



Novembro | 2018  
Nº 592 • Ano 55  
R\$ 5,00

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

## REDUZIR, REUTILIZAR E RECICLAR

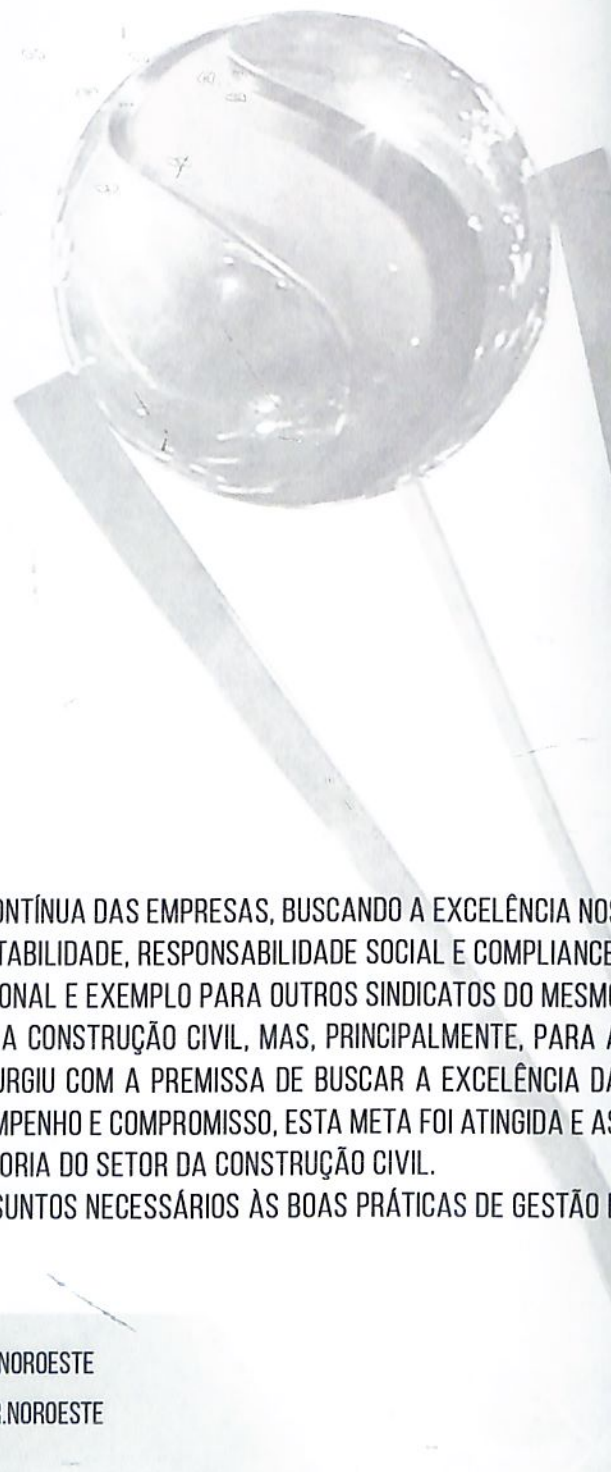
Economia circular aposta em tecnologia e responsabilidade para transformar o 'lixo' gerado pela sociedade em 'ouro' e assim diminuir os impactos ambientais causados pelo modelo econômico tradicional de extrair, produzir e descartar





# PRÊMIO SINDUSCON 2018

CONSTRUINDO UM PAÍS COM RESPONSABILIDADE



23 • 11 • 2018 / 19H30  
MOINHO VERMELHO BUFFET

PROMOVER O DESENVOLVIMENTO DA CONSTRUÇÃO CIVIL E A MELHORIA CONTÍNUA DAS EMPRESAS, BUSCANDO A EXCELÊNCIA NOS TEMAS QUALIDADE, SEGURANÇA DO TRABALHO, MEIO AMBIENTE, SUSTENTABILIDADE, RESPONSABILIDADE SOCIAL E COMPLIANCE. 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 SURTIU 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. OS TEMAS DO PRÊMIO SINDUSCON 2018 REFEREM-SE AOS PRINCIPAIS ASSUNTOS NECESSÁRIOS ÀS BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO E OPERAÇÃO DAS CONSTRUTORAS.

[44] 30257999

WWW.SINDUSCONNOROESTE.ORG.BR

f /SINDUSCON.PR.NOROESTE

@SINDUSCON.PR.NOROESTE

/SINDUSCONPR

REALIZAÇÃO



CORREALIZAÇÃO



PATROCINADORES PRÊMIO SINDUSCON 2018



MÍDIA PARTNER





**PALAVRA DO  
PRESIDENTE**

## Uma cidade-modelo para fazer negócios

Maringá é a nona melhor cidade brasileira para fazer negócios. Quem atesta é a Urban Systems, depois de analisar 310 municípios com mais de cem mil habitantes. Em um ano a cidade saltou da 15ª para a 9ª posição. Para elaborar o ranking, a consultoria analisou indicadores de desenvolvimento econômico, capital humano, desenvolvimento social e infraestrutura - Maringá teve uma evolução destacada em três dos quatro indicadores.

Outra notícia para ser celebrada é que Maringá se classificou como a melhor cidade para se viver pela segunda vez consecutiva. De acordo com a consultoria Macroplan, o município atingiu o maior índice entre cem cidades brasileiras - o estudo foi divulgado em agosto. Foram analisados indicadores de educação, saúde, segurança e saneamento, e sustentabilidade. Segundo o estudo, Maringá não lidera nenhuma das quatro áreas, mas tem bons resultados em todas, ou seja, ganha pelo conjunto da obra.

O que faz de Maringá uma cidade diferenciada, que oferece qualidade de vida e um bom ambiente de negócios? São vários os fatores. O primeiro é que Maringá nasceu planejada e continua discutindo seu futuro. Uma prova disso é o Masterplan, o macroplanejamento para as próximas décadas.

A cidade também é um polo regional de comércio e serviços, com destaques para a saúde, educação e tecnologia da informação, o que ajuda a atrair consumidores e mão de obra especializada. E temos uma grande sinergia entre iniciativas público e privada, afinal, um ambiente de negócios favorável não interessa apenas aos empresários, mas a população em geral, que encontra mais oportunidades de emprego e pode ganhar maiores salários. Já a iniciativa pública, com mais impostos, pode investir em serviços de melhor qualidade para a população.

De janeiro a setembro Maringá gerou quase 3 mil novos empregos com carteira assinada, uma prova de que os

empresários continuam apostando na cidade e na geração de negócios. A roda da economia gira e toda a comunidade ganha.

Para a ACIM, é uma satisfação que Maringá se destaque em rankings de bom ambiente de negócios e de qualidade de vida. Afinal, a entidade desde que foi criada, há 65 anos, trabalha para que as empresas e os empreendedores possam prosperar. Ao longo da nossa trajetória, fomos interlocutores das demandas da sociedade civil junto a todas as esferas públicas, ajudamos a atrair grandes investimentos para Maringá e temos trabalhado para garantir desenvolvimento econômico e social. Isso não diminui a importância do planejamento. Pelo contrário, este cenário reafirma como é importante planejar o futuro não apenas da cidade, mas também dos negócios.

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

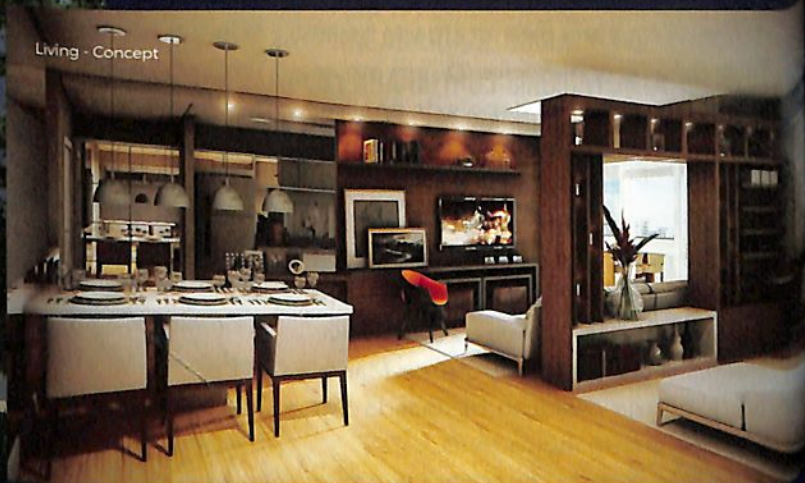


CONCEPT  
DESIGN

UM NOVO CONCEITO DE  
PRIMEIRO APARTAMENTO

3 DORMITÓRIOS (1 SUÍTE),  
2 VAGAS DE GARAGEM,  
85 M<sup>2</sup> ÁREA ÚTIL

AV. SÃO PAULO ENTRE PARQUE  
DO INGÁ E UNICESUMAR




I M P E R D Í V E L

Visite o decorado e surpreenda-se

Expo  
design

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

 /construtoradesign  
construtoradesign.com.br



UM ÍCONE DE ALTO PADRÃO NO  
CARTÃO POSTAL DE MARINGÁ



TERRAÇOS DE  
*Santorini*



RUA ARTHUR THOMAS COM AV. HERVAL  
1 por andar, 340 m<sup>2</sup> privativos, 4 vagas de garagem

RUA ANACLETO LUIZ DE OLIVEIRA PRÓXIMO A AV. SÃO PAULO. ENTRE O PARQUE DO INGÁ E UNICESUMAR  
3 Dormitórios (1 suíte), 2 vagas de garagem, 85 m<sup>2</sup> área útil

# PROMOÇÃO ÚLTIMAS UNIDADES

(44) 99127 4537

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

**design**  
3037 9700



precioso em uma negociação: trazer resultados em números, tanto do mercado como da empresa. Outro ponto importante é planejar bem a negociação. Muitos não têm clareza sobre pontos essenciais, como a forma de monetizar seu modelo de negócio em médio e longo prazo. Basicamente adoto o modelo da Newgotiation. O objetivo é fechar negócios de forma mais vantajosa com foco em ganhar-ganha. A técnica é baseada em quatro passos para a tomada de decisão e prevenção de conflitos.

### **VOCÊ FOI SÓCIA DE SUA MÃE. O QUE APRENDEU EM UMA EMPRESA FAMILIAR?**

Ter começado minha trajetória como sócia da minha mãe me permitiu logo de cara vivenciar os problemas reais de se empreender em um país como o Brasil. Em uma empresa familiar é essencial estabelecer parcerias externas e definir claramente o papel de cada um. No caso da minha mãe, era uma tabacaria e, com 20 anos, fiz a proposta de aumentar em 30% o faturamento do negócio dela criando uma pequena inovação. Para isso combinei que, se desse certo, passaria a ter uma porcentagem da empresa. Consegui 28% e minha mãe me recompensou porque provei que tinha capacidade de fazer ideias inovadoras. Independente da relação familiar, é importante fazer. Mas não querer privilégios por ser parente. Outro aprendizado é que quando nos propomos a fazer algo, temos que analisar todas as possibilidades e, principalmente, executá-las. O fato da minha mãe me dar uma porcentagem da empresa foi apenas uma das grandes lições que ela me ensina até hoje. Eu perdi meu pai aos 4 anos e a força da minha mãe me inspira a superar as dificuldades e seguir acreditando na vida. E isso nunca me deixou esquecer de onde vim.



**Quando se trata de inovação, o Retorno sobre o Investimento pode não ser a métrica mais adequada. Inovar pressupõe assumir riscos e, muitas vezes, quem está por trás da ideia não conseguirá lucrar com aquele projeto**

### **QUAL SUA OPINIÃO SOBRE TER SÓCIOS?**

Para ter um sócio, não basta ter afinidade pela pessoa. É necessário que os envolvidos numa mesma empresa ou entidade tenham perfis complementares. Ninguém é bom em tudo. Alguns são mais inovadores, outros mais voltados à gestão. É importante que os papéis estejam sempre claros. Como boa parte dos empreendedores, tinha o ímpeto de ir lá e fazer, sem pedir opinião e isso não é sustentável no médio prazo. Precisamos ouvir, compartilhar sugestões, caminhos e metas. Achava que isso me limitava e não me sentia confortável. Mas vejo que é um erro e por isso hoje tenho parcerias que coinvestem comigo em startups.

### **ONDE AS EMPRESAS FALHAM QUANDO BUSCAM INOVAR?**

Falham devido a uma cultura errada, falta de continuidade à ideia, financiamento e recursos limitados, baixa taxa de adoção, burocracia e centralização excessiva no Retorno sobre o Investimento (ROI). Embora a maneira mais fácil de implementar uma ideia seja por meio de uma apresentação do retorno, quando se trata de inovação, o ROI pode não ser a métrica mais adequada. Inovar pressupõe assumir

riscos e, muitas vezes, quem está por trás da ideia não conseguirá lucrar com aquele projeto.

### **VOCÊ É ESPECIALISTA EM LIDERANÇA FEMININA. O QUE MUDA NA FORMA DE LIDERAR DE UMA MULHER E UM HOMEM?**

Uma pesquisa divulgada pela Associação Brasileira de Startups (ABStartups) aponta que 74% das startups são lideradas por homens atualmente. E minha percepção é que a presença feminina tem aumentado na liderança de negócios, porém, ainda há um longo caminho a ser percorrido. No universo de investimento-anjo as mulheres são minoria, estimo que menos de 8%. Talvez por questões culturais, elas sejam menos propensas a correr riscos. Para fomentar a participação feminina, cofundi o MIA [Mulheres Investidoras Anjo]. Está mais do que na hora das mulheres estarem mais presentes no mundo dos negócios.

### **SE FOSSE ABRIR UMA EMPRESA, EM QUE SEGMENTO APOSTARIA?**

Em tecnologias como inteligência artificial e *blockchain* de modo a solucionar problemas estruturais do Brasil nas áreas de educação, financeira, óleo e gás.

### **QUAIS CONSELHOS DÁ PARA QUEM PROCURA UMA STARTUP PARA INVESTIR?**

O primeiro é analisar mais de dez negócios antes de se decidir. Não invista o que não pode perder. Tenha apetite ao risco. Não é recomendado investir em uma startup sem checar se ela é de fato inovadora e traz solução para um problema real de mercado. Um caminho para diminuir riscos é participar de clubes e associações de investimentos-anjo. Desta forma, é possível contar com outros olhares e percepções, além da possibilidade de coinvestir.

# Chegou o app da SIPAG.

Sua máquina de fazer bons negócios com mais uma opção para fazer uma boa gestão.

Agora a Sipag tem um aplicativo com muitas funcionalidades para aumentar a produtividade, gerar mais competitividade e facilitar o dia a dia de quem usa a maquininha.

- Visualização dos seus rendimentos
- Solicitação de suporte e bobinas
- Análise de vendas por bandeira e produto
- Controle das vendas realizadas, recebidas e a receber
- Ferramenta "Definir Objetivos"

É gratuito, fácil de usar e está tudo no seu celular. Baixe agora mesmo!

Para mais informações:  
Acesse [sipag.com.br](http://sipag.com.br) ou ligue 3004 2013 (capitais) ou 0800 757 1013 (demais localidades).  
Ouvidoria: 0800 646 4001.  
Atendimento: seg. a sex. - das 8h às 20h.  
Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458.

# sipag

Soluções Integradas de Pagamento



Disponível na  
App Store



DISPONÍVEL NO  
Google Play

## CENTRO DE EXCELÊNCIA EM CIRURGIA

O Hospital Maringá é reconhecido internacionalmente como Centro de Excelência de Cirurgia Bariátrica e Metabólica. A chancela é da Surgical Review Corporation (SRC), organização norte-americana, independente e sem fins lucrativos, que possui o mais rigoroso selo de qualidade na área de saúde. A acreditação é concedida aos estabelecimentos que atendem aos critérios de segurança do paciente em todas as áreas, incluindo aspectos assistenciais, estruturais e procedimentos de trabalho. O Hospital Maringá recebeu a certificação após a conclusão de um rigoroso processo de avaliação e inspeção de inspetores da SRC. No Brasil, são apenas 21 Centros de Excelência em Cirurgia Bariátrica e Metabólica e dois Centros de Excelência em Cirurgia Robótica. Os programas da SRC são focados em melhorar a segurança e a qualidade do atendimento ao paciente e reduzir os custos associados ao tratamento bem-sucedido.

## TRENZINHO DO PARQUE DO INGÁ

Depois de mais de 15 anos desativado, o trenzinho do Parque do Ingá voltou a funcionar. Com capacidade para 40 pessoas, ele transitará em até 20 quilômetros por hora.

São três estações onde os visitantes podem embarcar: a Estação Ingá, na entrada do parque; a Estação do Museu e a Estação do Lago. O trenzinho funciona às quintas e sextas-feiras das 8h30 às 10h30 e das 14 às 16 horas para atender as escolas e entidades, mediante agendamento pelo e-mail [parquedoinga@maringa.pr.gov.br](mailto:parquedoinga@maringa.pr.gov.br). Para o público em geral, o veículo está disponível aos sábados e domingos das 8h30 às 12 horas e das 13 às 17 horas. O trenzinho foi reativado no mês passado graças à parceria com empresas da cidade. Os três primeiros meses de funcionamento serão experimentais. Se as expectativas positivas forem confirmadas, a administração pública licitará a operação.



## CENTRO DE ONCOLOGIA

A Unimed Maringá está ampliando o Centro de Oncologia dos atuais 300 metros quadrados para 1,1 mil metros quadrados, o que o tornará o maior centro oncológico da região. Instalado na avenida Bento Munhoz da Rocha Netto, 750, o centro atende mensalmente cerca de 550 pacientes, que recebem 1,2 mil aplicações por mês. Com a ampliação, a capacidade será dobrada. No local, além de tratamento quimioterápico adulto e infantil, serão feitos pequenos procedimentos e infusões de imunoterapia. Também passarão a ser realizadas biópsias guiadas por ultrassom. No novo espaço, os pacientes serão submetidos à quimioterapia em ambientes individuais. A equipe também será ampliada dos atuais 30 colaboradores, que incluem médicos oncologistas, enfermeiros, técnicos de enfermagem, farmacêuticos, auxiliares de farmácia, psicólogos e nutricionistas. O número de leitos aumentará dos atuais 13 para 24, incluindo seis de aplicação infantil, além de cinco apartamentos. Também haverá salas de estabilização para emergência, de procedimentos e de biópsia, além de cinco consultórios para atendimento multidisciplinar. As obras deverão ser concluídas em março de 2019.



