendimento 'vip' acaba criando amizade", conta. Lá há peças a partir de R\$ 200 até mais de R\$ 1 mil.

DEDICAÇÃO SEM LIMITES AO POVO DO PARANÁ.



**DEDICAÇÃO DE
TODOS OS DIAS:**

**TRABALHAR
PELA QUALIDADE
DE VIDA DOS
PARANAENSES.**

MONYA BALLONI FONSECA ROSA
Técnica Química - Maringá

**INVESTIMENTOS EM MARINGÁ
E REGIÃO NOS ÚLTIMOS 6 ANOS.**



R\$ 600 milhões investidos em obras de saneamento e tratamento de esgoto para melhorar a saúde e o bem estar da população.





// Até 10 pedidos por dia de resgate

Socpam cuida de 120 cães e 38 gatos, o que envolve custos de até R\$ 10 mil por mês; na foto a vice-presidente Natalia Oliveira

ONGs, diretoria municipal e leis para proteger pets

Maltratar um animal pode gerar multa; ONGs e Diretoria de Bem-estar recolhem bichos e fazem castração, mas trabalho depende de voluntários e conscientização // por **Fernanda Bertola**

Não alimentar ou oferecer água aos animais, abandonar, deixá-los sozinhos por longos períodos ou permitir que saiam desacompanhados, não disponibilizar abrigos adequados ou praticar qualquer tipo de violência contra eles. É longa a lista de crueldades cometidas contra mascotes, que "têm direito ao respeito e à proteção do homem", segundo a Declaração Universal dos Direitos dos Animais, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

Basta olhar para os lados para perceber cães e gatos perambulando, sem cuidados nem proteção. Não fosse o papel desempenhado por organizações não governamentais (ONGs), haveria mais deles nas ruas. A Sociedade Protetora dos Animais de Maringá (Socpam) foi a precursora na cidade e vem recebendo, tratando e encaminhando animais para adoção desde 1997.

A Socpam abriga 120 cães, além dos que ficam em lares temporários por estarem doentes, debilitados ou porque são deficientes. No gatil, há 38 bichanos. "Todo animal que recolhemos um dia teve um tutor que o soltou ou não castrou a fêmea que deu cria na rua, ou o deixou solto para 'passear'. E tem os que sofrem violência. Infelizmente raramente alguém é detido. A maioria paga multa ou nem isso", diz a voluntária e vice-presidente da Socpam, a professora Natalia Oliveira.

A ONG só resgata animais quando o solicitante não pode se responsabilizar. Chegam até dez pedidos por dia, mas não há verba e espaço para atender a todos. Os gastos para manter a ONG chegam a R\$ 10 mil mensais – todas as informações são públicas –, porque os animais são alimentados exclusivamente com ração, é preciso pagar um funcionário que fica no local, outro no



// 380 cães

Na Dignidade Animal voluntários se revezam durante a semana para alimentar os animais e aos sábados fazem mutirões de limpeza, diz Lausimar Gracino

escritório, além de um contador e serviços veterinários – o número de voluntários oscila. O dinheiro chega por meio de associados, mensalistas voluntários, doações e promoções. “Tentamos o repasse de recursos por meio do programa Nota Paraná, que desde março tem destinado recursos a entidades que protegem animais, mas não deu certo porque temos apenas o título de Utilidade Pública municipal e é preciso ter o estadual”, comenta.

Fundada em 2000, outra ONG da cidade, a Dignidade Animal, tem 380 cães que foram encontrados machucados, doentes, com sinais de maus-tratos e até de abuso sexual. Já os gatos ficam em lares temporários.

A esteticista Lausimar Gracino, que está à frente da ONG, conta com o apoio de 15 voluntários, número variável, que se revezam durante a semana para alimentar e abastecer os bebedouros, além de medicar os cachorros. Aos sábados, todos participam de mutirões de limpeza do espaço e manutenções.

Dependendo de doações, o que

inclui até sobras de restaurantes que são congeladas e podem ser dadas aos animais, Lausimar espera que com o título de Utilidade Pública municipal, que deve sair em breve, fique mais fácil obter recursos. “Sempre tiramos dinheiro do bolso para comprar remédios e castrar, mas temos parceiros que prestam serviços mais baratos. Apesar de não termos tantos recursos, a gente vai dando um jeito”.

DIRETORIA DE BEM-ESTAR

Criada pela atual administração, a Diretoria de Proteção e Bem-estar Animal traz esperança para quem tem apreço pela causa animal. O setor tem entre as missões fiscalizar maus-tratos, promover campanhas de conscientização pela posse responsável, controle populacional, entre outros.

Segundo o diretor Marco Antonio Azevedo, os animais resgatados são vítimas de atropelamento, apresentam ferimentos, doenças, oferecem riscos, foram abandonados ou apresentam sinais de maus-tratos.



// 20 denúncias diárias

“A expectativa é que em novembro sejam liberadas 3 mil castrações”, diz o diretor da Diretoria de Bem-estar Animal, Marco Antonio Azevedo

Os que precisam de tratamento vão para o Centro de Controle de Zoonoses (CCZ), e os demais são prioritariamente encaminhados a parceiros ou abrigos temporários até que sejam adotados em feiras.

Com relação às castrações, agora assumidas pela diretoria, desde o início do ano até 23 de setembro foram registrados 2.676 pedidos, sendo que 2.162 foram realizados. “A expectativa é que em novembro sejam liberadas 3 mil castrações”, afirma Azevedo. As prioridades serão animais de cinco meses a sete anos, errantes, de ONGs, protetores individuais e tutores de baixa renda. As esterilizações vêm sendo realizadas em clínicas particulares, e o solicitante é direcionado à que fica mais próxima de onde mora. Azevedo estuda proposta para ampliar as parcerias, oferecendo benefícios fiscais a empresas que se propuserem a prestar o serviço. “É um projeto de lei do vereador Flávio Mantovani que apoiamos”, diz.

O novo centro cirúrgico no CCZ, cujo prédio foi inaugurado, poderá ser usado para as castrações. Agora

a diretoria de Bem-estar deve comprar equipamentos e organizar uma equipe para que o trabalho tenha início em janeiro.

A fiscalização de denúncias, recebidas pelo 156, também é responsabilidade da diretoria. "Ensinamos sobre guarda responsável e notificamos, com prazo para adequação, senão a multa pode chegar a R\$ 2 mil", explica Azevedo. Até agora não foram aplicadas multas, nem houve perda de guarda ou detenção.

A Bem-estar atende a cerca de 20 reclamações diárias. Com os três fiscais da diretoria e outros seis da Secretaria do Meio Ambiente (Sema) – deslocados para um mutirão –, a tendência é que o número diminua.

CENTRO DE ZOOZES

Os animais encaminhados ao CCZ recebem tratamento até estarem aptos à adoção – eutanásia só ocorre quando essa é a única solução para evitar sofrimento. "Separamos conforme o estado de saúde ou comportamento. Os doentes ficam em uma área de isolamento", diz a gerente de Vigilância de Zoonoses da prefeitura, Janete Veltrini Fonzar.

"O CCZ não é e nem pode ser um depositário. Por isso, só em último caso separamos os animais. É preciso prover o necessário para o bem-estar. Recebemos os bichinhos temporariamente, mas logo eles vão para adoção, ONG ou lar de voluntários", explica.

Janete destaca que o prédio do centro cirúrgico foi cedido pelo CCZ à Bem-estar. O centro cirúrgico será compartilhado entre os dois órgãos.

Segundo a Lei de Crimes Ambientais 9.605, de 1998, praticar ato de abuso, ferir ou mutilar, bem como maltratar animais silvestres, domésticos, domesticados, nativos ou exóticos, submete a detenção de três meses a um ano e multa. E uma



Walter Fernandes

// Trabalho multidisciplinar

Lei do vereador Flávio Mantovani prevê punições para quem maltrata animais e foi copiada em 40 municípios

lei municipal aprovada recentemente recepciona essa mais antiga: o texto pontua práticas que configuram maus-tratos, entendidos como quaisquer ações decorrentes de imprudência, imperícia ou ato voluntário e intencional que atente contra a saúde e necessidades naturais, físicas e mentais do animal.

O vereador Flávio Mantovani, que advoga há 15 anos para ONGs do Paraná, é autor da lei. O texto sujeita o tutor do animal maltratado à advertência, perda da guarda, outras sanções restritivas de direito e multa – a fiscalização é responsabilidade da Bem-estar. "O projeto foi copiado em outras 40 cidades", afirma.

Para Mantovani, a garantia de cuidados adequados aos bichos funciona melhor pela via administrativa que judicial. Mas é preciso um trabalho multidisciplinar, já que em casos de maus-tratos geralmente há outros problemas envolvidos: situação de vulnerabilidade de tutores é um exemplo.

Segundo ele, isso foi levado em consideração para a redação de ou-

tra lei aprovada recentemente, que proíbe o uso de veículos movidos a tração animal e a exploração animal na área urbana de Maringá. "Crianças pilotando carroças e fora da escola, trabalho com recicláveis ou entulho, com remuneração baixa são situações degradantes. Queremos melhorar a condição dessas famílias".

Mantovani ressalta que para as famílias que dependem do trabalho com os cavalos não fiquem desempregadas, a lei prevê capacitação e apoio da Secretaria de Assistência Social e Cidadania (Sasc) – o orçamento total da secretaria é R\$ 41 milhões anual.

"A lei também evita o descarte inadequado de entulhos. E, nesse sentido, quem contrata carroceiros é conivente à situação", diz. Além disso, o tráfego de carroças em grandes centros não é mais permitido.

A Secretaria de Mobilidade Urbana (Semob) é responsável pela fiscalização. Os cavalos que forem recolhidos vão para o CCZ para triagem, ONGs ou santuários.



SUA SAÚDE BUCAL LEVADA A SÉRIO

RELAÇÃO DOS PROBLEMAS BUCAIS COM O MAL DE ALZHEIMER

A periodontia, parte da odontologia que previne, diagnostica e trata doenças da gengiva e dos tecidos de sustentação dos dentes, tem direcionado seus estudos na busca da relação entre a doença periodontal e os possíveis agravos que podem trazer à saúde sistêmica. Sabe-se que as enzimas e os mediadores inflamatórios envolvidos na dinâmica da doença periodontal não se limitam a agir na cavidade bucal e podem provocar quadros inflamatórios e infecciosos em outras regiões.

As bactérias presentes nas inflamações da boca podem chegar a corrente sanguínea e alcançar outras partes do corpo, inclusive o cérebro, causando respostas inflamatórias capazes de levar a destruição de neurônios. Essas inflamações, por sua vez, podem provocar problemas de memória e demência.

Um estudo feito por pesquisadores da Escola de Medicina e Odontologia na University of Central Lancashire (UCLAN) na Inglaterra, orientados pelos Dr. St John Crean e Dr. Sim K. Singharo, examinaram amostras de tecido cerebral doadas por pacientes com demência e por pacientes sem demência. Eles observaram presença de *Porphyromonas Gingivalis* em 40% dos cérebros analisados com pessoas com Alzheimer. Esta bactéria normalmente é encontrada na cavidade oral de pacientes com doença periodontal.

MASTIGAÇÃO IMPRÓPRIA

Em outro estudo, este feito pela Faculdade de Odontologia da Universidade de Hiroshima (Japão), chegou-se a conclusão de que o mal de Alzheimer pode estar relacionado a deficiência de mastigação.