## VILA GASTRONÔMICA

Culinária oriental, italiana, árabe, brasileira, sucos, drinks, doces... são algumas das opções disponíveis no Pátio Container. Trata-se da primeira vila gastronômica de Maringá, que fica na avenida Alexandre Rasgulaeff, 3.549 e foi inaugurada no mês passado. Lá estão 17 restaurantes instalados em contêineres, um parque infantil e um lounge para festas com cem lugares. Com 5 mil metros de área total, o pátio tem capacidade para acomodar 1,5 mil pessoas e estacionamento para 120 carros. Há também um contêiner fatiado, que dá a impressão que o visitante está em um túnel. O horário de funcionamento é de terça a quinta-feira das 18 às 23 horas, as sextas-feiras das 18 horas à meia-noite, aos sábados das 11 horas à meia-noite e domingo, das 11 às 22 horas.



## LIVRO SOBRE A AABB MARINGÁ

A AABB Maringá lançará, em 14 de novembro, às 20 horas, o livro comemorativo aos 50 anos de fundação. Com o título 'Associação Atlética Banco do Brasil - Maringá: meio século de história', o livro foi escrito pelo professor universitário e ex-presidente do clube Roldão Alves de Moura em coautoria com o pesquisador Marco Antonio Deprá, ambos aposentados do Banco do Brasil. A obra aborda a história de Maringá tendo como base um documento inédito contendo informações sobre a cidade com apenas cinco anos de fundação. O documento, que está reproduzido no livro, é um relatório elaborado em 1952 por um funcionário do Banco do Brasil, lotado à época na cidade de Cornélio Procópio/PR, encarregado de levantar dados e informações sobre Maringá para a instalação da agência do Banco do Brasil. O relatório descreve, com detalhes, por exemplo, a existência na cidade, então com 16 mil habitantes na área urbana e 60 mil na área rural, o número de automóveis de aluguel, charretes, automóveis particulares, caminhões, carroças e bicicletas. Além disso, traz números de escolas, clubes, bancos, botequins, bazares, atelier de fotografia, pensões, hotéis, armazéns de secos e molhados, selarias, alfaiatarias, serrarias, hospitais, farmácias, médicos e dentistas. A história do Banco do Brasil e da agência do BB em Maringá é contada em capítulo próprio. Fatos pitorescos que marcaram a presença do banco são ilustrados no livro, como o assalto à agência ocorrido em novembro de 1972. A história do clube tem passagens descritas por seus próprios protagonistas.

## CONFERÊNCIA DA SAÚDE

Reunindo palestrantes de renome nacional e mundial, a segunda edição da Conferência da Saúde será realizada entre 5 e 7 de novembro, em Maringá. Com o tema 'Gestão, inovação e acreditação', o evento bianual buscará capacitar e compartilhar conhecimentos entre profissionais e estudantes da área, além de apresentar boas práticas de gestão e tendências do setor.

A programação será no Hotel Nobile Suítes Maringá e a abertura terá palestra magna de Susan Andrewns, que é psicóloga e antropóloga pela Universidade de Harvard (EUA) e doutora em Psicologia Transpessoal pela Universidade de Greenwich (EUA). Nesta edição, oito grandes temas vão nortear as discussões da conferência, conduzida por mais de 30 palestrantes, assim como minicursos e mesas-redondas. O evento é promovido pelo Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), por meio da Câmara Técnica de Saúde. A estimativa é que 1,2 mil pessoas participem.



O Grupo Carrefour lançou, em 3 de outubro, a pedra fundamental da loja que ficará no limite entre Maringá e Sarandi. A loja terá 14,8 mil metros de área construída, sendo 6,3 mil de área de venda e 340 vagas de estacionamento. O Atacadão é o maior atacadista brasileiro em número de lojas, com 160 operações de autosserviço e 25 atacados de entrega - em Maringá há os dois tipos de operações. A nova loja será a segunda de autosserviço. A estimativa é que a operação seja inaugurada no primeiro trimestre do ano que vem e gere 800 empregos diretos e indiretos.

## PRÊMIO SINDUSCON EM NOVEMBRO

As auditorias da nona edição do Prêmio Sinduscon Noroeste do Paraná estão em fase de finalização. No total 11 construtoras concorrem nas categorias Obras de Incorporações, Obras de Terceiros e Obras Públicas. As empresas ganhadoras do Prêmio Sinduscon Construtoras 2018 serão divulgadas em 23 de novembro, às 20 horas, no Moinho Vermelho, juntamente aos ganhadores dos prêmios Sinduscon Fornecedores e Academia. As construtoras inscritas indicam uma obra e uma comissão formada por engenheiros e arquitetos faz duas visitas de avaliação à obra e uma à sede. Essas avaliações seguem critérios técnicos e objetivos de qualidade, meio ambiente, segurança do trabalho, responsabilidade social, sustentabilidade e *compliance*. Após a divulgação da premiação, as empresas bem avaliadas poderão usar o selo de boas práticas, que atesta o comprometimento das construtoras em entregar um produto de qualidade e em investir em práticas sustentáveis no canteiro de obra. A premiação é uma realização do Sinduscon-PR Noroeste e Seconci, com correalização do Sebrae, Senai e Crea-PR.

## ÁLVARA CASSADO

Na presença de proprietários de postos e representantes de entidades ligadas ao comércio de combustíveis no município, o prefeito Ulisses Maia sancionou, em 16 de outubro, a Lei 14.893/2018, que torna mais rigorosos os mecanismos de controle da qualidade dos combustíveis comercializados em Maringá. De autoria dos vereadores Jean Marques, Sidney Telles, Onivaldo Barris e Alex Chaves, a legislação estabelece que a prefeitura de Maringá casse o alvará e a licença de funcionamento dos estabelecimentos instalados no município que adquirirem, distribuírem, transportarem, estocarem ou revenderem derivados de petróleo, gás liquefeito de petróleo (GLP), gás natural, álcool etílico, hidrato carburante e demais combustíveis em desconformidade com as especificações estabelecidas pelo órgão regulador competente. A lei também penaliza os vendedores de combustíveis que violarem lacres ou outros mecanismos de segurança usados para aferir os volumes dos produtos comercializados, bem como a ausência de notas fiscais dos produtos em estoque, entre outras providências. O presidente do Núcleo de Combustíveis da ACIM, Geraldo Conte, elogia a atitude conjunta dos poderes Executivo e Legislativo que, segundo ele, envolve maior proteção aos 75 postos de combustíveis do município, dos quais 25 são representantes do núcleo da Associação Comercial.



PLANO DE SAÚDE EMPRESARIAL  
SUA EMPRESA  
NASCEU PRA SER

# GRANDE

E tem saúde pra isso.

Aproveite as mesmas condições das maiores do mercado, a partir de 3 vidas.\*

- Valores acessíveis;
- Cobertura total;
- Hospital próprio referência no Brasil;
- Um produto Santa Casa Saúde, o melhor plano de Maringá e região.\*\*

Para MEI ou pequenas e médias empresas.  
Agende um horário conosco e saiba mais.

[santacasasaudemaringa.com.br](http://santacasasaudemaringa.com.br)

LIGUE 3033-5656



Santa Casa  
Saúde

Acreditamos na vida

ANS - nº 33683-1



Valter Fernandes

**// Para virar embalagem**

Dulcinéia Martins da Silva é a presidente da Coopervidros, que envia mensalmente cem toneladas de vidro separadas pelos cooperados para uma indústria em São Paulo

# Reduzir, reutilizar e reciclar

Conceitos da economia circular são aplicados na prática em Maringá por cooperativas e empresas, que encontraram nos resíduos uma forma de negócio // **por Rosângela Gris**

No barracão localizado nos fundos da Pedreira Municipal mãos ágeis trabalham na separação de recicláveis. São cooperados da Coopervidros à procura de itens de vidros, em especial garrafas, que sirvam de matéria-prima ao setor industrial. "Garrafas são vendidas como peças, então rendem mais. Já vidraças e espelhos, por exemplo, precisam ser triturados e valem menos", explica a presidente da cooperativa, Dulcinéia Martins da Silva.

As cerca de cem toneladas separadas mensalmente têm destino certo. Sem mercado na cidade, são enviadas para uma empresa em São Paulo e lá transformadas em embalagens de vidro destinadas às indústrias de bebidas alcoólicas e alimentos. O transporte do material é responsabilidade da cooperativa, cláusula no



#### // Ideia é antiga

Embora pareça novo, conceito de economia circular já vem sendo desenvolvido desde a década de 1970, segundo o advogado especializado em Direito Ambiental Rogel Martins Barbosa

contrato que garante a rentabilidade do produto.

"Pagamos o frete porque senão o valor cai muito", justifica Dulcinéia. Ela diz que o compromisso com o transporte foi um dos motivos que inviabilizou o contrato da cooperativa com uma empresa do Rio de Janeiro. O rigor imposto à qualidade do vidro reciclado também dificultou o negócio. "A empresa era exigente em relação aos vidros não estarem contaminados. E dada a situação do material que chega até nós, é bem complicado. Infelizmente as pessoas ainda não têm o hábito de fazer a separação do lixo em casa".

Outra dificuldade é o baixo volume do material proveniente da coleta seletiva realizada pela administração pública. Na tentativa de driblar a escassez, a cooperativa adquiriu, com recursos próprios, um caminhão para reforçar a coleta e firmou parcerias com bares, lanchonetes e restaurantes da cidade. Por enquanto são seis pontos de recolhimento e outros atendimentos esporádicos.

Ainda assim, segundo a presidente, não raro a Coopervidros sofre cobranças da indústria paulista por uma produção maior. "Cem toneladas são o mínimo previsto no contrato. Poderíamos vender de 500 até mil toneladas se tivéssemos material, mas infelizmente não temos", lamenta Dulcinéia, acrescentando que há mão de obra disponível. "Hoje somos em 19 cooperados, mas poderíamos empregar 50". Em média, a renda mensal do coo-

perado é de R\$ 1,5 mil.

A Coopervidros é um dos oito empreendimentos em Maringá – seis cooperativas singulares, uma cooperativa de segundo grau e uma associação – a fazer um trabalho crucial: devolver ao processo produtivo o que é considerado lixo.

O Brasil produz 78,4 milhões de toneladas de resíduos sólidos urbanos por ano, segundo a Associação Brasileira de Resíduos Sólidos no Brasil (Abrelpe). Esse acúmulo de produtos descartados – alguns de forma inadequada – evidencia um dos grandes problemas da economia linear. Caracterizado pela extração, fabricação, consumo e descarte de bens de consumo em lixões e aterros, esse modelo econômico é apontado como um dos grandes responsáveis pela atual degradação ambiental.

Contrapondo a esse conceito de fim da vida surge a economia circular, propagando a ideia de que tudo o que produzimos pode voltar para a produção em vez de virar lixo. Nessa economia, nada é desperdiçado. Tudo deve passar por reaproveitamento, transformação e reciclagem.

"Economia circular trata-se de um conceito 'guarda-chuva' que foi abraçando diversas teorias. Embora pareça nova, é uma ideia que vem sendo desenvolvida desde a década de 1970", explica o advogado especializado em Direito Ambiental, Rogel Martins Barbosa, que é ex-

-presidente do Conselho Municipal de Meio Ambiente. "Naquela época já se argumentava sobre prolongar a vida útil de bens de consumo e discutia-se a questão do desperdício inerente à produção de produtos em vez de consertá-los", completa.

Essas questões foram abordadas no relatório de Walter Stahel e Geneviève Reday-Mulvey, em 1976, nomeado 'O potencial de substituição de mão de obra por energia' para a Comissão de Energia das Comunidades Europeias'. O documento é considerado o primeiro marco teórico da economia circular.

Depois disso, o tema ganhou capítulos em artigos e livros. Destaque para as obras 'Berço ao berço: refazendo a maneira como fazemos as coisas', publicado por William McDonough em 2002, e a 'A economia azul: 10 anos - 100 inovações - 100 milhões de empregos', de Gunter Pauli, de 2010.

"Em sua obra, McDonough contrapõe as economias circular e linear por meio das ideias de berço ao túmulo. Ele contesta o conceito de fim da vida e defende a redução, reutilização e recuperação de energia", destaca o advogado.

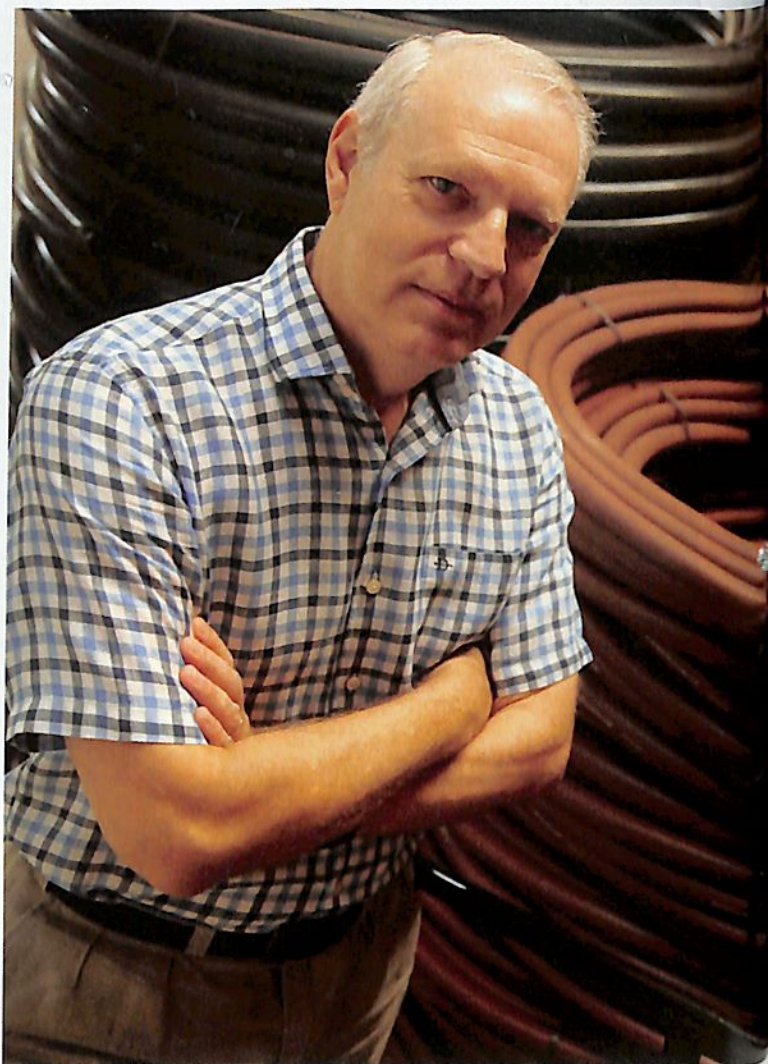
Esse conceito ganhou visibilidade em 2010, quando Ellen MacArthur, a famosa velejadora que, em 2005, bateu o recorde de navegação solitária sem escalas à volta do mundo, criou a Fundação Ellen MacArthur. Dois anos depois da fundação, a instituição publicou o relatório 'Rumo à economia circular: racionalidade econômica e de negócios para uma transição acelerada' e hoje atua como catalisadora desse modelo econômico.

### DA TEORIA À PRÁTICA

A economia circular estimula o equilíbrio entre os impactos ambientais e a vantagem financeira da produção de um produto. Seu objetivo é maximizar a eficiência dos recursos, criando um sistema onde não existe resíduo, mantendo a qualidade e potencial econômico do produto. "Muitos se perguntam quando vamos realmente solucionar o problema do resíduo. Isso acontecerá quando o resíduo deixar de ser resíduo e entrar numa cadeia econômica. Neste momento a economia circular começa a ser interessante", afirma o advogado.

E como isso ocorre na prática? De acordo com o advogado, o processo começa com a escolha da matéria-prima. "Tem que ser um material amigável ao meio ambiente", destaca Barbosa.

O passo seguinte é 'desenhar' o processo de forma que haja utilizações secundárias e terciárias, e com a necessidade de menos gasto de energia. Aliás, o gasto



Walter Fernandes

### // Primeira de Maringá

O empresário Cláudio Luiz Abeche, fundador da Eletroflex, orgulha-se do pioneirismo da empresa de mangueiras na reciclagem de plásticos

de energia é uma preocupação neste modelo econômico. Tanto que a reciclagem não está no topo da lista de prioridades, ocupa apenas a terceira posição. A primeira meta é não produzir o resíduo e depois reduzir o volume produzido.

Apesar dos avanços, a economia circular patina para ganhar o mundo. E uma das explicações é a diferença dos problemas dos países industrializados, como na Europa e na América do Norte, e dos em desenvolvimento. Os segundos têm escassez de recursos, incluindo bens, habilidades e alimentos. Em situações de escassez, a melhor estratégia é a produção em massa para elevar a qualidade de vida da população.

Outro ponto é a dificuldade de externalizar o curso do risco e do desperdício dentro da economia circular. "Isso não é possível porque o produto é feito para não ser desperdiçado. Na economia linear é possível externalizar o



custo, repassar para terceiros e obter uma maior margem de lucro”, explica Barbosa.

### **PIONEIRA DA RECICLAGEM**

Em Maringá, há exemplos de adeptos da economia circular. Um deles é a Eletroflex, que transforma o plástico reciclado em mangueiras. “Fomos a primeira indústria de reciclagem de plásticos da cidade. Na nossa mão o ‘lixo’ que seria disposto no meio ambiente vira produto nobre”, orgulha-se o fundador da empresa Cláudio Luiz Abeche.

Inaugurada em 1987, a Eletroflex começou alternando a reciclagem e a fabricação de mangueiras lisas. Mas com a evolução do mercado, o portfólio foi diversificado. Hoje o carro-chefe são as mangueiras de polietileno usadas para transporte de água. Cinquenta toneladas são produzidas mensalmente no barracão que fica na Zona 6.

A lista de produtos inclui ainda eletrodutos corrugados, tubos isoladores para cerca elétrica, mangueiras para irrigação e até produtos para acabamento de mó-

veis, como o cipó sintético. Tudo com selo de 100% reciclado. Os produtos são comercializados em vários estados brasileiros, do Rio Grande do Sul ao Acre.

Uma parcela da matéria-prima vem das cooperativas de recicladores da cidade. A quantidade, no entanto, é insuficiente para atender a demanda. O maior volume de material é adquirido de empresas especializadas na coleta de recicláveis.

A qualidade do plástico reciclado é uma das preocupações de Abeche, engenheiro químico de formação. Ele sabe que disso depende a durabilidade do produto, atualmente estimada em 70 anos, e principalmente a aceitação do consumidor. “No início havia certa resistência das pessoas com produtos reciclados, porque muitos não eram de boa qualidade. Porém, hoje a realidade é outra. Nossas mangueiras são de alta qualidade e usadas com total segurança. Hoje também existe uma propaganda ostensiva que tornou a reciclagem atrativa aos olhos da população”, afirma.

Além de durável e ‘amiga’ do meio ambiente, as mangueiras da Eletroflex são mais baratas do que as produzidas com plástico virgem. De acordo com Abeche, a explicação está no custo da matéria-prima e no processo produtivo. “O preço final do reciclado é praticamente a metade”.

O empresário vê com otimismo o avanço da economia circular. Na opinião dele as indústrias estão entendendo a necessidade de preservar os recursos naturais e adaptando as linhas de produção ao conceito de reduzir, reaproveitar e reciclar. “Fala-se que precisamos resolver o problema de destinação do lixo, mas é preciso ação e cada um deve fazer a sua parte. É isso que prega a economia circular: a conscientização sobre a importância de dar vida nova a um produto que chegou ao fim”, conclui.

### **DO CAMPO À INDÚSTRIA**

Na Cimflex a matéria-prima também é o plástico reciclado, só que ele vem do campo. A empresa é uma das 11 recicladoras parceiras do Sistema Campo Limpo, o programa nacional de logística reversa de embalagens de defensivos agrícolas. Por lei, os produtores rurais têm a obrigação de devolver as embalagens vazias em mais de 400 pontos de coleta espalhados pelo país.

De acordo com o Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (Inpev), 94% das embalagens plásticas de defensivos agrícolas comercializadas no Brasil são recolhidas pelo instituto e encaminhadas às recicladoras. Do total recolhido, 91% têm condição de ser reciclado – o restante é incinerado. Todo material coleta-



Walter Fernandes

**// Parceira do Inpev**

Na Cimflex, do empresário Ricardo Jamil Hajaj, os recipientes vazios de agroquímicos entregues pelos agricultores são transformados em novas embalagens de plástico

do é rastreado desde a origem à destinação final.

“O Brasil é referência mundial no processo de descarte correto desse tipo de embalagem”, comemora o empresário Ricardo Jamil Hajaj, da Cimflex. Ele é um dos precursores desse movimento. Em 1992, na condição de proprietário de uma empresa que chegou a ser líder de mercado na fabricação de embalagem de agrotóxico, ele procurou a Associação Nacional dos Produtores de Defensivos Agrícolas em busca de uma solução que reduzisse os impactos ambientais.

“Sabíamos dos riscos que a destinação e a reutilização inadequadas representavam ao meio ambiente. No passado os agricultores reaproveitavam as embalagens para guardar água e até leite ou as enterravam na propriedade. Estavam enterrando dinheiro, riqueza”, comenta o empresário. “Em 2002 iniciamos a gestão dessas embalagens com a criação de um sistema de reciclagem. Foi

aí que surgiu o Inpev, até hoje responsável pela coleta”.

E foi a convite do Inpev que Hajaj decidiu se tornar um reciclador e, em 2004, abriu a Cimflex. Para tanto, trocou Londrina por Maringá para ficar próximo à Cocamar, cooperativa que, à época, mais recolhia embalagem no Paraná. Tempos depois ele vendeu a fábrica em Londrina para uma empresa norte-americana e adquiriu mais uma recicladora em São Paulo.

Hoje dedica-se à reciclagem de parte do material recolhido pelo Inpev tanto na unidade maringaense quanto na paulista. Na linha de produção das indústrias, o plástico rígido coletado pelo instituto é reaproveitado em novas embalagens de agroquímicos e lubrificantes. Parte também é usada na fabricação de eletrodutos. Em média, a Cimflex transforma e dá a destinação adequada a três mil toneladas por ano.

Antes, no entanto, as embalagens passam por lim-

peza e seleção. O processo de descontaminação começa na propriedade rural com a lavagem das embalagens e continua nas centrais de recolhimento onde são novamente lavadas e depois selecionadas, classificadas e prensadas. De lá, são direcionadas para os parceiros recicladores.

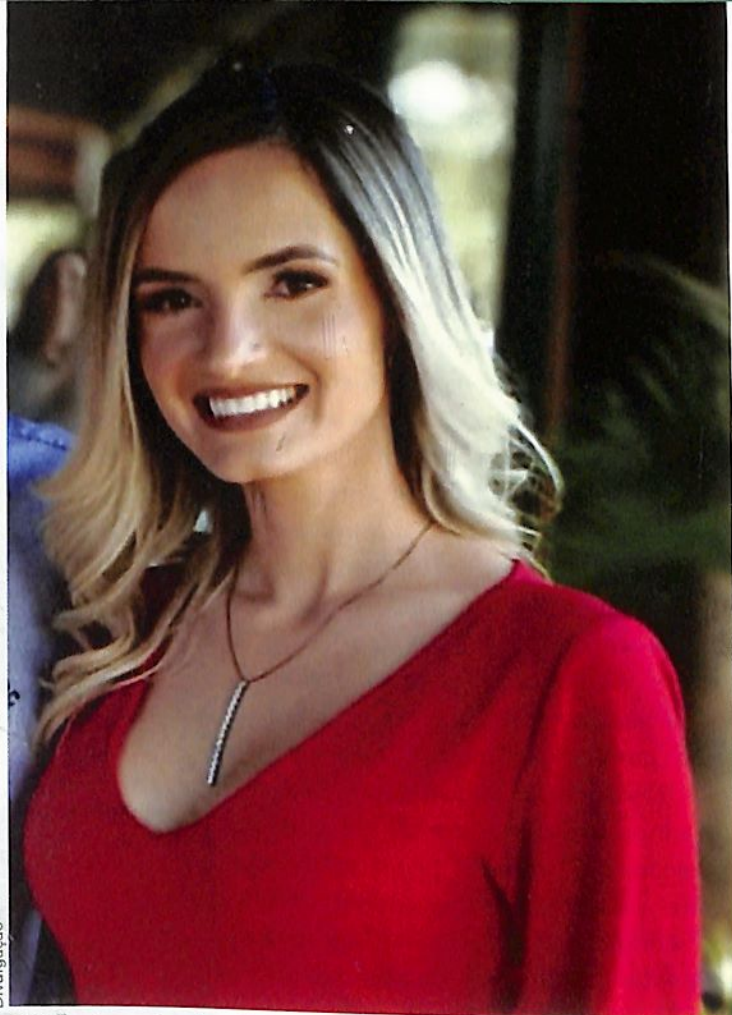
"Somos o único do Paraná a fazer a reciclagem de uma determinada categoria de plástico. Estamos gerando postos de trabalho e impostos e ao mesmo tempo ajudando o meio ambiente", destaca o empresário. Hajaj também comemora a melhora da imagem do plástico reciclado. Antes visto com desconfiança pelo consumidor, agora o produto tem a qualidade reconhecida. Ele ressalta, no entanto, que isso depende da preparação da matéria-prima, que inicia com uma coleta eficiente e um criterioso trabalho de separação. É preciso seguir regras para evitar a contaminação dos produtos uma vez que há sete 'famílias' de plástico e cada uma tem sua finalidade. Tarefa bastante complicada especialmente para as cooperativas de recicladores que não dispõem de mão de obra suficiente e nem tecnologia.

Outra barreira ao avanço da reciclagem é a falta de incentivo por meio de políticas públicas e benefícios fiscais e tributários. "Precisamos fazer do lixo um produto novo. Tecnologia para isso tem e as grandes empresas estão comprando a ideia de usar material reciclado. Também estamos quebrando a resistência e o medo de contaminação por parte do consumidor. Mas precisamos de apoio e benefícios, principalmente quando se fala de reciclagem de plástico, que é feita, em sua maioria, por pequenas empresas", conclui.

### **SEM RASTROS DE LIXO**

Não só na reutilização de recicláveis há um campo de oportunidades promissor na economia circular. Também atrativos são os negócios que ajudam empresas a lidar com o desafio de arcar com a responsabilidade de limpar o rastro do lixo que seus produtos e serviços deixam para trás.

Embora fora da lista de obrigatoriedade de logística reversa prevista pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, o chamado lixo hospitalar tem regras de descarte previstas em legislações específicas, como a Resolução 358 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama). Já no âmbito estadual, as secretarias de Meio Ambiente e Saúde estabelecem diretrizes para planos de gerencia-



Divulgação

### **// Risco de contaminação**

"É necessário que os resíduos de saúde sejam encaminhados para tratamento e disposição final ambientalmente adequados", destaca a engenheira da Servioeste, Ana Cláudia Milani Solvalagem

mento também por meio de resolução.

É aí que entra o Grupo Servioeste, cuja matriz fica em Santa Catarina, mas que conta com mais de 15 mil clientes nas regiões sul e sudeste do país. Só na região de Maringá são mais de 1,8 mil pontos de coleta entre hospitais, clínicas, laboratórios e farmácias.

"Por causa do perigo, é necessário que os resíduos de saúde sejam encaminhados para tratamento e disposição final ambientalmente adequados, de modo a preservar a saúde pública e o ambiente envolvido", destaca a engenheira ambiental, civil e de segurança do trabalho da Servioeste, Ana Cláudia Milani Solvalagem.

A empresa presta serviços de coleta, transporte, tratamento e destinação para garantir que os resíduos de saúde não acabem em rios e plantações. O serviço é prestado tanto na modalidade de contrato como de coleta emergencial. Os resíduos de saúde são divididos em cinco grupos, sendo que dois não são coletados pela Servioeste. A empresa não recolhe resíduos radioativos e nem aqueles provenientes de áreas administrativas, sanitários, cozinha e sala de espera.

Estão na lista do grupo catarinense as substâncias infectantes como bolsas de sangue, amostras de laboratório, luvas, algodão, vacinas, peças anatômicas de animais e humanas e até órgãos. Também são recolhidos produtos químicos que apresentam periculosidade à saúde pública ou ao meio ambiente (medicamentos, reagentes, reveladores e fixadores para revelação de Raio-X) e os perfurantes (agulhas, lâminas de bisturi, ampolas, entre outros).

Em média, são recolhidas 200 toneladas por mês, que inicialmente vão para a Central de Tratamento de Resíduos de Saúde que fica em Maringá. Lá, dependendo da classificação, são tratados por autoclavagem - sistema de tratamento onde a periculosidade é eliminada através da esterilização - ou incinerados sob temperaturas de 800°C a 1.200°C. Depois os resíduos autoclavados são encaminhados a um aterro terciarizado. Já os incineráveis são levados para a matriz, em Chapecó, e lá dispostos em aterro próprio.

"Possuímos coleta informatizada, onde após a pesagem, o cliente recebe um comprovante com a quantidade de resíduo coletado por grupo. Além disso, fica disponível em nosso site, em acesso restrito, o laudo mensal de destinação dos resíduos de cada gerador. Com o sistema de coleta informatizada é garantida a confiabilidade e qualidade nos serviços", ressalta a engenheira, que trabalha na unidade maringaense da empresa.

A Servioeste também disponibiliza uma linha de produtos para acondicionamento dos resíduos como o coletor para materiais perfurocortantes, saco branco leitoso e saco vermelho para resíduos infectantes, bombonas, contêineres e lixeiras para armazenamento do lixo.



Walter Fernandes

**// Salário de até R\$ 2 mil**

"Cooperativas, além de gerarem emprego e renda, proporcionam aos trabalhadores condições dignas de trabalho", diz a diretora de coleta seletiva, Aline Cristina Ramos Gava

## COLETA SELETIVA GERA GANHO AMBIENTAL E SOCIAL

De janeiro a setembro foram recolhidas mais de 3,8 mil toneladas de recicláveis em Maringá. O volume é resultado dos investimentos da administração pública para ampliação do serviço de coleta seletiva por meio da contratação de mais de dez caminhões este ano.

Atualmente, 15 caminhões percorrem todos os bairros da cidade recolhendo o material que, na sequência, é destinado para sete cooperativas que empregam cerca de 150 catadores. Lá é feita a primeira triagem e a separação de plásticos, papel, papelão alumínio, vidros, entre outros. Depois, o que era 'lixo' ganha novo destino. "Os empreendimentos de catadores legalmente formalizados são de extrema importância ao meio ambiente. As cooperativas fazem com que aumente a vida útil do aterro sanitário, pois o material que seria aterrado, demorando anos para se deteriorar, é separado e transformado em matéria-prima ao retornar à indústria", destaca a diretora de coleta seletiva da prefeitura de Maringá, Aline Cristina Ramos Gava. Ela também reforça o ganho social, uma vez que a coleta seletiva gera renda média de R\$ 900 até R\$ 2 mil aos cooperados. "Essas cooperativas proporcionam aos trabalhadores condições dignas de trabalho, valorizando o ser humano. Com o trabalho em conjunto, eles acabam trocando experiências de vida, auxiliando um ao outro", completa Aline.

The background features a watercolor-style illustration with a yellow and orange color palette. At the top, there are black musical notes on a staff. On the right side, there is a silhouette of a ballerina in a pink tutu. At the bottom, there is a large orange double bass and a blue and orange geometric logo. The overall theme is music and culture.

# 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\$ **7** milhões

NOS ÚLTIMOS 4 ANOS

ENTRE EM CONTATO QUE  
A GENTE TE AJUDA

[apoio@institutoculturalinga.com.br](mailto:apoio@institutoculturalinga.com.br)

44 3025.9595

**INSTITUTO CULTURAL INGÁ**

[institutoculturalinga.com.br](http://institutoculturalinga.com.br)

# O 'coração' da empresa requer cuidados

*Pode parecer tarefa fácil, mas conhecer em detalhes os custos, despesas e a lucratividade de um negócio exige controle; empresários relatam que falta de rigor levou a prejuízos // por Graziela Castilho*

Há três anos, quando abriu a Santa Fome Foods, Paulo Saldan Junior tentava fazer o controle financeiro de forma manual e várias vezes perdeu informações anotadas em papel. "Até então só tinha formação em Educação Física, faltava conhecimento e experiência em gestão financeira", justifica.

Outro fator que o levou a essa situação foi a repentina mudança de atuação da empresa, que de pequena lanchonete, passou a produzir refeições congeladas, a comercializar pela internet e a fazer entregas *delivery*. A aposta deu certo e o crescimento aconteceu rápido, mas para dar conta da demanda, Saldan deixou as finanças um pouco de lado para profissionalizar outros setores que pareciam mais urgentes, como o de produção.

O aumento da complexidade da organização, no entanto, evidenciou a fragilidade da gestão financeira. "As mudanças e o crescimento aconteceram sem que eu tivesse tempo para me preparar, me capacitar. Acabava adotando métodos inadequados, e o controle das informações financeiras se tornou a minha maior dificuldade".

Para sanar essa questão, Saldan Júnior fez cursos, inclusive um de alta gastronomia, que além de conheci-

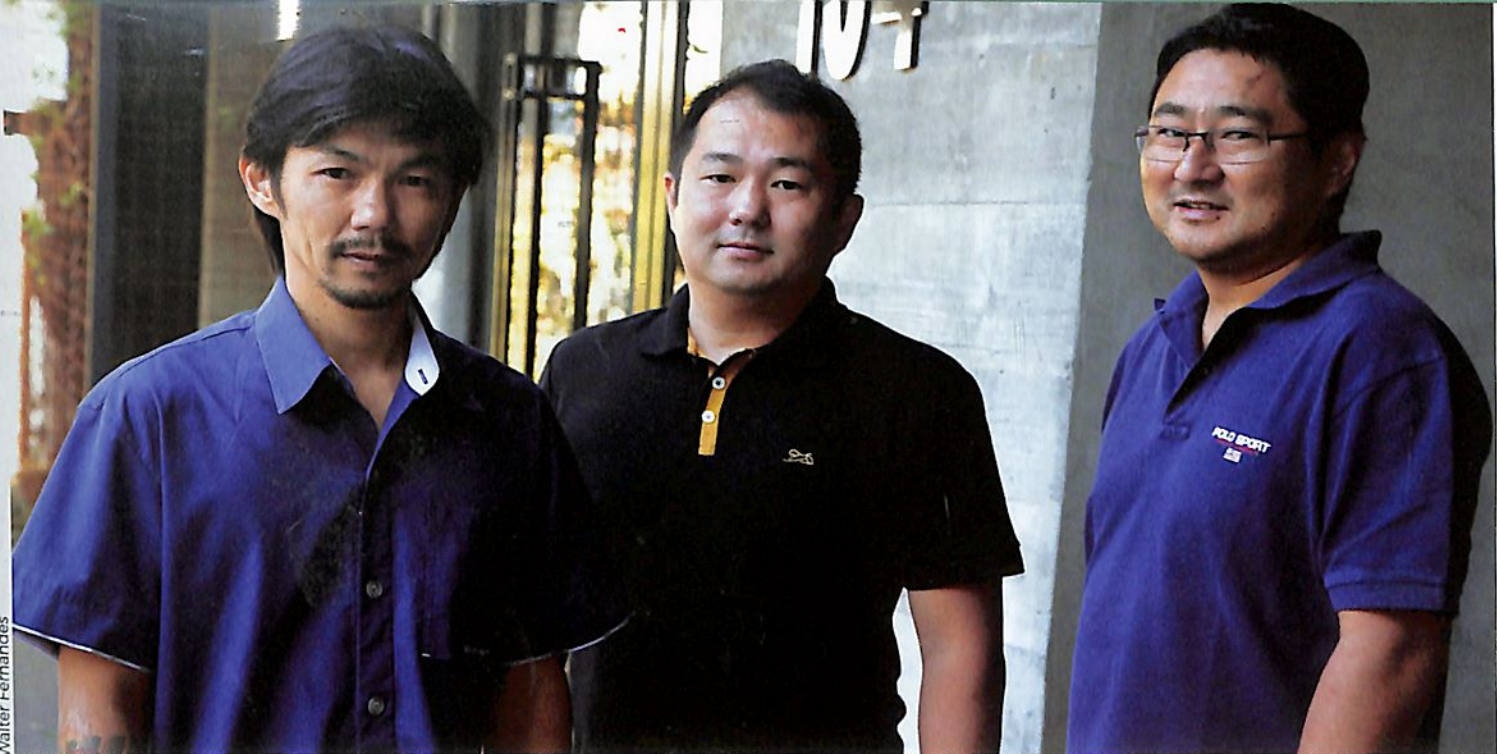
mentos em culinária, contempla disciplinas de gestão e empreendedorismo no ramo de alimentos. Mesmo assim, o que realmente fez a diferença foi a contratação de uma empresa especializada. "Com esse auxílio, adotamos um *software* específico para bares e restaurantes que nos ajudou a segmentar informações da loja física e da fábrica, em que temos a operação *delivery*. O sistema possibilita que as informações sejam lançadas em tempo real pelos colaboradores", explica. A ferramenta também permite análise de indicadores, contribuindo para a tomada de decisão e estratégias de atuação específicas para cada unidade e viabiliza campanhas de fidelidade. "Toda entrada de caixa é registrada e conseguimos acompanhar até indicadores de consumo personalizados. É um mecanismo simples que, depois de inserido na rotina, fica fácil de gerir", afirma.