Coordenado pelo Dr. Kazuo Tanne, pesquisador desta instituição, o trabalho aponta que a falta de dentes, assim

como elementos dentais desgastados, ou seja, a mastigação imprópria promove a formação, no sistema nervoso central, de placas proteicas denominadas Beta, capazes de danificar neurônios e indicadores do mal de Alzheimer.

Estes dois estudos conduzem por caminhos diferentes a fortes indícios de relações entre as doenças da boca e sérios problemas cerebrais. O primeiro estudo foca a questão da contaminação bacteriana, e o segundo a qualidade de mastigação. São estudos sérios, realizados por conceituadas universidades de diferentes continentes.

Desta forma, mais motivos temos para a busca de tratamentos de qualidade para os problemas periodontais. Assim como devemos sempre repor os dentes perdidos, para continuarmos com uma mastigação eficiente e saudável.


Nestor Curti
Periodontia e Implantes
CRO 6297



Excelência em Odontologia

FONE: 44 3225.3233 | Rua Princesa Isabel, 488 | Maringá-PR, Cep: 87014.090

www.nestorcurti.com.br

Walter Fernandes



// Oferece carne de Angus

Valdeir José da Silva e Lucineide da Silva: se antes o prédio onde a Casa de Carnes Guaiapó está instalada parecia grande e vazio, hoje está bem equipado e no domingo fica apertado

Loteamentos impulsionam comércio na Guaiapó

O potencial de crescimento da região leste atraiu empresários, muitos dos quais moradores dos bairros próximos **// por Graziela Castilho**

Os loteamentos de bairros situados ao longo da avenida Guaiapó, como o Jardim Paulista e o Jardim Colina Verde, motivaram a chegada de moradores e abriram caminho para o desenvolvimento do comércio. Para os moradores mais antigos, a expansão da região leste se configurou como oportunidade para ter o próprio negócio.

Foi assim que o casal Valdeir José da Silva e Lucineide Cardoso da Silva decidiu abrir a Casa de Carnes Guaiapó, no Conjunto Residencial Requião, próximo ao Contorno Norte. “Escolhemos esse salão porque era o que melhor se adequava à nossa ideia de negócio e mais próximo do Jardim Paulista, onde moramos. Por sorte está na avenida Guaiapó. Assim, garantimos não só uma boa localização, mas a comodidade de trabalhar perto de casa”, comenta

o empresário.

Apesar das vantagens, o casal enfrentou desafios no início do empreendimento, dez anos atrás, porque a avenida não tinha tanto fluxo de pessoas. Nesse período, Silva também recebeu opiniões negativas quanto ao sucesso do negócio. “Mesmo assim continuei firme porque tinha experiência em açougue e sabia que nesse ramo é preciso conquistar a confiança do consumidor. Além disso, estava convicto do potencial da região, tanto que não demorou muito para a abertura de outros loteamentos, o que fez aumentar o fluxo na avenida”, afirma.

Aos poucos o açougue foi ganhando visibilidade e clientes, em busca de qualidade das carnes e atendimento personalizado. “O marketing boca-a-boca foi significativo para



// Quer abrir segunda loja

Nair Atanazio abriu loja num shopping, que foi fechada seis meses depois, antes de instalar a Hadassa Modas na avenida Guaiapó; na foto, com a filha Larissa do Nascimento Atanazio

o aumento da clientela, mas fizemos nossa parte”, comenta Silva.

Outra estratégia foi reservar recursos para investimentos à medida que o fluxo de clientes aumentou. Assim, ele comprou câmara fria, geladeira para bebidas, móveis e outros equipamentos. E o salão de 140 metros quadrados que, no início parecia grande e vazio, agora está bem equipado e organizado, e aos domingos, com o fluxo intenso, fica apertado.

Há um ano, Silva passou a trabalhar com carne bovina da raça Angus, que embora seja mais cara que a Nelore, deixa os clientes satisfeitos com a qualidade. O tempero, criado por Silva, é outro diferencial, bem como assados.

“Enquanto nos empenhamos em oferecer o que há de melhor aos clientes, a avenida Guaiapó continua com tráfego crescente, favorecendo o comércio do bairro. Essa região tem muito potencial de desenvolvimento”.

RENTABILIDADE

Para a Soleil Plantec, instalada na avenida Guaiapó, no Jardim Paulista, loteamentos em andamento como o Bom Jardim são positivos porque o sistema de geração de energia fotovoltaica comercializado pela empresa pode ser instalado em imóveis em construção e prontos. A empresa de Fernando Garcia Gonçalves e Paulo Tertulino foi aberta há

um ano.

O imóvel próprio tem fácil acesso e espaço para *showroom*. “Temos um equipamento instalado na garagem e em funcionamento, o que é um dos nossos diferenciais, porque fica mais fácil demonstrar o produto ao cliente”, explica Gonçalves, destacando que os equipamentos ficam visíveis para quem transita na via.

Embora o negócio registre pontos positivos, os sócios enfrentam desafios, principalmente pelo fato de o produto ser novo e pela crise econômica recente. “Às vezes as pessoas têm dinheiro para investir, mas ficam receosas por falta de conhecimento sobre a tecnologia e porque querem guardar o dinheiro. Mesmo assim estamos nos estabelecendo bem, temos projetos instalados no Paraná e em São Paulo e queremos expandir para outros estados”.

Para pequenas e médias empresas e indústrias, os sócios garantem que o projeto fotovoltaico favorece até a competitividade por reduzir os custos com energia elétrica e, por consequência, o preço do produto final. “No primeiro mês a empresa deixa de pagar parte da conta de energia, pois os abatimentos são graduais conforme o sistema gera e distribui energia. E quando o equipamento é quitado, o cliente não se preocupa mais com aumentos na tarifa de energia elétrica. É como sair do aluguel por adquirir imóvel próprio”, compara Gonçalves.



// Na avenida Guaiapó
Sidnei Niero é dono do Depósito Santa Terezinha e da S4 Engenharia

PROXIMIDADE

Na avenida Franklin Delano Roosevelt, próximo à esquina com a avenida Guaiapó, no Conjunto Residencial Requião, está a Hadassa Modas. De acordo com a empresária Nair Xavier do Nascimento Atanzio, a escolha do ponto comercial foi bem-sucedida. "Estamos há quatro anos nesse local e tivemos um crescimento expressivo, tanto que até reservamos um espaço no fundo para estoque e implantamos gestão financeira informatizada", conta.

Antes Nair era sacoleira e vendia para moradores do próprio bairro. Foi quando ela decidiu abrir uma loja em um shopping, mas seis meses depois fechou porque percebeu que era melhor ficar próxima da clientela que tinha conquistado, ter a comodidade de trabalhar perto de casa e reduzir despesas com aluguel. "Estar perto dos moradores do bairro faz muita diferença. A proximidade com o cliente é muito maior. Aqui sempre há quem aproveite uma ida ao supermercado para passar na minha loja", cita Nair ao comentar que também recebe

clientes de outros bairros.

Duas vezes por mês ela faz compras de estoque, principalmente de moda evangélica e 'modinha'. E faz planos de abrir uma segunda loja, mas com foco no atacado. "Estou muito feliz com os resultados e almejo ampliar a estrutura física", planeja.

DIFERENCIAIS

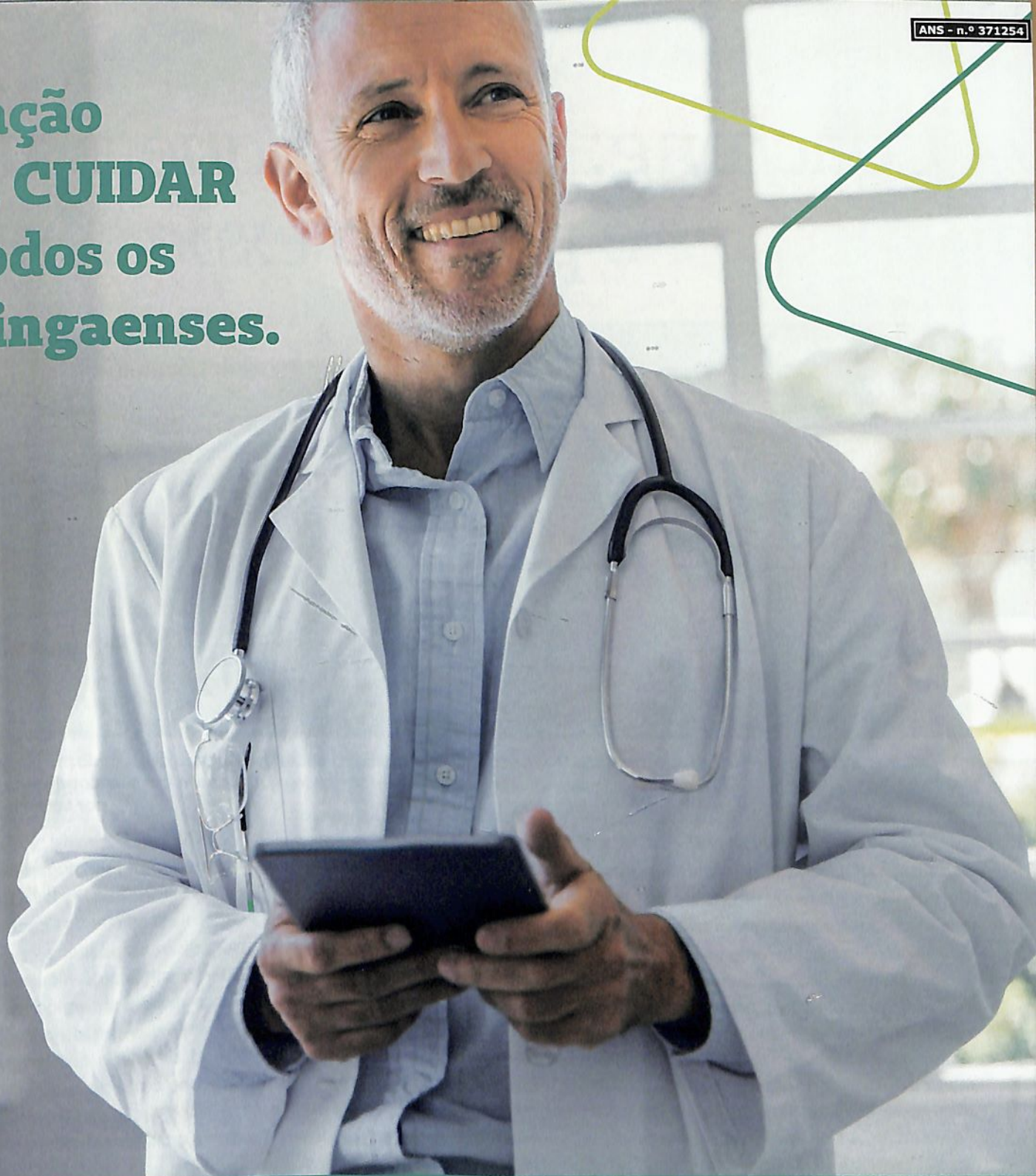
Quem também ficou satisfeito depois da mudança para a avenida Guaiapó, no Jardim Liberdade, foi o engenheiro civil Sidnei Niero e a arquiteta Valdirene Manzoti Niero, que são casados e sócios do Depósito Santa Terezinha. À frente da empresa desde 1998, quando assumiu a gestão no lugar do tio, ele conta que a loja ficava na avenida Dos Palmares, e era pequena e sem estacionamento. Eles juntaram dinheiro e compraram um terreno na Guaiapó para a nova loja, há 16 anos. "Quando viemos para cá não tinha nada na avenida e existiam apenas dois bairros, mas loteamentos estavam sendo lançados", lembra.