Outra medida foi a elaboração de fichas técnicas de todos os pratos do cardápio para identificar o custo com matéria-prima, o que permite a precificação correta dos produtos. "Agora que estamos com as finanças organizadas e equilibradas o desafio passou a ser o ambiente externo, porque é um esforço manter a qualidade e o preço

**// Antes era tudo anotado em papel**  
Paulo Saldan Junior, da Santa Fome: empresa passou a produzir refeições congeladas e oferecer *delivery*, o que exigiu um controle mais rigoroso das finanças



Walter Fernandes



### // "Estamos vendo o resultado"

Depois de um controle financeiro rigoroso, Cleyton Massago, da Blocopav Artefatos, negociou preços junto aos fornecedores e recalculou valores dos produtos; na foto, com os sócios Cleber Massago e Fabiano Massago

dos produtos diante da variação de valores de insumos e combustíveis".

### CONTROLE DETALHADO

Apesar das finanças serem o 'coração' de uma empresa, é comum encontrar organizações sem controles mensurados. Na falta de métodos adequados, empresários se colocam na difícil tarefa de administrar às escuras, ou seja, sem saber, ao menos, o real custo e lucro do negócio.

A gestão financeira também foi um desafio para a Blocopav Argamassa Usinada. O sócio e diretor financeiro Cleyton Massago conta que no começo os registros eram feitos em planilhas de Excel e, por isso, as decisões eram tomadas sem controles detalhados de fluxo de caixa e sem saber a rentabilidade.

Para mudar o quadro, os sócios optaram por investir em um software, mas a ferramenta só comportava os principais registros financeiros da empresa. "O método ajudou, mas faltavam dados e exatidão. Sem contar que não permitia o cruzamento de informações. Então, não dava para mensurar os resultados", explica.

Mesmo assim, a empresa permaneceu com o método até que a crise econômica dos últimos anos exigiu nova mudança. "Se continuássemos daquele jeito seria impossível manter a empresa em funcionamento", admite.

Essa conscientização, porém, só veio com a implantação do Modelo de Excelência em Gestão (MEG). Depois a empresa contratou uma consultoria em gestão financeira. Entre as orientações que a consultoria deu estava a substituição do software, que começou a ser implantado há um ano. "Finalmente estamos trabalhando com uma plataforma que reúne todos os dados financeiros e nos fornece números exatos, possibilitando a análise de resultados. Agora sabemos os nossos custos e lucro e temos segurança para tomar decisões", comemora Massago.

Com a organização financeira, o empresário destaca que também foi possível perceber gastos elevados com matéria-prima e falhas no cálculo dos preços dos produtos, o que derrubava a rentabilidade. "Negociamos redução de custos junto aos

fornecedores e recalculamos o preço dos produtos. Agora, sim, estamos vendo o resultado", afirma.

### ANÁLISE DE RESULTADOS

No caso da Hamburgueria Casa da Mãe Joana, que atualmente conta com duas unidades e operação *delivery*, a busca pelo auxílio de uma empresa de consultoria ocorreu, em especial, para obter análise de resultados e de mercado. Isso porque, embora fizesse o controle de informações, o sócio Lucas Ogawa Velasques, responsável pelo setor financeiro, não conseguia cruzar dados e mensurar resultados.

A inauguração da segunda loja no Catuaí Shopping Maringá, em dezembro do ano passado, e a implantação da operação *delivery* tornaram o controle financeiro ainda mais difícil. "Ficou tudo misturado, não conseguíamos separar as finanças de cada loja", comenta. Sem contar que a instalação da segunda unidade ultrapassou o investimento esperado, tornando o empréstimo uma solução necessária. "Sempre nos organizamos para utilizar capital próprio.

mas dessa vez não teve jeito”.

Diante desse quadro, uma das medidas sugeridas pela empresa de consultoria foi implantar um software de gestão financeira, que atendeu as expectativas de Velasques quanto a separar fluxo de caixa de cada loja e obter controles mais detalhados. A partir disso, o empresário conseguiu identificar gastos elevados em alguns setores e a direcionar estratégias para a redução de custos.

Entre as ações implementadas estiveram a redução da compra de produtos de limpeza e do estoque e o controle de desperdício de matéria-prima. “A perda de um pão por dia pode representar apenas R\$ 60 no mês, mas em um ano os reflexos são maiores. O que aumentam os custos e minam o negócio são os detalhes. Por isso, tudo deve estar calculado. Também temos acompanhado os trabalhos semanalmente para identificar falhas e propor ações corretivas”, argumenta.

Apesar de atualmente utilizar planilhas interligadas e de fácil acesso para a execução do controle, o empresário destaca que o ideal seria encontrar uma ferramenta digital completa. É que para analisar os resultados ele ainda precisa exportar relatórios e recorrer a outros sistemas. “Esse proces-



Walter Fernandes

### // De olho nos detalhes

A abertura da segunda loja e da operação delivery da Casa da Mãe Joana apontou que era preciso ajuda para controlar as finanças. foi quando Lucas Velasques contratou uma consultoria

so requer tempo”, lamenta.

Para ganhar agilidade o empresário tem buscado, com a ajuda da consultoria, uma opção que englobe todo o controle financeiro em uma única plataforma. “Estamos em busca de um software que registre desde o início da produção até as vendas, incluindo conciliação bancária direta, controle de estoque, impressão de etiquetas de validade, identificação de divergências e de perdas, entre outros”, cita.

### ERROS E ACERTOS

De acordo com o consultor pleno da Azimute Administradora de Empresas, André Freitas, as principais falhas cometidas pelos empresários são atuar sem controle financeiro por utilizar ferramentas pouco eficazes, falta de conhecimento técnico para assumir a gestão financeira, falta de tempo, disciplina e até de consciência da importância da gestão financeira, e misturar as contas pessoais e as da empresa.

## CINCO PASSOS PARA O CONTROLE EFICIENTE DA GESTÃO FINANCEIRA



1

### CONSCIENTIZAÇÃO

Separar pessoa física e jurídica, ter um responsável financeiro com capacidade técnica e automatizar o processo de controle financeiro



2

### PADRONIZAÇÃO

Ter regras para realizar lançamentos com riqueza de detalhes, possibilitando o entendimento dos envolvidos



3

### EXECUÇÃO

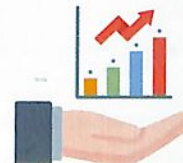
Organizar os controles internos; todos os registros de entrada e saída deverão constar no sistema



4

### APURAÇÃO

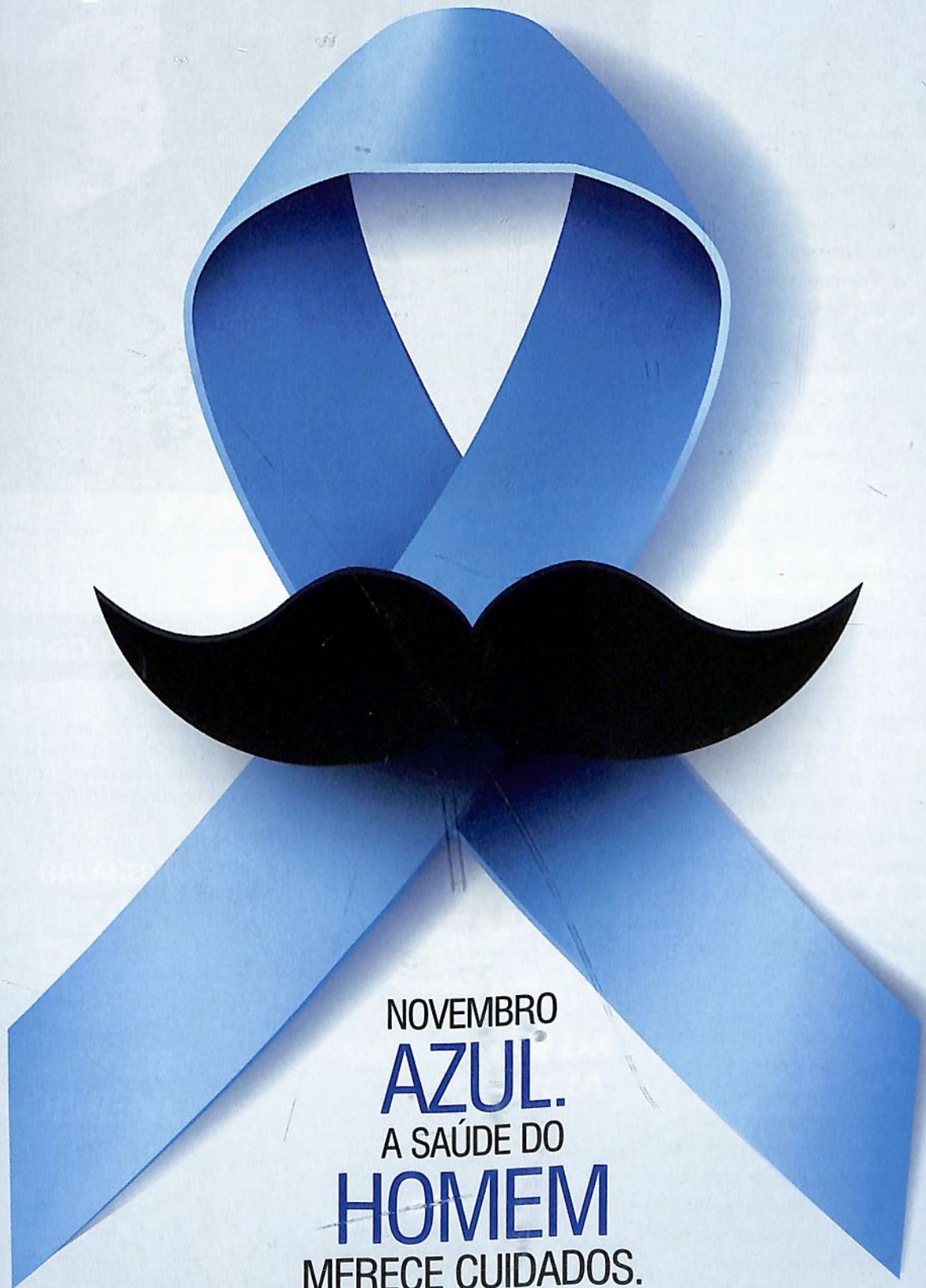
Gestores capacitados devem corrigir erros, apurar os resultados e emitir relatórios



5

### DECISÃO

Com base nos dados, o gestor toma decisões estratégicas e propõe ações para melhorar os resultados da empresa



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.*

Por esses motivos, Freitas diz que, infelizmente, ainda é comum encontrar empresários que desconhecem os custos e o lucro. "Sem esses controles detalhados, não é possível analisar resultados, e os gestores atuam apenas com base na percepção, no nível de faturamento e na tentativa e erro, o que é muito arriscado".

Outro efeito negativo é comprometer o faturamento com endividamentos, porque sem dados concretos, o gestor não percebe gradativas perdas de lucratividade. "Aí, de repente, o empresário precisa usar cheque especial para cobrir despesas, depois financia o capital de giro para ganhar tempo e até recorre ao passivo fiscal para alívio momentâneo, mas é um mero engano. O faturamento fica comprometido com as dívidas, os custos são gerados e o problema não identificado segue declinando a empresa ladeira abaixo", alerta.

Por isso, a gestão financeira, segundo Freitas, precisa ter, pelo menos, o fluxo de caixa e o capital de giro controlados. É que com esses dados em mãos já dá para identificar custos e ponto de equilíbrio, precificar produtos ou serviços, levantar indicadores e acompanhar os saldos e a lucratividade.

Mesmo assim, Freitas incentiva os empresários a investirem em um controle minucioso e completo das finanças. Para isso, é fundamental a automatização, com uso de conta digital e software multifuncional, que concilie as informações com o banco, que emita faturas e dispare e-mail de cobrança automaticamente, entre outros.

Com esse passo, o empresário otimiza tempo, obtém indicadores exatos e visualiza detalhes da empresa. Só assim consegue avaliar fatores específicos, como falha de informação, desfalques (perdas e roubos), custos excessivos, resultados e metas de cada setor.



Ivan Amorim

### // Descontrole financeiro

Consultor André Freitas: "de repente, o empresário precisa usar cheque especial, depois financia o capital de giro para ganhar tempo e até recorre ao passivo fiscal para alívio momentâneo, mas é um mero engano"

## Demonstrativo de fluxo de caixa

Para avaliar como estão as finanças de sua empresa, preencha a tabela e faça o comparativo dos últimos três meses. Observe que os custos variáveis incluem matérias-primas e insumos e a margem de contribuição é o lucro bruto. Já o resultado operacional é o total das despesas fixas. Por fim, o lucro bruto menos as despesas fixas aponta a lucratividade. Em média, o lucro líquido é de 5 a 8% na indústria, de 9 a 15% no comércio e de 15 a 30% no serviço.

	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
(+) Receitas			
(-) Impostos			
(-) Custos variáveis			
(=) Margem de contribuição			
(-) Despesas com pessoal			
(-) Despesas gerais			
(=) Resultado operacional			
(+/-) Receitas e despesas não operacionais			
(=) Resultado final			
...			
Saldos bancários			



# PROGRAMAÇÃO DIVERSIFICADA E RELEVANTE.



**LÍDER DE  
AUDIÊNCIA**



**VICE-LÍDER DE  
AUDIÊNCIA**



**VICE-LÍDER DE  
AUDIÊNCIA**

**OBRIGADO,  
MARINGÁ!**

**RICTV**

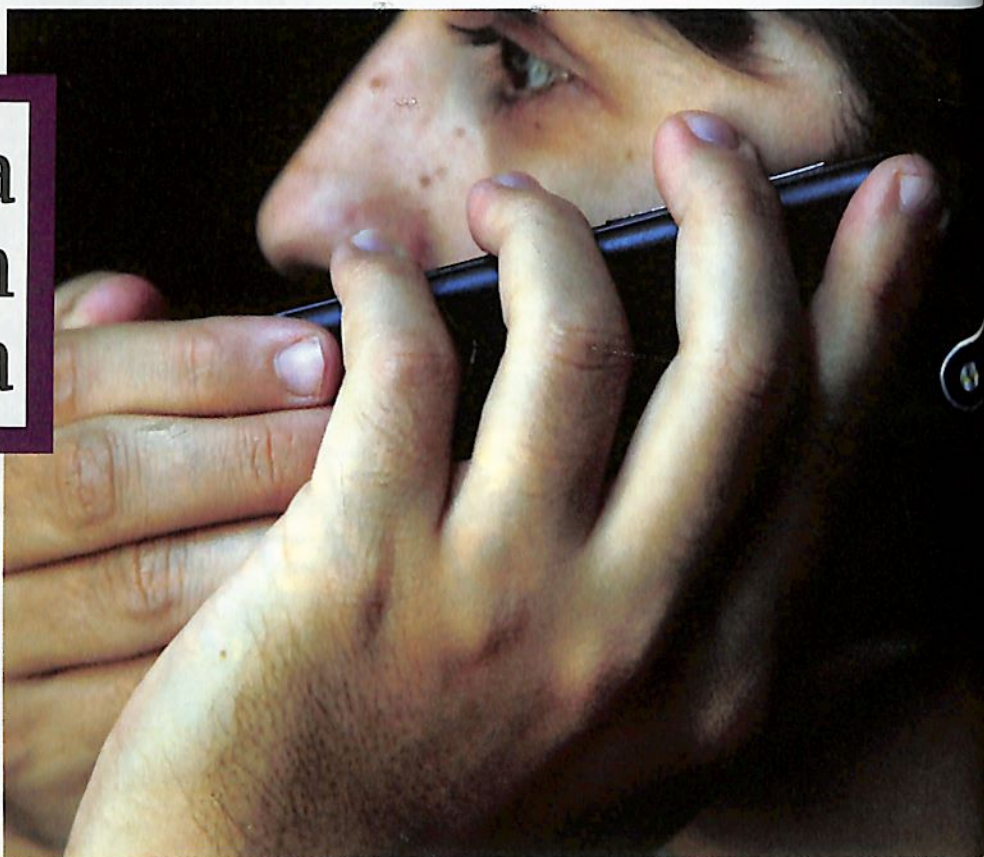


## Palavra certa tem hora certa

*No ambiente profissional escolha bem a hora e o que falar; nada de falar mal do colega, chefe ou fofocar sobre o quer que seja, principalmente em frente a clientes e fornecedores*

**// por Dayse Hess**

Walter Fernandes



O ato de fofocar bem que poderia estar fora de moda, mas ainda acontece e se torna um problema em muitos locais de trabalho. Uma maneira bem simples de começar a mudar esse cenário chato e fora de época é não fornecer munição para o inimigo, para que a sua intimidade ou ideias não se transformem no assunto preferido das conversinhas pelos corredores ou sala de café.

Ninguém é obrigado a se esconder ou omitir opiniões, mas falar demais dentro da empresa sobre assuntos que não dizem respeito a sua função ou não ajudam a desenvolver uma questão pertinente se torna apenas perda de tempo. Focar o trabalho, seja qual for o caso, sempre é a melhor opção.

Mas a situação pode ser pior quando as conversas fora de hora e com assuntos inadequados acontecem em frente a um cliente, fornecedor ou prestador de serviço. Mesmo que o tema seja banal, evite 'soltar o verbo' e discutir sobre o que quer que seja com o colega, chefe ou subordinado quando não estiverem a sós. Aposto que ninguém gosta de ouvir problemas internos sendo exposto, muito menos de forma grosseira.

**// Dayse Hess é jornalista e especialista em moda**

E vamos combinar, política e religião são tópicos que ultimamente devem ser tratados com diplomacia e delicadeza e, no meio do expediente, isso se torna quase impossível. Desse modo, evite esses assuntos para não ter desgastes desnecessários. Saúde também não combina com o ambiente profissional, então nada de contar os detalhes de um exame ou qualquer procedimento médico.

Mas a luz vermelha acende mesmo quando a conversa passa a ser a vida do outro. E muitas vezes esse outro está bem ali, na mesa ou sala ao lado. Poucas coisas são tão chatas quanto ouvir pessoas falando mal de uma terceira que faz parte da mesma equipe. Um exemplo clássico é presenciar um chefe chamando a atenção de um funcionário, isso é no mínimo constrangedor. Alguns chegam a ser grosseiros e usar palavras bem pesadas. Já presenciei algo parecido em uma loja elegante: a funcionária trocou (sem querer) as mercadorias de duas clientes nas sacolas e foi repreendida de maneira exagerada e indelicada pela gerente. Imagino a humilhação sentida por ela. Nunca mais voltei à tal loja.

Funcionário falando mal de patrão também não é incomum. Quando isso acontece, o cliente se sente mal. Nesses casos, o ambiente não se torna acolhedor e quem vai querer fazer compras, negociar ou desfrutar de um local desagradável? Ninguém eu aposto!

Esse alimento,  
que Nutre Amizades,  
é produzido aqui,  
pertinho de você!

# Sapeca


premium



NUTRINDO AMIZADES!

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

 [facebook.com/suprapets](https://facebook.com/suprapets)

 [instagram.com/suprapets](https://instagram.com/suprapets)

# Black Friday, o Natal do e-commerce

Os preparativos para o dia de maior venda no comércio virtual começam meses antes, com negociações junto aos fornecedores e reforço de vendas; até o varejo 'físico' aproveita a data // por Camila Lúcio



Walter Fernandes

## // 30% do faturamento mensal em 1 dia

Na VentureShop, loja online de equipamentos esportivos, o planejamento para as vendas da Black Friday começam seis meses antes, conta o diretor André Eduardo Sanches

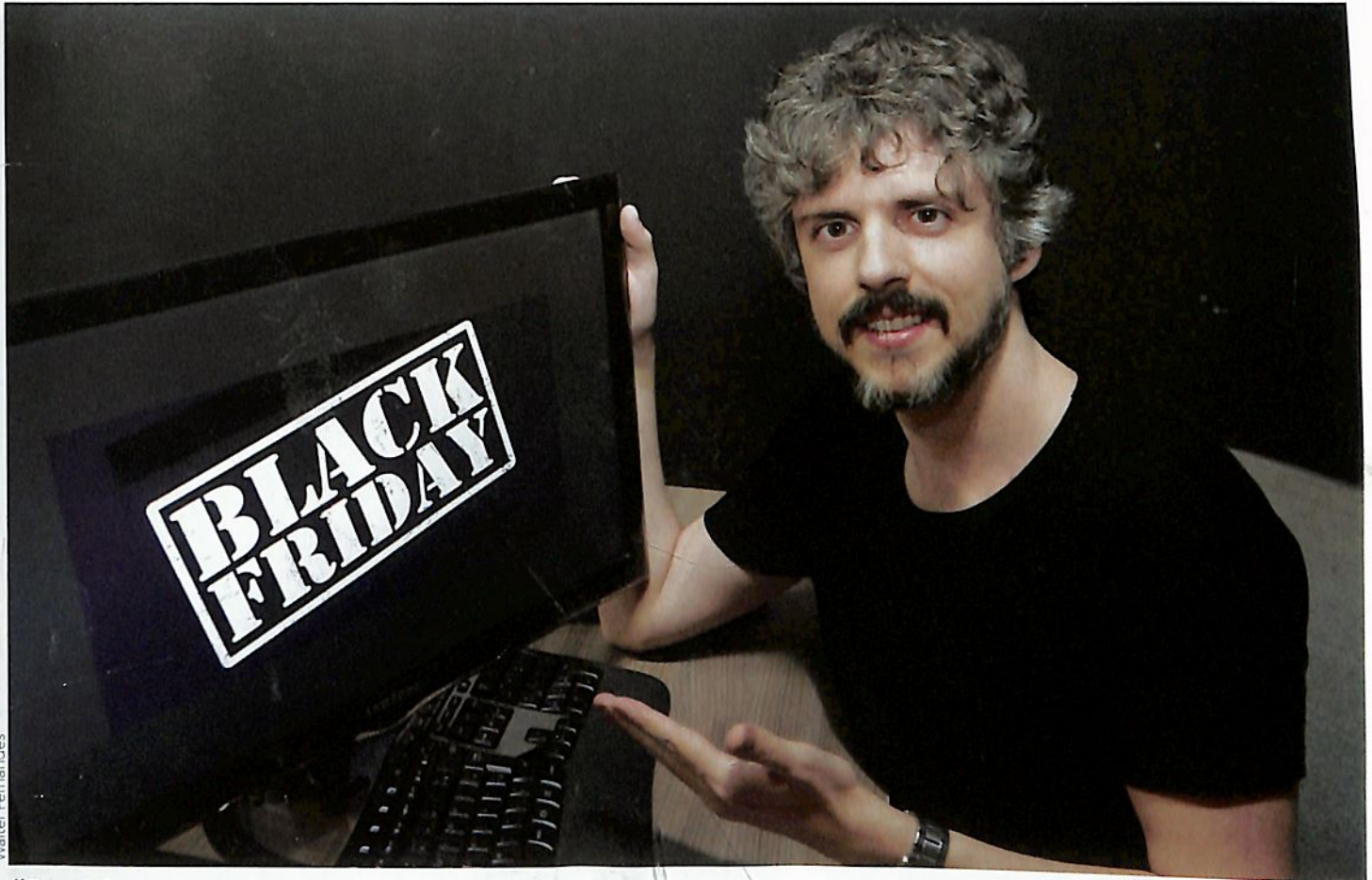
A Black Friday só desembarcou no Brasil em 2011, mas desde então tem aumentado as vendas do e-commerce. Se em 2016, a data movimentou R\$ 1,9 bilhão no país, um ano depois, em 2017, o faturamento subiu para R\$ 2,1 bilhões, segundo o E-bit. E a estimativa é de R\$ 2,43 bilhões de faturamento neste ano.

A Black Friday é um dia de descontos que significa Sexta-Feira Negra, termo que teve origem nos Estados Unidos no século XX. No Brasil ocorre sempre na última sexta-feira de novembro. Para segmentos de e-commerce, a Black Friday é o dia de maior venda do ano, já que no Natal as vendas são pulverizadas em vários dias. Mas aproveitar essa data exige cuidados para que o lucro não se torne prejuízo. São necessárias estratégias que in-

cluem compra, divulgação e operacional.

É por isso que a loja on-line de equipamentos esportivos VentureShop começa a se preparar seis meses antes. O diretor executivo, André Eduardo Sanches, explica que como a Black Friday tem apenas um dia, não permite erros. "Olhamos todos os planos que merecem atenção: se a tecnologia é suficiente para dar conta do número de pedidos e aumentamos o número de colaboradores em 25% para tocar a operação", conta. Para a data, a loja compra 50% a mais de estoque e oferece desconto de até 70%. Faz três anos que a loja participa da campanha do comércio eletrônico.

Para Sanches, essa é a época mais importante do ano para o e-commerce, é como se fosse o Natal para o va-



Walter Fernandes

#### // Estratégia errada

Aumentar os preços no período anterior para baixar durante a campanha pode arruinar a marca, alerta o consultor de negócios digitais Felipe Orsoli

rejo físico. Em um dia de promoções a loja registra 30% do faturamento mensal. A divulgação começa a ser planejada três meses antes. "Analisamos como vamos nos comunicar e qual mídia vamos utilizar". As redes sociais e o próprio site são os principais meios para comunicar-se com o público.

#### **ESTOQUE PARA ENTREGA**

A Black Friday é uma forma eficiente de aumentar o volume de compradores nas lojas, principalmente no varejo on-line. Desde que seja realizada de forma planejada e com entrega de benefícios reais ao consumidor, a data pode potencializar a divulgação do comércio, atrair clientes e fidelizar aqueles que são compradores, como avalia o consultor de negócios digitais Felipe Orsoli.

Para ele, a velha estratégia, comum no varejo brasileiro, de aumentar os preços no período anterior para baixar durante a campanha é um erro que não pode ser cometido. A estratégia, inclusive, pode arruinar a marca. Outro ponto importante é o planejamento quanto ao estoque e disponibilidade de entrega dos produtos. "Vender e não ter produto para entregar é muito ruim, e em campanhas como a Black Friday esse risco aumenta, pois a procura pode ser além do normal", analisa Orsoli.

Grandes varejistas começam a divulgar as campanhas com um mês de antecedência, embora não exista um padrão. Para o consultor, a internet é o ambiente ideal para divulgação, principalmente as mídias sociais. Publicações diárias, envio

de e-mail marketing com destaque para os descontos e até o uso do WhatsApp são formas de baixo custo e rapidez na mensagem.

Orsoli recomenda também se atentar às leis que protegem o consumidor on-line. "É importante deixar claro que as regras do Código de Defesa do Consumidor (CDC) pertinentes às vendas online cabem para qualquer tipo de transação on-line, não se limitando apenas às vendas realizadas em plataformas de e-commerce", explica.

Outro ponto importante é acompanhar os preços da concorrência. Hoje é fácil para o consumidor escolher o produto e a loja que vende mais barato. Da mesma forma, as condições oferecidas e os serviços adicionados às vendas são fatores de decisão. Para o empresário que



Walter Fernandes

**// Quatro meses de preparativos**

Na Dias Bike, o faturamento da Black Friday equivale a um mês de vendas e de 8% a 10% do lucro anual, conta o gestor de e-commerce, Wesley Rodrigo Alves da Silva

atende no comércio tradicional, a sugestão é estar ligado no ambiente digital, com boa atuação em mídias sociais.

Orsoli acredita que fazer negociações exclusivas com os fornecedores é sempre recomendável, porque mesmo com preços mais baixos, é necessário realizar vendas lucrativas, que permitam lucratividade por meio do alto volume.

**NEGOCIAÇÕES COM FORNECEDORES**

São justamente nas negociações com fornecedores que a Dias Bike encontra o lucro da Black Friday. Para abastecer o estoque da loja on-line, a empresa compra uma quantidade significativa, algumas vezes até de lotes fechados. "Sabemos

que 1% ou 2% a menos do valor na compra de estoque significa 3% a mais do lucro no final do mês", conta o gestor de e-commerce, Wesley Rodrigo Alves da Silva.

Como a loja física não costuma participar da Black Friday, o planejamento de vendas é voltado para a loja on-line, a data de maior relevância do ano. Na Dias Bike, o faturamento da Black Friday equivale a um mês de vendas e de 8% a 10% do lucro anual.

Silva explica que embora o valor agregado do produto seja alto, a loja consegue oferecer desconto verdadeiro e atingir a meta. "Não conseguimos oferecer 70% ou 80% de desconto, porque não subimos o preço do produto só para chama-

riz de propaganda. Pelo contrário, garantimos desconto real. Isso significam descontos de 20% a 30%, enquanto que em outras datas o desconto não costuma ultrapassar 10%".

Para evitar erros do passado, a loja planeja compras, estrutura e promoções com quatro meses de antecedência. "Se vamos oferecer desconto atrativo, temos que certificar que há mercadoria para atender o cliente, porque se faltar, vai gerar *feedback* negativo", explica. Para que isso não ocorra, a loja aumenta em 20% a equipe, garantindo que o processo de separação e embalagens não atrase. A tecnologia também deve ser planejada: o site precisa aumentar a velocidade de acesso, para o



#### // Cem lojas

Andrea Toscano, gerente de marketing do Maringá Park: shopping investe em propaganda em mídias tradicionais e em um caderno de ofertas

sistema não travar ou cair durante a compra.

Lá a estratégia de comunicação é focada nas redes sociais (Facebook e Instagram) para novos clientes e em WhatsApp e e-mail marketing para aqueles que são clientes. "Nosso objetivo é trazer o cliente por meio do banco de dados e possibilitar a recompra", afirma Silva.

#### LOJA FÍSICA

Mas não são apenas as lojas de comércio eletrônico que aproveitam a data. As lojas físicas também entram na onda para movimentar as vendas. É o caso do Maringá Park, que faz esforço de venda para impulsionar as cem lojas.

Diferentemente das lojas on-line, o shopping utiliza como meio de divulgação as mídias tradicionais de comunicação, como emissoras de rádio, televisão e jornais impressos, além da própria divulgação das lojas através de banco de dados e das redes sociais. Outro atrativo é um jornal com ofertas das lojas, com produtos a partir de R\$ 19.

"Como o evento é mundial e a maioria das lojas do shopping é franquia, quase todas aderem a Black Friday", afirma a gerente de marketing, Andrea Toscano. No dia, tanto a fachada do prédio quanto o espaço interno são adesivados. A expectativa é que o faturamento no período aumente 10% em relação a 2017.

## PLANTÃO 24 HORAS

Solução que conecta empresas a 22 marketplaces, a Anymarket, que pertence à maringense DBI Global Software, terá 70 colaboradores a postos para atender os clientes durante a Black Friday. O objetivo é garantir pelo terceiro ano consecutivo zero erro durante a data nas integrações de mais de mil clientes junto aos maiores marketplaces, do mercado como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti e Magazine Luiza. Serão quatro dias ininterruptos de trabalho para atingir a meta cumulativa de R\$ 1 bilhão em GMV (Transações Gross Merchandise Value, que mensura a quantidade de transações em reais) desde 2015. Para não dispersar a atenção da equipe, a empresa disponibilizará energético e pizza para ajudar nas madrugadas acompanhando a evolução das vendas. Também haverá um bolão no qual a equipe apostará o volume de pedidos e GMV transacionado no período, valendo prêmios. "Estamos preparados e confiantes que será mais uma Black Friday sem erros nas transações de nossos clientes", acredita o gerente de pré-vendas e desenvolvimento de novos negócios da DBI, Rodolfo Helmbrecht.

# Quase imune à crise, setor de estética cresce

Tecnologia faz mercado da beleza disparar e movimenta várias especialidades da saúde, como cirurgiões plásticos, dermatologistas e esteticistas // por **Fernanda Bertola**

Walter Fernandes



## // São três motoristas

A esteticista Carol Dias, da JC Laser, começou locando uma máquina e hoje tem 11, com clientes no Paraná, Mato Grosso do Sul e em São Paulo

A demanda por serviços estéticos vem aumentando a passos largos. Entre 2010 e 2015 o número de salões de beleza e centros estéticos aumentou 567% no Brasil, segundo estudo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). E a previsão é de que esse mercado cresça mais 14% nos próximos dois anos.

O consumo de produtos e equipamentos de beleza e estética também é grande, tanto que o Brasil é o terceiro maior mercado perdendo apenas para os Estados Unidos e China, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Ao contrário de outros segmentos, a estética sofre pouco com as crises econômicas. Isso porque os consumidores não deixam de procurar os serviços de beleza, já que há uma relação direta com os padrões culturais estéticos

praticados em cada época. É preciso também considerar que o avanço tecnológico ajuda a diminuir o valor dos procedimentos, tornando o acesso facilitado.

Além de 'democratizar' os tratamentos, os avanços tecnológicos têm aberto oportunidades para empreendedores. Em Maringá, os resultados da JC Laser, que disponibiliza por meio de locação equipamentos para procedimentos estéticos, surpreendem até os sócios, a esteticista Carol Dias e o ex-motorista Jeferson Tochio. É que pular de apenas um aparelho para 11 em menos de dois anos de atividade não estava nem nos planos mais otimistas da dupla.

Carol conta que começou trabalhando com design de sobrancelhas em uma clínica de estética, há dez anos. Dois anos depois comprou a empresa, posta à venda pela dona



#### // Homens também são clientes

Se antes Aline Thomé trabalhava sozinha, hoje a carteira de clientes aumentou tanto que ela tem uma equipe de seis pessoas, que oferecem massagem, tratamento facial e depilação a laser

que mudou de cidade, e tomou gosto pela administração. Foi quando ela percebeu que seria viável comprar o equipamento que, até então, precisava alugar. O investimento foi de R\$ 140 mil. "Juntei o dinheiro 'na raça' e comprei uma máquina. Minha agenda lotou de clientes de várias cidades. Passéi a alugar a máquina e percebi que poderia ser rentável. Então uni forças com o meu sócio, que era motorista de uma empresa de aluguel de máquinas, e abrimos a empresa", conta Carol.

De acordo com ela, os ganhos na área da estética acontecem rápido. Tanto que a aquisição de uma máquina apresenta retorno em cerca de dez meses. Isso acontece porque os serviços na área venceram a barreira da alta renda e o público foi ampliado. "Os profissionais não precisam mais investir R\$ 100 mil, R\$ 150 mil em um equipamento. Alugando, o atendimento fica mais em conta", diz Carol.

Entre os clientes estão clínicas de estética, dermatológicas e de cirurgia

plástica do Paraná, Mato Grosso do Sul e São Paulo. A JC conta com três motoristas. Os equipamentos mais requisitados são os de depilação a laser, clareamento de manchas, criofrequência e criolipólise (para a 'queima' de gordura). Todos são importados, mas comprados no Brasil. A mais recente aquisição, uma máquina de laser facial, promete oferecer em apenas uma sessão o resultado de seis realizadas em outro aparelho lançado há mais tempo para tratar manchas e fazer o rejuvenescimento. Carol faz mais de dez cursos por ano, alguns fora do país, para oferecer o que há de mais moderno.

#### ADEQUAÇÃO

Sócia de um salão de beleza em Maringá e integrante do Núcleo de Estética Neobella, do Programa Empreender, a técnica em estética e especialista em micropigmentação Aline Thomé está há 20 anos no mercado. Se antes ela trabalhava sozinha, hoje a carteira de clientes aumentou

tanto que Aline tem uma equipe de seis colaboradores. Cada um se dedica a uma área, como massagem estética e terapêutica, tratamento facial, permanente e extensão de cílios, micropigmentação, além da depilação a laser, um dos procedimentos mais solicitados, bem como a radiofrequência, voltada à melhora da aparência da pele.

Sobre a demanda, Aline conta que apesar da leve queda que chegou a ser registrada nos últimos meses, o mercado continua aquecido. "Os clientes não deixaram de vir, mas uma parte reduziu a frequência com que realizava os tratamentos. Agora o movimento está recuperado. As mulheres, principalmente, desejam uma boa aparência no trabalho e por conta do acúmulo de tarefas, buscam procedimentos que tornam sua vida mais prática, como a micropigmentação, que pode ser realizada em sobrancelhas, olhos e lábios com boa durabilidade."