"A Guaiapó tem mais perfil para

nosso segmento. Além disso, cerca de 50 mil pessoas transitam por aqui para ter acesso aos bairros. Com o loteamento Bom Jardim, esse número vai aumentar muito. A perspectiva de crescimento é positiva", analisa Niero. Lá a empresa tem estacionamento próprio e faz a entrega de mercadorias no mesmo dia. As vantagens da região, porém, atraíram a concorrência: hoje são seis os depósitos de construção instalados nas proximidades.

O casal ampliou a atuação: abriu há oito anos a S4 Engenharia, que funciona no mesmo local, com projetos de engenharia e arquitetura. E como ele fez especialização em materiais e serviços técnicos de impermeabilização, a empresa oferece projeto, materiais, execução e serviço de manutenção de impermeabilização. "É uma área muito específica e com pouquíssima concorrência, apesar de extremamente necessária em condomínios verticais, obras enterradas e piscinas, por exemplo. Por isso se tornou um dos nossos diferenciais", ressalta.

Vocação para CUIDAR de todos os maringaenses.



Há 35 anos, atuamos com leveza, proximidade e alegria, cuidando de Maringá e promovendo a qualidade de vida de quem mora nessa cidade tão especial. Incentivamos a busca equilibrada do bem-estar e da felicidade em todos os momentos como melhor forma de prevenção e promoção da saúde.

Esse é o nosso papel, o nosso plano, o nosso compromisso com você.

VENDAS

44 3221 2722

44 2101 7600

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.

Unimed 
Maringá

www.unimedmaringa.com.br

Coaching: mais do que título, é preciso experiência



Como a profissão não é regulamentada, é preciso escolher de forma cautelosa o coach que conduzirá o processo que ajuda na performance profissional e em comportamentos pessoais
// por Lethícia Conegero

No dicionário, *coaching* significa "processo que visa o desenvolvimento de competências profissionais ou pessoais. Grandes empresas utilizam sessões de *coaching* para melhorar o desempenho de seus funcionários". No Brasil, a profissão de *coach* surgiu na década de 70 e tem crescido. Pesquisas da International Coach Federation (ICF) indicam que o número de profissionais da área aumentou mais de 30% de 2012 a 2015 no país. Nos últimos quatro anos, houve um crescimento de 300% no mercado. E neste cenário aquecido é importante saber identificar os bons profissionais.

No mercado, algumas das formações mais conhecidas são o Life Coaching, Business e Master. Mas como não há uma lei regulamentando a profissão, a formação é justamente um dos principais problemas do segmento. "Qualquer pessoa pode criar uma escola que oferece cursos de *coaching* sem ter experiência. Sou administrador de empresas e preciso ter registro profissional para atuar. A profissão de *coaching* também deveria ter regulamentação. Existem pessoas trabalhando sem qualificação. E no mercado isso gera uma imagem negativa, porque temos bons profissionais que perdem negócios porque as pessoas, de modo geral, têm uma imagem ruim do que ouviram ou vivenciaram sobre o *coaching*", comenta o administrador de empresas

e mestre em Desenvolvimento de Tecnologias pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), José Rodolfo Grou, que é Master Coach pela Academia Brasileira de Coaching.

A opinião é a mesma do jornalista especializado em Gestão Empresarial e Master Coach, Marçal Siqueira, que atua na área há mais de cinco anos. "Para atender executivos, fui executivo. Todas as vezes que um *coachee* (aprendiz/cliente) apresenta dificuldades, sei o que perguntar para que ele possa pensar em como melhorar aquele processo. Às vezes a pessoa faz uma formação na área do *coaching* e acredita que só pelas perguntas conseguirá resolver os problemas. O *coach* que vivenciou aquela situação terá mais facilidade para lidar", comenta.

Por isso, é importante identificar os bons profissionais. "Existem escolas que oferecem curso de *coach* e *master coach* em um fim de semana, isso é um absurdo. O profissional também precisa ter vivência e experiência. Como vou falar para um empresário 'performar', se não sei quais indicadores ele precisa entregar?", explica Grou.

Quem quer atuar de forma profissional precisa de dedicação, muito estudo e profissionalismo. "Fiz minha formação em *coaching* em 2010, e só sete anos depois fiz a de *master coach*, quando me senti habilitado para focar no processo de aprimoramento. Não é só fazer a formação e

//Profissão exige experiência

"Qualquer pessoa pode criar uma escola que oferece cursos de coaching sem ter experiência", diz José Rodolfo Grou, que é Master Coach



// Agenda lotada

Marçal Siqueira, jornalista e Master Coach: "para atender executivos, fui executivo. Todas as vezes que um coachee apresenta dificuldades, sei o que perguntar"

sair atendendo. Exige estudo, porque vamos trabalhar com comportamento e depois com organizações, então o profissional precisa ter vivência de gestão", conta Siqueira.

Grou começou a estudar Recursos Humanos aos 16 anos. Com 26, após concluir a graduação, começou a trabalhar na área de desenvolvimento de pessoas da Gazin. "Rodei o Brasil fazendo esse trabalho. Mas chegou um momento em que senti que precisava ter mais conhecimento, então resolvi fazer minha formação em coaching", conta.

PERFIL X EMPRESA

O coaching de carreira auxilia o indivíduo a reconhecer o comportamento, e como esse perfil vai se relacionar com a carreira que está exercendo. O objetivo é auxiliar o coachee a perceber se a cultura da empresa em que atua está correlacionada ao perfil comportamental. Por isso, todo processo, necessariamente, passa pelo Life Coaching, que envolve questões de âmbito pessoal.

"Atendo muitos empresários e gestores para melhorar a performance em liderança e empreende-

dorismo, mas durante o processo se ele não tiver uma área da vida organizada, temos que trabalhar isso para depois gerar efeito na liderança. Muitas vezes o coachee fala que precisa melhorar a liderança porque não tem paciência com a equipe ou porque não está entregando resultados, e na verdade esse é o foco secundário. O primário é identificar aspectos pessoais que possam interferir na questão profissional. O trabalho do coaching auxilia o indivíduo a se reconhecer por meio da aplicação de ferramentas, para que possa ser a sua melhor versão", conta Grou.

Existe uma variação grande do valor do trabalho, dependendo da competência, formação e experiência do profissional. De acordo com Grou, em Maringá, os processos variam de R\$ 3,5 mil a R\$ 8 mil.

O tempo de duração das sessões é relativo, e depende da disponibilidade do cliente. Tudo se dá a partir do diagnóstico que é feito no primeiro momento. "Antes de fechar o trabalho, é necessário saber em que situação está o cliente. Já tiveram situações de eu perceber que o trabalho

não era comigo, mas com o psicólogo", conta Grou. Para os indivíduos com questões pessoais bem alinhadas, o número de encontros varia de oito a 11.

AGENDA LIVRE EM 2018

Marçal Siqueira foi coachee antes de ser coach. "Primeiro fui o atendido. Trabalhava em uma empresa e precisava desenvolver habilidades para receber uma promoção. Como esse processo trouxe bastante resultado, fui promovido seis meses depois. Como atuava com gestão de pessoas e comunicação estratégica e me interessei pela área, criei uma oportunidade de mercado para mim," explica.

Durante o processo, é importante que o coach tenha um lugar reservado e seguro para atender. De acordo com Siqueira, nem sempre é positivo atender em um ambiente aberto. "Chamamos isso de psicogeografia: dar o espaço adequado para o coachee falar das questões que quer desenvolver, e de preferência ter uma plataforma de registro do que você faz. Anoto o horário que a sessão começou, o que foi tratado etc."

Siqueira atende 20 pessoas, no

momento. E agora ele só tem agenda disponível a partir de fevereiro do ano que vem. "O fato de estarmos precisando fazer mais com menos, e com menos tempo, exige que as pessoas procurem o desenvolvimento. A carreira de coaching está extremamente concorrida, os executivos de empresas querem resultados rápidos", enfatiza.

O Life Coaching também tem sido muito procurado. São indivíduos querendo desenvolver competências emocionais. A lista de profissionais que têm recorrido a esse tipo de ajuda para disputar uma vaga no concorrido mercado é longa, especialmente em tempos de altos índices de desemprego.

Quando se fala de *coaching*, fala-se de método, e não de ciência. É um processo de desenvolvimento para resultados pessoais e profissionais. E para ser *coach* é necessário gostar de desenvolver pessoas e ter paixão por resultados. Caso contrário, o cliente terá apenas uma boa sessão de bate-papo. Todo tipo de ação em uma sessão de *coaching* precisa terminar com o que fazer, quando fazer, como e por quê. São perguntas que precisam ser respondidas em cada sessão.

QUEM FEZ

O banco em que Luciano Herkenhoff trabalha como gerente em Umuarama contratou, no ano passado, sessões de *coaching* para gestores. "Os resultados foram ótimos. Pensamos em nossas atitudes, planejamos a execução e adotamos comportamento de entrega a fim de alcançar o resultado. Recomendo o processo de *coaching* como instrumento de aperfeiçoamento profissional, liderança de equipes, planejamento, enfim, funções que desempenhamos na vida pessoal e no trabalho", conta.

Com Milton Pereira, coordenador comercial da Ferrari, não foi diferente. "Participar de um processo de

//Lidera equipe de altas performances

"Participar de coaching auxiliou na tomada de decisão, bem como liderar equipes. Esse processo trabalha também o autoconhecimento", diz o coordenador comercial Milton Pereira



coaching foi um privilégio. Auxiliou na tomada de decisão, bem como liderar equipes de alta performance. Esse processo trabalha também o autoconhecimento, que ajudou muito. Com o auxílio do *coaching*, consegui evoluir, minimizando fraquezas e aproveitando oportunidades", enfatiza Pereira.

Foi o desejo de contribuir com o crescimento pessoal e profissional dos indivíduos que motivou a psicóloga Vanessa Viana de Gois a 'mergulhar de cabeça' no universo do *coaching*. "Sempre tive paixão por desenvolver pessoas. Quando me formei em Psicologia tinha como meta buscar a melhor versão das pessoas. Em 2012 fiz a formação de *coach*, desejando atuar tanto em processos particulares, como na empresa em que sou gestora de RH. Desde então busco contribuir com o crescimento pessoal e profissional daqueles que querem alcançar metas", explica.

Hoje, além de trabalhar o *coaching* na formação de líderes e colaboradores na empresa, Vanessa leva

sua experiência para o público externo, atendendo como *coach* em processos de melhoria de qualidade de vida e carreira.