Aline explica que, por atender fora



**// 80% são mulheres**

O movimento nos consultórios não para de crescer, porque a maioria dos pacientes costuma se organizar financeiramente para realizar cirurgia plástica, conta Adans Trautwein

da região central, já que o salão está localizado na Zona 7, consegue praticar preços diferenciados. Mesmo assim para reduzir o reflexo da crise, os reajustes repassados pelas indústrias de cosméticos e de insumos e pelas empresas de locação de equipamentos foram contidos – a clínica possui máquinas para tratamentos, mas aluga outros, como o de depilação a laser. “Alugamos por dia, conforme a agenda de tratamentos”, conta Aline.

Ela destaca que se antes as mulheres representavam praticamente toda a clientela, agora há mais homens preocupados com a beleza e o bem-estar. “Os tratamentos mais procurados por eles são as massagens terapêuticas, faciais e depilação a laser. A tendência é que aumente a busca pelo bem-estar em todos os públicos”.

**MEDICINA**

Cirurgião especialista em plásticas estéticas e reparadoras pela Socie-

dade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), com cinco anos de experiência em cirurgias em pacientes com sequelas pós-guerra na Angola, Adans Trautwein diz que um ideal de perfeição move os brasileiros em busca de cirurgias plásticas, colocando o país na segunda posição em número de procedimentos: são 905 mil por ano, atrás apenas dos Estados Unidos. De acordo com a SBCP, a cada dez cirurgias realizadas no mundo, uma é feita em território nacional.

Entre as mais realizadas no Brasil estão, em ordem crescente, a colocação de prótese nas mamas, lipoaspiração, a blefaroplastia (correção nas pálpebras), a abdominoplastia e rinoplastia. Trautwein explica que há um crescimento constante e que parte disso se justifica pelo aumento do público masculino nos consultórios, embora as mulheres ainda representem mais de 80% do mercado. “Entre os homens, a blefaro-

plastia é a campeã, seguida por lipoaspiração e ginecomastia (aumento das mamas)”, diz.

O médico ressalta que mesmo em tempos de crise e instabilidade financeira, o movimento nos consultórios não para de crescer. “Atualmente o paciente que procura o cirurgião plástico não necessariamente é um paciente de classe média alta”. Ele acrescenta que há pacientes que chegam a recorrer a empréstimos para realizar o sonho da cirurgia. No entanto, a maioria costuma se organizar financeiramente para realizar esse tipo de procedimento, encarado como um ‘sonho’, o que explica o pouco impacto em tempos de crise econômica.

O médico ressalta o avanço em lipoaspirações desde a década de 1980, bem como o uso das cirurgias videoendoscópicas e de imagem para melhoras diagnósticas. “Mas a tecnologia mais importante na ci-



Walter Fernandes

**// Demanda cresce no verão**

Kássila Nasser não costuma sair antes das 20 horas do consultório, mesmo assim a fila de consulta chega a três meses

urgia plástica será o cirurgião, que tem que estar sempre atualizado”.

**TRÊS MESES DE 'FILA'**

Na clínica da dermatologista Kássila Nasser, aberta em Maringá há cinco anos, a fila de espera para uma consulta chega a três meses, isso porque ela não sai do trabalho antes das 20 horas. O espaço oferece tratamentos de embelezamento facial, estética corporal e tricologia (para tratar problemas capilares).

Preenchimento facial e laser para estímulo de colágeno são os procedimentos mais procurados por mulheres a partir dos 30 anos. Já os tratamentos capilares são mais buscados pelo público mais velho e masculino.

Segundo Kássila, um comportamento semelhante em todos perfis de clientes é a busca por cuidados cada vez mais cedo. “O mercado de estética tem mudado muito. Os pacientes têm entendido os tratamen-



Walter Fernandes

**// Tecnologia dentária mais barata**

No consultório de Lisia Nishimori os clareamentos dentários e restaurações em cerâmica e resinas estão na lista dos procedimentos mais procurados

tos como um investimento na saúde da pele e que isso vai gerar economia no futuro”.

No consultório de Kássila, a crise econômica brasileira fez o número de pacientes sofrer leve queda. Em contrapartida, o número de tratamentos por paciente tem aumentado. Em geral, a demanda por tratamentos corporais aumenta próxima do verão.

**SORRISO**

A estética dental também cresce com a busca pela beleza. Segundo a dentista e proprietária da Darten Dental Design, Lisia Nishimori, o sorriso é um dos quesitos mais importantes da estética facial, perdendo apenas para os olhos em ponto do rosto mais observado.

Lisia é especialista na área desde 2008. Entre os tratamentos estéticos que oferece, os clareamentos dentários e restaurações em cerâmica e resinas, conhecidas como

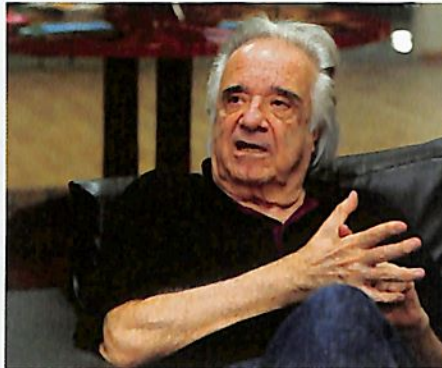
lentes de contato, são os procedimentos mais procurados.

Pacientes de todas as faixas de idade, gênero e de variado poder aquisitivo compõem o público dela, o que acontece porque o valor dos procedimentos varia conforme o tipo de material utilizado. O que mudou nos últimos anos, aliás, foi a busca por materiais de qualidade, porém mais em conta. “Houve mudanças na preferência por tratamentos em resinas compostas em vez de porcelanas, mais onerosas. Novos materiais criados pelas indústrias odontológicas aumentaram o leque de possibilidades clínicas, ampliando o acesso”, diz.

Lisia acrescenta que além de mais conforto no atendimento, as novidades tornaram os processos mais práticos. Nos laboratórios, por exemplo, caiu o tempo de produção e a produtividade dobrou, em razão da invenção de máquinas de impressão e fresagem de próteses.

# 'A música foi minha salvação'

Ivan Amorim



Superação é, sem dúvida, uma palavra que traduz a trajetória de vida do maestro João Carlos Martins. Foram 23 cirurgias – e muitas reviravoltas – ao longo dos seus 78 anos. Antes pianista, de fama internacional, ele começou a reger aos 64 anos após perder o movimento dos dedos ao ser ferido com uma barra de ferro durante um assalto na Bulgária. “Tive uma lesão cerebral, fiquei nove meses no hospital, mas sempre conseguia voltar. E sempre voltava de uma forma melhor do que tinha entrado”, afirma o maestro, referindo-se às outras passagens pelo hospital. Uma delas aos 25 anos, quando sofreu uma perfuração no braço, numa partida de futebol, e lesionou o nervo.

Não só os números do prontuário médico impressionam. O maestro tem no currículo quase 1,6 mil concertos mundo afora, sendo 255 só no ano passado. Agora seu foco está em celebrar parcerias por meio do Orquestrando o Brasil. “Mil orquestras em um ano, este é o sonho do velho maestro”, revelou, durante sua passagem por Maringá, cidade que deve receber o projeto idealizado para apoiar, capacitar e divulgar orquestras e bandas musicais.

## COMO A MÚSICA ENTROU EM SUA VIDA?

Comecei a estudar piano aos 8 anos. Por causa de um tumor no pescoço, meu pai comprou um piano para mim. A música foi minha grande companheira, minha salvação. Acho que a música, no fundo, faz inclusão social, une gerações, tem uma importância incrível na vida de uma nação, tanto que o maior orgulho de um povo é no momento em que se ouve o hino. No que diz respeito aos jovens, tem uma importância enorme para mudar vidas. Depois que comecei a carreira nacional, aos 13 anos, e

a internacional, aos 18, mesmo com interrupções, foram 40 anos tocando piano. Fiz 23 operações na vida para manter o meu sonho e o importante é que hoje, aos 78 anos, continuo sonhando e fazendo com que a música inspire pessoas e leve emoção.

## EM ALGUM MOMENTO O SENHOR PENSOU EM DESISTIR DIANTE DAS ADVERSIDADES?

Claro. Aos 27 anos pensei até em me suicidar, mas a música venceu.

## ALGUMA APRESENTAÇÃO FOI ESPECIALMENTE MARCANTE?

A volta ao Carnegie Hall como pianista, o retorno depois do acidente, a estreia como regente. Esse teatro tem um significado enorme para mim. Mas talvez poucos momentos foram tão importantes quanto o orgulho que tive no centro do [estádio] Maracanã, só com um piano, tocando o Hino Nacional na abertura das Paralympíadas.

## COMO FUNCIONA O PROJETO ORQUESTRANDO O BRASIL?

Nossa esperança é tornar o Orquestrando o Brasil o projeto mais importante no mundo de música dentro de alguns anos. O nosso sonho é fechar o Brasil em forma de coração através da música, chegando a marca de mil orquestras parceiras.

## QUANDO COMEÇOU O PROJETO?

Há cerca de um ano em São Paulo. Já estamos com 110 orquestras parceiras lá. Fora de São Paulo, Maringá é a primeira cidade escolhida para receber o projeto. Daqui vamos para o centro-oeste, nordeste, norte e para o resto do sul.

## COMO AVALIA O CENÁRIO MUSICAL DO PAÍS?

Se o cenário musical do país imitasse o de Maringá, certamente estaríamos em outra plataforma.

## QUAIS INICIATIVAS O SENHOR CONHECEU EM MARINGÁ?

Conheci a do Colégio Platão, que tem quatro bandas do Sesc que se apresentam em várias escolas. Também conheci a formação de orquestra do Sesc, que me impressionou profundamente. Fui apresentado ao projeto de uma ONG, onde existem quatro bandas com três regentes e ao grupo de violas. Esse grupo até mudou um pouco a minha concepção do Orquestrando o Brasil, que pode abrir novas janelas, pelo perfeccionismo e o bom gosto das interpretações.

## QUAL A CONTRIBUIÇÃO QUE OS EMPRESÁRIOS PODEM DAR À CULTURA?

No fim do século XIX, tinha uma família nos EUA que era muito criticada, talvez por causa da fortuna. Até que o chefe do clã, o presidente da empresa Carnegie, resolveu construir um teatro. O Carnegie Hall é o teatro mais importante do mundo. E a família ficou lembrada para a eternidade.

## O QUE SENHOR PODE FALAR SOBRE DISCIPLINA?

A pessoa só consegue vencer na profissão se tiver a disciplina de um atleta e a alma de um poeta.



*Não importa a cor ou a estampa,  
temos a melhor impressão.*

**Regent  
Print**

www.regentprint.com.br | 44 3366 7000



PMM

# Então é quase Natal

*Prefeitura investirá novamente no projeto Maringá Encantada e a ACIM, de novo, realizará campanha comercial que sorteará carros, motos e caminhões de prêmios; com injeção de 13º salário, comerciantes confiam em vendas maiores que em 2017 // por Camila Maciel*

Neste ano, as vendas de Natal no comércio de Maringá devem ser embaladas por uma música temática. O *jingle*, encomendado pela prefeitura a um compositor local, é mais uma das atrações do projeto 'Maringá Encantada - Um Natal de Luz e Emoção', que inclui decoração em diversos pontos da cidade e apresentações artísticas. A intenção é que tanto o turismo quanto as vendas no comércio sejam estimulados com a atmosfera natalina. A projeção da prefeitura é investir R\$ 6,4 milhões na programação de Natal.

E, claro, o clima deverá impulsionar as vendas. Para a gerente dos Móveis São Carlos, Neide Aparecida do Nascimento, a iluminação nas ruas, os passeios de trenzinho e as lojas abertas até as 22 horas são um chamariz para as famílias saírem de casa e, consequentemente, fazerem as compras de fim de ano. "Em datas especiais como o Natal, Dia das Mães, Black Friday e Maringá Liquidada, uma das nossas estratégias é trazer um locutor para a loja. Ele ajuda a animar e consegue atrair os clientes", diz.



Walter Fernandes

#### // 10% a mais que o Natal de 2017

Neide Aparecida do Nascimento, dos Móveis São Carlos: loja contratará locutor e vai participar da campanha de Natal do comércio: as apostas são as vendas de celulares e de móveis planejados

A meta é que as vendas de final de ano superem as do ano passado em até 10%. De acordo com a gerente, nos últimos anos, a Black Friday e as liquidações de janeiro desestimularam as vendas de dezembro, mesmo assim ela está otimista. "Se atingirmos esse crescimento em relação ao Natal do ano passado, será uma grande conquista, afinal, além das promoções em outros meses, temos sentido a insegurança dos consumidores dado o momento turbulento da política brasileira. Isso reflete nas negociações. As vendas saem, mas são mais 'brigadas', mais 'choradas pelo consumidor,'" diz. No acumulado do ano, a expectativa em relação a 2017 é que o crescimento não passe de 5%.

A gerente da loja, que tem outras 12 unidades no Paraná, aposta na venda de móveis planejados e de celulares. Os Móveis São Carlos, inclusive já aderiram à campanha de Natal realizada pela ACIM e Faciap, que sorteará nove automóveis, sete motos, três caminhões de prêmios (não inclui o caminhão), como TV, geladeira e máquina de lavar, e centenas de vales-compras.

Para os lojistas participarem da campanha Natal Sonho Dourado, é preciso adquirir os kits que incluem

cartazes, bandeirolas, tags de preços e raspadinha para distribuição aos consumidores - o kit custa a partir de R\$ 580 para associados.

Para o consumidor, a campanha é um chamariz às compras. É que a cada R\$ 50 em compras nas lojas participantes, ele ganhará uma raspadinha. Aí é só raspar para descobrir o código, que deverá ser cadastrado com os dados do consumidor em [www.natalsonhodorado.com.br](http://www.natalsonhodorado.com.br). A campanha terá início em 1 de novembro e prosseguirá até 9 de janeiro, com o primeiro sorteio em 17 de novembro.

#### 13º SALÁRIO E TEMPORÁRIOS

O clima de otimismo de final de ano também se deve à injeção do 13º salário na economia. De acordo com o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), a estimativa é que 159 mil trabalhadores recebam o salário extra na cidade. O número de beneficiados representa aumento de 1,9% se comparado ao ano passado. O 13º deve injetar cerca de R\$ 426 milhões na economia maringaense, entre pagamentos a trabalhadores com carteira assinada nas iniciativas



Walter Fernandes

**// Tem três lojas**

Eunice Vicentim, do Mercadão da Criança: "já reforçamos os estoques e ainda chegarão muitas novidades. Nossa expectativa é que em relação a dezembro de 2017 as vendas sejam de 50 a 60% maiores"

pública e privada e servidores dos governos federal, estadual e municipal. Se forem acrescidos os pagamentos extras aos aposentados e pensionistas, o valor aumenta para R\$ 545 milhões.

O valor injetado na economia do município representa crescimento de 5,4% em relação ao benefício pago em 2017, ou seja, serão R\$ 22 milhões a mais. Esse valor representa 4,8% do total pago no Paraná. Segundo a economista Juliana Franco Afonso, que é diretora do Codem, um dos fatores para o aumento do impacto do 13º salário na economia de Maringá é o maior número de pessoas empregadas. "Até setembro de 2018 foram criados quase 3 mil novos postos de trabalho na cidade, 865 vagas a mais

que o mesmo período de 2017", diz.

A estimativa do Codem é que para atender a demanda extra do final de ano 288 empregos temporários devam ser criados. O número leva em consideração as vagas abertas no período de setembro a dezembro e é superior ao dos últimos dois anos. No ano passado, 230 trabalhadores temporários foram contratados e em 2016 as contratações somaram 222.

**OTIMISMO**

Quem também não esconde o otimismo com o faturamento do final do ano é a gerente do Mercadão da Criança, Eunice Vicentim. Em outubro, em virtude do Dia das Crianças, o faturamento aumentou 40% em relação aos outros meses do ano

e ela espera aumento ainda maior nas vendas de Natal. "Já reforçamos os estoques e ainda chegarão muitas novidades. Nossa expectativa é que em relação a dezembro do ano passado as vendas sejam de 50 a 60% maiores", diz.

Para completar a equipe de vendas, a gerente estima que sejam necessários três ou quatro colaboradores temporários para a loja da avenida Pedro Taques e o mesmo número para a loja de Sarandi. Na unidade da avenida Herval o número de temporários poderá ser ainda maior.

Com o quadro de funcionários reforçado, Eunice ainda prevê caprichar na decoração da loja e, como em anos anteriores, contratar um Papai Noel. "Ele sempre dis-



Walter Fernandes

**// Abertura oficial em 15 de novembro**

Casa do Papai Noel de 2017, uma das atrações do projeto Maringá Encantada, que receberá neste ano, no total, R\$ 6,4 milhões de investimentos da prefeitura

tribui balas, tira fotos e faz a alegria da criançada, além disso, consegue atrair quem está passando pela rua”, diz a gerente, que comemora a decoração nos bairros da cidade. “É muito importante que a iluminação natalina e as atrações do Natal não fiquem só na área central da cidade, os comerciantes dos bairros agradecem”, diz.

**HORÁRIO PROLONGADO**

Em dezembro o comércio de rua de Maringá funcionará em horário diferenciado, conforme acordo entre os sindicatos patronal e laboral do comércio. Entre 3 e 7 de dezembro a abertura será das 10 às 20 horas e entre os dias 10 e 21 será das 8 às 22 horas. Nos dias 24 e 31 de dezembro, as lojas abrirão até

as 18 horas, inclusive os shoppings. E nos quatro primeiros sábados do mês as lojas do comércio de rua abrirão até as 18 horas. Será facultativa a abertura no domingo que antecede o Natal, dia 23, das 10 às 16 horas. Por outro lado, em 26 de dezembro e 2 de janeiro, as lojas de rua abrirão a partir das 13 horas.

O Papai Noel oficial da cidade chegará à praça da Catedral no feriado da Proclamação da República, em 15 de novembro e abrirá a programação natalina junto com o show de Renato Teixeira. Depois, o bom velhinho ficará na tradicional casinha, que será instalada na praça Renato Celidônio e terá sete ambientes. Como no ano passado, quem quiser visitar o espaço não vai pagar nada.

Sucesso em 2017, o túnel de luz que serviu de cenário para milhares de fotos na edição passada será mantido também na praça da Renato Celidônio, mas, em vez de ser arredondado, terá formato triangular e será mais longo. A estação do trenzinho vai permanecer na praça Napoleão Moreira da Silva, mas terá uma estrutura moderna e contará com um painel de relógios informando os horários no Polo Norte, Londres, Brasília, Japão e Nova Iorque. A mesma praça vai contar com cem árvores e com as caixas de presente gigantes, todas decoradas com iluminação de LED, além de espaço para alimentação. Por toda a cidade, haverá árvores e praças decoradas e também uma extensa programação cultural.