REUNIÕES NA ACIM

Um grupo de *coachs* que atua em Maringá se reúne quinzenalmente às quartas-feiras, com o acompanhamento de um consultor da ACIM. Eles fazem parte do núcleo setorial de *coachs*, do programa Empreender. Juntos têm discutido concorrência, regulamentação da profissão, entre outros desafios e oportunidades. Fazem parte do grupo os seguintes profissionais: Agmar Vieira Junior, Lígia Martins, Luciane Secco, Nathalia Ribeiro, Ana Carolina Lecher, Camila Longo, Alessandra Serra, Vanessa Gois, Ana Maria Silva, Marçal Siqueira, José Rodolfo Grou, Sandra Martinhago, Milton Bettini, Perla Alcantara, Valdir Madeira, Andréia Chicarelli, Vanessa Tobias, Daniel Aquino, Geraldo Anastacio, Ana Paula Schiavon, Edvaldo Eliezer, Vagner Bossolani, Luciano Correia Tokikawa e Vanessa Viana Gois.



Walter Fernandes

// **Qualidade de vida e carreira**

A psicóloga Vanessa Viana de Gois fez formação de coach há cinco anos para atuar na empresa em que é gestora de RH e para clientes particulares

Você sabia

QUE EXISTEM DIVERSOS projetos culturais EM MARINGÁ aguardando o seu apoio?

O PATROCÍNIO DE SUA EMPRESA AINDA PODE SER ABATIDO DO Imposto de Renda

A LEI ROUANET JÁ MOVIMENTOU NA CIDADE MAIS DE R\$ **6 milhões** NOS ÚLTIMOS 3 ANOS

ENTRE EM CONTATO QUE A GENTE TE AJUDA

diretoria@institutoculturalinga.com.br

44 3025-9595

INSTITUTO CULTURAL INGÁ
institutoculturalinga.com.br

“Há condições para um número maior de eventos em Maringá”

Para o presidente-executivo da Ubrafe, rede hoteleira, aeroporto e integração entre poder público e privado contam pontos a favor de Maringá // **Fernanda Bertola**

Só o calendário 2018 de feiras de negócios da União Brasileira de Promotores de Feira (Ubrafe) prevê a participação de mais de 32 mil empresas, sendo 29 mil nacionais e 3 mil estrangeiras, ocupando mais de 2 milhões de metros quadrados nos pavilhões do país e atraindo 3,5 milhões de visitantes. Em Maringá para um evento do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, em setembro, o presidente-executivo da Ubrafe, Armando Campos Mello, expôs o panorama nacional e falou sobre a força do segmento e o potencial da cidade para receber eventos:

DO QUE UMA CIDADE MAIS PRECISA PARA SEDIAR EVENTOS?

De um centro de eventos, que é o eixo principal, de equipamentos específicos, que permitam a presença de determinada cadeia produtiva, de limpeza, saúde, segurança, sinalização e a participação dos governos municipais e estaduais. Além disso, é um atrativo uma boa política tributária e fiscal, que não onere o evento. Os governos precisam abraçar a promoção e realização de eventos.

QUAIS OS PONTOS POSITIVOS E AS CARÊNCIAS QUE O SENHOR VÊ EM MARINGÁ PARA O RECEBIMENTO DE EVENTOS?

O visitante executivo é um ser alado, então é preciso aeroporto. A rede hoteleira é outro item fundamental para acolher bem o visitante. Se não existem esses fatores, um evento não vai até uma ci-



Joel Rossi

dade. Isso Maringá já tem, mas, além disso, há uma interessante integração entre iniciativa privada e poder público, associada à qualidade de vida. Há condições para um número maior de eventos de vários tipos em Maringá. Com a criação do centro de convenções Paraná Fashion Hall, no Paraná Moda Park com mais equipamentos e espaços, as necessidades serão supridas.

O QUE AS FEIRAS PRECISAM PARA TER SUCESSO?

Uma feira reúne uma gama de serviços muito extensa e movimenta a economia local. É importante que os setores se organizem para as feiras terem pertinência regional. Não adianta fazer feira que não tenha nada da região. Importar feira não existe. Só existe com as forças econômicas da região.

A CRISE CAUSOU TURBULÊNCIA NO SEGMENTO?

As feiras diminuíram de tamanho em 2017. Algumas sofreram mais, com até 30% de redução de espaço físico, mas

não em número de expositores. Eles acreditam nas feiras, mas reduziram seus estandes. Consideramos que caiu muito pouco, porque aconteceu algo interessante. Temos recebido elogios porque melhorou a qualidade da visitação. O ambiente de negócio melhorou a qualificação dos interessados. Então, o volume de negócios continuou bastante interessante.

QUAIS AS PERSPECTIVAS PARA O PRÓXIMO ANO?

Sobre as feiras, uma pesquisa referente a São Paulo releva que a capital tem atraído por ano mais de oito milhões de visitantes e movimentado em torno de R\$ 16 bilhões. Isso é dinheiro novo. No sudeste estão concentradas as feiras de serviços. No Brasil todo, um estudo da Ubrafe mostra que existem mais de duas mil feiras anuais, a maior parte no agromercado. Comparando 2016 e 2017, há mais feiras, cerca de 10%, e a previsão é de um período de aquecimento do segmento com avanço em 2018.



CENTRO DE TRATAMENTO BUCOMAXILOFACIAL
Cirurgias e Implantes
desde 1992

EXCELÊNCIA EM RESULTADOS E COM UM MAIOR MIX DE SERVIÇOS



CIRURGIA E ESTÉTICA BUCOMAXILOFACIAL:

Diagnostica e trata as alterações do complexo bucomaxilofacial, tais como: traumatismos, deformidades, alterações da articulação têmporo mandibular e outras patologias.



HARMONIZAÇÃO FACIAL:

Correção de deficiências dos tecidos moles da face com procedimentos minimamente invasivos.



IMPLANTES DENTÁRIOS:

Reposição de dentes ausentes, restabelecendo a função do sistema mastigatório e harmonia facial.



CIRURGIA DE ENXERTOS ÓSSEOS:

Reconstrução de defeitos ósseos para instalação de implantes dentários.
Obs.: Nem todos os implantes necessitam de enxertos.



CIRURGIA ORTOGNÁTICA:

Trata deformidades faciais, que são alterações nas proporções da face, acarretando em desocclusão, ou seja, falta de encaixe entre os dentes superiores e inferiores.



BICHECTOMIA:

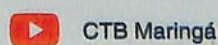
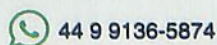
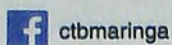
Procedimento cirúrgico que reduz o tamanho das bochechas e deixa o rosto com um aspecto mais fino, salientando mais as maçãs do rosto e com resultado muito satisfatório inclusive do ponto de vista estético.



CIRURGIA AMBULATORIAL:

Dentes do siso, supranumerários, biópsias, remoção de cistos, tracionamento dentário, cirurgias com finalidades protéticas, entre outros.

www.ctbmaringa.com.br



44 3024-5646

ctb@ctbmaringa.com.br
Rua Princesa Isabel, 564 - Zona 4 - Maringá - PR

Mesmo na crise se cresce



A economia dá sinais de reação mesmo com um ambiente político crítico. O país sempre gerou riqueza e tem tradicionalmente convivido com atos de corrupção. O tamanho da mala encontrada no apartamento do ex-ministro Geddel Vieira Lima dá uma dimensão da partilha da riqueza. Mas os R\$ 51 milhões são apenas uma pequena parte da engrenagem que movimenta a política corrupta.

Mas vamos em frente. As coisas estão melhorando. A geração de empregos começa a trazer esperança a quem está nas filas das agências de trabalho. Há empreendimentos surgindo. Quem sabe contrastem com a quantidade de empresas, quase sempre micro e pequenas, que fecharam nos últimos anos? Há esperança de andar pelas calçadas sem tantas lojas fechadas denunciando o fracasso de algum sonho.

Dizem que os bons negócios vêm sempre da confiança. Uma palavra que sumiu das expectativas do país. Não se pode investir onde há incerteza de receber o investimento. Além disso, remunerar o capital é mais seguro onde há certeza de futuro, exatamente o que não temos muito agora. Ainda mais às vésperas das eleições.

Governados por um presidente sem credibilidade e marcado por

atos ilícitos, não há como ter confiança. Não por acaso o patrimônio público está dilapidado e o arrombo no orçamento se aprofunda toda vez que o governo Michel Temer necessita fazer uma negociata para continuar respirando, e esse governo vive de atos de sobrevivência.

A esperança se desloca para 2018. As eleições do ano que vem serão definitivas para consolidar, ou não, o tímido avanço econômico. A escolha pela estabilidade e busca de continuidade de reformas serão as ações que darão ao futuro a prioridade ou não. Nunca uma eleição precisou tanto de propostas para longo prazo.

Quantos entendem essa prioridade de fazer reformas para garantir o futuro? Quantos brasileiros têm a dimensão da máquina pública corrompida historicamente? Quantos saberão fazer a verdadeira escolha nas eleições do ano que vem? Nessas horas, diante destas perguntas, eu temo a ignorância. Temo a falta de conhecimento e consciência.

Este país tem um passivo social construído ao longo de sua história. Milhões de brasileiros são analfabetos funcionais, vivem em condição de miséria e não têm acesso a serviços básicos. O presidente da república não tem receio de manifestações populares que levem à

sua queda. Ele pode temer golpes de aliados, ministros, senadores, deputados, magistrados, empresários, falsos amigos, enfim, de sua corte. Mas não o movimento do povo, da ação política consciente do cidadão.

Será preciso usar a liberdade de escolha nas urnas para não arriscar o futuro com messiânicos que se colocam como 'pai dos pobres'. Também há riscos nos falsos moralistas, neonazistas, que querem combater a violência com violência e a miséria com atos de decreto. Nada disso resolve.

A democracia é um ambiente fantástico. Ela nos permite a convivência de ideias, que mesmo contrárias, constroem os avanços. O debate, o esclarecimento, a denúncia, a transparência e a liberdade, principalmente, são características da democracia. Não podemos abrir mão dessa condição. Temos que combater a ignorância com informação, formação e educação. Uma liberdade consciente nos dará futuro, confiança e o crescimento econômico sustentável. É disso que precisamos.

// **Gilson Aguiar** é professor de graduação e pós-graduação da Unicesumar; âncora e comentarista da CBN Maringá

PÓS-GRADUAÇÃO + DE 40 CURSOS

Os cursos da Unicesumar contam com um projeto pedagógico bem estruturado para preparar o profissional de acordo com o perfil desejado pelo mercado.

Forte aplicação prática, laboratórios modernos, aulas ministradas por profissionais renomados e parcerias internacionais proporcionam a formação de especialistas com capacidade para se adaptar aos novos desafios do mundo corporativo.

COMECE JÁ.

PARCERIAS INTERNACIONAIS:
MISSOURI STATE E HARVARD.

EXPERIÊNCIAS E NETWORKING.

ESPECIALIDADES:
CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS,
CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE,
CIÊNCIAS EXATAS, TECNOLÓGICAS E AGRÁRIAS.



// Custou R\$ 50 mil
Depois que a Dani Cosméticos instalou um sistema de energia solar, a conta foi reduzida em 70%; na foto o gerente Ricardo Martinho e a sócia Sidineia Borsari

Lá vem o sol...