# Valores das crenças difundidos nos negócios

*Espiritualidade, justiça e ética são alguns dos princípios pregados nas religiões que estão sendo difundidos entre os empreendedores, sem que isso signifique defender uma bandeira religiosa nas relações sociais*  
// por Giovana Campanha

Semanalmente o projeto Homens com Propósitos reúne cerca de 1,5 mil homens em 15 cidades do Paraná, São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Bahia e Rio Grande do Sul. Só em Maringá são cerca de 300. Lá há evangélicos, católicos e ateus, um grupo de crenças bem diversas, mas que assistem a uma espécie de palestra sobre como trabalhar ética, honestidade e o bom trato das pessoas em todas as esferas de relacionamento, seja familiar, trabalho ou junto aos amigos. O encontro tem início com a leitura de um trecho da Bíblia para que depois seja discutido o tema, abordado de forma prática.

"Nossos encontros não carregam placa de igreja, nem vendemos nada", explica o comerciante José Carlos Lopes, que idealizou o projeto depois de tomar café com amigos e chegar à conclusão que era preciso mostrar a importância de seguir os passos de Jesus sem pregar a religião. "Acredito que teremos uma sociedade melhor com homens éticos, dignos e com conhecimentos do que é seguir os passos de Jesus", explica Lopes.

Em Maringá, o bate-papo quase sempre é conduzido pelo pastor Marcelo Gomes. Já os temas e os slides que são transmitidos durante o encontro são iguais em todas as cidades. Lopes conta que muitos homens vão aos encontros 'escondidos' da família, mas que ao longo de 12



Walter Fernandes

**// Encontros são semanais**

*José Carlos Lopes, do projeto Homens com Propósitos: "acredito que teremos uma sociedade melhor com homens éticos, dignos e com conhecimentos do que é seguir os passos de Jesus"*

anos do projeto perdeu as contas de quantos depoimentos ouviu de participantes que tiveram as relações pessoais transformadas depois de participarem do grupo. "Partimos do princípio que todos são pecadores, mas com conhecimento podem ser pessoas melhores no emprego, casamento e em todas as formas de relacionamento", defende Lopes.

O projeto Homens com Propósitos não é o único que tem trabalhado valores como a espiritualidade, ética e o respeito nos relacionamentos sociais. Tanto que Maringá receberá, em novembro, dois grandes encontros para mostrar como os princípios bíblicos podem ajudar no dia a dia das relações: o Congresso Business

As Mission (BAM - Negócios como Missão) e o Encontro Nacional para Empreendedores Católicos.

O Congresso BAM será realizado pela primeira vez no Brasil e deverá reunir 400 pessoas de, pelo menos, dez estados. Trata-se de um evento que faz parte de um movimento internacional de empresários para trabalhar princípios e valores dentro dos negócios. O evento, realizado de 1 a 4 de novembro na Unicesumar, terá plenárias, *short talks* e palestras de empresários dos Estados Unidos, da China e Suécia, além de brasileiros como Sandro Gonzalez, CEO da Transpes, a terceira maior empresa na área de transporte e logística do Brasil. "O BAM foi criado para incen-

tivar que os princípios e valores bíblicos sejam desenvolvidos como boas práticas nos negócios. É um movimento difundido em mais de cem países”, explica o empresário Wesley Kendrick Silva, um dos coordenadores do movimento no país.

Na prática, o movimento defende, entre os valores, a ética nos negócios. “Isso significa dizer não à corrupção, à fraude, trabalhar sob a verdade e respeitar a concorrência. Tudo isso pode ser feito sem perder a competitividade”, explica Silva. “Também defendemos o valor da vida. Isso significa tratar bem os funcionários, oferecer boas condições de trabalho, valorizar o cliente e o fornecedor. E incentivamos a disseminação da espiritualidade, criando e oportunizando que os colaboradores possam expressar momentos de fé. Na prática, buscamos propósitos além do lucro”, finaliza Silva.

### ENCONTRO NACIONAL

Já o Encontro Nacional para Empreendedores Católicos acontece em 11 de novembro, com estimativa de lotar o teatro Marista, com capacidade para 900 pessoas. “Reunimos empreendedores de várias regiões do Brasil que possuem o mesmo anseio: louvar a Deus e aprender técnicas de gestão a partir da Palavra”, diz um dos coordenadores, Everton Barbosa.

O congresso alia espiritualidade e desenvolvimento humano, pautado pela ética cristã, a partir da Doutrina Social da Igreja. Entre os palestrantes estão padre João Carlos Almeida (padre Joãozinho) e o cantor católico Eugênio Jorge. Também haverá intervenções temáticas com palestrantes locais e o lançamento do livro ‘Empreendedores Católicos – O poder da Fé na gestão dos negócios’, escrito por Everton Barbosa.

### PASTORAL DO EMPREENDEDOR

A igreja católica também tem dado



#### // Começou na Bahia

“É incrível que a Pastoral do Empreendedor tenha começado há apenas cinco ou seis anos no Brasil, porque sempre tivemos movimentos de cultivo do empreendedor cristão internacionalmente”, reconhece o padre Joãozinho

vóz para os empreendedores. No Brasil, o movimento começou na paróquia de Pituba, em Salvador/BA, com a criação da Pastoral do Empreendedor. Hoje são mais de 30 paróquias e dioceses com esse grupo de trabalho. Inclusive em Maringá a Paróquia São José Operário implantou a pastoral neste ano. “Queremos desenvolver o empreendedorismo e apoiar os empreendedores para proporcionar melhorias na área social”, afirma Braz Vendramini, que é um dos coordenadores desse grupo.

“É incrível que a Pastoral do Empreendedor tenha começado há apenas cinco ou seis anos no Brasil, porque sempre tivemos movimentos de cultivo do empreendedor cristão internacionalmente”, reconhece o padre Joãozinho, um dos mais respeitados compositores católicos. A pastoral, segundo ele, ainda não foi formalmente instituída pela igreja. “Devemos ir trabalhando para que depois ela seja sistematizada e formalizada como pastoral”, explica o padre.

“A doutrina social da igreja fala do empreendedorismo como uma missão do cristão. Deus criou o mundo em seis dias, descansou no sétimo e no oitavo disse para o ser humano: agora é a sua vez, continue a obra que comecei. Aí começa a história de empreendedorismo humano.

Não somos donos de nada nem estamos aqui em morada permanente, mas temos que ser administradores fiéis e prudentes, e fazer da terra um bonito jardim, com espaço para todos. Muita gente acha que empreendedorismo não tem nada a ver com religião, mas o próprio Jesus ensinou na oração do Pai Nosso que o pai é nosso e está no céu, mas que o pão é nosso e está aqui. Precisamos correr atrás, porque acreditamos que Deus prove a quem prevê”.

Ele reforça que no ano passado, no Encontro Nacional dos Empreendedores Católicos, foi elaborada uma carta com a identidade dessa pastoral, explicando o que ela é e o que pode ser feito para cultivar a fé dos empreendedores. “A pastoral não é, por exemplo, uma associação de bem feitos para reformar teto da igreja. A igreja quer pastorear o empreendedor, aquele que vive essa realidade em sua vida, assim como existem pastorais de jovens, da família, dos idosos e crianças. Cada grupo tem sua pastoral”. O padre destaca que em 2004 foi lançado, por solicitação do papa João Paulo II, a doutrina social da igreja, que tem um capítulo sobre a iniciativa privada e a empresa. “Temos uma doutrina que mostra como seria uma empresa com valores cristãos, como é encarado o lucro, salário justo, prosperidade e outros assuntos”, destaca.

HOMENAGEM //

# E o Prêmio Jovem Empreendedor vai para... Thiago Ramalho

Responsável pela revitalização e expansão da Gela Boca Sorvetes, empresário é homenageado pela ACIM e Copejem // por Giovana Campanha

Fotos/Ivan Amorim



// Prêmio criado em 2007

Michel Felipe Soares (presidente da ACIM) e Thais Iwata (presidente do Copejem) entregam o certificado a Thiago Ramalho

Thiago Ramalho começou trabalhar ainda criança na sorveteria da família, a Gela Boca. Aliás, o negócio foi criado após o patriarca perder o emprego. Aos 10 anos, Ramalho ajudava no caixa do pequeno negócio e depois foi galgando novos espaços. Foi ele que esteve à frente do processo de reposicionamento da marca, em 2010, para agregar valor ao produto e também comandou o processo de abertura de franquias, com a criação do manual do franqueado, treinamento aos parceiros de negócios e acompanhamento dos indicadores das novas lojas. Hoje a Gela Boca tem 50 lojas em 22 cidades e conta com uma nova marca, a Ultraçaí.

Essa trajetória rendeu a Ramalho o prêmio de Jovem Empreendedor 2018, concedido pela ACIM, por meio do seu conselho de jovens empresários e executivos, o Copejem. A entrega do prêmio foi em 25 de outubro, no Mocho Vermelho, reunindo familiares do homenageado e autoridades, num total de 500 pessoas.

Em seu discurso, o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares, destacou o empreendedorismo de Ramalho. "Thiago tem veia inovadora. Esteve à frente do processo de expansão e de revitalização de marca. Tudo foi feito sem

causar ruptura nos negócios e de forma assertiva. Quem conversa com o Thiago percebe a inquietude dos empreendedores que planejam os próximos passos e estão dispostos a correr riscos. Afinal, não há fórmula garantida". Soares também destacou o trabalho do Copejem. "A ACIM tem focado energia e estratégia para apoiar os novos empreendedores. Vários vice-presidentes do Conselho de Administração da entidade foram originados do Copejem, que é um celeiro de novos líderes", destacou o presidente, que também foi membro do conselho de jovens empresários.

## CRIATIVIDADE E EMPREENDEDORISMO

Em nome do Copejem, a presidente do conselho, Thais Iwata, destacou que "já ouvi várias vezes a história de Thiago e claramente enxergo que ele representa o trabalho árduo. Descarta todo confete e nos relembra que o sucesso se origina do esforço e da constância da dedicação. Penso que em sua receita de sucesso, utilizou uma mistura de ingredientes fortes: criatividade e empreendedorismo, ao mesmo tempo em que olhou e considerou muito a história e a trajetória do pai. Com isso fez com que uma sorveteria local se transformasse em uma franquia que em breve

estará no país todo. Tenho orgulho de entregar este prêmio em nome do Copejem. Thiago representa o que mais precisamos hoje: competência, arrojo, harmonização do novo com o tradicional e a conciliação e valorização do trabalho da família”.

Representando a Câmara Municipal, o vereador Jean Marques também fez questão de destacar o empreendedorismo do homenageado. Já o prefeito Ulisses Maia afirmou que “a trajetória de Thiago traz muito orgulho que os pioneiros enxergaram além da densa mata. Qualquer processo de construir uma empresa ou uma cidade demanda tempo, coragem e dedicação. Os caminhos nunca são os mais fáceis e não há trilha perfeita para o sucesso, mas é fundamental construir coisas boas ao longo do percurso, assim como Thiago fez”.

### “CELEBRAR AS CONQUISTAS”

Para ganhar o prêmio, o empreendedor precisa ser proprietário ou executivo de empresa com no mínimo três anos de atividade e com crescimento significativo no último ano, ter no máximo 40 anos e apresentar trajetória de sucesso corporativo, além de ter participação ativa na vida comunitária. Ramalho, além de empresário, foi conselheiro do Copejem, diretor do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau e participou da constituição da Associação de Franqueadores e Empresários do Paraná (Afepar).

No palco montado para a cerimônia Thiago Ramalho recebeu o certificado do prêmio das mãos dos presidentes da ACIM e do Copejem. Ele

estava ladeado pela esposa, Nadjila, e pelas filhas, Maria e Laura. Depois, o ganhador do prêmio em 2017, Felipe Bernardes (SVN Investimentos) entregou a Ramalho o troféu do prêmio.

Por fim, o homenageado discursou. Ele destacou a timidez da infância, hoje quase superada, e a forma como conduz a vida, para ser exemplo às filhas. “É difícil discursar para empresários que são modelos para mim. Quero agradecer a ACIM, que deixou de ser um modelo de associativismo para ser um modelo de gestão e de benchmarking para os negócios”, disse, também agradecendo o Copejem, amigos, família e colaboradores. “Esta placa é de todos. Queria replicar para todos os funcionários levarem para casa e para todos os franqueados colocarem em cada loja. Este prêmio não apaga meus erros, nem garante meu futuro, mas é para celebrar as conquistas”, destacou.

A cerimônia teve patrocínio de Catedral Laticínios, Certeza Consultoria Empresarial, Cocamar, Coopercard, Duas Rodas Industrial Aromas e Sabores, Fomento Paraná, Home Tatiana Pontara, JBL Distribuidora de Produtos de Higiene e Limpeza, Labore Saúde Ocupacional, Lowçucar, Marimel Distribuidora, Maringá Park Shopping Center, Move Formaturas, Nossa Corretora de Seguros, Saint Helena Bilingual Education, Sancor Seguros, Sanepar, Sicoob, SVN Investimentos, Unimed Maringá, Viapar, Webber Acabamentos, Akirede Soluções em Pagamentos, Azimute Administração de Empresas, Baco Espaço Gastronômico, Imobiliária Silvio Iwata, Poltronas Paraná e Uniformes Paraná.



#### // Empresa tem 50 lojas

Thiago Ramalho e a esposa, Nadjila: “este prêmio não apaga meus erros, nem garante meu futuro, mas é para celebrar as conquistas”

## O PRÊMIO

Criado em 2007, o Prêmio Jovem Empreendedor já homenageou Júlio Bertuci Neto (Bertuci e Garcia Engenheiros Associados e Bertuci Construções Civas), Mauricio Real Prado (WRA Gestão em Tecnologia da Informação), Michael Vieira da Silva (O Diário do Norte do Paraná), Charles Piveta Assunção (Strut), Michel Felipe Soares (Patrimonium e Alltech Rastreamento Veicular), Antonio Carlos Braga Júnior (CRMall e Automaticket), Wilson de Matos Silva Filho (Unicesumar), Cezar Couto (Lowçucar), João Vitor Mazzer (Euphoria Eventos e Formaturas) e Felipe Bernardes (SVN Investimentos).



// Negócio começou com o pai de Thiago  
Família do homenageado e funcionários da Gela Boca: empresa tem lojas em 22 cidades

# Imediatismo democrático



Jair Bolsonaro foi eleito presidente da República. Mas o que o elegeu? A escolha do novo presidente foi em um ambiente adverso. Descontentamento, desilusão, reprovação, rejeição e indignação são adjetivos que ajudam a esclarecer o desejo de mudança. A busca por uma resposta se traduziu nas urnas, na figura do capitão reformado.

Na campanha eleitoral os fatos explicam. Um número significativo de candidatos se colocou como opção para os eleitores expressarem a mudança desejada. As mais diferentes correntes lógicas e ideológicas se traduziram na candidatura. De ex-ministro da Fazenda a militar de apelo bíblico, as candidaturas navegaram da lógica ao caricaturesco e descabido.

Um ex-presidente preso foi o personagem central do início das candidaturas. O populismo e o carisma, mesmo cumprindo sen-

tença, fizeram Lula determinante para que o candidato de seu partido fosse ao segundo turno, Fernando Haddad. Por si, o candidato petista não conseguiria uma jornada tão longa na disputa eleitoral.

— A rejeição foi outra palavra forte nesta campanha. Bolsonaro e Haddad foram para o segundo turno com índices elevados de negação dos eleitores. Se havia defensores dos candidatos, os opositores eram significativos. Uma eleição que ganhou contornos de uma simplificação entre a luta do 'bem' contra o 'mal', bandidos e mocinhos.

A internet, por sinal, foi destaque nestas eleições. Bolsonaro, sem tempo no horário eleitoral gratuito na televisão e no rádio, usou com maestria as redes sociais para se comunicar com os eleitores e promover a mobilização em torno do seu nome.

As redes sociais representaram

um campo de batalha sem regras, sem lei. As fake news tomaram conta das redes sociais e se misturam com informações verdadeiras. Por sinal, buscar distinguir o falso do verdadeiro foi um exercício que poucos se deram ao trabalho. O debate em torno de propostas foi raro, já as ofensas foram muitas.

Ao final, a democracia sobreviveu e deu a vitória a um candidato sem histórico de comando do poder executivo. Competente ou não, Bolsonaro foi a opção da maioria dos brasileiros e deve ser respeitada.

Ele representa o desejo da maioria dos brasileiros que anseia por mudança. E a oportunidade para a construção de um país melhor está dada. Bolsonaro tem apoio político para isso. O futuro do país ainda é incerto, porém, temos que sempre ter certeza de que não se mexe com as regras do jogo democrático, com o nosso direito de se arrepender e de rever as escolhas, assim como de confirmá-las.

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

## Associado do mês

Walter Fernandes



Marcia Adriana Tanaka e Anderson Massayuki abriram uma loja de bolos, a Mania de Bolo, em 2014. No início a aceitação do público não foi a esperada, mas quando os clientes começaram a optar por comprar bolo pronto em vez de fazer em casa, o crescimento da loja alavancou. "Temos conseguido crescer de 20% a 30% por ano desde 2015", conta Massayuki. Com a entregas de bolos, no ano passado, o empresário abriu uma nova loja, avenida Carlso Gomes. Com média de 40 opções de sabores, o freguês pode fazer encomendas ou comprar os bolos que ficam no expositor. Os mais vendidos são o toalha felpuda, cenoura com cobertura de chocolate e cenoura com gotas e cobertura de chocolate. Massayuki tornou-se associado da ACIM há um mês porque pretende participar dos cursos ofertados pela entidade. A Mania de Bolo fica na rua Diogo Zuliani 545, Jardim Alvorada. O telefone é o 3253-2350.

## Mostra de franquias

De 9 a 11 de novembro a Associação de Franqueadores e Empreendedores do Paraná (Afepar) realizará a Mostra de Franquias Maringá. Será uma oportunidade para apresentar as franquias a futuros investidores e também para esclarecer dúvidas sobre esse mercado. O evento acontecerá no Maringá Park Shopping Center

## Palestra do ex-CEO da Jequiti

Em comemoração ao 18º aniversário, o programa Empreender promoverá palestra com Lásaro do Carmo Júnior, que foi vice-presidente do Grupo Silvio Santos e apelidado de 'Garoto de Ouro' pelo próprio Silvio. Ele também ocupou o cargo de presidente da Jequiti entre 2008 e 2015, período em que a empresa saltou de R\$ 21 milhões para R\$ 520 milhões de faturamento. Posteriormente, Carmo Júnior foi presidente da Jafra Cosméticos - América do Sul e conselheiro da multinacional de joias Jack Vartanian. Na palestra, o ex-CEO falará sobre 'Minha história - relato sobre a carreira e cases de sucesso'. O evento será em 26 de novembro, às 19h30, no Moinho Vermelho, seguido de jantar. O convite, primeiramente disponível para os empresários que integram os núcleos setoriais do Empreender, custa R\$ 55.