Maringá é a segunda cidade paranaense com maior número de sistemas de geração de energia por radiação solar; sorte das empresas que decidiram apostar no segmento e que têm expectativas de crescimento para o ano que vem

// por Erikson Rezende

É difícil o dia em que o sol não dá as caras no noroeste do Paraná. Essa é uma das principais condições que se leva em consideração na hora de implantar um sistema de geração de energia por radiação solar. Tanto que Maringá é a cidade do interior do Paraná com maior número de projetos instalados na área. Até o fim de setembro a Copel tinha 1.161 clientes conectados com geração distribuída, na modalidade de compensação de energia. Quanto ao tipo da fonte geradora, quatro utilizam geração eólica (vento), 1.148 optaram por geração fotovoltaica (radiação solar) e nove utilizam geração térmica (biogás ou queima de biomassa). Curitiba tem 218 geradores, entre residenciais, comerciais e industriais. Já a Cidade Canção conta com 120 sistemas instalados. Em seguida, vem Cascavel e Foz do Iguaçu, com 81 projetos implan-

tados em cada cidade.

A Dani Cosméticos com sede em Maringá, que distribui produtos Bio Extratus para as regiões norte e noroeste do Paraná, aderiu ao sistema de energia solar fotovoltaica há um ano. O gerente Ricardo Gesualdo Martinho diz que a distribuidora gastava mensalmente mais de R\$ 700 em energia elétrica. "Nossa conta reduziu em 70%. Os equipamentos produzem eletricidade suficiente para abastecer a estrutura da empresa e ainda é usada na casa do proprietário da distribuidora, mesmo sendo em localidade diferente", conta Martinho.

Ele considera que o investimento aparentemente alto, de cerca de R\$ 50 mil, deve ser pago em cinco anos com a economia de energia elétrica consumida. Entretanto, esse não foi o único critério utilizado para a implanta-



// Conta caiu de R\$ 13 mil para R\$ 8 mil

"O sistema de energia solar serve de exemplo para as famílias dos nossos alunos e os professores aproveitam também para trabalhar o assunto em sala de aula", diz a irmã Neuza Previdelli Campos, do Colégio Bom Jesus Carlos Dêmia

ção do projeto. "Também estamos fazendo a nossa parte em contribuir com a sustentabilidade. A energia que produzimos e consumimos é limpa e renovável, não produz poluição nem ruído, além de contribuir para as gerações futuras".

Economia e sustentabilidade são mesmo as duas principais vantagens levadas em consideração pelos clientes para a compra e colocação dos equipamentos que aproveitam a radiação solar na produção de eletricidade. Imagina então aliar ainda a educação e a conscientização ambiental? Foi isso que a direção do Colégio Bom Jesus Carlos Dêmia, recém-incorporado ao Grupo Educacional Bom Jesus, pensou há quase um ano quando decidiu investir na colocação dos aparelhos. "O sistema de energia solar serve de exemplo para as famílias dos nossos alunos. Os professores aproveitam também para trabalhar o assunto em sala de aula, fazendo com que os estudantes entendam a importância de

ações concretas para preservação da natureza", diz a Irmã Neuza Previdelli Campos, que é diretora administrativa do colégio.

Ela conta que a instituição gastava cerca de R\$ 13 mil de energia elétrica nos períodos mais quentes do ano. Atualmente a conta não passa de R\$ 8 mil, isso porque agora todas as salas de aula e os departamentos têm aparelhos de ar-condicionado.

CRESCIMENTO RÁPIDO

Dados da Copel apontam que nos últimos cinco anos a geração distribuída está crescendo a passos largos. Em 2013 somente dois clientes registraram a implantação dos sistemas. Já em 2015 foram 104 e um ano depois, 519 novos geradores estavam cadastrados na Companhia Paranaense de Energia Elétrica. Em 2017, até setembro, mais 520 unidades consumidoras foram conectadas. No Paraná, até 2021, os equipamentos e componentes para o aproveitamento das energias solar e eólica

serão isentos de impostos estaduais, como o ICMS.

A procura pelo sistema de geração de energia por radiação solar aumentou em 50% nos últimos três meses na Paraná Solar, em Maringá. A gerente comercial Danielle Ortiz explica que alguns fatores têm contribuído para a alta nas vendas, como o aumento na tarifa de energia elétrica, a retomada, mesmo ainda tímida, do crescimento da economia, e uma maior divulgação sobre os benefícios de ter um sistema de geração em casa ou na empresa. "Atualmente o cliente interessado em colocar um projeto residencial gastará de R\$ 6,5 mil a R\$ 50 mil, dependendo do tamanho do projeto e da quantidade de eletricidade que será produzida. A previsão é que o gasto será compensado em até sete anos. O restante dos anos será de ganhos para o cliente, já que os módulos de captação e geração, por exemplo, podem durar de 35 a 40 anos". Outra vantagem é que



// Pretende dobrar equipe

Diogo Martins Rosa, da Platão Energia, deve expandir vendas para Mato Grosso, Goiás e Tocantins

a instalação é rápida: entre a implantação e a autorização da Copel para o início do funcionamento leva-se, em média, 45 dias.

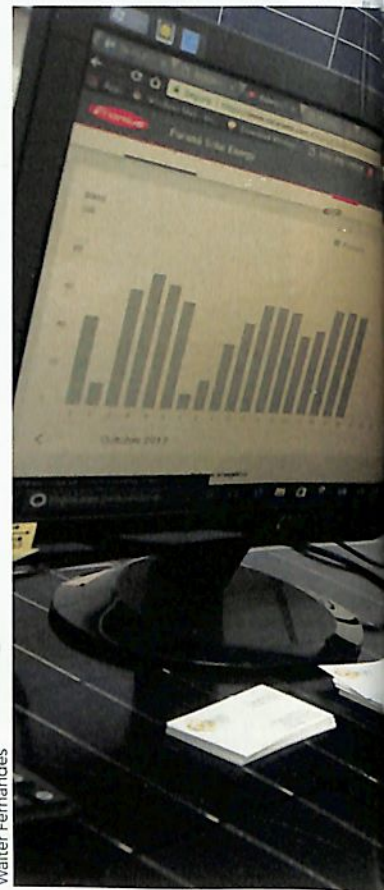
A Paraná Solar está no mercado desde 2015 e até o fim do ano passado alcançou crescimento de 120%. Para 2018, a projeção é dar mais um salto em 130% nos negócios. "Esse é um mercado em expansão", enfatiza Danielle.

NOVOS MERCADOS

A expectativa do diretor executivo da Platão Energia, Diogo Martins Rosa, também é de crescimento, principalmente para 2018. A empresa pretende expandir as vendas para os estados de Mato Grosso, Goiás e Tocantins. É que nesses estados o sol é generoso o ano inteiro e, além disso, eles contam com o Fundo de Desenvolvimento do Centro-Oeste (FCO), com condições de financiamento vantajosas. "A nossa previsão é crescer cinco vezes em comparação aos negócios que fizemos durante este ano", afirma.

A Platão Energia, inaugurada há dois anos, tem atualmente cinco colaboradores, e com a previsão de aumentar os negócios ano que vem, pretende dobrar o número de funcionários.

Mas, ainda há uma 'pedra no sapato' do setor: o ICMS.



Walter Fernandes

O Paraná é um dos quatro estados que não oferece incentivo para quem adota essa prática sustentável. Acontece o seguinte: o sistema de geração é interligado à rede da Copel para que a energia produzida e não consumida possa ser distribuída pela companhia. Isso gera créditos para o cliente, para que possam ser compensados quando há o consumo de eletricidade convencional. Mas a matemática não é a mesma para o caso do ICMS. Então, quando a unidade geradora passa a consumir energia da Copel é pago o imposto, sem qualquer tipo de compensação.

Em resposta a essa questão, a Copel informou que é importante ressaltar que a incidência de ICMS somente acontecerá na ocasião do resgate de créditos acumulados, provenientes do excedente de energia injetado na rede. A energia gerada pelos sistemas e que é consumida no próprio ponto de consumo (sem exportação para a rede de distribuição) não é tributada. A definição sobre a cobrança de impostos e tributos federais e estaduais foge das competências da Copel e da Aneel, cabendo à Receita Federal e à Secretaria de Fazenda do Estado tratar da questão.

Já, segundo a Secretaria de Estado da Fazenda, o Paraná não é signatário do Convênio ICMS 16/2015, que autoriza conceder isenção nas operações internas

// Projeção de crescimento em 2018
Na Paraná Solar, um projeto residencial de geração de energia solar custa a partir de R\$ 6,5 mil; investimento é pago em até sete anos, segundo a gerente comercial Danielle Ortiz



relativas à circulação de energia elétrica, em face do relevante impacto de R\$ 370 milhões por ano na arrecadação do ICMS.

E o Governo do Estado nem tem uma proposta para rever a situação. A justificativa é que a Lei de Responsabilidade Fiscal determina que concessão ou ampliação de incentivo ou benefício de natureza tributária deverá ser avaliada com estimativa do impacto orçamentário-financeiro, devidamente acompanhada de medidas de compensação, por meio de elevação de alíquotas, ampliação da base de cálculo, majoração ou criação de tributos ou contribuição.

Em face do alto impacto de renúncia fiscal que requer o projeto de energia limpa, não há, por ora, de acordo com a assessoria da Secretaria, um projeto que possibilite e viabilize a recuperação do referido montante, motivo pelo qual compromete a viabilidade do benefício fiscal.

EMPRESÁRIOS UNIDOS

Onze empresários que comercializam sistemas de geração de energia solar constituíram um núcleo setorial, ligado ao programa Empreender. Quinzenalmente, às terças-feiras, eles se reúnem para discutir legislação, leis de incentivo, divulgação das empresas, entre outros

REGRAS E COMO FUNCIONA O SISTEMA

A geração distribuída é caracterizada pela instalação de geradores de pequeno porte, normalmente a partir de fontes renováveis ou utilizando combustíveis fósseis, localizados próximos aos centros de consumo de energia elétrica. Para efeitos de diferenciação, a microgeração distribuída refere-se a uma central geradora de energia elétrica, com potência instalada menor ou igual a 75 quilowatts (kW), enquanto que a minigeração distribuída diz respeito às centrais geradoras com potência instalada superior a 75 kW e menor ou igual a 3 megawatt (MW), para a fonte hídrica, ou 5 MW para as demais fontes.

Uma importante inovação trazida pela Resolução Normativa nº 482/2012 é o Sistema de Compensação de Energia Elétrica, que permite que a energia excedente gerada pela unidade consumidora com micro ou minigeração seja injetada na rede da distribuidora, a qual funcionará como uma bateria virtual, armazenando esse excedente. Quando a energia injetada na rede for maior que a consumida, o consumidor receberá um crédito em energia a ser utilizado para abater o consumo na fatura dos meses subsequentes ou em outro posto tarifário (para consumidores com tarifa horária). Os créditos de energia gerados continuam válidos por 60 meses.

Há ainda a possibilidade de o consumidor utilizar esses créditos em outras unidades cadastradas dentro da mesma área de concessão e caracterizadas como autoconsumo remoto, geração compartilhada ou integrante de empreendimentos de múltiplas unidades consumidoras (condomínios), em local diferente do ponto de consumo. Já a geração compartilhada é caracterizada pela reunião de consumidores, dentro da mesma área de concessão ou permissão, por meio de consórcio ou cooperativa, composta por pessoa física ou jurídica, que possua unidade consumidora com microgeração ou minigeração distribuída em local diferente das unidades consumidoras nas quais a energia excedente será compensada. Fonte: Copel

assuntos. Fazem parte do núcleo as seguintes empresas: Boreal Solar, Ecosistema, JP Tecnologia, Legado Energia, Moran Engenharia, Paraná Solar, Platão Energia, Solus Energia, Sonergy Brasil, Sunner Engenharia e SVTV Solar.