Walter Fernandes



Walter Fernandes



## Período eleitoral

Durante a campanha eleitoral para o primeiro turno, que aconteceu em 7 de outubro, a ACIM recebeu 19 candidatos que disputaram cargos dos poderes executivo e legislativo. Os dois últimos que apresentaram propostas, na semana que antecedeu o primeiro turno, foram o candidato a deputado estadual Wilson Quintero (PSDB) e o candidato a senador Flávio Arns (Rede), com seu suplente, Flávio Vicente. Dos dois, apenas Arns foi eleito. Na ocasião, Quintero reforçou a opção pela vida pública e destacou que está cumprindo o terceiro mandato de deputado, além de ter sido diretor de operações do BRDE. Ele também lembrou que presidiu a Paraná Previdência, cujo orçamento é de R\$ 15 bilhões, defendeu a escola pública gratuita e que o país tenha mais instituições financeiras, para incentivar a concorrência. Já Arns defendeu a reforma da previdência, a revisão de pontos da reforma trabalhista, como a terceirização de atividades, e uma reforma administrativa. "Temos um Estado pesado. Precisamos eliminar milhares de cargos e termos uma estrutura enxuta. O orçamento do legislativo precisa ser diminuído significativamente", disse. Ele ainda defendeu a educação em período integral e a valorização dos professores. Questionado, o candidato disse ser contra o aborto e afirmou que o estatuto do desarmamento precisa ser revisto.

## Nota de falecimento

Ex-presidente da ACIM, o advogado Alcides Siqueira Gomes faleceu em 27 de outubro aos 71 anos. Gomes presidiu a entidade entre 1986 e 1987, e atualmente integrava o Conselho Superior da Associação Comercial como membro nato. Também foi diretor da Somaco. Ele morreu após um infarto. Dias antes, ele havia passado mal e chegou a ficar internado por cerca de uma semana na Unidade de Terapia Intensiva (UTI). Teve alta médica e se recuperava em casa quando voltou a passar mal e faleceu.



## Aconteceu na ACIM

Em outubro, mês em que milhares de brasileiros foram às urnas para escolher candidatos a cargos públicos dos poderes executivo e legislativo, a ACIM sediou 400 reuniões e encontros. Entre eles estiveram a recepção a uma comitiva de Holambra/SP em 19 de outubro para a troca de experiências. A programação contou com explanações sobre a ACIM, Codem, Terra Roxa, Noroeste Garantias, Conseg e Observatório Social de Maringá. Entre os integrantes da comitiva estiveram o vice-prefeito Fernando Henrique Capato, vereador Aparecido Lopes da Silva Lima, presidente da Cooperativa Agropecuária de Holambra, Kees Schoenmaker, grandes produtores de flores e o presidente da Associação Comercial da cidade, Daniel Rodrigues.

## Novos associados

21 de setembro a 20 de outubro

FM 933	(44) 3034-9393
AC Lopes Transportes	(44) 3238-1250
Baby Rei	(44) 3047-2502
Equipe Pilates Amanda Batista	(44) 3301-9890
Ana Aliria Gonçalves Nutricionista	(44) 99987-2188
Ana Ro Jalecos Profissionais	(44) 99845-6357
Andrea Eduardo Toledo Maciel	(44) 99970-0633
Cenário Encantado	(44) 3225-2104
Andreia Vitorinho	(44) 99989-5808
Auto Posto Tuiuti	(44) 3028-1234
Bia Nascimento Arquiteta	(44) 3246-1773
Derraik & Menezes Advogados	(44) 3305-0052
Jules Mazini Sacchi	(44) 3026-2527
CI Contabilidade Integrada	(44) 3025-5084
Coluna Rental Locações de Veículos	(44) 3123-4500
Coolab Inteligência Construtiva	(44) 3122-0207
Floricultura Maringá	(44) 3029-7322
Casa de Carnes Ribeiro-Tuiuti	(44) 3268-4533
Dicomfort Indústria e Comércio	(44) 99732-3207
Odontologia Especializada	(44) 3268-3899
Engracon Engenharia e Arquitetura	(44) 3046-6959
Thermoingá Engenharia	(44) 3301-9305
Rotulo Estamparia e Indústria Têxtil	(43) 99906-4776
Gabriela Palombino	(44) 3037-0402
Chelere Transportes	(44) 3222-5497
JLC Monitoramento	(44) 3346-6967
Jerusa Viana Costa Nutricionista	(44) 3034-6869
Jhonatas Bueno Barbosa Psicólogo	(44) 3248-1944
Planet Baby	(44) 3047-2298
Criative Psicologia	(44) 3026-3568
Coronel Cannabis	(44) 3354-2003
La Arte Estúdio Escola	(44) 99920-0349
Lais de Carvalho	(44) 99721-1333
Elegância Bijoux	(44) 99756-5335
Preciosa Lis	(44) 3354-4960
Animatoons	(44) 99960-2734
Depyl Action	(44) 3226-7820
Mania de Bolo	(44) 3253-2350
Marcos Luvizeto Fotografia	(44) 99890-1802
Salazar Eventos	(44) 3040-3392
Marquiano Nunes Soares	(44) 99117-7133
Mercado Facci	(44) 3225-6760
MMA Estruturas para Eventos	(44) 99973-4841
NCP Reparos e Peças	(44) 3264-1112
Nsseg Corretores de Seguros	(44) 3047-6060
Rewind Foto e Vídeo	(44) 99760-7218
Penha & Maiolini	(44) 3223-0974
Emporio Teres House	(44) 99704-9911
QG Gourmet Hamburgueria	(44) 3047-5607
Instituto Consciente Treinamentos	(44) 9999-7009
Raquel Nakamura Arquiteta	(44) 3346-1773
Ivo Recap	(44) 3424-2244
MC Maringá	(44) 3020-0189
Maria Brasileira	(44) 3040-3988
Sensorial Bordados e Estamparia	(44) 3229-1533
Auto Posto Paris	(44) 3029-3553
Sueli Clementino Delmondes	(44) 99951-7072
Terzoni Soluções Empresariais	(43) 3322-6330
Thais Caroline de Oliveira	(44) 3274-3204
Um por Um Arquitetura, Planej. e Execução de Obras	(44) 3346-0349
Escritório Contábil Vitória	(44) 3229-7237



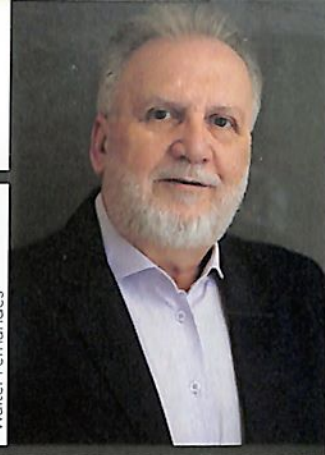
## CURSOS DE NOVEMBRO

<b>19 a 22</b>	Coaching em vendas
<b>19 a 22</b>	Licitações públicas e eletrônicas
<b>19 a 29</b>	Departamento Pessoal completo
<b>20</b>	Mapa da empatia
<b>21 a 23</b>	Compliance - fundamentos e práticas
<b>21 e 22</b>	e-Social - de forma prática e objetiva
<b>21 e 22</b>	Gerando negócios através do Facebook
<b>23 e 24</b>	Secretária e recepcionistas, desenvolvendo habilidades
<b>23 e 24</b>	Gestão da qualidade
<b>24</b>	Matemática financeira com uso da HP12C
<b>26 a 28 e 30</b>	Oratória - o poder na comunicação
<b>26 a 29</b>	Excel Empresarial
<b>27 a 29</b>	Rotinas e práticas do departamento financeiro
<b>29 e 30</b>	Treinamento avançado de liderança
<b>29 e 30/11 e 1/12</b>	Desenvolvendo habilidades em tele vendas
<b>1/12</b>	Princípios da PNL
<b>1/12</b>	Atendimento, comunicação e postura profissional

# Eleitores abrem uma nova página na política do Paraná

**/ Diniz Neto** é jornalista e trabalhou em redações e assessorias de imprensa e comunicação; foi coordenador de Comunicação Social da Câmara Municipal em cinco gestões e da prefeitura de Maringá, de 2007 a 2009. É comentarista da CBN Maringá

Walter Fernandes



O que os maringaenses e os paranaenses disseram com os seus votos? Querem mudanças. Depois de um amplo domínio de nomes e grupos tradicionais, liderados por Richa, Dias, Requião e Lerner, foi eleito Carlos Massa Júnior, o Ratinho Junior (PSD), nascido no interior e o segundo governador mais jovem eleito – o primeiro foi Paulo Pimentel, que assumiu em 1966, aos 38 anos e cinco meses, três meses a menos do que Junior. O domínio iniciado em 1978 por José Richa (MDB), eleito senador e quatro anos depois governador valeu a estes quatro sobrenomes nove mandatos de governador e dez de senador. Foram 40 anos de mandatos.

Para o Senado, o resultado no Paraná foi ainda mais surpreendente. O empresário Oriovisto Guimarães, ex-presidente do Positivo, foi eleito senador aos 73 anos, na primeira eleição que disputou. Flávio Arns volta ao Senado, onde esteve de fevereiro de 2003 a fevereiro de 2011.

Recado dos eleitores: menos discurso, mais objetividade. A candidatura do senador Alvaro Dias

(Pode) a presidente terminou esvaziada pelo fenômeno Bolsonaro, identificado como o candidato contra partidos políticos, contra a corrupção e desmandos, o defensor da ordem, da segurança, do poder exercido sem vacilações.

Para deputado estadual, foram reeleitos o Dr. Batista (PMN), para o quarto mandato consecutivo, e Evandro Araújo (PSC), para o segundo mandato. Foram eleitos Arilson Maroldi Chiorato (PT), Do Carmo (PSL), Delegado Jacovós (PR), Homero Marchese (PROS) e Soldado Adriano José (PV). Nascidos em Maringá, foi reeleita para o segundo mandato Maria Victória (PP) e eleito Michele Caputo (PSDB).

Para deputado federal, foram reeleitos Enio Verri (PT), Luiz Nishimori (PR) e Ricardo Barros (PP). A novidade foi a eleição do Sargento Fahur (PSD), o deputado federal mais votado do Paraná, com quase 315 mil votos, mais uma aprovação à linha da ordem e da segurança como uma das prioridades dos eleitores. Nascido em Iguaçu e formado em engenharia na UEM, foi eleito José Carlos

Schiavinato (PP). No começo da campanha havia uma pergunta: quanto as redes sociais e a internet influenciariam no resultado das eleições? Foi a primeira campanha geral com o WhatsApp consolidado, ao lado das demais redes sociais.

Na campanha presidencial está a maior resposta à pergunta sobre importância da internet: no primeiro turno Jair Bolsonaro teve 8 segundos no rádio e na TV e 11 inserções. Comparando, Geraldo Alckmin teve cinco minutos e 32 segundos no horário eleitoral e 434 inserções.

Os eleitores, em 2018, contrariaram tradições e pesquisas. Mostraram insatisfação e desejo de mudança urgente. Afinal, quem é esse novo eleitor? Mais livre, crítico e consciente ou mais manipulado e confuso em meio a maior avalanche de notícias falsas da história? Recebemos mais mensagens de pessoas ou de robôs? Perguntas que somente o tempo poderá, talvez, responder. No entanto, as mudanças contínuas trazidas pela tecnologia são e serão irreversíveis.

**ACIM**

A CASA DO  
EMPREENDEDOR  
EM MARINGÁ

Ano 55 nº 592 novembro/2018. **Publicação Mensal** da ACIM, 44| 30259595 - **Diretor Responsável** Rodrigo Fernandes, vice-presidente de Marketing - **Conselho Editorial** Andréa Tragueta, Cris Scheneider, Diego Silva, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero, João Paulo Silva Jr, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Rodrigo Fernandes e Rosângela Gris - **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 - **Colaboradores** Camila Maciel, Camila Lúcio, Fernanda Bertola, Graziela Castilho, Giovana Campanha 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 Michel Felipe Soares - **Conselho Superior** Presidente José Carlos Valêncio, **Copejem** Presidente Thalís Iwata **Acim Mulher** Presidente Cláudia Michiura - **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Jair Ferrari. 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

**CACINOR**

**CACB**  
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES  
COMERCIAIS DO BRASIL

**FACIAP**  
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES  
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ

**MISTO**  
Papel produzido a partir  
de fontes responsáveis  
www.fsc.org.br

SUA EMPRESA COM O

# PLANO CERTO

## CARÊNCIA ZERO\*

VENHA DA CONCORRÊNCIA SEM PERDER AS CARÊNCIAS JÁ CUMPRIDAS.

MÍNIMO 2 VIDAS

A PARTIR

DE R\$ **59,26**\*/MÊS

+ COPARTICIPAÇÃO COLABORADOR

GANHE

# 01

BICICLETA + 01 BICICLETÁRIO\*

# +

A PARTIR

DE R\$ **59,26**\*/MÊS

## EMPRESA

R\$118,53\*



GIACOMETTI | LEITE

ANS - nº 371254

VENDAS

☎ 44 3221 2722    📞 44 9 8455 7855

## Unimed



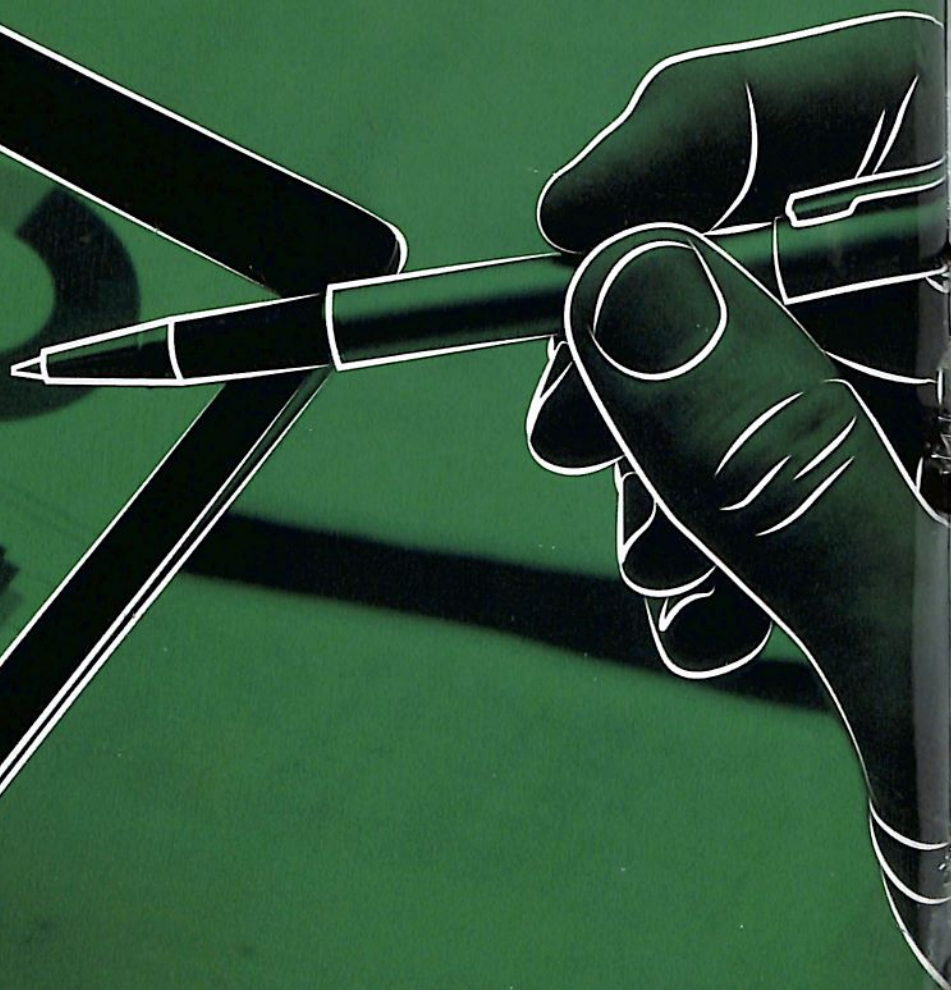
Maringá

\*Campanha válida para as comercializações de novos planos com contratação coletivo empresarial e por adesão, nas abrangências Grupo de Municípios e Estadual, com coparticipação de 50% em consultas, exames e procedimentos, na vigência de 15/07/18 a 01/12/2018. Para urgência e emergência, o atendimento é Nacional pelo Sistema Unimed. O valor total da mensalidade para beneficiários de 0 a 18 anos é de R\$ 118,53 (Pró-empresa). O valor de R\$ 59,26 é uma simulação de 50% para o colaborador e R\$ 59,26 para a empresa contratante. A carência zero é para contratos com 30 vidas ou mais. Para os contratos de 2 a 29 vidas, serão liberadas as carências para consultas e exames simples. Clientes que comprovarem a permanência mínima de 12 meses em outra operadora de saúde terão todas as carências compensadas, com exceção de obstetrícia e DLP - Doenças e Lesões Preexistentes. As empresas que adquirirem o plano no período da campanha, ao efetuarem o pagamento da primeira mensalidade, ganharão 1 bicicleta. As empresas com adesão de 10 beneficiários ou mais receberão de brinde, também, 1 bicicletário. Campanha válida somente para contratos com novas vidas. Demais dúvidas, vide contrato.



ABRACE O PRESENTE 2015  
2020 6bi  
AGARRE O FUTURO  
ESTRATÉGIA cocamar



# PLANEJAR É PENSAR EM CADA DETALHE



O que nos guia e nos mantém na direção do desenvolvimento é nosso Planejamento Estratégico. Por meio dele, analisamos anualmente o desempenho da cooperativa, verificamos se alcançamos tudo o que nos propomos a alcançar durante o ano e ajustamos nossas metas para que o ritmo de crescimento seja mantido. Sabemos da importância dos detalhes! É a atenção que temos com cada operação que garante que a Cocamar continue sendo uma das cooperativas agroindustriais que mais crescem no país!

BAIXE O  
APP COCAMAR



 cocamarcooperativa  
 @cocamarcooperativa

[WWW.COCAMAR.COM.BR](http://WWW.COCAMAR.COM.BR)



**cocamar**  
Cooperado e cooperativa crescem juntos