Campanha de Natal com mais de R\$ 1 milhão em prêmios

Promoção será em todo o Paraná, mas Maringá terá premiações extras; chance de incrementar vendas anima lojistas // por **Fernanda Bertola e Crazuela Castilho**



// Natal Sonho Dourado

Campanha irá até 10 de janeiro; consumidores concorrerão a prêmios a cada R\$ 50 em compras nas lojas participantes

Para contagiar os maringaenses com o Natal, estimulando passeios e compras, a ACIM promoveu uma carreata em ruas e avenidas do comércio da cidade, em 26 de outubro, com alguns dos prêmios da campanha 'Natal Sonho Dourado 2017'. Na ação, o Papai Noel foi seguido por uma S-10, um Kwid e uma moto, que são alguns dos prêmios da promoção que começa em 1º de novembro e vai até 10 de janeiro.

A campanha da Faciap, que tem adesão de 70 associações comerciais, vai sortear, em todo o Paraná, mais de R\$ 1 milhão em prêmios,

sendo sete carros, sete motos, uma caminhonete e mais de 1,5 mil vales-compra de R\$ 300 cada, para serem gastos nas lojas participantes - os sorteios serão pela Loteria Federal. Em Maringá, haverá prêmios extras: mais três motos, um carro e 80 vales-compra de R\$ 300. O primeiro sorteio será em 18 de novembro.

Os lojistas que aderiram receberam kits com rasgadinhas, cartazes, bandeirolas e tags. A cada R\$ 50 em compras nessas lojas, o consumidor concorrerá aos prêmios, limitado a 50 rasgadinhas por compra. Ao término da campanha, as empresas

participantes receberão o banco de dados dos clientes que compraram nas lojas e se cadastraram.

Com diversas chances de premiar clientes, as lojas que aderiram à campanha estão animadas com as vendas. "Este foi um ano difícil por causa da instabilidade econômica, e um faturamento extra no final do ano é mais que bem-vindo. Estamos confiantes e tenho percebido que o comércio de modo geral está animado também", afirma o sócio da Belo Sono Colchões, Gelson Alan Mendes.

Para intensificar as vendas, o empresário garantiu boas negociações junto aos fornecedores, a fim de oferecer preços competitivos. Ele também investiu em mídias como panfletos e flyers e considera a possibilidade de contratar um colaborador temporário.

Na Abre e Fecha a expectativa é de faturamento maior que no ano passado. "Esperamos que os consumidores passem a ter expectativa mais positiva na economia, e consequentemente invistam mais em reformas e construções", diz o diretor Antônio Carlos Masson.

E os colaboradores da Abre e Fecha já foram treinados para reforçar aos clientes os prêmios que podem ganhar ao fazer compras na loja. "Quando o cliente encontra bons preços e condições, que vamos oferecer, e ainda pode ganhar presente, aumentamos bastante a chance de vendas", diz Masson.

Crédito para sua
empresa é o
primeiro item
da nossa
lista de
Natal!

sicoobunicoob.com.br



Crédito Empresarial Sicoob: Capital de Giro

Esteja preparado para a melhor época de vendas do ano com o **Capital de Giro Natal** do **Sicoob Metropolitano**! Você custeia despesas com aquisição de estoque, matéria-prima, implantação de vitrines, renovação da fachada, entre outros, com carência de 59 dias para a primeira parcela em um prazo de até 18 meses.

 **SICOOB**
Faça parte.

Ouvidoria: 0800 725 0996 Atendimento de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0111
sicoob@sicoob.com.br

A santa do Parque do Ingá

A imagem que está na gruta foi talhada por um padre e santificada em 1953 // por Miguel Fernando

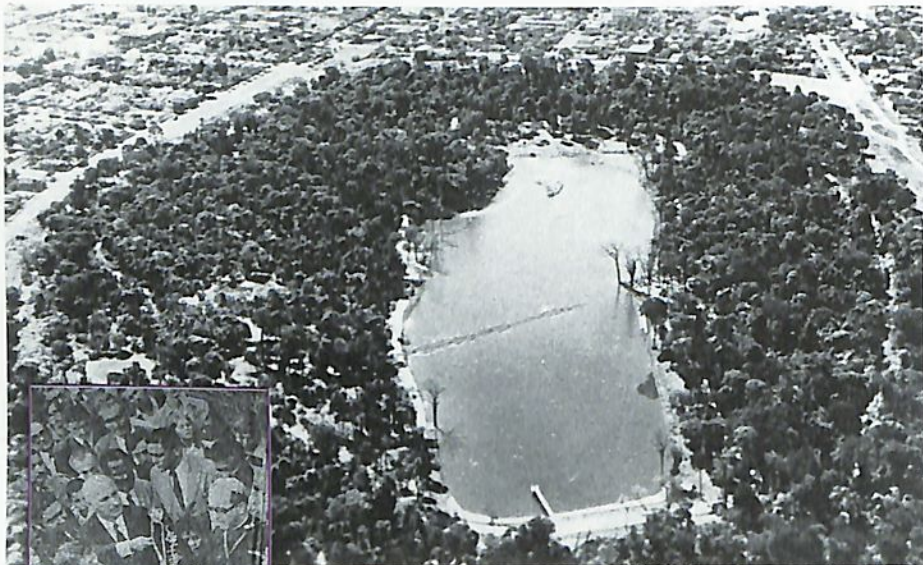
O Parque do Ingá completou 46 anos. Pouca gente conhece a história da imagem de Nossa Senhora Aparecida, instalada em uma gruta no dia da inauguração do ponto turístico.

O Parque do Ingá foi fundado em 10 de outubro de 1971, quando o prefeito Adriano José Valente organizou uma equipe de técnicos e consultores agrônômicos e ambientais para transformar o Bosque I em um equipamento público.

Segundo documentos e depoimentos, por volta de 1969 o prefeito circulava com seus assessores no interior das matas quando encontrou uma pequena gruta formada pela nascente do córrego Moscados - inclusive anos depois essa mina d'água serviu para abastecer o lago artificial no interior do parque. O local foi demarcado com muros de arrimo.

Devido à sua devoção, Valente sugeriu que fosse instalada uma imagem de Nossa Senhora Aparecida na gruta. Houve questionamentos e surgiu a proposta que o espaço fosse ocupado pela imagem de Nossa Senhora de Lourdes. Embora ambas tivessem sido encontradas nas águas, segundo seus devotos, a opção proposta pelo prefeito teve maior aceitação, porque era uma santa brasileira.

A réplica precisava ter caráter oficial. Dois padres de Aparecida, no interior de São Paulo, tinham tais imagens e as santificavam pelo contato com a verdadeira estátua de Nossa Senhora Aparecida. Valente solicitou apoio ao governador do Paraná, Haroldo Leon Peres, que havia morado em Maringá anos antes. Peres assumiu o



Vista aérea do Parque do Ingá, em 1972



Haroldo Leon Peres e Adriano José Valente entregam a imagem para o bispo Dom Jaime Luiz Coelho, na entrada da gruta

compromisso de adquirir e doar a imagem, conforme esses critérios, ao Parque do Ingá.

Foi o diretor do extinto Banco de Desenvolvimento do Paraná, Clóvis do Espírito Santo, que seguiu em 1971 até Aparecida para encontrar os padres talhadores. Lá Espírito Santo descobriu que os artistas tinham morrido, mas existia uma imagem que estava exposta em uma livraria religiosa. Essa estátua havia sido talhada por outro padre, Alfredo Morgado, tendo sido santificada em solenidade realizada em 12 de dezembro de 1953.

Em 10 de outubro de 1971, devido à chuva, o avião que trouxe a imagem de Nossa Senhora Aparecida, junto com o governador Haroldo Leon Peres, teve que pousar em Londrina. A imagem e o governador seguiram de carro até o Aeroporto Gastão Vidigal, onde uma multidão os aguardava.

Depois, em um caminhão do Corpo de Bombeiros, a imagem foi levada à Catedral e de lá para a gruta, no interior do Parque do Ingá.

Na entrada da gruta, Peres entregou a imagem para o bispo Dom Jaime Luiz Coelho, que a dispôs em um pedestal localizado em cima da mina d'água. A partir desse dia, iniciou-se uma grande peregrinação em busca de bênçãos e milagres. Jornais dos anos 1970 chegaram a registrar curas, muletas deixadas por lá, cartas e mensagens de graças alcançadas. Inclusive um guarda local afirmou que o ciclo da nascente aumentou muito com a vinda de Nossa Senhora Aparecida para a gruta.

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

PANTONE
P 59-12 C

Meu carro é ve

PANTONE
P 59-13 C

*Não uso espelho
pra me pentear*

PANTONE
P 59-14 C

PANTONE
P 59-15 C

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



**Gráfica
Regente**

www.graficaregente.com.br | 44 3366 7000

De estagiário a sócio de uma grande empresa de investimento

Felipe Bernardes recebeu no mês passado Prêmio Jovem Empreendedor, concedido pela ACIM e Copejem anualmente
// por Giovana Campanha



Fotos/Ivan Amorim

// Homenagem

Presidentes da ACIM e Copejem entregam o certificado do prêmio para Felipe Bernardes

Na infância Felipe Bernardes ganhou um dólar do pai, cédula que está guardada no meio de um caderno de memórias que de tempos em tempos é revisitado. Pois aquele dólar e os bons conselhos financeiros que os pais lhe deram são motivo de orgulho e sucesso para o jovem de 29 anos que recebeu o prêmio Jovem Empreendedor, concedido pela ACIM e Copejem em 27 de outubro, numa cerimônia que reuniu 400 pessoas, entre as quais autoridades, no Vivaro. Afinal, hoje Bernardes é sócio da SVN Investimentos, que integra o seletor grupo de 20 maiores escritórios de investimentos do Brasil, e é ele quem ajuda os clientes a rentabilizar o dinheiro. A carteira da SVN, que é credenciada da XP Investimentos, é de R\$ 650 milhões.

Formado em Ciências Contábeis, ele ingressou na SVN em 2009 como estagiário e dois anos depois se tornou sócio, sendo hoje o sócio mais antigo e único marin-

gaense. Como se tornou empresário aos 21 anos, Bernardes decidiu ingressar no Copejem para conhecer outros empreendedores, chegando à presidência do conselho entre 2014 e 2016. Atualmente é vice-presidente de finanças da ACIM.

Foi essa trajetória que o levou a ser o 11º ganhador do prêmio Jovem Empreendedor. Em seu discurso, o presidente da ACIM, José Carlos Valêncio, ressaltou que a ousadia, tino para os negócios e o crescimento da empresa de Bernardes "mostram que o mercado respeita e confia em jovens empresários". O presidente do Copejem, Michael Tamura, que herdou o cargo justamente de Bernardes, destacou a facilidade de comunicação e a humildade do homenageado. "Nas últimas edições o Copejem premiou empreendedores de empresas familiares, e o caminho que Felipe percorreu é diferente. Ele não mede esforços para compartilhar conhecimento e é exemplo

de empresário e de pessoa”.

Representando o prefeito Ulisses Maia, o secretário da Fazenda, Orlando Chiqueto, destacou que Bernardes não inspira apenas jovens empresários, mas empreendedores mais experientes.

Ao lado dos pais Alcides e Carmem, irmão, avós, sogros, cunhada e da esposa, Camila, Felipe subiu ao palco para receber o certificado de Jovem Empreendedor das mãos de Valêncio, Tamura e da primeira presidente do Copejem, Olga Moleirinho. E recebeu o troféu do prêmio das mãos de Leonardo Fabian, da Plaenge, que ganhou a mesma homenagem no ano passado.

Familiares, sócios, amigos de infância, funcionários, esposa, organizadores do evento: Bernardes fez questão de agradecer a todos em seu discurso. Lembrou do carinho e da boa educação que recebeu dos pais e avós. “Tenho tido muita sorte. Se pudesse nascer de novo, escolheria os mesmos pais, irmãos e avós. Já a minha esposa, esta fui eu que a escolhi, e é a cereja do bolo da minha vida”. E destacou o comprometimento da equipe. “Chego à empresa às 7 horas, e não sou o primeiro a chegar, e saio às 21 horas, e não sou o último a sair. Toda pessoa que entrou no meu negócio deu um passo para trás, ganhando menos”. Mas ao adotar o modelo *partnership*, os assessores financeiros, de acordo com o desempenho profissional, podem adquirir o direito de comprar participação na empresa. “Vou continuar me esforçando para ser um exemplo”.

A cerimônia teve DJ e a participação do cantor Lumi, do programa The Voice Brasil 2016, e contou com patrocínio de Alumínios Perfilave, Aquário, Arguile BR, BRDE, Saint Helena Escola Bilingue, Certezza Consultoria Empresarial, Co-



// Também é jovem empreendedor

Ganhador do mesmo prêmio no ano passado, Leonardo Fabian entregou a estatueta para Bernardes



// Presidido por Michael Tamura

Conselheiros do Copejem, organizador do prêmio em conjunto com a ACIM

camar, Coopercard, DBI, FA Colchões, Fomento Paraná, Global Assessoria em Comércio Exterior, Lowçucar, Maringá Park, O Diário, Plaenge, Salão Mônica Ganen, Sancer Seguros, Sanepar, Sicoob, Unicesumar, Unimed Maringá, Vivaro Eventos, Webber Acabamentos, XP Investimentos, Atual Consultoria e Sistemas, Azimute Administração de Empresas, Baco Espaço Gastronômico, Consórcio Triângulo, FX Comércio de Peças Automotivas, Gambini Móveis para Escritório,

Gomes Contabilidade, Labore Saúde Ocupacional, Mix Autoparts, Imobiliária Silvio Iwata e Uniformes Paraná.

Criado em 2007, o prêmio Jovem Empreendedor homenageia anualmente empresário ou executivo com até 40 anos de empresa maringaense que tenha registrado crescimento significativo no ano anterior. Os homenageados não podem ocupar nem concorrer a cargo público eletivo e devem ter participação na vida comunitária.

É tempo de ajudar

Neste mês acontece noite portenha para ajudar o albergue e a Casa de Nazaré; evento no Clube Hípico é uma realização da ACIM Mulher // por Erikson Rezende



// 'Dinheiro vem em boa hora'

Casa de Nazaré abriga adolescentes e mulheres com dependência química e de álcool, que ficam em tratamento por até nove meses

Solidariedade e responsabilidade social estão no DNA da ACIM Mulher. Tanto que o conselho de mulheres empresárias e executivas promoverá jantar em que a renda será destinada ao Albergue Santa Luiza de Marillac e a Casa de Nazaré, que precisam de ajuda para manter os atendimentos. Será a 'Noite Portenha', em 21 de novembro, às 20 horas, no Clube Hípico de Maringá.

A presidente em exercício do ACIM Mulher, Cláudia Michiura, diz que a área social é uma das frentes de trabalho da entidade. "Nossas ações são feitas pensando em beneficiar um número maior de pessoas. É muito bacana porque os eventos têm a adesão e o apoio da sociedade".

Toda e qualquer ajuda é bem-vinda para as entidades filantrópicas. A Casa de Nazaré, por exemplo, tem capacidade para atender 20 adolescentes e mulheres com problemas

de dependência química e de álcool, que ficam em tratamento por até nove meses. No dia a dia elas participam de estudos bíblicos, aprendem os 12 passos para a sobriedade, além de atendimentos espiritual, nutricional, psiquiátrico, psicológico e social.

A instituição recebe recursos da prefeitura de Maringá e do Governo Federal, mas o dinheiro não é suficiente para pagar as contas, principalmente a folha de pagamento. Para o padre Genivaldo Ubinger, orientador espiritual da instituição, a ajuda do ACIM Mulher vai além da doação de recursos. "Claro que o dinheiro vem em boa hora, mas é um olhar de solidariedade, de apoio à causa".

ATENDIMENTO LIMITADO

O Albergue Santa Luiza de Marillac enfrenta sérios problemas financeiros. A instituição tem capacidade para atender 80 internos, mas atual-

mente limita a 50 pessoas por falta de dinheiro. O albergue é uma casa de passagem que oferece não apenas moradia por até 90 dias, mas alimentação, roupas, calçados e assistência social para pessoas em situação de rua. Tanto que são servidas diariamente mais de 300 refeições.

A entidade, administrada pela Igreja Católica, também recebe recursos do poder público, que são suficientes para apenas 25% dos custos. Por isso, o albergue está sempre em busca de doações. "É muito bom saber que a sociedade, mesmo em momentos de crise, promove ações para beneficiar as entidades filantrópicas", diz o assistente financeiro Marcos Rogério Ernega.

A 'Noite Portenha' não é o primeiro evento de arrecadação de recursos que o ACIM Mulher realiza. Dois anos atrás o conselho realizou uma noite beneficente, com leilão de várias peças para levantar recursos para o Hospital Universitário de Maringá, que teve revitalizado o espaço lúdico da ala pediátrica. As obras foram feitas pela A. Yoshii Engenharia, que doou os materiais, a pintura e mão de obra, e com os recursos da noite beneficente foram comprados mobília, brinquedos e paisagismo para a brinquedoteca, entre outros itens.

O convite para a 'noite portenha' custa R\$ 150 e pode ser adquirido junto às conselheiras do ACIM Mulher ou na secretaria da Associação Comercial. Durante o evento haverá apresentação de tango e leilão de uma obra do artista plástico premiado Carlos Kubo, que fez centenas de exposições no Brasil e exterior.

Associado do mês

A Sumério Cervejas Especiais trouxe para Maringá um novo conceito em cervejas. O bar oferece 30 opções de chopes especiais e exóticos, como o feito com *Lactobacillus* vivos, e os produzidos com frutas, como pêssego e graviola. O cardápio de chope varia diariamente. Ainda há cervejas artesanais de garrafa, produzidas em várias regiões do país e importadas. Isso sem contar as porções e os sanduíches especiais.

O bar foi inaugurado dois anos atrás, na avenida Bento Munhoz da Rocha Netto, com apenas 70 metros quadrados. Um ano depois, uma casa ao lado foi alugada e reformada. "Não quisemos mudar de lugar para preservar o ponto. Com essa ampliação, nosso espaço ficou com 600 metros quadrados", conta o empresário Paulo Gabriel Vieira Silva. A Sumério Cervejas Especiais nasceu do sonho de Silva e Vinícius Barbosa Chmielevicz. Antes de se tornarem sócios, Silva era gerente de uma rede de supermercados e Chmielevicz era encarregado financeiro de uma indústria. A expectativa é crescer 30% no ano que vem e ainda está nos planos abrir outra unidade. A Sumério Cervejas Especiais fica na avenida Bento Munhoz da Rocha Netto, 717. O fone é (44) 3305-6719. O bar funciona a partir das 17 horas.



Walter Fernandes

Estandes da Feira Festas & Noivas

Estão sendo comercializados os estandes da 12ª Feira Festas & Noivas, realizada pela ACIM e Copejem. Os expositores podem parcelar o estande até a data do evento, que será em 10 e 11 de abril de 2018, no Moinho Vermelho Buffet. Para a próxima edição, a feira promete novidades porque uma comissão do Copejem e ACIM visitou a 16ª Feira Casar São Paulo, maior e melhor evento de noivas do Brasil. Lá eles conheceram tendências que serão implantadas na Feira Festas & Noivas para atrair um público ainda mais seletivo, em busca de fornecedores de festas, como buffet, fotografia e empresas de iluminação.

Outubro Rosa

A ACIM Mulher, em parceria com a Comissão da Mulher Advogada de Maringá, promoveu em 4 de outubro a 2ª edição do 'Outubro Rosa - Ciclo de Palestras', na ACIM. O médico especialista em câncer de mama Marcelo Philip Leonardo abriu o evento, explicando a importância do diagnóstico precoce, tratamento e possibilidades de cura.

Em seguida foi a vez da empresária Tatiana Pontara contar sobre a experiência de trabalhar com mulheres que enfrentaram a doença e não deixaram de sonhar com o casamento e constituir uma família. Fisioterapeuta, ela é proprietária da Tatiana Pontara Home, que oferece atendimento de embelezamento às mulheres.

O evento foi encerrado com o testemunho de Flaviane Tavares, que enfrentou o câncer. Atualmente ela participa do grupo Meninas dos Olhos de Deus, que é composto por mulheres que trocam experiências sobre o tratamento e se mobilizam para auxiliar outras mulheres que estão enfrentando a doença.

Walter Fernandes



Novos associados

21 de setembro a 20 de outubro

Acesso Comércio Internacional
 Jujuba Locações Maringá
 Alpha Security Importação
 Aprimore Soluções em Tecnologia
 AC Studio Arte Cerâmica
 Angelo Negócios
 Asimat Comunicação Visual
 Nova Era Auto Peças
 Agência Cast
 Claudiane Estética Corporal
 SS Pneus
 Demorgam Uniformes
 D Agostinho Cosméticos
 Debora de Moura Chiuto
 Mafre Odontologia
 Dr. Wesley Santos Endocri
 Madame Bonita
 Eletro G4
 Dinamus Colchões
 Planeta
 Flor da Pele Estética e Beleza
 HO Consultoria
 Valtec Mecânica
 Flávia Carolina Simões
 Cobrafas Cia Securitizadora
 Truck Ar
 C. Costa de Aguiar Ensino
 GLR Consultoria
 Crazziela Burdini Mazzei
 Naturae Soluções Ambientais
 Peti Bombons Doces Finos
 Eats Burger
 Academia Funcional Fisio
 JR Parking Estacionamento
 Recycle e Design Artesanato
 Kamitech Distribuidora
 Karene Uzueli Boscolo
 Kariny Cristina da Silva Lodi
 LC Dutra
 Estúdio de Dança Larisse Fari
 LG Personal
 Artesanatos Lourdes Refun
 Solus Energia
 Academia Marcia Angeli
 Marcos Ricardo da Silva
 Marlene Tissei
 Auto Mecânica Dalben Multim
 Italy Pizza
 Molitec
 Espaço Monica Pelegrini
 Donna Lee Atelier
 Ahand
 Palhoça do Açaí
 Pizzaria Artesanal
 Priscilla Rubin Sari
 Compliance Ambiental
 Result Studio Personal
 Sebold e Cazon Advogados
 Solus Energia
 Street Burger
 Sumerio Cervejas Especiais
 Sunner Soluções em Energia
 Teresa Udo
 Vanessa Heloise
 VCenter Hosting
 Vicentinos Electric
 VC Consultoria Educacional
 Inga Vans



Walter Fernandes

Palestra de Conservani

Para celebrar seus 17 anos, o programa Empreender convidou o jornalista da Rede Globo Clayton Conservani, repórter do quadro Planeta Extremo do Fantástico, para ministrar palestra em 3 de outubro no Moinho Vermelho para 600 pessoas. Conservani narrou grandes aventuras como a escalada dos montes Mckinley (Alasca) e Everést (Tibete) - em que enfrentou temperatura de 20 graus negativos e ventos de cem quilômetros por hora - e ultramaratonas na Antártica e no deserto. Ele narrou o processo de preparação para esses desafios, persistência e dificuldades. "O ser humano só conhece o limite quando ultrapassa o seu limite. O sofrimento é passageiro, já o dissabor de desistir é para sempre". O Empreender é um programa que une micro e pequenas empresas em núcleos setoriais ou multissetoriais para que possam traçar estratégias de aumento de competitividade. O programa da ACIM é o maior do gênero no Brasil, com cerca de 60 núcleos e mais de 800 empresas participantes.

Cônsul da Argentina

A ACIM recebeu em 2 de outubro o cônsul da Argentina em Curitiba/PR, Pedro Ezequiel Marotta. Há pouco mais de um ano no cargo, ele esteve em Maringá para fomentar as relações bilaterais entre o Paraná e a Argentina e falar sobre oportunidades. O Paraná é um dos principais estados brasileiros com relações comerciais com a Argentina. De janeiro a julho as exportações do Paraná para o país vizinho bateram recorde, com US\$ 1,17 bilhão, 52% a mais que no mesmo período do ano passado (US\$ 769 milhões), segundo o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Os embarques se concentram em produtos industrializados, como automóveis, caminhões, máquinas, chassis e autopeças. "A Argentina respondeu por 10,9% do total exportado pelo Paraná. No mesmo período do ano passado essa participação foi de 8,3%. O Paraná exporta mais de 200 produtos, a maioria com alto valor agregado", afirmou o cônsul. A Argentina é o segundo maior destino dos produtos paranaenses, atrás apenas da China.

Walter Fernandes



Aconteceu na ACIM

Outubro foi um mês de muito trabalho na ACIM. Afinal, aconteceram 390 reuniões, como a palestra sobre a retomada da economia, ministrada por Celso Ienaga em parceria com a Perpetuare no dia 18.

Prêmio ACIM Esportes

Pelo quarto ano consecutivo, a ACIM, o Banco do Brasil e o Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios do Paraná (Sinca) homenagearão atletas e paratletas maringenses, técnicos e patrocinadores.

O lançamento do prêmio ACIM Esportes foi em 31 de outubro na sede da ACIM, reunindo representantes de associações esportivas para conhecer o regulamento do prêmio e também o Empreender. Após o lançamento tiveram início as inscrições para o prêmio por meio do www.premioacimesportes.wordpress.com. Todas as associações esportivas da cidade podem indicar atletas, técnicos e patrocinadores para serem homenageados. Os nomes serão analisados por uma comissão formada por dirigentes esportivos.

Os 250 escolhidos, que se destacaram ao longo do ano, serão conhecidos na cerimônia de premiação, marcada para 4 de dezembro, no teatro Calil Haddad. Na ocasião, haverá uma palestra com o campeão olímpico de vôlei de praia Emanuel. O prêmio é dividido nas seguintes categorias: mérito técnico, mérito atleta de Maringá, patrocinador destaque e atletas destaques.

ACIM em Ação

A última palestra do ACIM em Ação em 2017 foi em 19 de outubro, na Casa do Criador, que fica no Parque de Exposições. Este ano o programa que leva palestras gratuitas a bairros de Maringá também percorreu o Jardim Alvorada, Zona 2 e Jardim Mandacaru. Assim como nas outras palestras, o consultor de vendas e atendimento Amauri Crozariolli abordou o tema 'Vendologia'. Com foco no comportamento do vendedor e do consumidor, ele iniciou a apresentação destacando a importância da sinceridade. "Tem muito vendedor 'disco voador', ou seja, difícil de acreditar. Prefira perder uma venda por falar a verdade do que ganhar em cima de mentira. Não empurre produtos para o cliente". Crozariolli frisou que o vendedor deve ter postura de ajudar o consumidor. "Uma vez tive problema com um equipamento eletrônico e passei em várias lojas até que um vendedor se interessou em me ajudar de verdade. Tive de comprar a peça em outra loja, porque ele não tinha, mas quando precisei de algo novamente voltei em quem me ajudou e não em quem me vendeu", exemplificou. O ciclo de palestras foi uma realização da ACIM e Coopercard, com o patrocínio do Sicoob, Maringá Park Shopping Center, Cocamar, Unimed Maringá, Sanepar e da Sancor Seguros, e apoio de Rede Massa e Massa FM.

Walter Fernandes



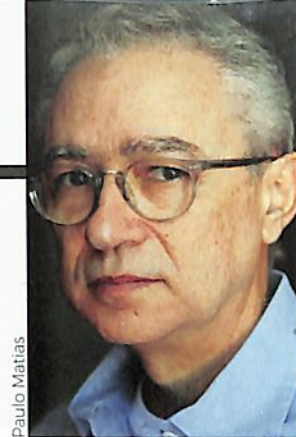
CENTRO DE TREINAMENTO

CURSOS DE NOVEMBRO

6 a 9	Corel Draw - ferramenta de marketing para sua empresa
11 e 25	Como contratar e desenvolver talentos
18 e 25	Oratória - a comunicação na profissão
20 a 23	Líder coach e formação de times de alta performance
20 a 24	Inteligência emocional e gestão de conflitos
20	Instagram para negócios
21 e 22	Código de Defesa do Consumidor - mitos e verdades
21 e 22	Vendas e negociação
24/11 a 1/12	Formação de auditor interno da qualidade conforme a Norma ISO 9001:2015
25	Atendimento, comunicação e postura profissional
27 a 30	Negociação avançada em compras
27 a 30/11 e 4 a 7/12	Excel Empresarial com VBA
28/11 a 1/12	Gerenciamento e planejamento de projetos
28 e 29	Licitações para microempresas, empresas de pequeno porte e microempreendedor individual
29 e 30	Gestão de tesouraria e planejamento financeiro
29 e 30	Power Point - apresentações corporativas de alto impacto
30/11, 4 e 5/12	Gerenciamento do estresse - mais saúde, tranquilidade e produtividade

Uma década de Top of Mind Maringá

Francisco Giovanni Vieira é doutor pela PUC-SP, professor e pesquisador do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá e coordenador do Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos em Marketing



Paulo Matias

Em 2017 completamos dez anos da pesquisa Top of Mind Maringá, feita com periodicidade bienal pela Adecon - Empresa Júnior de Consultoria da Universidade Estadual de Maringá (UEM), com o apoio do Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos em Marketing do Departamento de Administração da UEM (Gipem). A Adecon possui 25 anos e é constituída por alunos vinculados aos cursos de Administração, Ciências Econômicas e Ciências Contábeis da UEM. A principal finalidade de uma pesquisa Top of Mind é identificar as marcas mais lembradas. Uma pesquisa desse tipo pressupõe que empresas que realizam esforços de marketing em termos de lançamento de produtos, posicionamento de mercado e comunicação terão suas marcas lembradas pelos consumidores. Trata-se de uma forma de relacionar investimento em comunicação de marketing à lembrança da marca no mercado.

Ao longo destes dez anos a pesquisa foi ampliada em termos de segmentos e incrementada do ponto de vista técnico e científico de marketing. De um total de 15 segmentos de varejo e serviço inicialmente pesquisados,

hoje a pesquisa envolve 22 segmentos, além de lembrança de jornal, rádio, TV e uso de redes sociais digitais. Determinados segmentos de varejo e serviço sofreram importantes modificações na cidade na última década, o que promoveu impacto nas marcas mais lembradas pelos consumidores. Os segmentos de livraria, shopping center, bar, supermercado e farmácia, por exemplo, estão entre aqueles que tiveram mudanças significativas nas marcas mais lembradas. Parte dessas mudanças pode ser explicada pela entrada em operação no mercado local de marcas nacionais e regionais, que em geral investem grandes somas em comunicação de marketing.

Algumas curiosidades oriundas da pesquisa mais recente podem ser destacadas sobre a lembrança das marcas conforme perfil dos consumidores. A marca mais lembrada por homens é de varejo, enquanto a mais lembrada por mulheres é de serviço. Já em termos de rendimento econômico, consumidores de menor renda lembram mais de marcas de varejo, enquanto consumidores de maior renda lembram mais de marcas de serviços.

Como nem sempre as marcas mais lembradas são líderes de mercado e vendem mais, bem como não necessariamente são aquelas às quais os consumidores mantêm fidelidade, ao longo dos anos a pesquisa Top of Mind Maringá passou a investigar consumo e lealdade às marcas. Desse modo, a atual configuração da pesquisa permite identificar não só que marcas mais lembradas, como as mais consumidas e que desfrutam de maior lealdade por parte dos consumidores da cidade. Essa configuração é um avanço significativo em relação ao modelo tradicional de pesquisa Top of Mind. Como se não bastasse, a pesquisa ainda identifica se o consumo de marcas de varejo e serviço ocorre em lojas de rua ou em shopping centers.

A pesquisa Top of Mind Maringá caracteriza-se como importante meio de promover o tripé que define e identifica as atividades de uma instituição como a UEM. Ela envolve pesquisa, ensino e extensão, pois produz informações, proporciona aprendizagem aos alunos e transfere conhecimento para a sociedade por meio da interação com a comunidade empresarial.



Ano 54 nº 581 novembro/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** Erikson Rezende, Giovana Campanha, Fernanda Bertola, Graziela Castilho, Lethicia Conegero e Rosângela Gris - **Revisão** Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris - **Capa Factory** - **Produção** Textual Comunicação 44| 3031-7676 - **Editoração** Andréa Tragueta **CTP e Impressão** Gráfica Regente - ESCREVA-NOS Rua Basílio Sautchuk 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br - **Conselho de Administração** Presidente José Carlos Valêncio - **Conselho Superior** Presidente Marco Tadeu Barbosa, **Copejem** Presidente Michael Tamura, **Acim Mulher** Presidente Cláudia Michiura - **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 TEMPO TODO
pra você

De manhã você chega ansiosa para ver todas as novidades das vitrines. À tarde, depois de almoçar em nossa Praça de Alimentação, você aproveita para dar aquele trato no visual e, à noite, pra fechar com chave de ouro, você curte o nosso happy hour com as amigas e na sequência assiste um filme em uma de nossas salas super confortáveis.

E nós? Bom, nós queremos que você fique com a gente
o tempo todo!



UM PLANEJAMENTO BEM ESTRUTURADO É A CHAVE DO SUCESSO



Quando planejamos, estabelecemos metas. E metas são datas para tornar nossos sonhos, realidade. Por isso, a Cocamar estabelece e revisa anualmente o seu Planejamento Estratégico que norteia todas as ações da cooperativa. É assim que garantimos que a cooperativa se mantenha sempre em ritmo de desenvolvimento. Com a cabeça nas nuvens e com os pés no chão.